

Gli informatori farmaceutici in Italia

Dal punto di vista dei pazienti gli informatori scientifici del farmaco (ISF) sono spesso visti come delle figure ingombranti ed alcuni operatori sanitari ne tollerano appena la presenza in ambulatorio. Tuttavia, si tratta di professionisti che – nel bene e nel male – veicolano importanti messaggi tra chi produce e commercializza i medicinali e chi li prescrive e li distribuisce. In alcuni paesi europei vengono dichiaratamente presentati come rappresentanti commerciali ma la definizione nostrana gli assegna un compito più ampio. Di fatto nel tempo gli ISF hanno mantenuto, spesso in forma di monopolio, il compito di aggiornare i medici ed i farmacisti sull'uso dei medicinali, trasferendo loro le relative novità scientifiche e regolatorie quali: nuove indicazioni terapeutiche, variazioni di sicurezza, note limitative e specifiche per i criteri di rimborso dei farmaci. A ciò si aggiunge il mandato di promuovere la raccolta delle segnalazioni spontanee di reazioni avverse.

Quasi sempre si tratta di professionalità con un bagaglio culturale scientifico, ma raramente di laureati in medicina. Le aziende sanno bene che un messaggio promozionale verrebbe difficilmente digerito attraverso una consulenza "alla pari" e preferiscono sia chiaro fin da subito che l'informazione si limiterà allo specifico del farmaco, senza allargarsi a consigli o suggerimenti sulla diagnosi e sulla terapia.

La loro attività rimane comunque importante nella valutazione generale dell'impatto che un'azienda ha sulla capacità di influenzare le attitudini prescrittive dei medici ed in generale le variazioni di utilizzo dei medicinali nel nostro Paese.

Cogliendo l'opportunità offerta dall'articolo 122 del decreto legislativo 24 aprile 2006, n. 219, che impone alle aziende di comunicare all'Agenzia Italiana del Farmaco (AIFA) il numero degli informatori farmaceutici, insieme ad una serie di altre notizie, abbiamo cercato di quantificare l'attività degli ISF, anche in relazione ad altre misure quali: numero di visite effettuate, numero di medici del Servizio Sanitario Nazionale (SSN) presenti sul territorio, budget aziendale in termini di vendite al SSN (budget SSN).

I dati si riferiscono al 2008 e corrispondono a quanto dichiarato spontaneamente dalle aziende stesse all'inizio dell'anno successivo mentre la qualità del dato ha subito

solo una verifica riguardante gli errori formali. Per semplicità sono state selezionate le prime 30 aziende farmaceutiche sulla base della spesa del SSN sui farmaci. Abbiamo elaborato i dati anche in relazione alla distribuzione a livello regionale (numero medio di visite per operatore sanitario).

I risultati potrebbero apparire scontati ma, a nostro parere, documentano, invece, per la prima volta e sulla base di una fonte sicura, i numeri e la distribuzione degli ISF nel nostro Paese. Si tratta di 28.614 professionisti che hanno prodotto nell'anno 2008 una somma di 7.818.058 visite.

La figura 1 mostra la distribuzione delle visite degli ISF tenendo conto del numero dei medici convenzionati SSN (ospedalieri e del territorio) che operano nelle diverse regioni. Risulta evidente che generalmente ogni medico prescrittore ha ricevuto circa una visita settimanale da parte di un ISF. Questo dato è probabilmente differente tra i medici di medicina generale o i pediatri di libera scelta rispetto ai medici SSN che operano in strutture ospedaliere.

Le figure successive (figure 2 e 3) associano il numero degli ISF e le loro visite al budget SSN, nel tentativo di misurare quantitativamente l'impatto di questi due fattori

Abbiamo cercato di quantificare l'attività degli ISF, anche in relazione ad altre misure quali: numero di visite effettuate, numero di medici presenti sul territorio, budget aziendale.

(numero-informatori e numero-visite) sul consumo dei farmaci e di verificare se le variabili considerate sono correlate o meno.

Una correlazione, in effetti, risulta in tutti i casi ed è positiva e significativa nell'associare la quantità degli ISF e delle visite effettuate al volume di vendita delle aziende al SSN. Tra le due analisi, che rispettivamente associano il numero degli ISF e quello delle visite al budget SSN, la prima

Figura 1. Numero di visite effettuate dagli ISF per ogni medico convenzionato con il SSN presente nella regione.

I risultati potrebbero apparire scontati ma, a nostro parere, documentano, invece, per la prima volta e sulla base di una fonte sicura, i numeri e la distribuzione degli ISF nel nostro Paese.

sembra reggere con maggior forza l'associazione. Il dato, non precedentemente documentato, dimostra che "tanti più informatori" o "tante più visite degli stessi presso i medici" sono parametri associabili ad una maggiore capacità delle aziende di vendere medicinali al SSN.

Un limite di tale analisi è quello di non aver pesato i dati anche per il numero ed il tipo di medicinali presentati dal campione delle aziende.

In ogni caso, il risultato è interessante in quanto rappresenta un definitivo sostegno ad un'ipotesi, fino ad oggi solo stimata, riguardo al peso degli informatori nell'influenzare la capacità di vendita delle aziende.

Una ulteriore valutazione ha associato il totale delle visite alla spesa SSN su base regionale. La figura 4 mostra i numeri delle due variabili con diversa scala sullo stesso grafico.

È sufficiente esaminare la variabilità dei due dati (visite ISF e spesa regionale SSN) per vedere che l'andamento è sostanzialmente sovrapponibile. Tale osservazione non ha quindi bisogno di una pesatura per popolazione per fare pensare ad una possibile associazione tra i due fattori.

In conclusione, possiamo affermare con ragionevole sicurezza che l'ISF ancora rappresenta nel nostro Paese un elemento molto importante nel condizionare la spesa farmaceutica.

Infatti, il medico dispone sempre maggiormente di nuovi strumenti informativi che di fatto competono con

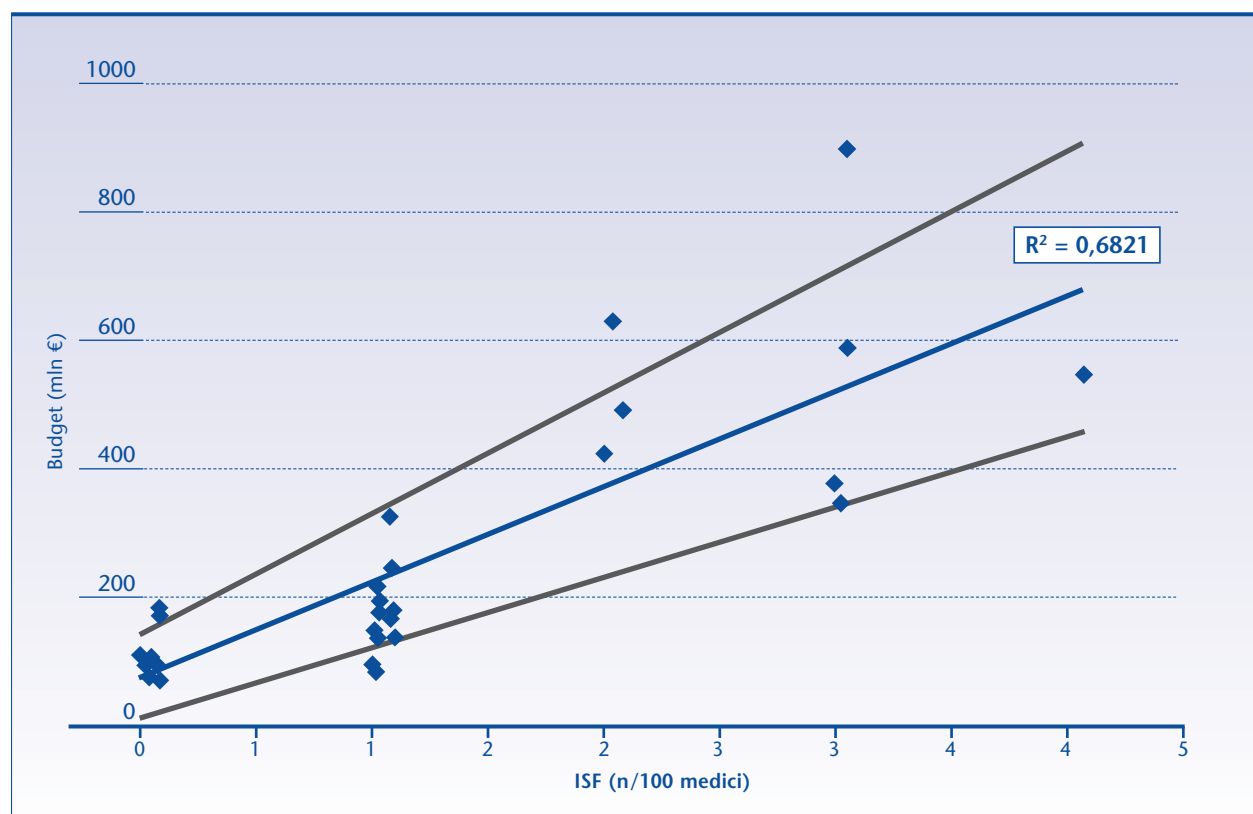
il rapporto *face to face* dell'informatore per l'aggiornamento del prescrittore circa il corretto utilizzo dei medicinali: internet, nuove banche dati aggiornate in tempo reale, formazione a distanza *on line*, sono solo alcuni degli attori che offrono, almeno apparentemente, una superiore efficienza.

È probabile però che la capacità di incidere sulle attitudini prescrittive e distributive dei medici e dei farmacisti rimanga ancora molto legata alla presenza di un operatore dedicato che rappresenti e promuova i medicinali di ogni singola azienda. **bif**

Per approfondire

1. Gruppo di lavoro OsMed. L'uso dei farmaci in Italia. Rapporto nazionale anno 2008. Roma: Il Pensiero Scientifico Editore, 2009.
2. Castells M. L'età dell'informazione. Milano: Feltrinelli, 2001.
3. Gray M. Viva the Revolution! Health Infor Libraries J 2008; 25 (Suppl. 1): 96-8.

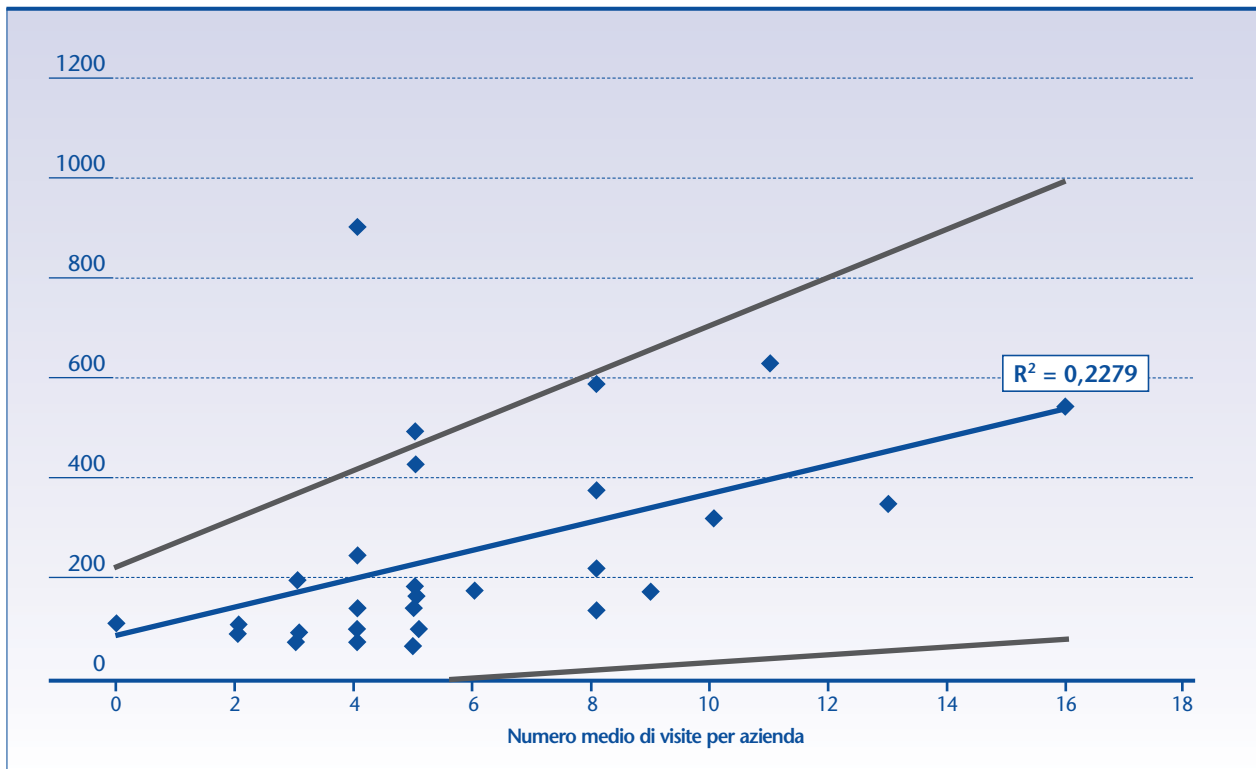
Figura 2. Relazione tra il numero degli ISF (per ogni 100 medici) e budget delle relative aziende*.



Le rette di colore grigio individuano l'intervallo di confidenza al 95% (IC 95%).

*Sono stati presi in considerazione i dati relativi ad un campione delle trenta aziende con budget SSN maggiore.

Figura 3. Relazione tra il numero medio di visite per azienda e relativo budget*.



Le rette di colore grigio individuano l'intervallo di confidenza al 95% (IC 95%).

*Sono stati presi in considerazione i dati relativi ad un campione delle trenta aziende con budget SSN maggiore.

Figura 4. Rapporto tra spesa farmaceutica regionale (classe A-SSN) e numero di visite totali per regione degli ISF.

