

Pillole dal mondo, Aifa festeggia i cinque anni e lo sbarco sui social

L'Agenzia del Farmaco festeggia i mille giorni del servizio "Pillole dal mondo", newsletter di informazione indipendente che arriva quotidianamente a 200 mila contatti tra medici farmacisti e operatori sanitari iscritti al database Medikey di Edra. Alla newsletter è anche possibile iscriversi dal portale. Dal 2011 l'Agenzia regolatoria nazionale ogni giorno, a firma del Direttore **Luca Pani**, offre in genere una news quotidiana, breve e d'immediata comprensione, relativa ad approvazioni di principi attivi in Italia, Europa e nel mondo ovvero ad acquisizioni riportate dalla letteratura scientifica e a iniziative istituzionali italiane ed internazionali. Circa 230 notizie all'anno per 200 mila lettori si avvicinano a 50 milioni di contatti annui, "assaggi" di informazione indipendente che si aggiungono alle news di primo piano che aggiornano nella homepage il cittadino, l'operatore sanitario, le aziende, e alle campagne di comunicazione dell'Agenzia - le più recenti sull'antibioticoterapia e sull'uso dei farmaci in gravidanza e pediatria - nonché alla costante, quotidiana presenza sui "social" Facebook, Youtube e Twitter. Una presenza anche completa: a un 81,5% di "pillole" di carattere regolatorio (35% di fonte Aifa, 22% dell'European Medicines Agency, il restante 43% diviso tra altre agenzie, con Fda Usa, Tga australiana e Cadth canadese in primo piano) fa da contrappunto un 18,5% di news scientifiche di stretta attualità tratte da Jama, Lancet, Nature, Bmj ma anche dal National Institute for Health and Care Excellence-Nice britannico e da fonti autorevoli internazionali quali l'Organizzazione Mondiale della Sanità.

Molto materiale è stato raccolto nel libro di Pani "L'innovazione sostenibile, il farmaco e le sfide per il futuro del nostro Ssn" edito da Edra con prefazione del Ministro della Salute Beatrice Lorenzin. Grafici testimoniano l'incremento costante delle visite: il portale Aifa nel 2011 era visitato da 1.275.000 lettori l'anno, in questo 2016 le proiezioni arrivano a 4.243.000 lettori, oltre tre volte, mentre i collegamenti annui a singole pagine sono cresciuti nello stesso periodo da 5,8 a 12,2 milioni. Risultati lusinghieri per un servizio "a zero oneri": gratuita la messa a disposizione del database, gratuita la produzione di informazioni dall'interno dell'agenzia.

«Il nostro, entrato da poco nel quinto anno, è un esempio di lavoro di équipe, partito in piena spending review e puntato sull'informazione indipendente e "digitale"», sottolinea **Alessandro Faia**, Capo ufficio stampa Aifa. «Abbiamo scommesso sulle "pillole" e in parallelo sull'informazione attraverso il portale, dove oggi compare almeno un aggiornamento delle otto del mattino, con notizie interne ed altre tratte dall'esame di attività regolatorie, che rispetto alle "pillole" spazia di più su studi istituzionali internazionali e sperimentazioni riportati nelle riviste a maggior impact factor. In parallelo, va segnalato lo sbarco sui social gestito tutto internamente, con pagine ufficiali dalle quali numerosi lettori approdano al portale. Ci siamo messi in gioco ed abbiamo, credo, centrato l'obiettivo di informare in modo capillare su un tema complesso ed essenziale come la salute». In futuro, annuncia Faia, «proseguiremo le campagne, a partire da quella sugli antibiotici, ricordo che il 18 novembre è la Giornata europea contro le Antibioticoresistenze. Oltre che di antibiotici, ci siamo anche occupati di campagne su popolazioni speciali come donne in gravidanza e pazienti pediatrici. Dunque, spaziamo con gli argomenti, ed entro l'anno sono possibili altre sorprese».