



Entrevista

JEROME SICARD

Director regional para el Sur de Europa de MarkMonitor

PROTECCIÓN DE LAS MARCAS FARMACÉUTICAS FRENTE A LA PROLIFERACIÓN DE MEDICAMENTOS FALSIFICADOS

Distintos estudios realizados recientemente calculan que la proliferación de medicamentos falsificados supone un negocio criminal que alcanza ganancias de hasta 67.400 millones de euros al año. Jerome Sicard, director regional para el Sur de Europa de MarkMonitor, empresa especialista en registro y protección de marcas *online*, nos cuenta cómo está afectando este fenómeno a las marcas farmacéuticas y cómo deben protegerse de estas prácticas

Además del obvio perjuicio para los pacientes, ¿cómo está afectando el fenómeno de los medicamentos falsificados a las marcas farmacéuticas?

Es un hecho que la distribución no autorizada de medicamentos *online* es generalizada y está aumentando rápidamente. Esta creciente amenaza supone un perjuicio claro para los consumidores, además de conllevar una pérdida de ingresos y el posible caso de responsabilidad civil para las compañías farmacéuticas, que más que nunca deben ser conscientes de las últimas amenazas *online*.

¿Cuál es el primer paso que deben dar las empresas farmacéuticas para afrontar el tema?

Existen una serie de estrategias clave para que las empresas de la industria farmacéutica puedan afrontar adecuadamente este creciente problema, y, de ese modo, asegurar su propiedad intelectual (IP) y proteger la salud de los pacientes en el entorno actual. El primer paso, por tanto, es que los dueños de las marcas establezcan su plan integral de protección de marca, en el cual deberían estar implicados, al menos, el departamento legal, el departamento de *márketing* y, por lo general, expertos de protección de marca externos.

¿Qué deben hacer respecto a los canales de distribución *online*?

Las empresas farmacéuticas deberían conocer cuál es el alcance de la distribución no autorizada de sus principales marcas de medicamentos que generen importantes ingresos a través de farmacias *online* sospechosas, tiendas virtuales, correo electrónico y redes sociales. Deben estar al tanto de la actividad de la venta ilegítima de fármacos en *tweets* o *posts* en medios sociales que redirigen el tráfico a sitios web fraudulentos que, a su vez, proporcionan un foro para la publicidad falsa sobre la marca y la notificación de eventos.

¿Cuáles son las zonas geográficas más afectadas por estas prácticas fraudulentas?

Es muy importante que los propietarios de las marcas identifiquen las áreas de preocupación a nivel geográfico.

Sin ninguna duda, Asia debe estar en la parte superior de la lista, ya que China e India son los principales proveedores del 80% de los medicamentos no autorizados producidos en el extranjero. Ante la complejidad de trabajar en estas zonas, es fundamental que las farmacéuticas aprovechen sus recursos locales y las relaciones establecidas en cada área, aprovechando el conocimiento de las características de cada región para monitorizar las posibilidades de que surja actividad en el mercado gris en las regiones donde la venta de un fármaco haya sido aprobada previamente.

¿Cómo se puede conseguir la retirada de estas webs fraudulentas?

La idea es utilizar una estrategia "end to end". Es decir, además de la actuación de defensa online y la retirada obligada de webs fraudu-

lentas, un programa integral también requiere investigaciones físicas específicas para interrumpir la cadena de suministro ilegítima, así como examinar los recursos externos para crear una conexión entre las medidas que se aplican en el ámbito online y la ejecución de otros sobre el terreno. Es necesario priorizar en los objetivos de mayor valor y facilitar a los abogados y los agentes de la ley evidencias que les ayuden a detectar y enjuiciar los casos.

¿Cómo se pueden conseguir los datos para empezar el litigio?

Hay que analizar todas las fuentes de datos disponibles relacionados con la distribución de medicamentos ilegítimos para descubrir las redes que están detrás de las farmacias online sospechosas, incluidos los sitios de anclaje de pago externo que nos pueden dar muchas pistas.

De esta forma, empleamos los recursos donde el riesgo es mayor, las investigaciones son más ágiles y se maximiza el retorno de la inversión del programa de protección de la marca.

Por último, ¿existe algún modo de poder proteger los medicamentos antes de su lanzamiento?

Sin duda, cuando se acerca el lanzamiento de un producto hay que dar prioridad a las áreas de interés e identificar las señales de alerta, como el uso popular de los medicamentos para otros fines o la disponibilidad de principios activos de forma prematura a través de la red. Con ello se evitarán errores que puedan afectar a la seguridad del paciente y se protegerán los ingresos, la inversión en I + D y la reputación de la marca, evitando que esta se convierta en "objetivo fácil".



M. Y J. ANDRÉS, S.A.

Desde 1946 fabricando maquinaria para la industria farmacéutica, cosmética y alimentaria

Columnas elevadoras - Depósitos - Estufas/Secadores de lecho fluido - Reactores -

Mezcladores para polvos - Granuladoras - Tamizadoras - Montajes especiales - Máquinas de proceso



M.yJ. Andrés, S.A. - c/ San Adrián, 48-50 - 08030 Barcelona - Tel.: +34 933 455 880
www.mjandres.com - mjandres@mjandres.com