

Così bizzarri eppure così controllati La vera storia dei nomi dei farmaci

Regole ferree per evitare equivoci. "Le conseguenze possono essere mortali"



FARMACOLOGIA

NADIA FERRIGO

Che si voglia vendere un'auto o un paio di jeans poco cambia: la prima regola per creare un marchio di successo è scegliere un nome breve e accattivante, facile da pronunciare e difficile da dimenticare. Chiamare un prodotto Fluimucil, Paxipam o Zovirax sarebbe un suicidio commerciale in tutti i settori, tranne in uno: l'industria farmaceutica. Quando si parla di medicine, la musica cambia. Guai a scovare un nome che si possa confondere con un altro che già esiste, meglio se non ha connotazioni negative in nessuna lingua e, fatte le dovute eccezioni, è sconsigliabile vantare potere ed efficacia del farmaco.

Negli Usa è la Fda - la Food and Drug Administration - ad avere il potere di veto sui nomi commerciali dei medicinali che non rispettano le linee-guida: un team di esperti mette alla prova i nomi proposti dalle multinazionali con test di pronuncia e grafia, così da avere la ragionevole certezza che nemme-

no il più distratto dei medici possa scarabocchiare il nome di un sonnifero al posto di un farmaco che aiuta il sistema immunitario dei malati di cancro, con le conseguenze che possiamo immaginare. In un settore tanto affollato scovare nuovi nomi, che non abbiano un suono ridicolo o sgradevole, è diventato un affare così complicato che se ne occupano agenzie specializzate. Una delle più celebri è la Interbrand Health, che vanta la paternità di Prozac e Viagra, due delle medicine più famose. «Il

processo di creazione può arrivare fino a cinque anni - spiega alla rivista "Slate" John Fidelini, direttore di Interbrand -. Spesso la Fda comunica la sua decisione appena tre mesi prima che il farmaco venga messo in commercio. Meglio averne uno di riserva».

Per approdare nelle farmacie europee i nomi commerciali devono invece ottenere l'ok della European Medicines Agency: nata nel 1995, l'agenzia armonizza - e non sostituisce - il lavoro degli enti regolatori nazionali per i farmaci

venduti nel territorio dei diversi Paesi membri (questi entrano in campo nel caso in cui un'azienda scelga diverse denominazioni per lo stesso prodotto). Il compito della Ema, oltre a dare un giudizio su qualità, sicurezza ed efficacia del medicinale, è proprio far sì che un nome di fantasia si possa trasformare, per esempio, in un antibiotico. Anche in questo caso i termini per la risposta sono lunghi: si può arrivare a 210 giorni. «Il nome di una medicina è una cosa seria - spiega il presidente di Far-

mindustria Massimo Scaccabarozzi -. Quando se ne sceglie uno di fantasia, bisogna farlo con rigore. Una confusione tra medicinali può portare a gravi conseguenze. Ecco perché per aiutare le aziende nella scelta ci sono anche banche dati mondiali».

Dato che la normativa europea dispone che i nomi devono suonare come unici e considerato che le combinazioni non sono infinite, se due si assomigliano, prima di respingere al mittente il nuovo arrivato, si va avanti con altre valutazioni. I due farmaci sono usati per curare le

stesse patologie? Possono essere inseriti negli stessi elenchi, per esempio in farmacia o in ospedale? Quali sono le conseguenze se il paziente sbaglia? Se i due farmaci difficilmente potranno trovarsi nella stessa prescrizione o se lo scambio è innocuo, può darsi che la Ema rilasci comunque l'ok.

Ma non è tutto. Si possono usare numeri o abbreviazioni solo se c'è un valido motivo, come per i vaccini, dove nu-

meri e sigle possono essere d'aiuto al personale sanitario, mentre per i nomi commerciali non c'è niente di più rischioso: le sigle possono comportare grandi differenze di pronuncia. Banditi, poi, i nomi composti da una sola lettera.

Ancora diversa è la procedura per la scelta del nome di una nuova molecola o di un principio attivo. La casa farmaceutica formula differenti ipotesi sulla base del sistema internazionale creato dall'Oms: la Dci, Denominazione comune internazionale, in inglese Inn (International non-proprietary name). Le aziende usano prefissi e suffissi che richiamano le iniziali del principio attivo o si rifanno al meccanismo d'azione o alla patologia per la quale il farmaco è in studio. Una volta identificati in base a questi criteri le denominazioni papabili, la richiesta arriva all'Oms: il suo compito è assicu-

rarsi che nemmeno nella fase di studio del prodotto ci siano doppi.

Se la regola dice che i medicinali non devono vantare qua-

lità terapeutiche, fanno eccezione i medicinali non soggetti a prescrizione: il nome inventato dovrebbe aiutare a capire

al volo di che si tratta, così da ridurre il rischio di uso improprio. Eppure, nonostante il meccanismo di vigilanza, le

coppie di farmaci che si somigliano sono molte: l'elenco è lungo otto pagine. Per non sbagliare, sempre meglio dare uno sguardo al giardino.

Massimo Scaccabarozzi Manager

RUOLO: È PRESIDENTE
E AMMINISTRATORE DELEGATO
DI JANSSEN-CILAG
E PRESIDENTE DI FARMINDUSTRIA
IL SITO: WWW.FARMINDUSTRIA.IT/
FARMINDUSTRIA/HTML/INDEX.ASP

www.ecostampa.it

