



## EFPIA CODE – GAIN A BETTER UNDERSTANDING OF WHAT THESE ARE / MIEUX COMPRENDRE LE CODE EFPIA

27 MARS 2025, UNIQUEMENT L'APRÈS-MIDI

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Connaître les principales règles de l'EFPIA Code
- Identifier les spécificités liées à la communication digitale et aux réseaux sociaux
- Définir les limites et opportunités en termes de publicité et/ou communication

### LE PLUS DE CETTE FORMATION :

### MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

Alternance de présentations, d'exemples et d'atelier pratique. Un support est remis aux participants.

### PUBLIC CONCERNÉ :

Pharmaciens, Chargés d'Affaires Réglementaire et tous collaborateurs impliqués dans le circuit de la publicité. **ACCESSIBILITE :** Pour toute situation de handicap, merci de nous contacter pour envisager la faisabilité de la formation.

### PRÉ-REQUIS :

Aucun prérequis n'est demandé pour suivre cette formation.

### FORMATEURS :

**Audrey ATHLANI-JORNO**, PharmaLex France, Consultante Senior. Elle a 10 ans d'expérience dans l'examen et la validation du matériel promotionnel ("Ad Promo") et des règles de conformité en matière de santé pour les médicaments, les dispositifs médicaux, les produits génériques, les biosimilaires et les produits en vente libre. Son travail dans des entreprises pharmaceutiques et des sociétés de conseil lui a permis d'acquérir une vaste expérience dans l'évaluation de la communication externe, qu'elle soit promotionnelle ou non promotionnelle, destinée aux professionnels de la santé et aux patients. Son expérience couvre les réglementations françaises (loi de santé, recommandations de l'ANSM) ainsi que les directives européennes/internationales (EFPIA, IFPMA). Dans le domaine de la réglementation française, elle a également développé une expertise en matière de charte des représentants et de loi anti-cadeaux. Audrey a acquis de l'expérience en tant que chef de projet / coordinatrice dans le cadre de nombreux projets internationaux divers dans le secteur de la santé, de la stratégie aux phases opérationnelles. Sur la base de cette double expérience (réglementation européenne, et notamment française, et directives internationales), Audrey a développé une expertise globale dans l'évaluation de la communication externe, depuis les documents d'entreprise jusqu'à l'adaptation des filiales locales.

### INFORMATIONS PRATIQUES :

DURÉE : 0,5 jour

CODE : PUBEFPIA

LIEU : FORMATION A DISTANCE

PRIX :

CONTACT POUR INSCRIPTION :

- 655€ H.T. participant abonné PharmaLex
- 725€ H.T. participant non abonné PharmaLex
- 590€ H.T. participant abonné supplémentaire
- 655€ H.T. participant non abonné supplémentaire

@ formations@pharmalex.com  
☎ +33 (0)1 47 59 87 95  
📄 +33 (0)1 47 59 87 88  
📍 Tour CB 21, 16 place de l'Iris, 92400 Courbevoie - France

**FORMATION A DISTANCE**

**Offre spéciale : -10% (les tarifs ci-contre réduction incluse)**

*Programme accessible aux anglophones*



**Le support sera rédigé en anglais. Cette formation sera dispensée en anglais.  
Program in English available at the end of this page**

DURÉE : 0,5 jour

**1 – Définition de la publicité**

**2 – Principes généraux du Code EFPIA et revue internationale**

- Promotion des médicaments sous à prescription médicale auprès des professionnels de santé
- Interactions avec les professionnels de sante, les autorités de santé, les congrès internationaux

**3 – Focus sur la communication digitale**

- Campagne mondiale de sensibilisation aux maladies
- Site web de l'entreprise
- Site web promotionnel
- Réseaux sociaux

**4 – Etude de cas**

- Lancement d'un produit au Royaume-Uni, en Allemagne et en France : comment se conformer aux exigences locales ?

**5 – Session de questions-réponses**

---

**The slides will be in English. This training will be in English (oral)**

Duration : 0,5 day

**1 – Definition of Advertising**

**2 – General principles of EFPIA Code and global review**

- Promotion of prescription-only medicine (POM) to HCPs
- Interactions with HCPs, HCOS, POs and International Congresses

**3 – Focus on digital communication**

- Global disease awareness campaign (DAC)
- Corporate website
- Promotional website
- Social media

**4 – Case study**

- Product Launch in UK, Germany and France – How to comply with local requirements ?

**5 – Q&A session**

---

*Pour information, ci-dessous les tarifs de la session présentielle :*

- 730 € HT participant abonné PharmaLex
- 805 € HT participant non abonné PharmaLex
- 655 € HT participant abonné supplémentaire

- 730 € HT participant non abonné supplémentaire