

Papillomavirus: Merck & Co ha adottato un marketing aggressivo per indurre le donne a vaccinarsi

Un articolo di Elisabeth Rosenthal, pubblicato sul The New York Times, mette in risalto come in appena due anni il tumore della cervice da malattia poco conosciuta sia diventata la malattia del momento.

E' un fatto insolito che in assenza di una stringente necessità si impieghi un vaccino, appena approvato, per vaccinazioni di massa.

Eppure nell'arco di appena due anni, decine di milioni di bambine di 11-12 anni sono state vaccinate contro il papillomavirus umano, con il sostegno dei politici dei vari Paesi, che hanno autorizzato le vaccinazioni.

Il primo vaccino sviluppato contro il papillomavirus umano (HPV) è il Gardasil, che ha un costo elevato; negli Stati Uniti il prezzo per 3 iniezioni è di 360 dollari, ma il trattamento, compreso l'onorario del medico ed il markup (ricarico), porta la spesa a 400-1000 dollari per un ciclo vaccinale completo.

La strategia adottata dalla società produttrice del Gardasil, Merck & Co (già

nota al grande pubblico per il caso Vioxx) è stata quella di esercitare pressione sui politici, mediante attività di lobbying, in modo da inserire la vaccinazione anti-papillomavirus nei Programmi nazionali di vaccinazione. Completata questa fase, sono stati reclutati centinaia di medici, che sono stati addestrati per promuovere il programma educativo sulla prevenzione del tumore della cervice, teso ad influenzare altri medici sulla vaccinazione contro il papillomavirus. Per ogni conferenza il medico percepiva 4.500 dollari.

Merck & Co ha sponsorizzato diverse associazioni per la tutela della salute della donna, il cui compito è stato quello di convincere le madri a far vaccinare la propria figlia.

Sono stati impiegati tutti i mezzi di comunicazione possibili (televisione, radio, giornali, internet), ed investite ingenti somme.

Il messaggio comunicazionale di Merck & Co aveva un grande impatto emotivo, perché si asseriva che il vaccino Gardasil era in grado di debellare il tumore della cervice. Questo tendeva a creare nelle madri un senso di colpa nel caso in cui avessero deciso di non far vaccinare la propria figlia.

L'attività di Merck & Co non è stata in alcun modo contrastata dagli organi di

controllo, anzi favorita.

Grazie a questo marketing aggressivo, mai praticato su così ampia scala da nessuna società farmaceutica prima di allora, le vendite di Gardasil sono balzate in avanti, superando il miliardo di dollari, diventando uno degli affari più lucrativi del momento.

Pochissime le voci contrarie; tra queste quella di Abby Lippman della McGill University a Montreal in Canada, che aveva criticato la decisione del Governo di stanziare 300 milioni di dollari canadesi per la vaccinazione di massa, ritenuta inutile, se non dannosa.

Un'altra voce critica nei confronti della strategia commerciale adottata da Merck & Co è stata quella di Diane Harper della Dartmouth Medical School ad Hanover negli Stati Uniti, una ricercatrice di fama mondiale, che ha partecipato in qualità di principal investigator agli studi clinici riguardanti Gardasil e Cervarix. Harper ha dichiarato che Merck ha compiuto azioni di lobby sugli opinion leader, sulle associazioni di donne, sulle società mediche, sui politici, e si è rivolta direttamente alla gente, creando un senso di panico con l'obiettivo di indurre le donne a vaccinarsi.

Riguardo alla vaccinazione contro il papillomavirus (HPV), l'informazione fornita agli operatori sanitari e alla popolazione non è stata sempre corretta. L'infezione da HPV è molto comune; nella maggioranza dei casi il papillomavirus non è causa di malattia.

Esistono almeno 100 ceppi di HPV; i sierotipi di papillomavirus che possono causare forme tumorali sono 15. Tra questi, HPV-16 e HPV-18 sono responsabili del 70% di tutti i tumori della cervice.

La stragrande maggioranza delle infezioni da papillomavirus si risolvono spontaneamente nell'arco di alcuni mesi o di 1-2 anni.

Inoltre il tumore del collo dell'utero è un tumore non diffuso (circa 33.000 casi in Europa), che può essere diagnosticato precocemente grazie al Pap test.

Merck & Co ha asserito che il vaccino Gardasil è efficace e sicuro, ma in realtà queste affermazioni non sono validate da studi di lungo periodo; in realtà gli studi sono ancora in fase iniziale (appena 5 anni per Gardasil e 6,5 anni per Cervarix), gli effetti della vaccinazione sull'incidenza del tumore della cervice si vedranno solo tra 30 anni.

Non si conosce il profilo di sicurezza dei

vaccini anti-papillomavirus; sono stati segnalati casi di reazioni allergiche e di malattia neurologica, come la sindrome di Guillain-Barre; è stata segnalata anche la morte di alcune bambine (di cui 2 in Europa), avvenuta poco dopo la vaccinazione in modo inspiegabile, ma le Autorità sanitarie (EMEA, FDA) non hanno ancora assunto una posizione definitiva al riguardo.

Non si conosce per quanto tempo Gardasil conferisca immunità nei confronti dei sierotipi HPV-16 e HPV-18; GlaxoSmithKline, che produce Cervarix, sostiene che il proprio vaccino, contenente l'adiuvante AS04, sia in grado di indurre una più forte e duratura risposta immunitaria, ma questo non è stato ancora dimostrato.

Non è noto infine se la soppressione di alcuni ceppi di HPV (HPV-16 e HPV-18) favorisca lo sviluppo di altri ceppi oncogeni di HPV, rendendo pertanto la vaccinazione con Gardasil e con Cervarix, non più efficace. (Xagena_2008)

Fonte: The New York Times, 2008