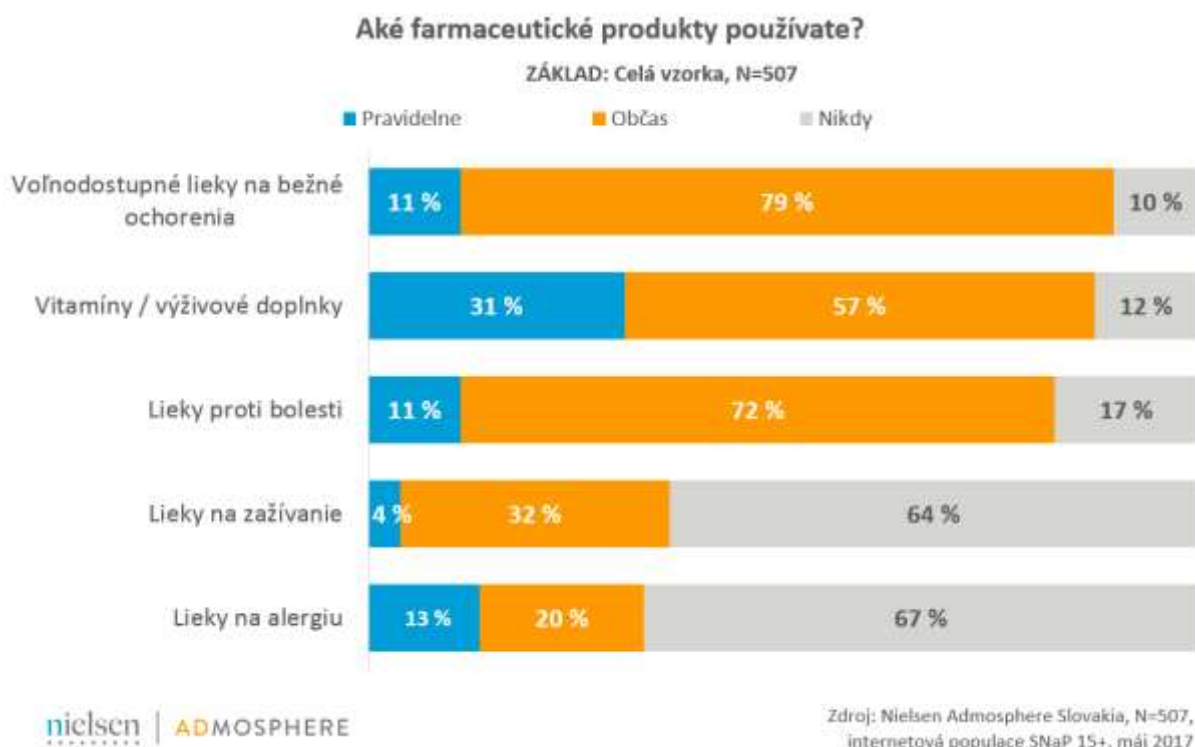


Z farmaceutík kupuje drvivá väčšina ľudí aspoň občas voľne dostupné lieky na bežné nemoci a výživové doplnky

Z farmaceutických prípravkov užíva 9 z 10 Slovákov aspoň občas voľne dostupné lieky na bežné nemoci, ako je chrípka alebo nachladnutie, a na tesnom druhom mieste je užívanie vitamínov a výživových doplnkov. Najčastejšie si farmaceutiká ľudia nechávajú odporučiť od lekára, ale bežne si ich vyberajú aj na základe vlastných skúseností. Výsledky pochádzajú z nedávnej štúdie Nielsen Admosphere Slovakia, ktorej sa zúčastnila päťstovka respondentov z internetovej populácie staršej ako 15 rokov.

K aspoň občasnému užívaniu voľne dostupných liekov na bežné nemoci sa hlási 90 % internetových užívateľov, z nich ich pravidelne užíva 11 %. Druhým najčastejšie konzumovaným farmaceutickým prípravkom sú vitamíny a výživové doplnky, ktoré pravidelne užíva necelá tretina ľudí a občas 57 %. 83 % berie aspoň občas lieky proti bolesti, 36 % lieky na zažívanie a 33 % lieky na alergiu.



Čo sa týka výberu konkrétnych farmaceutických prípravkov, necelá polovica respondentov si ich pravidelne vyberá na základe odporučení lekára a 46 % na základe vlastných skúseností. 26 % si necháva pravidelne farmaceutiká odporučiť od lekárničky.

Na otázku, aký typ reklamy na farmaceutické prípravky opýtaným najviac vyhovuje, odpovedala najväčšia časť, že žiadny (29 %). 27 % uprednostňuje letákovú formu a 24 % reklamu v televízii.

Marek Zámečník | Zástupca riaditeľa spoločnosti

marek.zamecnik@admosphere.sk

Nielsen Admosphere Slovakia, s.r.o. | Lazaretská 23 | 811 09 Bratislava | tel.: +420 253 410 254 |

www.nielsen-admosphere.sk

Eliška Morochovičová | Public Relations

eliska.morochovicova@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Doplňujúce informácie:

Spoločnosť **Nielsen Admosphere Slovakia** (www.nielsen-admosphere.sk) je dcérskou spoločnosťou výskumnej agentúry Nielsen Admosphere, a.s. Okrem klasických výskumov trhu (face-to-face, CAWI, CATI prieskum...) sa sústreďujeme aj na rozsiahle a metodologicky a technologicky náročné mediálne výskumy. Na Slovensku od roku 2007 realizujeme Výskum návštevnosti internetu a sociodemografie jeho užívateľov (AIMmonitor), od roku 2013 monitorujeme internetovú reklamu (Admosphere SK).

Naša materská spoločnosť realizuje v Českej republike monitoring reklamy, marketingové výskumy a elektronické meranie sledovanosti televízie metódou TV metrov. Súčasťou skupiny Nielsen Admosphere je aj spoločnosť Adwind Software, ktorá vyvíja software k výskumom sledovanosti a monitoringu reklamy.

Slovenský národný panel (www.narodnypanel.sk) je projekt výskumných agentúr Nielsen Admosphere, NMS a STEM/MARK, ktoré spoločne vytvorili jeden z najväčších výskumných panelov na Slovensku. Slúži pre kvalitné a rýchle online zbery dát o internetovej populácii SR. Obdobný panel pod názvom Český národný panel funguje aj v Českej republike.