

## LERRATA ALLA REDAZIONE

**ANTINFLUENZALI, NORMATIVE E...FURBIZIA OMEOPATICA**

G DOBRILLA – lettera del 5 febbraio 2009

Previa autorizzazione di *Dialogo sui Farmaci*, rivista del tutto indipendente dedicata alla salute e alle terapie, posso riportare ampiamente ciò che la rivista segnala in una delle sue rubriche (“*Cane da guardia*”, - nome che c’azzecca assai direbbe l’on. Di Pietro!) relativa ad un antiinfluenzale omeopatico prodotto dalla BOIRON, azienda leader nella produzione di preparati omeopatici. Già due anni fa - scrive il direttore Massimo Valsecchi - la foto della confezione del prodotto di cui si vanta l’efficacia antiinfluenzale, con il nome commerciale parzialmente oscurato ma facilmente identificabile, veniva riportata a pagamento su diversi quotidiani nazionali. Veniva altresì riconosciuto che in Italia i medicinali omeopatici non avevano il diritto di essere citati in pubblicità. **In effetti, secondo il decreto 219 del 25 aprile 2006, in Italia è vietata qualsiasi forma di pubblicità dei medicinali, inclusi quelli omeopatici** (art. 128 e 115) “in un contesto che favorisca il consumo del prodotto reclamizzato”. Ed invece “le informazioni contenute nel testo della ditta produttrice si configuravano a tutti gli effetti come una pubblicità dissimulata del prodotto tanto più che nel novembre 2005 l’AIFA (Agenzia Italiana del Farmaco) aveva richiesto la sospensione di tali messaggi promozionali.” Tutto ciò non è bastato e, rinunciando *oborto collo* al mezzo cartaceo, si è di recente tentata miglior sorte con quello radiofonico. In questi giorni, infatti (e guarda caso non siamo ancora usciti dalla stagione influenzale!), diversi canali radio trasmettono messaggi promozionali riguardanti lo stesso antiinfluenzale omeopatico, proclamandone l’efficacia sia in prevenzione che in corso di malattia. Tuttavia- scrive ancora *Dialogo sui Farmaci* - al momento della rivelazione in radio del nome commerciale un “biip” ripetuto più volte, come si usa per le parolacce, dovrebbe impedire l’identificazione precisa del prodotto. Tuttavia, **poiché non è permesso citare in pubblicità i medicinali omeopatici, una voce fuori campo avvisa che, per saperne di più e conoscere il nome del preparato omeopatico in questione, gli utenti devono rivolgersi a medici e farmacisti**. Insomma, è chiaro l’escamotage (che il Dialogo definisce “ridicolo tentativo”, ma che a me pare tutt’altro che ridicolo): **si fa pubblicità illecita** ma, mascherando apparentemente il nome commerciale, si resta formalmente nella legalità.

Pertanto – conclude criticamente la rubrica di Valsecchi - “Prima che la stagione influenzale volga al termine è auspicabile che le Autorità preposte e il Garante della Pubblicità valutino se tale messaggio promozionale rispetta la normativa vigente.”

A prescindere dalle decisioni che prenderanno gli enti regolatori, a chi scrive preme di sottolineare che l’influenza è una malattia provocata da virus, agenti notoriamente non sensibili agli antibiotici. L’unica possibilità di protezione (solo parziale a causa della mutabilità dei virus influenzali), raccomandabile soprattutto nei soggetti a rischio quali in primis bambini, anziani, e individui defedati con patologia cardiorespiratoria, è la vaccinazione (esistono in verità agenti anti-virus influenzali molto costosi, ben promozionati dalla industria farmaceutica convenzionale, che sorvola sulla loro efficacia modesta, specie se non usati entro le prime ore di malattia). Ma la vaccinazione è concettualmente avversata dalla maggioranza degli omeopati irrazionalmente refrattari a riconoscere che drammatiche malattie quali vaiolo, poliomielite, difterite, morbillo, epatite B e altre ancora sono scomparse o quasi, o risultano comunque documentatamente prevenibili, proprio grazie alle vaccinazioni specifiche. Ulteriore recente testimonianza: nel 2001 la vaccinazione per morbillo in Africa ha ridotto i decessi dei bambini vaccinati, nei 5 anni successivi, da 400.000 a 36.000, un calo del 90%! Per concludere, ritengo che **dovrebbe essere vivamente e ampiamente condiviso l’auspicio che la popolazione, e non solo per l’influenza, sia oggetto più di informazione corretta che di persuasione occulta da parte delle aziende che producono farmaci sia convenzionali che omeopatici** (auspicio bipartisan!). E lo stesso vale per noi medici, per i colleghi farmacisti e, perché no?, per i giornalisti.