



La pubblicità fa male all'industria farmaceutica

Gli amministratori delegati di Roche Pharmaceuticals e di Shire propongono un ripensamento

fonte: RSI News

“La pubblicità diretta ai consumatori è stata la peggior decisione adottata dall'industria farmaceutica”. Lo ha dichiarato William Burns, amministratore delegato di Roche Pharmaceuticals, in una conferenza del *Financial Times*, tenutasi a Londra, di cui riferisce l'agenzia *Reuters*.

“L'industria non guadagna molta credibilità, quando afferma che sta spendendo tutti i suoi soldi nella ricerca e sviluppo, mentre li sta spendendo in pubblicità televisiva, per preservare i margini”, ha aggiunto Burns.

La posizione del consigliere d'amministrazione di Roche è stata condivisa da Angus Russell, amministratore delegato della casa farmaceutica britannica Shire.

Una “posizione sconcertante”, l'ha definita la giornalista finanziaria Victoria E. Knight, in un blog del *Wall Street Journal*, ricordando come Roche stia spendendo per pubblicizzare il suo farmaco contro l'osteoporosi, Boniva, utilizzando come testimonial l'attrice Sally Field.

Da parte sua, sottolinea la giornalista, anche Shire non si è tenuta fuori dalla pubblicità diretta ai consumatori ed alcune sue promozioni dell'Adderall XR, indicato per l'iperattività e il deficit di attenzione in bambini e adolescenti, sono state pure giudicate ingannevoli dalla Food and Drug Administration (FDA) statunitense.

Tratto dalla rassegna stampa di www.giulemanidaibambini.org

Campagna sociale nazionale
contro gli abusi nella prescrizione
di psicofarmaci a bambini ed adolescenti