

**VERONA, 4 MARZO '10** - Vi segnaliamo un articolo pubblicato nel numero 1-2010 di *Dialogo sui Farmaci* sulla scarsa trasparenza degli studi clinici riguardanti i farmaci per il trattamento della schizofrenia: i rischi maggiori di un trattamento fondato su evidenze insufficienti li corrono, paradossalmente, gli abitanti dei Paesi più sviluppati.

## Le verità “promozionali” del marketing durano quanto il brevetto

**Come riconoscere le distorsioni che derivano dall'intervento delle aziende farmaceutiche nelle varie fasi del percorso di realizzazione e di pubblicazione degli studi clinici?**

Per chiarire la natura e gli effetti del cosiddetto *sponsorship bias*, che offusca la capacità di valutazione degli studi da parte sia della comunità scientifica sia del sistema sanitario pubblico, riflettendosi sulla salute dei pazienti, **Dialogo sui farmaci** ha deciso di pubblicare una serie di articoli. **Obiettivo: aiutare chi è impegnato nella pratica clinica a riconoscere e proteggersi da quel velo opaco e polveroso che il marketing farmaceutico stende sui risultati degli studi clinici per promuovere i propri prodotti.** Negli ultimi quindici anni sono entrati sul mercato nuovi principi attivi per il trattamento della schizofrenia. Hanno un prezzo proibitivo per gli abitanti dei Paesi meno ricchi o in via di sviluppo, dove tuttavia vivono i 4/5 delle persone che soffrono della malattia. Questi Paesi, non potendo permettersi le novità terapeutiche, sono “costretti” ad attendere l'approssimarsi della scadenza del brevetto. Tuttavia, la lunga attesa offre loro un inaspettato vantaggio: sono i pazienti dei Paesi più ricchi ad essere esposti ad una sorta di sperimentazione sull'effettivo rapporto tra benefici ed effetti indesiderati dei farmaci. A differenza di quanto sostengono le aziende farmaceutiche con le attività promozionali, **non è detto infatti che un medicinale nuovo sia sicuramente migliore di altri disponibili fino a quel momento.** Come nel recente caso dei farmaci antinfiammatori (i cosiddetti coxib), il reale profilo di tollerabilità viene occultato, per esempio, nella realizzazione degli studi e nella pubblicazione dei risultati più “convincenti”. «Col passare del tempo, diventano disponibili dati più completi degli studi clinici e, contemporaneamente, cominciano a emergere gli studi con risultati meno favorevoli, che non erano stati pubblicati» si legge nell'articolo *La polvere del marketing* (Dialogo sui farmaci, n 1/10). **Il paradosso è che quando i “nuovi” farmaci per la schizofrenia arrivano nei Paesi in via di sviluppo le evidenze scientifiche disponibili sono più chiare e complete e consentono un trattamento potenzialmente**

**migliore.** Gli studi indipendenti condotti negli ultimi anni confermano in modo sorprendente la precarietà delle verità iniziali che il marketing diffonde tra i clinici. L'esempio più semplice è la tesi della maggiore tollerabilità degli antipsicotici atipici: essa è stata costruita attraverso una comparazione tra questi antipsicotici atipici e dosi elevate di aloperidolo (un vecchio antipsicotico di cui sono ben noti gli effetti avversi a livello extrapiramidale). «**Se però questi nuovi farmaci vengono messi a confronto con altri farmaci della generazione precedente, come la perfenazina, le differenze sul piano sia dell'efficacia che della tollerabilità tendono a scomparire**» si legge ancora nell'articolo. In attesa di conferme sui nuovi principi attivi non è quindi una colpa, o un segno di arretratezza, continuare a usare i farmaci di cui si conoscono i reali profili di efficacia e di tollerabilità, alle dosi abitualmente utili nella propria pratica clinica. A tutela della salute fisica e mentale dei pazienti, soprattutto in un disturbo che comporta un trattamento di molti anni, **i nuovi farmaci andrebbero quindi sottoposti, molto più precocemente di quanto accada oggi, a studi clinici indipendenti realizzati con una metodologia trasparente e accettabile.**

**PER APPROFONDIRE:** *La polvere del marketing. Lo sponsorship bias nella ricerca psichiatrica*, di G Tibaldi, Dialogo sui farmaci n.1/10

**PER INTERVISTE:** Giuseppe Tibaldi, Coordinatore Scientifico Centro Studi e Ricerche in Psichiatria ASL TO2 Nord, Torino, [btibaldi@hotmail.com](mailto:btibaldi@hotmail.com) – Tel. 011 2487 002

**PER INFORMAZIONI:** Redazione Dialogo sui farmaci, [dialogo1@ulss20.verona.it](mailto:dialogo1@ulss20.verona.it) - tel. 045 8076066; Nunzia Bonifati, [ufficiostampa@dialogosuifarmaci.it](mailto:ufficiostampa@dialogosuifarmaci.it) - tel. 347 2986 853.

**Dialogo sui farmaci** ([www.dialogosuifarmaci.it](http://www.dialogosuifarmaci.it)) è una rivista rivolta a medici di famiglia, farmacisti e operatori sanitari. Distribuita in abbonamento dal 1998, risponde al bisogno di documentazione clinico - terapeutica indipendente, attendibile e facilmente trasferibile nella pratica quotidiana. È di proprietà dell'Azienda Ulss 20 di Verona e dell'Azienda Ospedaliera di Verona. Aderisce alla Società Internazionale dei Bollettini Indipendenti (ISDB), non accoglie pubblicità e non riceve contributi dall'industria farmaceutica.