



Negli Usa è venduta come farmaco da banco

LA PILLOLA ANTI AIDS

Protegge i sieronegativi dai contagi
A New York salvate già 80 mila persone

segue dalla prima

MELANIA RIZZOLI

(...) dalla Gilead, autorizzato dalla Food & Drug Administration, è presentato negli Stati Uniti come la pietra miliare nella lotta contro l'Aids, protegge dal contagio con il virus dell'Immunodeficienza Umana, garantendo una profilassi preesposizione, con una efficacia dimostrata che sfiora il 90% con l'assunzione quotidiana della giusta dose. In America è commercializzata con il nome Truvada.

A San Francisco, considerato l'epicentro dell'uso della PrEP, nell'ultimo anno i tassi di infezione da Hiv si sono ridotti del 30%, ed a New York, dove l'Aids continua ad essere una realtà devastante, il farmaco è diventato popolarissimo in pochi mesi, è diffusissimo tra la comunità gay che lo assume massicciamente, e tutte le farmacie della città lo espongono in evidenza con accanto la scritta: "Stay Hiv negative", vendendolo come un prodotto da banco senza bisogno di ricetta, in diversi dosaggi.

VACCINO QUOTIDIANO

La PreP (Pre-Exposure Prophylaxis) non è certo una banale aspirina, poiché interagisce in maniera importante con la replicazione degli acidi nucleici, è inserito tra i chemio-profilattici antivirali, ed in pratica funziona come un vaccino quotidiano in compresse, assicurando una immunità temporanea che dura quanto l'emivita della molecola, cioè circa 48 ore. È importante sottolineare che questa terapia va somministrata a chi è sieronegativo, cioè a chi non ha l'infezione da Hiv e non è malato di Aids, ma ha comportamenti sessuali ad alto rischio, ed ha dimostrato grande efficacia nel prevenire il contagio, anche in alcune categorie particolari che hanno frequenti contatti con il virus, come i sex workers od i porno attori, i quali ne assumono una pillola al giorno, tutti i giorni.

Ma la PreP si può usare anche occasionalmente prima di un appuntamento al buio, una sola compressa prima di un unico rapporto sessuale a rischio, la cosiddetta "PreP on demand", che è altrettanto efficace, ed evita la tossicità di una terapia continua. La pillola blu può essere naturalmente assunta preventivamente anche dalle donne, se hanno o temono di incontrare un partner infetto. Per ora questo farmaco esiste solo in terapia orale, ma è allo studio



PREVENZIONE

In alto e a destra la PrEP, che negli Usa viene venduta con il nome Truvada. In Italia si sta valutando la convenienza di rimborsare il farmaco



una formulazione iniettiva ed una di impianto sottocutaneo di lunga durata, circa due mesi, pensata per il mondo della prostituzione, maschile e femminile, ma anche per i tossicodipendenti, i transgender e coloro che hanno continui rapporti promiscui. La pillola va presa fino a quando non si decide volontariamente di smettere con i rapporti a rischio infezione, perché una volta sospesa, termina anche il suo effetto protettivo.

Nella sola New York si calcola che ad oggi siano circa 79 mila le persone che assumendo la PreP non sono state contagiate dall'Hiv, e per il momento, sul piano medico, non si sono verificati effetti collaterali, né resistenze del virus. L'unico dato negativo è quello che questo farmaco preventivo ha sviluppato, in chi ne fa uso, la convinzione di essere immuni dal virus, una minore percezione del rischio di infezione, ed essendo percepito come un vaccino protettivo dall'Hiv, ha di fatto provocato la riduzione dell'uso del preservativo, con un conseguente aumento delle malattie veneree come la clamidia, la gonorrea e la sifilide.

La comunità scientifica ha evidenziato come un errore quello di far passare il concetto che basti una "pillola" per non contrarre la

malattia, o quello forse peggiore di medicalizzare totalmente il sesso, ma comunque ha riconosciuto che la PreP sta iniziando a contenere, per la prima volta, la diffusione e la trasmissione incontrollata ed inarrestabile della inguaribile Sindrome da Immunodeficienza Acquisita.

La pubblicità di questa nuova medicina è stata lanciata ad Harlem, nel Bronx e nei quartieri più degradati della Grande Mela, dove sono stati affissi centinaia di manifesti con il volto di un giovane che mostra la lingua, che ha in primo piano una pastiglia azzurra con la scritta: "Swallow This. This pill is changing HIV prevention. Stay HIV negative", (Manda giù questa. Questa

pillola sta cambiando la prevenzione dell'Hiv. Resta sieronegativo) e questa immagine ha colto nel segno, ed ha provocato la corsa all'acquisto della pillola blu, nonostante il prezzo non sia indolore. Un mese di trattamento con il Truvada, infatti, i cui principi attivi anti-retrovirali miscelati sono il tenofovir e la emtricitabina, costa 1.200\$ (960€), ovvero circa 35€ a pasticca, ma bisogna tener presente che questa molecola, unica nel suo genere, per la prima volta evita di contrarre una malattia virale, che infetta il sangue per tutta la vita.

La sua popolarità e la sua efficacia è così alta che ad dirittura, da pochi mesi, chi cerca partner occasionali sui siti o sulla chat Grindr, può scegliere di mettere sul suo profilo l'opzione per dichiarare il proprio stato "Neg on PreP", per sottolineare la sicurezza della protezione usata.

IN EUROPA

In Francia, dove la positività all'Hiv è molto aumentata nella comunità gay parigina, la PreP è stata inserita e coperta dal Sistema Sanitario Nazionale, ed è disponibile, oltre che negli Stati Uniti, anche in Gran Bretagna, in Olanda, in Scozia, in Australia, in Kenya e in Sudafrica.

In Italia la PreP è stata testata nel nostro Paese in uno studio congiunto tra l'Università di Milano e lo Spallanzani di Roma, per permettere alle coppie in cui l'uomo è sieropositivo di avere figli, senza infettare la compagna; ed in questi mesi, visto il suo accertato effetto preventivo, all'Aifa si sta discutendo la sua rimborsabilità per alcune categorie, quelle definite dall'Oms ad alto rischio, perché questo farmaco, avendo il vantaggio costoefficacia, eviterebbe alla nostra Sanità di tenere in cura per decenni dei pazienti che altrimenti sarebbero infettati per tutta la vita, ed il vantaggio, oltre che economico, sarebbe quello di evitare nuovi contagi e nuove infezioni nelle generazioni future.



La vendita online dei vini italiani cresce, ma con calma

PIERANGELO BOATTI

I risultati della IV edizione della ricerca condotta da Fleishman Hillard, società di consulenza strategica in comunicazione, sulla presenza online delle prime 32 aziende vinicole italiane per fatturato (dato Mediobanca), fotografano la seguente classifica: Frescobaldi sul gradino più alto, seguita da Antinori e Masi. Seguono Cavit e Mezzacorona. Nella top 10 anche Banfi, Mionetto, Villa Sandi, Zonin e Santa Margherita. La ricerca evidenzia come il 53% delle aziende abbia dedicato attenzione al tema dei vitigni autoctoni nell'ambito della valorizzazione del territorio: le cantine che legano la comunicazione dei propri prodotti alle specificità del luogo d'appartenenza salgono quest'anno al 75% (+22% rispetto al 2016). Altro aspetto degno di nota è che oggi il 37,5% delle aziende in questione affronta il tema della sostenibilità.

Al top della classifica ci sono aziende che usano i social network in modo sempre più costante e ragionato, in particolare Instagram (+23%) e Wikipedia (presidiata dal 37,5% contro l'11,5% del 2016). L'e-commerce proprietario, invece, è utilizzato da 3 su 32. Trentuno aziende su 32 ha almeno siti in italiano e inglese, mentre una su tre anche in tedesco (la Germania è il primo importatore di vino italiano). Per quanto concerne l'e-commerce diretto solo 3 aziende su 32 hanno adottato piattaforme di vendita sul proprio sito.

Massimo Moriconi, general manager di Fleishman Hillard Italia, ha spiegato: «L'analisi conferma un trend di digitalizzazione del settore con una frequenza di aggiornamento in lenta ma costante crescita. L'e-commerce viene esternalizzato e affidato a intermediari, portali dedicati oppure online shop specializzati. Questo rappresenta sia un'opportunità sia una minaccia secondo la maturità dei mercati. In quelli più maturi come gli Usa, l'e-commerce potrebbe ridurre alcuni prodotti a mero commodity poiché l'acquisto sarà guidato solo dal prezzo e non anche dal valore della marca e del territorio. In mercati emergenti come la Cina invece, cui solo 2 aziende su 32 dedicano un sito in lingua, si delinea un ruolo rilevante per i portali e-commerce più conosciuti in loco. Potrebbero aiutare a svolgere vera educazione sul valore del vino italiano, integrando il mix di promozione sugli altri canali».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

C.U.C. Mola di Bari Rutigliano - Noicattaro

Bando di Gara

È indetta procedura aperta per la concessione della struttura e per la gestione del servizio asilo nido e altri servizi per l'infanzia per la durata di tre anni educativi al Comune di Mola di Bari. Entità € 675.000,00 IVA esclusa, € 1.350.000,00 IVA esclusa ai fini soglie UE. Termine ricevimento offerte: 28/07/2017.

IL RESPONSABILE
DELLA CENTRALE DI COMMITTENZA
dott. Donato Pasqualicchio

© RIPRODUZIONE RISERVATA