

# OTC: Aspetti Regolatori, di marketing e vendite

## Argomenti

- Criteri per lo switch da medicinale etico a prodotto da banco
- Marchio ed etichetta: i requisiti da considerare
- Pubblicità nell'area Salute
- Il mercato italiano degli OTC e i bisogni di farmacie e parafarmacie
- Marketing mix e digital marketing nel mercato dell'automedicazione
- Lavori di gruppo

## Relatori

**Dr.ssa Ida Caramazza**  
*Senior Consultant Regulatory Affairs.*

**Dr.ssa Elisabetta Gioni**  
*Managing Partner,  
Chief Medical & Strategy Officer,  
Havas Life*

**Dr. Maurizio Maggini**  
*Suppl. Relationship Senior Manager,  
IQVIA Italia*

**Dr.ssa Carola Salvato**  
*CEO,  
Havas Health & You Italy*

**Dr.ssa Federica Santagostino**  
*Regulatory Affairs &  
Pharmacovigilance Manager,  
IQVIA Italia*

### A chi è rivolto?

Il percorso di formazione è indicato per quelle Aziende che abbiano la necessità di aprirsi alla conoscenza del mercato dei prodotti di automedicazione in vista di un ampliamento in tale ambito del proprio portafoglio prodotti e che desiderino diventare competitivi in tale settore e poter guadagnare una fetta del mercato di riferimento. Il corso si rivolge altresì agli operatori di quelle Aziende che sono già attive nel settore ma abbiano necessità di colmare eventuali gap formativi rilevati internamente e/o approfondire argomenti specifici confrontandosi con gli esperti in materia.

Trarranno particolare beneficio dal corso quanti afferiscono ai Dipartimenti:

- Affari Regolatori
- Medical Affairs
- Marketing
- Market Access

### Obiettivo del seminario

IQVIA propone un percorso di formazione strutturato in due giornate e incentrato sui temi cardine che regolano il mondo dei medicinali da banco. Tra questi, quello dello switch da medicinale etico a OTC, dei marchi e della pubblicità e dei bisogni del mercato. Completano il percorso due moduli dedicati specificamente alle strategie di marketing da considerare per un corretto posizionamento sul mercato di tali prodotti, inclusivi di workshop applicativi. L'obiettivo è quello di:

- trasmettere alle funzioni Regolatorie, Medical Affairs, Marketing e Market Access le conoscenze essenziali per poter approcciare il settore OTC in conformità con la normativa vigente;
- fornire un inquadramento su come si sviluppa il mercato degli OTC, con particolare focus sulle attività di farmacie e parafarmacie;
- prospettare un approfondimento di pure progettualità di marketing per un corretto posizionamento dei prodotti aziendali.

### Discussione

Verrà dato ampio spazio alla discussione per permettere ai partecipanti di chiarire i propri dubbi o approfondire argomenti specifici, confrontandosi direttamente con i relatori.

### Limitazioni di responsabilità

IQVIA non è responsabile nei confronti dei Partecipanti in relazione a qualsiasi danno gli stessi dovessero subire in occasione della propria partecipazione ai corsi IQVIA, eccezion fatta per casi di dolo o colpa grave.

### Foro competente

Eventuali controversie saranno di competenza del Foro di Milano.

### Eventi Formativi

Per essere informati sulle nostre attività di formazione, potete visitare il nostro sito web [www.temasis.it](http://www.temasis.it)

**E' possibile prevedere la partecipazione alternata alle due giornate del corso di due iscritti della medesima azienda afferenti a dipartimenti diversi al costo di una singola iscrizione. Segnalare all'atto dell'iscrizione se si vuole approfittare di tale opportunità.**

## Prima Giornata - 27 Settembre

09.00 *Registrazione dei Partecipanti*

09.30

### SWITCH

- La classificazione dei medicinali ai fini della fornitura: come cambia nello switch
- SOP e OTC: come si diversificano
- Criteri per lo switch da medicinale etico a prodotto da banco
- Compliance con i requisiti regolatori italiani ed europei vigenti in materia
- Linea Guida Europea "Guideline on changing the classification for the supply of a medicinal product for human use"
- Analisi dei punti di forza vs. criticità nello switch
- Modalità di richiesta dello switch alle Autorità
- Strategie e requisiti per il mantenimento del marchio per OTC e RR

### 3 Case studies sullo Switch

- FANS uso topico
- FANS uso orale
- Triptano uso orale

*Dr.ssa Federica Santagostino*

11.15 *Coffee Break*

11.30

### Marchio ed etichetta

- La denominazione del medicinale: riferimenti regolatori e responsabilità d'azienda
- Packaging dei medicinali SOP e OTC. Regole, riferimenti, processi di approvazione: testo e layout
  - Informazioni specifiche per l'utilizzo senza prescrizione
  - Leggibilità e chiarezza delle informazioni
  - Immagini e pittogrammi: quali regole?
- Marchi a ombrello: il focus si sposta dal prodotto all'azienda
- Profili normativi e criteri per l'uso dei marchi a ombrello nel settore farmaceutico
- I marchi a ombrello per i medicinali
  - Stesso principio attivo
  - Stessa area terapeutica
  - Aree terapeutiche diverse
  - Prefissi, suffissi, termini qualificativi
- Umbrella Brand che riuniscono prodotti di diversa classificazione regolatoria (medicinale etico, medicinale SOP/OTC, dispositivo medico,

integratore, cosmetico)

- Normativa di riferimento
- Quali sono i limiti?
- Ruolo di AIFA e del Ministero della Salute

### Case studies sull'utilizzo dei marchi a ombrello

- Medicinali: marchio applicato a prodotti con diverse indicazioni
- Linea di prodotti per il cavo orale
- Da un marchio "etico" a una linea di prodotti vari

*Dr.ssa Ida Caramazza*

13.30 *Colazione di lavoro*

14.30

### Pubblicità nell'area Salute

- Il quadro normativo della pubblicità
  - Medicinali SOP e OTC: quali norme diverse rispetto ai medicinali etici?
  - Dispositivi medici
  - Integratori alimentari
  - Cosmetici
- Responsabilità d'azienda e ruolo del servizio scientifico nella pubblicità dei prodotti SOP/OTC
- I destinatari del messaggio: pubblico, pazienti, operatori sanitari
  - I destinatari "vulnerabili"
- Quali regole per i diversi messaggi rivolti al pubblico, pazienti, operatori sanitari
  - I claim sui prodotti
  - Pubblicità istituzionale
  - Divulgazione scientifica su temi scientifici e su patologie
- Quali mezzi per trasmettere il messaggio?
  - Siti web e social network
- Responsabilità d'azienda e ruolo del servizio scientifico nella pubblicità dei prodotti SOP/OTC
- Principi etici e codici deontologici
- Normativa specifica per l'informazione medico scientifica: quali ricadute sulla promozione dei prodotti non farmaceutici?
  - Unico mezzo promozionale per più prodotti? Medicinale /cosmetico /integratore /DM
- Ruolo dell'AIFA e del Ministero della Salute
- Contenuto scientifico della promozione di medicinali SOP/OTC, dispositivi medici, integratori alimentari, cosmetici: riferimenti e utilizzo delle pubblicazioni scientifiche
- Interventi dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria: casi pratici

*Dr.ssa Ida Caramazza*

# Programma

15.45 *Break*

16.00

## **Il mercato italiano degli OTC: una panoramica**

- Distribuzione del farmaco in Italia
  - Canali di distribuzione
  - L'importanza dei singoli canali per il mercato OTC
- Panoramica dei Player
- Dati di mercato importanti e numeri significativi
  - Quote di fatturato per canale
  - Quantità di raggruppamenti, catene etc.
- Il ruolo dei distributori

## **I principali bisogni delle farmacie/parafarmacie**

- Quali sono le principali necessità per farmacie e parafarmacie?
- Come possiamo supportarle concretamente nel loro lavoro?

*Dr. Maurizio Maggini*

17.30 **Discussione e chiusura della prima giornata**

## **Seconda giornata - 28 Settembre**

09.00 *Registrazione dei Partecipanti*

09.30

## **Il marketing mix nel mondo Consumer Health**

- Le leve di una strategia di marketing 4.0
- Il ruolo della comunicazione integrata: how to
- La farmacia come leva di marketing & media integrabile

*Dr.ssa Carola Salvato, Dr.ssa Elisabetta Grioni*

11.00 *Coffee Break*

11.15

## **Il Digital marketing nel mercato dell'automedicazione**

- Il nuovo consumatore digitale: caratteristiche e abitudini d'acquisto
- L'ecosistema digitale aziendale: composizione e funzionamento
- Canali e piattaforme di comunicazione:
  - Motori di ricerca
  - Social Media: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, i new players

*Dr.ssa Carola Salvato, Dr.ssa Elisabetta Grioni*

12.30 **Discussione**

12.45 *Colazione di lavoro*

14.00

## **Lavoro di gruppo prima parte**

### **Dal Marketing strategico al marketing operativo**

- Come traduco la strategia di marketing in una strategia commerciale e di vendita?
- Spunti regolatori

*Dr.ssa Carola Salvato, Dr.ssa Elisabetta Grioni e Dr.ssa Ida Caramazza*

15.00

## **Lavoro di gruppo seconda parte**

### **Messa a punto di una comunicazione di marketing**

- Sviluppo all'interno del team di un piano di comunicazione di prodotto
- Quale ruolo regolatorio all'interno del team?

*Dr.ssa Carola Salvato, Dr.ssa Elisabetta Grioni e Dr.ssa Ida Caramazza*

16.00 **Wrap up e discussione**

16.30 *Chiusura del Seminario*

# ISCRIZIONE Seminario n. 22 09 2021 27 e 28 Settembre 2022 - Milano

L'iscrizione può essere effettuata tramite sito web all'indirizzo [www.temasis.it](http://www.temasis.it) oppure attraverso l'invio del seguente modulo (via mail all'indirizzo [pharmaacademy@iqvia.com](mailto:pharmaacademy@iqvia.com) o via fax al numero **+3902303509053**):

NOME	COGNOME	
QUALIFICA	SOCIETA'	
INDIRIZZO	CAP	CITTÀ
TEL.	EMAIL	

## > Dati per l'emissione fattura

RAGIONE SOCIALE		
PARTITA IVA	C.F.	
INDIRIZZO	CAP	CITTÀ

**TUTELA DATI PERSONALI - INFORMATIVA** Ai sensi dell'articolo 13 del Regolamento EU 679/2016 del Parlamento europeo e del Consiglio europeo del 27 Aprile 2016 ("GDPR") e conformemente al Decreto Legislativo n. 196/2003, e sue successive modificazioni, si informa il Partecipante che i dati raccolti verranno trattati per le finalità connesse all'attuazione del seminario e degli adempimenti, previsti dalla legge, in ordine agli obblighi per la gestione amministrativa e organizzativa dei corsi. Inoltre i dati personali potranno, previo consenso del Partecipante, essere utilizzati per fini statistici, per l'invio di informazioni su future iniziative e nuovi prodotti, servizi e offerte da parte di codesta società e da partners commerciali nell'ambito sanitario. I suoi dati personali potranno essere comunicati a Forum Institut für Management GmbH in qualità di autonomo titolare del trattamento. Per queste opzioni è necessaria l'autorizzazione dell'interessato. In caso di mancato consenso l'interessato NON RICEVERA' ulteriori informazioni come sopra citato e i dati personali non saranno comunicati a terzi. I suoi dati personali verranno tenuti in archivio per 5 anni dalla data di accettazione dell'informativa.

In merito al consenso al trattamento dei dati per l'invio di informazioni su iniziative future, il sottoscritto:

- Rilascia il proprio consenso  Non rilascia il proprio consenso

In merito al consenso al trattamento dei dati per la comunicazione dei dati personali a Forum Institut für Management GmbH, il sottoscritto:

- Rilascia il proprio consenso  Non rilascia il proprio consenso

DATA \_\_\_\_\_ FIRMA \_\_\_\_\_

Ricordiamo, infine, che in qualunque momento potranno essere esercitati dal Partecipante i diritti del GDPR, scrivendo al titolare del trattamento, IQVIA Solutions Italy S.r.l., con sede in via Fabio Filzi, 29, 20124 Milano (MI) oppure all'indirizzo [privacy.italy@iqvia.com](mailto:privacy.italy@iqvia.com). Lei ha anche il diritto di proporre un reclamo all'autorità competente.

## L'ISCRIZIONE VA EFFETTUATA AL PIÙ TARDI 30 GIORNI PRIMA DEL CORSO!

*(Oltre tale data contattare lo Staff per verificare l'eventuale disponibilità di posti residua)*

### > Sede - Milano

*La sede congressuale verrà comunicata agli iscritti in tempo utile.*

### > Quota di iscrizione per singolo partecipante

*(Barrare la casella di interesse)*

<input type="checkbox"/>	Prima giornata (27 Settembre): €980,00 + IVA 22% a persona
<input type="checkbox"/>	Seconda giornata (28 Settembre): €980,00 + IVA 22% a persona
<input type="checkbox"/>	Prima e seconda giornata (27 e 28 Settembre): €1490,00 + IVA 22% a persona

**La quota di partecipazione è comprensiva di materiale didattico in formato elettronico, lunch e due coffee break.**

**> Modalità di pagamento** Il saldo della quota di partecipazione deve essere effettuato a seguito dell'emissione della relativa fattura da parte della società IQVIA Solutions Italy S.r.l. al termine dell'evento in oggetto.

**> Modalità di disdetta** È possibile annullare un'iscrizione fino a 15 giorni\* dalla data del corso con il solo onere del pagamento di € 50,00 per spese amministrative. In caso di disdetta di partecipazione pervenuta da 14 a 7 giorni\* prima della data del corso, verrà addebitata la metà della quota di iscrizione dovuta. In tutti gli altri casi saremo costretti ad addebitare l'intera quota di iscrizione. È comunque sempre possibile delegare un sostituto. Eventuali disdette e comunicazioni di sostituzioni vanno effettuate via fax o e-mail. \* I giorni sono da intendersi di calendario.

**> Annullamento o rinvio del corso** IQVIA si riserva la facoltà di posticipare o annullare il corso programmato qualora non si raggiunga, ai fini didattici, un numero minimo di partecipanti o qualora dovessero verificarsi problemi organizzativi. In caso di annullamento del corso, unico obbligo di IQVIA sarà quello di restituire le quote di iscrizione eventualmente già versate senza ulteriori oneri. Per cause di forza maggiore, IQVIA si riserva il diritto di modificare il programma, i relatori e/o la sede del corso.



### Per informazioni:

Eliana Formicola  
Tel.: +39 02 69786154  
Email: [eliana.formicola@iqvia.com](mailto:eliana.formicola@iqvia.com)

### Eventi Formativi

Per essere informati sulle nostre attività di formazione, potete visitare il nostro sito web [www.temasis.it](http://www.temasis.it)