

La svendita delle associazioni mediche professionali

1. Che cosa sono e che cosa dovrebbero fare

Le associazioni mediche professionali riuniscono insieme i medici della stessa specialità o sub specialità e giocano un ruolo essenziale nel portare ai loro membri la migliore evidenza scientifica sull'efficacia e l'appropriatezza di farmaci, prodotti e procedure.

Da un lato organizzano conferenze, pubblicano riviste, propongono corsi di educazione medica continua e stabiliscono gli standard di diagnosi e di trattamento producendo dettagliate linee guida, dall'altro le associazioni scientifiche seguono un'agenda pubblica, occupandosi degli interessi particolari dei pazienti, dei propri membri e della stessa società scientifica.

Per tutti questi motivi, sia i medici che il pubblico si basano sulle associazioni scientifiche per avere raccomandazioni e informazioni basate sull'evidenza.

2. Passando dalla teoria alla pratica...

Dopo il dentifricio consigliato dall'Associazione dei dentisti, il sapone intimo approvato dall'Associazione Ostetrici e Ginecologi Italiani, l'acqua promossa dall'Associazione Italiana Donne Medico, nel 2007 arrivava l'uovo avallato dalla FIMP. All'epoca, l'associazione cui aderisce circa il 90% dei medici pediatri convenzionati con il SSN, usava la propria sigla per una campagna pubblicitaria: "Ovito, l'unico uovo approvato dalla Federazione Italiana di Medici Pediatri." L'uovo veniva proposto unitamente al logo "approvato dalla FIMP" (1). L'ovvio dubbio che si insinuava è che ne derivasse un interesse economico. Nel gennaio 2008 la FIMP farà marcia indietro e ammetterà che si trattava di un messaggio fuorviante, ma questo non basterà a risparmiare all'associazione una multa di 300.000 euro per "pratica commerciale scorretta" (2).

L'ultima perla è però di questi giorni (3) e riguarda *"la FIMMG, la Federazione Italiana dei Medici di Medicina Generale, che ha stretto una partnership con Uliveto-Rocchetta "Acque della salute". In cambio di supporto alle attività associative e sindacali dei medici in formazione specialistica ... attraverso l'erogazione di borse di studio ai giovani medici in formazione... viene chiesto agli associati, se non crea difficoltà, di esporre nella sala d'attesa il poster Educazionale "Insieme per la salute della famiglia" realizzato in collaborazione con Uliveto-Rocchetta. Tralasciando il fatto che forse i medici di medicina generale potrebbero piuttosto esporre un bel manifesto con una brocca d'acqua di rubinetto, l'aspetto ridicolo dell'iniziativa riguarda la ruffa che premia chi espone il poster. Continuo citando l'iniziativa: "Per ringraziare della disponibilità, Uliveto-Rocchetta metterà in palio, fra tutti coloro che avranno deciso di esporre il poster, 100 crociere per 2 persone nell'arcipelago toscano sul veliero "La signora del vento".*



3. Qual è il problema?

Con il potere del portafoglio, le aziende esercitano un sottile (ndr: neanche tanto) controllo sulla comunicazione della società e sulla pratica dei suoi specialisti. Il controllo dell'industria porta a limitare le attività svolte dalle società verso quelle inerenti farmaci costosi. Il controllo da parte dell'industria sugli opinion leaders della società aumenta ulteriormente la sua influenza sulla società. Questo controllo minimizza la prevenzione e l'utilizzo delle misure di sanità pubblica nella pratica

medica, eccetto quelle correlate all'uso di farmaci. Fornendo fondi alle società, le aziende hanno come risultato un considerevole impatto sulla politica e sui programmi educazionali di queste associazioni.

Le società scientifiche presentano nei propri giornali i prodotti dell'industria e le sue iniziative; pubblicano studi sui farmaci svolti dall'industria; ne raccomandano i prodotti nelle proprie linee guida; raramente si occupano di temi di salute pubblica e approcci alla salute alternativi al farmaco. Facciamo un esempio tratto da una delle più prestigiose società scientifiche, l'American College of Cardiology: sfogliando il programma di un convegno annuale della società, sono oltre 350 le industrie presenti a promuovere i loro prodotti. Tra le 250 sessioni scientifiche programmate c'erano solamente due sessioni sulla prevenzione delle malattie cardiovascolari, ma:

- nessuna sessione su temi di sanità pubblica in cardiologia;
- nessuna sessione riguardanti altre professionalità aventi un ruolo in cardiologia;
- nessuna sessione su temi inerenti l'economia o l'epidemiologia;
- nessuna sessione sulla mancanza di accesso delle minoranze alla cardiologia;

Poiché la maggior parte delle malattie cardiovascolari negli USA è il risultato di problemi prevenibili (dieta scadente, mancanza di esercizio e di trattamento dei fattori a rischio) che potrebbero essere meglio affrontati utilizzando approcci di sanità pubblica con strategie di popolazione, non è sorprendente che questi argomenti ricevano una così limitata copertura in un convegno di cardiologi? Neanche a dirlo, la maggior parte delle conferenze programmate è sull'uso di compresse, devices e procedure per diagnosticare e trattare le malattie cardiache (4).

4. Conclusione

Forse non guasta ricordare che le aziende operano seguendo l'etica degli affari, mentre i medici e le loro società dovrebbero essere guidati dall'etica medica.

Dato che la salute deve essere accuratamente distinta dal marketing e dalla promozione, il problema del conflitto di interessi delle società professionali ha una rilevanza eccezionale ed è quindi cruciale che le società professionali abbiano linee guida che gestiscano i conflitti di interesse reali e/o percepiti (5).

Per finire, una proposta banale: visto che la trasparenza – qual è l'entità del finanziamento e come viene destinata nei dettagli – non sembra possibile e comunque non è sufficiente a eliminare i conflitti di interesse, le associazioni scientifiche dovrebbero lavorare per bandire completamente il finanziamento delle aziende (5).

Luca Iaboli,
medico Emergenza-Urgenza Pavullo nel Frignano (Mo)

Bibliografia

1. Agenzia stampa AGI (2008) "I pediatri sponsorizzano l'uovo: è polemica." Corriere della Sera. http://www.corriere.it/cronache/08_gennaio_04/uovo_pediatri_polemica_consumatori_9026d066-bae2-11dc-9246-0003ba99c667.shtml
2. Lai V (2008) "Uova: Adiconsum fa sanzionare le Ovito" <http://www.agoramagazine.it/agora/spip.php?article4167>
3. Tratto da una mail con cui il presidente FIMMG invita gli associati a partecipare all'iniziativa. Informazioni su <http://www.acquedellasalute.it/>
4. Lawrence Grouse "Physicians for Sale: How Medical Professional Organizations Exploit Their Members" MedScape Today. <http://www.medscape.com/viewarticle/577178>
5. Rothman DJ, McDonald WJ, Berkowitz CD et al. "Professional Medical Associations and Their Relationships With Industry: A Proposal for Controlling Conflict of Interest" JAMA 2009;301(13):1367-1372