



Le marché et la distribution des médicaments d'automédication

Quels leviers de croissance à l'horizon 2022 ?

Une étude pour

Connaître

tous les chiffres clés du marché
des médicaments d'automédication
issus des données de vente
collectées par le GERS

Faire un point

sur les dernières évolutions
réglementaires : vente en ligne,
marques ombrelles, packaging...

Identifier

les leviers de croissance :
animation des gammes de
produits, services aux patients,
innovations digitales sur les
points de vente, formation
et dynamisation des équipes
officinales

EN PARTENARIAT AVEC



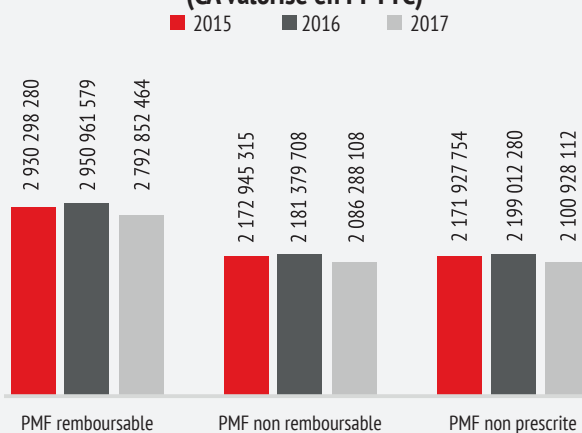
Le marché et la distribution de l'automédication en France

QUELLES PERSPECTIVES À L'ÈRE DU E-COMMERCE ET DE LA DISTRIBUTION OMNI-CANAL ?

En baisse de plus de 4 % depuis 2015, le marché de la prescription médicale facultative connaît des évolutions erratiques, liées à la fois à des pathologies hivernales plus ou moins fortes, et à des facteurs structurels imputables à des remboursements ou à des relistages, comme ce fut le cas en 2017 pour les médicaments à base de codéine et de dérivés morphiniques. Les freins au développement de ce marché sont connus de longue date : habitudes des patients à recourir aux médicaments prescrits, concurrence croissante des produits de médecine naturelle, absence de politique publique en faveur de l'automédication, pas d'incitations pour que les pharmaciens prennent en charge les pathologies bénignes... Des obstacles importants qui risquent d'être encore renforcés par la disparition des marques ombrelles et les nouvelles règles édictées par l'ANSM concernant les conditionnements des médicaments oraux solides.

A ce contexte déjà peu favorable, s'ajoute le spectre de la levée du monopole officinal, lequel fait à nouveau surface à travers les recommandations récentes de la Commission européenne pour libéraliser la distribution de détail. Une menace qui a peu de chance d'aboutir mais qui devrait amener les acteurs de ce marché à réinterroger la façon dont ils organisent la distribution de l'automédication, de plus en plus challengée par les sites de e-commerce et les places de marché.

Evolution du marché de l'automédication depuis 2015 (CA valorisé en PPTTC)



Source : Sell Out GERS

Et si l'adoption d'une véritable stratégie omnicanal constituait sur ce marché un levier de croissance ?

Une stratégie qui pourrait reposer sur l'adoption de services digitaux faisant d'ores et déjà leurs preuves dans d'autres circuits de distribution de détail. Citons notamment la mise en avant dynamique de l'offre OTC grâce à l'installation de linéaires digitaux, les services de *click & collect*, e-réservation et *stock locator*, lesquels sont en passe de devenir des « basiques », ainsi que les pratiques *store-to-web*, à savoir la possibilité donnée au client de commander sur Internet un médicament non disponible en pharmacie.

MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

Cette étude a été réalisée à partir :

- > D'une analyse des données de marché collectées par le GIE GERS : évolution depuis 2015 des ventes de la PMF remboursable et non remboursable, prescrite et non prescrite, segmentation du marché par classes thérapeutiques, palmarès des laboratoires leaders (données de *sell-out* ou sorties de pharmacies)
- > D'une dizaine d'entretiens approfondis menés auprès de l'AFIPA et de dirigeants de laboratoires OTC (Pierre Fabre et GSK), groupements de pharmaciens (PHR, Lafayette Pharmacie, Aprium Pharmacie et Pharmavie) et sites de vente en ligne (Doctipharma, Newpharma et LaSanté.net).

NOTRE PARTENAIRE



Le GIE GERS est un Groupement d'Intérêt Economique au mode de gouvernance unique, créé par les entreprises de l'industrie pharmaceutique. Depuis plus de 40 ans, le GERS accompagne ses adhérents dans l'analyse des marchés et le pilotage de la performance. Il collecte les données de ventes réalisées sur le territoire français de façon exhaustive, en ville et à l'hôpital, sur les ventes des produits de santé dans un but d'analyse, de conseil et de prise de décision auprès des parties prenantes du marché. Il est un tiers de confiance entre entreprises et pouvoirs publics et est l'acteur du suivi de la politique du médicament et la référence dans l'accord cadre LEEM/CEPS.

QUELS PERSPECTIVES ET LEVIERS DE CROISSANCE À HORIZON 5 ANS ?

01 Synthèse opérationnelle : les enseignements clés de l'étude

02 Les tendances clés du marché de l'automédication

L'analyse des données de vente collectées par le GERS : les dynamiques de croissance des segments de la PMF remboursable et non remboursable, prescrite et non prescrite, en valeur (CA en PPTTC) et en volume

L'évolution des classes thérapeutiques clés du marché (analgésiques, traitements des troubles digestifs, stomatologie...)

Les laboratoires pharmaceutiques leaders : parts de marché et profils des laboratoires investissant ce marché

Benchmark européen : analyse croisée du marché français vs les principaux marchés OTC en Europe

03 Les évolutions du cadre réglementaire

La classification des médicaments d'automédication, la segmentation du marché par le statut de produits et les usages... : la définition du marché devient de plus en plus floue

Rappel des règles du marché : fixation des prix et des marges distributeurs, publicité grand public, délistages et déremboursements

Les nouvelles dispositions relatives aux marques ombrelles et au packaging des produits d'automédication

Les dispositions réglementaires relatives à la vente en ligne des médicaments de PMF

Monopole officinal et e-commerce : les positions de la Commission européenne et des autorités de santé françaises

04 Les pratiques des Français et leurs comportements en matière d'automédication

L'acceptation de l'automédication, la fréquence et le montant moyen des achats

Le recours à la vente en ligne de médicaments d'automédication

La position des médecins généralistes à l'égard de l'automédication

05 L'organisation de la distribution des médicaments d'automédication

La contribution de l'automédication à l'économie de l'officine : une concentration des ventes sur moins de la moitié du réseau officinal

La vente en ligne : une implication encore marginale des pharmaciens

Les groupements de pharmaciens : des interlocuteurs clés pour les laboratoires, un soutien incontournable pour les pharmaciens

Les politiques commerciales mises en place par les laboratoires pour soutenir les ventes à l'officine, en *off line* et en *on line*

Les services aux patients et les innovations digitales pour dynamiser ce marché

06 Les perspectives du marché de l'automédication : quels scénarios d'évolution à l'horizon 2022 ?

Comment lever les freins au développement de ce marché ?

Quels sont les conditions et les leviers de croissance à horizon 5 ans ?

Monopole officinal, vente en ligne... quelles évolutions à attendre en ce qui concerne la distribution de l'automédication ?

PÔLE PHARMACIE-SANTÉ des Echos Etudes animé par Hélène CHARRONDIÈRE

La cartographie du système de santé français, Mai 2018

Le guide pratique et interactif pour comprendre l'organisation du système de santé et identifier les décideurs au niveau national et en région

Les programmes de prévention santé en entreprise, Mars 2018

Effet de mode ou offre durable ?

Quelles perspectives pour la médecine à distance en France ?, Décembre 2017

Télémédecine, téléconseil médical et télésuivi par les objets connectés santé

L'Observatoire des groupements et des enseignes de pharmacies en France, Décembre 2017

Positionnement, stratégies et perspectives des groupements et des enseignes de pharmacies

Les stratégies digitales des laboratoires pharmaceutiques, Décembre 2017

Transformation des organisations, nouveaux réseaux d'innovation et écosystème élargi à l'ère de la santé connectée

La pharmacie d'officine à l'ère du digital, Septembre 2017

L'innovation en pharmacie pour optimiser la relation patient

Vous souhaitez des précisions sur notre activité de veille et nos newsletters ?

Une formation ou une présentation orale des résultats de cette étude auprès de vos équipes ?

Contactez notre Directeur du développement : François FLAUSINO

Tél : 01 87 39 76 31 - Email : fflausino@lesechos.fr

NOTRE EXPERT



Hélène CHARRONDIÈRE

Directrice du pôle
Pharmacie-Santé

hcharrondiere@lesechos.fr

Tél. : 01 49 53 63 00

Retrouvez-la sur  

COMMANDE DE L'ÉTUDE LE MARCHÉ ET LA DISTRIBUTION DES MÉDICAMENTS D'AUTOMÉDICATION

Version PDF

- Pour 1 utilisateur*
2 750 € HT - 2 901,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs*
3 575 € HT - 3 771,63 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs*
4 125 € HT - 4 351,88 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs* : Nous contacter

Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 275 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.*

Nombre d'exemplaires : _____

*L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective.

Personne à contacter pour l'envoi des licences et/ou papier

Nom : _____ Prénom : _____

Fonction : _____ Société : _____

Adresse : _____

Tél. : _____ E-mail : _____

Facturation :

Société : _____

Adresse : _____

Contact : _____

Version papier

- 2 750 € HT - 2 901,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible seulement avec l'achat de l'étude

Code mailing : A016INTEI

Règlement :

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47
Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

Les EchosÉTUDES

Service Clients - 10 boulevard de Grenelle - CS 10817 - 75738 Paris Cedex 15
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR