

gözlerinde gördüğümüz sevinç kelimelerle ifade edilemez. Bunun yanı sıra Bayer Liseler Arası Bilim Yarışması'na ise ilk iki yılında 1.371 öğrenci 822 projeye başvurdu. Tüm bu veriler bize gösteriyor ki hayatına etki ettiğimiz insan sayısı her geçen yıl artıyor ve bu da amacına gönülden inandığımız projelerimizin daha da çok büyümesini sağlıyor.

İlaç sektörünün daha iyi iletişim yürütebilmesi ve projeler üretebilmesi için ne tarz düzenlemelere ihtiyaç var? Eksiklikler neler?

Ürünlerimizle ilgili iletişim faaliyetlerini ilgili kanun ve düzenlemeler doğrultusunda gerçekleştiriyoruz. Özellikle reçetesiz ilaçlar alanında yeni düzenlemeler yapılabileceğini öngörüyoruz, talep edilen zamanlarda bu görüşlerimizi kamu kurumlarıyla paylaşıyoruz. Ancak Bayer için öncelik toplumun



İş Birliği:

Toplum Gönüllüleri Vakfı
Projeler: Bayer Genç Bilim Elçileri, Bayer Liseler Arası Bilim Yarışması

hastalıklarla ilgili bilgilendirilmesine ve sağlık okuryazarlığının artırılmasına katkı sağlamak. Bugüne kadar diyabet ve MS gibi çeşitli hastalıklarla ilgili çok sayıda bilgilendirme kampanyası hayata geçirdik. 2014

yılından bu yana ise www.kadinsagligitv.com üzerinden kadınları yakından ilgilendiren tüm konularda kadınları bilinçlendirmeyi amaçlayan ve ilgili derneklerin de desteği ile hayata geçirilen projede, 100'e yakın uzman doktor tarafından günün belirli saatlerinde canlı yayın yapılarak merak edilen sorular yanıtlanıyor. Öte yandan kısa bir süre önce genel yaşam sağlığıyla ilgili bir bilinçlendirme kampanyası da başlattık. 2017 yılı itibarıyla Sağlıklı Yaşam Hareketi Derneği ile birlikte hayata geçirdiğimiz "Bu Yıl 365 Gün Olsun" sloganlı kampanya ile kamuoyunu kendisine daha iyi bakma konusunda bilinçlendirerek ve öneriler paylaşarak, daha sağlıklı yaşama davet ediyoruz. Toplum bilgilendirme ve sağlık okuryazarlığını arttırmaya yönelik inisiyatiflerimiz önümüzdeki dönemde de devam edecek.

Sektör sadece ilaç değil, toplum sağlığı için çözümler de üretiyor

İlaç sektörü reklam ve iletişim çalışmaları açısından hareket alanı oldukça dar bir sektör. Bu bağlamda genel olarak iletişim çalışmalarınızı nasıl yürüttüğünüzden bahsedermisiniz?

İlaç sektörü tanıtım yasakları olan bir sektör. Kurumsal reklamlarda bile hareket alanımız oldukça kısıtlı. Aslında biz de sektör olarak Türkiye'de sağlık okur yazarlığı ve sosyo-kültürel seviyenin düşük olması nedeni ile ilaç tanıtımlarının yapılmasının toplumsal riskleri konusuna katılıyoruz. Ancak kurumsal tanıtım açısından biraz daha diğer sektörlerin kullanabildiği mecraları kullanabilir olmak gerektiğine de inanıyoruz. Örneğin yaptığımız KSS projelerinin iletişimlerini daha çeşitlendirilmiş mecralarda ve diğer sektörlerle sağlanan imkanlarla yapabilmek isterdik. Sektöre baktığımızda reklam ve iletişim açısından daha çok KSS projeleri ile iletişim çalışmalarında varlık gösterdiklerini görürsünüz zaten. Biz de bu şekilde yürütüyoruz iletişim çalışmalarımızı. Bunun dışında sadece sağlık uzmanlarına ulaşan, halka ulaşmayan sektör yayınlarını kullanarak uzman hedef kitlemize yönelik iletişim faaliyetlerimizi yürütüyoruz. Bu yayınları tıp alanındaki yenilikleri takip etmeleri ve uzmanlara güncel bilgileri/haberleri erişirmek misyonları nedeni ile önemsiyor ve destekliyoruz.

Bu çalışmalar çerçevesinde sosyal sorumluluk projeleri yapıyor musunuz? Genelde sağlık projeleri mi geliştiriyorsunuz? Varsa şayet



Mine Tirit, Chiesi İlaç Lojistik Müdürü ve KSS Projeler Lideri

projelerinizden örnekler verebilir misiniz?

Hem sağlık hem de diğer sosyal sorumluluk alanlarında projelerimiz oluyor. Bugüne kadar Lösev, Tohum Otizm Vakfı, Mor Çatı Vakfı, Taud (Talasemi Araştırma ve Uygulama Derneği) ile iş birliklerimiz oldu. Çevre konusunda Tema ve Çekül vakıfları ile çalıştık. 2016 yılında başlayan halen devam eden Koruncuk Vakfı Bolluca Köyü Etüt Evi projemiz var. Önümüzdeki Mart ayında açılışını yapacağız.

Sosyal sorumluluk projelerinizin tüketicide ve paydaşlarındaki geri dönüşünü, algısını nasıl ölçüyorsunuz?

Çalışanlarımız ve aileleri için özel günlerde



İş Birliği:

Tema, Lösev
Projeler: Koruncuk Vakfı
Bolluca Köyü Etüt Evi
Obezite Farkındalık Projesi

hediye seçimlerimizi vakıflardan yapıyoruz ve güzel geri dönüşler alıyoruz. 2016 yılında proje çalışmalarımızı tanıtım broşürleri ile ve mail yolu ile tedarikçilerimize de duyurduk ve güzel geri bildirimler aldık. Bağış ile katkı sağlayanlar da oldu. Bu alandaki ölçümü daha sistemli hale getirmek için çalışmalarımız devam ediyor.

İlaç sektörünün daha iyi iletişim yürütebilmesi ve projeler üretebilmesi için ne tarz düzenlemelere ihtiyaç var? Eksiklikler neler?

İlaç sektörünün kendini ifade edebileceği mecralar ve imkanlar çok kısıtlı. Öncelikle bu mecraların daha çok çeşitlendirilmesi ve nitelikli bir medya aracı olarak sektörün hedef kitesine mesajlarını iletebilir konuma gelmesi gerekir. Sonuç olarak, sektör sadece ilaç değil aynı zamanda toplum sağlığı için de farklı çözümler üretiyor ve bunların topluma ulaştırılabilir olmasını önemsiyor.