**Comunicato stampa**

**FARMACI EQUIVALENTI: UNA NUOVA CAMPAGNA PER SOSTENERNE LA CRESCITA**

*Teva Italia torna in farmacia con un’iniziativa di informazione e sensibilizzazione sull’importanza dei farmaci equivalenti.*

**Assago, 13 febbraio 2019 –** Nel nostro Paese **la cultura sugli equivalenti è ancora scarsa:** eppure il tema è quanto mai importante dal momento che il loro sotto-utilizzo aumenta la spesa a carico dei cittadini, riduce la compliance e peggiora gli esiti di salute nei pazienti cronici. Negli anni l’informazione non è mancata ma, alla luce del fatto che **alla base di quest'anomalia tutta italiana c'è una combinazione di pregiudizi difficili da superare**, la corretta informazione è l’unico strumento efficace per indurre un cambio di rotta.

A tal fine, **Teva Italia quest’anno torna a parlare di farmaci equivalenti con una campagna di comunicazione veicolata** anche **in farmacia**, con l’obiettivo di parlare al pubblico di farmaci equivalenti in modo differenziante, così da scalfire i preconcetti che le persone hanno ancora nei confronti di questa tematica. La volontà è sempre quella di fornire **un’informazione autorevole e certificata** che dia rassicurazioni sulla qualità e sulla provenienza del prodotto, conferme sulla serietà delle aziende produttrici e, soprattutto, spiegazioni dettagliate, utilizzando però un linguaggio semplice e diretto, di facile comprensione per tutti. Il claim di riferimento per la campagna, “**Farmaci equivalenti Teva. Fatti bene, fatti pensando a te”**,vuole proprio trasmettere sicurezza e vicinanza alle persone. Il messaggio principale vuole rassicurare sul fatto che Teva Italia si impegna per *aiutare le persone a sentirsi meglio ogni giorno* e lo dimostra producendo farmaci di alta qualità. **Al centro dell’attenzione dell’azienda**, dunque, **c’è la salute e il benessere delle persone che ogni giorno assumono i suoi farmaci.**

Tra i materiali pensati per la campagna, un **opuscolo informativo** destinato al pubblico e **distribuito in oltre 4.800 farmacie** in tutta Italia. Sfogliandolo, i cittadini potranno avere risposta alle 12 più frequenti domande che spesso vengono poste in merito ai farmaci equivalenti. Per maggiori informazioni sulla campagna e sull’opuscolo, consultare la pagina https://www.tevaitalia.it/it/italy/our-products/article-pages/patient-medication2/.

“*Teva da sempre è impegnata nella realizzazione di progetti concreti che mettono al centro il paziente e questa iniziativa conferma il nostro essere a fianco della Farmacia a favore del paziente*“, spiega **Salvatore Butti, Business Unit Generics, OTC & Portfolio Senior Director di Teva Italia**. “*Una delle principali ragioni per cui le persone limitano le cure è il fattore economico e il farmaco equivalente ha un ruolo fondamentale. Un esempio: se non fossero stati introdotti vent’anni fa, oggi sarebbero necessari, su base annua, 4 miliardi di euro in più per poter dare lo stesso accesso alla salute che oggi il nostro Sistema Sanitario garantisce a tutti. Allo stesso tempo, il farmaco equivalente contribuisce a liberare risorse per introdurre farmaci innovativi. Siamo ancora lontani dalle performance di molti Paesi europei, ma il trend è in continua crescita e con questa campagna vogliamo contribuire alla crescita della cultura del farmaco equivalente*”.

Una cultura ancora frammentaria, come rivelano i dati più recenti. I farmaci equivalenti crescono, ma lo fanno lentamente anche se in modo costante. Nei primi nove mesi del 2018 hanno rappresentato **il 22,1% del totale del mercato farmaceutico a volumi** nel canale farmacia e il 13,5% a valori. Una performance positiva rispetto ai primi nove mesi del 2017 (tutte le classi), del 2,8% a unità e del 9,7% a valori, a fronte di un rallentamento del mercato farmaceutico complessivo (-0,5% a unità, -1,4% a valori), determinato dall’arretramento dei brand a brevetto scaduto (-1,4% a unità e -3,2% a valori). Prendendo in esame le aree geografiche, **il consumo degli equivalenti di classe A si concentra soprattutto al Nord** (36,7% a unità; 27,5% a valori), mentre restano distanziati il Centro (27,1%; 20,7%) e il Sud Italia (21,8%; 16,5%)[[1]](#footnote-1).

E cosa avviene negli altri Paesi europei? I farmaci generici **nella Ue hanno rappresentato nel 2016 il 54% a volumi** e il 21% a valori: grazie alla loro introduzione ed al loro incremento si generano risparmi per i vari sistemi sanitari europei complessivamente per circa 35 miliardi annui. Al primo posto, per consumo, troviamo la Germania con oltre il 70%, a seguire Regno Unito, Paesi Bassi e Danimarca con il 60%. L'Italia quindi è penultima con poco più del 20%[[2]](#footnote-2).

Un quadro che fa comprendere quanta strada ci sia ancora da fare in Italia e quanto le campagne informative rivolte al pubblico, come quella appena lancia da Teva, siano ancora necessarie per aumentare la consapevolezza tra i cittadini su questa tematica.

**Per informazioni**:

Ufficio stampa **Value Relations** tel. 02 2042491

Marianna Cerina – m.cerina@vrelations.it

Laura Costanzo – l.costanzo@vrelations.it

Cristina Depaoli – c.depaoli@vrelations.it

**Teva**

*Teva Pharmaceutical Industries Ltd. (NYSE e TASE: TEVA) è una delle principali aziende farmaceutiche mondiali che offre soluzioni di cura di alta qualità e su misura a milioni di pazienti. Con sede in Israele, Teva è il più grande produttore di farmaci equivalenti al mondo e, grazie al suo portfolio di oltre 1.800 molecole, produce una vasta gamma di farmaci equivalenti per quasi tutte le aree terapeutiche. Nel settore dei farmaci specialistici, Teva è leader mondiale nel trattamento innovativo dei disturbi del sistema nervoso centrale, tra cui il dolore, e un ampio portafoglio di prodotti nell’area respiratoria. Teva, grazie alla divisione Ricerca e Sviluppo, integra le proprie competenze nel campo dei farmaci equivalenti e specialistici per fornire nuove risposte ai bisogni insoddisfatti dei pazienti coniugando lo sviluppo di farmaci, dispositivi, servizi e tecnologie. Il fatturato netto di Teva ha raggiunto 22,4 miliardi di dollari nel 2017.*

*Per ulteriori informazioni www.tevapharm.com e* [*www.tevaitalia.it*](http://www.tevaitalia.it)*.*

1. Fonte: Centro Studi Assogenerici – Dati gennaio-settembre 2018 [↑](#footnote-ref-1)
2. Fonte: Centro Studi Assogenerici [↑](#footnote-ref-2)