

Pharma kronos

QUOTIDIANO D'INFORMAZIONE FARMACEUTICA

Turco smentisce 'pressioni' di Federfarma

"Una decisione dettata dall'esigenza di tutelare la salute dei cittadini. Parliamo infatti di medicinali 'delicati', tra cui anche oncologici". Così il ministro della Salute, Livia Turco, spiega il suo 'no' all'emendamento approvato alla Camera - e in attesa del passaggio al Senato - che prevede la vendita di farmaci di fascia C con obbligo di ricetta al di fuori delle farmacie tradizionali. "Una scelta - spiega Turco - indipendente, e che non ha subito alcuna pressione. Tantomeno da Federfarma". "Questi farmaci di fascia C - spiega - per alcune classi e tipologie sono equiparabili a quelli di fascia A e vanno venduti in luoghi sicuri come le farmacie". Il ministro ha risposto così, ieri alla Camera, a un'interrogazione di Sergio D'Elia, deputato della Rosa nel Pugno. La contrarietà della Turco a questa nuova liberalizzazione ha sollevato sospetti fra i deputati di Rnp. Soprattutto dopo la dichiarazione del presidente dei farmacisti titolari, Giorgio Siri, che in un'intervista tv ha ammesso finanziamenti a gruppi e singoli parlamentari. D'Elia ha ribadito quindi la necessità di capire se "le pressioni della lobby di Federfarma e i finanziamenti ai partiti abbiano o stiano interferendo sull'iter legislativo".

Federico Finocchi

Chi investe di più in pubblicità

Gsk al settimo posto, Pfizer al 31esimo nella classifica Usa

Le aziende che spendono di più in pubblicità diretta ai consumatori? Non solo quelle che producono auto, cosmetici o alimenti. Anche le case farmaceutiche non sono da meno: la britannica GlaxoSmithKline (Gsk) si è infatti classificata al settimo posto negli Usa per quantità di risorse economiche destinate a spot o a messaggi promozionali su televisioni, giornali, internet e

radio: nel 2006, ha stanziato la cifra record di due miliardi e 400 milioni di dollari per questa 'voce' di spesa, superando persino la celebre casa di produzione cinematografica Walt Disney e classificandosi poco dietro l'azienda automobilistica Ford.

Barbara Di Chiara
» Segue a pagina 3



» ALL'INTERNO

La denuncia del sindacato Lavoratori industria farmaceutica-Cobas

Informatori, guerra a finte cessioni ramo d'azienda

Turco smentisce voci su carenza di fondi per avviare programma immunizzazione

'Giallo' sul vaccino anti-Hpv

Scarse le scorte di antivirali nel nostro Paese, a rischio la salute di tutta Europa

Italia 'anello debole' nella lotta contro l'aviarina

Ma i termini finanziari per l'operazione rimangono riservati

Boston Scientific rileva Remon Medical

» PHARMAMARKET BMS VALE 62 MILIARDI DI DOLLARI

Un boccone prelibato, capace di far gola ai colossi del farmaco. E' l'azienda farmaceutica statunitense Bristol-Myers Squibb (Bms), che sul mercato ha ormai raggiunto un valore di 62 miliardi di dollari. Con una capitalizzazione cresciuta di un terzo solo nell'ultimo anno, quando Bms ha attirato su di sé l'attenzione delle 'concorrenti' Sanofi-Aventis, GlaxoSmithKline, Pfizer e Novartis, intenzionate all'acquisto secondo molti analisti. Con il suo Ceo, James Cornelius, ormai prossimo alla pensione, l'azienda vive un momento di grande effervescenza. Ha numerose nuove molecole allo studio in promettenti comparti come quello dell'oncologia. Inoltre, nessuno dei suoi principali farmaci già presenti sul mercato vedrà il suo brevetto scadere prima del 2011. Un motivo in più per rendere l'azienda appetibile agli occhi dei principali protagonisti del settore.



La salute passa dalla corretta
informazione



Informatori, guerra a finte cessioni di ramo d'azienda

"Denunceremo tutte le cessioni di ramo d'azienda del settore farmaceutico, incluse le finte procedure di mobilità indebitamente richieste, che costringono lo Stato a pagare oneri sociali non dovuti e provocano pesanti conseguenze per i lavoratori". E' il monito del sindacato Lavoratori dell'industria farmaceutica-Cobas (Slf-Cobas), che denuncia "la spregiudicatezza padronale con cui nel comparto dell'informazione scientifica vengono aggirate norme e leggi". "Un atteggiamento, questo - denuncia il sindacato alle Istituzioni - che produce precarietà dei contratti di lavoro degli informatori con conseguenze negative sul servizio di infor-

mazione, sul diritto alla salute dei cittadini e sull'accesso all'assistenza farmaceutica degli ammalati". "Troppi precari nel settore farmaceutico", ammonisce Slf-Cobas, che per fermare questa "moda del momento", chiede l'intervento del Governo e della magistratura: "Si verifichino le presunte cessioni di rami aziendali e le finte procedure di mobilità, che nascondono licenziamenti collettivi e precariato". Troppi tagli sono stati fatti con questa scusa. "Molto spesso chi acquista è in realtà una società controllata anche in parte dall'imprenditore che vende. Quest'ultimo avvia finti processi di ristrutturazione e chiede cassa integrazione,

mobilità e tagli di personale con oneri a carico dello Stato, non altrimenti scaricabili". E "mentre si procede alla cessione di presunti rami d'azienda, a casa del venditore si fanno, a stretto giro, assunzioni con contratti a termine e altre forme di lavoro precario". Basterebbe, secondo Slf-Cobas, verificare l'esito di tali operazioni a distanza di pochi anni: "Le cessioni di ramo finora realizzate, dimostrano che le aziende acquirenti, dopo alcuni anni, nella migliore delle ipotesi, hanno dimezzato la forza lavoro occupata. Nonostante al momento della cessione venissero offerte garanzie".

Lucia Scopelliti

» ABBOTT E GENENTECH 'ALLEATE'

Abbott Laboratories e Genentech collaboreranno allo sviluppo e all'eventuale vendita di due nuovi farmaci anticancro individuati da Abbott, attualmente in fase I di sperimentazione clinica nel trattamento di diversi tipi di tumore. Le due aziende non hanno rivelato i termini finanziari dell'accordo, secondo il quale Abbott e Genentech coopereranno alla commercializzazione dei due prodotti negli Stati Uniti, mentre Abbott si occuperà delle operazioni di marketing fuori dagli Usa. Le due molecole oggetto dell'intesa si chiamano per ora ABT-263 e ABT-869.

» BS RILEVA REMON MEDICAL

L'americana Boston Scientific (BS), produttrice di dispositivi e attrezzature medicali, ha annunciato in una nota la firma di un accordo per l'acquisizione dell'israeliana Remon Medical Technologies. I termini finanziari dell'operazione, che secondo le previsioni di BS dovrebbe concludersi entro la fine dell'estate, restano riservati.

» CRESCONO OMEOPATICI IN ITALIA

Cresce il consumo di prodotti omeopatici in Italia. E per rispondere alla domanda, aumentano le farmacie che vendono medicinali alternativi: nel nostro Paese si trovano ormai in un esercizio su due. Rimedi che gli italiani mostrano di gradire, tanto che nel periodo 1991-1999 la percentuale di popolazione che si è avvicinata all'omeopatia è passata dal 2,5 all'8,2%. Secondo un'indagine Doxa del 2005, in Italia tra i soli omeopati si annoverano circa 8 mila medici prescrittori. In conseguenza al crescente gradimento della 'medicina dolce', anche il giro d'affari relativo agli omeopatici inizia a salire vertiginosamente. Oggi questi prodotti coprono infatti lo 0,5% delle vendite farmaceutiche mondiali, per un totale di circa 1,2 miliardi di euro l'anno. A guidare la classifica sono Francia e Germania, dove l'omeopatia si è diffusa già nel secolo scorso. Seguono India, Brasile, Italia e Paesi Bassi. Nella penisola, in particolare, la spesa è stata di 122,5 milioni di euro nel 2000 e di 133,9 nel 2001, con un incremento del 14,2%.

'Giallo' sul vaccino anti-Hpv

Giallo sul programma di vaccinazioni, alle 12enni italiane, contro il papillomavirus, responsabile del cancro al collo dell'utero. I fondi per la copertura del piano sono stati ieri al centro di un acceso botta e risposta tra Romano Colozzi, coordinatore del Comitato di settore per la Sanità della Conferenza delle Regioni e delle Province autonome, e il ministro della Salute, Livia Turco. Secondo Colozzi il Governo starebbe per decidere un rinvio del provvedimento "perché non ha trovato la copertura finanziaria", mentre la responsabile del dicastero di Lungotevere Ripa definisce questa dichiarazione "gravissime, false e strumentali". Opposte le due posizioni. "Da quello che ci risulta - ha affermato Colozzi al termine dell'incontro della Conferenza delle Regioni - il ministero della Salute chiederà il rinvio del provvedimento per la vaccinazione contro il tumore alla cervice dell'utero per le 12enni, perché non ha trovato la copertura finanziaria. Ed è abbastanza strano - ha proseguito - che un Governo che sta discutendo dell'entità del tesoretto non trovi 75 milioni di euro per una politica definita prioritaria dal ministero della Salute". Ma uscendo dalla Commissione Affari sociali della Camera, interpellata sul tema, il ministro Turco reagisce furente. "Siamo di fronte a una inutile e volgare strumentalizzazione - dice - Se non avessi dato ascolto alle richieste delle Regioni, la copertura di questo vaccino sarebbe già stata approvata da un pezzo". Turco, dunque, smentisce nettamente Colozzi assicurando che "i soldi ci sono. E ci sono a tal punto che abbiamo previsto l'inserimento di questo vaccino nei Livelli essenziali di assistenza (Lea). Dato che il provvedimento sui nuovi Lea verrà presentato il 19 luglio, accogliendo la richiesta delle Regioni abbiamo deciso di temporeggiare fino a quella data", conclude il ministro.



adnkronos Salute

L'informazione in tempo reale

Agenzia di Stampa specializzata in politica sanitaria, farmaceutica, medicina e salute

infosalute@adnkronos.com



Esperti riuniti a Roma per analizzare piani prevenzione
Italia 'anello debole' contro aviaria
Scarse le scorte di farmaci antivirali

L'Italia potrebbe essere l'anello debole della 'catena' europea creata per affrontare un'eventuale pandemia influenzale. E cioè la 'porta d'ingresso' nel Vecchio Continente più probabile per i virus. Pur avendo già predisposto un apposito piano di intervento, nel caso si dovesse verificare l'ipotesi paventata da tempo, il nostro Paese ha infatti accumulato scarsissime scorte di farmaci antivirali, che potrebbero 'coprire' solamente il 6,6% della popolazione italiana in caso di emergenza. Numeri insufficienti soprattutto se confrontati con quelli di Francia (55%), Austria e Olanda (30-35%) o Stati Uniti (25%) e con le raccomandazioni dell'Organizzazione mondiale della sanità (Oms) che fissano nella copertura di almeno un quarto della popolazione il 'tetto' minimo di stoccaggio preventivo di farmaci. L'allarme arriva da un convegno organizzato ieri a Roma presso la Camera dei deputati da esperti dell'Oms, della Fao, dell'Unione europea, della World Organisation for Animal Health (Oie) e dell'Unicef per fare il punto della situazione dei vari Paesi del mondo,

e dell'Europa in particolare, quanto a 'preparazione' di fronte all'ipotesi di una pandemia influenzale. "Com'è noto - ha ricordato Walter Pasini, direttore del Centro Oms per la Medicina del Turismo - il più probabile virus 'candidato' a scatenare un contagio di massa fra gli uomini è l'H5N1, quello dell'influenza aviaria, che finora ha provocato 330 vittime nel mondo. Le industrie farmaceutiche internazionali finora hanno 'sfornato' vaccini pre-pandemici che potranno limitare i danni nei primi mesi dello scoppio del fenomeno, ma una volta identificato il ceppo virale che minaccia la salute pubblica, si dovranno produrre vaccini pandemici 'ad hoc' e questo richiederà svariate settimane. Gli antivirali in questo senso sono una arma importante e l'Italia deve adeguarsi ai livelli degli altri Paesi se non vuole trasformarsi in 'tallone d'Achille' del Continente". Le scorte di antivirali sufficienti per trattare il 25% della popolazione in caso di pandemia, d'altronde, potrebbero ridurre le ospedalizzazioni del 47% e le morti del 53%.

(B.D.C.)

Chi spende di più in pubblicità
La classifica stilata negli Usa,
Gsk al settimo posto

Segue dalla prima - Ma per individuare un'altra casa farmaceutica nella classifica delle aziende che 'puntano' di più sulla pubblicità, si deve arrivare alla 31esima posizione, conquistata da Pfizer, che lo scorso anno ha stanziato oltre un miliardo di dollari per la promozione dei prodotti sui media. Ai posti ancora più bassi Wyeth (33esimo posto), Novartis (36), Merck (38), AstraZeneca (40) e Schering-Plough (42), con cifre che non arrivano al miliardo. Al vertice si conferma Procter&Gamble, con 4 miliardi e 800 milioni di dollari per la pubblicità. Un balzo in avanti dunque per Gsk, che nel 2005 si era classificata nona ed era stata 'battuta' da Johnson&Johnson (J&J): l'americana aveva conquistato il quarto posto. La situazione si è quasi ribaltata nel 2006, con Gsk al settimo posto e J&J al nono, davanti alla multinazionale dell'igiene e dell'alimentazione Unilever, alla produttrice di automobili Toyota e al colosso giapponese dell'elettronica Sony.



La comunicazione in... forma
 Corsi personalizzati di comunicazione, media training e crisis management