

STRATEGIE FARMACEUTICHE di Silvio Garattini

Gli inventori di malattie

Come si fa a moltiplicare le vendite di un prodotto quando il mercato è saturato? Basta inventarsi nuove applicazioni e il mercato può così dilatarsi. Poiché l'industria farmaceutica da almeno dieci anni è guidata dal marketing e non solo dalle necessità degli ammalati, segue varie vie di questo genere per aumentare le vendite.

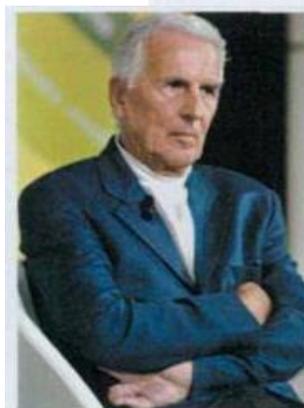
Una prima modalità è quella di influenzare i valori di normalità. Ad esempio, si è sempre ritenuto che il valore normale del colesterolo nel sangue fosse intorno ai 240 milligrammi per decilitro. L'avvento di farmaci capaci di far diminuire la ipercolesterolemia è stato senz'altro utile perché ha diminuito la mortalità cardiovascolare. Tuttavia non siamo sicuri che l'efficacia di questi farmaci sia dovuta solo alla diminuzione del colesterolo, perché le statine, così si chiamano i prodotti più attivi, hanno anche tante altre attività che possono essere importanti per l'effetto finale. Solo che il colesterolo nel sangue è più faci-

le da misurare rispetto ad altri parametri. Ecco allora

che, se fra i medici e nel pubblico si diffonde la convinzione che sia meglio fissare la normalità intorno ai 220, vi saranno molte più persone che dovranno utilizzare le statine. Se poi si genera la convinzione che quanto più bassa è la colesterolemia, tanto minore è il rischio di eventi cardiovascolari, nessuno potrà sfuggire al trattamento e

l'industria estenderà il suo mercato a tutti, anche ai sani. Simili percorsi hanno caratterizzato anche altri parametri come l'ipertensione o la densità ossea. Sono poche le donne che dopo la menopausa non sono trattate con un farmaco antiosteoporotico, perché si è creata la convinzione che anche una piccola diminuzione della densità ossea porti all'osteoporosi con conseguenti fratture.

Un'altra modalità è quella di inventarsi malattie. Ad esempio, trattare con farmaci antidepressivi condizioni che sono semplici eventi della vita come la perdita di una persona cara o del posto di lavoro; convincere i maschi che, anche se non sono impotenti, possono pur sempre migliorare le loro performance sessuali con un farmaco; suggerire che la timidezza è una malattia da cui ci si può liberare e così via. Al "disease mongering" (mercato di malattie) è stata dedicata la Giornata Internazionale della Ricerca Clinica tenuta presso l'Istituto Mario Negri alla presenza di oltre cento ricercatori clinici provenienti da quindici paesi europei. Per far conoscere a tutti che è bene non cadere nelle trappole del mercato farmaceutico.



Silvio Garattini

SALUTE

Gli inventori di malattie

Come si fa a moltiplicare le vendite di un prodotto quando il mercato è saturato? Basta inventarsi nuove applicazioni e il mercato può così dilatarsi. Poiché l'industria farmaceutica da almeno dieci anni è guidata dal marketing e non solo dalle necessità degli ammalati, segue varie vie di questo genere per aumentare le vendite.

Una prima modalità è quella di influenzare i valori di normalità. Ad esempio, si è sempre ritenuto che il valore normale del colesterolo nel sangue fosse intorno ai 240 milligrammi per decilitro. L'avvento di farmaci capaci di far diminuire la ipercolesterolemia è stato senz'altro utile perché ha diminuito la mortalità cardiovascolare. Tuttavia non siamo sicuri che l'efficacia di questi farmaci sia dovuta solo alla diminuzione del colesterolo, perché le statine, così si chiamano i prodotti più attivi, hanno anche tante altre attività che possono essere importanti per l'effetto finale. Solo che il colesterolo nel sangue è più facile da misurare rispetto ad altri parametri. Ecco allora che, se fra i medici e nel pubblico si diffonde la convinzione che sia meglio fissare la normalità intorno ai 220, vi saranno molte più persone che dovranno utilizzare le statine. Se poi si genera la convinzione che quanto più bassa è la colesterolemia, tanto minore è il rischio di eventi cardiovascolari, nessuno potrà sfuggire al trattamento e

MENO PIÙ LETTI PER TUTTI

Il numero di persone che leggono libri in Italia è in costante crescita. Nel 2005, 14 milioni di persone hanno letto almeno un libro, mentre nel 2008 il numero è salito a 17 milioni. La crescita è stata costante in tutti e quattro gli anni.