

Il caso

Flop dei generici: dopo 10 anni solo al 12%
Perché nessuno compra
le medicine no-logo?

Il flop dei farmaci "no logo" e per convincere gli italiani adesso partono gli sconti

Dopo dieci anni generici ancora al 12 per cento

MICHELE BOCCI

L'IRRESISTIBILE fascino del brand travolge gli italiani anche per le medicine. In farmacia scegliamo Aulin e Tachipirina e non i loro gemelli Nimesulide e Paracetamolo. Poco male se per avere il prodotto di marca bisogna pagare qualche euro in più. In dieci anni i generici non sono mai decollati, tra medici e farmacisti poco convinti nel promuoverli, tentativi di limitarne l'uso da parte del Parlamento, battaglie sui prezzi.

L'ULTIMA puntata è di pochi giorni fa. L'Aifa, agenzia italiana per il farmaco, ha deciso di obbligare i produttori ad abbassare le tariffe, anche del 40%. Vuol dire meno spese per i cittadini e 800 milioni di risparmio per lo Stato, che darà meno in rimborsi. Sarà il rilancio del generico, ancora più economico e dunque più appetibile per i consumatori? «No, così rischiamo il crac, perché molti non sopravviverebbero ai ribassi», denunciano i produttori dei farmaci senza brand.

Il mercato potenziale delle molecole con il brevetto scaduto in Italia tocca il 42% ma i generici, che in realtà dal 2005 andrebbero chiamati "equivalenti", non arrivano al 12% del venduto. Un'inezia rispetto ad altri paesi europei, dove viaggiano in media sul 50% (in Germania si tocca addirittura il 70%). E la differenza di prezzo tra questi medicinali e quelli di marca la pagano tutti i cittadini, che si tirano fuori dalle tasche circa 500 milioni all'anno per assicurarsi prodotti di marca. Le Regioni, infatti, rimborsano il farmaco prescritto dal dottore fino al prezzo del generico, quello che costa in più portare a casa il brand se lo accolla l'acquirente. Ovviamente il cittadino

paga tutto da solo quando compra il farmaco senza ricetta, cosa che avviene in un caso su dieci.

Come mai siamo così legati ai farmaci di marca? «Il cittadino spesso pensa che in fondo è meglio il prodotto dal nome conosciuto, del resto bastano pochi euro per averlo». A parlare è il farmacologo Silvio Garrattini del Mario Negri di Milano. «Il problema è che non ci sono mai stati incentivi a prescrivere i generici e da noi chi produce medicinali brand ha abbassato il prezzo, tenendolo poco sopra rispetto a quello dell'equivalente, cosa che non è successa in altri paesi. Spesso, purtroppo, medico e farmacista non si impegnano per far acquistare il prodotto equivalente. Una soluzione? Abolire il nome commerciale quando scade il brevetto. Se tutti i farmaci avessero il nome del generico ci sarebbe una competizione vera. Comunque sia un risparmio grazie a questi prodotti in questi anni lo abbiamo avuto».

In Italia i generici costano di più che negli altri paesi europei, in certi casi anche cinque o dieci volte tanto. Dal 2001, quando sono entrati in commercio, hanno fatto abbassare il prezzo dei medicinali di marca corrispondenti di circa il 55%, tirandosi dietro i produttori di brand. Anche in questo caso molti paesi d'Europa ci sorpassano abbondantemente, con riduzioni fino all'80%. Per arrivare a quei livelli, l'Aifa ha deciso pochi giorni fa una nuova riduzione del prezzo. «Per il cittadino è una cosa positiva - ammette con franchezza il presidente di Assogenerici, Giorgio Fore-

sti - però si tratta di un risparmio generato da una atto dall'alto, non da un aumento delle vendite». Costando meno, questi prodotti saranno più appetibili per i consumatori? «Oggi in farmacia si spenderà meno e magari anche domani - prosegue Foresti - Dopodomani però c'è il rischio della scomparsa dei generici di alcune molecole, perché le aziende produttrici chiuderanno a causa della riduzione dei ricavi. Prima avrebbero dovuto aiutarci ad aumentare le quantità vendute, ad esempio impedendo a chi produce i brand di abbassare anche loro i prezzi subito dopo la scadenza del brevetto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La protesta dei produttori: "Ma così abbiamo margini troppo bassi"

"Si fidano solo delle marche", e L'Aifa impone di ridurre le tariffe fino al 40 per cento



Cosa sono



I GENERICI

Detti anche equivalenti, hanno lo stesso principio attivo di prodotti di marca per cui è scaduto il brevetto



IL PREZZO

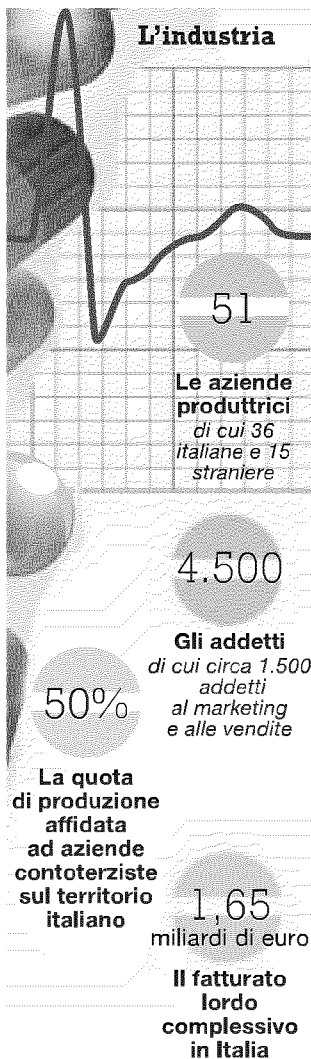
Costa meno perché chi lo produce non ha sostenuto i costi di ricerca e sperimentazione sulla molecola



IL RIMBORSO

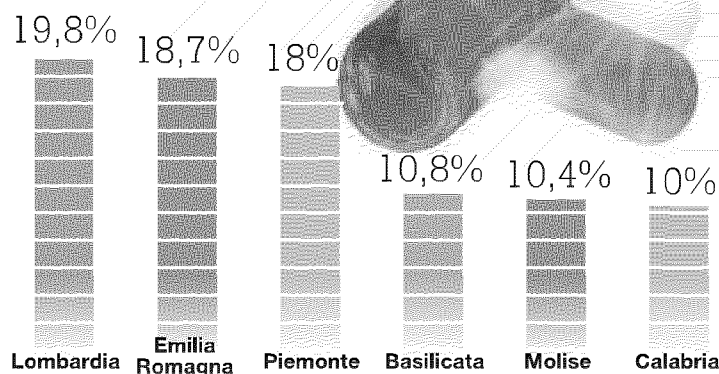
Il Servizio sanitario rimborsa la specialità medicinale solo per un importo pari al prezzo più basso del generico

L'industria



Le Regioni

Il peso dei generici rimborsati sulla spesa farmaceutica



Il mercato

43%
I medicinali
con brevetto
scaduto
venduti
in farmacia

40-50%
La vendita
media
dei generici
nei paesi
europei

12%
I generici
venduti
in farmacia
in Italia

55%
La riduzione media
di prezzo dopo
la scadenza
del brevetto

6,4%
Il valore
di mercato
dei generici

190 milioni
Le confezioni
di generici vendute
nel 2009

2007
L'anno in cui
si è raggiunto il picco
di brevetti scaduti

g.granati@repubblica.it

La percentuale di vendita dei generici
rispetto ai brand per categorie
terapeutiche

32%

26%

21%

18%

17%

Inibitori
di pompa acida

Antidepressivi

Penicilline

Betabloccanti

Statine

40%
L'ulteriore abbassamento
del prezzo dei generici imposto
dal Governo la scorsa settimana