



Comunicato stampa

Roma, 11 maggio 2016

**“Io equivalgo”. Presentata a Roma la campagna di informazione sui farmaci equivalenti promossa da Cittadinanzattiva-Tribunale per i diritti del malato**

**Una campagna di sensibilizzazione, coinvolgimento e partecipazione sui farmaci equivalenti, che sgombri il terreno dai falsi miti, favorisca una informazione corretta per avere un rapporto più consapevole con i farmaci e che conti su una stretta collaborazione tra cittadini, istituzioni, operatori sanitari e imprese.**

**E' questo il senso della campagna “IoEquivalgo”, promossa da Cittadinanzattiva-Tribunale per i diritti del malato con il sostegno non condizionato di Assogenerici, presentata questa mattina a Roma, e nata per informare i cittadini dell'opportunità di risparmio a parità di qualità, efficacia e sicurezza offerta dai farmaci equivalenti (fascia A e C a totale carico del cittadino), promuovere la conoscenza della lista di trasparenza dei farmaci e la consapevolezza dei cittadini, garantire il diritto ad informazioni semplici, utili e corrette per scelte oculate, nonché offrire strumenti pratici e consigli utili per essere più proattivi nei confronti del farmacista e del medico.**

La campagna si sostanzierà nell'uso di strumenti tradizionali, come affissioni, un “villaggio” dedicato al tema e animato da nostri volontari e professionisti della sanità, e che tra fine maggio 2016 e ottobre toccherà 12 città, e leaflet distribuiti capillarmente dalle sedi del Tribunale per i diritti del malato, negli studi dei medici di famiglia, nelle farmacie, nelle sedi dei partner del progetto. Le città sono: Chieti, Campobasso, Asti, Caltanissetta, Perugia, Salerno, Senigallia, Fiuggi, Udine, Vicenza, Taranto, Crotone. Prima tappa il prossimo 28 maggio a Fiuggi in occasione della III Festa per la lotta agli sprechi SPREK.O.

Ci sarà inoltre un ampio utilizzo di strumenti digitali quali un sito dedicato, [www.ioequivalgo.it](http://www.ioequivalgo.it), attività digitali sui diversi social media, e una campagna advertising online basata su uno spot di 30”, nonché una intensa attività di ufficio stampa. Accanto a questo, è stata realizzata l' app ioequivalgo in ambiente IOS e Android, realizzata da Farmadati, attraverso la quale è possibile avere informazioni sempre aggiornate sul costo del farmaco “di marca” e del relativo equivalente quando disponibile. Questo vale sia per i farmaci erogati gratuitamente dal SSN (fascia A), sia per quelli che sono interamente pagati dai cittadini (fascia C).

“Crediamo che questa campagna sia importante per molti aspetti”, ha dichiarato Antonio Gaudio, segretario generale di Cittadinanzattiva, “anzitutto per favorire la trasparenza delle politiche dei prezzi, la sostenibilità della spesa per le famiglie e del Servizio Sanitario Nazionale, e per la riduzione degli sprechi derivanti dalla mancata aderenza terapeutica, dovuta dalla interruzione delle cure per difficoltà economiche”.

“Riceviamo ogni giorno segnalazioni dai cittadini, che mostrano quanto i costi privati per i farmaci stiano diventando pesanti per loro (26,6%), spingendoli in alcuni casi anche a rinunciare alle cure, come accade al 9,5% degli italiani. Anche il Rapporto OSMED 2014 evidenzia che la spesa pro capite per ogni compartecipazione del cittadino è stata di 24,7 euro. Di questi, il 63,6% è per la differenza di prezzo tra il medicinale acquistato e quanto rimborsa il SSN in base alla lista di trasparenza; il 36,4% è per i ticket regionali. Comunque questa spesa è aumentata del 2,6% rispetto all'anno precedente”, dichiara Tonino Aceti, Coordinatore nazionale del Tribunale per i diritti del malato di Cittadinanzattiva. “E' per questo che la nostra iniziativa vuole favorire la trasparenza in pratica: offrire consigli e strumenti semplici da usare per conoscere le possibilità di risparmio. In Italia si può e si deve fare di più per aumentare



l'uso dei farmaci equivalenti e coglierne tutte le opportunità, anche nei casi di indisponibilità o irreperibilità di farmaci”.

“Il nostro obiettivo” dichiara Enrique Häusermann, Presidente di Assogenerici, “è diffondere informazioni corrette sull’efficacia, la sicurezza e la qualità dei farmaci equivalenti, combattendo falsi miti e luoghi comuni”.

La campagna si basa sul concetto che “I farmaci equivalenti contengono lo stesso principio attivo e nella stessa quantità del medicinale di riferimento, rispetto al quale devono avere anche la stessa forma farmaceutica e la stessa via di somministrazione.” *I farmaci equivalenti sono identici agli altri farmaci per qualità, sicurezza ed efficacia. L’unica differenza è che costano meno.*

*Informati su [www.ioequivalgo.it](http://www.ioequivalgo.it) o chiedi al tuo medico di famiglia o al farmacista di fiducia.*

*La salute è un tuo diritto.*

La campagna, multi soggetto, si basa su 4 diverse “declinazioni” di immagine, legate da un filo conduttore, cioè “**lo mi curo...**”, completate da “**anche della pensione**”, “**anche del portafoglio**”, “**non solo dell’aspetto**”, “**non solo della scatola**”.

I protagonisti della campagna, sulla base di contenuti di carattere scientifico, parlano in prima persona perché sono espressione dell’esperienza diretta, nella quale ogni persona può riconoscersi. I soggetti scelti volutamente appartengono a classi di età differenti: dal giovane studente, alla professionista attenta, al manager all’apice della carriera, alla casalinga in pensione. La campagna ha ricevuto il patrocinio dell’Agenzia Italiana del Farmaco e conta sulla collaborazione di: Associazione nazionale Pensionati CIA, AUSER – Associazione per l’invecchiamento attivo, SPI Cgil – Sindacato Pensionati Italiani, Federfarma, FOFI – Federazioni Ordini Farmacisti Italiani, FnOMCEO – Federazione Nazionale degli Ordini dei Medici Chirurghi e Odontoiatri, IPASVI – Federazione Nazionale Collegi Infermieri, SIFACT - Società Italiana di Farmacia Clinica e Terapia, SIFO – Società Italiana di Farmacia Ospedaliera e dei Servizi Farmaceutici delle Aziende Sanitarie, SIGG – Società Italiana di Gerontologia e Geriatria e SIMG – Società Italiana di Medicina Generale e delle cure primarie.

Cittadinanzattiva onlus – ufficio stampa

+390636718.302-.408

3483347608-3483347603

stampa@cittadinanzattiva.it