

La publicité du médicament : règles et acteurs



Formation
e-learning

45 min

Code : VVME

Public concerné

Tous les collaborateurs des industries pharmaceutiques.

Configuration

Système d'exploitation (a minima) : Windows 10

Processeur (a minima) : Pentium Core i5

Mémoire (a minima) : 4 à 8 Go en fonction du système

Navigateurs : Edge, Firefox, Chrome (version 88 et suivantes), Safari (v9 ou suivant).

Activer les cookies de session sur les postes utilisateurs.

La formation est adaptée aux formats mobile et tablette.

Conditions tarifaires

Coût forfaitaire de **499 € HT** ouvrant les droits d'accès à notre plateforme de formation pour 5 ans

+ Coût annuel de connexion nominative à la formation : **55 € HT** par salarié apprenant.

Informations complémentaires

Prérequis : AUCUN.

Évaluation par QCM effectuée post-formation sur plateforme informatique. Remise d'une attestation de formation et communication des résultats.

Formation personnalisable au vu des attentes et/ou des spécificités de votre entreprise.

Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Nous contacter pour étudier ensemble les modalités requises.

LES



- Vous saurez quels documents et outils promotionnels peuvent être utilisés
- Vous maîtriserez les obligations à mentionner
- Vous serez en mesure d'identifier les acteurs impliqués dans les processus de validation et de diffusion
- Vous détiendrez les clefs pour une publicité dans les règles et répondant à toutes les contraintes impliquées dans les processus de validation et de diffusion

Une formation de 45 min

Pour connaître les règles et acteurs relatifs à la publicité du médicament (validation des outils promotionnels, contraintes liées à la publicité comparative...).

Qu'est-ce qu'une formation en e-learning ?

Formation dématérialisée et asynchrone, elle permet de dispenser des programmes via une plateforme numérique et interactive de type LMS (Learning Management System).

La conception des modules est réalisée par nos ingénieurs pédagogiques en association avec nos graphistes. L'objectif est de favoriser l'assimilation des connaissances avec l'utilisation de différents outils tels que des vidéos, des documents à consulter, des liens, des animations et des auto-quizz en cours de parcours.

Cette modalité d'apprentissage permet aux apprenants :

- De suivre la formation au moment et dans le lieu qui leur convient le mieux
- De revenir à leur guise sur des points importants, mal compris ou mal assimilés
- De vérifier leurs connaissances grâce à des questionnaires d'évaluation
- De télécharger leur attestation d'assiduité

Elle a pour avantage vis-à-vis de l'entreprise :

- De répondre immédiatement aux besoins de formation
- De mettre à niveau les nouveaux arrivants
- De libérer les formateurs internes pour des thématiques plus pointues
- De réduire les temps d'absence des salariés pour formation
- D'économiser les coûts annexes de la formation
- De décliner certains contenus e-learning en plusieurs langues (nous consulter)

► Vos contacts



Christel Baty
01 84 76 14 84
c.baty@ifis.fr



François Mège
01 85 76 18 77
f.mège@ifis.fr

Programme

• Qu'est-ce que la publicité ?

- Les documents qui encadrent la publicité
- Ce qui est de la publicité
- Ce qui n'est pas de la publicité

• Qui sont les autorités en charge de faire respecter les règles ?

- Une vérification interne et externe
- Quelles sont les missions du Pharmacien Responsable ?
- Le rôle du Pharmacien Responsable

• Comment est diffusée la publicité ?

- La condition primordiale pour qu'une publicité soit diffusée
- Obtenir le Visa de publicité
- Les types de Visa
- Quels supports pour les professionnels de santé ?

• Que contiennent les documents promotionnels ?

- Ce que dit la loi
- Les critères qui doivent être inclus dans la publicité pour qu'elle puisse être complète
- Focus sur le Résumé des Caractéristiques Produits (RCP)

• À qui s'adresse la publicité ?

- Les recommandations de l'ANSM
- La publicité destinées au professionnels de santé

• Les informations obligatoires à faire apparaître

- Quelles études utiliser pour la promotion d'un médicament ?
- La publicité destinée au grand public
- Les informations minimales à apporter
- La publicité comparative

• Qu'en est-il sur le terrain ?

- Utiliser les documents promotionnels
- Les documents émis par les autorités
- Les recommandations émises par les autorités
- Ce qui doit être remis ou non
- Comment se rappeler de ce qui doit être remis ou non ?
- Les échantillons médicaux
- En cas de non-respect des règles

Contexte

Le médicament n'est pas un produit comme les autres. Sa publicité est encadrée par des règles particulières afin de garantir son bon usage.

La publicité pour les médicaments à usage humain concerne toute forme d'information, y compris le **démarchage**, la **prospéction** ou l'**incitation** qui vise à **promouvoir** la prescription, la délivrance, la vente ou la consommation de ces médicaments.

Formez l'ensemble de vos collaborateurs à la publicité afin de garantir un encadrement en phase avec la réglementation en vigueur.

Le module en images

