



# La visite médicale : quelles perspectives à l'horizon 2020 ?

Entre contraintes réglementaires, digitalisation des médias  
et nouvelle organisation de la médecine de ville, la visite médicale  
a-t-elle encore un avenir ?

## Une étude pour

---

### Analyser les impacts

de la nouvelle Charte de la  
visite médicale et de l'ONIP

---

### Disposer de tous les chiffres clés relatifs

aux canaux  
et aux investissements  
promotionnels  
des laboratoires  
pharmaceutiques

---

### Analyser la place

de la visite médicale dans  
la relation médecins-  
laboratoires

## Quel avenir pour la visite médicale ?

### UNE BAISSÉ DE 40 % DES INVESTISSEMENTS ENTRE 2009 ET 2015

En sept ans, la part relative de la visite médicale auprès des médecins de ville et hospitaliers est passée de la moitié à un tiers des investissements promotionnels des laboratoires pharmaceutiques, passant sous la barre des 950 MEUR en 2015. Entamé il y a une dizaine d'années, ce déclin semble sans fin. En nombre de contacts, la visite en face-face a chuté de 25 à 30 % depuis 2011, y compris à l'hôpital. Le *remote detailing* gagne du terrain (+ 60 % en 5 ans), mais il reste marginal et cantonné à quelques problématiques produits ou profils de médecins. Pourtant, les besoins d'information et de formation des prescripteurs n'ont jamais été aussi importants : les exigences plus strictes en matière de pharmacovigilance, l'arrivée de traitements complexes, le développement de services associés à la prescription et à la dispensation des nouveaux médicaments engagent autant la responsabilité des laboratoires que celle des médecins, qui doivent maintenir des relations de proximité et de confiance.

### UN CADRE RÉGLEMENTAIRE TOUJOURS PLUS CONTRAIGNANT

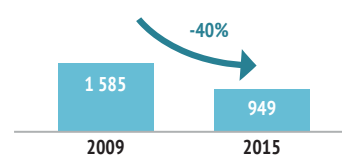
La nouvelle Charte signée fin 2014 n'a pas fondamentalement modifié le cadre réglementaire de la visite médicale. Elle a néanmoins créé l'ONIP, un nouvel observatoire dont la méthodologie est d'ores et déjà remise en question et dont les premiers résultats sont peu exploitables. Et a élargi le champ de la certification, à la fois vers d'autres métiers de l'information promotionnelle (notamment les MSL) et vers d'autres professionnels de santé (pharmaciens d'officine). La sévérité des pouvoirs publics à l'égard des pratiques promotionnelles s'est fortement accrue, la HAS envisageant même de créer un dispositif de lanceur d'alerte qui passerait par la CNIL.

### LA RÉORGANISATION DE LA MÉDECINE DE VILLE REDÉFINIT LA RELATION MÉDECINS-LABORATOIRES

L'élargissement même de la certification à d'autres métiers que celui de la VM peut être interprété comme un effacement progressif de cette dernière, au profit d'autres fonctions et activités liées à l'information du médicament et de ses services associés, à la promotion du bon usage, à la mise en relation d'experts et de praticiens, à l'accompagnement des médecins dans leurs nouvelles pratiques professionnelles... Dans cette perspective, le développement de la médecine de groupe (MSP..) et l'organisation des parcours de soins créent chez les médecins de nouvelles attentes et offrent aux laboratoires la possibilité de redéfinir leur politique de communication envers eux.

### CHIFFRES CLÉS

Evolution des investissements  
alloués à la visite médicale  
(en MEUR)



Source : données IMS Health (visite médicale auprès des médecins de ville et hospitaliers)

### LA MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

Cette étude a été réalisée à partir d'une quinzaine d'entretiens approfondis menés auprès de responsables Marketing-Ventes de laboratoires pharmaceutiques, de dirigeants de prestataires de services et d'agences conseil en communication santé, ainsi que de responsables d'associations professionnelles.

Ces entretiens ont été complétés par des recherches documentaires approfondies sur les chiffres clés de la visite médicale et son environnement réglementaire.

Cette étude a été réalisée par Hélène Charrondière, directrice du Pôle Pharmacie-Santé des Echos Etudes, et Marion Baschet-Vernet, journaliste spécialisée sur le secteur pharmaceutique.

# LA VISITE MÉDICALE : QUELLES PERSPECTIVES À L'HORIZON 2020 ?

---

## 01 Les perspectives chiffrées de la visite médicale à l'horizon 2020

### Les tendances d'évolution des investissements promotionnels depuis le milieu des années 2000

> Les évolutions et les prévisions par médias, canaux et cibles de professionnels de santé

### La baisse tendancielle des effectifs alloués à la visite médicale

> Les effectifs prévisionnels à 5 ans

> L'évolution des profils des VM et des DR, la part de l'externalisation

> La réduction voire la suppression des réseaux : vers des laboratoires sans visite médicale ?

## 02 L'encadrement réglementaire de l'information promotionnelle auprès des médecins

### La Charte de la visite médicale de 2014 et le nouveau référentiel de certification

### La création de l'ONIP, ses objectifs, sa méthodologie actuelle, ses premiers résultats

### Les règles relatives aux déclarations des liens d'intérêt entre médecins et laboratoires

### Les spécificités de l'information et de la promotion auprès des praticiens hospitaliers

## 03 Les professionnels de santé : nouveaux modes d'exercice, nouveaux besoins, nouvelles attentes à l'égard des laboratoires pharmaceutiques

### Les évolutions et les prévisions démographiques par spécialités médicales

### La des-hospitalisation du système de soins, la médecine de parcours, le regroupement des cabinets médicaux, la gestion en MSP..

> La révolution des modes d'exercice crée de nouveaux besoins d'accompagnement : comment les laboratoires peuvent-ils se positionner ?

## 04 Les médecins à l'heure du digital

### La place des médias digitaux dans les pratiques professionnelles des médecins

> Quels arbitrages les médecins font-ils entre le *off line* et le *on line* pour s'informer, se former, communiquer entre eux, contacter leurs patients... ?

### Recommander un service ou une solution digitale, utiliser des objets connectés dans le cadre de la consultation, consulter à distance...

> Comment accompagner les médecins dans leurs nouvelles relations avec les patients ?

### Quelles stratégies d'information multicanal à l'horizon 2020 ?

## PÔLE PHARMA-SANTÉ des Echos Etudes animé par Hélène CHARRONDIÈRE

**Le marché français des objets connectés santé** - Avril 2016  
Quelles perspectives de croissance à l'horizon 2020 ?

**la cartographie du système de santé français** - Janvier 2016  
Le guide pratique et interactif du système de santé, édition 2016

**Market Access des médicaments en Europe** - Décembre 2015  
Benchmark des conditions d'accès sur les 5 premiers marchés pharmaceutiques européens  
ÉTUDE AUSSI DISPONIBLE EN ANGLAIS 

Vous souhaitez disposer sur ce sujet d'une étude ad'hoc ou d'une analyse personnalisée ?  
Une formation ou une présentation orale des résultats de cette étude auprès de vos équipes ?  
Contactez notre Directeur du développement : François FLAUSINO  
Tél : 01 49 53 65 18 - Email : fflausino@lesechos.fr

### NOTRE EXPERT



#### Hélène CHARRONDIÈRE

Directrice du pôle  
Pharmacie-Santé

hcharrondiere@lesechos.fr  
Tél. : 01 49 53 89 18

Retrouvez-la sur  

## COMMANDE DE L'ÉTUDE LA VISITE MÉDICALE : QUELLES PERSPECTIVES À L'HORIZON 2020 ?

### Version PDF

- Pour 1 utilisateur\*  
3 150 € HT - 3 323,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs\*  
4 095 € HT - 4 320,23 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs\*  
4 725 € HT - 4 984,88 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs\* : Nous contacter

### Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour  
315 € 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

2 950 € HT - 3 112,25 € 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 : J262INTEI

### 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 - 16 rue du Quatre septembre - 75002 Paris  
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR