

PUTEREA PUBLICITATII MEDICAMENTELOR?

3 motive pentru care
companiile aleg (inca)
publicitatea TV



Dr. Farm. Roxana Gavrioloaia

Disclaimer



The content of this presentation reflects my own personal perspective and expertise, I do not represent the point of view of any company or authority or any other group that I am affiliated with.

The products related to this presentation are not the objective of any promotion or advertising, they are only examples.

Continutul acestei prezentari reflecta propria mea perspectiva, nu reprezinta punctul de vedere al unei companii, autoritati sau altei organizatii cu care sunt afiliata.

Produsele regasite in aceasta prezentare nu fac obiectul publicitatii sau promovarii, reprezinta doar exemple

Evolutia publicitatii medicamentelor



MR. JOHN BRYER: If you're one of the many people who take the prescription drug Motrin... you should ask your physician or pharmacist about Rufen.



They will tell you that both Motrin 400 milligram tablets



and Rufen 400 milligram tablets



are different brand names for the same drug, ibuprofen.



There is only one important difference: Rufen can cost you considerably less!



Rufen comes to you from Boots, the British pharmaceutical company that spent 16 years researching, developing and obtaining the worldwide patents on ibuprofen.

Publicitatea

“un abțibild de lipit direct pe creier”

Octav Bibere

WHAT IS PIONEERING ADVERTISING?



The content of this presentation reflects my own personal perspective and expertise

HOT TOPIC

Ce vad pacientii?



3 Motive

pentru care
companiile
farmaceutice aleg
(inca) publicitatea
TV



1. Este usor accesibila

De ce se investeste in Publicitatea TV in Romania?

- ▶ **Câte un televizor în fiecare camera!***
- ▶ **19%** dintre români au **1 singur** televizor în casă.
- ▶ **36%** au declarat că au **2 televizoare**
- ▶ **28%** dintre români au **3 televizoare**
- ▶ **17%** dintre consumatorii de TV dețin **4 televizoare.**



Românii, campioni la uitat la televizor. Media timpul în fața televizorului 2X media globală.*



- ▶ 50% petrec 2-3 ore în fața televizorului în fiecare zi.
- ▶ 1 din 5 români între 4 și 6 ore zilnic în fața televizorului
- ▶ 1 din 10 români 8 ore pe zi.
- ▶ **Media timpului TV în România = 5.46 ore.**
- ▶ **Media globală este de aproximativ 3 ore.**

*Indexului de Consum de Televiziune în România, SES Astra.

The content of this presentation reflects my own personal perspective and expertise

2. Este un canal general acceptat

Legislatia si inovatia

1. Norvegia: 46.4%

(2. Islanda: 17.2%)

3. Suedia: 7.9%

4. Olanda: 6.6%

5. Finlanda: 4.7%

6. China: 4.5%

7. Portugalia: 3.9%

8. SUA: 2.4%

9. Canada: 2.3%

10. Franta: 2.1%

11. Noua Zeelanda: 2.1%

12. Regatul Unit: 2.1%

13. Germania: 2.0%

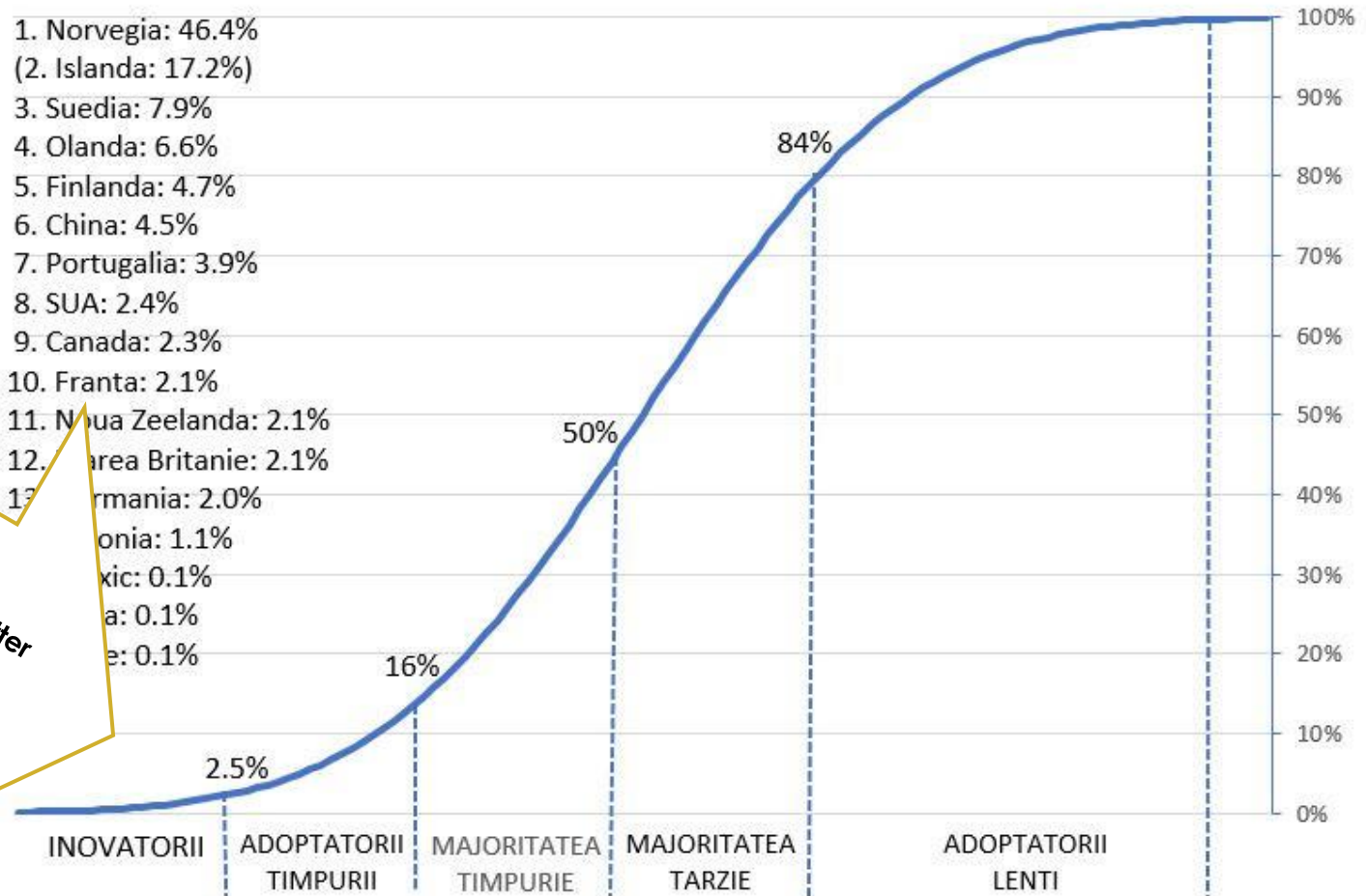
14. Japonia: 1.1%

15. Mexic: 0.1%

16. India: 0.1%

17. Brazilia: 0.1%

Tari care permit Facebook/ Twitter
(monitorizare postari) (Norvegia)



Potentialul publicitatii digitale



3. Impact imediat

PUBLICITATE

280 mil euro

total publicitate TV
2017

Media Fact Book

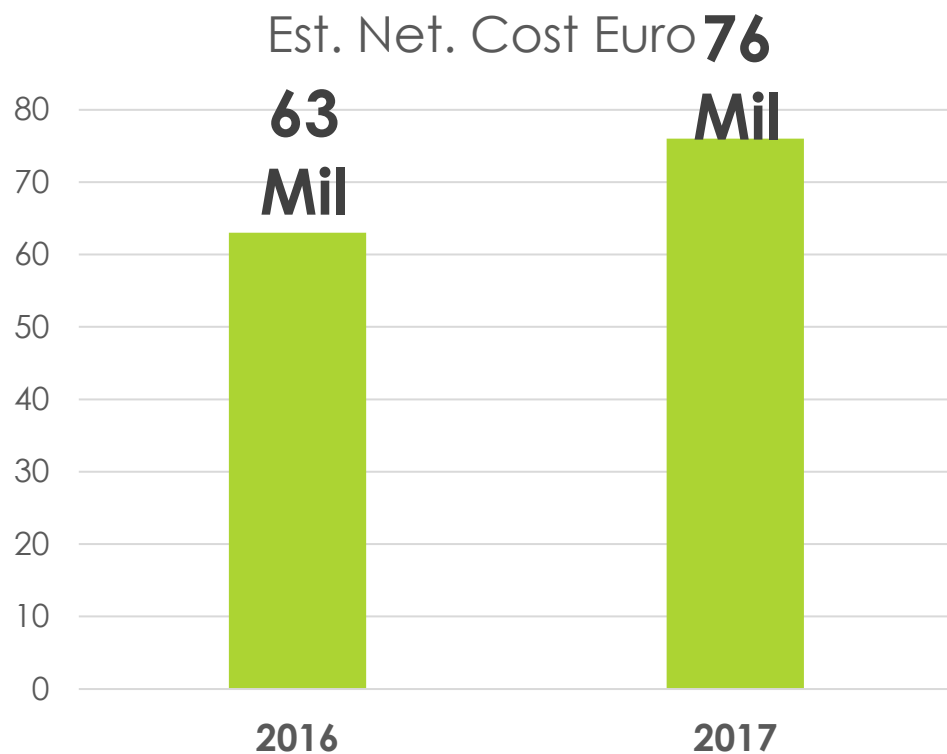
34 de mil euro

insertiile pe TV, cu
reclama la
medicamente, farmacii,
clinici și dispozitive
medicale- 2016

23 ore/zi

publicitate TV la
produse
medicamentoase

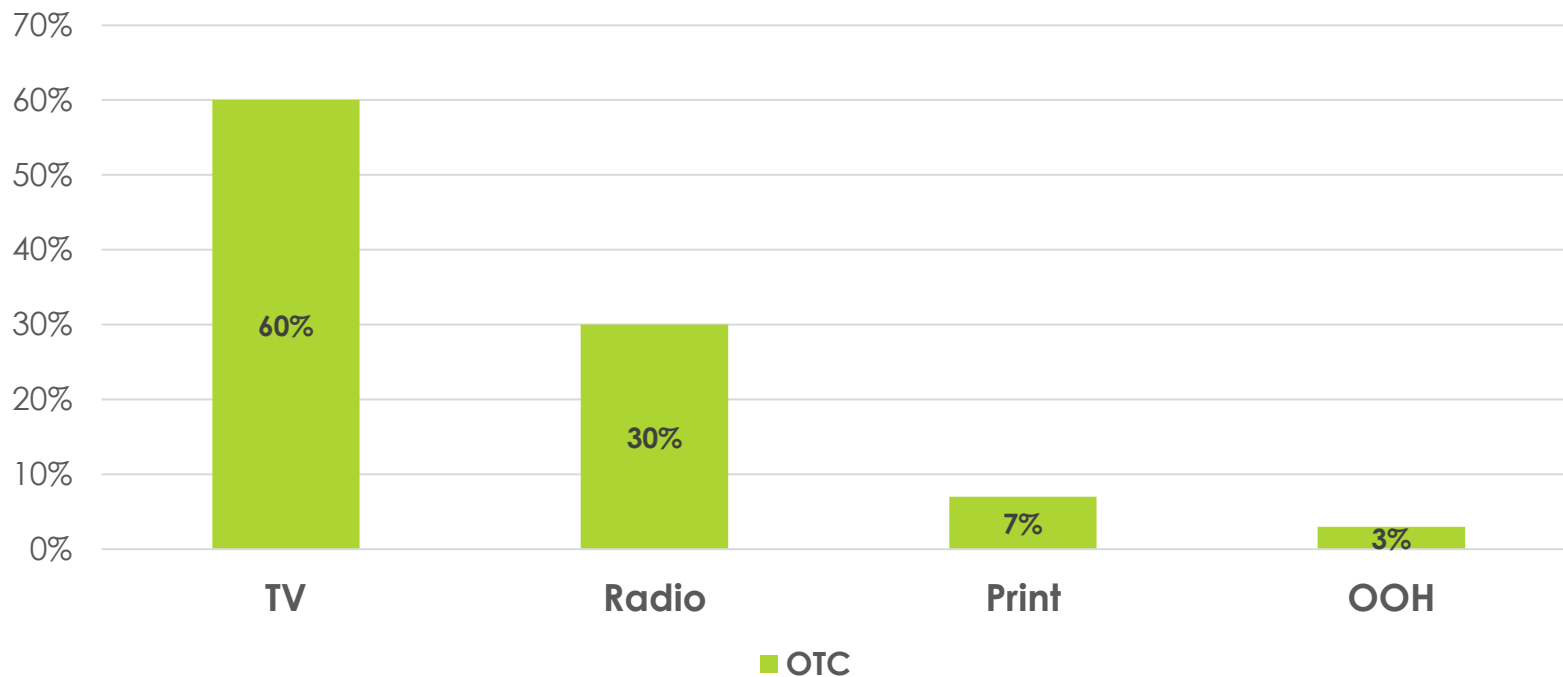
Evolutie Buget publicitate



Categoria Pharma 2017 vs 2016, crestere 21% a bugetului alocat publicitatii

MEDIA MIX OTC

Media Mix Net Cost Eur



HOT TOPIC

Văd pacienții diferența?

- OTC
- Supliment alimentar
- Dispozitiv medical
- Produs cosmetic

definitii



OTC MEDICINES

- proprietati pentru tratarea sau prevenirea bolilor la om;
- Art 1(2) Directiva 2001/83/EC
- Legea nr. 95 privind reforma in domeniul sanatatii –TITLUL XVII: Medicamentul Art. 695



FOOD SUPPLEMENTS

- completeaza dieta normală și care sunt surse concentrate de nutrienți sau alte substanțe cu efect nutrițional ori fiziologic
- Directiva 2002/46/EC



MEDICAL DEVICES

- utilizat în mod specific pentru diagnosticare și/sau în scop terapeutic și necesar funcționării corespunzătoare a dispozitivului medical, destinat de către producător a fi folosit pentru om
- Directiva 2007/47/EC /HG. 54/29 Ian 2009

Publicitatea – o responsabilitate nationala

Normele privind publicitatea (titlul VIII) din Directiva 2001/83/CE transpuse in legea 95/2006

OMS 194/2015 Normelor pentru evaluarea si avizarea publicitatii medicamentelor

Scop: Facilitarea aplicării reglementărilor în vigoare clarificând anumite aspecte detaliate, astfel încât publicitatea pentru orice medicament, indiferent de forma sa să fie la un standard ridicat și să respecte legile dispozițiile in vigoare”

Publicitatea intre informare si promovare

Public larg

Profesionisti
din sanatate

Vizitele rep.
medicali

Mostre

Sponsorizari

Studiu de caz



The content of this presentation reflects my own personal perspective and expertise

Contact

Multumesc

- [EMAIL: Roxana@pharmapro.ro](mailto:Roxana@pharmapro.ro)
- Tel: 0723666469
- www.pharmapro.ro

