



LÉKÁRNA PŘI CESTĚ

Služby přilákaly
do lékárny
Dr. Max
v Modřanech
nové klienty



MONITOR TRHU

Sofistikovaná
zdravotnická
technika nabírá
na popularitě

PHARMA SEZONA

U podpory
imunity budoují
osvědčené látky
v moderních
formách



TVÁŘI V TVÁŘ

Jolana Chrascinová
a Libor Koziorek:

**V našich lékárnách
si zakládáme
na odbornosti
a rodinném
prostředí**

8

inzerce



Eucerin®

NOVINKA

**Eucerin Hyaluron-Filler Epigenetic
Omlazující sérum**

Výrazná korekce 10 projevů stárnutí pleti
Inovace vyvinutá dle principu epigenetiky



ERDOMED® 225 mg
erdostein

LÉČÍ, KDE T POTŘEBUJETE



Léčba akutních a chronických onemocnění horních a dolních cest dýchacích¹



Mukomodulační, Antibakteriální, Protizánětlivý, Antioxidační^{1, 3}



Snižuje viskozitu hlenu a frekvenci kašle a to již po 2 dnech⁴



Bronchoprotektivum – působí protektivně proti zhoršení onemocnění dýchacích cest^{1, 2}



Podpůrná léčba s ATB v případě bakteriální infekce^{1, 3}



Dobry bezpečnostní profil¹



Literatura: 1. Aktuální SPC přípravku ERDOMED 225 mg granule pro perorální suspenzi. 2. Pobež P: Erdostein – známá molekula s novými důkazy. Nové léky: časopis o lécích, 2023;10(2):14-19. 3. DAL NEGRO R, et al: Erdosteine: Drug exhibiting polypharmacy for the treatment of respiratory diseases. Pulmonary Pharmacology & Therapeutics. 2018; 53, 80-85. 4. Zanasi A, et al: Erdosteine versus N-acetylcysteine in the treatment of exacerbation of chronic bronchopneumopathies. A double blind clinical trial. Med. Praxis 12(4), 207-217; 1991.

ERDOMED: S: Erdosteinum 225 mg v 1 sáčku granuli pro přípravu perorální suspenze. I: K léčbě dospělých a dospívajících ve věku od 12 let. Akutní a chronické onemocnění horních a dolních cest dýchacích (bronchitidy, rinitidy, sinusitidy, laryngofaryngitidy, exacerbace chronické bronchitidy, CHOPN), hypersekreční astma bronchiale, bronchiektázie. Stabilní chronická bronchitida i u kuřáků, prevence rekurentních infekčních epizod. K: adjuvanti léčbě s antibiotiky v případech exacerbace s bakteriální infekcí, prevence respiračních komplikací po chirurgickém zákroku. K: Přecitlivělost na léčivou látku nebo na kteroukoliv pomocnou látku a na látky obsahující volné SiH skupiny. Jaterní poruchy a renální insuficience (Cl_{CR} < 25 ml/min). normocytémiie. ZU: Současné podávání přípravku s aritmiolyky nemá racionální opodstatnění a může způsobit akumulaci sekretů v bronchiálním stromu se zvýšením rizika superinfekce či bronchospasmu. Obsahuje sacharózu. Bez porady s lékařem přípravek užívat nejdéle 7 dní. NU: Méně často bolest hlavy, nevolnost, zvracení, bolest v nadřívku, pruritus, kopřivka. IT: Erdostein potencuje účinek některých antibiotik (např. amoxicilinu, klaritromycinu). Byl prokázán synergický účinek s budessonidem a salbutamolem. TL: Přípravek nemá být v těhotenství a při kojení užíván. D: Dospělí 2 - 3x denně 1 sáček. Dospívající nad 12 let (30 kg) 2x denně 1 sáček. DR: Angelini Pharma Česká republika s.r.o., Palachovo náměstí 5, 625 00 Brno, Česká republika. Reg.č.: 52/04796-C. Uchovávaní: Uchovávejte při teplotě do 25 °C. Datum poslední revize textu SPC: 5. 11. 2020. Přípravek není vázán na lékařský předpis a není hrazen zdravotními pojišťovnami. Seznamte se prosím se Souhrnem údajů o přípravku (SPC).

Angelini
Pharma

Angelini Pharma Česká republika s.r.o.
Palachovo náměstí 5, 625 00 Brno, www.angelinipharma.cz

www.lecimekasel.cz

24_08_01_24911

ÚVODNÍK



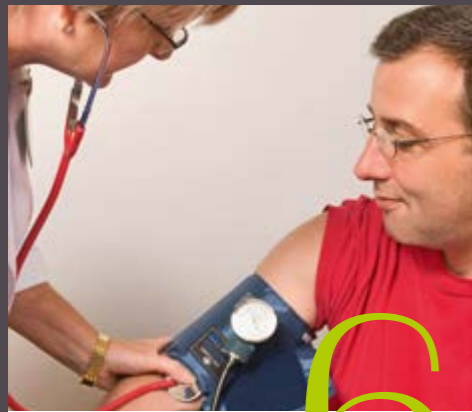
Ke konci se blíží další rok, kdy nám bylo potěšením pro vás připravovat nejen časopis, ale i kongresy, z nichž ten podzimní se konal v Olomouci. Nejdůležitější a nejzajímavější informace, které na říjnovém kongresu zazněly, přinášíme v tomto čísle v tradiční kongresové příloze. A že jich nebylo málo. Osobně mě velmi zaujala například prezentace z oblasti personalistiky, v níž byla řeč mimo jiné o nejmladších generacích, které vstupují na pracovní trh. Přednášející mluvila o generaci Y, tedy mileniálech, kteří jsou často označováni jako „digitální domorodci“ s tím, že moderní technologie se staly přirozenou součástí jejich života. A ještě výrazněji to platí pro mladší generaci Z, tedy pro lidi narozené po roce 1996 a označované také jako generace sněhových vloček. Technologie jim už neslouží jen k ověřování informací, ale stala se naprosto klíčovou součástí jejich bytí. Na označení „digitální domorodec“ jsem si vzpomněla nedávno, když jsem čekala na tramvaj. Na stanici stála také maminka s kočárkem, tzv. sportákem, v němž sedělo asi dvouleté dítě. Na rukojeti mělo na speciálním držáku připevněný mobilní telefon, v němž běžely scénky s animovanými figurkami. Dítě mělo oči k telefonu doslova přikované, upřeně sledovalo míhající se postavičky na obrazovce a nevnímalo svět kolem. Hned mě napadlo, že takhle nějak se asi rodí „digitální domorodec“. Je ale otázkou, jestli takto nevzniká spíš něco, co známý psycholog Jeroným Klimeš označuje jako „digitální otroctví“.

Digitální technologie jsou bezesporu skvělým pomocníkem a umožňují to, o čem se před několika desítkami let nikomu ani nesnilo. Nicméně si myslím, že nic se nemá přehánět a že tyto vymoženosti jsou sice dobrým pomocníkem, ale mohou se zrovna tak stát zlým pánem. Zejména, když se budou využívat od útlého dětství, protože k rozvoji rozumu a všemožných dalších dovedností rozhodně neslouží. Leckdo může namítnout, že jsem typickým představitelem starší generace, která moderní technologie neumí příliš ovládat, a tak se staví proti nim. Přiznávám, že některé funkce v mobilním telefonu jsou pro mě „španělská vesnice“, ale stále si myslím, že digitální technologie speciálně u malých dětí nic dobrého nepřinesou a že k získání dovedností, které by pro život potřebovaly získat, rozhodně nepřispějí.

Digitální technologie nám nesmí přerůst přes hlavu.



Každých 14 dní přinášíme novinky ze světa farmacie. Registrovat se na <https://www.atozregistrace.cz/ppnews/>



TVÁŘÍ V TVĚŘ
S Jolanou Chrascinovou a Liborem Koziorcem o rozvoji sdružení Moje lékárna

8



LÉKÁRNA PŘI CESTĚ
Služby a poradenství přilákaly do modřanské lékárny Dr. Max nové klienty

14

NEMĚLO BY VÁM UJÍT
Přehled událostí

6

MARKETING
Úspěšné značky rostou s důvěrou zákazníků

PHARMA PRŮZKUM
Lidé sice více pečují o zdraví, ale také je více trápí osamělost

20



18

OBALY
Kongres Obalko 12 ukázal, že obaly jsou magické



26

MONITOR TRHU
Sofistikovaná zdravotnická technika získává na popularitě



28

PHARMA SEZONA
U podpory imunity budou osvědčené látky v moderních formách

36



ZA TÁROU
Mgr. Eva Koukalová

48



KONGRESOVÁ PŘÍLOHA
Ohlédnutí za 19. kongresem Pharma Profit

51



Vánoční nabídka dermokosmetické péče

Eucerin®

se nese ve znamení krásy, péče a nabídky pro všechny typy a potřeby pleti

Vybírat můžete z několika druhů dárkových balení – ať už chcete obdarovat kamarádku s prvními známkami stárnutí, maminku, která ocení přípravky proti pigmentovým skvrnám nebo hledáte inspiraci pro babičku se zralou pletí. Praktická kosmetická taštička je navíc příjemným bonusem.



Pro letošní rok jsme pro Vás přichystali úplně novou vánoční taštičku s revoluční

NOVINKOU

Hyaluron-Filler Epigenetic Omlazující sérum.



Toto sérum viditelně redukuje vrásky a bojuje proti 10 příznakům stárnutí. Novinka prošla 15letým výzkumem a stojí za to ji vyzkoušet nebo darovat někomu blízkému. V kosmetické taštičce navíc najdete i noční pěči (20 ml).

www.eucerin.cz



Lékárna U Salvátora začala využívat robota

Lékárna U Salvátora v Novém Městě na Moravě, která je členem virtuálního konceptu Alphega lékárna již od roku 2012, začala od září letošního roku využívat automatický lékárenský skladový systém Gollmann. Německá společnost Gollmann využívá svou vlastní patentovanou technologii rolujících skříní, která umožňuje přesouvání jednotlivých regálů po kolejnicových drahách. Výsledkem je uskladnění až o 50 % více výrobků než u běžných automatických skladovacích systémů na stejné ploše. „Systém dokáže díky pokročilé robotické technologii bezpečně a přesně skladovat, vyhledávat a vydávat léky. Tím ušetří lékárníkům práci a zrychlí výdej léků. Dovedeme zajistit i veškerou administrativu týkající se čerpání dotací na zajištění robota,“ uvádí MUDr. Pavel Doubrava, CEO společnosti Pharmedex, exkluzivního distributora systému Gollmann. „Hledali jsme řešení, které přispěje ke zlepšení pracovních podmínek, ušetří místo a zajistí větší přehlednost ve skladě. S robotem jsme spokojeni – pomáhá nám mimo jiné minimalizovat záměnu za menší či větší balení, automaticky kontroluje šarži a expiraci a umožňuje nám věnovat se více pacientům,“ doplňuje vedoucí lékárnice Mgr. Jana Nováková.

SÚKL vytvořil novou aplikaci

Státní ústav pro kontrolu léčiv vytvořil pro hlášení uvedení, přerušení, obnovení nebo ukončení uvádění léčivých přípravků na trh novou aplikaci. Byla vyvinuta s cílem usnadnit plnění povinnosti držitele rozhodnutí o registraci, a to dle § 33 odst. 2 zákona č. 378/2007 Sb., o léčivech a o změnách některých souvisejících zákonů (zákon o léčivech), ve znění pozdějších předpisů, oznamovat SÚKLu uvedení, přerušení, obnovení nebo ukončení uvádění léčivého přípravku na trh. Uvedená aplikace obsahuje několik novinek, např. v jejím rámci je zobrazen přehled všech hlášení, která byla přihlášeným držitelem podána, držitel má možnost sám provádět úpravy hlášení (např. aktualizace předpokládaného data obnovení), případně hlášení úplně zrušit. Seznam hlášení umožňuje vyhledávání a filtrování podle různých parametrů, u editovaných hlášení lze zobrazit historii změn.

Kloubní výživa s nedobrymi výsledky

SZPI zveřejňuje výsledky kontrolní akce zaměřené na doplňky stravy (DS) určené pro kloubní výživu. V rámci kontroly inspektoři odebrali 16 vzorků DS pro hodnocení v laboratoři. Celkem čtyři vzorky nevyhovely požadavkům právních předpisů, když laboratorní rozbor potvrdil nižší než na obalech uvedené hodnoty obsahu látek chondroitin sulfát nebo glukosamin. Přemětný provozovatel tak porušil čl. 7 odst. 1 písm. a) nařízení (EU) č. 1169/2011, a to tím, že uvedli zavádějící informaci o potravine, zejména o její charakteristice a složení. Nabízené DS se liší obsaženými látkami, formou i způsobem užívání a cenou, přičemž spotřebitelé si vybírají DS s ohledem na obsah deklarovaných složek a jejich očekávané účinky. Prodej těchto produktů je mimo jiné často podporován cílenou reklamou. Při stejné zaměřené kontrolní akci v roce 2023 laboratorní hodnocení potvrdilo nevyhovující parametry u šesti z 12 odebraných vzorků.

Češi staví zdraví mezi prioritami vysoko

Až 95 % Čechů uvádí zájem o své fyzické zdraví, ale jen dvě třetiny z nich se o něj aktivně starají. Vyplývá to z průzkumu. Jak se Češi cítí zdraví a spokojení, který Lékárna.cz realizovala letos v dubnu. Až 82 % Čechů navštívilo za posledních 12 měsíců praktického lékaře. MUDr. Petr Smejkal, hlavní epidemiolog IKEM, ale upozorňuje, že běžný člověk asi úplně přesně neví, co má od prohlídky očekávat, a když proběhne v dobré atmosféře, tak je spokojen. Z toho může vyplývat vysoké číslo spokojenosti (82 %) Čechů s návštěvou praktického lékaře. P. Smejkal zdůrazňuje, že pacienti potřebují lepší orientaci v prevenci, aby se ve zdraví dožili dlouhého věku. Z průzkumu vyplývá, že o zdraví pečují nejvíce nejstarší lidé 61–70 let (91 % navštívilo praktika za poslední rok) a mladší do 30 let. Na druhou stranu je zde mladší generace (40+), která prevenci často zanedbává (25 % věkové kategorie na preventivní prohlídky nechodí).

BEZ BONIFIKACE HROZÍ ZÁNÍK ŘADĚ LÉKÁREN V MENŠÍCH OBCÍCH

Několika desítkám jedinečných lékáren hrozí uzavření, protože nedosáhnou na bonifikaci od zdravotních pojišťoven. Dle vyjádření VZP se kritéria a pravidla pro přiznání bonifikace lékárenské péče v nedostupných oblastech pro rok 2025 nezmění. Avšak počet oblastí způsobilých pro přiznání bonifikace klesl z 204 vybraných pro rok 2024 na 126 pro rok 2025. Situace je vážná, protože už nyní je jisté, že některé lékárny bez finančních příspěvků, které jim kompenzují menší zisky, zaniknou. To bude mít také vážné důsledky pro pacienty. Ti často volí lékárnu jako první zdravotnické zařízení při menších zdravotních obtížích a její ztráta by pro ně znamenala snížení dostupnosti potřebné péče. Zejména v místech, kde jiná lékárna není.

„Nástroj bonifikace vznikl proto, aby podpořil dostupnost lékárenské péče, což je v rozporu s aktuálně vzniklou situací, kdy zdravotní pojišťovny fakticky porušily dohodu z dohodovacího řízení tím, že změnou výpočtu dojezdu došlo k redukci bonifikovaných oblastí o cca 40 procent. Svým počínáním ohrožily pojišťovny ty nejslabší. To je nepřijatelné. Svou zásadní nespokojenost vyjádřili i delegáti sjezdu ČLnK, kteří vyzvali pojišťovny k přehodnocení pravidel bonifikací a navýšení jejich fondu. Dojezdový čas z teoretických map nezohledňuje, jak daleko to má pacient reálně ze svého domova nebo od ordinace lékaře k nejbližší lékárně, zejména pokud je odkázán na hromadnou dopravu,“ říká Mgr. Aleš Krebs, Ph.D., prezident České lékárnické komory.



KOMERČNÍ PREZENTACE

Oproti západní Evropě žijeme ve zdraví o 12 let méně. Efektivním řešením problému může být samoléčba

Stárnutí populace, narůstající nedostatek zdravotnického personálu či zvyšující se počet chronických onemocnění. To jsou výzvy, jimž musí čelit evropské zdravotnictví. Jedním z řešení těchto problémů by dle slov Lukáše Hradečného, country managera společnosti Haleon pro Česko a Slovensko, mohla být samoléčba.

Jak lze pojem samoléčba neboli self-care v kontextu zdraví definovat?

V Haleon na samoléčbu nahlížíme jako na schopnost řešit drobné zdravotní obtíže, případně svépomocí chorobu určit a volbou adekvátních prostředků ji následně léčit. Z našeho pohledu je stěžejní součástí právě včasná prevence, která umožňuje případným chorobám nebo jejich rozvinutí a dalším problémům předcházet.

A jaká u nás aktuálně panuje situace?

V Česku je samoléčba bohužel stále podceňována. Na tuto skutečnost má vliv mnoho faktorů, jako jsou například nedostatečná zdravotní edukace veřejnosti nebo podfinancování prevence. Česká

populace nyní prožívá v průměru o 12 let života (Eurostat, 2020) ve zdraví méně než západní Evropané. To je alarmující číslo, které by mohla samoléčba a prevence značně snížit.

Co tedy dělat, aby se situace zlepšila?

Důležitá je edukace veřejnosti, lepší přístup k otevřeným datům, jednodušší přibalové informace a větší role farmaceutů. Cílem je zpřístupnit prevenci všem. Sdružení výrobců volně prodejných léčiv (SVOPL), jehož jsme členem, bere samoléčbu jako svou prioritu a oceňují také aktivní podporu pana poslance Petra Fífy.

Když byste to měl shrnout, jaké benefity tedy samoléčba přináší?

Určitě zlepšení kvality života a schopnost předejít chorobám za předpokladu, že nezanedbáme prevenci. Ve výsledku se jedná také o časovou a finanční úsporu a v případě lehkých onemocnění snížení závislosti na zdravotním systému. V systémovém měřítku pak můžeme hovořit o snížení tlaku na zdravotní systém či menší ekonomické náročnosti.



inzerce

I mazlíčci potřebují radu z lékárny

PET HEALTH CARE



FYTO OBOJEK FORTE
Biocid
Proti klíšťatům a blechám. Parazita odpudí nebo vysuší.



FYTO PIPETA ULTRA
Biocid
Proti klíšťatům a blechám. Parazita odpudí nebo vysuší.



PÉČE O UŠI
Veterinární přípravek
Příjemně voní. Rozpouští ušní maz. I k výplachům.



LOLA – ŠAMPON
Veterinární přípravek
Antiparazitární šampón pro kočky, kočata, štěňata a psy s rakytníkovým a avokádovým olejem.



PÉČE O KLOUBY
Veterinární přípravek
5 účinných látek.

S maximálním využitím přírodních látek.

K dostání v Alliance Healthcare, Noviko, Phoenix LV, Viapharma

Fytoobjek Forte. Biocid. Složení: geraniol 5 g/kg. FYTO PIPETA ULTRA pro psy do 10 kg. Biocid. Složení: 350 g/kg ethyl-N-acetyl-N-butyl-β-a-laninát; 0,3 g/kg geraniol. Používejte biocidy bezpečným způsobem. Před použitím si vždy přečtěte označení a informace o přípravku. Lola – šampón, Péče o klouby a Péče o uši jsou veterinární přípravky.

FARMACIA CARE s.r.o. | Mišovická 458/3, 155 21 Praha 5 | IČ 01797506 | e-mail: info@pethealthcare.cz

www.pethealthcare.cz

V našich lékárnách si zakládáme na odbornosti a rodinném prostředí



Od roku 2008, kdy vzniklo sdružení Moje lékárna, uplynula dostatečně dlouhá doba, aby se značka Moje lékárna dostala do povědomí veřejnosti. Tím spíš, že síť těchto lékáren se neustále rozšiřuje. Kvantita ale není hlavním cílem společnosti Sanovia, a. s., která síť Moje lékárna provozuje. O tom, jak se jmenované lékárny profilují, co nabízejí svým zákazníkům a co se osvědčilo v jejich provozu, jsme si povídali s Ing. Jolanou Chrascinovou, ředitelkou a předsedkyní představenstva společnosti Sanovia, a Ing. Liborem Koziorkem, obchodním ředitelem a členem představenstva.

Virtuální řetězce sdružující nezávislé lékárny a fungující v nejrůznějších formách nejsou na tuzemském lékárenském trhu žádným nováčkem. Konkrétně sdružení Moje lékárna vzniklo před 16 roky a zhruba před dvěma lety čítalo kolem 350 lékáren. Jak to z hlediska počtu lékáren vypadá nyní?

Jolana Chrascinová: Naše společnost provozuje 61 vlastních lékáren. A když se to vezme společně s lékárnami ve sdružení, nebo chcete-li franšizovými lékárnami, je to celkem 384 lékáren, které fungují pod značkou Moje lékárna.

Libor Koziorek: Máme různé formy spolupráce. Největší podíl tvoří lékárny označené logem Moje lékárna, kterých je aktuálně přes 300. Další model spolupráce je partnerský, pod nějž spadají většinou nemocniční lékárny, které nejsou označeny naším logem, ale využívají výhod, které poskytuje sdružení Moje lékárna.

To je tedy celkově víc než před dvěma lety. Jakou máte strategii při

” Výsledky e-shopu nám dělají radost

„E-shop jsme spouštěli v roce 2021, ale v letošním roce jsme přešli na profesionální, novou platformu.

Nejen díky nastavení všech marketingových kampaní a dohod s výrobcí, ale především díky zapojení velkého množství lékáren, které jsou výdejním místem, a také profesionální a empatické práci všech lékárníků e-shop Moje lékárna dynamicky roste.

Možnost vyzvednutí objednávky v lékárně využívá stále přes 50 procent zákazníků, a to přináší i zajímavou obchodní příležitost pro samotné lékárny. Aktuálně máme přes 270 lékáren, kde má zákazník možnost si objednávku vyzvednout.

Libor Koziorek

rozšiřování sítě? Cílíte spíše na získávání vlastních lékáren, nebo se zaměřujete primárně na získávání nových členů do sdružení Moje lékárna?

J. Ch.: Je pravda, že v poslední době hodně expandujeme a jenom v tomto roce získáváme dalších 15 lékáren do vlastnictví.

L. K.: Pokud jde o ostatní lékárny sdružení, je rozšiřování sítě trochu pomalejší, ale letos se nám podařilo dohodnout spolupráci se společnostmi, která do naší sítě zařadila šestnáct lékáren, což přispělo k poměrně zajímavému růstu jejich celkového počtu.

Jakým způsobem nejčastěji lékárny do sdružení získáváte? Hlásí se vám některé samy, že by do sítě chtěly vstoupit, nebo lékárny vytipováváte a nabízíte jim spolupráci?

L. K.: Fungují obě varianty. Tím, že na trhu působíme od roku 2008, jsme známí, takže některé lékárny projevují zájem o spolupráci samy. Vliv na to má

samozejmě i skutečnost, že se lékárníci mezi sebou podělí o zkušenosti, a v případě, že jsou v naší síti spokojeni, tak je to pro nás ta nejlepší reklama. Velkou část práce v akvizici lékáren odvádějí reprezentanti společnosti Pharmos, naší sesterské společnosti, kteří jsou s lékárnami v rámci distribuce v pravidelném kontaktu, a mluví s nimi o možnostech spolupráce a podmínkách fungování pod značkou Moje lékárna.

Jakou pociťujete v posledních letech náladu na trhu v souvislosti s nezávislými lékárnami, pro něž je při posilování takzvaných tvrdých lékárenských řetězců čím dál obtížnější se prosadit? Máte pocit, že nezávislé lékárny na základě toho mají v poslední době větší snahu se přidružit k nějakému partnerovi?

L. K.: Ano, dnes už to je v podstatě tak, že opravdu nezávislých lékáren je velmi málo a jedná se buď o ekonomicky silné lékárny, nebo třeba o lékárny nemocniční. Většina nezávislých lékáren u nás už působí v rámci nějakého sdružení či sítě, které jim mohou pomoci udržet si konkurenceschopnost. Těší nás, že za dobu, co Moje lékárna působí na trhu, jsme si vybudovali určitou pozici, lékárníci nás znají, takže se na nás s důvěrou obracují. A my se zase snažíme všechny služby a servis pro ně rozšiřovat a zlepšovat.

J. Ch.: Situace na trhu je nějakým způsobem rozdělena, ale v posledních dvou letech cítíme větší tlak na expanzi všech majetkových řetězců. Cítíme i větší tlak na majitele nezávislých lékáren na

odkoupení lékáren a zvýšení se nabídka prostor pro otevření zcela nových lékáren v připravovaných retail parcích a obchodních centrech. Rovněž zvažujeme každou nabídku na prodej lékárny nejen ze sdružení Moje lékárna, ale mnohdy využijeme možnost odkupu nezávislé lékárny anebo lékárny, která byla součástí jiného sdružení. Využíváme i nabídky zcela nových prostor k otevření nové kapacity.

Zmínili jste, že ve vašem sdružení fungují například poliklinické lékárny. Jaký typ lékáren je zastoupen nejvíce?

L. K.: Většina lékáren v naší síti patří mezi streetové lékárny, ale v poslední době se i díky vlastním lékárnám dostáváme také do nákupních center či retail parků. A samozřejmě máme zajímavé zastoupení i na poliklinikách.

Když se nezávislý lékárník rozhodne být členem sdružení Moje lékárna anebo prodat lékárnu Sanovii, co ho čeká? Čeho se například bude muset vzdát a co naopak mnit nebude muset?

L. K.: V případě vstupu nezávislé lékárny do našeho sdružení nastanou určité změny v řízení kategorií, protože základní kategorie řídíme centrálně. Lékárně samozřejmě dodáme planogramy, které dvakrát ročně aktualizujeme a které je potřeba dodržovat. Planogramy jsou koncipovány na základě naší spolupráce s výrobcí farmaceutických produktů. Spolupracujeme v podstatě se všemi klíčovými hráči na farmaceutickém trhu a máme široké portfolio sjednaných produktů pro volný prodej.

Bavíme se o více než třech tisícovkách položek, které lze obchodovat, a lékárník za to získá určitou přidanou hodnotu. Ceníme si toho, že lékárníci planogramy dodržují. A za to získávají benefity. Dále mohou lékárníci z naší strany počítat s akčními letáky, televizními kampaněmi, realizujeme další doplňkové marketingové aktivity a lékárny se snažíme všemožně podporovat.

J. Ch.: Je pravda, že po prodeji lékárny se Sanovia stává majitelem, ale nedochází k žádným velkým změnám. Vždy nabízíme majiteli, je-li to lékárník anebo farmaceutický asistent, možnost dalšího působení v lékárně a zaměstnáváme i stávající personál vyjma administrativních pracovníků. Snažíme se zachovat lékárnu tak, jak byl majitel, převážně lékárník, zvyklý. Prodejem však získává řadu výhod. Nepřehlédnutelným benefitem je fakt, že majitelům lékáren, tedy lékárníkům, ubude nemalá část práce, především té administrativní, obchodní, provozní, personální, ... takže mu pak zbývá více času na odbornou činnost.

Ještě bych se zastavila u sortimentu. Leckterá lékárna má zavedenou nějakou specifickou kategorii zboží, na které jsou její zákazníci zvyklí. Může si ji ponechat?

L. K.: Určitě, řídíme hlavní kategorie, které máme jasně specifikovány a do ostatních kategorií lékárníkům nezasahujeme. Pokud má ve své lékárně zákazník zvyklé na specifické přípravky, pro které se vracejí, rozhodně je nebude muset po vstupu do sdružení rušit. Naopak to může být pro nás inspirací pro rozšíření portfolia.

A pokud jde o specifické produkty v rámci hlavních a vámi řízených kategorií, které nejsou zařazeny do centrálních planogramů, může lékárna dál mít v nabídce?

L. K.: Pokud jde o hlavní řízené kategorie a jejich planogramy, chceme, aby lékárníci dodržovali vystavení vybraných produktů. Další přípravky, které měli vždy v nabídce, mohou nabízet dál, samozřejmě za předpokladu, že je nebudou mít v hlavním řízeném vystavení. Vycházíme z toho, že jde stále o samostatné podnikatelské subjekty a my jsme zde od toho, abychom jim doporučili, co je dle našich dlouholetých zkušeností dobré mít ve vystavení viditelné. Na základě toho máme určitý výběr produktů a lékárníkovi vždy vysvětlíme, proč je dobré ho dodržovat, ale nadále je v jeho kompetenci se rozhodnout prodávat i další přípravky. Z dlouholetých zkušeností mohou říct, že lékárníci vnímají naše doporučení jako relevantní a výběr produktů dodržují. Snažíme se mít portfolio produktů tak široké, že v něm ty nejnámější a nejužívanější nescházejí.



Co máte za roky vyzkoušené, že lékárníkům po vstupu pod Moji lékárnou v rámci změn dělá největší potíže, nebo lépe řečeno, na jakou změnu si obtížněji zvykají?

L. K.: Vzhledem k tomu, že se snažíme pracovat se stávajícími možnostmi lékárny a nevyžadujeme například kompletní výměnu nábytku a podobně, nemusí si personál zvykat na úplně odlišné uspořádání ofiány. Naši reprezentanti si v lékárně vše prohlédnou a zhodnotí a navrhnou doporučení. Máme různé možnosti v rámci planogramů, takže se snažíme navrhnout tu nejvýhodnější variantu. Samozřejmě se stává, že najednou musí farmaceut pro určitý produkt sáhnout jinam, než byl roky zvyklý, ale nejde o nic převratného. Navíc za poslední roky už jsou lékárníci zvyklí s planogramy pracovat a vědí o důležitosti vystavení.

Když by lékárník dospěl k názoru, že po mnoha letech už by si jeho lékárnou zasloužila rekonstrukci a vstup do vašeho sdružení je pro něj impulsem k takovému kroku, jste schopni mu v této záležitosti být nápomocni, aby si sám nemusel hledat třeba výrobce nábytku?

J. Ch.: Ano, jsme schopni mu poradit a pomoci, i když to není tak časté, že by nezávislí lékárníci chtěli před vstupem do naší sítě lékárnou kompletně rekonstruovat. Máme kontakty na různé firmy, které jim můžeme poskytnout, ale výběr je pak na samotném majiteli lékárny. Zároveň jsme pak lékárně schopni zajistit vše kolem brandingů od světelných nápisů, polepů vitrín a tak dále.

Když je řeč o světelných nápisích a podobně, mám pocit, že se po vizuální stránce značka Moje lékárnou trochu změnila, že?

J. Ch.: Přistoupili jsme k rebrandingu a postupně měníme náš vizuální styl na modernější. Máme v plánu také jít do rebrandingu našich majetkových lékáren, ale nabízíme změnu stylu i ve virtuální síti. Nový vizuální styl jsme začali rovněž využívat v televizních reklamách, v tisku či na letáčích a na sociálních sítích.

L. K.: Cítili jsme, že je po nějaké době potřeba udělat změnu, takže jsme letos přistoupili k rebrandingu, na kterém aktivně pracujeme. Máme nový brand a design manuál a postupně se budeme snažit lékárnou „obléknout“ do nového „kabátu“. Změna tkví v přechodu na jemnější styl.



Pojďme se zastavit u marketingu, který je na lékárenském trhu dnes už zcela běžný a který je, pokud si ho má lékárník zajišťovat pouze pro svou lékárnou, velmi pracný a nákladný. Co konkrétně z hlediska marketingu lékárnám poskytlujete?

L. K.: Šestkrát do roka vydáváme akční leták. Dvuměsíční frekvence jeho vydávání se nám osvědčila mimo jiné i proto, že leták má větší rozsah i počet akčních produktů. Pro lékárnou jsme zajistili speciální stojany, kde je mohou mít vystavené. Letáky dodáváme do všech lékáren, a navíc zajišťujeme jejich roznoš do schránek v jejich okolí. Současně s novým letákem nasazujeme ve spolupráci s našimi partnery i televizní reklamu. Televizní kampaň probíhá čtyřikrát ročně a trvá pokaždě tři týdny až měsíc. Také jsme zavedli praxi, že dáváme lékárníkům 14 dní před tím, než vyjde akční leták, vědět, jaké produkty v něm budou, aby si mohli zboží v dostatečném množství předem objednat.

Kromě toho šestkrát do roka vydáváme magazín Moje lékárnou, který je velmi populární a který také prošel určitými změnami. Sázíme na odborné články pro širokou veřejnost, protože jsme zjistili, že je po takových článcích poptávka. Lékárnou poskytují magazín Moje lékárnou svým zákazníkům zdarma.

J. Ch.: Určitě musíme také zmínit další výhodu, kterou lékárnou vstupem do sdružení získává, a to je naše privátní značka. Volně prodejné produkty privátní značky Moje lékárnou je možné získat v našich lékárnách i v našem e-shopu. Portfolio privátní značky už je poměrně široké – od náplastí, vitamínů a minerálů až po doplňky stravy, které jsme vyhodnotili, že by měli být součástí privátního sortimentu. Lékárník od nás dostává velmi kvalitní produkt za velmi výhodných podmínek s ekonomickou přidanou hodnotou pro jeho lékárnou.

O které konkrétní produkty vaší privátní značky je mezi zákazníky největší zájem?

L. K.: Největší úspěch zaznamenávají tradiční vitamíny a minerály, jako jsou magnesium, vitamin C a podobně. Jde v podstatě o standardní nabídku, u které klient ani neřeší, kdo je výrobce. Vždy záleží na lékárníkovi, co zákazníkovi doporučí, vedle tradičních přípravků má možnost nabídnout kvalitní produkt, který je navíc cenově výhodný.

Zmínili jste, že produkty privátní značky lze mimo jiné získat

i v e-shopu. Ten váš funguje, tuším, tři roky. Jak se mu daří?

L. K.: Ano, e-shop jsme spouštěli v roce 2021, ale v letošním roce jsme přešli na profesionální, novou platformu. Nejen díky nastavení všech marketingových kampaní a dohod s výrobcí, ale především díky zapojení velkého množství lékáren, které jsou vydejními místem, a také profesionální a empatické práci všech lékárníků dynamicky roste. Možnost zvýšení objemů v lékárně využívá stále přes 50 procent zákazníků, a to přináší i zajímavou obchodní příležitost pro samotné lékárnou. Aktuálně máme přes 270 lékáren, kde má zákazník možnost objednávkou vyzvednout. Na adrese mojelekarna.cz lze nejen nakoupit, ale potřebné informace tam může získat jak lékárník, tak spotřebitel. Jsou tam informace o všech našich projektech. Navíc

v e-shopu máme i odkaz na akční leták kamenných lékáren, který obsahuje až 200 atraktivních produktů, které cenově sjednocujeme pro lékárnou i e-shop Moje lékárnou.

Na lékárenském trhu už jsou poměrně běžnou záležitostí věrnostní systémy. Máte ho zavedený?

L. K.: Zatím ho využíváme pouze v rámci e-shopu, protože není úplně jednoduché vyřešit věrnostní systém pro kamenné lékárnou, když v naší síti fungují nezávislé subjekty. A rozhodně nechceme provozovat systém, kdy by věrnostní kartičkou mohl zákazník využít pouze v určité lékárně. Letos intenzivně pracujeme na věrnostním programu pro celou síť Moje lékárnou, aby zákazník mohl

systém využívat, ať přijde do kterékoliv lékárny v naší síti, a samozřejmě i v rámci online nákupů.

Velké téma je také celoživotní vzdělávání lékárníků. Provozujete nějakou platformu, na níž pro lékárníky semináře, školení a podobně zajišťujete?

J. Ch.: Provozujeme portál ve spolupráci se společností Healthcomm a jak lékárníci z našich majetkových lékáren, tak z lékáren ve sdružení Moje lékárnou si mohou vybrat kterékoliv ze školení či seminářů, které jsou ohodnoceny v rámci celoživotního vzdělávání. Na portálu jsou k dispozici i školení připravená ve spolupráci s výrobcí.

.../...

inzerce

SILNÁ* BOLEST, ZÁNĚT A OTOK V KRKU

ÚLEVA OD SILNÉ* BOLESTI AŽ NA 6 HODIN

*Strepfen pastilky: Strepfen, Strepfen sprej 8,75 mg orální sprej, rostlek Léčivý léky: Pastilky: flurbiprofenum 8,75 mg v jedné pastilce; Sprej: jedna dávka (3 stříknutí) obsahuje flurbiprofenum 0,75 mg to odpovídá flurbiprofenu 16,2 mg/ml. **Indikace:** Strepfen pastilky: Zmírnění bolesti a otoků u zářitých i infekčních onemocnění dutiny ústní a hltanu bakteriálního nebo virového původu. Zmírnění bolesti v krku a hluku otoků zánětem postižené sliznice hrdla. **Strepfen sprej:** Krátkodobě symptomatické zmírnění akutní bolesti v krku u dospělých. **Dětská a zvláštní podání:** Pro perorální podání a krátkodobé použití. Léky se nemají používat déle než 3 dny. **Strepfen:** Dospělí a dospívající starší 12 let: jedna pastilka každých 3-6 hodin podle potřeby; maximální dávka je 5 pastilek / 24 hodin. Pastilky je nutno během rozpuštění v ústech stále přemíslovat. Aby se zabránilo lokálnímu podráždění sliznice. **Strepfen Sprej:** Pouze pro krátkodobé podání. **Orofaryngeální podání:** Přípravky nemají být používány déle než 3 dny. Použití u dospělých starších 18 let: jednu dávku (3 stříknutí) aplikovat dozadu do krku podle potřeby každých 3-6 hodin, maximálně 5 dávek / 24 hodin. Při aplikaci spreje se nenadýchávat. **Pediatrická populace:** bezpečnost a účinnost přípravku nebyla stanovena. **Kontraindikace:** hypersenzitivita na účinnou látku nebo na kteroukoliv pomocnou látku, pacienti s anamnézou hypersenzitivní reakce (např. astma, bronchospasmus, rinitida, angioedém nebo urtikarie) související s užíváním salicylátů (např. kyseliny salicylové a ASA) nebo jiných NSAID, pacienti s anamnézou GI krvácení nebo perforace, závažné selhání srdce, ledvin nebo jater; třetí trimestr těhotenství, věk do 12 let (pastilky) / věk do 18 let (sprej). **Upozornění:** Starší pacienti: zvýšené riziko vzniku NU, zvláště GI krvácení a perforace, někdy fatální. **Respirační účinky:** u pacientů, kteří trpí nebo trpěli bronchiální astmatem nebo alergickým onemocněním, může přípravek vyvolat bronchospasmus. Jiné NSAID: je nutné se vyvarovat současněmu používání flurbiprofenu a NSAID, včetně selektivních inhibitorů COX-2. **Pokročilé selhání ledvin a jater:** pacienti s pokročilým selháním ledvin mají být monitorováni jejich funkce, protože po užití NSAID může dojít k jejímu zhoršení. **Kardiovaskulární a cerebrovaskulární účinky:** opatrnost před zahájením léčby u pacientů s anamnézou hypertenze a/nebo srdečního selhání, v souvislosti s léčbou NSAID by Hlášený případy retence tekutin, hypertenze a edémů. **SLE a smíšené onemocnění pojivové tkáně u pacientů:** existuje zvýšené riziko vzniku aseptické meningitidy. **Účinky na nervový systém:** bolest hlavy vyvolaná analgetiky nemají lékárna zvýšenou dávku analgetik. Pacient musí užívání analgetik přerušit a vyhledat lékaře. **Gastrointestinální účinky:** nutná zvýšená opatrnost u pacientů s anamnézou GI onemocnění (ulcerózní kolitida, Crohnova choroba), může dojít ke zhoršení těchto onemocnění. **GI krvácení, ulcerace a perforace,** které mohou být fatální, byly Hlášený u všech NSAID kdokoliv během léčby, s varujícími příznaky ale i bez nich, i bez předchozí anamnézy závažných GI příhod. **Riziko GI krvácení, ulcerace a perforací** stoupá se zvyšující se dávkou NSAID, u pacientů s anamnézou peptického vředu, zejména pokud byl komplikován krvácením nebo perforací, a u starších osob. **Opatrnost je doporučována u pacientů užívajících souběžně léky,** které by mohly zvyšovat riziko ulcerací nebo krvácení např. perorální kortikosteroidy, antikoagulační jako warfarin, SSRI nebo antiagregancia jako ASA. **Flurbiprofen** může produkovat dobu krvácení, u pacientů s možností zvýšené krvácivosti je proto zapotřebí zvláštní opatrnosti. **Pokud se během léčby flurbiprofem objeví GI vředy** nebo krvácení, musí být léčba ukončena. **Dermatologické účinky:** velmi vzácně byly ve vztahu k léčbě NSAID Hlášený závažné kožní reakce, z nichž některé byly fatální, včetně exfoliativní dermatitidy, Stevensova-Johnsonova syndromu a toxické epidermální nekrolýzy. **Lék vysadit při prvním objevení kožní vyrážky,** slizničních lézí nebo jakýchkoli jiných známek hypersenzitivní. **Infekce:** ojedinelé byla popsána exacerbace infekčních zánětů (např. rozvoj nekrotizující fasciitidy) v časové souvislosti s užíváním systémových NSAID jako celé skupiny. **Těhotenství:** Flurbiprofen je kontraindikován ve třetím trimestru těhotenství. V průběhu prvního a druhého trimestru se nesmí flurbiprofen podávat, pokud to není zcela nezbytné. **Strepfen** obsahuje glukózu a sacharózu. **Přípravky se nedoporučují pacientům s vrozenou nesnášenlivostí fruktózy,** glukosylgalaktosovým malabsorpčním syndromem nebo nedostatkem sacharózy-Hsmalazy. **Obsahuje sacharózu,** pacienti s DM by jej měli užívat až po dohodě s lékařem. **Obsahuje butylhydroxyanisol (E 202),** který může způsobit místní kožní reakce nebo podráždění očí a sliznic. **Strepfen Sprej** obsahuje methylparaben (E 218) a propylparaben (E 216). **Může mohou způsobit alergické reakce (pravděpodobně zpožděné).** Přípravky by neměly být používány déle než 3 dny. **Při podráždění v dutině ústní** může být léčba flurbiprofem ukončena. **U pacientů s SLE a smíšeným onemocněním pojivové tkáně existuje zvýšené riziko vzniku aseptické meningitidy.** **Interakce:** Flurbiprofen (jako jiné NSAID) nemá být používán v kombinaci s kyselou acetylcholinovou či jinými NSAID včetně selektivních inhibitorů COX-2. **Používat s opatrností v kombinaci s** antikoagulační, antiagregancia a SSRI, antipertenzivní (ACE inhibitory a antagonisty angiotensinu II) a diuretika, alkoholem, kardiálními glykosidy, cyklosporinem, kortikosteroidy, lithiem, methotrexátem, mifepristonem, perorálními antiaritmiky, fenitoinem, kalium šleťicými diuretika, probenecidem a sulfipyrazonem, chinolonovými antibiotiky, takrolimem, zidovudinem. **Nežádoucí účinky:** V souvislosti s léčbou NSAID byly Hlášený hypersenzitivní reakce, nespecifické alergické reakce a anafylaxe, reaktní dýchací potuchy, určité kožní poruchy. **Mohou se vyskytnout peptické vředy a jejich perforace,** GI krvácení, retence tekutin a otoky. **U starších osob je zvýšené riziko výskytu NU.** Velmi časté: stomatitida (pastilky); časté: závratě, bolest hlavy, podráždění v krku, průjem, ulcerace v dutině ústní, nauzea, parestezie v dutině ústní, bolest nebo diskomfort v dutině ústní a hltanu, nebo bolest břicha; méně časté: ospalost, exacerbace astmatu a bronchospasmu, dyspnoe, puchýřky v dutině ústní a hltanu, hyperstezie hltanu, nadýmání, zácpa, dyspepsie, flatulence, glauzomy, dyspepsie, dysstezie v dutině ústní, zvracení, různé kožní vyrážky, urtikarie, pruritus, horečka, bolest. **Držitel rozhodnutí o registraci:** Reckitt Benckiser (Česká republika), spol. s r.o. **Vinohradská 2828/151, Praha 3, 130 00, Česká republika.** **Registrační číslo:** Strepfen: 69/161/02-C; Strepfen Sprej: 69/044/15-C. **Uchovávaní:** Pastilky: Uchovávejte při teplotě do 25 °C. Sprej: Chraňte před chladem nebo mrazem. **datum revize schváleného SPC:** Strepfen: 16. 1. 2024; Strepfen Sprej: 7. 4. 2021. **Poslední revize ZP:** 2023. **Výdej léčivých přípravků není vázán na lékařský předpis.** **Přípravky nejsou hrazeny z prostředků veřejného zdravotního pojištění.** **Dříve než léčivé přípravky dopoučíte nebo předepíšete si, prosím, pečlivě přečtete úplný souhrn údajů o přípravku (SPC). Pro další informace kontaktujte: Reckitt Benckiser (Česká republika), spol. s r.o., Vinohradská 2828/151, 130 00 Praha 3, Česká republika, tel.: +420 227 110 141, Datum vypracování zdravotního řízení: 2024.**



TVÁŘÍ V TVÁŘ

L. K.: Je třeba podotknout, že vzdělávací platforma, kterou jsme vytvořili se společností Healthcomm, slouží pouze pro účely vzdělávání lékárníků a farmaceutických asistentů sdružených pod Moji lékárnou. Když se do systému přihlásí, zobrazí se jim celé portfolio dostupných školení, z nichž mohou vybírat. Tato školení jsou ohodnocena body, které lékárník následně může využít a získat různé benefity. Tento systém jsme spustili letos v květnu a jsme rádi, že naši partneři mají zájem participovat na edukaci lékárníků. Do vzdělávacího systému už máme zapojeno několik stovek lékárníků, kteří školení pravidelně absolvují.

A nabízíte kromě produktových školení i nějaká další, která jsou vyloženě vaše originální?

L. K.: Ano, již dříve jsme připravovali různé formy školení lékárníků, i když tedy neprobíhala online formou, od dispenzační praxe po takzvané soft skills. Proto i nyní nabízíme různá online marketingová školení, i školení prodejních dovedností, psychologie zákazníka. Navíc na vzdělávacím portálu chceme dál pracovat.

J. Ch.: Určitě je třeba také zmínit, že letos připravujeme i nový intranet pro lékárníky. Koncipován je v moderním stylu, uživatelsky bude velmi komfortní a lékárník by na něm měl najít všechny potřebné informace týkající se lékáren, marketingových akcí a podobně. A je fajn, že intranet budeme moct dále vyvíjet na základě zpětné vazby od lékárníků a jejich požadavků ohledně informací, které by z naší strany ještě uvítali. Součástí intranetu bude rovněž i interaktivní dotazník, díky němuž budeme moct lékárníky oslovovat.

Ing. LIBOR KOZIOREK

Je absolventem ostravské Vysoké školy podnikání a práva se specializací na ekonomiku a management. V minulosti pracoval jedenáct let v nadnárodní farmaceutické společnosti, z toho poslední čtyři roky na top manažerské pozici, kde získal cenné zkušenosti v oblasti prodeje a marketingu. Dále působil jako obchodní ředitel ve firmě zaměřené na outsourcing pro farmacii. V současnosti již více než dva a půl roku vykonává funkci obchodního ředitele a je zároveň členem představenstva společnosti Sanovia, a. s. Zaměřuje se na rozvoj obchodních aktivit a strategické směřování sítě Moje lékárna, a to jak v lékárnách, tak na e-commerce trhu.

Nedílnou součástí lékárenské praxe je také sledování legislativních změn. Poskytujete lékárnám servis také ohledně legislativy?

J. Ch.: Majetkovým lékárnám servis týkající se legislativních změn poskytujeme automaticky. Měl by být i součástí nového vzdělávacího systému a je pravděpodobné, že do budoucna tento servis ještě upravíme a rozšíříme i pro členy sdružení Moje lékárna.

L. K.: Jsme sesterskou společností lékárenského velkoobchodu Pharms, což je jeden z největších tuzemských distributorů, takže o veškerých legislativních změnách víme v podstatě okamžitě. Jsou v úzkém kontaktu například se Státním ústavem pro kontrolu léčiv a veškeré informace jsme schopni předat prostřednictvím obchodních reprezentantů i dalšími komunikačními kanály. Pokud lékárník projeví přání být informován o určitých záležitostech, jsme schopni se velmi rychle k požadované problematice vyjádřit.

Již před covidem jste rozjeli projekt Moje stáří. Jak tento projekt pokračuje?

L. K.: Přestože jmenovaný projekt přibřdila pandemie covidu-19, funguje dál a v jeho rámci s námi spolupracují velcí partneři. Letos v rámci tohoto projektu realizujeme nejen již zavedené měření stáří cév, ale nově jsme začali měřit i stresové faktory, které lze testovat i online. Data porovnáváme se standardem české populace. A podle absolvovaného testu se pak zákazník dozví, v jakých parametrech se od tuzemské populace odchyluje, zda je na tom lépe, či hůře. V dalším roce chceme i nadále tyto testy zachovat, ale chceme rozšířit

skupinu lidí, u kterých je smysluplné, aby se začali starat o zdraví, a na základě toho pak stáří mohli prožít aktivně a v dobré kondici. Proto chceme příští rok začít testovat pomocí metody InBody.

Jak měření kardiovaskulárních parametrů organizujete a jak se do toho zapojují lékárníci?

L. K.: Měření probíhá v lékárnách, které o něj projeví zájem. Jakmile se lékárníci přihlásí, vytvoříme rezervační systém, v němž si zájemci o měření rezervují některý z nabízených termínů. Celou akci zajišťují vyškolení zdravotníci z naší centrály, tedy nikoliv personál lékární, kde měření probíhá, kteří měří stáří cév a stresové faktory. Na základě toho poté měřeného informují o jeho výsledcích a doporučí mu, jak by měl na jejich základě postupovat. Pokud výsledky nejsou v pořádku, následuje rada ohledně úpravy životosprávy a doporučení navštívit praktického lékaře či specialistu.

Pokud jde o zapojení lékáren, nemusejí se kromě poskytnutí prostor o nic starat. Společnost Sanovia zajistí propagaci měření, a to i na sociálních sítích, rezervační systém i vyškolené zdravotníky. Zmíněná služba je v kooperaci s lékárnou poskytována pacientům zdarma a většinou probíhá ve dvou vlnách trvajících zhruba dva měsíce. Měření obvykle realizujeme v květnu a červnu a pak na podzim v září a říjnu. Zájem o měření ze strany lékáren je velký, některé se hlásí opakovaně. Vychází to tak, že ročně uskutečneme v lékárnách kolem 100 akcí spojených s měřením kardiovaskulárních parametrů. Ze strany veřejnosti je o tuto službu značný zájem, vždy bývá plno.

Jaké plány máte do budoucna, co nového chystáte? Jak by se podle vás měly lékární dále profilovat?

J. Ch.: Děláme vše pro to, aby Moje lékární poskytovaly kvalitní odbornou péči a vyznačovaly se rodinným přístupem. Chceme, aby lékárník byl opravdu lékárníkem, a nikoliv úředníkem, a mohl se věnovat odborné práci, měl prostor se svým zákazníkem a pacientům dostatečně věnovat a poradit jim. A aby to, co předepíše lékař, pacient v lékárně skutečně obdržel. Lékární nechceme řídit direktivně. Naším cílem je, aby od nás cítily podporu. I nadále chceme pokračovat v tom, že v našich majetkových lékárnách budeme zkoušet určité marketingové modely, které když se osvědčí, zavedeme i v lékárnách ve sdružení. Zajímavé téma je rozhodně prevence, takže do budoucna zvažujeme zavést do lékáren další programy, které by byly na prevenci zaměřené. A zároveň chceme i nadále pokračovat ve spolupráci s Českou gerontologickou a geriatrickou společností (ČGGG), kterou jsme zahájili již v roce 2010, a s Českou Alzheimerovskou společností (ČALS).

Markéta Grulichová
marketa.grulichova@atoz.cz

Upozornění pro české lékárníky v souvislosti s odchodem Severního Irsku ze společného evropského trhu

Informace Národní organizace pro ověřování pravosti léčiv

Po odchodu Velké Británie z EU (tzv. BREXIT) došlo z důvodu neexistence pevné hranice mezi Severním Irskem a Irskou republikou k dohodě, která upravovala podmínky pohybu zboží (i léků). Díky ní platí v Severním Irsku pravidla daná Směrnicí EU pro ověřování pravosti léčiv (FMD, Falsified Medicines Directive; EU 2016/161). Napětí kvůli rozdílnému regulačnímu stavu v Severním Irsku ve srovnání se zbytkem Velké Británie vedlo k úpravě této dohody platné **k 1. lednu 2025**. Za schvalování všech léků uváděných na trh v Severním Irsku tak bude zodpovědný britský Úřad pro regulaci léčiv a zdravotnických prostředků (MHRA).

Dopady na evropský trh

Nepředpokládá se, že odchod Severního Irsku (NI) ze společného trhu (tzv. NIXIT) a odpojení z Evropského systému pro ověřování pravosti léčiv (EMVS) vyvolá v českých lékárnách i v distribuci problémy. Od 1. ledna 2025 dojde k několika změnám:

- Všechny léky prodávané na území Velké Británie (UK) musí být označeny „**UK only**“, aby se zabránilo dovozu těchto léčiv do EU.
- Tzv. „**joint packs** (společná balení)“, tedy balení určená současně pro Velkou Británii i země EU, již nebude možné distribuovat na obou trzích s výjimkou těch, která již jsou v oběhu, jejichž data byla nahrána do EMVS a balení byla zařazena do distribuce před 1. lednem 2025.
- Léčiva dovážená z Velké Británie do Evropské Unie (stejně jako ostatních zemí mimo EU) také musí splňovat požadavky FMD.
- Všechny národní systémy pro ověřování pravosti léčiv budou upraveny tak, aby zohlednily nadcházející novou situaci (např. **vznikem nového alertu** atd.).
- Držitelé rozhodnutí o registraci/OBP by od 1. 1. 2025 neměli nahrávat data k léčivým přípravkům pro trh Velké Británie.

Možná rizika NIXIT

Padělky nesoucí falešná data z legitimních britských balení by se mohly dostat do dodavatelského řetězce EU. Evropská organizace pro ověřování pravosti léčiv (EMVO) i Národní organizace pro ověřování pravosti léčiv (NOOL) proto doporučují **po 1. lednu 2025 věnovat zvýšenou pozornost při ověřování, vyřazování a výdeji léků s britskými identifikátory**. Pokud je takové balení načteno, systém vygeneruje alert podle příčiny jejich vzniku:

- Alert „A70 – trh není dostupný“ (cílový trh (UK) je odpojen od EMVS).
- Alert „A1 – produktový kód (PC) není znám“ (v EMVS neexistují kmenová data k léčivému přípravku).
- Alert „A2 – šarže nenalezena“ (v EMVS existují kmenová data k léčivému přípravku, avšak šarže nebyla nahrána).

Postup pro řešení alertů v Systému pro správu alertů (CZAMS) bude upřesněn. Předpokládá se, že alerty A2 budou šetřeny a uzavírány standardním způsobem. Alerty A1 a A70 nespádají do úrovně 5 a budou tak pravděpodobně zobrazovány uživateli pouze pro informativní účely.

Doporučený postup pro všechny zúčastněné strany je v současnosti připravován Národní organizací pro ověřování pravosti léčiv a Státním ústavem pro kontrolu léčiv.

Aktuální informace je možné nalézt na stránkách www.czmvo.cz a www.sukl.gov.cz, kde budou postupně zveřejňovány od konce listopadu 2024. Informace a časté otázky a odpovědi na otázky v souvislosti s NIXIT jsou dostupné také na stránkách EMVO www.emvo-medicines.eu.



SLUŽBY A PORADENSTVÍ PŘILÁKALY DO LÉKÁRNY NOVÉ KLIENTY



Letem světem lékárny
Lékárna Dr. Max Poliklinika Soukalova
Sídlo: Soukalova 3355/3, Praha 4 – Modřany

Založena:	2013	Počet zaměstnanců:
Celková plocha:	700 m²	12
Plocha oficiční:	192 m²	

V mnoha ohledech se lékárna Dr. Max na poliklinice v pražských Modřanech neliší od jiných poliklinických lékáren. Prim v ní hraje výdej léků na recept a většinu klientely pak tvoří pacienti, kteří navštěvují lékaře ordinující ve zmíněné poliklinice. Díky zavedení některých služeb a konzultační činnosti se ale v poslední době klientela rozšířila o nové zákazníky, kteří do lékárny cíleně míří kvůli screeningu či pro odbornou radu, na jejímž základě jsou pak mnohdy ochotní do volně prodejného sortimentu investovat nemalé částky.

Poliklinika v pražských Modřanech funguje už „nějaký ten pátek“ a její součástí vždy bývala i lékárna. Než ji v roce 2013 začal provozovat Dr. Max, šlo o klasickou poliklinickou lékárnu fungující pod značkou Lloyds. Od uvedeného roku ale prošla několika proměnami.

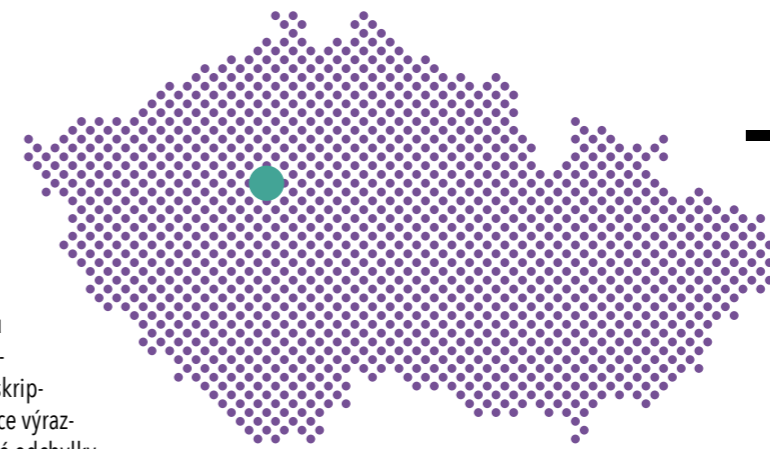
„Po několika letech, co začal Dr. Max lékárnu provozovat, byla v její bezprostřední blízkosti otevřena samostatná prodejna zdravotnických potřeb. Další změna nastala před třemi lety, kdy byl v oficičně vybudován dermatokoutek. A v roce 2023 byla lékárna kompletně rekonstruována, díky čemuž vznikla i konzultační místnost, která je v provozu od loňského dubna. V rámci rekonstrukce přibyla i jedna tára pro výdej léků na recept a původní samoobslužný model se předělal na bezbariérové vystavení podle konceptu Dr. Max,“ přibližuje postupně proměny modřanské lékárny její odborná zástupkyně Mgr. Jana Doležalová.

Z ORDINACE ROVNOU DO LÉKÁRNY

Vzhledem k tomu, že na poliklinice, kde zmiňovaná lékárna sídlí, ordinuje kolem 90 lékařů různých specializací, nepřekvapí, že na jejím obratu se zhruba 65 procenty podílí výdej léků na recept, zbytek pak připadá na volný prodej. „Naši klientelu tvoří hlavně pacienti z polikliniky, přičemž převažují ti v seniorském věku. Přichází ale také hodně rodičů s dětmi, protože na poliklinice funguje i několik pediatrických ordinací,“ vyjmenovává Jana

Doležalová a na dotaz, zda mezi recepty od místních lékařů převažuje nějaká odbornost, odpovídá: „Nedá se říct, že by preskripce léků v rámci určité specializace výrazně převažovala, nicméně drobné odchylky jsou patrné. Do lékárny přichází například hodně pacientů s recepty z ordinací ORL, ale naopak máme méně pacientů s diabetem. Z polikliniky se totiž před časem do nedaleké nové budovy s vlastní lékárnou přestěhovaly diabetologické ordinace, takže téměř zmizeli pacienti s recepty od diabetologů. Sem tam přijde diabetik s receptem od praktika. Jinak si zcela běžně přicházejí vyzvednout léky pacienti docházející na místní internu, psychiatrii, dermatologii, stomatologii, oční oddělení a další. A samozřejmě takřkajíc ve velkém expedujeme léky předepsané praktickými lékaři jak pro dospělé, tak pro děti a dorost.“

Jak dále uvádí, léčivými přípravky na žádanky zasobují některé ordinace a také čtyři pražské pobočky Alzheimer centra. Jde tedy o široký záběr a k tomu je třeba připočítat velmi frekventovanou magistraliter přípravu. „Složitější lékové formy posíláme na přípravu do naší centrální laboratoře, odkud odebíráme rovněž hromadně připravované léčivé



přípravky, jako jsou například Bendovy kapky. Na poliklinice ale ordinují i dermatologové, od kterých máme velký přísun receptů, takže přímo v lékárně připravujeme masti, roztoky a podobně. Poměrně dost lidí přichází s recepty na magistraliter přípravu i od pediatrů. Vychází to tak půl na půl, co posíláme na přípravu do centrální laboratoře a co připravujeme přímo v lékárně,“ říká magistra Doležalová.

VYVOLÁVACÍ SYSTÉM JE K NEZAPLACENÍ

Dalším typickým znakem modřanské lékárny je dopolední nápor klientů. „Dopoledne zhruba do 12 hodin 'jedou' tři tary na výdej na recept a jedna až dvě na volný prodej, protože od lékařů z polikliniky přichází s receptem opravdu hodně pacientů. Pak je trochu volněji přes poledne, kdy mají lékaři

přestávku. Odpoledne pak velmi záleží na tom, kolik lékařů ordinuje, ale zhruba do čtyř máme v lékárně pořádku plno,“ popisuje Mgr. Doležalová a pochvaluje si vyvolávací systém, který v lékárně již mnoho let funguje: „Velmi se nám osvědčil, a to hned z několika důvodů. Naše lékárna sice disponuje velkou oficínou, ale když se v ní v jeden okamžik sejde třeba 20 klientů, kteří se začínou stavět do front, není to nic příjemného pro ně ani pro nás. S vyvolávacím systémem fronty nevznikají, zákazníci se mohou v oficíně při čekání, než na ně dojde řada, i posadit, a provoz je celkově klidnější. Za obrovskou výhodu zmíněného systému ale považují hlavně skutečnost, že klient přistupuje k táře sám, což je komfortní pro něj i lékárníka, protože expedice i poradenství probíhá v naprostém soukromí.“

Vzhledem k tomu, že modřanská lékárna je především takzvaně receptová, nabízí se dotaz, jak moc pacienti využívají rezervační systém pro objednání předepsaných léků. „Z celkové počtu receptů je rezervační systém využíván přibližně u dvou procent. Využívají ho hlavně mladší klienti a také lidé, kteří vyzvedávají léky pro své příbuzné. A také si ho

.../...

inzerce



PRÉMIOVÉ VITAMÍNY S TRADICÍ 77 LET

SOLGAR, ZLATÁ PEČEŤ KVALITY

- Vysoce vstřebatelné vitamíny a minerály
- Kvalita bez kompromisů
- S obsahem přírodních surovin





zvyklí využívat pacienti, kteří užívají lék, který není běžně skladem a vždycky se musí speciálně objednat. Jinak je ale znát, že lidé, když jdou z polikliniky, rovnou zamíří do lékárny a nemají takovou potřebu rezervační systém používat," říká odborná zástupkyně.

Mnoho zákazníků lékárny vlastní klientskou kartu. Podle magistry Doležalové zaznamenávají její vyšší zastoupení - zhruba 80 % - mezi zákazníky, kteří si u nich vyzvedávají léky na recept. „Pokud klientskou kartu použije, může počítat s výhodou snížených doplatků," podotýká.

Při nákupu volně prodejného sortimentu i kvůli tomu, že si pro něj chodí mladší klientela, předloží kartu přibližně 60 % klientů. „Řada mladších zákazníků, které k nám začaly chodit nakupovat dermokosmetiku, si kartu pořídila, protože dermokosmetické poradenství a různé akce v rámci uvedených kategorií jsou pro členy věrnostního programu zvýhodněné, takže mít kartičku se vyplácí každému zákazníkovi," říká odborná zástupkyně a připojuje postřeh týkající se letákových akcí: „Klientelu bych rozdělila na třetiny. Jednu tvoří lidé, kteří cíleně přijdou nakoupit produkty z akčního letáku. Do druhé třetiny patří zákazníci, kteří přijdou s nějakým problémem, a když jim na něj doporučíme produkt, který je zároveň v letáku, koupí si ho. A pak zbývají ti, kteří letáky a akce vůbec neřeší."

Lékárna je také výdejním místem e-shopu Dr. Max. V souvislosti s tím Jana Doležalová zmiňuje zajímavý poznatek: „Baličky objednané v e-shopu samozřejmě vydáváme denně, ale v porovnání s lékárnou v modřanském Kauflandu, kde také působím coby odborný zástupce, jich vydáváme zhruba o polovinu méně. Je to tím, že do Kauflandu jde hodně lidí po práci, aby nakoupilo, a při té příležitosti si v tamní lékárně vyzvedne baliček. Do naší lékárny si baličky nechávají posílat spíše jen ti, kteří v blízkém okolí polikliniky bydlí."

DERMOKOSMETIKA JEDE NA PLNÉ OBRÁTKY

Velmi silnou OTC kategorií je bezesporu dermokosmetika, a to z několika důvodů. „Nabízíme opravdu široký sortiment produktů, do něhož přibývají i nové značky jako například nedávno premiová kosmetika francouzské značky Lierac, která se v naší lékárně takřikajíc chytla velmi dobře. Důležitým faktorem úspěšného rozvoje uvedené kategorie je poradenství, které poskytují naše dermoporadkyně, jež mají velký přehled o všech produktech, neustále se vzdělávají a v neposlední řadě, což se pak v jejich práci odráží, jsou pro svůj obor velmi zapálené. Pochopitelně je znát, že na poliklinice ordinují dermatologové, takže k nám často přicházejí pacienti s atopickým ekzémem či s akné a radí se, co by si měli pořídit na rutinní ošetření pokožky. Zároveň je ale u nás frekventované i beauty poradenství, kdy jsou dermoporadkyně schopny poskytnout službu v podobě analýzy pleti, a podle toho pak s klientkami vybrat přípravky na rutinní péči o pleť. Kromě toho poskytujeme i vlasové poradenství. Díky

uvedeným konzultačním službám se rozšířila naše klientela hlavně o zákaznice v mladším a středním věku, ale ohledně pleti se chodí radit i seniorky," vysvětluje Jana Doležalová.

Jak dále uvádí, trendem je, že si zákaznice opravdu nechají poradit. Jak se to konkrétně projevuje? „Kolikrát si klientky přijdou například pro jeden krém známé značky, jako je Vichy, Eucerin a podobně, ale protože máme široký sortiment včetně již zmíněné kosmetiky značky Lierac, ale i Uriage nebo Apivita, můžeme jim nabídnout i alternativy. A je znát, že spotřebitelé jsou ochotni investovat i do novějších a dražších produktů s benefitem. Ukazuje se, že když se zákaznice dermoporadkyně věnuje a poradí jí, jak se o pleť starat, pak dotyčná přestává u přípravků řešit jejich cenu a většinou si místo jednoho produktu odnáší několik přípravků na celkovou péči," popisuje Mgr. Doležalová a připojuje ještě jeden poznatek: „Nechci tvrdit, že by ceny produktů hrály vyloženě zanedbatelnou roli. Nicméně se zdá, že díky tomu, že jsme poliklinická lékárna, lidé nás berou víc jako odborníky ze zdravotnického zařízení a dají na naši radu."

U ZRODU PROGRAMU PREVENTIVNÍ PÉČE

Dermoporaďenství ale není jediná služba, kterou modřanská lékárna poskytuje. Jako jedna ze tří lékáren Dr. Max stála u zrodu Programu preventivní



péče. „Tento program zaměřený na včasné odhalení zdravotních rizik začínal loni v dubnu v lékárnách, které disponovaly konzultační místností. Kromě naší lékárny to byly ještě lékárny v Ostravě a v Brně. Nyní už je některý ze screeningových programů poskytován zhruba ve 400 lékárnách Dr. Max po celé republice," říká Jana Doležalová.

Program preventivní péče zahrnuje širokou škálu služeb a konzultací od screeningů z kapky krve, kdy v rámci selfmonitoringu lze zjistit hladinu cukru, cholesterolu a kyseliny močové v krvi, měření krevního tlaku, spirometrii a saturaci kyslíkem, složení těla, analýzu pleti i vlasů, lékové konzultace, péči o diabetika, odvykání kouření, hojení ran a řadu dalších.

„Samozřejmě ne všechny lékárny poskytují kompletní screeningový program, z celé nabídky si každá vybere, co konkrétně bude svým klientům nabízet," upřesňuje Mgr. Doležalová a zmiňuje, že v jejich lékárně poskytují screening z kapky krve, měření krevního tlaku, zjištění skladby těla metodou InBody, spirometrii, oxymetrii, lékové poradenství a dermoporaďenství, a ne zcela pravidelně i poradenství ohledně snižování hmotnosti, omezení rizika kardiovaskulárních nemocí a péči o diabetika.

Velkou výhodou modřanské lékárny je její konzultační místnost, kde bývá dvakrát týdně po čtyři hodiny k dispozici konzultant, který se zákazníkům věnuje. „Konzultanti jsou lékárníci, kteří absolvovali garantované kurzy. V naší lékárně máme dva vlastní konzultanty, čtyři další k nám docházejí. Všichni absolvovali povinné školení v rámci Akademie Dr. Max. A samozřejmě respektujeme, že v případě poradenství ohledně kardiovaskulárních chorob, diabetu a lékového poradenství musí konzultanti absolvovat garantované kurzy České lékárnické komory," přibližuje Jana Doležalová

V úplných začátcích se lidé o službách a poradenství v rámci Programu preventivní péče dozvídali od personálu lékárny. Později ale zahájila centrála lékárenského řetězce marketingovou kampaň, v jejímž rámci využila informační e-mailů a textové zprávy, od letošního října se kampaň rozšířila i na sociální

sítě. Přestože v informování o jmenovaném programu hraje největší roli komunitní působení lékárny, magistra Doležalová připouští, že po zahájení marketingové kampaně se zájem o screening a poradenství evidentně zvýšil. „V době bez marketingové podpory jsme měsíčně provedli devět deset měření, tedy žádný vysoký počet. Jakmile se kampaň rozjela, zájemců přibýlo a počet se zvýšil v průměru na čtyřicet měření za měsíc. Tento počet za naší lékárnu možná nepůsobí nijak impozantně, ale když vezmeme všechny lékárny Dr. Max zapojené do zmíněného programu, tak za letošní říjen, konkrétně k 28. říjnu, bylo v lékárnách provedeno dva tisíce screeningů. A to už je zanedbatelné číslo," říká a dodává: „Stále pracujeme na 'vyčistění' nejlepší doby na vypsání konzultačních hodin. V době, kdy zesílila marketingová podpora, jsme vypisovali termíny i mimo obvyklé konzultační hodiny. A také jsme vyzorovali, že lidé mají větší zájem o dopolední termíny screeningů a konzultací."

K OBJEDNÁNÍ LZE VYUŽIT I REZERVAČNÍ SYSTÉM

Z konzultačních služeb panuje v lékárnách Dr. Max obecně nejvyšší poptávka po měření krevního tlaku a screeningu diabetu. V té modřanské je pak nejžádanější měření pomocí metody InBody, které se v rámci celého řetězce poskytuje pouze ve třech lékárnách, a dále o screening hladiny cholesterolu v krvi.

Jana Doležalová potvrzuje, že lidé se na screening či konzultace objednávají všemi dostupnými způsoby, tedy telefonicky či osobně v lékárně, ale také přes centrální rezervační systém, který byl pro tyto účely speciálně zřízen. „V rámci rezervačního systému na webu drmax.cz se zájemci zobrazí nabídka všech screeningů, mezi nimiž si označí ty, o které má zájem. Poté se objeví seznam lékáren, kde je možné vybrané screeningy podstoupit. Lékární tam vypisují své termíny, takže když si zájemce vybere konkrétní lékárnu, zobrazí se mu volné termíny, mezi nimiž si vybere. Je pravda, že kolikrát přijde zákazník a chce se osobně objednat na některý z měření. Máme-li v tu dobu volno, můžeme mu měření provést hned," vysvětluje.

Zároveň upozorňuje, že někdo může namítnout, že screening z kapky krve není proveden nalačno: „Vzhledem k tomu, že jde o záchyt ze zdravé populace a že existují normy pro odběry nalačno a po jídle, je pak podle toho výsledek posuzován."

Zmíněné screeningy jsou zpoplatněny, ale platí se za ně symbolické ceny s tím, že pro členy klientského programu jsou ceny ještě zvýhodněny. Podle magistry Doležalové se navíc uvažuje o tom, že od příštího roku budou služby poskytovány zdarma. Jak ale zmiňuje, je znát, že si spotřebitelé vykaží na to, že do zdraví je třeba investovat: „Již ubývá lidí, kteří jsou přesvědčeni, že když si platí zdravotní pojištění, musí mít všechno zadarmo. Už si zvykli, že za své zdraví nesou zodpovědnost a investují do něj."

I to je důvod, proč někteří zákazníci podstupují screening opakovaně. „Po dvou až třech měsících si někteří lidé nechávají přeměřit složení těla pomocí InBody, aby zjistili, zda životní styl, který se snaží upravit, takřikajíc nese své ovoce. Stejně tak se lidé vrací kvůli selfmonitoringu hladiny cholesterolu v krvi," vyjmenovává Jana Doležalová a na dotaz ohledně dalšího postupu, pokud naměřené hodnoty nejsou v normě, uvádí: „Klient od nás dostane kartičku i s razítkem lékárny, kde má hodnoty zjištěné v rámci screeningů zaznamenané. Pokud hodnoty neodpovídají normě, doporučíme mu návštěvu lékaře, s nímž bude svůj zdravotní stav konzultovat. Po vyšetření pomocí InBody dostane klient podrobné výsledky v podobě jakéhosi vysvědčení."

DÍKY SLUŽBÁM ROSTE OBROT

Přestože v okolí lékárny Dr. Max na modřanské poliklinice funguje několik dalších lékáren, z nichž jedna je zbrusu nová, Jana Doležalová říká, že na jejich provozu se to výrazně neprojevuje: „Obrot v naší lékárně roste, což přičítáme i tomu, že jsme začali poskytovat různé služby a konzultace. Dermoporaďenství bezesporu přilákalo do lékárny zákaznice, které přicházejí také odjinud než jen z polikliniky. A díky preventivnímu programu přibýli i další zákazníci, kteří se o službách dověděli takzvaně zvenku, a většinou to nejsou pacienti polikliniky. Jsme rádi, že disponujeme konzultační místností a že služby můžeme poskytovat, protože máme mnoho nadšených kolegů, kteří se v konzultační činnosti takzvaně našli."

Markéta Grulichová
marketa.grulichova@atoz.cz

Mgr. Jana Doležalová



VZDĚLÁNÍ:
2005-2010 - Farmaceutická fakulta UK v Hradci Králové
2015 - IPVZ - doplňující odborná praxe

PRAXE:
2010-2015 - Lékárna Dr. Max, Pelhřimov (lékárník-asistent)
2015-2021 - Lékárna Dr. Max, Praha 10 - Petrovice, Hostivař (odborný zástupce)
2021-DOSUD - Lékárna Dr. Max a Zdravotnické potřeby Poliklinika Soukalova a Kaufland Modřany (odborný zástupce)

ZÁJMY:
rodina, jízda na koni, tanec, seberozej



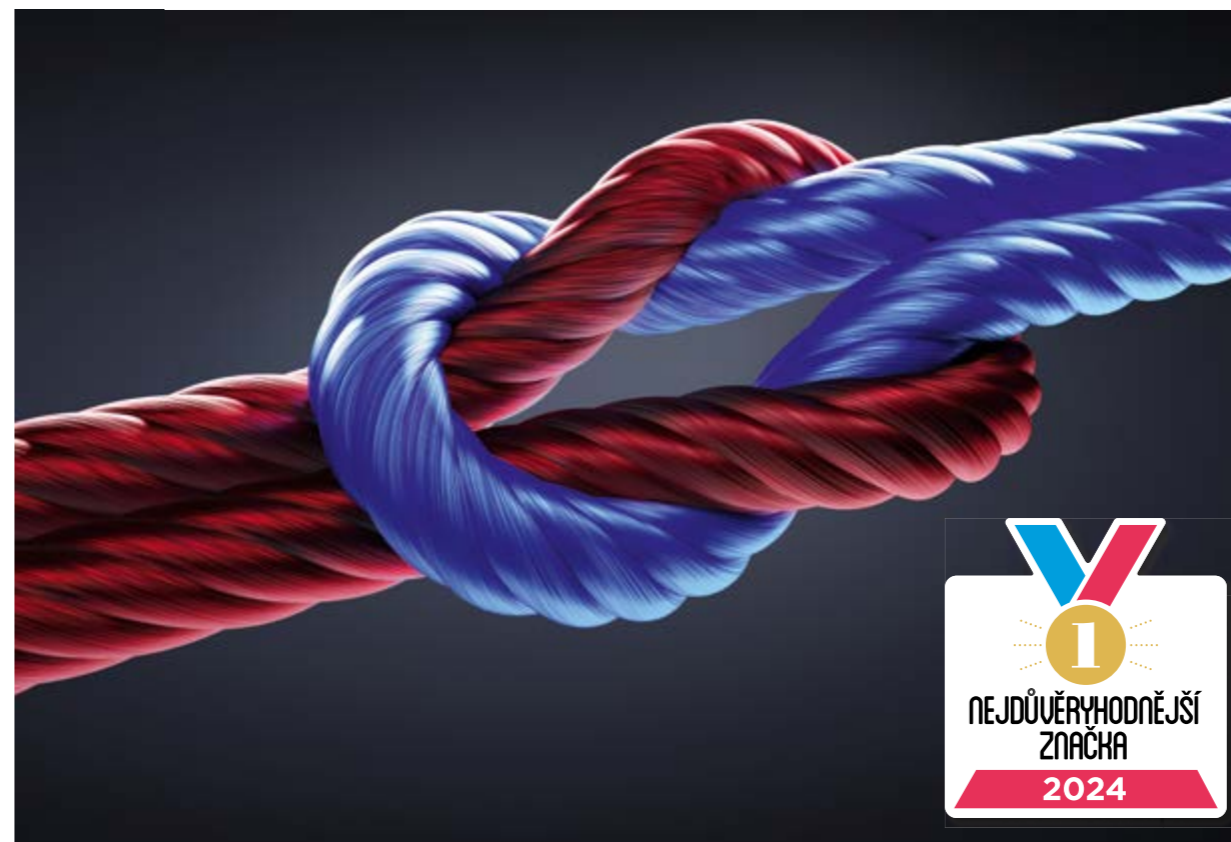
Vitar Betaglukan 150 mg Pro podporu imunity

- betaglukan z hlívy ústříčné a extrakt z rakytníku řešetlákového pro podporu imunitního systému
- s obsahem vitamínu C
- s příchutí rakytníku a pomeranče
- stick pack, rychlý nástup účinku
- 20 sáčků / 1 sáček denně

NOVINKA



ÚSPĚŠNÉ ZNAČKY ROSTOU S DŮVĚROU ZÁKAZNÍKŮ



I letos řeklo 4 000 zákazníků v největším reprezentativním panelu v ČR 95 značkám své „Ano“.
Jubilejní desátý ročník exkluzivního marketingového programu Nejdůvěryhodnější značka 2024 zkoumal zákaznickou důvěru už téměř ve stovce kategorií. Každým rokem se totiž rozrůstá o nové oblasti podnikání, ve kterých hraje důvěra, jež tvoří pevný základ každého dobrého vztahu, klíčovou roli. A snem každého marketéra je takový pevný vztah zákazníků ke značce vybudovat.

Získat si důvěru může značkám trvat roky, ztratit ji je někdy i otázkou okamžiku. Zástupci značek, které si 7. listopadu na slavnostním večeru v Radiopaláci v Praze na Vinohradech převzali to nejlepší ocenění důvěry zákazníků Nejdůvěryhodnější značka 2024, si mohou být jisti, že svou práci dělají dobře. A že právě jejich značka patří v otázce důvěry zákazníků ke špičce na trhu.

Kromě již tradičních značek z oblasti potravin, nápojů nebo nepotravinového zboží v programu letos u zákazníků bodovaly značky z oblasti služeb, institucí, prodejců, výrobců, ale i ze segmentu lékárenství a zdravotnictví nebo technických odvětví. Každým rokem k již tradičním stálícím přibývají nové kategorie. V tom letošním to byly například Prodejci rostlinné kosmetiky, Prodejci knih nebo Oční optiky. Důvěra se prolíná napříč všemi odvětvími.

S DŮVĚROU SE LÉPE BUDUJÍ KOMUNITY

Kdo dokáže udržet důvěru ve značku, má jednoduše navrch – s důvěrou se lépe buduje komunita zákazníků a posilují se pozitivní emoce spojené se značkou. I v případě chyby má značka šanci s důvěrou krize překonat. Důležité ale také je, kdo důvěru hodnotí. „V případě programu Nejdůvěryhodnější značka si mohou být značky jisté, že je hodnotí jejich zákazníci. Žádná odborná porota za zavřenými dveřmi, ale ten největší reprezentativní panel v České republice,“ říká Lukáš Matějka, manažer pořádající společnosti Atoz Group. Průzkum, jenž proběhl on-line během září a října, se uskutečnil na masivním vzorku čtyř tisíc respondentů v Talk On-line Panelu společnosti NIQ. Lukáš Matějka dodává, že tak, jak každý rok roste portfolio kategorií v programu, tak roste i podpora vítězným značkám: „Navyšujeme podporu

ve vysokonákladových tištěných médiích, posilujeme PR i aktivity v on-line a na sociálních sítích.“

A chybět nebudou ani outdoor a TV obrazovky, se kterými se zákazníci setkávají v obchodních centrech, v MHD nebo v čekárnách zdravotnických zařízení. „Jsme rádi, že se značky nebojí svým úspěchem pochlubit a rok od roku ji stále více využívají ve své interní komunikaci se zaměstnanci a v marketingové komunikaci se svými zákazníky. I my neustále navazujeme spolupráci s dalšími partnery, abychom značkám zajistili co největší prostor v mediálním prostoru,“ doplňuje Lukáš Matějka.

CO JE ČESKÉ, TO JE HEZKÉ

Fenomén oblíbenosti ryze českých značek se v programu Nejdůvěryhodnější značka objevuje každý

rok, a ani letos tomu nebylo jinak. Opětovně zvítězila například figurka Igráčka, v nových kategoriích má největší důvěru dekorativní kosmetika Dermacol nebo česká značka kuchyňských a koupelňových studií Siko. Mezi čerpacími stanicemi zvítězila česká síť Tank Ono, která na první příčce vystřídala značku Orlen, jež ze svého názvu sítě čerpacích stanic definitivně odstranila všeobecně známou značku Benzina. „To, že jsme porazili v důvěře nadnárodní řetězce, nám samozřejmě dělá radost. Řečeno trochu v nadsázce, je to boj Davida s Goliášem. A je hezké vidět, že naše poctivá práce se odráží v tom, kde spotřebitelé preferují tankování a drobný nákup,“ komentuje Jiří Ondra ml., který pokračuje v řízení rodinné firmy Tank Ono už ve druhé generaci. Výrazného posílení se dočkala také značka prodejců elektra Datart, která se i pravděpodobně díky propojení se sítí Electro World stala navíc Skokanem roku.

Poprvé si také v nové kategorii Prodejci knih odnesla ocenění rodinná česká společnost Kniha Dobrovský. „Máme skvělou skupinu zákazníků, kterým říkáme Knižní závisláci. Je jich více než 80 tisíc. Jsou to opravdu věrní fanoušci, se kterými si budujeme důvěru i díky Našemu nakladatelství, ve kterém podporujeme také českou literaturu a současné autory,“ přibližuje Mikuláš Dobrovský, který má ve firmě na starost marketing a propagaci nakladatelství. A podotýká: „Obrovská čest je to také pro celou naši rodinu, protože ve firmě opravdu pracují téměř všichni Dobrovští napříč generacemi.“

Důvěru zákazníků si nově získal v kategorii privátních značek obchodní řetězec Penny. Ačkoli není českou firmou, jeho reklamní kampaně s výrazným claimem Hezky Česky zřejmě zákazníky pozitivně oslovují a svou roli může hrát i posílení řady nových prodejen. „Důvěra našich zákazníků je pro nás potvrzením, že jdeme správnou cestou. Penny roste a s ním i důvěra našich zákazníků, která se projevuje mimo jiné právě nákupem našich privátních značek,“ uvádí generální ředitel Florian Naegele. A dále vysvětluje: „Ocenění je pro nás

motivací pokračovat v našich dlouhodobých snahách nabízet kvalitní produkty za přívětivé ceny.“

POUTO, KTERÉ PŘINÁŠÍ LEPŠÍ PRODEJE

Důvěra je podle Karla Týry, generálního ředitele společnosti NIQ pro Česko, Slovensko a Maďarsko, který průzkum programu Nejdůvěryhodnější značka realizuje, důležitá pro naprostou všechna odvětví. Značky, které se těší dlouhodobě důvěře svých věrných zákazníků, také mají větší šanci přežít i nelehká období, ve kterých dochází ke změně v nákupním chování. „V posledních letech se nákupní zvyklosti zákazníků výrazně změnilly. Začalo to covidovou pandemií, která přešla v inflační šok. Trh se tak potýkal s přeshraničními nákupy, omezením objemu spotřeby, roztočením promoční spirály i příklonem k levnějším značkám,“ přibližuje situaci na trhu a doplňuje: „Důvěra tu ale hraje vždy klíčovou roli. Vidíme, že značky, které si dokázaly

udržet pouto se svými zákazníky, trpěly negativními vlivy na trhu méně než ty, které důvěru neměly.“

V TELEVIZI I NA KAMIONU. DŮVĚRA VE ZNAČKY JE VIDĚT

Nejčastěji značky využívají logo s oceněním Nejdůvěryhodnější značka v televizních i outdoor kampaňích, v místě prodeje, na webu a sociálních sítích, ale také v letáčích či katalogích a samozřejmě na obalech samotných výrobků. „My s oceněním aktivně pracujeme už od prvního roku, kdy jsme jej získali,“ popisuje Miroslav Kotík, jednatel společnosti EFKO-karton, která legendární značku oživila a dnes ji vyvážá do několika desítek zemí světa. „Značku hrdě ukazujeme na obalech výrobků, pracujeme s ní v místě prodeje. Máme ji i na kamionu,“ zdůrazňuje Miroslav Kotík. A potvrzuje, že firma i její zaměstnanci jsou na ocenění velmi hrdí.

OSM STÁLIC NA NEBI DŮVĚRY

I v letošním roce na nebi důvěry opět zazářily značky – stálice, které své vítězství neztratily v žádném z dosud konaných ročníků. Stálic je osm: Jar, Dr. Max, dm drogerie, Kofola, Ariel, Pilsner Urquell, Savo a Lidl. „Důvěra je základ každého vztahu a my ten vztah s našimi zákazníky budujeme už 21 let. To, že jsme už podesáté získali ocenění důvěry, je závazek. Ale také ocenění pro naše zaměstnance, kteří se zákazníci každý den pracují a na budování důvěry ve značku tak mají obrovský podíl,“ konstatuje Filip Jičínský, ředitel lidských zdrojů společnosti Lidl Česká republika.

Nejsilnějšími značkami celého průzkumu se staly Jar, Urinal a Durex. Jde o vítězné značky s nejvyšším podílem hlasů ve své kategorii, kde je volilo 6 z 10 respondentů.

POZITIVNÍ MOTIVACE KE KOUPI FUNGUJE

Silné nezávislé ocenění může být (a také je) zajímavým nástrojem komunikace se zákazníky. Ještě více to platí ve chvíli, kdy se stabilizuje inflace a spotřebitelská nálada napříč Evropou roste. A důležitost ocenění potvrzuje i aktuální průzkum společnosti MNForce, podle kterého logo pozitivně motivuje k nákupu téměř dvě třetiny spotřebitelů.

A abychom nezůstali jen u nákupu a prodejních výsledků, závěrem je dobré říci, že důvěra také pomáhá. Program Nejdůvěryhodnější značka je partnerem Nadace rozvoje občanské společnosti (NROS) a sbírkového projektu Pomozte dětem. Ty nejdůvěryhodnější značky se mohou pustit do spolupráce s charitativním projektem, díky kterému se ke znevýhodněným dětem napříč republikou dostane potřebná finanční podpora. Tato spolupráce tak celému programu i všem důvěryhodným značkám dává další rozměr a ještě větší smysl.

Jitka Hemolová
 jitka.hemolova@atoz.cz



VĚTŠÍ PÉČE O ZDRAVÍ I VÍCE OSAMĚLOSTI

Již podesáté realizovala farmaceutická společnost Stada ve spolupráci s agenturou Human8 Consulting mezinárodní průzkum, do něhož byla počtvrté zahrnuta i Česká republika. Jak jsme psali v minulém čísle časopisu, letošní průzkum s názvem Stada Health Report 2024 ukázal, že po celé Evropě i nadále klesá spokojenost obyvatel se systémy zdravotní péče. Tentokrát se zaměříme na další výsledky průzkumu, které se týkají fyzického i psychického zdraví.

Průzkum byl realizován během letošního února a března formou online dotazování na reprezentativním vzorku 46 033 respondentů ve věku 18 až 99 let. V každé z 23 zemí, v nichž průzkum probíhal, čítal vzorek zhruba 2 000 respondentů.

SOUVISLOST MEZI PSYCHICKOU A FYZICKOU PODOHOU

V průzkumu se mimo jiné zjišťovalo, jak se daří Evropanům po stránce fyzické i psychické. Z výsledků vyplynulo, že 54 % Evropanů považuje své fyzické zdraví za „dobré“ nebo „velmi dobré“. Duševní pohodu jako „dobrou“ nebo „velmi dobrou“ označilo

65 % Evropanů (53 % Čechů), přičemž muži (Evropa 69 %, ČR 59 %) hodnotí své duševní zdraví výrazně pozitivněji než ženy (Evropa 61 %, ČR 48 %). Výrazně lépe, než je evropský průměr, vyšlo hodnocení duševní pohody v Rumunsku, kde ji jako dobrou či velmi dobrou označilo 85 % respondentů, stejně jako v Bulharsku (80 %) či v Itálii (70 %).

Každopádně se ale ukazuje, že hodnocení vlastního duševního zdraví Evropanů se zhoršilo. Zatímco mezi lety 2022 až 2023 vzrostlo vlastní hodnocení dobrého duševního zdraví o 10 procentních bodů na 67 % (v ČR na 57 %), dnes hodnotí svou duševní pohodu jako „dobrou“ nebo „velmi dobrou“ jen

65 % Evropanů (v ČR 53 %). Pokud se podíváme na rozdíly mezi jednotlivými generacemi, vedou ve vnímání dobrého duševního zdraví Evropané starší 55 let se 70 % (v ČR 53 %), následují lidé ve věku 35 až 54 let (64 %, v ČR 57 %) a mladí Evropané jsou v hodnocení na úplném chvostu (59 %, ČR 47 %).

Zdá se, že mezi fyzickým a duševním zdravím existuje souvislost: 70 % Evropanů (60 % Čechů), kteří považují své duševní zdraví za dobré, uvádí i dobré zdraví fyzické. Tato souvislost však klesá na pouhých 17 % (ČR 15 %) mezi těmi, kteří své duševní zdraví hodnotí jako špatné.

BOJ S OSAMĚLOSTÍ

Již nějakou dobu se mluví o tom, že ve společnosti se rozmáhá takřikajíc pandemie osamělosti. Vyplynulo to i z uvedeného průzkumu – 52 % Evropanů (ČR 54 %) uvedlo, že se „neustále“, „často“ nebo „příležitostně“ cítí osaměle. Autoři studie uvádějí, že paradoxem je fakt, že ačkoliv jsme propojeni více než dříve, cítíme se přesto osamělí. Na téma prakticky neustálého připojení k internetu se proto vedou nesčetné diskuse o dopadu na naše duševní i fyzické zdraví.

Znepokojivým trendem je, že mladí Evropané sice vykazují vyšší míru celkového pocitu štěstí než jiné věkové skupiny, ale výrazně více bojují se svým duševním zdravím. Důvody jsou různé – a jen část z nich je vyvolána vlastními osobními problémy.

Dva ze tří Evropanů (67 %, ČR 63 %) se považují za „docela“ nebo „velmi šťastné“. Další čtvrtina (26 %, ČR 30 %) se nachází někde uprostřed – osciluje mezi „ani šťastní“ a „ani nešťastní“, a 7 % Evropanů i Čechů se označuje za (velmi) „nešťastné“.

Průzkum také ukazuje společný trend, že míra pocítovaného štěstí s věkem klesá. Mezi Evropany ve věku 18 až 34 let je 72 % (ČR 70 %) „docela“ nebo „velmi šťastných“, mezi dotazovanými ve středním věku je to 67 % (ČR 62 %) a u lidí nad 55 let pak 65 % (ČR 59 %).

Pokud jde o osamělost, rozhodně neplatí, že by se zvyšující se věkem stoupala. Mezi Evropany staršími 55 let se cítí osaměle 41 % lidí (v ČR 45 %), což je výrazně méně než u 63 % Evropanů (68 % Čechů) ve věku 18 až 35 let. Většina lidí, kteří uvádějí, že tráví na sociálních sítích „mnoho“ (64 %, ČR 67 %) nebo „přiměřeně“ (53 %, ČR 54 %) času, zažívá pocity osamělosti výrazně častěji než ti, kteří

čas strávený u obrazovky omezují (43 %, ČR 47 %). Lidé trávící delší čas u obrazovky mají také tendenci zažívat závažnější pocity osamělosti (44 %) než ti, kteří tráví na internetu času méně (26 %). Zřejmě nepřekvapí, že Evropané mladší 34 let tráví se svými zařízeními dlouhé hodiny mnohem častěji (41 %, ČR 43 %) než lidé ve věku 35–54 let (22 %, ČR 18 %) a lidé starší 55 let (13 %, ČR 12 %).

V souvislosti s tím mají před sebou z hlediska sebereflexe mladí Evropané hodně práce, protože pouze 20 % z nich (v ČR 18 %) připisuje svůj pocit osamělosti právě přílišnému množství času strávenému na sociálních sítích nebo hraním počítačových her.

Klíčovým důvodem osamělosti je pro ně práce (27 %, v ČR 26 %), dále práce na dálku (15 %, v ČR 7 %), povinnosti spojené s péčí o děti (15 %, v ČR 21 %), ztráta blízkých (14 %, v ČR 13 %) nebo stěhování z kariérních důvodů (14 %, v ČR 13 %).

Ve srovnání jednotlivých zemí se nejosaměleji cítí obyvatelé Polska (61 %), Finska a Švédska (po 59 %), Slovenska (58 %), Itálie a Kazachstánu (po 57 %).

STÁRNUTÍ JE PRO LECKOHO STRAŠÁKEM

Na základě průzkumu lze konstatovat, že velkým postrachem je pro leckteré Evropany stárnutí. Obavy z něj trápí na celoevropské úrovni 43 % lidí (v ČR 47 %), téměř totožná část, 44 % (ČR 36 %),

se pomyšlení na stáří neděsí, dalších 13 % (ČR 17 %) si v této věci není jisto. Pokud jde o jednotlivé země, tyto obavy se týkají nejvíce obyvatel Polska (53 %), Velké Británie (51 %) a Irsla (50 %).

Rozhodující roli mezi jednotlivými zeměmi zřejmě hraje akceptace, protože 79 % těch, kteří tvrdí, že se stárnutím netrápí, jej popisuje jako „přirozenou součást života“ – což je pravděpodobně hlavním mottem Finů (87 %, v ČR 82 %). K dalším aspektům, které lidem přispívají v otázce stáří ke klidu, patří určitá lhostejnost vůči věcem, které nelze změnit (tento postoj se týká 48 % lidí, které stáří neznepokojuje), která je patrná zejména v Maďarsku a České republice (59 %). Mezi další důvody patří těšení se na odchod do důchodu a na to, že budou mít čas sami na sebe nebo na své blízké (16 % v rámci Evropy i ČR), tento pohled je silnější v Rakousku (33 %), Německu (27 %), Švédsku (26 %) a Švýcarsku (24 %). Náboženství a přesvědčení, že lidská existence obnáší i něco víc než pozemský život, je zdrojem útěchy pro 16 % Evropanů (12 % Čechů).

A konečně menší obavy ze stárnutí mají obecně lidé, kteří se cítí šťastní (40 % oproti 59 % nešťastných), spokojeni se svým vzhledem (37 % oproti 54 % nespokojeným) a mají dobré duševní zdraví (38 % oproti 58 % se špatným duševním zdravím).

Když se vezmou v úvahu faktory, které jsou pro Evropany ve spojitosti se stářím takřikajíc

.../...

inzerce



helago **BD Rowa™**

Správná cesta k automatizaci lékárny

- ➔ více času na klienty
- ➔ okamžitý přehled o zásobách
- ➔ automatizace procesů
- ➔ prosperující a efektivní lékárna

www.robotvlekarne.cz

již 27 realizovaných robotů v ČR a SR
více než 14.000 robotů Rowa provozovaných celosvětově



největším strachem, primárně jde o možný úpadek fyzických schopností v souvislosti s věkem (68 %, ČR 76 %). Dále nemoci, které stáří provázejí ve větší míře, zejména Parkinsonova choroba, Alzheimerova choroba a demence – 6 z 10 Evropanů je považuje za znepokojující. Skutečnost, že by se mohli stát přítěží pro ostatní, sdílí 59 % Evropanů (v ČR 62 %). Více než každý druhý (55 %) se obává chronických onemocnění, jako jsou rakovina a srdeční problémy. Zajímavé je, že zhoršení fyzického vzhledu je pro Evropany nepatrně více nebo přibližně stejně nepříjemné jako ztráta přátel a rodiny (43 % vs. 42 %, u Čechů je to 43 % vs. 34 %). Pouze každý třetí Evropan se obává, že bude ve stáří osamělý.

PÉČE O ZDRAVÍ VE VLASTNÍCH RUKOU

Průzkum také naznačil, že lidé přece jen čím dál víc aktivně pečují o své zdraví, což může souviset i se stoupající nespokojeností ze zdravotními systémy. Nicméně se také ukazuje, že lidé se sice zaměřují na zvýšení fyzické kondice, na zdravou stravu a investují do doplňků stravy a podobně, ale zároveň mnoho lidí pochybuje a je nespokojeno se svým vzhledem. Přibližně třetina Evropanů (29 %, ČR 32 %) zaujímá ke svému fyzickému vzhledu neutrální postoj, jen

zhruba polovina Evropanů (49 %, ČR 46 %) je se svým vzhledem spokojena. Přibližně každý pátý Evropan (21 %, ČR 22 %) tvrdí, že je nespokojený se svým tělem. Při srovnání postojů mužů a žen jsou k sobě mnohem kritičtější ženy (spokojených je 46 %, v ČR dokonce jen 43 %), u mužů je to 53 % (v ČR 49 %). Nejčastěji uváděnými důvody jsou nadváha (49 %, ČR 53 %) a to, že ostatní lidé jim jednoduše připadají atraktivnější než oni sami (23 %, ČR 27 %). Zdá se, že mezi muži a ženami existuje celková nerovnováha, pokud jde o vnímání sebe sama o spokojenosti: ačkoliv ženy uvádějí v průměru zdravější BMI než muži, výrazně častěji než muži se domnívají, že mají nadváhu (ženy vs. muži 55 % vs. 40 %, ČR 52 % vs. 54 %). Zvláště přísné jsou na sebe ženy ve věku 18 až 34 let, z nichž 51 % (ČR 43 %) si myslí, že mají nadváhu, a 38 % (ČR 31 %) se pravidelně srovnává s ostatními, např. na sociálních sítích. Pro srovnání: pouze 28 % mužů (ČR 23 %) v této věkové skupině si dělá starosti se svou váhou a 21 % (ČR 17 %) cítí tlak kvůli prezentaci ostatních v online světě.

Cest, jak řeší Evropané nespokojenost se svým fyzickým vzhledem a souvisejícími pocity nejistoty, je několik. Jednak je to užívání vitaminů a minerálů, za které 37 % (ČR 50 %), resp. 18 % Evropanů

(20 % Čechů) utrácí „určitou“ nebo „značnou“ částku peněz. Druhým nejčastěji zmiňovaným výdajem jsou přípravky pro všeobecnou zdravotní péči, které si kvůli zlepšení svého vzhledu pořizuje 54 % respondentů (ČR 53 %). Kosmetické výrobky, jako jsou make-up, hydratační krémy aj., kupuje celkem 52 % Evropanů (ČR 51 %), z toho 71 % (ČR 72 %) žen.

A nakonec členství v posilovně nebo ve sportovních klubech je zastoupeno téměř stejně často u evropských mužů (29 %, ČR 21 %) i žen (26 %, ČR 14 %). Zajímavé také je, že ačkoliv pouze 2 % Evropanů (1 % Čechů) vynakládají peníze na plastické operace, v myšlenkách se tímto tématem zabývá mnohem větší část populace. Každopádně průzkum ukázal, že v současnosti se 89 % Evropanů (90 % Čechů) věnuje aktivitám na podporu své celkové pohody, z nichž nejoblíbenější je fyzické cvičení – pravidelně se hýbe každý druhý Evropan (ČR 41 %). Druhé nejoblíbenější je zdravé stravování, které podle svých slov dodržuje 49 % Evropanů (33 % Čechů). Vitaminy a doplňky stravy užívá 32 % Evropanů, nejoblíbenější jsou v České republice (51 %), na Slovensku (50 %) a v Polsku (44 %).

Markéta Grulichová
marketa.grulichova@atoz.cz

PLV laboratoř dál rozvíjí poskytované služby

Čtyři desítky zaměstnanců, zhruba 500 odebírajících lékáren, každý měsíc přes devět tisíc vyřízených objednávek a přibližně 48 tisíc připravených produktů. To jsou údaje týkající se fungování PLV laboratoře společnosti Benu Česká republika, která byla uvedena do provozu v září 2022. Laboratoř aktuálně rozšiřuje okruh odběratelských lékáren. Více k tomu říká manažerka laboratoře Lucie Walterová.



Na co se vaše laboratoř zaměřuje?

V PLV laboratoři se zabýváme soustředěnou přípravou. Připravujeme IPLP na individuální recepty, rozvážky i náhrady nedostupných HVLP. Klíčové pro nás je, aby poskytované služby byly pro lékárníky, které s námi spolupracují, co nejjednodušší a nejkomfortnější. Zaměřujeme se jednak na pacienty, aby přípravky dostávali kvalitně a rychle, a jednak na lékárníky, aby pro expedující lékárníky byla objednávka rychlá, snadná a spolupráce s námi co nejjednodušší. Podstatné je, aby se mohli především věnovat pacientům v lékárně a nemuseli se zabývat komplikovaností objednávky, příjmu nebo cesty individuálního přípravku směrem k nim do lékární.

V čem spočívá unikátnost či přidaná hodnota poskytovaných služeb?

Přidaná hodnota je zejména v systému práce pro lékárníky, v jednoduchosti objednání a příjmu, a také pro koncové zákazníky, tedy pacienty. Spatřuji velkou výhodu v tom, že „sbíráme“ recepty z celé republiky a skladem máme téměř všechny suroviny, které jsou v Česku dostupné. To znamená, že jsme schopni připravit velmi široké spektrum IPLP, což pro klasickou lékární – tedy aby měla vše potřebné skladem – v zásadě není možné. Zajišťujeme tak dostupnost přípravků i pro menší lékární. Dokážou svým zákazníkům, respektive pacientům, s využitím našich služeb velmi rychle zajistit a vydat IPLP na recept i volný prodej.



Foto [3x]: Benu ČR

Jakým způsobem vaše služby rozvíjíte?

Jak už jsem říkala, jde nám do značné míry o jednoduchost a efektivitu práce s naším systémem pro lékárníky, které s námi spolupracují. Donedávna, konkrétně do srpna letošního roku, jsme spolupracovali pouze s lékárními, které využívají stejně jako my lékárenský systém (soft-

ware) Mediox. Propojení objednávek probíhalo formou Mediox-Mediox, to znamená, že kolega lékárník byl schopen objednat individuální recept přímo z expedice, což pro něj bylo velmi snadné. Nově nabízíme naše služby i všem ostatním zákazníkům společnosti Phoenix lékárenský velkoobchod – zaměřujeme se na ně díky propojené logistice a tomu, že naše zboží přichází do lékáren se zásilkami Phoenixu. Pro zákazníky, kteří nepoužívají lékárenský systém Mediox, jsme připravili webovou stránku, která je součástí řešení ePIN, tedy objednávkového systému Phoenix, kde mohou využívat také e-shop. I v daném případě nám jde o to, aby vše bylo pro spolupracující lékárníky, lékárníky a farmaceutické asistenty jednoduché, komfortní, intuitivní. Jedním klikem například načtou e-recept a systém je celkově uživatelsky přívětivý.

A jaké jsou zatím výsledky nebo řečneme zpětná vazba?

V řadě případů lékárníky, které „ochutnají“ tento systém, na němž pracujeme, jej pak zpravidla využívají čím dál víc. Je pro ně komfortní a zjednodušuje jim práci s objednávkami IPLP. Odezva je tedy jednoznačně pozitivní.

inzerce

ZDRAVÍ POD STROMEČEK
pro celou rodinu



SLEVA -20%
na všechny výrobky na www.annabis.cz

kód: ANNABIS20



Elektronické cenovky uspoří lékárnám čas a eliminují množství rutinní práce

Systém elektronických cenovek (ESL) šetří v lékárnách stále dražší a v řadě případů i nedostupnější pracovní sílu, umožňuje rychlou a flexibilní reakci na cenové změny, které v konkurenčním prostředí jsou a budou čím dál častější. Toto inovativní řešení představuje Petr Fanta, obchodní ředitel společnosti Apatyka servis, která systém elektronických cenovek v lékárnách nasazuje.

Jak a kdy ve vaší společnosti vznikla myšlenka poskytovat elektronické cenovky pro lékárny?

V závěru roku 2022 jsme zaznamenali, že se elektronické cenovky začínají objevovat v prodejnách velkých retailových řetězců s potravinami. Proto jsme si v březnu 2023 udělali interní rešerši možností, které jsou na trhu s elektronickými cenovkami k dispozici. Zjistili jsme, že některé firmy jsou schopny dodat „pouze“ technické vybavení – tedy elektronické cenovky a lišty pro jejich uchycení – a některé nabízejí ucelené řešení, které zahrnuje technické vybavení a řídicí software schopný komunikovat s lékárenským informačním systémem. V červnu 2023 jsme pak uskutečnili strategické rozhodnutí začít se implementací této technologie věnovat. Abychom si potvrdili, jestli o ni bude v lékárnách zájem, provedli jsme rozsáhlý průzkum mezi našimi zákazníky, kteří jsou uživateli lékárenského informačního systému Mediox.

Přehledné a flexibilní

„Elektronické cenovky jsem viděla na svých cestách po Evropě v mnoha lékárnách a vždycky jsem si přála je mít také v naší lékárně. Byla jsem proto moc potěšená, když jsem zjistila, že Apatyka servis elektronické cenovky nabízí. Vlastní instalace proběhla rychle během jednoho dopoledne. Cenovky jsou velmi přehledné, moderní a umožňují okamžitou změnu ceny. Zobrazují celkem tři cenové údaje, což nám velmi vyhovuje. Jsme součástí virtuálního řetězce, takže máme pro naše zákazníky akční ceny, které se každý měsíc mění. Díky elektronickým cenovkám ušetříme spoustu času s výměnou papírových cenovek a máme jistotu, že zobrazovaná cena bude vždy v pořádku.“

PharmDr. Lenka Zemanová,
Lékárna U sv. Mikuláše, Louny

Co jste se z průzkumu dozvěděli?

Ukázalo se, že 90 % respondentů vnímá výměnu papírových cenovek negativně především proto, že je to časově náročné, pracné a často je zapotřebí dalších úprav (cenovky se například musí vystřihnout). Celkový čas strávený výměnou



papírových cenovek v lékárnách, jak jsme také v rámci průzkumu zjistili, dosahuje v průměru 12,5 hodiny za měsíc. Oproti tomu v případě elektronických cenovek naprostá většina respondentů, konkrétně 81 %, oceňuje úsporu času a s tím související rychlou, operativní výměnu cen.

Právě ušetřený čas tedy patří k hlavním výhodám při nasazení systému elektronických cenovek?

Ano, úspora času je zřejmá a nepochybnitelná. Nejedná se jen o výměnu papírové cenovky přímo na regálu, ale i o přípravu papírových cenovek, jejich tisk a případně úpravu velikosti. Naproti tomu ESL se změní v lékárenském systému Mediox a vše ostatní už běží automaticky. S tím souvisí i vyšší efektivita. Proč plýtvat časem vysoce kvalifikovaného personálu – magistrů či farmaceutických laborantů – na rutinní činnosti, jako je výměna „papírové cedulky v regálu“? Navíc v době, kdy je těchto specialistů na pracovním trhu stále nedostatek.

V čem spočívají další benefity systému elektronických cenovek?

Důležitá je také například integrita sdělovaných a zobrazovaných informací. Už nikdy nedojde k tomu, že expedující lékárník sdělí pacientovi „podle počítače“ jiný doplatek než ten, který je uveden na cenovce v regálu. Navíc je možné formu zobrazovaných informací na cenovce individuálně upravit pro konkrétní lékárnu prostřednictvím tzv. šablon, včetně možnosti zobrazovat běžné ceny například černým písmem, zatímco akční ceny s červeným zvýrazněním.



Foto: Apatyka servis

Pro který typ lékáren je tento systém nejvýhodnější?

Elektronické cenovky jsou vhodné pro lékárny, kde se nabízený sortiment nachází v prostorách oficíny lékárny a kde dochází k častému přeceňování, celkově aspoň jednou za měsíc a k přecenění vybraných přípravků i vícekrát měsíčně.

Typicky jde o lékárny, jejichž majitel vnímá aktivní cenotvorbu jako důležitou součást své podnikatelské činnosti a nepostradatelný nástroj konkurenční výhody. Možnost rychlé reakce je základem úspěchu. A nezáleží na tom, zda jde o lékárnu řetězcovou, nebo nezávislou.



Elektronické cenovky

vždy aktuální
a kompletní informace
přímo na vašem regálu

Neztrácejte čas neustálou kontrolou a přepisováním cen. Díky centrálnímu napojení elektronická cenovka zajistí stále aktuální přehled veškerých informací o produktu.

www.apatykaservis.cz

- Šetří lidskou práci
- Eliminuje chyby
- Přehledně zobrazí veškeré informace
- Snadno se aktualizuje
- Možnost centrálního nastavení údajů

OBALY JSOU MAGICKÉ, UKÁZAL KONGRES OBALKO 12

Kongres Obalko 12, který se konal 17. a 18. října v Praze, se po několika ročnících, kdy se věnoval většinově udržitelnosti nebo legislativním souvislostem, letos zaměřil na to, jaké „kouzelné“ schopnosti obaly poskytují.

„V potřebných diskusích o udržitelnosti obalů se někdy zapomíná na to, že obaly jsou vlastně kouzelné. Výrobci a plničtí čelí kritice, že obaly jsou zbytečné, nadměrně zatěžují životní prostředí a že bychom měli přejít k bezobalovému řešení. Tento pohled je však zjednodušený a opomíjí všechny výhody, které kvalitně navržené obaly přinášejí. Obaly chrání výrobky, prodlužují jejich životnost, usnadňují prodej, poskytují spotřebitelům důležité informace o obsahu a správném použití, a zajišťují efektivní manipulaci a dopravu. V tomto ohledu mají obaly skutečně výjimečné vlastnosti,“ připomíná programová ředitelka kongresu Kateřina Osterrothová.

Pozvání na letošní kongres přijalo 484 lidí. V průběhu akce bylo uděleno 38 trofejí za nejlepší obaly, v 15 programových bodech vystoupilo 36 řečníků, bylo prezentováno devět případových studií, diskutovalo se ve dvou panelových diskusích a na program se dostaly i exkurze do čtyř provozů. Akci podpořilo 39 partnerů a 18 mediálních subjektů a uskutečnilo se 75 schůzek v rámci polední speed-datingové platformy.

Magii letošního ročníku kongresu Obalko podpořil elitní kouzelník Tomasiano, finalista TV show Česko Slovensko má talent a držitel mnoha cen za mikro-magii, který odstartoval dopolední program. „Účastníci se často ohlédnou za různými ročníky kongresu Obalko a nepamatují si datum, nebo dokonce hlavní téma, ale hlavního řečníka na začátku

kongresu. A právem, protože jsme měli tu čest mít na Obalku velmi inspirativní řečníky, například Evu Jiříčnou, Tomáše Sedláčka, Aleše Valentu a Ladislava Špačka. Jelikož ale hlavním tématem letošního kongresu byla Obalová magie, nezdálo se správné zahajovat kongres klasickou prezentací. Místo toho jsme domluvili nejlepšího kouzelníka, aby nám ukázal opravdovou magii a dostal nás do nálady. Na základě zpětné vazby od účastníků se nám to podařilo,“ říká Jeffrey Osterroth, jednatel pořadatelství společnosti Atoz Group.

Odborný program pak otevřel obalový profesionál na slovo vzatý. Byl jím Paul Jenkins, výkonný ředitel společnosti ThePackHub, přední poradenské firmy zaměřené na inovace v oblasti obalů, který účastníkům nabídl pohled na aktuální inovace v packagingu. Zaměřil se především na projekty s globálním dosahem předních retailových značek.

SPOTŘEBITEL A „JEHO“ OBAL

Jak to mají s obaly spotřebitelé? Na tuto a další související otázky odpovídal Miroslav Paška, account director výzkumné agentury Ipsos. Čerpal z výzkumu, který byl proveden exkluzivně pro kongres Obalko 12. Výzkumník s dvacetiletou praxí uvedl, že unikátnost a viditelnost produktu je třeba podpořit jasnými tzv. branding assets, tedy určitými poznávacími znaky, které nakupující dobře znají a očekávají. Demonstroval to příkladem

čokoládové pomazánky Nutella či piva Corona. Byť zbažené části etiket nebo názvu byly každému jednoduše rozpoznatelné díky tvaru obalu, použitým barvám či rozložení grafických elementů. Právě tvar obalu je u spotřebitelů na druhém místě při identifikaci toho „svého“ výrobku. Teprve na třetím místě jsou barvy, jasnost, barevná kontrastnost či jednoduše. Ve svém vystoupení se mj. také zaměřil na to, zda jsou zákazníci ochotni připlatit za udržitelný obal. Ano, ale maximálně 1–5 % z původní ceny produktu.

Na vystoupení Miroslava Pašky navázala panelová diskuse s názvem Obaly, které svedou – jak získat pozornost spotřebitele. Do debaty, kterou moderoval Stanislav Břeň (Svět balení), pozvání přijali Katarína Kretter (OZV Envi – Pak), Tomasz Ratajczak (Allegro), Ján Paukovic (The22design), Tomáš Hejkal (Stock Plzeň-Božkov) a Martin Hejl (Thimm). Z různých úhlů pohledu, které byly definovány už tím, jaké oblasti zastupovali jednotliví diskutující, se probíraly především možnosti lepšího oslovení spotřebitelů a pochopení zákaznické zkušenosti skrze obaly.

ODPOLEDNE PLNÉ PŘÍPADOVÝCH STUDIÍ A INOVACÍ

Převážná část odpoledního programu patřila případovým studiím. Bylo jich celkem devět ve dvou blocích.



Thimm vytvořil pro společnost Albi modulární obal, který lze snadno přizpůsobit různým potřebám. Bylo třeba logicky uspořádat a zabalit velké množství variabilních komponent vědecké stavebnice AlbiLab. **Přednášející:** Alena Plzánková (Albi Česká republika), Martin Muzikář (Thimm)

Edgewell se rozhodl zlepšit udržitelnost a vizuální atraktivitu balení svých jednorázových holítek, která jsou tvarově neforemná. Ve spolupráci s tiskárnou OTK printing & packaging a výrobcem svařitelného papíru Koehler vytvořil obal z materiálu Koehler NexPlus Seal Pure. **Přednášející:** Jan Vorlíček (Edgewell), Petra Vaňková a Michal Uher (oba OTK printing & packaging)

Účastníci kongresu mohli dále objevit příběh mikrozeleňového startupu Speed Tray od společnosti Little Luko, který vlivem obalů od Smurfit Westrock zaznamenal růst. **Přednášející:** René Lukosz (Little Luko), Ondřej Hon (Smurfit Westrock)

Další případová studie prezentovala novou balicí linku pro balení krmiva pro domácí mazlíčky. **Přednášející:** Milan Jeřábek (Vafo Praha), Michal Matouš (Viking Mašek)

Zástupci společnosti Rozvoněno, Avery Dennison a Colognia Press hovořili o případové studii s použitím smývatelných samolepicích etiket. **Přednášející:** Michael Schmidt (Rozvoněno), Dagmar Hleba Víchová (Colognia Press), Vojtěch Rosina (Avery Dennison)

Primární obaly firmy Rohlik.cz se orientují na udržitelnost prostřednictvím carbon neutral packaging (např. mléko, smetana, kefir), použití recyklovaných plastů (rPET) u olejů a certifikovaných materiálů (FSC). **Přednášející:** Petr Chvojka (Rohlik.cz)

Společnost Robe Lighting, která vyrábí a exportuje světla a reflektory pro koncertní síně a divadla, potřebovala vytvořit obal pro zasílání těchto světél. Měl nahradit plastové a polystyrenové výplně a zároveň spolehlivě chránit světla v hodnotě desítek až stovek tisíc korun. **Přednášející:** Libor Štreit (Robe lighting), Palo Lezo (Paketo group)

NÁVRAT DO OBALOVÉ BUDOUCNOSTI

Po sérii případových studií přišla na řadu druhá velká panelová diskuse letošního ročníku. Nesla název Návrat do budoucnosti již dnes. Kladla si mj. za cíl popsat, jak by mohly vypadat obaly, které se na trhu teprve objeví, jaké budou příští potřeby kladené na obaly a jak se budou výrobky balit v budoucnosti. O těchto a dalších aspektech obalového trhu diskutovali Juraj Otta (Tomra Collection Slovakia), Jana Žižková (obalová odbornice), David Hloušek (Avery Dennison), Petr Šikýř (Eko-kom) a Ivo Benda (Greiner Packaging Slušovice). Debatu moderovala Tatiana Koššová (Atoz Group).

GALAVEČER A NEJLEPŠÍ OBALY UPLYNULÉHO ROKU

Kongres Obalko hostí v posledních letech také ceremonii soutěže Obal roku, která vyzdvihuje nejlépe provedené obaly a obalová řešení. Předávání desítek cen přihlížely stovky odborných hostů. Letošní výsledky s předstihem zveřejnil časopis Svět balení č. 123/2024 a kompletní informace poskytují také internetové stránky Obalového institutu Syba.

Stanislav D. Břeň
stanislav.bren@atoz.cz

inzerce



DAGO

DAGO Complex in-store Solution SHOPPER FOCUSED POP MEDIA

POP | design | production | full service

NEW EDGE P.O.S. KOMUNIKACE

Top level kvalita
Bezkonkurenční rychlost
Efektivnější výrobní technologie
Špičková kvalita All-in-one full service

www.dago.cz



Nejrůznější bandáže, náplasti, ortopedické vložky, ale i tonometry, teploměry, osobní váhy nebo chytré náramky a všemožné testy – to vše zahrnuje kategorie zdravotnických potřeb, které už dávno nenabízejí jen specializované prodejny. Svě pevné místo našly i v kamenných lékárnách, odkud se ovšem v poslední době do značné míry přesouvají na e-shopy. Nabídka tohoto sortimentu se přitom dále rozšiřuje, a to i o velmi sofistikované přístroje, jejichž technologické vychytávky se samozřejmě odrážejí i na jejich ceně. Přesto zájem o ně mezi spotřebiteli stále roste – a to zvláště před Vánoce, kdy v nich mnoho zákazníků vidí vhodný dárek pro své příbuzné.

SOFISTIKOVANÁ ZDRAVOTNICKÁ TECHNIKA NABÍRÁ NA POPULARITĚ

Zdravotnické potřeby nejsou samozřejmě žádné sezonní zboží, většinou se prodávají průběžně po celý rok, jejich jednotlivé segmenty však své špičky přece jen mají. Různé náplasti a jiný obvazový materiál nakupují lidé ve zvýšené míře v období před letní dovolenou, u teploměrů, inhalátorů a různých antigenních testů (ať už na covid nebo na jiné sezonní onemocnění) se prodeje zvyšují s přicházejícím sychravým počasím a pro tonometry znamená špičku především advent.

„Tonometry se opravdu těší nebývalé popularitě v období Vánoce,“ potvrzuje Mgr. Daniela Pokorná, vedoucí lékárny Dr. Max v OC v Praze-Letňanech, a podobnou zkušenost má i PharmDr. Ivana Lánová, lékárník a odborný konzultant lékáren Benu. „Tonometry se sice víc prodávají přes e-shop, kde je větší výběr, ale i v kamenných lékárnách jsou běžně k dostání a je pravda, že je někdy zákazníci vybírají jako vánoční dárek,“ říká a dodává, že měření krevního tlaku se už také v lékárnách běžně provádí, čehož pacienti rovněž využívají. Typickou sezónou pro tlakoměry představují Vánoce i podle Šimona Petera ze společnosti Celimed, přestože konstatuje, že dobře se prodávají také po nich, začátkem roku. „Důležitým parametrem pro jejich nákup jsou klinicky ověřená zařízení, jimiž naměřené hodnoty pak také akceptují lékaři pro další léčbu,“ zdůrazňuje přitom Šimon Peter.

STÁLÍCI JSOU NÁPLASTI I TĚHOTENSKÉ TESTY

Pokud jde o celkovou poptávku po zdravotnických potřebách, ta se v lékárnách příliš nemění, i když určitý vývoj je zde samozřejmě možné pozorovat – v souvislosti s tím, jaké novinky se na trhu objevují a jak široký tento sortiment daná lékárna má. „Stabilní poptávka je především po obvazovém materiálu, tedy po náplastech jak s polštářkem, tak bez polštářku, obvazech a obinadlech. Stále se také hodně prodávají teploměry a těhotenské či ovulační testy. V poslední době se pak zvyšuje i zájem o testy na covid, což samozřejmě souvisí s jeho

vyšším výskytem v tomto ročním období. Testy na drogy zákazníci požadují také, ale ne tak často,“ uvádí Ivana Lánová a dodává, že ani poptávka po testech zjišťujících hladinu cholesterolu není v její lékárně příliš vysoká. To je podle ní dáno i tím, že Benu v osmdesáti lékárnách s prevencí a jedenácti Centrech prevence s poradenstvím poskytuje screeningu těchto hodnot. „Právě do těchto provozoven si pacienti opakovaně chodí kromě jiného přeměřit i svoji hladinu cholesterolu a nemají tak potřebu kupovat si testy na cholesterol,“ soudí Ivana Lánová.

Podobně i síť lékáren Dr. Max nabízí ve vybraných provozovnách program preventivní péče, kde

pacient může absolvovat odborný screening zahrnující orientační měření vybraných ukazatelů, a rychle tak zjistit, zda se vysoký tlak, zvýšená hladina cholesterolu, cukru nebo kyseliny močové v krvi týká i jeho. „Lékárna tak může být pro klienta místem, kde jsme schopni se o něho komplexně odborně na jednom místě postarat,“ je přesvědčena Daniela Pokorná. I přes tyto možnosti odborného screeningu ovšem vidí, že poptávka po domácích testech rychle stoupá – zejména po CRP a covid testech, ale i testech na zánět močových cest či kulturní krvácení. „Domnívám se, že dlouhé čekací doby na alergologii či u jiných lékařů motivují pacienta konat provizorně v domácím prostředí. Při našem screeningu je navíc pacient vždy zároveň edukován o možnostech domácího sledování některých z těchto parametrů,“ vysvětluje jednu z příčin rostoucího zájmu o tento sortiment Daniela Pokorná,

.../...

Rychle stoupá poptávka po domácích testech.

Elimax **PROTI VŠÍM & HNIDÁM**

- okamžitý účinek
- klinicky potvrzená a efektivní ochrana

ÚČINNÝ PREVENTIVNÍ ŠAMPÓN PREVENCE

ŠAMPÓN ZABÍJÍ VŠÍ A HNIDY ÚČINNOST

ROZTOK ZABÍJÍ VŠÍ A HNIDY SÍLA

ÚČINNOST JIŽ ZA 5MIN

100% ÚČINNOST
BEZ STAROSTÍ A STRESU. BEZ SILIKONŮ.

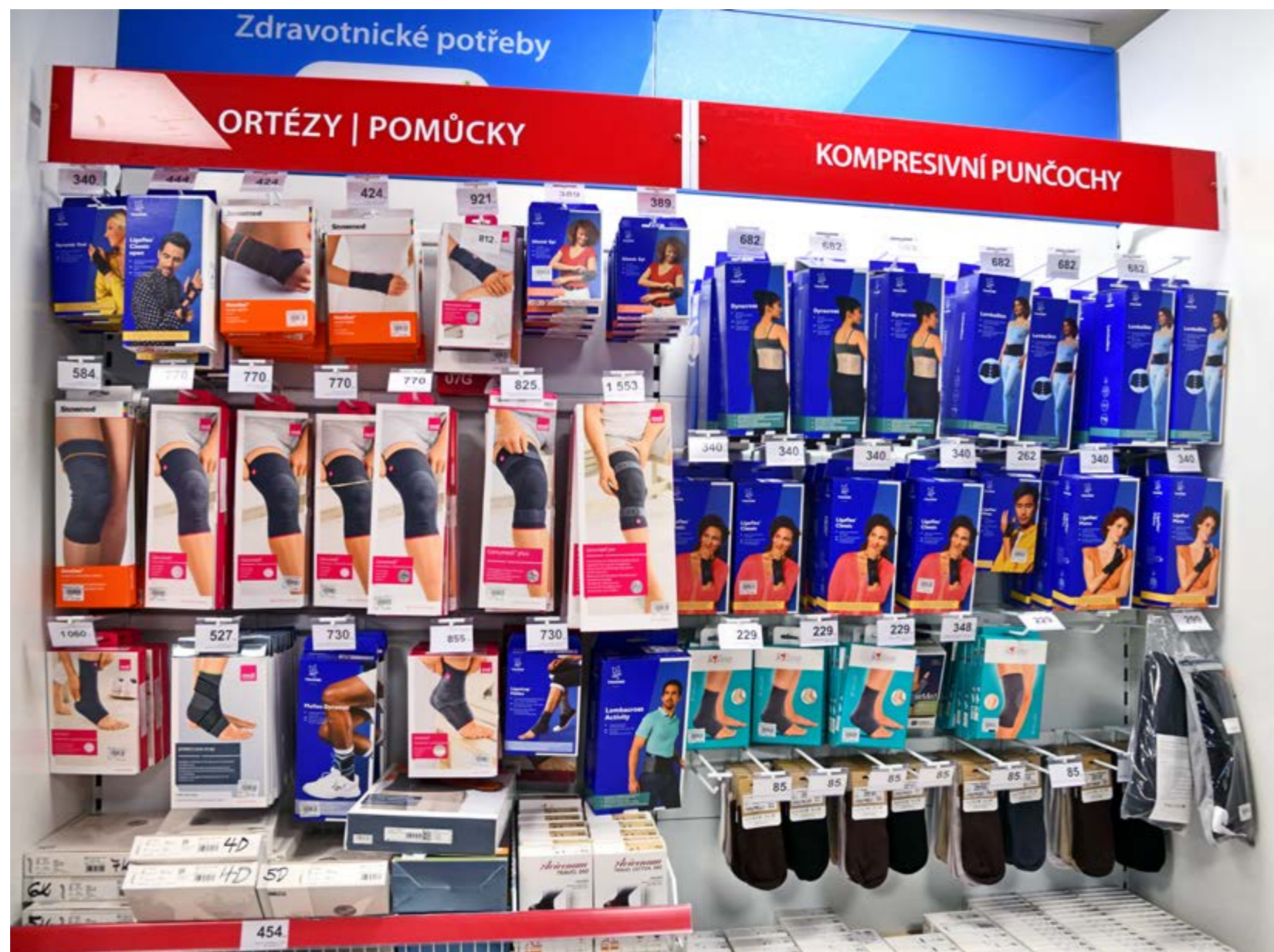
inzerce

kteřou v poslední době ještě zaujala zvyšující se poptávka po pomůčkách při problémech s chodidly, jakou jsou různé korektory, podpatěčky, srdička, vložky, chrániče prstů a kloubů a další.

PRODEJE V E-SHOPECH SE ZVEDAJÍ

S rostoucím zájmem o nákup zdravotnických potřeb v lékárnách roste poměrně výrazně i poptávka po nich v e-shopech. „Stejně jako v jiných segmentech si také v této kategorii klient často objedná výhodnější produkt z e-shopu, ale nepochybně zde hraje svou roli i širší sortiment nabízený on-line,“ je přesvědčená Daniela Pokorná a Ivana Lánová jí dává za pravdu: „Pokud jde například o sortiment bandáží a vložek, běžně ho kvůli nedostatku prostoru v lékárnách nemáme a pacienti jsou zvyklí si ho objednávat přes náš e-shop. Ale i tonometry, které jsou v lékárnách běžně k dostání, se více prodávají přes e-shop, kde je samozřejmě větší výběr.“ K tomu pak Šimon Peter doplňuje, že nákupy v lékárnách jsou stále trendy pro běžné modely tlakoměrů, zatímco modely připojitelné k aplikaci Omron Connect jsou velmi úspěšné zvláště v on-line segmentu.

Zvyšující se zájem o on-line nákupy zdravotních potřeb, a to ve všech jejich kategoriích, potvrzuje i Mgr. Romana Žatecká, ředitelka komunikace společnosti Pears Health Cyber, která provozuje internetovou Lékárnu.cz. „Mezi dlouhodobě populárními produkty u nás patří tlakoměry na zápěstí, jejichž prodej se stále zvedá. Meziročně se zvýšily téměř o 50 procent, přičemž před loňskými Vánocemi jsme zaznamenali další skokový růst – prodej vzrostl o 75 procent. Výrazný posun jsme také zaznamenali u chytrých hodinek, kde prodej stoupl o 85 procent, zatímco zájem o chytré náramky se vyšplhal výš jen o 11 procent, což může být způsobeno právě rostoucí popularitou hodinek



s širším spektrem funkcí. Dalším zajímavým trendem je i nárůst prodeje zápěstních a kolenních bandáží, které meziročně vzrostly o 1,5násobek,“ konstatuje Romana Žatecká.

Mírný, ale stabilní růst prodeje, a to o 12 % oproti loňskému roku, pak podle ní vykazují oxymetry, a také antigenní testy se letos v meziročním srovnání prodávají víc, přestože nárůst činí pouze tři procenta. „Nejprodávanejší z nich je rychlý antigenní test na covid-19 určený pro samotestování. Největší nárůst jeho prodeje jsme zaznamenali v lednu a únoru, a poté v srpnu až září, kdy prodej oproti stejnému období v loňském roce stoupl až osmkrát,“ uvádí detaily Romana Žatecká.

Na rozdíl od výše jmenovaných produktů se celková poptávka po těhotenských testech v Lékárně.cz rok od roku příliš nemění, i když zvýšeného zájmu o tento sortiment si zde letos povšimli v lednu, květnu a červnu. K výraznějšímu posunu ovšem došlo uvnitř kategorie: „Největší zájem teď naši zákazníci mají o test pro zjištění těhotenství z jedné kapky krve. Oproti minulému roku se poptávka po

těchto testech zvedla o 100 procent,“ konstatuje Romana Žatecká.

TEPLOMĚR MUSÍ JÍT DOBRĚ SKLEPAT

Ne všichni zákazníci ale dávají přednost nákupům z pohodlí domova, přestože při nich mohou obvykle ušetřit – jedním z důvodů, proč raději zamíří do kamenné lékárny, je skutečnost, že se zde mohou při výběru konkrétního produktu poradit či si ho případně i vyzkoušet. Na co se vyptávají nejvíce?

„U teploměrů zajímá klienty především spolehlivost, ale také obtížnost při sklepkování – to je běžný problém především u starší generace, která už má zhoršenou motoriku. V takovém případě doporučujeme zakoupení digitálních teploměrů, jejichž cena je srovnatelná s klasickými teploměry se stupnicí,“ prozrazuje Ivana Lánová, co zákazníci v lékárnách při nákupu zdravotnických potřeb nejčastěji zajímá a s čím potřebují poradit.

Také Daniela Pokorná se při nákupu teploměrů nejčastěji setkává s dotazy na jejich přesnost a spolehlivost, zároveň však podle ní v této zdravotnické pomůčce zákazníci vyžadují i jednoduchost měření a zkoumají velikost displeje. Jejich nárokům by tak mohl vyhovovat nedávno na trh uvedený digitální bezkontaktní teploměr microlife NC 200, určený především pro měření teploty u dětí. „Tento teploměr je vybavený modrým naváděcím světelným paprskem, takže je možné změřit dítěti teplotu i v noci, aniž bychom ho museli budít. Ke komfortu měření pak přispívá

i červené podsvícení displeje při horečce a zelené při normální teplotě nebo teplotní alarm, který je ale možné třeba při měření teploty spícího dítěte vypnout,“ upozorňuje Zuzana Rajčániová, obchodní ředitelka společnosti Benepharm CZ, na přístroj, který umožňuje i přesně změřit teplotu mléka v dětské lahvi nebo vody v koupeli, stejně jako teplotu okolního prostředí.

Dalším sortimentem, jehož nákup v lékárnách doprovázejí časté dotazy, jsou tlakoměry a různé testy. „U tonometrů doporučujeme pažní a také ty, které jsou schopné odhalit případné arytmie,“ říká Ivana Lánová a Daniela Pokorná ze své zkušenosti doplňuje, že u tonometrů se svými klienty řeší především jejich záruční dobu, způsob napájení, flexibilitu manžety a v neposlední řadě paměť přístroje, zatímco u testů pacienti zkoumají jejich citlivost, a hlavně jednoduchost provedení a srozumitelnost návodu.

NEJNOVĚJŠÍ PŘÍSTROJE PODPORUJÍ TELEMEDICÍNU

Srozumitelnost návodu a podrobné, jasné zodpovězení případných dotazů je ještě důležitější při nákupu složitější zdravotnické elektroniky, která dokázala Čechy oslovit, přestože její cena nebývá zanedbatelná. Nabídka těchto přístrojů tak na našem trhu rok od roku stoupá – a to jak ve specializovaných prodejnách, tak i v kamenných lékárnách a e-shopech. Zároveň se zvyšuje i množství funkcí, kterými tyto přístroje disponují. „Elektronická zařízení pro domácí zdravotní péči se vyznačují stále se

VÝBĚR NOVINEK

BENEPHARMA CZ

Elektrická odsávačka mléka microlife BC 300 Maxi 2 v 1 – s vakuovou technologií, která simuluje přirozené sání dítěte a kterou je možné odsávat mateřské mléko z obou prsů současně; digitální bezkontaktní teploměr NC 200 – díky infratechnologii z přibližně 5centimetrové vzdálenosti od pokožky sejmeme teplotu z dětského čela už za 3 sekundy

BORGY

Řada novinek od výrobců Beurer a HiFuture (elektrostimulátory EMS/TENS jako BEUEM89, BEU-EM55 elektrostimulátor poskytující úlevu od menstruačních bolestí, BEUIH57 ultrazvukový inhalátor, chytré hodinky Zone 2 od HiFuture a další) zahrnující vedle modernizace designu inovace zaměřené na zlepšení funkce stimulace, sledování tělesných funkcí nebo snadnější ovládání pomocí mobilních aplikací

CELIMED

Tonometry Omron M6 a M7 s Intelli AFib, kdy se detekuje AFib již během měření, a s novou funkcí TruRead mode

společnosti Borgy CZ. Zároveň přitom vyzdvihuje produktové inovace, které mohou zahrnovat bezdrátovou technologii, více režimů stimulace nebo intuitivní ovládání, případně přenos dat přes bluetooth do aplikace v mobilním zařízení – právě to dnes dokáže řadu zákazníků oslovit. „Spotřebitelé si tyto přístroje obvykle vybírají na základě ceny, efektivity, značky a záruky. S rostoucím důrazem na technologii se ale objevuje také zájem o produkty, které se snadno integrují s chytrými zařízeními nebo aplikacemi,“ shrnuje Michal Kinter.

Rostoucí zájem o možnost připojit tyto přístroje třeba k chytrému telefonu potvrzuje i Šimon Peter. „Současný trend v naší nabídce představuje rozšiřování portfolia o přístroje připojitelné k aplikaci Omron Connect, nově je to M2 IT v economy řadě,“ říká a vysvětluje, že aplikace Omron Connect je otevřena pro vývojáře tak, aby umožňovala přenos dat naměřených doma do ordinací a nemocnic a jejich implementaci do tamějších informačních systémů – s cílem dosáhnout maximální flexibilitu podpory telemedicíny. Další trend pak vidí Šimon Peter v měření a vyhodnocování více zdravotních parametrů. „Aktuálně jde o síňové fibrilace (AFib), a to z hodnot naměřeného krevního tlaku nebo z EKG u Omron Complete, které umí EKG automaticky interpretovat,“ uvádí a dodává, že jiným připojitelným výrobkem k této aplikaci je oxymetr P300, který je od dob covidové pandemie stále oblíbenější i pro domácí použití.

zvyšující popularitou. Vděčí za to především svému zaměření na prevenci, sledování tělesných funkcí i na úlevu od bolesti bez nutnosti léků,“ je přesvědčen Michal Kinter, country manager CZ/SK

Také Zuzana Rajčániová konstatuje, že spotřebitelskou důvěru si v Česku stále víc získávají přístroje

.../...

ZDRAVOTNICKÉ POTŘEBY JSOU V LÉKÁRNÁCH DOSTUPNĚJŠÍ

„V poslední době se sortiment zdravotnických potřeb stále víc přesouvá ze specializovaných prodejen do lékáren kvůli jejich lepší dostupnosti a příznivější otevírací době. V mnoha lékárnách – většinou se jedná o lékárny v obchodních centrech a poliklinikách – jsme proto rozšířili sortiment o PZT koutky a potvrdilo se nám, že zájem ze strany pacientů tu opravdu je.“



Mgr. Daniela Pokorná,
vedoucí lékárny
Dr. Max v OC
v Praze-Letňanech



Koncept pro zdravá oční víčka

ŘEŠENÍ PRO VŠECHNY STUPNĚ ZÁVAŽNOSTI A FORMY SUCHÝCH OČÍ



POSIFORLID® oční maska, EvoTears® OMEGA oční kapky a produkty řady HYLO® jsou zdravotnické prostředky (CE 0483; CE 0197; CE 0344). POSIFORLID® čistící ubrousky na hygienu očních víček a POSIFORLID® oční sprej jsou kosmetické přípravky. Tato informace je určena pro odborníky (tj. osoby oprávněné předepisovat nebo vydávat zdravotnické prostředky). Návody k použití a další užitečné informace naleznete také na:

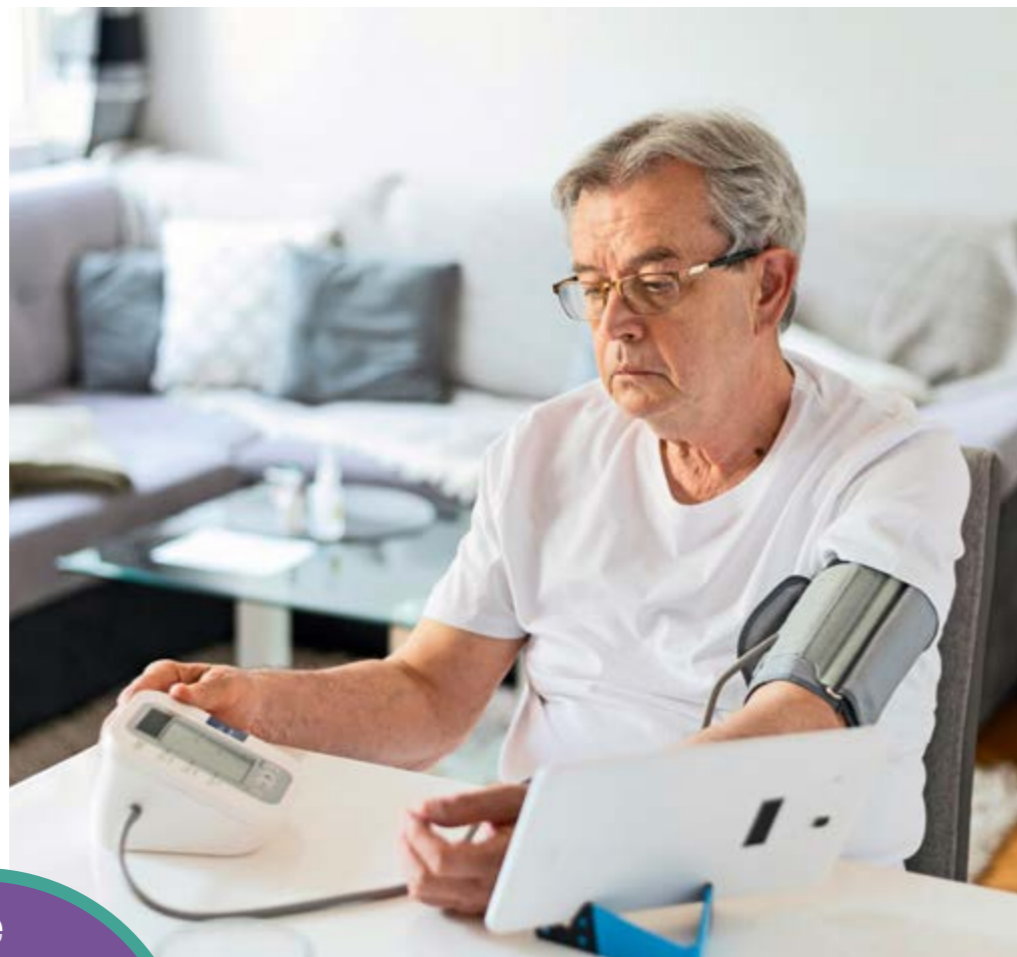
www.posiforlid.cz

www.evotears-omega.com/cz/

www.hylo.cz



Distributor: URSAPHARM spol. s r. o., Kubánské náměstí 1391/11, 100 00 Praha 10 • IČO: 61678139 • tel.: +420 295 560 468 • e-mail: info@ursapharm.cz • www.ursapharm.cz



s integrovanými moderními technologiemi: „Klienti lékáren si zvláště v postcovidovém období mnohem více uvědomují význam prevence a typ přístrojů tohoto charakteru se stává stále častěji součástí dárků 'pro zdraví' rodiny či jejich jednotlivých členů, a to nejen o Vánocích," tvrdí. Při nákupu těchto přístrojů, podobně jako při výběru dalších produktů zdravotnické techniky, je pak podle ní u českých spotřebitelů důležitým kritériem jednoduché ovládání, přesnost a spolehlivost měření nebo ergonomické faktory. „Češi se často zajímají o prodlouženou záruku a dostupný záruční i pozáruční servis, zároveň ale svoji pozornost soustřeďují na rychlost a bezpečnost měření i na jeho komfort," říká Zuzana Rajčániová.

Všem těmto kritériím může odpovídat například kompresorový inhalátor microlife NEB 210, který je zvlášť užitečný pro pacienty s nemocemi horních i dolních dýchacích cest, a to i alergického původu. „Přístroj se ovládá lehce, jedním tlačítkem, a jeho předností jsou i malé rozměry, pohodlné hygienické používání, nízká hlukovost a snadná údržba," vysvětluje Zuzana Rajčániová.

Ze zjištění těhotenství z jedné kapky krve se stává hit.

KRIZE POKROK NEZASTAVÍ

Nejnovější výkřiky zdravotnické techniky s mnoha zajímavými a užitečnými „vychytávkami" ovšem nepatří k nejlevnějším – jak už ostatně bylo výše řečeno. Jakou roli zde hraje

cena a nemá na jejich prodeje negativní vliv současná ekonomická situace, kdy se podle statistik české rodiny snaží šetřit, kde se dá? Zatím to tak zřejmě nevypadá. „Ekonomická krize může ovlivnit nákupní chování tak, že lidé více

investují do prevence či domácí péče a snaží se šetřit na návštěvách lékařů nebo na drahých léčebných postupech," domnívá se Michal Kinter. Rovněž podle Zuzany Rajčániové si stále více Čechů uvědomuje, že šetřit na zdraví, a zvláště na prevenci není to nejlepší. „Pro každého člověka, kterému záleží na jeho zdravotním stavu i zdraví celé jeho rodiny, znamená používání sofistikovaných moderních přístrojů dostatečný důvod, proč zvážit včasnou domácí prevenci, a zároveň představuje i cestu k ulehčení některých činností spojených s péčí o zdraví a dosažení vysokého komfortu v jejich rámci," uzavírá.

I dobře promyšlený marketing ovšem hraje u prodeji této techniky svou roli. „Osvědčené formy prezentace zahrnují vystavení v obchodech, on-line videa a recenze. Český spotřebitel často reaguje na důvěryhodnost značky a doporučení od zdravotnických profesionálů, stejně jako na recenze od ostatních uživatelů. Užitečné jsou také informační kampaně, které vysvětlují přínosy používání těchto prostředků," vypočítává Michal Kinter některé z postupů, kterými je možné v této kategorii rozhodování spotřebitelů ovlivnit, a Šimon Peter se s ním shoduje. „Podstatné je co nejširší oslovení pacientů jak v elektronických, tak tištěných médiích. Žadné jsou zejména edukační materiály, kde je například srozumitelně vysvětlováno, proč si doma měřit tlak a proč vysoký krevní tlak a atriální fibrilace představují nejrizikovější faktory pro vznik mozkové mrtvice," konstatuje a dodává, že současný spotřebitel slyší na kvalitu přístrojů a dokáže ocenit klinicky ověřené hodnoty, na které se může on i lékař při diagnóze a případné léčbě spolehnout.

Jana Dulíková
jana.dulikova@atoz.cz

DVOJÍ SÍLA PROTI BOLESTI A HOREČCE

ÚČINEK až 9h



SILNĚJŠÍ ÚČINEK*

RYCHLÁ ÚLEVA

ŠETRNÁ LÉČBA

Cetalgen je léčivý přípravek k vnitřnímu užití. Před užitím si přečtěte příbalovou informaci. * Tento přípravek je zvláště vhodný na bolest, která vyžaduje silnější analgezii než samotný ibuprofen nebo paracetamol.

cetalgen.cz

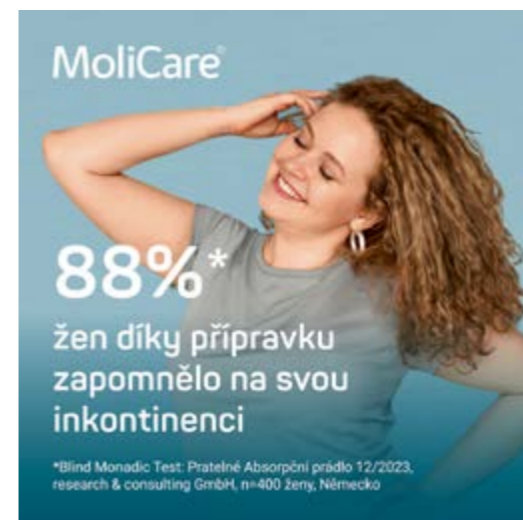


Revoluční absorpční prádlo MoliCare®: Diskrétní a spolehlivé řešení inkontinence

Německá značka HARTMANN představuje převratné absorpční spodní prádlo MoliCare® pro ženy i muže. Toto udržitelné řešení nabízí maximální pohodlí, diskrétnost a ochranu, a lze jej prát jako běžné prádlo.

Inkontinence postihuje mnoho lidí

Problémy s únikem moči trápí více než 36 % Čechů nad 15 let. Nejde jen o starší osoby, ale i mladé ženy po porodu či muže s problémy s prostatou. Špatně zvolené pomůcky mohou snižovat kvalitu života. Absorpční prádlo MoliCare® přináší diskrétní a spolehlivou ochranu, která obnovuje sebevědomí.



MoliCare® lady – pro ženy

MoliCare® lady kalhotky kombinují vícevrstvou absorpční technologii, bariérovou ochranu a bezešvý design. Neprotékají, nerysují se pod oblečením a pojmu až 149 ml tekutiny s vložkou MoliCare® X-Change. Jsou pratelné na 60 °C, ekologické a opakovaně použitelné.



MoliCare® MEN – pro muže

Pánské absorpční boxerky MoliCare® MEN respektují anatomii mužů a zajišťují ochranu až do 134 ml tekutiny s vložkou X-Change. Speciální technologie quick dry a nepromokavé švy poskytují dlouhotrvající komfort a neutralizaci zápachu.

Snadná manipulace a každodenní pohodlí

Absorpční prádlo MoliCare® umožňuje uživateli žít aktivní život bez omezení. Snadno se používá a udržuje – lze prát až na 60 °C i sušit v sušičce.

Ekologie a vysoká kvalita

Prádlo MoliCare® snižuje ekologickou zátěž oproti jednorázovým pomůckám – obsahuje o 78 % méně plastu a nevytváří odpad. Je zdravotně nezávadné, bez biocidů a přátelské k intimní flóře.

Vyzkoušejte MoliCare® – udržitelné řešení inkontinence, které kombinuje vysokou kvalitu, pohodlí a ekologickou odpovědnost.

inzerce

HARTMANN

MoliCare® absorpční spodní prádlo

Maximální komfort při úniku moči

- + Jistota + Pohodlí + Diskrétnost



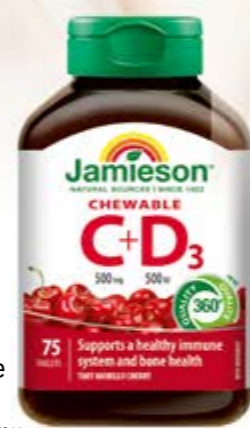
NOVINKA

Zdravotnické prostředky.



SILNÁ IMUNITA VS. CHŘIPKA A NACHLAZENÍ

Podle zvýšeného výskytu onemocnění v našem okolí, zimní vlna chřipek, včetně obávaného COVIDu, již přišla... Lékaři proto doporučují včas postarat se o zvýšení odolnosti našeho organismu. Upozorňují, že prevence by měla být samozřejmou nedílnou součástí našeho životního stylu.



Je až zarážející, jak nebezpečně se zlehčuje závažnost chřipky. Hovoří se o ní jako o banálním onemocnění, ačkoli, jak připomínají odborníci, pravdou je opak. Chřipka se může pořádně zkomplikovat a vyústit v zánět průdušek, středního ucha, vedlejších nosních dutin, plic, srdečního svalu, dlouhodobých zdravotních potíží, ba dokonce ohrozit život. Proto je třeba bezpodmínečně ji vylézet! Průběh chřipky výrazně ovlivňuje naše **IMUNITA**. Ta hraje důležitou roli nejen při ochraně před onemocněními horních cest dýchacích, chorobami z nachlazení či chřipkou, ale i při srdečně-cévních a onkologických onemocněních, cukrovce, psoriáze či dalších kožních i jiných autoimunitních nemocech... Odborníci zdůrazňují potřebu systematického budování imunity – pohybem na čerstvém vzduchu, pohybem, snižováním hmotnosti, dostatkem plnohodnotného spánku, vyváženou stravou, ale také doplňováním výživných látek a vitamínů. V zimě nám chybí zejména vitamíny D3, C a zinek, jakož i selen, železo, koenzym Q10 a omega-3 nenasycené mastné kyseliny. Rovněž nám může pomoci příroda – prostřednictvím osvědčených účinných látek získaných z extraktů rostlin, například výtažků česneku, echinacey, oregana či ženšenu s mnohaletými ověřenými účinky.

Účinný atak na bakterie a viry

Důležitá role v zabezpečování správné funkce imunitního systému patří v tomto období zejména tzv. proti-

chřipkovým vitamínům a minerálům.

VITAMÍN D3. Zatímco donedávna byl vitamín D3 spojován zejména se zdravím kostí a zubů, dnes se ukázalo, že zasahuje do mnoha základních pochodů v organismu. Nové vědecké poznatky upozorňují na souvislost mezi nedostatkem vitamínu D3 – cholekalciferolu s celou řadou civilizačních onemocnění. Bez podpory tohoto vitamínu – hormonu je imunitní systém neaktivní a poskytuje jen malou nebo žádnou ochranu před napadením mikroorganismy. S vitamínem D3 v krevním řečišti se T buňky, nejdůležitější článek imunitního systému „ozbrojí“ a začnou vyhledávat vetřelce, které zničí a z těla vyloučí. Jeho velmi častý až trvalý deficit v našem organismu dokáže skvěle doplnit optimální přírodní vitamín D3 vyráběný speciální technologií z čistého „slunečního“ lanolinu získaného z vlny ovcí chovaných na slunných pastvinách Nového Zélandu. Výsledkem je dobře vstřebatelná čistá přírodní forma vitamínu D3 farmaceutické kvality.

VITAMÍN C. Vitamín C patří mezi nejnámější stimulatory naší imunity. Podílí se na tvorbě kolagenu – základního proteinu nacházejícího se ve všech pojivových tkáních. Posiluje tak jejich



pevnost a celistvost, díky čemuž zabraňují rozšiřování infekcí v těle. Bdělost vitamínu C nad imunitou je výsledkem dlouhodobého vytváření komplexních mechanismů, proto je důležitý jeho pravidelný příjem v každodenní stravě. Jeho jedinečným zdrojem je také přírodní vitamín C, nejlépe v komplexu s bioflavonoidy – kvercetinem, rutinem a hesperidinem s protizánětlivým účinkem, nebo v tabletách s postupným uvolňováním, které dodávají organismu vysoce efektivní vitamín C až po dobu 10-12 hodin. V obou formách je velmi dobře biologicky dostupný a využitelný pro náš organismus.

ZINEK. Zinek stimuluje obranyschopnost organismu, urychluje růst imunitních buněk a zároveň brzdí dělení rinovirů způsobujících rýmu. Posiluje tedy tělo v boji proti virům, a také zmírňuje a zkracuje průběh symptomů spojených s rýmou a nachlazením. Lékaři doporučují příjem zinku ve formě glukonátu zinečnatého, která je podle klinických studií v porovnání s jinými zinečnatými solemi mnohem šetrnější k trávicímu systému.

SELEN. Výzkumy potvrdily, že selen posiluje imunitu podporou tvorby protilátek. V buňkách působí tak, že se včlení do bílkovin v podobě aminokyseliny zvané selenocystein. Postará se tak o vznik selenoproteinů, které zpomalují množení virů. Selen si náš organismus však sám vyrobit neumí, do stravy se dostává hlavně z půdy. Bohužel Česko patří k zemím s jeho vysokým deficitem v půdě, což se následně odráží v jeho

nízkém obsahu v potravinách a tím i v našem organismu. Proto je nutné si tento minerál pravidelně doplňovat. Optimální je selen získávaný z pivovarských kvasnic, který se snáze vstřebává a nezatěžuje trávicí trakt.



ŽELEZO. Pro gynekologické ztráty krve způsobené silnou menstruací, železo chybí zejména ženám v aktivním věku a dospívajícím dívkám. Jeho nedostatek následně odpovídá za typické příznaky únavy, snížené výkonnosti a celkového oslabení organismu, který je v důsledku toho zvláště náchylný na chřipku a nachlazení. Je proto vhodné sledovat si hladinu železa v krvi a v případě deficitu tohoto minerálu postarat se o jeho suplementaci. Nejlépe doplňky stravy maximálně šetrnými k žaludku – takovým je například **Železo 28 mg s vysoce vstřebatelným železem ve formě diglycinátu železnatého**. Přípravek je obohacen vitamíny řady B – B12, B2, kyselinou listovou a vitamínem C, které účinně podporují tvorbu nových životaschopných červených krvinek a tím vitalitu organismu.

Aktivátory energie, silné antioxidanty

KOENZYM Q10. Je nepostradatelnou bioenergetickou podporou životně důležitých funkcí, pomáhá opět nabít naše životní baterie. Patří mu klíčová role při produkci energie a její regulaci v organismu a zároveň slouží jako silný antioxidant v mitochondriích a lipidových membránách buněk. Díky antioxidantním vlastnostem snižuje oxidační stres, proto je nezbytné udržovat si jeho optimální hladinu. Jelikož s přibývajícím věkem (již od 40 let) si ho organismus nedokáže v potřebném množství vytvářet sám, jeho suplementace je nezbytná.

OMEGA-3 NENASYCENÉ MASTNÉ KYSELINY. Velmi důležitým faktorem zvyšujícím funkčnost imunity je příjem omega-3 nenasycených mastných kyselin. Protože jejich zdrojem jsou především ryby, obyvatelům oblastí se stravou chudou na ryby, mezi něž patří i Česko, specialisté radí každodenně užívat doplňky stravy s obsahem rybiho oleje. Vhodným řešením je příjem omega-3 kyselin vyráběných z tuku studenodvodních ryb žijících v nezamořených arktických vodách, které se živí planktonem – sardel, sardinek a makrel či studenomořských planktonových koryšů. Olej vyráběný z koryšů je navíc zdrojem silného antioxidantu astaxantinu, který vysoce účinně pomáhá tělu zbavit se zánětů, příčiny četných vážných onemocnění.

Osvědčená síla přírody

ČESNEK. Česneku se již staletí připisují antibakteriální, antimykotické a antivirové účinky, které pomáhají zdolávat infekce, díky čemuž česnek v období chřipek a nachlazení pozitivně ovlivňuje

léčbu onemocnění horních cest dýchacích a posiluje imunitu. Přírodní výtažek z česneku **SUPER Garlic Oil** ve formě nerafinovaného česnekového oleje v kapslích poskytuje všechny výhody a účinky čerstvého česneku bez nežádoucího charakteristického aroma.

ECHINACEA. Osvědčená echinacea díky svým antibakteriálním a antivirovým účinkům podporuje zdravé budování imunitního systému. Stimulaci tělesné imunity působí preventivně proti infekčním onemocněním, zejména horních cest dýchacích. Pomáhá zmírnit příznaky rýmy a chřipky, zkracuje průběh infekcí očí, uší a bolesti zaníceného hrdla. Její včasné užívání v chřipkovém období může zabránit propuknutí nemoci.

OREGANOVÝ OLEJ. Přírodní éterický oreganový olej díky obsahu karvakrolu – účinné látky se silnými antibakteriálními vlastnostmi disponuje vysokým protizánětlivým účinkem. Pro své mukolytické a protikřečové účinky pozitivně působí při infekcích



dýchacích cest, alergiích, astmatu. Podporuje odkašlávání a zmírňování kašle při zánětu průdušek a jako kloktadlo pomáhá řešit bolesti v krku a záněty v dutině ústní.

ŽENŠEN. Tato bylina, jejíž kult prožívá již tisíciletí, významným způsobem podporuje vitální funkce organismu a snižuje únavu i vyčerpanost. Ať už ve formě výtažků ze sibiřského ženšenu nebo korejského ženšenu, anebo z peruánského ženšenu (Maca), jakož i indického ženšenu (Ashwagandha) má díky vysokému obsahu antioxidantů – vitamínů a minerálů, flavonoidů i alkaloidů podporujících imunitní systém, příznivý vliv na zvyšování obranyschopnosti organismu vůči infekcím a alergiím, napomáhá urychlit psychickou i fyzickou regeneraci těla po překonání virového či bakteriálního onemocnění a přirozenou cestou tak organismu navrátit zdraví.

Deficit těchto živin v našem organismu dokážou dokonale doplnit přírodní vitamíny Jamieson, které již celé století (společnost Jamieson Laboratories byla založena v roce 1922) pomáhají lidem na celém světě ke zlepšování zdraví. Mají výbornou reputaci, protože dodržují standardní postupy **FARMACEUTICKÉ KVALITY VÝROBY, ČISTOTY A BEZPEČNOSTI**. Více na www.jamieson.cz

Jamieson™
Vaše cesta ke zdraví



Když rozhoduje
kvalita

Obchodní a marketingové zastoupení pro ČR: BENEPHARMA CZ, spol. s r.o.

www.jamieson.cz
facebook.com/KaradiskaiPriradniVitaminy



S nástupem podzimu začaly prodeje přípravků na podporu imunity jako obvykle nabírat na obrátkách. Z vyjádření výrobců ani lékárníků nevyplývá, že by spotřebitelské zvyklosti v posledním roce doznaly převratných změn, nicméně určité odchylky od nákupních zvyklostí například z období pandemie covidu-19 lze pozorovat. Každopádně platí, že spotřebitelé i nadále důvěřují osvědčeným látkám, ale preferují je v moderních formách a kombinacích.

U PODPORY IMUNITY BODUJÍ OSVĚDČENÉ LÁTKY V MODERNÍCH FORMÁCH

Není to poprvé, co z trhu zaznívá, že po covidovém boomu, kdy byl zájem o přípravky na imunitu extrémní, došlo ke stabilizaci situace. To ale neznamená, že by poptávka po těchto produktech opadla. Naopak, zájem o ně zejména v souvislosti s nástupem dětí do školských zařízení a s příchodem podzimních dnů stoupá, ale již není ovlivňován častou panikou jako v dobách pandemie. A tak asi jediný rozdíl mezi jednotlivými sezonami lze v posledních letech přičíst na vrub počasí. Pokud i po skončení prázdnin přetrvávají letní teploty, poptávka po produktech na imunitu se odsouvá na pozdější období. Přijdou-li již v září chladné a pošourné dny, prodeje zmíněného sortimentu začnou rychle růst brzy po skončení školních prázdnin.

COVIDOVÉ DĚDICTVÍ

U kategorie s názvem Imunita je už celkem běžné, že se v souvislosti se spotřebitelskými návyky a popularitou určitých produktů a látek srovnává doba před covidem a doba pocovidová. Typickým příkladem je vitamin D. Ne snad že by ho před

pandemií nikdo neznal a neužíval, ale během ní ho stačilo několikrát zmínit v médiích, aby se v souvislosti s podporou imunity takřkajíc vyšvihl na přední příčky popularity.

„V kategorii doplňků stravy souvisejících s podporou imunity pozorujeme, že se po covidovém boomu vrací trh do normálu a čísel, která platila před covidem. Největší změnu lze pozorovat jednoznačně v IMS kategorii ‚Vitamin A+D‘. Vitamin D byl nejvíce exponovaný v médiích, což způsobilo obrovský boom ‚děčka‘ i mezi lidmi, kteří nejsou uživateli doplňků stravy. Obávali se však covidu, a proto ho začali nově užívat. Podobně byl spojován s covidem také zinek, po němž poptávka velmi rostla, i zde lze po opadnutí boomu zaznamenat určitý pokles poptávky, způsobený odlivem zákazníků nakupujících impulzivně pod vlivem médií a ‚word of mouth‘,“ popisuje Mgr. Zsolt Farkas, CHC senior brand manager společnosti Stada Pharma CZ.

Další postřeh připojuje Radek Sajvera, předseda představenstva společnosti Rapeto: „V covidovém období byl zájem o výrobky na imunitu extrémní a s tím dnešním nesrovnatelný. Přesto, soudě alespoň podle prodejů různých typů Pangaminu, je zájem o doplňky stravy vyšší než před covidem. Mnoho z těch, kteří si v té době Pangamin koupili poprvé, u něho zůstali.“



Také Ing. Michaela Baštová, CHC senior brand manager společnosti Stada Pharma CZ, zmiňuje určité souvislosti týkající se pandemie covidu-19 a následujícího období a dokumentuje je na datech společnosti IQVIA: „V segmentu probiotik na imunitu, tedy probiotik, která jsou obohacena o vitaminy či jiné aktivní složky na podporu imunity, se v prvním ‚pocovidovém‘ roce projevoval přetrvávající velký zájem

.../...

inzerce



- Ekonomické balení
- Výhodnější cena
- Bez věkového omezení
- Podpora dodržení délky léčby u dlouhodobějších obtíží

Zkrácená informace dle údajů na obalu přípravků: Arnica montana 9 CH, datum revize textu: 31.5.2022. Ricinus communis 5 CH, datum revize textu: 3.10.2022. Hekla lava 9 CH, datum revize textu: 24.5.2022. Thuya occidentalis 9 CH, datum revize textu: 31.8.2022. Vícečetné balení obsahuje 3 tuby po 4 g. Homeopatické léčivé přípravky ve formě granulí k orálnímu podání. Obsahují sacharózu a monohydrát laktózy. Volně prodejné. Nejsou hrazeny z prostředků veřejného zdravotního pojištění.



Vaše zdraví si zaslouží ten největší respekt

široké veřejnosti o podporu obranyschopnosti a tento segment rostl. Loni v péči o imunitu došlo k určité stagnaci zájmu spotřebitelů, nicméně letos tento segment co do hodnoty vykazuje opět dvouciferný meziroční růst prodeje.

STARÉ DOBRÉ 'ČEČKO' V MODERNÍM KABÁTĚ

Jak už bylo řečeno, některé látky se mezi obzvláště oblíbené v souvislosti s podporou imunity dostaly během zmíněné covidové pandemie. Mezi ně bezesporu patří vitamin D. Jiné se naopak počítají mezi stálice, které na žebříčku popularity neochvějně drží nejvyšší příčky. To je příklad vitamínu C. Nejde ale o jediné látky, které jsou na podporu imunity žádané. A ačkoliv nelze říct, že by v poslední době došlo k velkým zvratům co do

oblíbenosti jednotlivých látek a produktů, natož aby některý doslova upadl v zapomnění, jisté změny lze na trhu pozorovat.

„V posledních letech, kdy pandemie covidu-19 a následně vlny respiračních onemocnění výrazně zvýšily zájem o posilování imunity, pozorují, že zákazníci lékáren nakupují tyto produkty stále ve stejné, možná i vyšší míře. Pokud dochází k nějaké změně, pak je to spíše v tom, jaké typy přípravků preferují. Namísto klasického vitamínu C dávají přednost jeho formám s pozvolným uvolňováním nebo formám využívajícím lipozomální technologie zpracování. Roste také zájem o kombinované přípravky s obsahem vitamínu D, zinku a dalších aktivních složek podporujících obranyschopnost lidského organismu,“ popisuje Mgr. Ondřej Šimandl z Lékárny EUC Plaňanská v Praze.

Také Kristian Hyttel, country manager společnosti Pharma Nord, poukazuje na to, že zaznamenávají zvýšenou poptávku po doplňcích stravy obsahujících vitaminy C a D, stejně jako po minerálních látkách podporujících imunitu, jako jsou selen a zinek.

Že si své postavení udržuje vitamin C, ale je preferovaný v moderních formách, zmiňují i další. „Největší zájem je o vitamin C s postupným uvolňováním, vitamin D, betaglukany a černý česnek,“ uvádí Markéta Brožová, DiS., z Magistra lékárny U Polikliniky v pražských Modřanech.

Ing. Zuzana Mocová, category manager e-shopu Magistra.cz, poukazuje na to, že i v rámci on-line prodeje z kategorie produktů na imunitu tradičně vede vitamin C: „Nejvíce v lipozomální formě a dále pak přípravky s jeho postupným



VÝBĚR NOVINEK

PLEURAN

Imunoglukan P4H[®] cucavé tablety s malinovou příchutí – obsahují IMG[®], zinek a vitamin D, doplněk stravy určený na dlouhodobou podporu imunitního systému během roku, zejména v rizikovém období zvýšené nemocnosti, při fyzické a psychické zátěži, vhodný pro děti od 3 let věku

STADA PHARMA CZ

Cetebe[®] ImunActiv Herba – doplněk stravy s vysokým obsahem vitamínu C, zinku, selenu a vitamínu D3 pro akutní podporu imunitního systému, dále obsahuje echinaceu, kurkumu a černý bez, přispívající ke zdraví dýchacích cest, ve formě speciální dvouvrstvé tablety, první vrstva obsahuje vitamíny a minerály a uvolňuje se pomalu, druhá vrstva obsahuje bylinné extrakty a využívá zrychlené uvolňování aktivních látek, vhodný pro vegetariány fungování imunitního systému

VITAR

Vitar Kids Probiotika – doplněk stravy, ve formě stick packu, dávka obsahuje 2 ml. CFU, 5 kmenů bakterií, dále obohaceno o probiotickou vlákninu GOFOSTM a vitamíny C a D3, s příchutí jahody; Vitar Multivitamin želé a Vitar Multivitamin + kolostrom nyní nově dostupné v limitované edici duopack; Vitar Betaglukan – doplněk stravy s vysokým obsahem extraktu z hlívy ústřední, obsahuje i extrakt z rakytníku řešetlakového a vitamin C pro posílení obranyschopnosti, s příchutí rakytníku a pomeranče, ve formě stick packu

uvolňováním. Velký zájem je také o betaglukany a CBD přípravky, i když už ne v takové míře jako v loňském roce. Betaglukany zejména ve formě sirupů jsou tradičně populární v případě dětí. U nich naopak zaznamenáváme vyšší prodeje než loni,“ vysvětluje.

VZESTUPY A SESTUPY

Obliba vitamínů C a D a minerálů zinku a selenu ovšem neznamená, že ostatní přípravky obsahující jiné látky na podporu imunity by se nacházely na okraji zájmu. „Mezi produktové stálice naší lékárny patří přípravky s obsahem antioxidantů, betaglukanů a přírodních přípravky s echinaceou. Bakteriální lyzáty, zejména ty orální, které ovlivňují mikroflóru krku, v současnosti také patří mezi běžně vyhledávané. Probiotika, která příznivě ovlivňují stav střevní mikroflóry a tím i nastavenou imunitu,

Účinná úleva od suchého kašle^{1, 2}



- + Periferní antitusikum účinné jako centrální^{1, 2, 3}**
- + Méně sedace než centrální antitusika^{1, 3}**
- + Neovlivňuje respirační funkce a zachovává mukociliární clearance^{1, 4}**

Literatura: 1. Aktuální SPC přípravku Levopront. 2. Dipinigaits PV et al.: Antitussive drugs - past, present, and future. Pharmacological Reviews 2014;66:468512. 3. Catena E., Daffonchio L.: Efficacy and tolerability of levodropropizine in adult patients with non productive cough. Comparison with dextromethorfan. Pulmonary Pharmacology & Therapeutics 1997; 10:89-96. 4. Bossi R. et al.: Antitussive Activity and Respiratory System Effects of Levodropropizine in Man. Arzneimittel-Forschung/Drug Research 1988;38:2:1152-1162.

Levopront S: Levodropropizinum 60 mg v 1 tabletě, 60 mg v 1 ml roztoku (kapek), 6 mg v 1 ml sirupu. **I:** Bronchopulmonální afekce doprovázené dráždivým suchým kašlem. **KI:** Hypersenzitivita na léčivou látku nebo pomocné látky. Pacienti s bronchiální hypersekrecí nebo sníženou mukociliární funkcí. Výrazné snížení funkce jater. **ZU:** Používat pouze po důkladném zvážení rizika u pacientů s těžkou insuficiencí ledvin. Sirup obsahuje sacharózu, propylenglykol, tablety laktózu. **NÚ:** Velmi vzácné alergické reakce, točení hlavy, somnolence, palpitace, nauzea, malátnost. **IT:** Používat s opatrností při podávání benzodiazepinů. **TL:** Během těhotenství a kojení kontraindikován. **D:** Kapky, Sirup: Dospělí a děti od 12 let 1 ml (20 kapek) roztoku nebo 10 ml sirupu až 3x denně. Děti 2-12 let 1 mg levodropropizinu/kg až 3x denně. **Tablety:** Dospělí a dospívající starší 12 let: 1 tableta až 3x denně s intervalem mezi dávkami alespoň 6 hodin. **DRR:** Dompé farmaceutici s.p.a., Via San Martino 12, 20122, Milán Itálie. **Reg. č.:** Tablety 36/586/16-C, kapky 36/555/99-C, sirup 36/556/99-C. **Uchovávaní:** Žádné zvláštní podmínky uchovávaní. **Datum poslední revize textu SPC:** Tablety: 7. 9. 2023. Kapky: 22. 11. 2022. Sirup: 8. 4. 2021. Přípravky nejsou vázány na lékařský předpis a nejsou hrazeny zdravotními pojišťovnami. Seznamte se prosím se Souhrnem údajů o přípravku (SPC).



zákazníci také cíleně využívají," vyjmenovává PharmDr. Kateřina Nesejtová, vedoucí lékárnky Benu na Poliklinice Viniční v Brně.

Podobně, i když s jednou výjimkou, se vyjadřuje i Mgr. Jitka Junová z lékárnky Hvězda na pražských Petřínách: „Mezi stálíce patří Preventan a všechny kategorie gluků, na vzestupu jsou probiotické přípravky. Do pozadí ustoupila, a myslím, že je to škoda, echinacea a jiné bylinné přípravky.“

Beta-glukany jsou čím dál oblíbenější.

O tom, co patří mezi stálíce, co je na vzestupu a co naopak zaznamenalo sestup v žebříčku popularity, se zmiňuje i Markéta Brožová: „Ke stálícím kromě vitamínů C určitě patří betaglukany, Preventan či homeopatický přípravek Oscilloccinum. Vzestup zájmu zaznamenáváme kromě již zmiňovaného vitamínu D či zinku například o přípravky s bakteriálními lyzáty. A zájem přece jen opadl kupříkladu o kolostrum a echinaceu.“

Také farmaceutická asistentka Lucie Maroušková z kladenské Magistra lékárnky Polská potvrzuje, že mezi vyznavači homeopatie stále zůstává v oblíbenosti Oscilloccinum, i když zákazníci tento přípravek nakupují hlavně tehdy, když je v akci. A také potvrzuje, že vzrostla obliba probiotik, protože spotřebitelé pochopili, jak je pro celkové zdraví důležité správné osídlení střevní mikroflóry. „A co naopak ustoupilo do pozadí? Produkty s echinaceou a kolostrum. Bývaly časy, kdy se prodávaly opravdu hodně, ale nyní je zastoupily nové produkty,“ podotýká. A dodává, že samozřejmě ke každému zakoupenému produktu na

posílení imunity nezapomenou svým zákazníkům připomenout, že zdravé je nutné podpořit hlavně zdravou a vyváženou stravou, pohybem na čerstvém vzduchu a posilujícím spánkem.

Rovněž podle Ondřeje Šimandla se mezi oblíbené produkty mimo jiné řadí Preventan a přípravky s obsahem betaglukanů. Zároveň upozorňuje na to, že velké popularitě se hlavně mezi rodiči dětí předškolního věku těší různé želatínové formy multivitaminů.

PŘEDNOST DOSTÁVÁ KOMPLEXNÍ ŘEŠENÍ

Pokud vezmeme v úvahu typy produktů na podporu imunity, lze na rozdíl od doby nedávno minulé jisté drobné změny co do oblíbenosti zaznamenat. „Celkově si zákazníci více vybírají přípravky obsahující jednu až dvě konkrétní látky. Je tedy patrný odklon od takzvaných multi doplňků stravy,“ podotýká Radek Sajvera.

RNDr. Renata Kuniaková z oddělení vědy a výzkumu společnosti Pleuran zase upozorňuje na to, že v porovnání s dobou před třemi roky získaly na oblibě produkty s kombinací synbiotik, vitamínů a případně i minerálů, které přispívají ke střevní a celkové imunitě. „Naopak tradiční



jednosložkové vitaminové přípravky částečně ztratily na své popularitě, protože spotřebitelé hledají komplexnější složení produktů,“ říká.

Podobně zkušenosti má i Kateřina Nesejtová: „Mnoho lidí sází až do jara na pravidelné užívání základních antioxidantů a užívá přípravky s obsahem vitamínů C a E a minerálů, jako jsou zinek a selen, a volí přípravky, které obsahují všechny zmíněné vitamíny a minerály v jedné tabletě.“

Jasně se vyjadřuje Zuzana Mocová: „Obecně dávají spotřebitelé přednost dražším a komplexnějším přípravkům a větším balením.“

NEJEN ZKUŠENOST HRAJE ROLI

V podstatě stabilizované je rozdělení spotřebitelů na ty, kteří si jdou do lékárnky pro „něco na imunitu“, a ty, kteří požadují konkrétní produkt.

„Zhruba polovina klientů naší lékárnky si přichází pro zcela konkrétní přípravek. Často je to ten, který se jim již osvědčil. Druhá půlka nemá jasnou představu a při volbě produktu na podporu imunity dají na naše doporučení,“ říká Jitka Junová.

Na procentuální rozdělení odkazuje i Markéta Brožová: „Zhruba 40 procent zákazníků si přijde pro konkrétní produkt a 60 procent se přijde zeptat a poradit, jaký produkt by pro ně byl nejlepší.“

Zkušenost, na jejímž základě se řada lidí rozhoduje pro určitý přípravek, sice hraje velkou roli, ale nejde o jediný faktor, který by ovlivňoval výběr. Zásadní je samozřejmě odborná rada, ale vliv má také reklama a podobně.

„Ve většině případů přicházejí klienti do lékárnky s jasnou představou o tom, co chtějí. Přesto jsou mezi nimi i ti, kteří hledají radu a doporučení lékárníka, který konkrétní přípravek zvolí. V těchto případech je odborná rada lékárníka téměř vždy přijata s důvěrou. Spotřebitelé jsou bezpochyby nezávidlivě ovlivněni i komerční reklamou v médiích, doporučením od lékaře nebo blízké osoby, což často vede k nákupu konkrétního produktu,“ popisuje Ondřej Šimandl.

Kateřina Nesejtová poukazuje na to, že zákazníci v lékárně očekávají odbornou radu lékárníka, ale zároveň vědí, že někteří podléhají různým trendům a mnohdy uvěří zkrslující informaci, kterou získali na internetu.

.../...

inzerce

NUROFEN PRO DĚTI

- 8 hod. Poskytuje rychlou a dlouhotrvající úlevu od horečky až na 8 hodin
- 1 Nurofen pro děti je první* volba maminek v České republice



NUROFEN NECHTE HOREČKU A BOLEST NA NÁS

*V kategorii dětských analgetik, IMS DATA MAT 12/2023.

ZKRÁCENÁ INFORMACE O PŘÍPRAVKÁCH PODLE SCHVÁLENÉHO SPC

Nurofen pro děti Jahoda 20 mg/ml perorální suspenze
Složení: Léčivá látka: perorální suspenze: Ibuprofen 20 mg/ml Indikace: Nurofen se používá jako antipyretikum ke snížení horečky, ke zmírnění příznaků chřipky a akutního zánětu horních cest dýchacích a jako analgetikum, k úlevě od mírné až středně silné bolesti. Dávková a způsob užívání: Nurofen by se měl podávat v co nejníže účinné dávce a po nejkratší dobu nutnou k potlačení onemocnění. Určeno ke krátkodobému užívání. Přípravky se užívají nezávisle na jídle, jestliže se objeví GI obtíže, užívat během jídla. Maximální celková denní dávka ibuprofenu je 20 - 30 mg/kg tělesné hmotnosti, podává se rozděleně do tří až čtyř dávkových dávek. Suspenze k perorálnímu podání pro děti od 3 měsíců: 3 - 12 měsíců: 2,5 ml 3x denně; 1 - 2 roky: 2,5 ml 3 - 4x denně; 3 - 7 let: 5 ml 3 - 4x denně; 8 - 12 let: 5 - 10 ml 3 - 4x denně; Postvakcinační horečka: 2,5 ml, v případě potřeby možno zopakovat po 6 hodinách, max 2x denně. Pro dávkování podle hmotnosti dítěte viz SPC. U dětí s hmotností nižší než 30 kg nepřekračovat dávku 25 ml (500 mg ibuprofenu) denně. Kontraindikace: Hypersenzitivita na ibuprofen, NSAID nebo na kteroukoliv pomocnou látku; pacienti s anamnézou hypersenzitivní reakce v souvislosti s ASA nebo jinými NSAID, aktivní nebo rekurentní peptický vřed / krvácení; anamnéza GI krvácení nebo perforace v souvislosti s léčbou NSAID; cerebrovaskulární nebo jiné aktivní krvácení; závažné srdeční selhání; závažné selhání jater nebo ledvin; třetí trimestr těhotenství; u pacientů se závažnou dehydratací; neobjasněné poruchy krvetvorby. Upozornění: Starší pacienti: nežádoucí účinky, zejména GI krvácení a perforace, se vyskytují častěji; někdy s fatálními následky. Respirační účinky: u pacientů, kteří trpí nebo trpěli bronchiálním astmatem, chronickou rinitidou, sinusitidou, nosními polypy nebo alergickým onemocněním, může přípravek vyvolat bronchospasmus. Jiné NSAID: Je nutné se vyvarovat současněmu užívání ibuprofenu s jinými NSAID, včetně selektivních inhibitorů cyklooxygenázy-2. Zvláštní opatření je nutné u pacientů: se SLE a smíšenou chorobou pojivové tkáně; s vrozenou poruchou metabolismu porfyrinu; GI onemocněním a chronickými střevními onemocněními střev (ulcerózní kolitida, Crohnova choroba); s anamnézou hypertenze a/nebo srdečního selhání; s poruchou funkce ledvin či jater; bronchiálním astmatem nebo alergickým onemocněním; se sennou rýmou, nosními polypy nebo chronickou obstrukční chorobou plic; poruchou krvní srážlivosti; bezprostředně po zvažném chirurgickém zákroku. Renální účinky: dlouhodobé užívání analgetik, zvláště kombinace různých typů, může vést k tvrdým poruchám ledvin s rizikem renálního selhání (analgetická nefropatie). U dehydratovaných pacientů, je nutné zajistit dostatečný přísun tekutin; zvláště u dětí se závažnou dehydratací (např. při průjmu). Gastrointestinální (GI) účinky: V souvislosti s používáním NSAID se mohou vyskytnout případy GI krvácení, ulcerace a perforace, někdy smrtelné a bez závislosti na délce podávání či předchozích varovných příznaků nebo anamnézy. Riziko vzniku GI krvácení, ulcerace či perforace se zvyšuje se stoupající dávkou, u pacientů s anamnézou vředové choroby, u starších pacientů a u pacientů, kteří užívají látky zvyšující riziko vzniku vředové choroby nebo krvácení (p.o. kortikosteroidy, antikoagulační, SSRI, antiagregační látky), nebo vysoké dávky NSAID. U pacientů s anamnézou vředové choroby a u starších pacientů zvažte podání nízkých dávek. U těchto pacientů a také u pacientů s anamnézou hypertenze a/nebo srdečního selhání je třeba konzultovat s lékařem. Dlouhodobé podávání ibuprofenu, obzvláště ve vysokých dávkách (2 400 mg denně) může souviset s mírným zvýšením rizika arteriálních trombotických příhod. Epidemiologické studie nepokazují na zvýšené riziko IM při podávání nízkých dávek ibuprofenu (tj. do 1 200 mg denně). Dermatologické účinky: velmi vzácné byly ve vztahu k léčbě NSAID hlášený závažné kožní reakce, včetně exfoliativní dermatitidy, Stevens-Johnsonova syndromu a toxičké epidermální nekrolýzy, některé fatální. Nejvyšší riziko je na začátku léčby. Při prvním objevení vyrážky, mukózních lézí a/nebo jiných známek přecitlivělosti NSAID vysaďte. Ibuprofen se nedoporučuje užívat v případě onemocnění plámy neštovicemi. Falce krvetvorby: NSAID mohou inhibovat funkci krvetvorby, protože imbuje být používány v opatnosti u pacientů s poruchami koagulační soustavy. Srdcové účinky: dlouhodobé užívání vysokých dávek analgetik se mohou vyskytnout bolesti hlavy, která nesmí být léčena vyššími dávkami. Při léčbě pacientů s srdečním selháním, nedostatečnou funkcí ledvin a jater, užívaných rektálními podáními (u čípků), urtikarie a pruritu; astmatické záchvaty, bronchospasmus, poruchy vidění. Uchovávaní: Uchovávat při teplotě do 25 °C. Dřítel rozhodnutí o registraci: Reckitt Benckiser (Czech Republic), spol. s r.o. Vinohradská 2828/151, Praha 3, 130 00, Česká republika. Registrační číslo: 29/148/06-C. Datum revize schváleného SPC: 16. 10. 2024. Výdej léčivého přípravku není vázán na lékařský předpis. Přípravek není hrazen z prostředků veřejného zdravotního pojištění. Dříve než léčivý přípravek doporučíte nebo předepíšete si, prosím, pečlivě přečtěte úplný souhrn údajů o přípravku (SPC). Pro další informace kontaktujte: Reckitt Benckiser (Czech Republic), spol. s r.o., Vinohradská 2828/151, 130 00 Praha 3, tel.: +420 227 110 141.

Datum vytvoření materiálu: říjen 2024

URČENO ODBORNÍKŮM

Ing. Soňa Lysáková, produktová manažerka společnosti Vitar, nemá pocit, že by se něco výrazně změnilo: „Většina spotřebitelů dá na rady blízkých, kteří mají s určitým produktem dobrou zkušenost, také na doporučení odborné veřejnosti, reklam či influencerů na sociálních sítích.“

K problematice kritérií, jež ovlivňují výběr produktu, se vyjadřuje i Radek Sajvera: „Při výběru z bohaté nabídky přípravků nejen na imunitu má velkou sílu osobní doporučení od spokojeného zákazníka, lékaře a v neposlední řadě lékárníka. Zde hrají velkou roli privátní značky, které bývají doporučovány v první řadě. V posledních letech je to silící trend, který nemusí být vždy ve prospěch zákazníka, byť se tak tváří.“

Ing. Jana Šlapáková, marketing manager consumer care CZ/SK společnosti Mucos Pharma CZ, v souvislosti s problematikou výběru zmiňuje výsledky aktuálního průzkumu (Behavio, CAWI, 1 500 respondentů, 08/2024): „Podle posledního průzkumu, na kterém jsme spolupracovali se společností Behavio, se spotřebitelé při koupi doplňků stravy nejvíce radí s rodinou, lékařem či lékárníkem, přičemž webové stránky a sociální sítě jsou pro ně nejlepším zdrojem informací.“

CENA JE DŮLEŽITÁ, NIKOLIV ZÁSADNÍ

Není to tak dávno, když v době pandemie byli spotřebitelé ochotni investovat do podpory obranné schopnosti opravdu hodně peněz a cenu jednotlivých produktů v podstatě moc neřešili. S příchodem ekonomické krize se to pochopitelně změnilo, leckdo se začal poohlížet po levnějších doplňcích

stravy, případně s nákupem čekal na akční slevy. Jaká je situace nyní? Zjednodušeně se dá konstatovat, že cena sice je při výběru produktů na podporu imunity důležitá, ale ve většině případů není kritériem číslo jedna.

Renata Kuniaková uvádí, že spotřebitelé se rozhodují zejména podle složení přípravku, ceny a důvěryhodnosti značky. „V posledních letech se zvyšuje zájem o přírodní přípravky a transparentnost informací. Inflace a ekonomická nejistota zvyšují citlivost vůči ceně, což vede k vyšší poptávce po lacinějších produktech, nebo naopak k vyšším investicím do prevence. Nicméně rodiče dětí, které navštěvují školská zařízení, se zaměřují na prevenci respiračních onemocnění a investují do ní nemalé částky, protože pokud musí zůstat z práce doma a ošetřovat nemocné dítě, má to negativní ekonomický dopad na rodinný rozpočet,“ vysvětluje.

Že cena leckdy není faktorem, který o volbě produktu rozhoduje, potvrzuje Ondřej Šimandl:



„Již tradičně je pro většinu klientů, kteří se zajímají o přípravky na posílení imunity, důležitá cena, která ale často není finálním rozhodujícím faktorem. V drtivé většině případů se zákazníci ptají spíše na obsah aktivních látek v přípravku, jeho vhodnost pro děti či seniory s určitými zdravotními problémy. Také se někdy dotazují na případnou osobní zkušenost lékárníka.“

Markéta Brožová zmiňuje, že nepozoruje, že by ekonomická krize nějak ovlivnila prodej uvedeného sortimentu: „U starší populace je větší zájem o akce typu 2+1. U mladší generace není taková poptávka po akčních produktech, důležitější je pro ně při výběru vlastní zkušenost nebo internetové informace.“

Další postřeh připojuje Lucie Maroušková: „U dražších produktů se zákazníci, zvláště seniory, vyzývají na možnosti cenových zvýhodnění, sledují letákové akce či reklamy v televizi, někdy i doufají, že výrobky dostanou jako dárek. Ti, co se velmi dobře orientují na internetu, si své oblíbené a vybrané produkty objednávají online.“

Zuzana Mocová na základě zkušeností s prodeji v e-shopu Magistra.cz říká: „Obecně dávají spotřebitelé přednost dražším a komplexnějším přípravkům a větším balením. Vedou značkové přípravky známé z reklam nad těmi neznačkovými. Zákazníci také u této kategorie hodně využívají akce typu 2+1.“

Co naznačil již zmíněný letošní průzkum realizovaný se společností Behavio, uvádí

Jana Šlapáková: „Zhruba třetina spotřebitelů utratí za doplňky stravy do 500 korun měsíčně, nicméně je patrný zvýšený zájem o tyto produkty ve vyšších cenových hladinách, a to zejména při koupi na internetu a také v případě mladší cílové skupiny.“

PREFEROVANÉ JSOU PŘÍRODNÍ PRODUKTY

Jak upozorňuje Kristian Hyttel, spotřebitelé jsou dnes mnohem informovanější a při výběru produktů na podporu imunity kladou důraz na kvalitu, účinnost a složení: „Stále častěji preferují přípravky s transparentním původem surovin a vědecky ověřenými účinky. Inflace a ekonomická nejistota navíc vedou k tomu, že lidé nakupují obezřetněji a dávají přednost produktům s dlouhodobě prokázanými výsledky. Zároveň roste poptávka po rostlinných a veganských variantách.“

Rovněž Zuzana Rajčániová, obchodní ředitelka společnosti Benepharma CZ, zdůrazňuje, že pro spotřebitele je velmi důležité složení přípravků a že lze pozorovat příklon k přírodním látkám: „Spotřebitelé se zajímají například o to, zda doplňky stravy obsahují přírodní či syntetické látky, informují se i na to, zda jsou vhodné kupříkladu pro diabetiky, vegetariány, zda nemají alergizující účinky. A také si všímají certifikátů kvality a kladou rovněž důraz na poměr ceny a kvality produktu.“

O rostoucím zájmu o přírodní přípravky mluví i Radek Sajvera: „Oproti období před pandemií covidu-19 evidujeme zvýšený zájem o různé druhy Pangaminu. Vidím v tom vliv především dvou faktorů. Jednak mnoho lidí zjistilo, že Pangamin 'funguje', respektive dokáže splnit jejich očekávání. A jednak to lze přičíst stoupajícímu zájmu o přírodní přípravky.“

O poptávce ze strany určité skupiny spotřebitelů a z toho vyplývajících trendů se zmiňuje Zsolt Farkas: „Vnímání kategorie doplňků stravy, a to nejen na imunitu, ze strany spotřebitelů, kteří do ní vstoupili během covidové pandemie, se liší od 'tradičních' spotřebitelů. Je též zřejmé, že mladší generace má jiné potřeby a priority, a v důsledku toho i odlišné spotřebitelské i nákupní chování. Náročnějšího spotřebitele také zajímá, zda musí produkty nutně obsahovat přidané látky, které by šlo ze složení vynechat, projevují tedy větší zájem o takzvané free from produkty.“ A na základě toho dodává, že jejich novinka

v podobě přípravku Cetebe® ImunActiv Herba je bez lepků, laktózy, sóji, bez přidaného cukru, bez přidaných konzervantů či umělých barviv, a navíc také bez včelích složek.

INOVACE PRODUKTOVÉ I OBALOVÉ

Jak už bylo výše popsáno, v kategorii produktů na imunitu sice hrají prim osvědčené látky, které jsou ale zpracovány moderními postupy a k mání jsou i v nových formách. Inovace se ale netýkají jen samotných produktů, nýbrž i obalů.

Podrobně to popisuje Renata Kuniaková: „V poslední době zaznamenáváme v kategorii doplňků stravy vícero změn, a to zejména z hlediska produktových inovací a obalů. U prvně jmenovaných jde o kombinaci tradičních a moderních přístupů. Trendem je spojovat přírodní složky s vědecky ověřeným účinkem s tradičními látkami. Například betaglukany z hlívy ústříčné, ale i jiné rostlinné extrakty, které jsou oblíbené díky svým účinkům na podporu imunity, se často kombinují s minerály, jako jsou zinek a selen, stejně jako s vitaminy D a C.“ Jak dále uvádí, z hlediska forem jsou čím dál populárnější cucavé tablety nebo sirupy, a to hlavně v případě přípravků určených pro děti.

„Pokud jde o obaly, mnoho výrobců přechází na ekologičtější varianty, u nichž minimalizují plastové komponenty a využívají recyklované materiály. Také z hlediska jejich designu a funkčnosti lze pozorovat změny. Obaly se upravují tak, aby byly

.../...

inzerce

inzerce

Vitar Kids Probiotika pro děti od 3 let

- 5 probiotických kmenů
- prebiotická vláknina
- vitaminy D a C

BEZ LEPKU
BEZ LAKTÓZY

VSYPTĚ DO JÍDLA, NÁPOJŮ NEBO PŘÍMO DO ÚST

Doporučená prodejní cena **149 Kč**

Doplňek stravy se sladidly. | Vyrábí VITAR, s.r.o., třída Tomáše Bati 385, Zlín © BoBa STUDIO / Podlicenci poskytl Česká televize.

Originální produkt z průlomové studie KiSel-10: Pro energii a vitalitu seniorů!

- Originální kombinace mikronutrientů pro osoby pokročilého středního a staršího věku.
- **Koenzym Q10** s vitamínem B2, který pomáhá snižovat únavu a vyčerpání.
- **Selen (SelenoPrecise®)** přispívá ke správné činnosti imunitního systému a k ochraně buněk před oxidativním stresem.
- Patentované složení, vědecky ověřený účinek.

doplňek stravy

Bioaktivní SelenoQ10

Pharma Nord
www.pharmanord.cz

lehce přenosné a pohodlné na používání. Na vstupu jsou balení opatřena zipem a také menší 'cestovatelská' balení," objasňuje Renata Kuniaková.

Když je řeč o obalech, Soňa Lysáková poukazuje na ideální formu balení vitaminů a minerálů v podobě takzvaných stick packů: „Díky naší moderní technologii ve výrobě se v poslední době soustředíme na produkty ve stick packu. Jednorázové sáčky se sypkou směsí stačí nasypat do úst, kde se dobře rozpustí, a polknout. Není potřeba je zapíjet, takže jejich užívání je velmi pohodlné, a lze je mít všude s sebou. Nejen díky způsobu užívání, ale také díky jednorázovým balením. Malé sáčky je možné mít po kapsách či v kabelce, tedy stále při sobě. Aktivní látky jsou v této formě lépe vstřebatelné, s rychlejším nástupem účinku.“

Jana Šlapáková zase vyzdvihuje, že pokud jde o trendy, je znát velký posun v rozvoji prémiové kategorie, která s sebou nese důraz na kvalitu, vysoce vstřebatelná složení, důraz na čistotu složení a omezování přídatných látek a barviv. A dokumentuje to na jedné jejich novince: „Solgar Full Spectrum Omega ve formě tobolek je vyroben z lososa udržitelně uloveného v chladných křišťálových vodách severského regionu. Hladiny a vzájemné poměry EPA, DHA a dalších mastných kyselin reflektují ty, které se vyskytují

u volně žijících lososů. EPA a DHA napomáhají normální funkci srdce. DHA také napomáhají normální funkci mozku a zraku. Tobolky obsahují také vitamin D, který pomáhá podporovat normální stav kostí a normální funkci imunitního systému. Udržitelně získávaný olej ze severského lososa je certifikovaný organizací Friend of the Sea. Patentovaný proces čištění odstraňuje těžké kovy včetně rtuti, PCB a další látky znečišťující životní prostředí.“

OSVĚDČENÁ KLASIKA I NOVÉ FORMY PREZENTACE

Stejně jako se v sortimentu vedle stálíc objevují novinky, i v případě jejich prezentace se vedle klasičtějších forem prosazují nové formáty.

Jana Šlapáková k tomu říká: „Komunikace by měla reagovat na potřeby spotřebitelů tak, aby je naplnila. Důležité je také vhodné zacílení. V posledním roce dvou se však v komunikaci s pacienty/spotřebiteli objevují v oblasti doplňků stravy nové trendy. S nástupem sociálních médií a online platform se stále více využívá komunikace prostřednictvím sociálních sítí, blogů a influencerů. Tato forma komunikace umožňuje rychlé a interaktivní sdílení informací, recenzí a doporučení mezi spotřebiteli. Je však důležité, aby komunikace s pacienty/spotřebiteli byla v souladu s platnými předpisy a zajišťovala přesné a objektivní informace o doplňcích stravy.“

Zsolt Farkas je přesvědčen, že se vždy jedná o mix racionality a emocí, a klíčové je najít správnou

rovnováhu: „Na nákupní chování spotřebitele mají vliv atraktivní cenové nabídky, které fungují vždy a ve všech odvětvích. Zásadní je ale nabídnout spotřebitelům vždy taková řešení, která uspokojí jejich potřeby a poskytnou přidanou hodnotu.“ A připouje ještě jeden názor: „Co se týká digitálního prostředí, určitě je to oblast, která stále skrývá mnoho nevyužitých potenciálů. Edukace o různých aktivních ingrediencích a jejich pozitivních účincích na organismus nebo různé zajímavosti ze světa doplňků stravy poskytují informace, které spotřebitelé ocení a mohou pomoci vybudovat pozitivní vazbu ke značkám. Lze též pozorovat, že stále více lidí využívá výhod nakupování v e-shopech, které má svá vlastní pravidla lišící se od standardního procesu nákupu doplňků stravy v kamenných lékárnách.“

Michaela Baštová zase upozorňuje, co je důležité z hlediska forem prezentace u dobře zavedené značky: „Stále je velmi důležité kontinuální budování povědomí spotřebitelů s využitím hlavních médií – zejména televizních kampaní, tisku a též online podpory. Zároveň se zaměřujeme na

detailní komunikaci a spolupráci s našimi obchodními partnery, lékaři a lékárníky, a tak společně budujeme povědomí o důležitosti péče o střevní mikrobiotu pro naše celoživotní zdraví, a tím též o zavedené značce Biopron.“

.../...

V KOMUNIKACI SE OBJEVUJÍ NOVÉ TRENDY



Ing. Jana Šlapáková,
Nestlé Health Science, Mucos Pharma CZ

„V posledním roce dvou se v komunikaci s pacienty/spotřebiteli v oblasti doplňků stravy objevují nové trendy. S nástupem sociálních médií a online platform se stále více využívá komunikace prostřednictvím sociálních sítí, blogů a influencerů. Tato forma komunikace umožňuje rychlé a interaktivní sdílení informací, recenzí a doporučení mezi spotřebiteli. Je však důležité, aby komunikace s pacienty/spotřebiteli byla v souladu s platnými předpisy a zajišťovala přesné a objektivní informace o doplňcích stravy.“



LACIDOFIL

Lactobacillus rhamnosus, Lactobacillus helveticus tobolek

SLAVÍ 24 LET REGISTRACE V ČESKÉ REPUBLICĚ

LÉK URČENÝ PRO:

- Léčbu a prevenci průjemových onemocnění



Základní informace o přípravku LACIDOFIL, 2 x 10⁹ CFU tvrdé tobolek. Složení: Lactobacillus helveticus 5% (0,1 až 0,3 x 10⁹ CFU v jedné tobolece), Lactobacillus rhamnosus 95% (1,9 až 5,7 x 10⁹ CFU v jedné tobolece). Celkové množství bakteriální kultury 2 – 6 x 10⁹ CFU v jedné tobolece. *Lyofilizovaná aditiva (kryoprotektanty): sušené odstředivé mléko, sacharóza, kyselina askorbová. **Indikace:** K léčbě a prevenci průjemových onemocnění: akutní gastritidy, enteritidy a enterokolitidy, průjmu způsobeného dysmikrobiou po léčbě antibiotiky, při enteritidách po cytostatické léčbě nebo aktinoterapii, při průjmu spojeném s poruchou sekrece pankreatu nebo malabsorpci, při syndromu slepé klíčky. **Dávkování a způsob podání:** Pro všechny věkové kategorie. Dospělí: Preventivně: 1 tobolek denně. Pro léčebné účely: 1 nebo 2 tobolek 3krát denně. Pediatrická populace: Preventivně: 1 tobolek denně. Pro léčebné účely: Děti starší 2 let a dospívající 1 nebo 2 tobolek 3krát denně. Kojenci a batolata: 1 tobolek denně. Podává se perorálně během jídla nebo do 30 minut po jídle. Tobolky se mohou užívat celé nebo se jejich obsah vysype a zamíchá do jídla nebo nápoje. Kojencům a batolatům (do 2 let se obsah tobolek vždy smíchá s nápojem nebo jidlem. Dětem od 2 do 3 let se rovněž doporučuje smíchat obsah tobolek s jidlem nebo nápojem. **Kontraindikace:** Hypersenzitivita na léčivé látky nebo na kteroukoliv pomocnou látku uvedenou v bodě 6.1. Léčivé látky byly v kontaktu se sójou (příloha v mědu pro kultivaci bakteriálních kmenů). Pacienti s alergií na sóju by neměli používat tento přípravek. Pacienti s alergií na mléčné výrobky by neměli používat tento přípravek. **Interakce:** Nejsou známy. **Nežádoucí účinky:** Ve velmi vzácných případech (< 1/10 000 pacientů) byla hlášena přecitlivlost projevující se vyrážkou a průjemem. V těchto případech se doporučuje přerušit podávání, po čemž obtíže vymizí. **Upozornění:** Není vhodný pro pacienty se vzácnými vrozenými poruchami, jako jsou nesnášenlivost fruktózy nebo nedostatek sacharázy-isomaltázy (enzym štěpící sacharózu a isomaltózu). Není vhodný pro pacienty se vzácnou vrozenou poruchou látkové přeměny intolerance galaktózy (galaktosemie), pro pacienty s nedostatkem laktázy (enzym štěpící laktózu) nebo s glukózo-galaktózovou malabsorpcí (porucha trávení glukózy a galaktózy). Pacienti, kteří spadají do následujících skupin, by se měli před užíváním přípravku poradit se svým lékařem: pacienti s horečkou, kteří zvracají nebo pociťují prudkou bolest v krajině břicha, pacienti s akutním zánětem sliznice břicha, u kterých byl zaveden centrální žilní katetr nebo jsou po operaci, zvláště pokud dříve prodělali myokarditidu nebo endokarditidu, nebo jsou po operaci srdce, trávícího traktu nebo dutiny ústní (částečně extrakce zubů), jelikož otevíraná poranění jsou možným vstupem bakteriálních infekcí, pacienti s krvavým průjemem, zvláště děti a starší pacienti, jelikož poškozená střevní stěna je možným vstupem bakteriálních infekcí, pacienti se sníženou nebo potlačenou imunitou; zejména po transplantaci, při probíhající radio- nebo chemoterapii, nebo při nevyvinutém imunitním systému, u předčasně narozených dětí, pacientů s HIV, s lymfomem nebo u pacientů podstupujících dlouhodobou léčbu kortikosteroidy, děti se syndromem krátkého střeva, u kterých může užívání probiotik způsobit laktátovou acidózu. Tito pacienti musí být při užívání některých bakteriálních kmenů jako např. L. helveticus sledováni a užívání probiotik musí být ukončeno okamžitě, jakmile vzroste obsah laktátu v krvi. **Zvláštní opatření pro uchování:** Uchovávejte v původním vnitřním obalu, aby byl přípravek chráněn před vlhkem. Uchovávejte v chladničce (2°C - 8°C); chraňte před mrazem. **Držitel rozhodnutí o registraci:** Lallemand SAS, 19 rue des Briquetiers, Parc d'Activité de Font Grassée, 31700 Blagnac, Francie. **Datum první registrace:** 21. 06. 2000. **Volně prodejný léčivý přípravek, není hrazen z prostředků veřejného zdravotního pojištění. Před použitím se prosím seznamte s plným zněním Souhrnu údajů o přípravku.**



Za velmi důležitou je považována komunikace postavená na odbornosti. Podle Kristiana Hytella zůstává nejučinnější formou prezentace přímá komunikace v lékárnách, kde mohou zákazníci konzultovat své potřeby přímo s odborníky. „Dnes více než dříve vyhledávají produkty s jasnými vědeckými důkazy o účinnosti, a proto je klíčové prezentovat studie, které tyto produkty podporují. To je obzvláště důležité u doplňků stravy na podporu imunity, u nichž spotřebitelé očekávají rychlé a prokazatelné výsledky,“ zdůrazňuje.

Také Renata Kuniaková upozorňuje na zásadní roli odborných informací podložených studiemi

u konkrétních přípravků. „U doplňků stravy na podporu imunity se nejvíce osvědčují odborná doporučení lékařů a lékárníků, také recenze spotřebitelů a prezentace na sociálních sítích. V posledních letech se zvýšil význam vzdělávacích kampaní a transparentních informací o složení přípravků, jejich původu, bezpečnosti a klinických zkušenostech z praxe,“ říká a dodává: „Vzhledem k současné ekonomické situaci jsou čeští spotřebitelé citlivější na cenu a více reagují na slevy a akční nabídky. Je ale zajímavé, že navzdory tomu, že stále sledují ceny, do hry se dostává čím dál víc rozhodování na základě kvality produktu a jeho doporučení ze strany odborníků. Lze tedy konstatovat, že

VÝBĚR NOVINEK

BENEPHARMA CZ

Jamieson Probiotic Gummies s malinovou příchutí a Jamieson Probiotic cucavé tablety s jahodovou příchutí – doplněk stravy pro děti obsahující probiotika; Jamieson Vitamin D3 Softgels 2 500 IU; Jamieson Omega-3 Ultra Strength 900 mg

MUCOS PHARMA CZ

Solgar Vápník-Hořčík-Zinek – doplněk stravy, obsahuje vápník a hořčík na podporu zdravých kostí, zubů a svalů, hořčík snižuje míru únavy a vyčerpání, zinek přispívá k normálnímu metabolismu vitamínu A, udržování normálního stavu kostí, vlasů, nehtů, pokožky, zraku a ochraně buněk před oxidativním stresem, podporuje správnou funkci imunitního systému; Solgar Full Spectrum Omega – doplněk stravy, jehož tobolky jsou vyrobeny z lososa udržitelně uloveného v chladných křišťálových vodách severského regionu, EPA a DHA napomáhají normální funkci srdce, DHA také napomáhají normální funkci mozku a zraku, tobolky obsahují i vitamín D, který pomáhá mj. podporovat normální funkci imunitního systému

PHARMA NORD

Bioaktivní D-Pearls Phyto – inovativní verze oblíbeného doplňku stravy s vitamínem D3, je zcela na rostlinné bázi od surovin až po samotnou kapsli, stejně jako původní verze Bioaktivní Vitamin D3 D-Pearls 38 mcg i Bioaktivní D-Pearls Phyto obsahuje vysoce vstřebatelnou formu vitamínu D, na trh bude uveden počátkem roku 2025

v rozhodování mezi cenou a kvalitou sehrává kvalitní důležitou roli. Proto se nám osvědčuje komunikace odborných výstupů z klinických studií, které potvrzují účinnost a bezpečnost produktů Imunoglukan P4H® v prevenci infekcí dýchacích cest u dětí i dospělých.“

Ačkoliv se v rámci prezentace produktů leccos mění, jedna věc zůstává beze změny, a to velká obliba slev a různých akcí, která v poslední době rozhodně posiluje. „Spotřebitelé takzvaně slyší na slevy, akce, případně dárky k nákupu. Využíváme je hlavně u podpory dětských vitaminů a většinou výborně fungují,“ podotýká Soňa Lysáková. A Radek Sajvera potvrzuje: „Dnešní doba přeje různým akcím a slevám. Jsme jimi obklopeni doslova ze všech stran a větší procento nákupů v akci či slevě se nevyhýbá ani doplňkům stravy.“

Markéta Grulichová
marketa.grulichova@atoz.cz

Eucerin®

VĚDĚLI JSTE,

ŽE VAŠE PLEŤ MŮŽE VYPADAT MLADŠÍ, NEŽ JE VAŠ REÁLNY VĚK?



Po 15 letech výzkumu a 50 000 otestovaných ingrediencí, dosáhla značka Eucerin významného milníku v oblasti omlazování pleti díky patentované technologii Age Clock – biologických hodin specifických pro pleť.

#VratteZpátkyČas

Objevte revoluční inovaci v boji proti stárnutí pleti

Zestárnout, aniž by se na pleti objevily typické známky stárnutí, jako jsou vrásky, povadlé kontury nebo ztráta pružnosti, bylo až dosud jen krásným snem o prameni věčného mládí. Studie o epigenetice však ukazují, že zdravým životním stylem je možné posunout zpět „biologické hodiny“ našich buněk.

Patentovaná technologie Age Clock:
Eucerin dokáže přetočit zpět biologické hodiny pleti

Tento algoritmus určuje na základě epigenetických vzorců biologické stáří pleti, které se může výrazně lišit od chronologického věku. Odborníci laboratoří Eucerin určili epigenetickou aktivní složku **epicelline®**, která znovu aktivuje geny zajišťující mladistvý vzhled a vrací zpět biologické hodiny pletových buněk, čímž přispívá k obdivuhodnému omlazujícímu účinku. Na základě těchto poznatků vyvinula značka Eucerin průlomovou inovaci v epigenetickém výzkumu pleti: nové **HYALURON-FILLER EPIGENETIC Omlazující sérum**.

Sérum doplněné o kyselinu hyaluronovou, glycin saponin a enoxolon je skutečným generátorem mladistvého vzhledu a působí proti několika projevům stárnutí pleti současně. Jeho účinné složení zlepšuje pevnost, vypíná pleť, redukuje vrásky, zpevňuje kontury obličeje a celkově omlazuje.

Výsledky uvidíte již za 4 týdny pravidelného používání! *

*Podle klinických studií, které probíhaly odděleně po dobu 4-6 týdnů se 43 účastníky. Dále dle produktového testování probíhajícího 4 týdny se 160 účastníky.



Eucerin
HYALURON-FILLER
EPIGENETIC
Omlazující sérum

www.eucerin.cz



Díky rodičům jsem měla k farmacii odmala blízko



Mgr. Eva Koukalová o sobě

Farmacii jsem vystudovala na Veterinární a farmaceutické univerzitě Brno. Od narození bydlím v Odoleně Vodě, kde zároveň i pracuji v rodinné lékárně. Mám jednoho manžela (stále stejného) a dvě děti. S rodinou ráda cestuji a poznávám krásy nejen České republiky. Mou osobní zálibou je četba knih, divadlo a jóga.

LÉKÁRNA ODOLENA VODA

U Lékárny 306
250 70 Odolena Voda

Po a Pá: 7:30-16:00
Út a Čt: 7:30-17:30
St: 7:30-17:00

1 Proč jste si vybrala studium farmacie?

Byla to jedna z uvažovaných možností, jelikož oba moji rodiče byli lékárníci. Měla jsem tedy k tomuto povolání od dětství blízko. A nakonec tu byla otázka – farmacie nebo pedagogika? Zvítězila farmacie.

2 Jak dlouho pracujete za tárou?

Od roku 2000, kdy jsem začínala sbírat cenné profesní zkušenosti v nemocniční lékárně. Od roku 2003 pracuji v rodinné lékárně v Odoleně Vodě.

3 Co vás na práci lékárníka baví nejvíce a co naopak nejméně?

Nejvíce mě baví dennodenní komunikace s pacienty. Možnost poradit a být pro pacienty více konzultantem než pouze výdejcem léčiv předepsaných lékaři. A to v oblasti kontraindikací léčiv, volného prodeje či například homeopatických přípravků. Nejméně si užívám administrativu související s provozem lékárny.

4 Kdybyste měla kouzelný proutek, co byste v českém lékárenství okamžitě změnila?

Kouzelný proutek by se v dnešní době rozhodně hodil. Bylo by fajn, kdyby se zlepšila dostupnost léčiv do všech lékáren, a to i těch malých a nezávislých.

5 Jak vám při práci pomáhá časopis Pharma Profit?

Líbí se mi, že se časopis Pharma Profit věnuje lékárenství komplexně a z různých pohledů. Tím mi pomáhá udržet si přehled o dění v našem oboru.

6 Čím je charakteristická lékárná, v níž půsíte? Jak hodnotíte její lokalitu?

Sídlíme v areálu zdravotnického střediska. Díky tomu máme navázanou úzkou spolupráci se všemi ordinujícími lékaři, což přináší i nesporné výhody pro pacienty. S lékaři je mnohdy potřeba řešit náhrady léčiv v případě jejich výpadku ve výrobě.

7 O jaké OTC přípravky nebo doplňky stravy je ve vaší lékárně největší zájem?

V dnešní době hodně pacientů dbá na zvýšení své imunity a je vidět zvýšený zájem o související přípravky. Také je stabilně zájem o přípravky na močové cesty a obecně o přípravky na bolest. V neposlední řadě u našich zákazníků roste zájem o čaje.

8 Jak v lékárně pracujete s marketingem?

Naše lékárná je součástí řetězce nezávislých lékáren Moje lékárná a aktivně tedy využíváme a podporujeme marketingové strategie v rámci tohoto uskupení.

9 Navštěvujete nějaká školení v prodejních dovednostech?

Školení v oblasti prodejních dovedností jsem se již s kolegy účastnila. Není to však náš primární záměr. Snažíme se být pro naše zákazníky odborným poradcem, a proto se soustředíme na aktivní vzdělávání v oblasti léčiv nebo například legislativy. Navštěvujeme s kolegy konference, garantované kurzy a odborné semináře, které jsou v dnešní době hojně pořádány i na digitálních platformách.

10 Jak vidíte budoucnost lékárenského trhu u nás?

Myslím si, že bude čím dál víc narůstat konkurence mezi kamennými a online lékárnami. Stejně jako v mnoha dalších oborech bude i v lékárenství trendem větší digitalizace. Také věřím, že bude dále posilována odborná role lékárníků jako konzultantů pro pacienty. To vše by mělo přispět k lepším službám pro zákazníky lékáren. Touto cestou se již delší dobu snažíme jít i u nás.

11 Jakou nejhumornější příhodu jste za tárou zažila?

Naštěstí i v naší profesi zažíváme humorné situace. Často se zasmějeme například v situacích, kdy se pacient striktně dožaduje přípravku, u které si nemůže vzpomenout na název. Krabička určité barvy a název začínající na konkrétní písmeno. Po detailní diskusi s pacientem se ve výsledku dobereme zcela jiného závěru.

12 Jak si od práce nejlépe odpočínáte?

Ráda si po práci udělám čas pro sebe a v klidu si přečtu zajímavou knihu. Aktivním odpočinkem je pro mě jóga, turistika a rekreačně i sport. Konkrétně badminton a v poslední době koketuji se společenským tancem. Manžel pracuje ve zcela jiném oboru a jsme oba časově dost vytížení. Tyto aktivity jsou tedy zároveň příležitostí ke společně strávenému času.

13 Na který léčivý přípravek nedáte dopustit?

Jistě by jich bylo více, ale zmíním Tantum Verde. Účinný přípravek nejen na bolesti a záněty v krku, vhodný i při zánětech dutiny ústní (afty, paradentóza...) a bolestech po chirurgických zákrocích.

Markéta Grulichová, marketa.grulichova@atoz.cz

PŘIPOJTE SE K NÁM NA TŘETÍM SUMMITU MANAŽERŮ A MANAŽEREK UDRŽITELNOSTI A POMOZTE ZAVÉST PRINCIPY UDRŽITELNOSTI DO PRAXE NA ČESKÉM A SLOVENSKÉM TRHU!



Účast lídrů udržitelnosti



Dostatečný prostor pro networking



Inspirace pro susmany a susmanky



Setkání s partnery summitu



Profesionální moderátoři



Uznání za nejlepší udržitelné projekty uplynulého roku



Žádný greenwashing na pódiu



Poutavé panelové diskuse



Výsledky výzkumu udržitelnosti



Specializované workshopy

Odborný garant:



Unikátní akce skupiny:

Každý chce být udržitelný, společně to půjde lépe.



Czech & Slovak
**SUSTAINABILITY
SUMMIT 2025**
10. 4. 2025, Cubex Centrum Praha

Zúčastněte se akce; zapojte se do diskuse, jak mohou být podniky udržitelnější; propojte se se stovkami dalších odborníků na udržitelnost; najděte inspiraci pro realizaci vlastních úspěšných udržitelných projektů...

www.sustainabilitysummit.cz/registrace/



Využijte do konce listopadu **slevu 20 % na vstupné** s použitím kódu **EARLYSUSU2025**.

ACTIVE



#RADIO #EVENTY
#ONLINE #HVĚZDY
#KREATIV #PODCAST

2,4 mil

posluchačů týdně osloví
naše **RÁDIA**

+3 mil

uživatelů a fanoušků sleduje
naše **ONLINE MÉDIA**



hvězdné osobnosti, emoce
a jedinečné **ZÁŽITKY**

www.activegroup.cz



PH+ARMA PROFIT Kongres+19



08/10/2024 Olomouc
Program 19. lékárenského kongresu
přilákal pravidelné účastníky i nováčky



Zajímavosti z prezentací
Reference účastníků
Bohatá fotogalerie



Diskutujte s námi
[www.facebook.com/
pharmaprofit](https://www.facebook.com/pharmaprofit)



JEN DROBNÉ ZMĚNY STAČIT NEBUDOU

Prvním bodem programu 19. kongresu Pharma Profit byla tradiční panelová diskuse, jejíž téma i obsazení bylo tentokrát trochu třaskavé. Debatovalo se o tom, jak by lékárníci chtěli rozšířit své služby nad rámec výdeje léčiv například o očkování či screening. A do diskuse se nezapojili pouze oni, ale i praktický lékař. Během více než hodinové debaty zazněly informace zajímavé, překvapivé i rozporuplné. Že se potvrdilo, že zúčastněný zástupce praktických lékařů není nakloněn tomu, aby v lékárnách bylo například možné nechat si zjistit hladinu cukru či cholesterolu v krvi apod., zas tak moc nepřekvapilo. Pro pořádek je ale zase třeba přiznat, že v některých ohledech byly názory lékárníků a zástupce lékařů v podstatě v souladu. Co se ovšem při panelové diskusi bohužel ukázalo v plné nahotě, je celkové špatné a neefektivní nastavení tuzemského systému zdravotní péče, v němž se mrhá nejen penězi, ale i lidskými zdroji. Jisté je, že systém potřebuje mnohem větší změny než jen například povolit očkování v lékárnách. Pokud k jeho přenastavení nedojde, budeme nejen zaostávat za světem, ale zdravotní péče se bude zhoršovat. A to je nejspíš to poslední, co by někdo chtěl. Zejména když uvážíme, že podle průzkumů u nás bylo v roce 2021 se systémem zdravotní péče celkově spokojeno 83 % obyvatel a letos už pouze 68 % lidí.



Ráda bych vás pozvala 2. dubna 2025 do Prahy na jubilejní 20. kongres.



Jana Hozáková
group manager
jana.hozakova@atoz.cz

**PHARMA
PROFIT**
Kongres+20



LÉKÁRENSKÝ TRH Z VÍCERO ÚHLŮ POHLEDU

To, jakým směrem se ubírá, případně by se mohl ubírat, tuzemský lékárenský trh, se snažili zmapovat jednotliví prezentující na 19. kongresu Pharma Profit. Kromě tradiční panelové diskuse byla do jeho programu zařazena i prezentace plná čísel, která dokumentovala vývoj lékárenského trhu u nás i v regionu. Nechybělo ani vystoupení renomovaného ekonomy, který přiblížil, k jakým změnám v tuzemsku i ve světě došlo za poslední dekády a co to znamená pro ekonomiku. Velké

pozornosti se těšila přednáška zaměřená na personální problematiku. Díky několika vystoupením včetně videoreportáží měli účastníci možnost seznámit se s konkrétními příběhy lékáren a lékárníků. Závěr kongresu tradičně patřil odborné přednášce týkající se dispenzace.

Jak se vyvíjel lékárenský trh v ČR a v regionu, byl název prezentace, s níž vystoupil **Juraj Pavlík, ředitel služeb tržních dat ze společnosti IQVIA**. V úvodu svého vystoupení upozornil, že data, o nichž bude mluvit, se sbírají celosvětově a v jednotlivých segmentech odlišným způsobem.

„Pokud jde o segment Rx, jedná se o takzvaná sell-in data, tedy data velkodistributorů a distributorů léčiv, která v ČR doplňujeme daty, jež zveřejňuje Státní ústav pro kontrolu léčiv, a daty od samotných výrobců s tím, že pokrytí trhu se blíží ke 100 procentům,“ řekl a dodal, že v rámci střední a východní Evropy si ČR vede v uvedeném segmentu dobře: „V celkové hodnotě trhu jsme na třetím místě za Polskem a Rumunskem. Kdyby došlo k přepočtu na jednoho obyvatele, zaujímá ČR dokonce druhou příčku. Pokud jde o růst, nepatříme mezi nejrychleji rostoucí trhy, protože existují země s menším trhem, které ale co do hodnoty rostou rychleji.“

Tuzemský lékárenský trh dosáhl za loňský rok hodnoty 123 mld. Kč. Jde o celkový trh OTC a Rx v lékárnách. V meziročním srovnání se u nás hodnota trhu loni zvýšila o 9,1 mld. Kč, ale prodaný objem byl nižší o 10 mil. kusů. Na samotné lékárny připadá zhruba polovina hodnoty celkového trhu, tedy cca 65 mld. Kč. Vezmou-li se v úvahu jednotlivé typy lékáren, je patrné, že polovinu hodnoty tohoto trhu pokrývají lékárny řetězcové, druhou polovinu pak virtuální sítě (cca 29 %) a nezávislé lékárny (cca 20 %). „Zajímavé je, že když se vezmou v úvahu pouze léky na předpis, virtuální sítě mají zhruba stejný hodnotový podíl jako v předchozím srovnatelném období, ale řetězcové lékárny mají podíl zhruba o pět procent nižší a nezávislé lékárny naopak svůj podíl o pět procent zvýšily,“ upozornil J. Pavlík. Největší podíl co do hodnoty si na trhu léků na předpis z hlediska jednotlivých ATC skupin drží léky na diabetes a hubnutí. Za zmínku stojí skutečnost, že v TOP 10 ATC skupin v Česku pak největší nárůst hodnoty prodeje za loňský rok, a to o 212 %, zaznamenala antivirotika. Podíváme-li se v rámci segmentu Rx na tržní podíl jednotlivých společností, je jak u nás, tak ve střední a východní Evropě jedničkou společnost Novartis, na dalších místech se pak ale pořadí liší s tím, že mezi TOP 5 firem u nás se probojovala společnost Sanofi.

Pokud jde o tuzemský consumer health (CH) trh, který zahrnuje jak registrovaná, tak neregistrovaná OTC léčiva, dermokosmetiku a doplňky stravy, jsou podle J. Pavlíka data sbírána jinak než v případě Rx. „Data dostáváme zhruba z poloviny lékáren v ČR, zbylou polovinu statisticky projektujeme na výsledný trh,“ objasnil. Celkový CH trh se v uplynulém roce pohyboval kolem 37 mld. Kč, když zhruba 36% podíl připadal na registrované OTC produkty, podobný podíl, a to 34,4 %, na neregistrované OTC produkty, o zbytek se postaraly další segmenty, jako jsou dermokosmetika, doplňky stravy a podobně. J. Pavlík upozornil, že CH trh v meziročním srovnání rostl a že za tím jednoznačně stojí nárůst cen, jejichž tahounem je zvyšování cen registrovaných a neregistrovaných léčivých přípravků. Vezme-li se v úvahu TOP 5 OTC kategorií, tak v roce 2023 připadlo kolem 50 % co do hodnoty prodeje na řetězcové lékárny, rychle rostoucím hráčem na trhu se staly v tomto případě lékárenské e-shopy, jejichž objemový podíl převyšuje podíl nezávislých lékáren, a hlavně rychle roste. U e-commerce se nejsilnější kategorií staly vitaminy, minerály a doplňky stravy, v kamenných lékárnách to byla kategorie s názvem Chřipka a nachlazení. „Když se podíváme na jednotlivé kategorie, a to jak v kamenných, tak online lékárnách, je zřejmé, že již několik let jsou nejvýraznější kategorií přípravky na chřipku a nachlazení, následované vitaminy, minerály a doplňky stravy. Třetí místo co do hodnoty prodeje pak zaujímají přípravky na bolest. Loni ale ve srovnání s rokem 2022 dosáhla nejvyššího růstu hodnoty prodeje kategorie s názvem Inkontinence. Tento meziroční růst činil 17,6 procenta, zatímco zmiňovaná ‚jednička‘ v podobě přípravků na chřipku a nachlazení zaznamenala růst hodnoty prodeje o šest procent. V kamenných lékárnách je ale



trochu změna v tom smyslu, že jsou v nich přednostně prodávány léky na bolest, které hodnotově zaujímají 2. příčku za kategorií Chřipka a nachlazení, a předstihly tak vitaminy, minerály a doplňky stravy,“ popsal ředitel Pavlík. Dále podotkl, že z hlediska jednotlivých značek produktů dosahuje nejvyššího hodnotového podílu na prodeji léčivých přípravků na bolest Ibalgin, následovaný značkou Tena z rychle rostoucí kategorie inkontinenčních pomůcek.

Pokud jde o farmaceutický e-commerce trh, dosáhl v roce 2023 hodnoty 6,3 mld. Kč a meziročně narostl o masivních 25 %. Jak J. Pavlík upozornil, v IQVIA panelu mají devět lékárenských e-shopů s tím, že na rozdíl od kamenných lékáren v jejich případě nedochází k dopočítávání dat na celý trh. U lékárenské e-commerce jde tedy o prodejní data devíti tuzemských e-shopů, mezi něž jsou zařazeny všechny velké, ale i několik menších e-shopů. Podle J. Pavlíka meziroční růst e-commerce



Dr. Böhm® Dýňové tablety pro ŽENU Doplněk stravy pro citlivý močový měchýř

- ✓ obsahuje bezolejný extrakt z jader štyrské dýně, který je standardizovaný a dvacetkrát zkoncentrovaný
- ✓ navíc obsahuje cenné isoflavony ze sóji
- ✓ 1 balení = měsíční kúra
- ✓ při slabosti močového měchýře
- ✓ pro normální funkci močového měchýře
- ✓ pro oslabené svaly pánevního dna po porodu
- ✓ při neodkladném nutkání k močení

APA kód: 2372689



zrychluje: „Zatímco v roce 2022 oproti roku 2021 vzrostl hodnotově o 16 procent, loni ve srovnání s rokem 2022 už stoupl o 25 procent. Pokud se podíváme na evropský region, ČR patří v podílu prodeje léků prostřednictvím online kanálu k lídrům. V podstatě nám patří druhá příčka hned za Německem. Třetí místo zaujímá Slovensko, které má ještě výraznější meziroční růst než ČR. Konkrétně roste tempem 28 procent. Hodnotový tržní podíl lékárenských e-shopů v rámci tuzemského CH trhu činí 18 procent a v rámci OTC segmentu je to pak 11 procent.“

Vezme-li se v úvahu hodnota CH trhu, od roku 2021 mírně roste podíl řetězcových lékáren (o 1 % z roku 2021 na rok 2022, loni zůstal jejich podíl co do hodnoty ve srovnání s rokem 2022 stejný). Nejvýraznější růst podílu ale zaznamenává e-commerce, přičemž k drobnému poklesu pak došlo v případě virtuálních i nezávislých lékáren.

A které produkty takřkají nejvíce jedou v rámci online? Jsou to především vitamíny, minerály a doplňky stravy a dále produkty z kategorie označované unisex beauty products. A velký meziroční růst zaznamenávají inkontinenční pomůcky.

J. Pavlík také nastínil, jak by se tuzemský lékárenský trh mohl vyvíjet do budoucna: „Na základě analýz předpokládáme, že poroste zhruba o sedm procent ročně s tím, že to bude ovlivněno zejména uváděním nových produktů na trh a dále i reformami zdravotnictví a vyšší úhrad. Na druhou stranu je zde samozřejmě velký tlak na ceny léků v nemocnicích, což má na trh opačný vliv, stejně jako snahy o vyšší efektivitu, která se promítá do finančních výsledků. Trendem, který zaznamenáváme poslední dobou, je velký tlak v segmentu generik. V brzké době bude mnoha lékům končit exkluzivita, a proto lze očekávat vstup mnoha léčivých



přípravků na trh. A vzhledem k tomu, že u nás představuje velký potenciál e-commerce, lze očekávat, že na online trhu se budou snažit prosadit noví hráči.“

Dále zmínil, že v segmentu Rx léčiv se ve výhledu dvou tří let nepředpokládá žádná větší změna s tím, že imunomodulační léčiva zůstanou největší kategorií, která nejrychleji poroste. „Když se ale podíváme na klinická hodnocení a na to, co

farmaceutické firmy vyvíjejí, očekáváme, že zhruba po roce 2028 imunomodulační léčiva začnou stagnovat a růst se očekává u skupin léčiv na trávici trakt a kardiovaskulární systém,“ řekl. V závěru své prezentace J. Pavlík uvedl: „Snažili jsme se podívat i na české a zahraniční trendy, které jsme zaznamenali a podle nichž celkové farmaceutický trh ovlivňuje pět stěžejních faktorů. Je to digitalizace a přístup pacientů k novým inovativním lékům, který u nás ve srovnání s Evropou není špatný. Dalším faktorem je řešení nedostatku léčiv a jejich dostupnosti. Hlavně u farmaceutických firem už se promítá i rostoucí význam společenské zodpovědnosti neboli takzvané ESG (Environmental, Social, Corporate Governance) a v neposlední řadě zlepšení bezpečnosti dodávek, tedy příprava na další případné krize.“

A zároveň podotkl: „Ještě musím zmínit tuzemský trend v podobě růstu vlivu privátních značek, jejichž tržní podíl vzrostl za poslední rok na necelých 12 procent. Největšího podílu dosahují v kategorii vitaminů, minerálů a doplňků stravy. Tempo růstu sice není závratné, ale jejich význam neustále stoupá. A v poslední době také pochopitelně zaznamenáváme silící diskuse týkající se distančního výdeje Rx léčiv.“

Michaela Samková, recruitment manager, a Jiří Burián, group manager learning and development, ze společnosti Benu ČR ve své prezentaci nazvané Studenti farmacie pod křídly Benu mluvili hlavně o vzdělávání, které označili za pilíř jejich společnosti. Mimo jiné představili „balíčky“ vzdělávacích kurzů a seminářů v rámci celoživotního vzdělávání a rozvoje, které jsou přístupné studentům. Zaměstnanci i studenti mají k dispozici celkem 127 kurzů.

Oba řečníci zároveň představili i příběhy mladých talentů z jejich společnosti, kteří výhradně nepracují jen za tárou, ale díky svým zájmům se věnují

i různým projektům. Působí například v online poradně, zabývají se podporou oboru Farmaceutický asistent a podobně. Účastníci kongresu měli díky videoreportážím možnost se seznámit s příběhy dvou lékáren. V první videoreportáži **e-commerce manažer a vedoucí lékárny Mgr. Marián Michalides** představil koncept sítě Chytrá lékárna, která se letos na podzim stala členem skupiny Lemon. Mimo jiné uvedl, že každá Chytrá lékárna poskytuje nějakou jedinečnou službu od diagnostiky pleti a vlasů přes měření vitální kapacity plic až po měření hladiny cholesterolu, cukru a kyseliny močové v krvi a mnohé další. Dále poukázal na to, že se snaží zákazníkům a pacientům poskytovat neobyčejnou osobní péči a být i v kontaktu s veřejností. Proto například pořádají přednášky pro seniory, o které je nebyvalý zájem, či se zapojují do akcí, jako je kontrola mateřských znamének apod. Příběh druhé lékárny představil ve videoreportáži **PharmDr. Ivan Povážský, spoluzakladatel rodinné Klášterní lékárny v Opavě**, která tam funguje již 25 let a mezi 17 konkurenčními lékárnami ve městě je jediná nezávislá. Jmenovaná lékárna, jež se před 15 lety stala zakládajícím členem sdružení Alphega, sice disponuje klasickou ofiicí, ale má také zkušebnu ortopedických pomůcek, kterých prodává velké množství. Kromě toho je v lékárně samostatná konzultační místnost, jež představuje velký benefit, protože Klášterní lékárna je vyhlášená širokou nabídkou služeb. V roce 2017 tam začali s měřením cévního věku, postupně přibývaly další služby, jako je například měření hladiny cukru, cholesterolu a kyseliny močové v krvi, ale také specialita v podobě 24hodinového měření krevního tlaku. Ivan Povážský uvedl, že služby jsou zpoplatněny a že klientům, jejichž naměřené hodnoty neodpovídají normě, jsou schopni domluvit návštěvu u ambulantního specialisty. Závěrečný bod odborného programu jako tradičně patřil přednášce **lektorky dispenzační práce a řízení klíčových procesů v lékárnách**



PharmDr. Janě Matuškové, která se po uplynulém tropickém létě zaměřila na problémy, které mohou s vysokými teplotami, slunečním zářením, koupáním a cestováním souviset a nezřídka se kvůli jejich řešení lidé na lékárníky obracují. V první části své prezentace se věnovala různým typům poškození kůže, která mohou vzniknout na základě působení UV záření. Mimo jiné i aktivickému poškození a stárnutí kůže a možnostem výživy kůže, a dále pak prevenci a následné péči v případě aktivického poškození.

Druhou část pak věnovala intimnímu zdraví a vaginálním zánětům včetně jejich klasifikace.

Na základě toho pak ozřejmila, jaká je v jejich případě komplexní léčba. A zároveň doporučila, jak o těchto problémech komunikovat v lékárně. Na závěr své prezentace se J. Matušková zaměřila na podporu imunity. V souvislosti s ní mluvila nejen o využití orálních a střevních probiotik v prevenci respiračních infekcí, ale také o využití vitamínu C včetně jeho doporučených výživových dávek pro děti i dospělé. Kromě toho poukázala i na využití dalších vitamínů a minerálů, které jsou vhodné při dlouhodobé podpoře imunity stejně jako v případě krátkodobého užívání při příznacích onemocnění.

inzerce

PF 2025

GS **cemio** **switzerland**

Lipo Q10 **Condro DIAMANT** **Omega 3**

Vážené kolegyně, vážení kolegové,
srdečně děkujeme za spolupráci v roce 2024. Díky Vám jsme mohli společně naplňovat naše poslání: **Účinnost na prvním místě.**

Přejeme Vám klidné Vánoce, pevné zdraví a at' je rok 2025 stejně zářivý jako diamant.

inzerce

Flector® Rapidcaps

Rychlá úleva od bolesti

- Účinně léčí bolest např. hlavy, zubů a bolest při menstruaci
- Měkké želatinové tobolky rychle uvolňují účinnou látku

IBSA PHARMA s.r.o., Senovážné nám. 1463/5, 110 00 Praha 1, www.ibsa-pharma.cz

Zkrácená informace o léčivém přípravku Flector® Rapidcaps 25 mg měkké tobolky. Léčivá látka a léčivá forma: Diklofenacum epolaminum ve formě měkké tobolky. **Terapeutické indikace:** Krátkodobá symptomatická léčba mírné až středně silné bolesti (jako například bolesti hlavy, bolesti zubů, bolesti při menstruaci, revmatická bolest a svalová bolest). **Dávkování a způsob podání:** Dospělí a dospívající od 14 let mají zahájit léčbu 1 měkkou tobolkou a dále užívat 1 měkkou tobolku každých 4-6 hodin dle potřeby. V žádném případě se nemá užívat více než 3 měkké tobolky (což odpovídá 75 mg diklofenaku draselného) během 24 hodin. Měkké tobolky je třeba polykat vcelku a zapít vodou. Míra absorpce diklofenaku se snižuje, pokud se přípravek Flector Rapidcaps užívá s jídlem. Proto se doporučuje neužívat měkké tobolky během jídla nebo bezprostředně po jídle. **Kontraindikace:** Hypersenzitivita na léčivou látku nebo na kteroukoli pomocnou látku uvedenou v bodě 6.1. Aktivní žaludeční nebo intestinální vřed, krvácení nebo perforace. Nevyvážené poruchy krevtočby. Anamnesticky gastrointestinální krvácení nebo perforace ve vztahu k předchozí léčbě nesteroidními antiinflativiky. Anamnesticky rekurentní peptický vřed/hemoragie (dvě nebo více epizod prokázané ulcerace nebo krvácení). Stájeající městnavé srdeční selhání (NYHA II-IV), ischemická choroba srdeční, periferní arteriální onemocnění a/nebo cerebrovaskulární onemocnění. Poslední trimestr těhotenství (viz bod 4.8). Závažné selhání jater nebo ledvin (viz bod 4.4). **Podání jako jiné nesteroidní protizánětlivé léky (NSAID):** Diklofenak kontraindikován také u pacientů, u nichž byla zjištěna zezelená plíce nebo jiné NSAID vyvolávající závažný bronchospasmus, astmatu, kopřivky nebo akutní rýmu. **Zvláštní upozornění a opatření pro použití:** Větší nežádoucí účinky může být sníženo podáváním nejmenší účinné dávky po nejkratší dobu nutnou k potlačení příznaků. Je třeba se vyhnout současnému používání přípravku Flector Rapidcaps s jinými NSAID včetně selektivních inhibitorů cyklooxygenázy 2. U osob s poškozením srdečních, renálních či jaterních funkcí nebo u osob pokročilého věku se doporučuje zvýšená opatrnost. Pacienti, u kterých při užívání diklofenaku dochází k poruchám vidění, závratí, vertigo, somnolenci nebo jiným poruchám centrálního nervového systému, nemají řídit ani obsluhovat stroje. **Interakce:** Digoxin, fenytoin, lithium: Současné podávání může zvýšit koncentraci těchto léků v krvi. Diuretika a antihypertenziva: současné podávání může snížit antihypertenzivní účinek. Antikoagulantia a antagagista: současné podávání může zvýšit riziko krvácení. Jiné NSAID a SSR: současné podávání může zvýšit riziko gastrointestinálního krvácení. Methotrexát: současné podávání může inhibovat tubulární renální clearance methotrexátu. Takrolimus a cyklosporin: současné podávání může zvýšit nefrotoxicitu. Kolestipol a cholestyramin: současné podávání může vyvolat zploštění nebo snížení absorpce diklofenaku. Srdeční glykosidy: současné podávání může zhoršit srdeční selhání. Mifepriston: NSAID se nemají užívat 8-12 dní po podání mifepristonu. Silné inhibitory CYP2C9: jako například probenecid, sulfapyrazon a vorikonazol – současné podávání může vyústit ve významné zvýšení maximálních koncentrací v plazmě a expozice diklofenaku. **Těhotenství a kojení:** Kontraindikace ve třetím trimestru těhotenství. Inhibice syntézy prostaglandinů může negativně ovlivnit těhotenství a/nebo embryonální/fetální vývoj. Údaje z epidemiologických studií naznačují zvýšené riziko spontánního potratu u srdeční Stánka 7 z 12 malformace a gastrointestinální vředů během těhotenství. V malém množství přechází do mateřského mléka. Proto se diklofenak nemá podávat v období kojení, aby nedošlo k nežádoucímu účinku na dítě. **Použití může poškodit tenklost: žen a nedoporučuje se u žen, které se snaží otěhotnět. Nežádoucí účinky:** Časté bolesti hlavy, závrat, vertigo, nauzea, artralgie, průjem, dyspepsie, bolest břicha, flatulence, anorexie, vyrážka, pruritus. Méně časté: zvýšené hodnoty amononiemie. Uvedeno jsou jen nežádoucí účinky s četností výskytu $\geq 1/1000$ exponovaných pacientů. **Zvláštní opatření pro uchování:** Uchovávejte při teplotě do 25 °C. Uchovávejte v původním obalu, aby byl přípravek chráněn před světlem a vlhkostí. **Druh obalu a velikost balení:** Bly naprohládný PVC/PVDC/Al blistr. Balení po 10, 20 nebo 30 měkkých tobolkách. **Držitel rozhodnutí o registraci:** IBSA Slovakia s.r.o., Bratislava, Slovenská republika. **Registrační číslo:** 29/701/15-C. **Datum revize textu:** 19. 5. 2023. Před předepsání přípravku se seznáme s úplným zněním Souhrnu údajů o přípravku. Výdej léčivého přípravku není vázán na lékařský předpis. Přípravek není hrazen z prostředků veřejného zdravotního pojištění. IBSA-FCAP-017-2024/11

POTENCIÁL LÉKÁREN NENÍ VYUŽIT

Jak se mohou lékárny zapojit do společné péče o pacienty, zněl název panelové diskuse, v jejímž úvodu M. Krejsta řekl: „Cílem je zde komplexně představit rizika, ale i příležitosti, které přináší nové služby lékárníků v oblasti prevence, podpory samoléčby i léčby různých nezávažných onemocnění a také doporučení návštěvy lékaře, když to vyžaduje pacientův stav.“ A diskutujících se zeptal, zda je lékárník 'základním kamenem' v poskytování primární zdravotní péče. P. Šonka předeslal, že si lékárníků váží, ale že bude prezentovat názory, které jejich uchu nemusí lahodit. „Lékárny v ČR v současnosti nejsou součástí primární péče, kterou tak, jak je definována, poskytují praktičtí lékaři pro děti a dorost a pro dospělé, gynekologové a stomatologové,“ řekl. L. Malý vyjádřil názor, že lékárnici se cítí být součástí primární péče: „Ano, můžeme se bavit o tom, jestli v jejím rámci legislativně ukotvení jsme či nejsme. Ovšem lékárny jsou časově i místně nej-dostupnější zdravotnická zařízení a místo v primární péči určitě mají.“

Také O. Šimandl si myslí, že lékárníci jsou součástí primární péče: „S pacientem se setkáváme od narození až do období paliativní péče o něj. V popisu lékárenské péče je jasně uvedeno, že má lékárník přispívat k racionalizaci terapie, ověřování její účinnosti a bezpečnosti. Dále že by se měl aktivně zapojovat formou konzultací, screeningem a edukací o možnostech vhodných režimových opatření. Myslím si, že kontinuita lékárenské péče o pacienta po celý jeho život je jednoznačná a přínosná. Pokud budeme my zdravotníci spolupracovat, může to být jen ku prospěchu pacienta.“ Následně se M. Krejsta v návaznosti na jednu z priorit ČLnK, podle níž lékárník zůstává nezávislým odborníkem v oblasti lékárenské péče a je největším expertem na léky, obrátil na P. Šonku s dotazem, jak zmíněnou odbornost vidí, zda jde o cílovou odbornost, na kterou by se měl lékárník zaměřovat mnohem víc než na propojení do primární péče. „Přesně tak to vidím. Myslím si, že lékárník je na-prосто nezpochybnitelnou autoritou a má nezpochybnitelnou kvalifikaci v otázkách léčiv, jejich interakcí atd. To je oblast, kterou by lékárníci měli

rozvíjet. A v tom jim rádi pomůžeme v rámci prosazování jejich oprávněných zájmů. Mně jako lékaři primární péče chybí spolupráce s lékárníkem na nějaké jasně definované platformě právě v oblasti lékových interakcí apod.,“ uvedl a dodal, že v poslední době má problém sehnat lékárnou, kde mu připraví lék v rámci magistraliter přípravy: „Toto jsou přirozené kompetence lékárníků, na které z mého pohledu trochu rezignují, a místo toho hledají uplatnění v oblasti, kde je to podle mého z mnoha důvodů problematické.“ L. Malý odvětil: „Odborníky na léčiva určitě jsme, ale nelze mluvit o naší finanční nezávislosti. Například magistraliter příprava je závislá na tom, jak moc je předepisována. Magistraliter spektrum nelze obsáhnout v plné šíři, když nebude předepisované, protože je to pak finanční ztráta lékárny. Navíc na naši nezávislost má vliv i každý pozitivní list, ať už je od pojišťovny nebo zaměstnavatele.“ O. Šimandl pak uvedl: „Vzhledem k tomu, že pracuji na poliklinice, máme velkou spádovost a spolupracujeme s lékaři, kteří magistraliter předepisují, a jsme schopni ve většině případů připravit lék do druhého dne. Odborníky na léky obecně jsme,

mohli bychom být ale ještě většími odborníky na farmakoterapii. Umíme to! Ovšem nejsme schopni během dvou tří minut za tárou vše zhodnotit, protože při lékové konzultaci mě zajímá mnohem víc než jen to, jaké léky pacient užívá. Nejde o práci na pět minut, takže nelze pominout finanční stránku věci. Proto si myslím, že si tato činnost zaslouží své ohodnocení stejně jako např. komunikace lékaře s pacientem, která má přidělený svůj bodový kód ZP. Děláme odbornou práci, zatím za ni ale nejsme vůbec ohodnoceni. V tom vidím náš limit.“ Na dotaz, k jakým nejčastějším interakcím mezi lékárníkem a lékařem dochází, O. Šimandl odpověděl: „Nejčastěji konzultujeme dávkování léků, indikace u těhotných a kojících žen a dostupnost léků.“ L. Malý dodal, že v poslední době by k tomu ještě připočetl problematiku s ukončením úhrad některých balení léků, tedy jednotlivých SÚKL kódů, kdy lékař dlouhodobě předepisuje určité balení léků, například po 90 tabletách, které dříve bylo hrazeno ze zdravotního pojištění, a najednou úhradu nemá. „Nicméně pacient to na receptu předepsáno má a pak se diví, proč má najednou něco zaplatit, když to předtím nikdy neplatil. Tady vidím určitou naši závislost na tom, které balení se ještě hraje a které nikoliv,“ řekl. P. Šonka k tématu nejčastějších interakcí mezi lékárníky a lékaři podotkl: „Potvrdil bych to, co zmínili lékárníci. V posledním roce se nejčastěji domluva bohužel týkala dostupnosti léků, což bychom my ani lékárníci neměli řešit.“ Dále zmínil, že podpora vzniku zmíněných kódů pro lékárníky a jejich úhrada najde u lékařů podporu. „Ale vrátil bych se ještě k magistraliter přípravě. Když se tedy ekonomicky nevyplácí, proč neusilovat o vyšší úhrady, aby se tedy vyplatila? Myslím, že by to zdravotnický systém unesl,“ dodal.

M. Krejsta to označil za zajímavou myšlenku s tím, že to povede buď k vytvoření podmínek pro to, aby každá lékárna držela magistraliter přípravu v celé šíři, nebo ke vzniku specializovaných center, do nichž by byl větší přísun příslušných receptů. O. Šimandl upozornil, že už existují společnosti, které se zaměřují na soustředěnou magistraliter přípravu, ale problémem je termín dodání. Pohybuje se kolem týdne, což je v některých situacích, kdy je nezbytné léčbu zahájit bez nutného odkladu, příliš dlouho.

Poté přišla řeč na to, že společnost Benu ČR má centrální magistraliter přípravu a stále přibírá nové zákazníky, takže panu doktorovi Šonkovi mohou pomoci. Jak také zaznělo, vypadá to, že zatím nejsou k dispozici data svědčící o tom, že by se lékaři ve větší míře potýkali s problémy kvůli tomu, že lékárníci nedokážou zajistit magistraliter přípravu. Následně zaznělo, že v nabídce služeb mají například Benu lékárny i lékové poradenství, jehož využití je ovšem malé, protože pacient není informován, že by nějaké lékové interakce měl řešit. Praxe je taková, že pacient u lékaře dostane recept, s nímž si jde do lékárny léky vyzvednout. Nejsou-li však lékárník a lékař proaktivní, aby to s ním řešili, pacient ani neví, že lékové interakce je nějaké téma k řešení. Pokud by pro tyto konzultace existoval kód a úhrada od zdravotních pojišťoven, lékárník by byl motivován k tomu, aby byl aktivní a toto téma všemožně akcentoval a vyčlenil na to



kapacity. Když ale dnes nic takového není, nikdo ani neví, jak s výsledkem konzultace pacient dál naloží. P. Šonka reagoval: „Lékové konzultace dávají smysl, pacient si z nich informace odnáší, ještě bych ale uvítal, kdyby nějakou zprávu z této konzultace dostal registrující praktický lékař, čímž narážíme na neexistenci zdravotnické dokumentace v lékárně či kanálu pro výměnu informací mezi lékárnou a zbytkem zdravotnického systému. Jinak naprosto souhlasím s tím, co se zde řeklo. Nicméně třeba měření glykemie v lékárnách nedává smysl jednak proto, že na toto měření neexistuje žádná návaznost, ale i proto, že si nejsem vědom toho, že by lidé v ČR neměli pravidelně měřenou glykémii nebo hladinu cholesterolu v krvi. Myslím si, že při 12 ročních kontaktech Čechů se zdravotním systémem nemáme pacienty, kteří by neznali svou hodnotu glykemie atd. To, že s tím někteří nejsou ochotni něco dělat, a ne vždy slyší na léčebná doporučení, je jiná věc. Představa, že nám zde běhají desítky tisíc lidí s nerozpoznaným diabetem či dyslipidemií, je mylná a myslím si, že na datech se to dá seriózně doložit.“

Nato padla zmínka o tom, že zásadní je, aby byl celý zdravotní systém provázaný, protože jinak zůstává obrovská síla lékáren a odborníků v nich nevyužitá. Zejména ve chvíli, kdy se ukazuje, kolik peněz bude příští rok zdravotní systém potřebovat, je otázkou, zda jsme tak bohatý stát, abychom potenciál lékáren a farmaceutů nechali 'ležet ladem' a tvářili se, že lékárníky nepotřebujeme na nic jiného než na výdej léků a magistraliter přípravu. V souvislosti s tím přišlo ohlédnutí do historie, kdy už v roce 2015 předchozí prezident ČLnK nabízel, že lékárníci by se aktivněji mohli podílet na preventivních službách a screeningu. A nyní po devíti letech nezbyvá než konstatovat, že se nestalo vůbec nic a jsme na stejné pozici. Navíc se stačí podívat do zahraničí. Celosvětově narostl o 65 % počet zemí, kde se v lékárnách očkuje, a lidmi je to přijímáno velmi pozitivně. V tomto ohledu nás přeskočily země, jako jsou Rumunsko, Lotyšsko či Kongo, zatímco u nás i po devíti letech zůstáváme na úrovni stále stejných diskusí, což je škoda, protože svět se mění a my v tomto ohledu stagnujeme.

Poté uvedl O. Šimandl, že v jejich lékárně poskytují několik typů konzultací a služeb. Ty jsou však vždy provázány s předem dohodnutou spoluprací s lékařem. „Pan doktor Šonka hovořil o tom, že v ČR nejsou desetitisíce nerozpoznaných diabetiků, ale dle diabetologů žije v naší zemi několik stovek tisíc nediodagnostikovaných diabetiků. Za poslední tři roky jsem provedl screening zhruba u 500 lidí, u devíti z nich byla následně stanovena diagnóza diabetu a u 11 pak prediabetes. V lékárně se diagnóza samozřejmě nestanovuje, proto je důležité vytvoření týmu, který bude spolupracovat,“ zdůraznil. „Obávám se, že toto je nesystémové řešení. Jestli má ČR nějaký problém, tak se špatnou organizací zdravotního systému. Nemí pravda, že je u nás nedostatek lékařů, jsou jen špatně alokováni. Máme příliš mnoho lůžkových zařízení a lékařů v nich. Cestou je zlepšit organizaci péče, zefektivnit lékařskou službu, a ne ji nechat v současném stavu a jít cestou, že ji budou částečně suplovat lékárny. To by vedlo k dezorganizaci a totálnímu chaosu,“ reagoval P. Šonka.

L. Malý oponoval, že lékárníci nechtějí přebírat kompetence lékařů, ale že usilují o rozšíření možnosti dostupnosti a služeb pro obyvatelstvo. Podle doktora Šonky ovšem fakt, že někdo chce něco dělat, neznamená, že to tak má být: „Je třeba zjistit, jaká je poptávka systému. Osobně si dovedu představit očkování v lékárnách. Ale nejdřív je třeba vyřešit, aby mohli očkovat všichni lékaři, což zatím nejde.“

V závěru se M. Krejsta diskutujících zeptal, kde vidí potenciální oblasti možné spolupráce při péči o pacienta a za jakých podmínek. L. Malý zmínil, že jako mladí lékárníci si určili Vizi do roku 2030, v níž je zmíněno očkování, záchyty v rámci preventivní péče, zlepšení dispenzační péče a mimořádný výdej chronické medikace. „Myslím si, že nejvyšší šanci na realizaci má mimořádný výdej medikace,“ podotkl. Podle O. Šimandla lékárníci již v současnosti nabízejí velké spektrum odborných aktivit, nedokážou je však dostatečně prezentovat. „Měli bychom se soustředit na sběr dat pro pojišťovny a zaměřit se na užší spolupráci s lékaři,“ zdůraznil.

Doktor Šonka z uvedených činností vidí za jasně stanovených pravidel jako nejprůchodnější nouzový výdej chronicky užívaných léků: „To jsme ochotni podpořit. Nevidím ale důvod pro preskripci chronicky užívaných léků. Proč by to v době eReceptu měl dělat lékárník? Je to jasně dané – lékař předepisuje léky a lékárník dispensuje.“ Dále zmínil, že si dovede představit vakcinaci jako doplňkovou službu v lékárnách: „Je ale třeba počítat s tím, že to nebude výdělečný byznys. Například malá proočkovatost na chřipku není dána nízkou nabídkou, ale poptávkou. Lékárníci nemají neomezené kapacity a asi nemají kapacitu toto zvládnout,“ řekl. Posléze přišlo od jednoho z diskutujících ujištění, že lékárníci nechtějí lékařům očkování přebrat, ale doplnit možnosti, kde se lze nechat očkovat. L. Malý v závěru diskuse dodal: „Data týkající se zvýšení proočkovatosti existují. Když se začalo očkovat v lékárnách v Irsku, stoupla zároveň proočkovatost i u lékařů.“



Moderátor: PharmDr. Michal Krejsta, MBA, LL.M., tajemník AVEL ČR a SK, generální ředitel Lexum ČR a SK
Diskutující: PharmDr. Lukáš Malý, předseda spolku Mladí lékárníci, Mgr. Ondřej Šimandl, farmaceut a pedagog, MUDr. Petr Šonka, předseda Sdružení praktických lékařů ČR, Mgr. Martin Ůbl, strategický manažer Benu patientských služeb



Gabriela Šimšová

HR manažerka a lektorka

VZTAHY JSOU NĚKDY VÍC NEŽ PENÍZE

Ve své prezentaci nazvané Peníze nejsou všechno aneb Jak nalákat nové zaměstnance a udržet je ve své firmě Gabriela Šimšová podrobně rozebrala, jak nástup nových generací na pracovní trh otřásá vžitými představami o tom, co lidé od práce očekávají a jak se s těmito novými požadavky co nejlépe vypořádat – k prospěchu zaměstnanců i k prospěchu firmy. „Každé HR oddělení musí umět pro svůj podnik najít ty správné lidi, oslovit je a nalákat. Když už je ale přilákáme, je důležité je ve firmě udržet – a to znamená vybudovat si s nimi vztah. Vztahy jsou totiž zvlášť pro poslední dvě pracovní generace často důležitější než peníze,“ uvedla hned na začátku. Budování vztahu ve firmě se podle ní dá přirovnat k budování vztahu

v soukromém životě – i na něm je třeba pracovat, pokud nemá být jen vztahem krátkodobým.

SPOKOJENOST VERSUS ENGAGEMENT

K budování vztahu jsou ovšem nutné dvě základní věci – spokojenost a engagement. „Pokusím se vysvětlit, jaký je mezi těmito dvěma pojmy rozdíl. Spokojenost je o mně, o tom, jak se cítím v pracovním prostředí, jak mi vyhovují firemní benefity nebo pracovní doba. Spokojenost je prostě celá o „já“, to ale firmu nikam neposune, proto se bavíme o engagementu. Toto anglické slovo se dá přeložit jako „angažovanost“, já mám ale raději jeho druhý význam, kterým je „zasnoubení“. V soukromém životě zasnoubení znamená, že nám nejde jen o nějaké chvílkové pobavení, ale o dlouhodobý vztah v dobrém i zlém,“ zvolila přirovnání G. Šimšová a zdůraznila, že přeneseno do pracovního



vztahu to znamená, že firmě záleží na tom, aby byl zaměstnanec spokojený, a zaměstnanci zase na tom, aby firma prosperovala. „V takto dvoustranném vztahu, kde se lidé cítí být s firmou „zasnoubeni“, jsou také ochotní pro její úspěch vynaložit extra úsilí,“ vysvětlila.

FIREMNÍ KULTURA A JEJÍ HODNOTY

Jak ale takový dlouhodobý vztah mezi firmou a zaměstnancem vybudovat? Podle G. Šimšové zde hraje velkou roli firemní kultura. „Firemní kultura je v podstatě o vztazích na pracovišti. Nesmí nám tedy jít jen o to, jak naši firmu vidí zákazník, ale i o to, jaká je atmosféra v jejím zázemí. A ta závisí především na tom, jak společně fungujeme, jaké máme zvyky nebo rituály, které dávají lidem jistotu. Rituálem se přitom nemusí stát jen to, že společně chodíme v pátek na pivo, ale i to, kdo a jak řeší různé firemní problémy,“ objasnila. Zároveň zdůraznila, že firemní kultura vzniká v interakcích – mezi zaměstnanci a vedením, mezi zaměstnanci vzájemně i mezi zaměstnanci a jejich sociální bublinou. Klíčový je přitom vliv nadřízených, kteří jsou se zaměstnanci v přímém styku. Neopomněla přitom podtrhnout to, že firemní kultura není statická, ale mění se a vyvíjí v čase, s každým člověkem, který přichází nebo odchází, s každým problémem, kterému firma jako tým musí čelit. „Nesmíme prostě zapomenout na diverzitu týmu – každý člověk je jiný, má jiný původ,



vzdělání a zázemí, jiný přístup k řešení problémů. Tato diverzita je i mezigenerační – ať se nám to líbí nebo ne, každá generace je něčím specifická. Předchozí generace o některých věcech nechtěly mluvit, dnešní generace to má jinak, baví se i o věcech nepřijemných. Záleží proto i na tom, jak se naše firemní kultura staví k řešení nesouladů, ke kterým v každém kolektivu může dojít,“ uvedla G. Šimšová a upozornila i na další věc, která s nástupem posledních dvou generací nabyla při budování dlouhodobého vztahu s firmou na významu – totiž na firemní hodnoty a priority, kterým chtějí zvlášť mladí pracovníci rozumět a dokázat se s nimi ztotožnit.

MILENIALOVÉ A SNĚHOVÉ VLOČKY NA PRACOVNÍM TRHU

Právě dvě mladší generace, označované jako Y a Z, dnes tvoří většinu lidí na pracovním trhu, a proto stojí za to podívat se blíže na to, čím se liší od generací předchozích. „Mileniálové, tedy generace Y, jsou často označovány jako „digitální domorodci“. Moderní technologie se staly přirozenou součástí jejich života, jsou zvyklí na rychlý přístup k informacím a sociální sítě používají nejen k osobní komunikaci, ale také k budování profesních sítí a sdílení názorů. Důležitá je pro ně flexibilita, stagnace a stereotyp je děsí, a na významu u nich nabývá i work-balance. Chtějí mít čas na sebe, ale zároveň mají vysoké ambice – hledají smysluplnou práci, která jim umožní seberealizaci a osobní růst, a ocení, když je jejich práce vidět a jsou za ni chváleni. Přitom je pro ně důležitá i sociální odpovědnost, často se angažují v otázkách ochrany životního prostředí a sociální spravedlnosti,“ charakterizovala G. Šimšová hlavní rysy generace pracovníků narozených v letech 1982 až 1996. Ještě výraznější změny jsou podle ní viditelné u generace Z, tedy u lidí narozených po roce 1996 a označovaných také jako generace sněhových vloček. Technologie jim už neslouží jen k ověřování informací, ale stala se naprosto klíčovou součástí jejich bytí. Flexibilita jde u nich ještě dál než

u mileniálů, vědí, že díky moderním technologiím mohou pracovat odkudkoli, a nepočítají ani s tím, že celý život budou pracovat v oboru, který vystudovali. Také jejich důraz na sociální odpovědnost bývá ještě větší než u generace Y a hodnotový systém je pro ně velmi důležitý – dovedou ocenit, když firma dělá něco, na co mohou být hrdí. Přitom se na dalším rozvoji firmy chtějí sami podílet, proto často přicházejí s novými nápady a očekávají, že na ně dostanou rychlou odpověď. „Je to generace lajků, podobně jako na sociálních sítích potřebují i v pracovním životě ujišťování, že to, co dělají, je přijímáno pozitivně,“ řekla G. Šimšová.

VSAĎTE NA KOMUNIKACI, DŮVĚRU A RESPEKT

Právě pro lidi z této generace nejsou peníze rozhodně všechno, i když mzda je samozřejmě důležitá. Podle společného průzkumu Recruitment Academy a Edenredu z letošního roku jen 21 % lidí z generace Z pracuje pro svého zaměstnavatele kvůli vysoké mzdě, ostatní jako hlavní uvedli jiné důvody. „Mladí jsou jiní, důležité jsou pro ně vztahy. Potřebují vnímat smysluplnost, respekt, flexibilitu a důvěru, potřebují „být v obraze“ a cítit se součástí firemního dění,“ shrnula G. Šimšová. Jak takového stavu dosáhnout? „Klíčová je otevřená a upřímná komunikace, protože pomáhá předcházet nedorozuměním a řešit problémy efektivně. Je důležité vytvářet v týmu prostředí, kde se lidé cítí podporováni a oceňováni, a zároveň být flexibilní a přizpůsobiví, aby se mohli členové vyrovnávat s různými situacemi a výzvami,“ zdůraznila znovu G. Šimšová a zároveň uvedla způsoby, jak toho dosáhnout. „Pořádejte pravidelné individuální schůzky s jednotlivými zaměstnanci, kde budou moci otevřeně mluvit o svých názorech, obavách a nápadech. Tak budou cítit, že jim nasloucháte a že je oceňujete. Organizujte také otevřená fóra nebo diskuse, kde budou mít zaměstnanci příležitost podělit se o své myšlenky a nápady s ostatními, zároveň jim ale poskytněte možnost sdílet své názory a zpětnou vazbu anonymně prostřednictvím online dotazníků nebo schránek na zpětnou vazbu. A hlavně nezapomínejte, že naslouchání je jen první krok. Důležité je také rychle na získané podněty reagovat a podnikat konkrétní kroky k řešení obav zaměstnanců nebo k realizaci jejich nápadů. A pokud je realizovat nechcete, nebo nemůžete, řekněte jim to. Nejhorší je nechávat věci „vyhnít!“

inzerce

inzerce

ALLERGIKA
...váš specialista na alergie

VÍCE od hlavy až k patě

NOVINKA
KLINICKY ZDRAVOTNICKY PROSTREDEK TESTOVANO

ALLERGIKA® MED
pro ošetření ekzematické a suché kůže
www.allergika-med.cz

Výrobce:
ALLERGIKA Pharma GmbH
Hans-Urmiller-Ring 58
82515 Wolfratshausen
Germany

Výhradní dovozce
a distributor v ČR:
IBI-International spol. s r.o.
Senovážné náměstí 5
110 00 Praha 1, www.ibi.cz

H-PROTECT ENZYME

Komplex systémové enzymoterapie s podporou imunity, metabolismu a oběhového systému při zátěžových stavech



Vitamin B1 přispívá k normální činnosti nervové soustavy, k normální činnosti srdce. **Vitamin B2** přispívá k normální činnosti nervové soustavy, k ochraně buněk před oxidativním stresem, přispívá ke snížení míry únavy a vyčerpání. **Vitamin B6** přispívá k normální činnosti nervové soustavy, k normální funkci imunitního systému, ke snížení míry únavy a vyčerpání. **Vitamin C** přispívá k normální činnosti nervové soustavy, k normální funkci imunitního systému, ochraně buněk před oxidativním stresem a snížení míry únavy a vyčerpání. Selen přispívá k normální funkci imunitního systému, ochraně buněk před oxidativním stresem.



Ing. Miroslav Singer, Ph.D.

hlavní ekonom společnosti Generali CEE Holding
a bývalý guvernér České národní banky

ČÍNA ROSTE, EVROPA KLESÁ

Svou prezentací Miroslav Singer nazval Česko ve věru měnicích se světa a pádu inflace a shrnul v ní nejvýznamnější změny za posledních 25 let, v jejichž důsledku se svět brutálně proměnil. „Zcela zásadní jsou tyto tři věci: zmizelo sovětské impérium, podíl Číny na světové ekonomice úžasně vzrostl – z asi tří procent na téměř třetinu – a pozice Evropy se dramaticky propadla, zatímco USA si přes malinký pokles v zásadě zachovaly své místo. Pokles Evropy je ale opravdu významný – před 25 lety představovala zhruba čtvrtinu světové ekonomiky, zatímco dnes je to 16 procent, takže její význam vlastně klesl o víc než jednu třetinu,“ řekl úvodem současný hlavní ekonom společnosti Generali CEE Holding a bývalý guvernér České národní banky.

ZAOSTÁVÁME V AI

Evropa podle M. Singera také zaostává i v jiných ukazatelích, například ve vývoji umělé inteligence je víc pozadu, než si uvědomuje. „Na prvním místě jsou v tomto ohledu USA, pak Čína a EU je třetí. Když pak budeme porovnávat její vývoj podle velikosti států, zjistíme, že na prvním místě je Izrael a Singapur, před námi jsou ale i Austrálie nebo Spojené arabské emiráty,“ konstatoval. Evropa si naopak dobře vede ve snižování emisí CO₂, je však otázkou, zda jde o skutečné řešení problému, nebo jen jeho přehození jinam. „Je dobré si uvědomit, že emise snižujeme hlavně tím, že výrobu přenášíme jinam a všechno dovážíme. Evropa se vyčlenila tím, že se nejvíc čistí, a přitom klesá její význam,“ řekl. Špatnou zprávou je i to, jak se vyhrocuje politika – index, podle kterého se počítá politické napětí a který vychází mj. z daňových změn nebo z výskytu slova krize v médiích, dosáhl letos v září nejvyšší od



roku 1985. Politická rizika se přitom dále stupňují, např. konflikt ve východní Asii nemusí být podle M. Singera z hlediska čínských vůdců nemyslitelný, a EU jako celek nepřináší politiky, kteří by vzbuzovali optimismus. Zdrojem nejistoty na evropské úrovni pak i dál zůstane green deal a energetická politika.

NOVÉ EVROPĚ SE DAŘILO DOBRĚ

Dále se M. Singer zaměřil na růst prosperity za posledních 25 let, tedy na to, jak rostlo v jednotlivých zemích HDP na jednoho obyvatele ve srovnání se startovací pozicí v roce 1997. Tato čísla podle něj říkají, že svět je v podstatě „fér“, protože bohatší země rostly v průměru pomaleji než chudší státy. Zároveň se ukazuje, že úspěch většiny ekonomik východní Asie je mýtus, vysoce úspěšné jsou jen Čína a Vietnam, zatímco ekonomika Japonska neskutečně propadla – vykazuje za uplynulých čtvrtstoletí negativní růst. Mimořádný neúspěch pak znamenaly i latinskoamerické země včetně svého „premianta“ Chile, zato růst středoevropských ekonomik odpovídal výchozí situaci v roce 1997, rozhodně tedy nejde o neúspěch. „Z „nové EU“ jsou na tom nejlíp pobaltské státy, zhruba stejně jsou na tom ale z hlediska růstu i Bulharsko a Rumunsko. A dobře se dařilo i nám,“



konstatoval a dodal, že z „nové EU“ zaznamenávají horší výkon jen ekonomiky Chorvatska a Slovinska, dobře se ale nedaří hlavně velkým vyspělým ekonomikám „staré“ Evropy jako například Německu a Itálii.

ZBOHATLI JSME MIMOŘÁDNĚ

Z celé prezentace vyplynulo, že posledních 25 až 30 let představovalo z hlediska „nové EU“

mimořádně příznivé období pro její rozvoj. Začínáme být významní vůči ekonomikám, proti nimž jsme před pětadvaceti lety významní nebyli – Česká republika dnes například v HDP předstihla Portugalsko, Polsko zase Švédsko nebo Rakousko. Také v životní úrovni se srovnáváme se „starými“ státy – za dvacet let nám vzrostly reálné příjmy, zatímco v západní Evropě a USA střední třída zaznamenala stagnaci příjmů nebo jejich pokles. „Proběhla konvergence nás z hlediska mnoha údajů

přiblížila „staré EU“ víc, než si mnozí uvědomují. V globálním kontextu jsme zbohatli mimořádně,“ uzavřel M. Singer. A kdyby měl někdo pocit, že čísla o růstu nevystihují všechno a že v životě nejde jen o ekonomiku, ukázal ještě data o pocitech štěstí – tam se Češi, přes své obvyklé škarohlídství, posunuli na pěkné 18. místo.



inzerce

TIP NA VÁNOČNÍ DÁREK

inzerce

UNIKÁTNÍ TRIO VITAMÍN C

Celaskon® IMUNITA TRIO

S MODERNÍ TECHNOLOGIÍ
3-FÁZOVÉHO POSTUPNÉHO
UVOLŇOVÁNÍ PRO SPRÁVNÉ
FUNGOVÁNÍ IMUNITNÍHO SYSTÉMU.

ZENTIVA



SE STÁLICEMI I ÚPLNÝMI NOVÁČKY

Na 19. kongres Pharma Profit do Olomouce se ze všech koutů republiky sjelo 240 účastníků. V sále i v předsáli byly vidět jak známé tváře, tak nováčci, kteří na kongres zavítali poprvé.

Kongresu se tentokrát v hojném počtu zúčastnili i studenti z Ostravy, budoucí farmaceutičtí asistenti, se svými vyučujícími. Pro všechny byl připraven nejen zajímavý odborný program, ale také mnoho stánků, kde partneři představovali mimo jiné i novinky ze svého portfolia. A stejně jako v případě účastníků i mezi partnery byla řada nováčků, kteří se na kongresu prezentovali poprvé.

„Oceňuji, že na kongresu zaznělo mnoho novinek, o nichž jsem zatím nevěděla. Důležitý je i rozhled do jiných oblastí, na které se třeba naše lékárna zatím nezaměřuje, a inspirace s tím spojená. V rámci dnešního programu mě zaujalo například téma nouzového výdeje léčiv, o kterém se zde diskutovalo, tedy co by mohl lékárník pacientovi v případě potřeby vydat bez lékařského předpisu. Zdá se, že tato oblast vypadá nadějně a může se pohnout kupředu. Pokud budu moci, příštího kongresu Pharma Profit se určitě opět zúčastním.“

Mgr. Jitka Mrázková,
Lékárna Pardubické nemocnice



„Hlavním smyslem a cílem toho, proč jsme se stali jedním z partnerů kongresu Pharma Profit, je další zvýšení povědomí o naší firmě mezi odbornou veřejností. Důležité pro nás je, že o sobě tímto způsobem dáme farmaceutům vědět. Jde o dobrou příležitost ukázat, jaké máme novinky a celkově co v rámci našeho portfolia nabízíme. S účastí na tomto kongresu jsme rozhodně spokojeni, od lékárníků máme velmi pozitivní odezvu – pro mnohé z nich se jednalo o vítané oživení informací a naše novinky se jim líbily. Oceňujeme i skutečnost, že jsme zde potkali zástupce lékáren ze všech koutů republiky.“

KAMIL LIŠKA, GLENMARK PHARMACEUTICALS



„Partnery kongresu Pharma Profit jsme poprvé. Naše produkty začínáme prodávat v lékárnách a na této akci jsou všichni důležití stakeholdři. Dozvěděli jsme se tady hodně nového o byznysu a setkali jsme se zde s mnoha zákazníky a příležitostmi, kde můžeme naše produkty nabízet. Na stánku jsme prezentovali inhalační tyčinky s esenciálními oleji pro různé funkce, například pro lepší spaní, proti úzkosti a stresu nebo proti rýmě. Obávali jsme se toho, aby lékárníci nebyli k těmto produktům skeptičtí, ale máme od nich jednoznačně kladné ohlasy. Jsme nadšeni z toho, že se lidem naše novinky líbily.“

DAN BEŠEDA, BE THE ESSENCE (AOMU)

„V první řadě musím pochválit vystoupení paní doktorky Matuškové. Zná ji už přes dvacet let a její přednášky jsou bezkonkurenční. To, co ona řekne, prostě sedí, je velmi inteligentní, vyzná se v oboru a umí to 'podat'. Navíc do svých přednášek vždy zařadí i trochu šprýmu, takže se to lépe vstřebává. Celkově jsou témata na kongresu Pharma Profit vhodné zvolená, pokrývají veškeré potřeby každého lékárníka, prostě za mě vynikající akce. Konkrétně mě dnes zaujaly mimo jiné inspirativní ukázky provozů dvou lékáren.“

RNDR. PETR HOUSA, LÉKÁRNA HEJNICE



„O kongresu Pharma Profit jsem se dozvěděla od paní doktorky Jany Matuškové, se kterou dlouhodobě spolupracujeme. Součástí její aktuální přednášky je i představení nových produktů v rámci řady Celaskon. Zároveň nám tuto akci doporučovala s tím, že jde o kongres, který je do značné míry jiný než ostatní – je zde více praktických informací pro lékárníky a nejde jen o jednu produktovou přednášku za druhou. To nás zaujalo a současně jsme chtěli podpořit povědomí týkající se našich produktů mezi lékárníky. Účastníci kongresu jsou zvědaví, zajímají je informace o nových produktech, takže jsme spokojeni.“

KATEŘINA TICHÁ, ZENTIVA



„Na kongresu Pharma Profit jsem už po šesté nebo posedmé, akci navštěvuji pravidelně. Velmi se mi líbí odborná témata i diskuse, které tady probíhají. Kongres se postupně zlepšuje, například pokud jde o zázemí – není to jen přednáškový sál, ale můžete být i mezi partnery v předsáli, kde se přednášky a diskuse promítají, a jednat s nimi, aniž byste byli nahuštěni v jednom prostoru. Kongres je hodně 'záživný', přínosný, dozvíte se mnoho novinek a seznámíte se s názory jiných lidí. Zajímavá byla dnes například prezentace statistiky, jak se celkově ve zdravotnictví pracuje s financemi, což se samozřejmě bezprostředně dotýká i provozu lékáren a platů lékárníků.“

MGR. MICHAL LEPAČEK,
LÉKÁRNA FAKULTNÍ NEMOCNICE MOTOL





Nepřehlédli jste něco zajímavého?

RUBRIKA TVÁŘÍ V TVÁŘ

O tom, jak se sružení Moje lékárna profiluje a co nabízí svým zákazníkům, jsme si povídali s Ing. Jolanou Chrascinovou, ředitelkou a předsedkyní představenstva společnosti Sanovia, a Ing. Liborem Koziořkem, obchodním ředitelem a členem představenstva.



RUBRIKA LÉKÁRNA PŘI CESTĚ



V lékárně Dr. Max na poliklinice v pražských Modřanech sice hraje prim výdej léků na recept, ale díky zavedení některých služeb a konzultační činnosti se v poslední době klientela rozšířila o nové zákazníky, kteří do lékárny nemíří pouze pro předepsané léky.

RUBRIKA MONITOR TRHU

Zdravotnické potřeby si našly své pevné místo v kamenných lékárnách, odkud se ovšem v poslední době do značné míry přesouvají na e-shopy. Nabídka tohoto sortimentu se přitom dále rozšiřuje, a to i o velmi sofistikované přístroje.



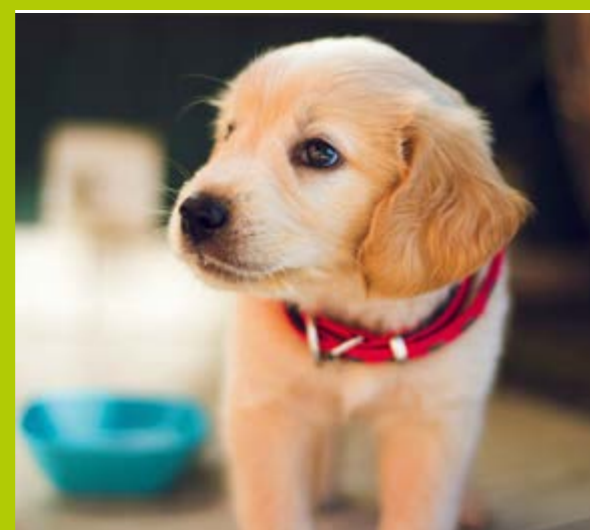
RUBRIKA PHARMA SEZONA

S nástupem podzimu začaly prodeje přípravků na podporu imunity jako obvykle nabírat na obrátkách. A platí, že spotřebitelé i nadále důvěřují osvědčeným látkám, ale preferují je v moderních formách a kombinacích.

V příštím čísle si přečtete



S jakými nejčastějšími požadavky se ohledně přípravků na alergie a atopický ekzém setkávají lékárníci, zmapujeme v rubrice MONITOR TRHU.



Zevrubné hodnocení uplynulého roku na tuzemském lékárenském trhu přinese tradiční rubrika PHARMA ARÉNA.



Na to, jaké produkty chodí spotřebitelé pro své domácí mazlíčky nakupovat do lékáren a jak se tam kategorie veterinárních přípravků rozvíjí, se zaměříme v rubrice PHARMA SEZONA.

Vydává:
ATOZ Marketing Services, spol. s r.o.
Holečkova 29
150 00 Praha 5
IČ: 48117706
Tel.: +420 606 023 052
www.atoz.cz
www.pharmaprofit.cz

E-mail:
pharmaprofit@atoz.cz

Vzor e-mailu:
jmeno.prijmeni@atoz.cz

Zakladatel:
Christian Beraud-Letz

Vydavatel a jednatel:
Jeffrey Osterroth

Group manager skupiny ATOZ Pharma:
Jana Hozáková

Šéfredaktor:
Markéta Grulichová

Redakce:
Jana Dulíková

Redakční příspěvatelé:
Stanislav Břeň, David Čapek, Jitka Hemolová

Odborní spolupracovníci redakce:
Mgr. Daniela Pokorná, Ing. Jana Šlapáková

Korektury:
Mgr. Dana Klimešová

Obchod:
Jana Hozáková

Fotografie:
Stanislav D. Břeň, Martin Mašín, Obalko, Pexels, Pixabay, Unsplash a archiv

Finance, administrativa:
Pavla Kadlecová, Veronika Kerblerová, Jana Nerudová

Traffic manager, produkce:
Eva Furmanová

Distribuce, předplatné:
Karolína Bezunková

DTP:
WAU! Studio s. r. o.

Tiskárna:
Triangl, a. s.
Beranových 65
199 02 Praha 9

Distribuce:
SEND Předplatné spol. s r.o.
Ve Žitbku 1800/77, hala A3
193 00 Praha 9
T: 225 985 242, GSM: 602 514 779
www.send.cz
E-mail: predplatne@atoz.cz

Registrační značka: MK ČR E21635
ISSN 2336-4637

Odrazy na určité značky a jejich užití, ať ve formě textové či obrazové, zmíněné v ediční části této publikace, jsou bezplatné. Jsou užitá pouze za účelem poskytnutí informací o zboží a značkách. Uveřejněné materiály mohou být dále publikovány pouze se souhlasem vydavatele.



NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍ ZNAČKY ROKU 2024!

NEJDŮVĚRYHODNĚJŠÍ ZNAČKY PRODUKTŮ, SLUŽEB A OBCHODNÍKŮ

ALKOHOL BOŽKOV	BALENÉ VODY MAGNESIA	BALÍHOVÉ SLUŽBY Zásilkovna	BANKY ČESKÁ Š spořitelna	BETONOVÉ PRAHY BEST	CESTOVNÍ KANCELÁŘE A AGENTURY Čedok	ČERPAČÍ STANICE ONO	ČISTÍCÍ PŘÍSTROJE SAVO
ČISTIČKY VZDUCHU IONIC CARE	ČOKOLÁDOVÉ CUKROVINY Lindt	DÁMSKÁ HYGIENA always	DEKORATIVNÍ HOSMETIHA DERMACOL PRAGUE	DERMOHOSMETIHA VICHY	DĚTSHÁ UŽÍVA HiPP	DĚTSKÉ KRÉMY PROTI OPARUŽENÍM Sudocrem	DĚTSKÉ MULTIVITAMÍNY RAKYTNÍČEK
DĚTSKÉ PLENY Pampers	DODAVATELÉ ENERGIÍ SKUPINA ČEZ	DOPLŇKY STRAVY NA IMUNITU Preventan	ELEKTRICKÉ NÁŘADÍ BOSCH	E-SHOPY S POTRAVINAMI rohlik	FASÁDNÍ SYSTÉMY weber	FLUKUČNÍ NÁPOJE isostar	HOBBYMARKETY OBI
HOLENÍ Gillette	HRAČKY FIGURKY IGRÁČEK	JAZYKOVÉ ŠHOLY BRITISH COUNCIL	KLINIČKY ESTETICKÉ MEDICÍNY MEDICOM CLINIC	HONDOMY durex	HOŘENÍ Vitana	HAMIVA PRO HOČHY whiskas	HAMIVA PRO PSY Brit
HUCHVÝŠKÁ A HOUPELOUVÁ STUDIA Siko	MALÉ SPOTŘEBIČE eta	MASO A UZENINY KOSTELECKÉ UZENINY	MONTAŽNÍ PĚNY, TMĚLY, LEPIČLA Pattex	OČNÍ KLINIČKY Gemint	OČNÍ OPTIKY GRAND OPTICAL	OSOBNÍ AUTOMOBILY SKODA	PARFUMERIE NOTINO
PĚČE O OČI VISINE	PIVO A PIVNÍ NÁPOJE Pilsner Urquell	PNEUMATIKY Bosum	POJIŠTOVNY GENERALI ČESKÁ POJIŠTOVNA	POŠKYTOVATELÉ DOPRAVNÍCH SLUŽEB ČD České dráhy	POŠKYTOVATELÉ TELEFONNÍCH A INTERNETOVÝCH SLUŽEB T	PRACÍ PŘÍSTROJE ARIEL	PRIVÁTNÍ ZNAČKY PENNY
PROBIOTIKA BIOPRON	PRODEJCI DROGERIE dm	PRODEJCI ELEKTRA DATART	PRODEJCI EROTICKÉHO ZBOŽÍ Růžový Slon	PRODEJCI KNIH KNIHY DOBRŮVSKÝ	PRODEJCI LÉČIV Dr.Max	PRODEJCI NÁBYTKU IKEA	PRODEJCI OBUVI D DECH-MANN
PRODEJCI ODĚVŮ H&M	PRODEJCI POTRAVIN LIDL	PRODEJCI POTŘEB PRO ZVÍŘATA super zoo	PRODEJCI ROSTLINNÉ HOSMETIKY YVES ROCHER	PRODEJCI SPORTOVNÍHO UYBAVENÍ SPORTISIMO	PRODEJCI ŠPERHŮ SWAROVSKI	PŘÍSTROJE NA MYTÍ NÁDOBÍ Jar	PŘÍPRAVKY NA BOLEST V HRKU Strepsils
PŘÍPRAVKY NA BOLEST ZAD, HLOUBŮ A SVALŮ Voltaren	PŘÍPRAVKY NA HAŠEL Stoptussin	PŘÍPRAVKY NA HLOUBY A HOSTI GS Condro	PŘÍPRAVKY NA KURSIKOVÉ INFENCE Canesten	PŘÍPRAVKY NA MOČOVÉ ÚSTROJÍ Urinal	PŘÍPRAVKY NA PĚČI O PROSTATU Prostenał	PŘÍPRAVKY NA RÝMU Olynth	PŘÍPRAVKY NA TRÁVICÍ A ZAŽÍVACÍ PROBLÉMY Rennie
Q-COMMERCE foodora	QUICK-SERVICE RESTAURANT McDonald's	REALITNÍ KANCELÁŘE M&M REALTY	ROBOTICKÉ VYSAVAČE Rowenta	SÁZKOVÉ KANCELÁŘE Tipsport	SÍTĚ KLINIČKY A AMBULANCÍ EUC	SROUNÁVACÍ PORTÁLY POJIŠTĚNÍ srovnejto.cz	STAVEBNICE LEGO
STŘEŠNÍ HRYTYNY DMI BRAMAC	STŘEŠNÍ NOSIČE, BOXY A PŘÍSLUŠENSTVÍ THULE	SYČENÉ NEALHOVÉ NÁPOJE kofola	TĚLOVÁ A HOUPELOUVÁ HOSMETIHA NIVEA	VEGETARIÁNSKÉ A VEGANSKÉ POTRAVINY Garden of Eatin'	VETERINÁRNÍ PŘÍPRAVKY Foresto	VÍNA Templárske	VLASOVÁ HOSMETIHA head & shoulders
VODOVODNÉ BATERIE GROHE	VOLNĚ PRODEJNÉ LÉHY NA BOLEST Ibuprofen	VOLNĚ PRODEJNÉ LÉHY NA CHŘÍPKU A NACHLÁZENÍ PARALEN GRIP	ZAHRADNÍ TECHNIKA Mountfield	ZOČNÍ MATERIÁLY YTONG	Sledujte novinky v programu!		

Průzkum byl realizován na reprezentativním vzorku 4 000 respondentů agenturou NIQ.

www.duveryhodneznačky.cz

TANTUM VERDE®



ÚČINNĚ LÉČÍ BOLEST A ZÁNĚT V KRKU A ÚSTNÍ DUTINĚ



TANTUM VERDE, TANTUM VERDE SPRAY FORTE, TANTUM VERDE MINT

S: Benzylamini hydrochloridum 1,5 mg/ml v kloktadle, 3 mg/ml ve spreji, 3 mg v pastilce. **I:** Symptomatická léčba zánětlivých projevů v ústní dutině a hltanu (gingivitida, stomatitida, faryngitida, afty), podpůrná léčba po chirurgických a stomatologických zákrocích v orofaryngeální oblasti. **KI:** Hypersenzitivita na účinnou látku nebo pomocné látky. Laktace. **ZU:** Dojde-li ke vzniku přecitlivělosti, je nutné léčbu přerušit. Pacientům s bronchiálním astmatem je třeba věnovat zvýšenou pozornost. Tantum Verde Mint obsahuje aspartam. **NÚ:** Méně často fotosenzitivita. Velmi vzácně pocit pálení nebo snížená citlivost v ústech. Výjimečně nevolnost a nauzea. **TL:** Kloktadlo, Spray forte: V těhotenství pouze po zvážení rizika pro plod, při kojení by neměl být používán. Pastilky: Přípravek by neměl být užíván v době těhotenství a kojení. **D:** Kloktadlo: Dospělí a děti od 6 let: kloktat nebo vyplachovat ústa až 6× denně, po dobu 30 sekund v množství 10–15 ml. Děti od 4 let vytírat ústa tamponem s nefedným roztokem. Spray forte: Dospělí: 2–4 dávky 2–6× denně. Přípravek v této koncentraci není určen k aplikaci dětem. Pastilky: Dospělí a děti od 6 let: až 3× denně 1 pastilka. **DRR:** Angelini Pharma Česká republika s.r.o., Palachovo náměstí 799/5, 625 00 Brno, Česká republika. **Reg. č.:** Kloktadlo 69/358/98-C, Spray forte 69/294/02-C, Pastilky: Reg. č.: 69/147/99-C. **Uchovávání:** Kloktadlo, Spray Forte: Nevyžaduje žádné zvláštní podmínky uchovávání. Pastilky: Uchovávejte při teplotě do 30 °C v původním obalu, aby byl přípravek chráněn před vlhkostí. **Datum poslední revize textu SPC:** Kloktadlo: 6. 8. 2021, Spray forte: 26. 8. 2021, Pastilky: 4. 10. 2022. Přípravky nejsou vázány na lékařský předpis a nejsou hrazeny ZP. Seznamte se se Souhrnem údajů o přípravku (SPC).

* platí pro tekuté formy.

Angelini
Pharma

Angelini Pharma Česká republika s.r.o.,
Palachovo náměstí 5, 625 00 Brno, www.angelinipharma.cz