

LES CHIFFRES CLÉS DE LA PROMOTION PHARMACEUTIQUE

Ce qu'il s'est dit et fait en promotion auprès des professionnels de santé
Période : Cumul Fixe de Janvier à Octobre 2018 (CF)

TOP 5 DES LABORATOIRES QUI INVESTISSENT LE PLUS EN PROMOTION - HORS DTC -

Tous media confondus – Investissements en Euros au CF Octobre 2018-

Total industrie Toutes Spécialités		Investissements €	% Évolution
		1 403 546 533	0,50 %
SANOFI AVENTIS	1	54 185 284	2,18%
GLAXOSMITHKLINE	2	43 357 503	23,79%
NOVARTIS PHARMA	3	43 300 183	-11,61%
MENARINI	4	36 995 536	-8,58%
PFIZER	5	34 618 159	4,08%

Canal E-promotion – Evolution des investissements entre le CF 2018 vs CF 2017

Total industrie Toutes Spécialités		% Évolution
		6,42 %
SANOFI AVENTIS	1	12,24%
PFIZER	2	7,88%
MSD FRANCE	3	26,73%
ROCHE	4	35,61%
ASTRAZENECA	5	-4,80%

Commentaires : SANOFI AVENTIS, n°1 des laboratoires qui investissent le plus, y compris dans le digital !
Si l'investissement promotionnel reste stable sur un an (0,50%), les laboratoires GSK se distinguent avec une évolution de +24%, tous media confondus. Sur le media Digital, les laboratoires ROCHE et MSD France ont fortement investi sur les 12 derniers mois.

TOP 3 DES LABORATOIRES QUI VISITENT LE PLUS LES MEDECINS - Nombre de Calls (C) et Evolution (E) -

Auprès des spécialités libérales et mixtes

TOTAL C: 11 050 507 TOTAL E: - 5,40%

1	SANOFI AVENTIS	C : 352 768	E : - 0,57%
2	THEA	C : 223 467	E : - 10,89%
3	URGO HEALTHCARE	C : 211 638	E : - 2,80%

C : Calls E: Evolution

Auprès des médecins généralistes

TOTAL C: 21 892 177 TOTAL E: 0,44%

1	MENARINI-FRANCE	C : 1 961 904	E : 5,05%
2	GLAXOSMITHKLINE	C : 1 383 564	E : - 11,76%
3	SANOFI AVENTIS	C : 978 121	E : 12,38%

Auprès des services hospitaliers

TOTAL C: 5 516 265 TOTAL E: - 3,37%

1	JANSSEN-CILAG S.A.	C : 327 190	E : 9,94%
2	NOVARTIS PHARMA	C : 265 085	E : - 0,43%
3	SANOFI AVENTIS	C : 248 177	E : - 4,40%

Commentaires : Tous laboratoires confondus, le nombre de calls auprès des spécialités libérales et des services hospitaliers ont chuté respectivement de 5% et 3% en un an. Ce sont les laboratoires THEA auprès des spécialités libérales et GSK auprès des MG qui ont enregistré les plus fortes baisses en nombre de contacts.

LES 5 PRODUITS PRESENTES EN PRE-MARKETING EN OCTOBRE

MÉDECINS ET PHARMACIENS LIBÉRAUX*

PRODUIT	LABORATOIRE FABRICANT	CLASSE	SPÉCIALITÉ
LIPOROSA	LES LAB. SERVIER	C10C0	MGs
MAVENCLAD	MERCK	N07A0	Neurologue
FASENRA	ASTRAZENECA	R03M0	Pneumologue
TREMFYA	JANSSEN-CILAG S.A.	D05B0	Dermatologue
STEGLATRO	MSD France	A10P1	Diabétologue

MÉDECINS HOSPITALIERS*

PRODUIT	LABORATOIRE FABRICANT	CLASSE	SPÉCIALITÉ
FASENRA	ASTRAZENECA	R03M0	Pneumologue
SYM TUZA	JANSSEN-CILAG S.A.	J05C9	Médecine interne
MAVENCLAD	MERCK	N07A0	Neurologue
PIFELTRO	MSD FRANCE	J05C3	Médecine interne
PELGRAZ	ACCORD HEALTHCARE	L03A1	Oncologue

Commentaires : Le 1^{er} message mémorisé par les médecins pour LIPOROSA est son association Crestor + Ezetrol.
Pour FASENRA, les pneumologues citent avant tout ce nouvel anti IL5 pour son indication dans l'asthme sévère et son arrivée prochaine sur le marché.

LES 10 ÉTUDES CLINIQUES LES PLUS MENTIONNÉES PAR LES MÉDECINS AU COURS DU DERNIER TRIMESTRE GLISSANT (Août-Sept-Oct)

SPECIALITE	LABORATOIRE/ PROMOTEUR	PRODUIT	CLASSE CTA
Cardiologue (ville)	AMGEN	REPATHA	C10A
Cardiologue (ville)	DAIICHI SANKYO FR	LIXIANA	B01F
Cardiologue (ville)	NOVARTIS PHARMA	ENTRESTO	C09D
Dermatologue (ville)	LA ROCHE POSAY	LRP REPARATION DE LA PEAU	Not Coded
Dermatologue (ville)	SVR	SVR REPARATION DE LA PEAU	Not Coded
Cardiologue (hôpital)	BRISTOL-M.SQUIBB	ELIQUIS	B01F
Cardiologue (hôpital)	PHRC	PHRC ETUDES/OBSERVATOIRES	Not Coded
Cardiologue (hôpital)	SANOFI AVENTIS	LOVENOX	B01B
Dermatologue (hôpital)	INFLARX	IFX-1	L04X
Dermatologue (hôpital)	JANSSEN-CILAG S.A.	STELARA	L04C

Commentaires : Cardiologues et Dermatologues, libéraux ou hospitaliers sont les 2 spécialités qui participent le plus aux essais cliniques au cours du dernier trimestre glissant.

LA DONNÉE PROMOTIONNELLE DE RÉFÉRENCE AU SERVICE DE MULTIPLES APPLICATIONS !



Études ad-hoc :
Bilans promotionnels, reconstitution de réseaux, analyse DAM, analyse promotionnelle d'un marché par indication, analyse promotionnelle d'un marché par segment de cible



Benchmark des Investissements Promotionnels. L'analyse prédictive de votre stratégie promotionnelle, par média, par cible et sur votre marché



Recommandations basées sur nos données et renforcées par nos expertises Multicanal en communication directe, visite à distance et connaissance clients

Vous voulez en savoir plus sur ChannelDynamics, benchmark mondial de référence des stratégies d'investissements promotionnels de l'industrie pharma, suivez-nous sur



@IQVIA_GMI et



IQVIA Global Market Insights

Contactez-nous : florence.rolet@iqvia.com ou au 01.73.20.40.06