



---

## Lilly, premiada por su campaña de concienciación contra la falsificación de medicamentos

---

- Los premios de publicidad Aspid y el Festival El Sol reconocen esta iniciativa que advierte de los peligros de comprar fármacos a través de Internet
- En la XV Edición de los Premios Aspid, la campaña se hace con dos diplomas dentro de la categoría Campañas de Comunicación Institucional: “Mejor Audiovisual” y “Mejor Documento Impreso”.
- La iniciativa ha sido galardonada además por el Festival El Sol , que este año premia por vez primera a productos y servicios relacionados con la salud.
- Para dar a conocer esta campaña de concienciación, Lilly ha desarrollado la web [www.notelajueguesonline.com](http://www.notelajueguesonline.com), para advertir a los consumidores del peligro de comprar fármacos por Internet y los riesgos para la salud que puede conllevar ser partícipe de este negocio ilegal.

**Madrid, 4 de julio 2011.-** La Campaña de Falsificación de Medicamentos llevada a cabo por Lilly para concienciar de los peligros de comprar y consumir fármacos a través de Internet, acaba de ser galardonada en dos de los más prestigiosos premios de publicidad en Iberoamérica: los Premios ASPID y el Festival El Sol.

Los Premios ASPID, en su última edición, han concedido dos galardones a la iniciativa dentro de la categoría de Campañas de Comunicación Institucional. La organización de estos premios de la publicidad iberoamericana de salud y farmacia ha reconocido la creatividad del vídeo viral diseñado para la campaña otorgándole el diploma al “Mejor Audiovisual”. Además, la convocatoria a periodistas para crear expectación de cara a la presentación de la campaña, se ha alzado con el diploma al “Mejor Documento Impreso”.

Asimismo el prestigioso Festival El Sol, uno de los más reconocidos dentro del mundo de la publicidad y que se otorgan anualmente en San Sebastián, ha concedido un Sol de Plata al vídeo viral de No te la Juegues Online. Este año por primera vez en su historia, el Festival El Sol premia a productos o servicios relacionados con la salud en una nueva categoría, en la que la iniciativa de Lilly ha obtenido el segundo puesto de la clasificación.

Los premios suponen un reconocimiento al trabajo de concienciación de este proyecto dirigido a la población general contra los medicamentos falsificados, y a la importancia de advertir de los peligros que conlleva la adquisición de fármacos vía online.

“Las falsificaciones de medicamentos suponen un serio peligro para la salud de los pacientes, que confían en nuestras marcas. Al acudir a cauces no legales, como es Internet, los consumidores acceden a falsos medicamentos que no sólo no les proporcionan la eficacia buscada, sino que pueden provocarles múltiples efectos indeseados”, asegura Teresa Millán, directora de Asuntos Corporativos de Lilly España.

---

## Campaña contra Falsificación de Medicamentos

---

La Campaña de concienciación contra la Falsificación de Medicamentos surge de la colaboración entre la Asociación Española para la Salud Sexual (AESS), la Asociación Española de Andrología, Medicina Sexual y Reproductiva (ASESA) y el laboratorio farmacéutico Lilly. Su objetivo es advertir a los consumidores del enorme riesgo para la salud que supone comprar fármacos a través de Internet de los cuales se desconoce su composición y procedencia, y que no garantizan los mínimos controles de seguridad.

Y es que Internet se ha convertido en la principal vía de venta de medicamentos falsificados en los países desarrollados: más de 15.000 millones de mensajes al día –un 25% del tráfico mundial de emails- son mensajes “spam” promocionando medicamentos falsos y entre 4.500 y 15.000 web sites ofrecen uno de los medicamentos más demandados, los fármacos frente a la disfunción eréctil.

Entre el 50% y el 90% de los medicamentos que se venden por Internet son falsos, lo cual quiere decir que pueden contener o no el principio activo que anuncian, o lo que es más peligroso, puede haberse mezclado con sustancias tóxicas. Este negocio ilícito provoca que en España actualmente entre el 1% y el 3% de los medicamentos que se venden y se compran sean falsos, siendo nuestro país el tercero de la UE en el que hay más fármacos en el mercado ilegal.

---

## Jugando a la ruleta rusa

---

El vídeo viral premiado por ambos festivales puede visionarse en la página web [www.notelajueguesonline.com](http://www.notelajueguesonline.com), diseñada para llegar al público a través del mismo canal que utilizan para realizar la compra de fármacos online. Las imágenes muestran al perfil del comprador tipo en la red –hombre, de entre 35 y 55 años- accediendo desde su casa a través de Internet a una página web de adquisición de medicamentos. A medida que se acerca el momento de la compra, el hombre va escuchando el ruido de un cargador de un arma girando, a modo de ruleta rusa, hasta que finalmente se advierte del peligro sanitario que supone realizar este tipo de compras sin garantías. En el vídeo se realiza una analogía con el juego de la ruleta rusa, ya que el usuario no sabe cuál de los medicamentos que adquiere va a ser el que conlleve un riesgo para su salud ni cuándo puede poner en peligro su integridad física. Con esta iconografía se quería reforzar el objetivo de la campaña: comprar medicamentos online puede ser el juego más arriesgado de tu vida.

El mailing de la convocatoria a periodistas para presentar a los medios de comunicación siguió en la línea de la ruleta rusa. Se llevó a cabo una convocatoria teaser en la que se envió a los periodistas una caja para el almacenaje de balas, en la que se advertía que “miles de personas están en el punto de mira”.