

La Ricerca Clinica in Italia: evoluzione o involuzione?

7 novembre 2016

Bologna

Ricerca Clinica e conflitto d'interesse

Principali criticità

Studi e analisi condotte sulle fonti di finanziamento delle ricerche cliniche in Italia, evidenziano come il 77,6% delle sperimentazioni cliniche si appoggino sul finanziamento dell'industria farmaceutica.

Fonte: Bollettino dell'Osservatorio Nazionale sulle Sperimentazioni Cliniche

- Ricerca clinica e risorse finanziarie: l'eterno dilemma
 - Quanti sono i fondi pubblici messi a disposizione della ricerca?
- L'etica della ricerca richiede regole chiare e standardizzate
 - Esistono?
 - Chi vigila?
 - La disclosure è sufficiente?
- Il ruolo dei comitati etici
- Non necessariamente la presenza di uno sponsor invalida i risultati di una ricerca

Un ruolo per le società scientifiche

- Il coinvolgimento della società medico scientifica nella ricerca clinica tende a spezzare il rapporto diretto singolo medico-sponsor
- Il comitato scientifico della SMS può svolgere un ruolo di garante
- La società medico scientifica può far prevalere l'interesse dei pazienti sull'interesse dei singoli

Il coinvolgimento della società scientifica nella ricerca clinica tende a spezzare il rapporto diretto medico-sponsor

- L'interesse della società medico scientifica è di fatto rivolto alla dimostrazione **della potenziale efficacia clinica dell'idea** che sottende la ricerca stessa
- Per giungere al risultato concreto sicuramente **servono risorse economiche** ma, **ancor più, serve un approccio scientifico corretto**
- La pubblicazione della ricerca e la sua divulgazione necessita di **una integrità concettuale garantita** in quanto il risultato della ricerca deve essere sottoposto al **vaglio critico della comunità scientifica internazionale**

Il comitato scientifico della SMS può svolgere un ruolo di garante

- La **composizione** del comitato scientifico è **l'elemento qualificante per garantire** una ricerca che abbia una finalità corretta per gli aspetti deontologici e che sia scientificamente valida
- La presenza di **professionisti validati dalla comunità nazionale** e, se possibile anche internazionale, è il presupposto essenziale per utilizzare in modo corretto il finanziamento sia pubblico che privato
- Il comitato scientifico della SMS **ha il compito di valutare prioritariamente la trasparenza dei contributi economici** se provenienti da sponsor e favorire il reperimento e l'utilizzo dei contributi economici della ricerca indipendente.

La società scientifica può far prevalere l'interesse dei pazienti sull'interesse dei singoli

- La società scientifica ha per **missione promuovere l'aggiornamento culturale** dei propri associati.
- L'aggiornamento culturale passa anche attraverso la **messa a punto di una strategia di miglioramento della qualità di vita dei pazienti** a cui la specializzazione si riferisce.
- L'identificazione da parte della società medico scientifica di **filoni di ricerca finalizzati a questo scopo rende di per se trasparenti gli obiettivi perseguiti**. In questo modo la ricerca tende a non essere vincolata necessariamente agli sponsor. Tuttavia il miglioramento della qualità di vita del paziente può essere anche un obiettivo dello Sponsor e, qualora scientificamente provato, può portare a forme di remunerazione diverse ma ugualmente incentivanti per sponsor, società scientifiche, e pazienti.

Conclusione



Responsabilizzare le società medico scientifiche sul compito affidato loro dalla società civile anche nel campo della ricerca clinica.



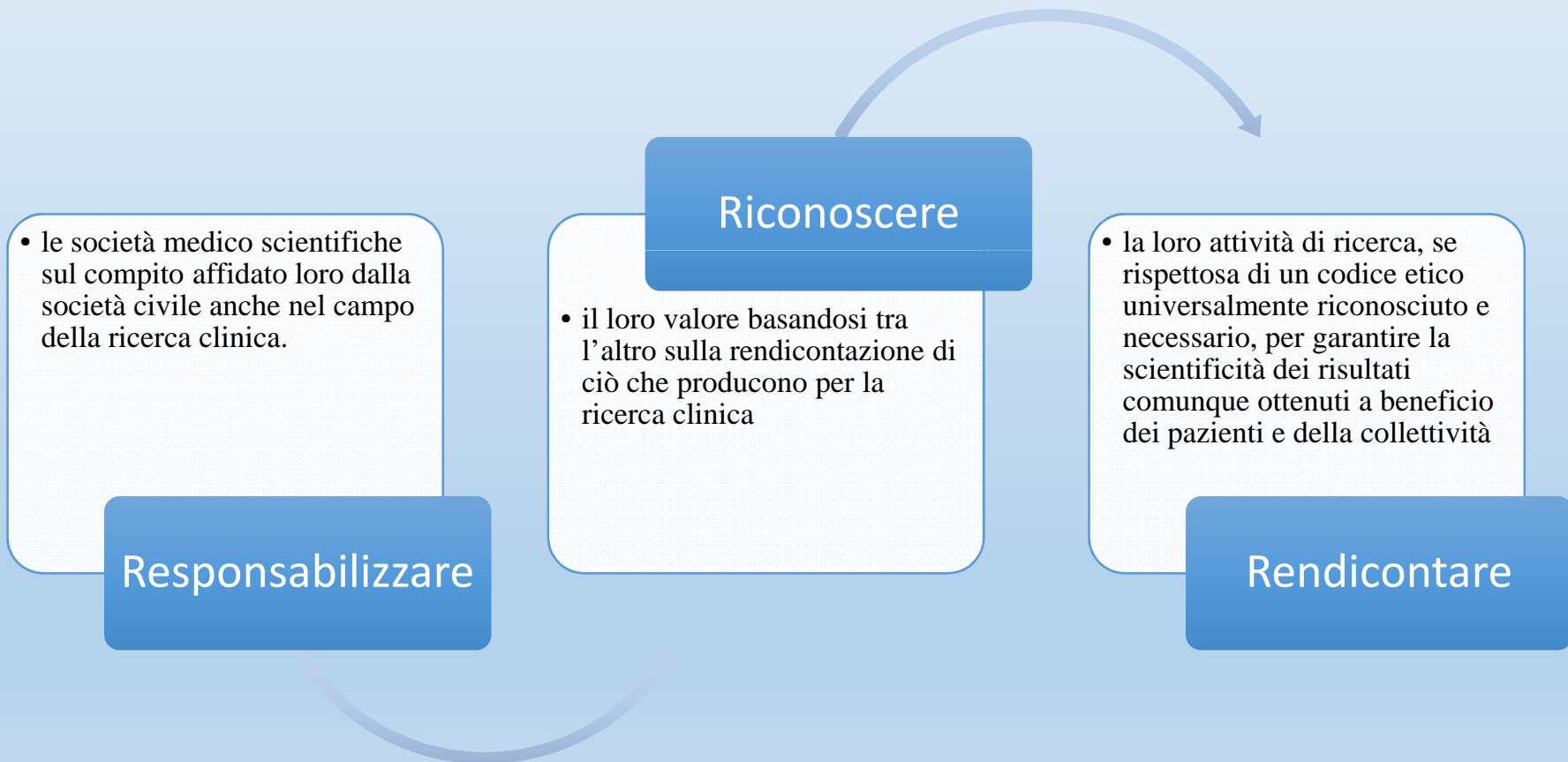
Riconoscere il loro valore basandosi tra l'altro sulla rendicontazione di ciò che producono per la ricerca clinica.



Rendicontare la loro attività di ricerca, se rispettosa di un codice etico universalmente riconosciuto e necessario, per garantire la scientificità dei risultati comunque ottenuti a beneficio dei pazienti e della collettività.

Conclusioni...

...per contribuire all'evoluzione della ricerca clinica



Riferimenti

Franco Vimercati

Federazione delle Società medico Scientifiche Italiane – FISM

Telefono: +39.02.5412.1092

eMail: francovimercati@gmail.com