

Matteo Bessone

La pandemia ha fatto crescere la domanda globale di psicofarmaci.  
Un'opportunità d'oro per il marketing delle aziende farmaceutiche

**La salute mentale della popolazione è entrata, con la pandemia, al centro dei discorsi politici e sanitari sulla salute pubblica a livello globale e nazionale.** Già a gennaio 2020 era stata inserita in un punto dell'agenda del *World Economic Forum*. **L'impatto della pandemia ne ha accresciuto la rilevanza pubblica e l'interesse strategico per molti attori, pubblici e privati.** In questa direzione non stupisce lo svolgimento dell'"Evento Speciale", interamente dedicato alla Salute Mentale, che ha preceduto il G20 dei Ministri della Salute a Roma e, su scala nazionale, la realizzazione della [Conferenza Nazionale per la Salute Mentale](#) [1]. Insieme alle genuine preoccupazioni per la salute dei popoli, gli interessi commerciali degli attori privati nei confronti di un campo tanto ricco di potenzialità di profitto è un dato di fatto che, come sottolinea Saraceno[2], interroga le rivendicazioni di "maggiori investimenti in salute mentale". Tali interessi, se misconosciuti, ostacolano un dibattito aperto e rigoroso sulle criticità e le contraddizioni delle pratiche di cura reali, anche alla luce della connaturata fragilità epistemologica della psichiatria[3] e dell'influenza degli attori commerciali nel processo di produzione di conoscenza e dei trattamenti[4], rischiando di riprodurre sistemi di cura malsani.

**Dal 1992, il 10 Ottobre, si celebra la Giornata Mondiale della Salute Mentale per aumentare la consapevolezza di cittadini e governi sui problemi di salute mentale,** mobilitare gli sforzi collettivi a sostegno del benessere delle persone, promuovere azioni di *advocacy* e lotta allo stigma. In Italia, **quest'anno come lo scorso, la giornata è stata utilizzata dalla multinazionale danese Lundbeck, specializzata in farmaci psicotropi, per promuovere la campagna "Insieme per la salute mentale"** con la partecipazione di molte società scientifiche, associazioni di utenti e testimonials, numerose iniziative in molti territori e grande risonanza mediatica [5]. La competizione della Lundbeck nel mercato degli psicofarmaci le è costata una multa da 93 milioni di euro dalla Commissione Europea per sei accordi stipulati con alcune società per ritardare l'immissione sul mercato di farmaci equivalenti (*pay-for-delay*) alla sua molecola citalopram[6]. Tale condotta non costituisce un'eccezione: Lundbeck ha violato le norme per i contenuti pubblicitari in Gran Bretagna[ 7], subito la revoca di un brevetto per difetto del requisito di novità[6] e Gøtzsche avanza ragionevoli dubbi circa la falsificazione di dati relativi all'efficacia, per escitalopram e citalopram in adolescenti e adulti, e al rischio suicidario in bambini che assumevano i suoi antidepressivi[8].

**La pandemia costituisce un'opportunità d'oro per le aziende farmaceutiche, dotate di potenti strategie di marketing, confermata dalle previsioni di crescita del mercato globale degli antidepressivi** [9]. Per aumentare le vendite, le campagne di sensibilizzazione e consapevolezza, moltiplicate negli Stati Uniti da 44 a 401 con un aumento di spesa da 177 a 430 milioni di dollari [10], rappresentano da sempre una strategia chiave delle aziende che possono però erroneamente indurre a scambiare le informazioni sulla "malattia" con i benefici dei farmaci [11][12], a fenomeni di ipermedicalizzazione e sovratrattamento[13] e un aumento ingiustificato delle domande di prescrizioni dei cittadini[14]. Con la pandemia, il marketing sanitario, farmaceutico e medico si è spostato sui social network[15]. Facebook costituisce la piattaforma privilegiata[16]. Non a caso Lundbeck, preceduta da qualche mese da Janssen, ha aperto una pagina FB per "sensibilizzare" sui temi relativi al disagio mentale, in particolare per la diagnosi di depressione[17] e la campagna si è svolta principalmente su questa piattaforma.

**In Italia non è possibile fare pubblicità diretta presso il consumatore e le aziende devono trovare modalità promozionali indirette** per cambiare percezione sociale e atteggiamento dei cittadini/consumatori verso il proprio disagio e aumentare le vendite: è evidente la natura commerciale della campagna, di marketing più che sensibilizzazione, promossa da Lundbeck. Dal sito dell'azienda (che come molte aziende spende più in marketing che in ricerca[18]) emerge che ogni società scientifica e molte delle associazioni che hanno partecipato alla campagna nel 2020 hanno ricevuto finanziamenti l'anno precedente[19].

**Due punti da evidenziare.**

**Il primo è relativo al processo attraverso cui Lundbeck riesce a mobilitare le forze rappresentate e mosse dell'associazionismo, strumentalizzandone le rivendicazioni per il diritto alla salute mentale al servizio dei propri obiettivi commerciali.** Come sostiene l'azienda, per realizzare i propri "imperativi strategici"[18], "espandere ed investire per la crescita", "mantenere l'attenzione sulla redditività" ed "espandere spazi operativi"[18] occorre "lavorare a stretto contatto con la comunità dei pazienti" e "coinvolgerli nella nostra catena del valore": "una Salute Mentale che sia per tutti non può prescindere dalla collaborazione di tutte le parti coinvolte"[20]. Per questo ogni anno Lundbeck organizza, con i gruppi di *advocacy* e le associazioni, [#1voicesummit](#)[21], una giornata che promuove la collaborazione con la comunità globale di *advocacy* per raggiungere due obiettivi chiave della multinazionale: salute del cervello e leadership nelle neuroscienze. L'appuntamento, formalmente, serve per "trovare nuovi modi per amplificare la voce delle persone con esperienze vissute di malattie cerebrali"[21] e oltre 80 associazioni da quasi 20 paesi hanno partecipato all'edizione del 2021. Sostanzialmente

invece getta le basi affinché la società civile e le associazioni di pazienti e familiari diventino portavoce e amplificatori dei messaggi interiorizzati medicalizzanti funzionali al profitto dell'azienda che ne incorpora le spinte al cambiamento.

**Il secondo punto è relativo ai contenuti diffusi che, seppur idealmente condivisibili, costituiscono praticamente tasselli funzionali alle finalità commerciali da cui derivano.** La "lotta allo stigma e alla discriminazione", nella concezione veicolata e consultando i report dell'azienda, non è lotta radicale all'esclusione, talvolta riprodotta dai servizi, fondata su una concezione ampia che si snoda attraverso diritti e cittadinanza, ma funzionale alla rimozione delle barriere "psicologiche" che ostacolano l'identificazione dei cittadini con l'identità di malati, all'accettazione e adesione al trattamento. L'"accessibilità" non è accesso ad un sistema di cure universalista, capace di erogare omogeneamente percorsi di cura efficaci, appropriati, sobri, rispettosi e centrati sui bisogni psicosociali, ma ridotta a **rivendicazione per il consumo di un trattamento farmacologico**. L'analogia tra malattia fisica e mentale, che promuove il superamento dello stigma, suggerisce immediatamente un'analogia nel trattamento di problemi fisici e disagio mentale le cui cause e rimedi vengono ridotti al livello cerebrale, naturalizzando categorie nosografiche socialmente prodotte, riproducendo la realtà sociostorica in cui viene generata la sofferenza e, soprattutto, indicando la necessità di trattamenti permanenti.

La Giornata Mondiale per la Salute Mentale rappresenta un'occasione unica per portare al centro del dibattito collettivo la salute mentale della popolazione e gli ostacoli al suo raggiungimento ma gli attori commerciali hanno immensi interessi nel promuovere solo particolari azioni di sensibilizzazione.

**La pandemia ha certamente messo a dura salute mentale e benessere dei cittadini, soprattutto i più svantaggiati, e il funzionamento del SSN già pesantemente sottofinanziato.** Tale definanziamento in "salute mentale" concorre a determinare, con presenti ma poco significative eccezioni, servizi scarsamente accessibili spesso più cronicizzanti che riabilitanti, con uno sbilanciamento verso uno vetero-fordista dei farmaci che ne aumenta il rischio di inappropriata[22]. Ad esempio è lecito domandarsi quale siano cause, senso e implicazioni del fatto che tra gli under 17, una delle fasce di popolazione con maggior peggioramento delle condizioni di benessere per via delle chiusure scolastiche, nel 2020 gli antipsicotici siano stati i farmaci con l'aumento maggiore delle prescrizioni (+17,2%) rispetto all'anno precedente[23]. Per quanto talvolta necessari, il profilo favorevole del consumo di molti farmaci, se protratto, può diventare sfavorevole, causando molti e durevoli danni[24]. Le attuali pratiche prescrittive, corrispondenti

raramente alle indicazioni della ricerca [3], costituiscono una delle criticità dell'offerta di cura[25], al centro di un aperto dibattito e pesantemente influenzate tanto dall'atteggiamento e pressioni della società civile, quanto dalle politiche sanitarie pubbliche che dagli interessi degli attori privati.

**Tale dibattito, pericoloso per gli interessi economici dei produttori e di vitale importanza per la salute pubblica, viene offuscato dallo slancio di genuina partecipazione di chi ha aderito alla campagna di Lundbeck**, diffondendola, ostacolando il processo di cambiamento verso una maggior appropriatezza prescrittiva e l'introduzione di pratiche deprescrittive indicato da numerosissimi soggetti. Si tratta di una moltitudine frammentata di movimenti politici, di utenti, familiari, professionisti e ricercatori, come ad esempio l'IIPDW[26] che, dal livello globale a nazionale, non hanno ancora la forza o la lungimiranza necessarie per dispiegare campagne di sensibilizzazione e che, mettendo in luce limiti e rischi di un certo uso dei farmaci, si muove in direzione opposta a quella determinata dagli obiettivi commerciali delle aziende produttrici, nella ferma convinzione che il diritto alla salute, fisica e mentale, non sia ostacolato dalla scarsità di trattamenti farmacologici, semmai dal suo contrario.

**Non possiamo lasciare che l'immaginario collettivo e lo spazio pubblico, di opinione e iniziativa, anche durante ricorrenze significative come quella del 10 Ottobre, vengano colonizzati da campagne di marketing** promosse da attori commerciali dal dubbio profilo legale e morale, nè che la partecipazione della società civile si trasformi in uno strumento per la globalizzazione degli aspetti deteriori del paradigma biomedico[2][3][27]. Portare la salute mentale della popolazione al cuore del dibattito pubblico significa, come afferma Pūras[28], promuovere lo spostamento da un paradigma centrato sullo "squilibrio chimico" ad uno capace di comprendere gli "squilibri di potere".

Matteo Bessone, Sportello TiAscolto.

#### Bibliografia

[1] Si veda l'analisi delle iniziative parlamentari dei gruppi politici su <https://www.fbassociati.it/fragilita-e-salute-mentale-unoccasione-per-la-politica/>

[2]Saraceno B.(2018), *Che cosa è oggi la psichiatria? Luci e ombre della global mental health*, la Rivista delle Politiche Sociali / Italian Journal of Social Policy, disponibile su : [http://www.triestementalhealth.org/wp-content/uploads/2019/02/Riv-Politiche-Sociali\\_-Saraceno.pdf](http://www.triestementalhealth.org/wp-content/uploads/2019/02/Riv-Politiche-Sociali_-Saraceno.pdf)

- [3] Saraceno B. (2017), *Sulla povertà della psichiatria*. DeriveApprodi.
- [4] Krieger N. (2011), *Epidemiology and the people's health: theory and context*. Oxford University Press, New York 2.
- [5] Qui si può trovare il sito della campagna "insieme per la salute mentale" (<https://insiemeperlasalutementale.it/>), ripresa da moltissime agenzie stampa nazionali, ad esempio Androkronos ([https://www.adnkronos.com/insieme-per-salute-mentale-campagna-contro-il-pregiudizio\\_7yQkn6o5ObxSqUIlqYrkp/](https://www.adnkronos.com/insieme-per-salute-mentale-campagna-contro-il-pregiudizio_7yQkn6o5ObxSqUIlqYrkp/)), e testate, ad esempio Repubblica ([https://www.repubblica.it/salute/dossier/medtalk/2020/10/08/news/giornata\\_mondiale\\_della\\_salute\\_mentale\\_parliamone\\_insieme-269879110/](https://www.repubblica.it/salute/dossier/medtalk/2020/10/08/news/giornata_mondiale_della_salute_mentale_parliamone_insieme-269879110/))
- [6] Il comunicato stampa della Corte di Giustizia Europea del 25 Marzo 2021 (<https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2021-03/cp210049en.pdf>) che sancisce la chiusura definitiva dell'iter legale iniziato nel Giugno 2013, in seguito alla decisione della Commissione Europea ([https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec\\_docs/39226/39226\\_8310\\_11.pdf](https://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39226/39226_8310_11.pdf))
- [7] <https://www.theguardian.com/media/2003/apr/30/advertising.medicineandhealth>
- [8] Gøtzsche P., (2017) *Psichiatria letale e negazione organizzata*, Fioriti Editore.
- [9] Si vedano i molti report sul mercato degli antidepressivi, ad esempio: <https://www.alliedmarketresearch.com/antidepressants-drugs-market> o <https://www.fortunebusinessinsights.com/antidepressants-market-105017>
- [10] Schwartz L. M. & Woloshin S. (2019), *Medical marketing in the United States, 1997-2016*. *Jama*, 321(1), 80-96.
- [11] Aikin K. J. et al. (2016), *Disease information in direct-to-consumer prescription drug print ads*. *Journal of health com*, 21(2), 228-239.
- [12] Sullivan H. W. et al. (2016), *Are disease awareness links on prescription drug websites misleading? A randomized study*. *Journal of health communication*, 21(11), 1198-1207.
- [13] Moynihan R. et al. (2002), *Selling sickness: the pharmaceutical industry and disease mongering* *Commentary: Medicalisation of risk factors*. *Bmj*, 324(7342), 886-891.
- [14] Kravitz R. L. et al. (2005), *Influence of patients' requests for direct-to-consumer*

*advertised antidepressants: a randomized controlled trial.* Jama, 293(16), 1995-2002.

[15] <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/03/03/facebook-pharma-ads/>

[16] Si veda il rapporto Klick Health & Wego Health

<https://www.klick.com/health/wp-content/uploads/2019/11/KLICK-WEGO-DTC-2019-1.1-web.pdf>

[17] “BrainTalk Italia” è la principale pagina Facebook in Italia gestita direttamente da Lundbeck, “Abcdepressione” la pagina gestita da Janssen che riprende una campagna di sensibilizzazione largamente diffusa da molti media

[18] Johnson e Johnson, ad esempio, nel 2014, spese complessivamente 6,2 miliardi di dollari in ricerca e 21,9 miliardi per marketing e vendita

([https://www.investor.jnj.com/\\_document/2014-annual-report?id=00000167-846a-d91b-aff7-9d7f88720001](https://www.investor.jnj.com/_document/2014-annual-report?id=00000167-846a-d91b-aff7-9d7f88720001)).

Per l'anno 2020 di Lundbeck si veda il report annuale

<https://www.lundbeck.com/content/dam/lundbeck-com/masters/global-site/pdf/Lundbeck%20Annual%20Report%202020.pdf.coredownload.pdf>

[19] [https://www.lundbeck.com/it/Sustainability/Transparent-interactions1#disclosure\\_links](https://www.lundbeck.com/it/Sustainability/Transparent-interactions1#disclosure_links)

[20] <https://www.lundbeck.com/content/dam/lundbeck-com/masters/global-site/pdf/Mental%20Health%20for%20All%20Position%20Paper%20PDF.pdf.coredownload.pdf>

[21] <https://www.lundbeck.com/global/press/news-archive/2021/-1voicesummit-partnering-with-the-advocacy-community-to-further>

[22] Starace F. et al. (2018), *Does mental health staffing level affect antipsychotic prescribing? Analysis of Italian national statistics.* PloS one, 13(2), e0193216.

[23] Aifa, *Osservatorio Nazionale sull'impiego dei Medicinali. L'uso dei Farmaci in Italia. Rapporto Nazionale Anno 2020.* Roma: Agenzia Italiana del Farmaco, 2021.

<https://www.aifa.gov.it/documents/20142/1542390/Rapporto-OsMed-2020.pdf>

[24] Per una panoramica si veda

Whitaker R. (2013), *Indagine su un'epidemia. Lo straordinario aumento delle disabilità psichiatriche nell'epoca del boom degli psicofarmaci*, Fioriti.

[25] Si veda il documento di sintesi della Conferenza Nazionale per la Salute Mentale: “Per una salute mentale di comunità” in <https://www.salute.gov.it/portale/saluteMentale/dettaglioEventiSaluteMentale.jsp?lingua=italiano&menu=eventi&p=daeventi&id=583>

[26] <https://iipdw.org/>

[27] Saraceno B. (2014), *Discorso Globale-Sofferenze Locali*, Il Saggiatore.

[28] UN, *Report of the Special Rapporteur on the right of everyone to the enjoyment of the highest attainable standard of physical and mental health*, disponibile qui : <https://www.ohchr.org/en/issues/health/pages/srrihealthindex.aspx>