

15 marzo 2016 14:17

## **USA: Farmaci. Pubblicità sotto la lente della Fda**

Pubblicità dei farmaci 'sotto la lente' delle autorità degli Stati Uniti, dove sono ammessi spot e promozioni di medicinali anche con obbligo di ricetta. La Food and Drug Administration (Fda) ha intenzione infatti di indagare sulle 'sfumature' delle pubblicità 'direct-to-consumer', studiando in particolare l'effetto del testo che appare in sovraimpressione negli annunci televisivi o sui giornali, così come la percezione del consumatore dei personaggi animati che spesso sono protagonisti dei filmati. Sul progetto, l'ente ha chiesto il parere del pubblico, sulla base del quale deciderà se procedere o meno con l'indagine. Un esempio di testo in sovraimpressione è presente in un recente spot della Bristol-Myer Squibb sul farmaco contro il cancro Opdivo\* - ricorda 'MedicalMarketingMedia' - in cui su un grattacielo appare la scritta 'A chance to live longer', ossia 'Una possibilità di vivere più a lungo'. La Fda vuole approfondire l'impatto di messaggi di questo genere, poiché ritiene che non sia chiaro se i risultati di studi precedenti, effettuati negli anni '80 e '90, su materiale testuale (che avevano messo in luce il fatto che le 'scritte' in carattere grande sono associate a tassi superiori di comprensione) si possano estendere sugli spot televisivi e siano applicabili quando la visualizzazione del materiale promozionale avviene utilizzando le tecnologie più moderne, come i tablet.

Secondo l'Agenzia Usa, inoltre, le ricerche precedenti sono state condotte su popolazioni (come gli studenti universitari) che non sono rappresentative dei consumatori di farmaci. Sotto la lente della Fda sarà anche l'uso di personaggi animati negli spot, come ad esempio l'intestino che cammina utilizzato nello spot del farmaco Xifaxan trasmesso durante il Super Bowl. La Fda scrive infatti che queste raffigurazioni possono interferire con la comunicazione del messaggio. Le proposte della Fda giungono in un momento difficile per il mondo della pubblicità dei farmaci. Alcuni senatori hanno presentato delle proposte di legge che la ostacola e a novembre, la più grande società scientifica degli Stati Uniti, l'American Medical Association, ha votato a favore del divieto di spot a titolo definitivo.