



Comprendre l'incidence de la COVID-19 sur les lancements de nouveaux produits pharmaceutiques



Le lancement de nouveaux produits ou de nouvelles marques sur le marché pharmaceutique est associé à un nombre considérable de défis pour sensibiliser les prescripteurs quant aux nouvelles marques,

ainsi que les amener à se familiariser et à s'intéresser à ces dernières. La pandémie de COVID-19 est venue ajouter à ces défis de nombreux obstacles uniques pour les entreprises pharmaceutiques canadiennes.

La pandémie a grandement affecté les médecins, notamment la façon dont ils prennent connaissance des nouveaux produits et de la façon de les intégrer à leur pratique

Selon **46 % des généralistes** et **29 % des spécialistes**, le nombre de patients ayant amorcé un traitement par un produit nouvellement lancé a décliné durant la pandémie

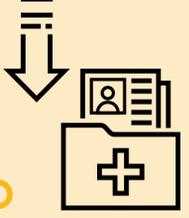


POURQUOI?

Présence moindre des entreprises pharmaceutiques



Volumes de patients réduits



Faible degré d'aise avec les nouveaux produits



21 % des généralistes disent qu'il y a eu moins de nouveaux produits

9 % des spécialistes disent que les patients sont réticents

La majorité des médecins sont d'avis qu'il leur a été plus difficile d'obtenir des renseignements sur les nouveaux produits et traitements durant la pandémie (**78 % des généralistes** et **58 % des spécialistes**)

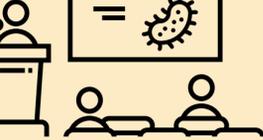


POURQUOI?

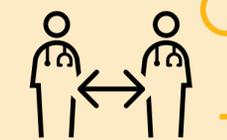
Interactions moindres avec les entreprises pharmaceutiques au sujet des nouveaux produits



Réduction de la participation aux conférences et aux réunions



Interactions limitées avec les collègues



Faible engagement dans les rencontres virtuelles



85 % des médecins sont d'avis qu'ils ont eu moins d'interactions qu'avant la pandémie

66 % des médecins sont d'avis qu'il a été plus difficile d'évaluer la façon dont les nouveaux produits s'intègrent à leur pratique en raison du faible nombre d'occasions d'en apprendre à leur sujet

73 % des médecins sont d'avis que les rencontres virtuelles avec les représentants et les agents de liaison médicale sur les nouveaux produits ou ceux à venir sont moins engageantes

87 % et **61 %** de satisfaction envers les rencontres en personne et les rencontres virtuelles

La majorité des médecins sont d'avis qu'il est plus difficile d'amorcer un nouveau traitement au cours d'une visite virtuelle qu'en personne

82 % des généralistes

71 % des spécialistes



DEGRÉ D'AISE

% de médecins à l'aise d'amorcer un traitement

85 % en personne



50 % durant une téléconférence



44 % au téléphone

