

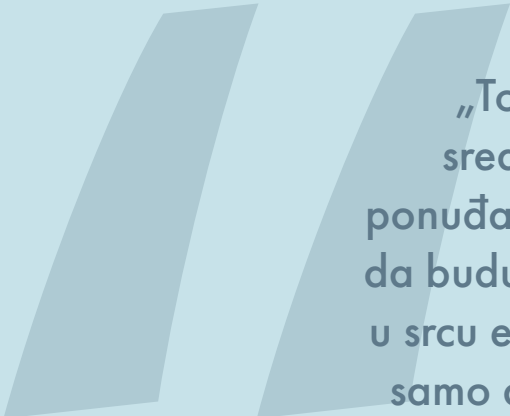
McCANN  
HEALTH  
NORDIC

# KOMUNIKACIJA FARMACEUTSKE INDUSTRIJE U COVID SVETU

I&F Grupa

SNAGA LJUDI

Decembar 2020.



„Tokom pandemije, vakcine i antivirusna sredstva ne mogu se jednostavno prodati ponuđaču sa najboljom ponudom. Trebalo bi da budu dostupni i pristupačni ljudima koji su u srcu epidemije i kojima su najpotrebniji. Ne samo da je takva distribucija ispravna stvar, već je i prava strategija za premošćavanje kratkog spoja i sprečavanje budućih pandemija.“<sup>1</sup>

Bill Gates

Dok COVID-19 nastavlja da pustoši širom sveta, odnoseći živote i slabeći sisteme zdravstvene zaštite i ekonomiju, javni i privatni zdravstveni sektor morali su da se udruže u borbi za usporavanje širenja virusa i pronalaženje leka ili vakcine.

Privatni i javni sektor rade zajedno kako bi skratili vremenske rokove, regulatorni organi odobravaju studije u roku od nekoliko dana, a ispitivanja vakcina su u toku.

Kriza i dalje traje i učesnici u privatnom zdravstvenom sektoru, posebno farmaceutske kompanije, imaju jedinstvenu šansu da pokrenu pozitivnu promenu i da postave temelje za potpuno drugačiji tip pružanja zdravstvenih usluga. Jedna od najvećih mogućnosti ogleda se u ubrzavanju i intenziviranju saradnje sa javnim sektorom.

Kako svet postaje sve manje globalizovan, sa zatvorenim granicama, oslabljenom trgovinom i ograničenom ljudskom interakcijom, saradnja između privatnog i javnog sektora izgleda izazovnije nego ikad.

*Problem sa kojim se sada suočavamo je da će efekat koji Covid-19 ima na globalizaciju u suštini uticati na saradnju.*

## IZAZOVI SARADNJE

Kada je reč o javnom i privatnom zdravstvenom sektoru, saradnju definišemo kao nov način zajedničkog rada na pružanju tretmana i pružanju zdravstvene zaštite u širokom opsegu i velikom brzinom.

Problem sa kojim se sada suočavamo je da će efekat koji Covid ima na globalizaciju u suštini uticati na saradnju. Ne utiče samo na lance snabdevanja i nedostatak lekova, već i na klinička istraživanja ispitivanih lekova. Uz sve to, socijalno udaljavanje, vanredna situacija i drakonske mere karantina širom sveta dodatno ometaju ispitivanje lekova i istraživanja javnog zdravlja.<sup>2</sup>

Uprkos ovim izazovima, šta farmaceutska industrija može da učini kako bi omogućila intenzivniju saradnju tokom krize?

# AMERIČKA PERCEPCIJA FARMACEUTSKE INDUSTRIJE, 2001-2019

Pozitivno gledište – procenat stanovništva koji ima pozitivno mišljenje o industriji kada se oduzme procenat onih koji imaju negativno mišljenje.



Izvor: Big Pharma sinks to the bottom of U.S industry Ratings, Gallup, 3. septembra 2019. (preuzeto 4. maja 2020.)

U 2019. godini farmaceutska industrija je u očima američke javnosti bila najslabije poštovana industrija. Sunovrat poverenja je globalni problem još od kada je Edelman Trust Barometer 2019. utvrdio da samo 57% ljudi u Velikoj Britaniji ima poverenja u taj sektor.<sup>3</sup>

*Pandemija je farmaceutskoj industriji pružila jedinstvenu priliku da povрати poverenje.*

## 1. PREISPITAJTE VAŠ KORPORATIVNI IDENTITET

Nepoverenje u farmaceutsku industriju poraslo je poslednjih nekoliko godina u svetlu onoga što se smatra agresivnom strategijom određivanja cena za lekove i vakcine.

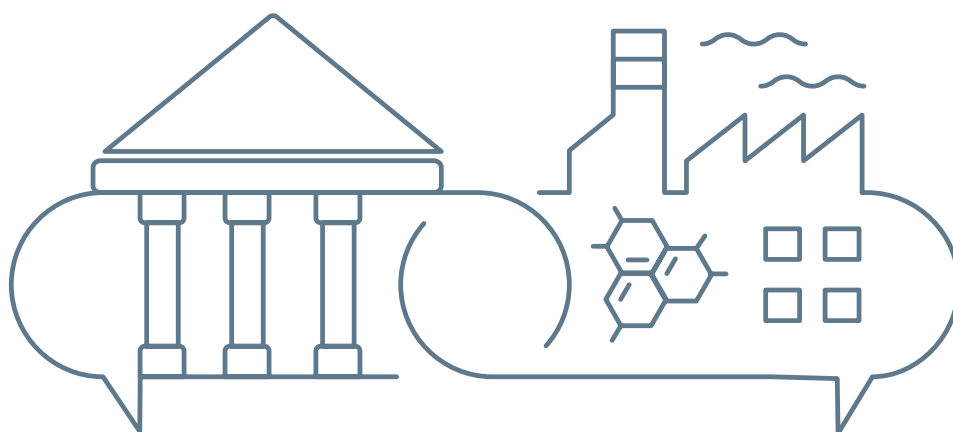
Pre 20 godina, vodeći svetski proizvođači lekova udružili su se sa razvijenim državama, na čelu sa Klintonovom administracijom u SAD-u, kako bi ograničili jeftinu generičku proizvodnju antiretrovirusnih lekova u Južnoj Africi za lečenje HIV-a koji je do tada već odneo preko 100.000 života. Posle godina globalnog pritiska, Južna Afrika je na kraju uspeła da pristupi jeftinijim generičkim lekovima koji danas koštaju samo 75 dolara godišnje po pacijentu.<sup>4</sup>

Pandemija je farmaceutskoj industriji pružila jedinstvenu priliku da povрати poverenje. Tačnije, pružila je mogućnost pojedinim organizacijama da preispitaju način na koji će one, u saradnji sa javnim sektorom, svima obezbediti pristup lekovima i vakcinama<sup>5</sup>. A to nije mali zadatak.

Prvi korak je ponovna procena odnosa sa javnim sektorom u pogledu budućnosti pružanja zdravstvene zaštite i definisanja uloge koju želimo da zauzimamo u životima ljudi, uključujući pacijente, zdravstvene radnike, vladu, opštu javnost, i na kraju, ali ne najmanje važno, vladine institucije. Da bi se to uspešno realizovalo, farmaceutske kompanije moraju blisko da sarađuju sa javnim sektorom na organizovanju jedinstvene marketinške i komunikacione strategije za sve zainteresovane strane i kanale.

Efektivno partnerstvo mora biti više od preusmeravanja resursa za proizvodnju maski, rukavica, sredstava za dezinfekciju ruku ili pojedinačnih ulaganja u klinička ispitivanja.

Potrebna je hrabra reimaginacija identiteta brenda farmaceutskih kompanija - ona koja uključuje igrače iz javnog sektora, poput predstavnika pacijenata ili vladinih agencija. U suprotnom, pozitivna ali kratkotrajna pomoć tokom pandemije može se shvatiti kao ništa drugo do „pranje ruku“, što na kraju može da rezultira još većim urušavanjem kolektivne reputacije industrije.



## 2. PRONAĐITE BALANS IZMEĐU KOMERCIJALNIH I NEKOMERCIJALNIH CILJEVA

U prošlosti su farmaceutske kompanije branile visoke cene i vlasništvo nad patentima kao rezultat skupih investicija u istraživanje i razvoj, i posledične potrebe zaštite prava intelektualne svojine. Fokus je bio na usluživanju onih tržišta koja to sebi mogu da priušte. U trenutnom globalnom kontekstu, ovaj model ne može da zadovolji vanredne medicinske zahteve sveta pod pandemijom. Prvi korak je pronalaženje mesta na kojima obe strane mogu igrati tehničku ulogu za javnu korist, što će dovesti do produblivanja saradnje između javnog i privatnog sektora.

### PARTNERSTVO ASTRAZENECA I UNIVERZITETA OKSFORD KAO ORIJENTIR

Partnerstvo između AstraZeneca i Univerziteta Oksford u razvoju i proizvodnji vakcine protiv korona virusa pokazuje spremnost farmaceutske kompanije da uđe u dugoročnu saradnju sa istraživačkim univerzitetom u korist javnog zdravlja, sa posebnim fokusom na zemlje u razvoju.<sup>6</sup> Prema sporazumu, farmaceutska grupacija sa Kembridža proizvela bi i distribuirala vakcinu, poznatu kao ChAdOx1 nCov-19, koja se trenutno razvija u Oksfordu.<sup>7</sup> Umesto da predstavljaju izuzetke, ovakva partnerstva postaju norma. Još jedan primer javnih i privatnih instituta koji zajedno rade na pronalaženju rešenja za globalne zdravstvene probleme je partnerstvo između biotehnoške kompanije CSL i Univerziteta u Kvinslendu. Na čelu sa australijskom vladom, rade na razvoju MF59 vakcine protiv SARS-COV-2 Sclamp.<sup>8</sup>

Još jedan dobar primer ovog novog načina razmišljanja je podrška SZO inicijativi Kostarike za okupljanje intelektualne svojine kako bi sve zemlje mogle da pristupe lečenju i drugim, preko potrebnim tehnologijama po nižoj ceni. Ukoliko se u potpunosti primeni, uz pomoć Fonda za patente za lekove i uz saradnju vlasnika patenata, tehnološki COVID-19 fond Kostarike mogao bi povećati pristup tehnologijama potrebnim za borbu protiv korona virusa.<sup>4</sup>

Budžeti za marketing i komunikaciju u mnogim farmaceutskim kompanijama jasno su povezani sa postizanjem komercijalnih performansi. Daleko najznačajniji marketinški i komunikacijski budžeti u industriji i dalje se troše na komunikaciju proizvoda, s ciljem prodaje proizvoda i maksimizacije profita.

U budućnosti će farmaceutske kompanije morati da učine nebrendirani sadržaj ključnim, sa fokusom na angažovanje relevantnih učesnika, a bez očekivanja da će to rezultirati ispisivanjem novih recepata.

Balansiranje komercijalnih i nekomercijalnih interesa kao osnova za prenošenje pouzdane i značajne uloge višestrukim akterima mora biti strateški izbor, a ne eventualni nusproizvod promena na tržištu. Takav pristup pomoći će kompanijama da se povežu sa zainteresovanim stranama, pronađu zajednički jezik i na kraju postignu konsenzus o složenim pitanjima javnog zdravlja koje nijedan igrač ne može sam da reši.

### **3. UBRZAJTE IZGRADNJU INTEGRISANIH VIŠEKANALNIH SPOSOBNOSTI U SVIM DELOVIMA ORGANIZACIJE**

COVID-19 je preko noći izložio ranjivost mnogih kompanija kada je u pitanju saradnja sa unutrašnjim i spoljnim zainteresovanim stranama, u vreme kada ništa osim daljinskog angažovanja nije bila opcija. Ako je ikad postojala potreba za usklađivanjem digitalnog i poslovnog, sada je to slučaj.

Prodajni pozivi i međunarodne konferencije značajno su se proredili. Nepotpune višekanalne platforme za komunikaciju nisu u potpunosti zamenile interakciju licem u lice. Oglašivači i komunikatori okrenuli su se svojim digitalnim odeljenjima kako bi podstakli razvoj i distribuciju sadržaja preko svih kanala.

Da biste uspešno poslovali tokom i nakon COVID-a, morate se udaljiti od ideje specijalističkog „digitalnog“ odeljenja i započeti izgradnju integrisanih timova širom organizacije. Ovu promenu u farmaceutskoj industriji treba da vode stručnjaci u oblasti marketinga i komunikacija i to usvajanjem novih veština i oblikovanjem svoje nove uloge.

U nekim slučajevima kompanije su već prešle dug put, dok je u drugim upravljanje postojećim digitalnim naporima ili izolovano, nejasno ili previše komplikovano tako da su procesi dugi i na kraju neefikasni. Neophodno je usvojiti fleksibilno razmišljanje koje se ogleda u jednostavnim operativnim putanjama, pojednostavljenim modelom upravljanja i unapređenje višekanalnih sposobnosti u svim odeljenjima.

Jednom kada na internom nivou u pojedinačnim farmaceutskim kompanijama bude uspostavljena jasnoća integrisane višekanalne strategije, izgradnja sposobnosti i izgradnja višekanalne infrastrukture zajedno sa akterima iz javnog sektora postaje ključni naredni korak.



McCANN  
HEALTH  
NORDIC

## JAČANJE DIGITALNIH ALATA

*Zdravstveni radnici očekuju povećanu upotrebu digitalnih alata, a ko će ih bolje obezbediti od farmaceutske industrije?*



# ŠTA DALJE?

## Šta dalje?

COVID-19 je izazvao kompanije iz svih sektora da se uključe i odigraju svoju ulogu kako bi se umanjila nastala šteta i gubici ljudskih života. Ovo se posebno odnosi na farmaciju. Nikada do sada industrija nije bila u centru pažnje u ovoj meri i to, za promenu, iz pozitivnih razloga.

Dok nastavljamo da proživljavamo globalnu pandemiju, farmaceutske kompanije su u jedinstvenoj poziciji da nastave saradnju sa akterima u privatnom zdravstvenom sektoru kako bi pružile tretmane onima kojima su najpotrebniji. Da bi to uspešno uradile, pojedinačne kompanije će morati da:

- **Preispitaju svoj korporativni identitet**
- **Uravnoteže svoje komercijalne i nekomercijalne interese kroz diversifikaciju, razvoj i diseminaciju sadržaja**
- **Poboljšaju svoje višekanalne sposobnosti i integrišu kanale**

Sada je trenutak za repozicioniranje, promenu, prilagođavanje i rast.

Farmacija je bitna. Sada je trenutak da se zaista pokaže opipljiv uticaj koji industrija ima na živote ljudi, dok je ljudi zapravo slušaju. Sada je trenutak za resetovanje, promenu, prilagođavanje i rast. Međutim, ostaje pitanje: da li će farmaceutska industrija dati prioritet ovoj mogućnosti za rast?

## I&F Grupa

S N A G A L J U D I

### Kontakt:

Murat Zubčević

Direktor McCann Health Nordic

Email: [murat.zubcevic@mccann.dk](mailto:murat.zubcevic@mccann.dk)

Mobile: +45 31 67 20 44

**1:** Gates, B (28 February 2020). Responding to COVID-19 – A Once in a century pandemic? New England Journal of Medicine. Available online: <https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMp2003762> (Accessed 28th April 2020). **2:** Nawrat.(8 April 2020). A COVID-19 Pandemic: Knock-on effect for global supply chains. Pharmaceutical Technology. Available online: <https://www.pharmaceuticaltechnology.com/features/COVID-19-pharma-supply-chains/>. (Accessed: 6 June 2020) **3:** Barrell,A (28 March 2020). Reputation control: Changing perceptions of Pharma. PharmaField. Available online: [https://pharmafield.co.uk/in\\_depth/reputation-control-changing-perceptions-of-pharma/](https://pharmafield.co.uk/in_depth/reputation-control-changing-perceptions-of-pharma/) (accessed 28th March 2020) **4:** Guillen, E. Chan, M (17 April 2020). The remaking of Big Pharma in a post-pandemic World. Financial Policy. Available online: <https://foreignpolicy.com/2020/04/17/big-pharma-post-pandemic-world-coronavirus-vaccine-cure-intellectual-property/> (Accessed 27th April 2020) **5:** Natsis, Y. (6 April 2020) Will pharma commit to delivering affordable therapeutics for COVID-19? EPHA. Available online: <https://epha.org/will-pharma-commit-to-delivering-affordable-therapeutics-against-covid-19/> (Accessed 28th April 2020) **6:** (30 April 2020). Oxford University announces landmark partnership with AstraZeneca for the development and potential large-scale distribution of COVID-19 vaccine candidate. Available online: <https://www.ox.ac.uk/news/2020-04-30-oxford-university-announces-landmark-partnership-astrazeneca-development-and> (accessed 26 August 2020) **7:** Mancini,D. (30 April 2020). AstraZeneca and Oxford University agree deal to develop virus. Financial Times. Available online: <https://www.ft.com/content/ddf8ec8c-dc30-43b3-847e-c412704a0296> (accessed 4th May 2020) **8:** Department of Health (2020). Australian Government finalises University of Queensland-CSL COVID-19 vaccine agreement Available online: <https://www.health.gov.au/ministers/the-hon-greg-hunt-mp/media/australian-government-finalises-university-of-queensland-csl-covid-19-vaccine-agreement>