

Teva per te. Quando il design è al servizio della salute

- *Grazie all'ascolto di medici, farmacisti e pazienti, Teva ha migliorato la grafica delle confezioni dei suoi farmaci, realizzando una soluzione ancora più chiara, che renda più semplice la riconoscibilità dei prodotti e che ne possa favorire un'assunzione ancora più corretta e consapevole.*
- *I dati della ricerca Doxapharma, promossa da Teva Italia e condotta su circa 400 intervistati tra pazienti e operatori sanitari, confermano l'importanza del packaging dei medicinali per ogni target di riferimento e soprattutto la forza distintiva della nuova grafica delle confezioni Teva, considerata ulteriormente migliorativa rispetto alla precedente da oltre il 70% del campione totale.*
- *Più dell'80% degli Healthcare Professional ritiene che la confezione possa favorire l'aderenza terapeutica e l'appropriatezza d'uso, sia nell'utilizzo a casa che in ospedale.*
- *Quello di Teva è un approccio di "design thinking" inusuale in ambito farmaceutico, che si sposa perfettamente con il contesto del Fuorisalone 2021.*

Assago (MI), 13 aprile 2021 – Teva, azienda farmaceutica leader nei farmaci equivalenti e biologici, ha presentato oggi in occasione del digital talk **“Teva per te. Quando il design è al servizio della salute”**, all'interno dell'edizione 2021 del Fuorisalone, **la nuova veste grafica delle sue confezioni**. Una grafica migliorata, ancora più chiara e in grado di facilitare la riconoscibilità dei farmaci, con l'obiettivo di favorirne un'assunzione ancora più corretta e consapevole.

Un'evoluzione importante quella che Teva ha messo a segno per le proprie confezioni e non affatto scontata, poiché stando ai dati Doxapharma i suoi confezionamenti erano già apprezzati e riconosciuti da tutti i target di riferimento, medici, farmacisti e pazienti. Ma è stato l'approccio fondato sul **design thinking**, con la progettualità quale leva preziosa di innovazione, a fare la differenza. Da lì la scelta dell'azienda di puntare sul Fuorisalone, tra gli appuntamenti più attesi e prestigiosi nel mondo del design su scala internazionale, quale piattaforma di lancio di un posizionamento inusuale in ambito farmaceutico.

“In Teva l'obiettivo che ci poniamo quotidianamente è quello di innovare per creare valore per i pazienti e per i nostri partner del sistema sanitario. E lo facciamo grazie all'ascolto di tutti quei bisogni insoddisfatti, non solo di oggi ma cercando anche di prevedere quelli di domani, perché i nostri stakeholder sono al centro di ogni nostra decisione” – afferma **Hubert Puech d'Alissac, Amministratore Delegato Teva Italia** – *“Il miglioramento delle grafiche delle nostre confezioni nasce proprio da questa spinta continua ad innovare e a migliorare la vita di chi ci circonda, da sempre intrinseca nel DNA della nostra azienda, con l'obiettivo ultimo di permettere ai pazienti di avere una maggior comprensione e consapevolezza della terapia che assumono e quindi di favorirne una maggiore aderenza”*.

CREATIVITÀ DATA-DRIVEN — Per realizzare questa evoluzione grafica, Teva ha deciso di partire quindi dall'**ascolto** diretto dei propri interlocutori.

Grazie all'analisi dei risultati di una ricerca condotta su 4.000 persone in tutto il mondo, Teva ha potuto approfondire i bisogni di pazienti e operatori sanitari, che sono alla base della progettazione e della creazione della nuova grafica delle confezioni dei propri farmaci.

Doxapharma poi, su richiesta di Teva Italia, ha condotto una ricerca su circa 400 medici, farmacisti e pazienti sul territorio italiano, per valutare le reazioni e le opinioni di fronte ai cambiamenti introdotti nella nuova grafica delle confezioni.

Dalle evidenze raccolte emerge che, per il target paziente, la **confezione di un medicinale** gioca un ruolo davvero fondamentale perché **permette di riconoscere immediatamente un determinato farmaco**. Per **7 pazienti su 10** la confezione aiuta a **sentirsi sicuri di gestire in maniera adeguata la propria terapia**.

In linea con quanto espresso dai pazienti, anche il **90% di medici e farmacisti** concorda nell'attribuire un ruolo chiave agli elementi grafici delle confezioni, che permette ai pazienti di **identificare, richiedere e assumere correttamente il farmaco di cui hanno bisogno**, ma non solo. **Più dell'80% degli operatori sanitari ritiene anche che la confezione possa favorire l'aderenza terapeutica e l'appropriatezza d'uso**, sia nell'utilizzo a casa che in ospedale, aspetto considerevole pensando alle conseguenze in termini non solo di salute pubblica, ma anche di sostenibilità per il Sistema Sanitario Nazionale.

Inoltre per il farmacista ospedaliero, coinvolto nella dispensazione nei reparti o nella preparazione dei farmaci, **l'aiuto nella corretta identificazione del farmaco significa anche una riduzione del rischio di errore e di sprechi**.

NUOVE GRAFICHE PER NUOVI BISOGNI - Gli attuali confezionamenti Teva già registravano un importante gradimento da parte dei medici di medicina generale e dei farmacisti territoriali che gli assegnavano un voto di 8, su una scala da 1 a 10. Fare di meglio era sicuramente una sfida, che Teva ha saputo affrontare e vincere, come dimostrano i dati di Doxapharma: **grazie alle nuove grafiche**, infatti, **Teva ha realizzato un ulteriore passo in avanti in termini di riconoscibilità e funzionalità**.

Per il **75% dei pazienti** ascoltati, infatti, **le nuove grafiche sono più convincenti delle precedenti**. **Della stessa opinione sono anche gli operatori sanitari coinvolti nella ricerca**: Per tutti e quattro i target, infatti, **le grafiche delle nuove confezioni sono più chiare, più complete e più riconoscibili**. Risultato coerente ed esemplificativo dell'approccio adottato da Teva, orientato al design thinking e fondato sull'ascolto.

“Milioni di pazienti in Italia assumono i farmaci Teva, quindi era fondamentale partire dalle loro esigenze, insieme a quelle di medici e farmacisti, per sviluppare il design e la nuova grafica delle nostre confezioni. Siamo soddisfatti che tutti reputino la nuova grafica ancora più chiara, completa e riconoscibile fornendo risposte concrete a bisogni reali” – sostiene **Umberto Comberciati, Business Unit Head Teva Italia** – *“La campagna ‘Teva per te’ che parte oggi sulle principali testate e sui canali digitali, esprime la volontà di essere sempre più vicini ai pazienti e, lavorando insieme a medici e farmacisti, dare risposte immediate a temi come aderenza terapeutica, gestione delle cronicità e appropriatezza d'uso. Anche attraverso una confezione che parla chiaro.”*

Il **Dott. Claudio Cricelli, Presidente Nazionale SIMG** (Società Italiana di Medicina Generale e delle Cure Primarie) commenta *“Le terapie croniche sono utilizzate da pazienti anziani con multimorbilità e pluriterapia. La facile riconoscibilità della confezione e del suo contenuto, la continuità dell’aspetto esteriore ha la medesima importanza della qualità della composizione e della qualità produttiva. Sosteniamo ogni iniziativa che migliori la riconoscibilità del farmaco, la sua identificabilità ed il suo dosaggio favorendo la continuità, l’aderenza e la persistenza della terapia”*.

Sostiene anche il **Dott. Fiorenzo Corti, Vice Segretario Nazionale FIMMG** (Federazione Italiana Medici di Medicina Generale) *“Come medico di famiglia mi sento di manifestare grande apprezzamento per i concetti di **Ascolto** e di **Fiducia** che hanno caratterizzato il percorso di creazione della nuova grafica delle confezioni di farmaci di Teva. Ascolto e fiducia contraddistinguono la nostra quotidiana professionalità, come medici di **Fiducia** delle persone che ci hanno scelto liberamente e come medici che fanno dell’**Ascolto** uno dei principali driver della propria attività clinica. E come non parlare del sostegno alla continuità terapeutica che caratterizza le raccomandazioni del medico di famiglia quando diventa prescrittore: come il paziente sa che il suo medico è ‘quello lì’ anche il farmaco prescritto è ‘quello lì’, con quella scatola e con quei colori.*

*L’innovazione testimoniata da TEVA dall’originalità d’approccio fondato sul **design thinking** per creare valore sia per i pazienti che per gli attori del sistema sanitario ben si colloca nel quadro più generale del **Value-based Health** che anche noi, come medici di famiglia e come FIMMG, promuoviamo costantemente all’interno del SSN”*.

Dichiara il **Dott. Antonio Gaudio, Presidente nazionale di Cittadinanzattiva** *“Apprezziamo molto questa iniziativa, perché lavorare sul design e sulla possibilità di identificare meglio il prodotto è un elemento di forza sia per la sicurezza che per l’informazione dei cittadini, due aspetti che ci stanno molto a cuore e che accompagnano il dialogo e il rapporto di fiducia, imprescindibile, con il medico di riferimento. Questo percorso è interessante anche perché punta sul coinvolgimento di tanti attori, dagli operatori sanitari ai cittadini. Si tratta, crediamo, di un progetto pilota che altre aziende potrebbero seguire per rispondere sempre meglio ad aspetti fondamentali quali la prevenzione dei rischi e una piena informazione del paziente”*.

Conferma il **Dott. Alfredo Procaccini, Vice Presidente Vicario Federfarma** *“Le farmacie sono il primo punto di riferimento per i cittadini per quanto riguarda il corretto uso del farmaco, elemento fondamentale per garantire l’efficacia delle cure farmacologiche. Ai farmacisti che operano in farmacia, infatti, le persone si rivolgono per chiedere informazioni, chiarimenti e indicazioni sulle modalità di assunzione dei farmaci e sui loro effetti. L’iniziativa di Teva, quindi, è estremamente apprezzabile sia perché va incontro ai bisogni informativi dei cittadini sia perché costituisce un valido supporto all’attività di informazione e orientamento svolta dalle farmacie”*.

Anche la **Dott. ssa Maria Ernestina Faggiano, del Consiglio Direttivo SIFO** (Società Italiana di Farmacia Ospedaliera) afferma che *“Per il farmacista ospedaliero, il packaging dei medicinali rappresenta uno degli strumenti per la gestione del rischio clinico, in particolare quando si ha a che fare con farmaci ad altro rischio; la sicurezza dei pazienti è una priorità per il SSN e la corretta gestione del farmaco anche attraverso miglioramenti dei confezionamenti può prevenire errori in corso di terapia farmacologica. Del resto, lo stesso Ministero della Salute ha reso disponibili indicazioni sotto forma di Raccomandazioni, come la numero 12, – Prevenzione degli errori in terapia con farmaci Look-alike/sound-alike- che evidentemente, è legata al confezionamento dei medicinali, oltre che alla pronuncia del loro nome. Un buon packaging, inoltre, può rivelarsi molto utile anche nell’allocazione*

logistica dei farmaci non solo presso i magazzini delle farmacie, ma, soprattutto, nei reparti in cui avviene la somministrazione e nei laboratori, tipo le Unità di Farmaci Antiblastici (UFA), in cui avviene l'allestimento dei farmaci oncologici. In distribuzione diretta, poi, il confezionamento secondario, se ben strutturato, può diventare tramite di informazioni durante il counselling farmacologico, attività fondamentale che il farmacista compie all'atto della dispensazione dei farmaci, per formare il paziente sulla sua terapia e migliorarne efficacia ed aderenza”.

Nota informativa (Delibera dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, n. 256/10/CSP del 9 dicembre 2010, all. A, art. 4)

Soggetto realizzatore: Doxa Pharma Srl – Milano. *Soggetto committente:* Teva Italia Srl. *Soggetto acquirente:* Teva Italia Srl. *Estensione territoriale del campione:* nazionale. *Consistenza numerica del campione:* 420 interviste CAWI (110 farmacisti territoriali, 100 farmacisti ospedalieri, 110 medici di medicina generale, 100 pazienti in terapia cronica) – *Data di esecuzione:* dicembre 2020–gennaio 2021

Il documento completo relativo al sondaggio è disponibile sul sito www.agcom.it.

About TEVA

Teva Pharmaceutical Industries Ltd. (NYSE e TASE: TEVA) è leader globale nei farmaci equivalenti in grado di rispondere in modo mirato alle esigenze non soddisfatte dei pazienti.

Fornisce medicinali equivalenti di alta qualità in quasi tutte le aree terapeutiche e ha prodotti innovativi in aree selezionate, tra cui sistema nervoso centrale, dolore e respiratorio.

Con 120 anni di esperienza, una funzione di ricerca e sviluppo completamente integrata, una solida base operativa e infrastrutture e dimensioni globali, Teva è una delle principali aziende farmaceutiche mondiali, leader nei settori dei farmaci equivalenti, dei farmaci specialistici, degli OTC (farmaci da automedicazione) e degli API (principi attivi farmaceutici), e offre ogni giorno soluzioni di cura di alta qualità a circa 200 milioni di pazienti in più di 60 Paesi in tutte le aree mediche.

Teva da sempre è impegnata nella ricerca di terapie innovative per renderle accessibili al maggior numero di persone, stringendo sinergie con il mondo scientifico e lavorando a fianco delle associazioni di pazienti.

Teva è presente in Italia da oltre 25 anni, con una filiale commerciale – Teva Italia S.r.l. – 5 siti per la produzione di principi attivi farmaceutici e 1 sito di farmaco finito. L'azienda in Italia conta circa 1.200 dipendenti ed è leader nel mercato dei farmaci equivalenti retail e ospedalieri.

Ufficio Stampa Teva Italia Connexia

Nicoletta Depalo: nicoletta.depalo@connexia.com

Daniela Fontana: daniela.fontana@connexia.com