

ticolo, segue un'intervista al professor Olivier Saint-Jean che dirige il servizio di geriatria dell'ospedale Corentin-Celton, sede nella Commissione per la trasparenza e ha seguito il dossier dall'inizio: «La popolazione scelta come campione per lo studio non era rappresentativa: l'età media era 75 anni, le persone che soffrivano di malattie associate erano state escluse». Saint-Jean ricorda il lancio entusiasta di quel tipo di farmaci nel 1986, con il titolo di «Le Monde», «L'Alzheimer è stato vinto» e conclude con un po' di amarezza: «Era legittimo all'inizio provare, ma sarebbero serviti studi più approfonditi. Le aziende si sono ben guardate dal commissionarli».

Il tentativo di far uscire i quattro farmaci dalla lista dei prodotti rimborsabili per ora è naufragato. A ottobre del 2016 la richiesta è stata respinta dal ministro della Sanità francese Marisol Touraine e chissà se il governo Macron riaprirà la partita.

## **Pillole, pillole, pillole**

Come si inventa una malattia? Non stiamo scherzando, e questa non è una domanda assurda, perché nel mondo di Big Pharma si tratta invece di una consuetudine: la malattia si crea perché si ha un farmaco da vendere. E così, dopo averla creata, si lancia sul mercato la medicina che servirebbe a curarla.

Di punto in bianco, sindrome delle gambe senza riposo, flatulenza, timidezza, scarso desiderio sessuale, stipsi e persino calvizie sono entrate a far parte della lista delle malattie da curare. Trasformare un disturbo in malattia, abbassare le soglie di allarme, suggerire farmaci per indicazioni non approvate ufficialmente sono alcune delle tecniche usate dall'industria. Nessun espediente è escluso per far lievitare i profitti.

Gli olandesi di Gezonde scepsis (“Sano scetticismo”) hanno provato a svelare come si inventa una nuova malattia, ricorrendo alle stesse operazioni usate dall'industria farmaceutica: il disagio viene trasformato in patologia e in parallelo si lavora per far arrivare in farmacia la miracolosa pillola che aiuta a stare meglio.

Supportata dal ministero della Salute olandese, Gezonde scepsis è un'organizzazione che vuole fare luce sull'influenza

del marketing delle multinazionali farmaceutiche e promuovere una medicina efficiente ed economica. In un report pubblicato nel 2010 dal titolo «Public information as a marketing tool – Promotion of diseases and medicines», questa organizzazione descrive i metodi usati dall'industria per informare il pubblico su malattie e condizioni di salute.

### *Tutti malati di flatulenza*

Ecco come, in collaborazione con il canale televisivo dei consumatori Tros Radar, gli “scettici olandesi” raccontano genesi e sviluppo del loro stratagemma e come la malattia inesistente fino al giorno prima, di colpo causa problemi insopportabili che devono essere assolutamente eliminati. L'idea è arguta: organizzare una campagna fittizia sul tema della flatulenza seguendo i canoni tradizionali del marketing e vedere che cosa accade. Per cominciare, viene costituita una finta agenzia, la Company Consultancy, e creato un sito web. L'agenzia prende diversi contatti dichiarando di avere la commessa di un'importante casa farmaceutica per organizzare una campagna di informazione che prepari l'arrivo sul mercato di un nuovo farmaco. Si stringono accordi con una società di ricerche di mercato e lo studio finale dimostrerà che la flatulenza è un disturbo diffuso, causa di difficoltà fisiche e problemi sociali.

L'indagine costa 20.000 euro. Il database dell'agenzia viene utilizzato per inviare una e-mail con un questionario di diciannove domande. Il tasso di risposta è buono, il 72 per cento su

539 invii. Risultati? Si scopre che un olandese su quattro soffre di flatulenza e che per molti ciò è irritante. Le premesse per un bel lancio sono ottime.

Il piano prevede l'invio di un comunicato stampa per attirare l'attenzione sui disagi causati dal disturbo. Conoscendo il retroscena il testo è esilarante: «Una ricerca condotta da Tsn Nipo per conto di Company Consultancy ha messo in evidenza che un olandese su quattro soffre di flatulenza. Il disagio è causa di problemi fisici seccanti: l'88 per cento si lamenta di non riuscire a fare aria, il 39 soffre di crampi addominali almeno una volta al giorno e il 9 sente costantemente tensione addominale. Quelli che cercano di trattenersi lamentano i maggiori disturbi. Solo il 15 per cento si sente libero. La gente soffre anche psicologicamente. Il 70 per cento si vergogna, in maggior misura le donne. Anche chi ha un disturbo severo difficilmente ne parla. Il 76 per cento non ne ha mai parlato al proprio medico e il 58 dichiara che neppure intende parlarne in futuro. Il motivo è l'imbarazzo e l'impressione che il sintomo non possa essere alleviato. Più della metà delle persone sarebbe disponibile ad assumere un farmaco: un quarto di queste fanno aria più di venti volte al giorno».

A questo punto vengono contattate due riviste con buona diffusione, «Libelle» e «Quest». La seconda risponde che avrebbe messo in evidenza il tema in una nuova sezione del sito web. «Libelle» invece pubblica la notizia nella sezione «L'umanità e la mente» adattando il comunicato stampa.