

## **Îngrijirea personală ca soluție pozitivă și eficientă pentru sănătatea românilor**

**București, 20 octombrie** – Informarea corectă a consumatorului în vederea autogestionării propriei stări de sănătate și respectarea nevoilor acestuia de către autoritățile, instituțiile și companiile reprezentative pentru industria de îngrijire personală au fost principalele teme discutate în cadrul conferinței "Rolul îngrijirii personale în domeniul sănătății", din data de 19 octombrie.

Organizată de AESGP (Association of the European Self-Medication Industry), în parteneriat cu RASCI (Asociația Română a Producătorilor de medicamente fără prescripție, suplimente alimentare și dispozitive medicale), conferința a urmărit să atragă atenția asupra rolului acestor categorii de produse, reprezentate de asociația română, pentru îngrijire personală drept o soluție eficientă pentru sănătate. Temele de discuție au fost abordate atât din perspectiva creșterii înregistrată de acest segment pe piața din România cât și în contextul necesității încurajării prevenției, identificată la nivel european și național.

„Încurajarea prevenției și a administrării responsabile are potențialul de a contribui, pe lângă ameliorarea stării generale de sănătate a românilor pe termen lung, și la diminuarea presiunii exercitate asupra sistemului de sănătate, unul dintre obiectivele asumate în Strategia Sănătate 2020 la nivel european,” a declarat Hubertus Cranz, Director General AESGP.

Piața de OTC-uri, incluzând aici medicamentele fără prescripție medicală, suplimentele alimentare și dispozitivele medicale, reprezintă 32% ca volum și 23% ca valoare din piața totală de medicamente din România, la nivelul anului 2016.

Comparativ cu 2012, această piață a înregistrat o creștere de 19 procente, ajungând la o valoare de 669 milioane de euro, creștere determinată în primul rând de categoria medicamentelor fără prescripție.

Cele mai populare categorii de OTC-uri sunt cele destinate îngrijirii personale (lifestyle), cele destinate tratării răcelilor și gripelor, urmate de cele cu acțiune în afecțiuni gastrointestinale.

„Publicitatea are rolul de a crește gradul de conștientizare în rândul pacienților cu privire la starea lor de sănătate. Este responsabilitatea comunicării comerciale de a se adapta la nevoile și la nivelul de înțelegere ale consumatorului local și de a-i oferi acestuia informații corecte despre produsul cărui i se face publicitate. 76% dintre români au declarat în cadrul unui studiu recent realizat de GfK, că simt nevoia să primească informații suplimentare cu privire la prevenția anumitor afecțiuni și sfaturi privind menținerea unui stil de viață sănătos. Pentru aceasta, este nevoie de programe de prevenție eficiente, implementate pe termen lung și adresate nu doar publicului adult, ci și copiilor,” a declarat Diana Mereu, Director Executiv RASCI.

În ceea ce privește reglementarea comunicării la nivelul industriei de medicamente fără prescripție, suplimente alimentare și dispozitive medicale, producătorii de medicamente sunt obligați să urmeze reglementările în vigoare prin care se asigură că informațiile furnizate consumatorilor sunt adecvate ca și

conținut. De asemenea, farmaciștii au responsabilitatea profesională de a recomanda, când circumstanțele o cer, să fie consultat medicul.

„Prin demersurile sale, RASCI urmărește nu doar informarea și responsabilizarea consumatorilor, ci și stabilirea unui dialog deschis cu pacienți, autorități de reglementare în domeniu, precum și cu alți factori care influențează starea de sănătate a românilor, dialog care nu mai poate fi amânat. Concret vorbind, plănuim să facem acest lucru prin campanii de informare care să contribuie la îmbunătățirea continuă a educației pentru sănătate și creșterea nivelului de responsabilitate în prevenirea și tratarea afecțiunilor cu produse din categoria medicamentelor fără prescripție, suplimentelor alimentare și dispozitivelor medicale pentru îngrijire personală,” a declarat Răzvan Bosînceanu, Președinte RASCI.

La eveniment au participat atât reprezentanți ai autorităților și instituțiilor relevante pentru industrie, la nivel național dar și european, precum și ai asociațiilor profesionale reprezentative pentru acest segment de bază al industriei farmaceutice.

Perspectivile variate asupra industriei de medicamente fără prescripție, suplimente alimentare și dispozitive medicale, reglementării și tendințelor acesteia, cât și asupra rolului și tipurilor de comunicare pentru acest segment de piață au fost susținute de:

Dirk Ossenbergh-Engels și Hubertus Cranz - AESGP

Răzvan Bosînceanu și Diana Mereu - RASCI

Pete Smith - Self-Care Forum, Marea Britanie

Anca Crupariu – Agenția Națională a Medicamentului și a Dispozitivelor Medicale

Tatiana Onisei – Institutul de Bioresurse Alimentare

Marian Pană, Cegedim România

Diana Loreta Păun, Administrația Prezidențială

Raymond Anderson – Agenția Europeană a Medicamentului (EMA)

Doina Drăgănescu, Colegiul Farmaciștilor din România

Oana Cociășu, Consiliul Român pentru Publicitate



## **Despre RASCI**

Asociația Română a Producătorilor de medicamente fără prescripție, suplimente alimentare și dispozitive medicale (RASCI) reunește producători și distribuitori de medicamente fără prescripție (OTC), suplimente alimentare și dispozitive medicale pentru îngrijire personală, activi pe piața din România: Bayer, GlaxoSmithKline Consumer Healthcare, Johnson & Johnson, Sanofi, Reckitt Benckiser, Pfizer, Primum, Fildas, Secom, Terapia și UniComs.

Scopul principal al RASCI este să asigure claritatea și obiectivitatea informației atât la nivelul populației- principalul beneficiar al produselor noastre, cât și la nivelul profesioniștilor din domeniul medical – cei care zilnic dau sfaturi și indicații de utilizare a acestor produse. În același timp, într-o lume a avalanșei de informații, ne propunem să oferim direcții clare pentru selecția fiecărei categorii din produsele pe care le punem pe piață.