

LES PERSPECTIVES DE LA VENTE EN LIGNE DE MÉDICAMENTS

Enquête auprès des pharmaciens titulaires sur leurs motivations,
leurs attentes et leurs projets d'investissements à horizon 2014



Les «+» de l'étude :

- Une étude « terrain » conduite à partir d'une **enquête quantitative exclusive menée auprès de 1 000 pharmaciens titulaires** pour connaître leurs intentions de création de sites de vente en ligne et leurs projets d'investissement à horizon 2014
- Plus de 150 pages de résultats et d'analyses permettant de connaître **les motivations des pharmaciens investissant dans la vente par Internet** de médicaments et de produits de santé
- **Des recommandations opérationnelles pour optimiser votre offre de produits vendus en ligne et accompagner les pharmaciens dans le développement de cette nouvelle activité**

Une étude exclusive réalisée en partenariat avec Celtipharm, spécialiste du recueil et du traitement de l'information dans le domaine de la santé

Celtipharm

Ingénierie Médico-Economique & Marketing-Ventes
pour une Santé Raisonnée®



LES PERSPECTIVES DE LA VENTE EN LIGNE DE MÉDICAMENTS

Enquête auprès des pharmaciens titulaires sur leurs motivations, leurs attentes et leurs projets d'investissements à horizon 2014

Dix ans après l'arrêt « DocMorris » de la CJCE, la vente en ligne de médicaments par les pharmacies d'officine est désormais autorisée en France. Elargi à l'ensemble de la PMF, ce nouveau canal de distribution offre de réelles perspectives de croissance pour les laboratoires pharmaceutiques et les pharmaciens d'officine qui sauront développer cette nouvelle activité, portée par :

- Des pharmaciens titulaires précurseurs de la vente en ligne et le nombre croissant d'officines qui se lancent dans l'aventure
- Les modalités opérationnelles de la vente en ligne, finalement moins restrictives que prévu
- L'évolution des comportements d'achats des consommateurs en faveur du e-commerce
- Le développement dynamique de l'achat en ligne de produits de santé et de beauté

En partenariat avec Celtipharm, société spécialisée dans le recueil et le traitement de l'information dans le domaine de la santé, le Pôle Pharmacie-Santé des Echos Etudes publie une enquête exclusive sur les perspectives en France de la vente en ligne de médicaments.

Cette étude vous permet de :

- Connaître l'opinion des titulaires à l'égard de la vente en ligne
- Mesurer la proportion de ceux qui ont déjà mis en place un site marchand et dresser un bilan des activités en ligne déjà développées
- Comprendre la façon dont les titulaires se projettent dans un avenir proche : proportion de ceux ayant l'intention d'ouvrir un site en ligne et ceux n'ayant pas l'intention de le faire, leurs motivations respectives, leurs attentes et leurs craintes
- Approfondir auprès de ceux qui prévoient d'ouvrir à court terme un site marchand leurs objectifs en termes de chiffre d'affaires, les modalités opérationnelles et organisationnelles retenues, leurs projets d'investissements...

La méthodologie de l'étude

- ▶ Une enquête quantitative on-line réalisée auprès d'un échantillon de 1 000 pharmaciens titulaires installés en France métropolitaine, représentatifs du paysage officinal
 - › Critères de représentativité : localisation géographique de l'officine, tranche de CA annuel et structure des ventes par taux de TVA, zone de chalandise et âge du titulaire
 - › Constitution d'un sur-échantillon de pharmacies réalisant plus de 2 MEUR de CA annuel
 - › Interrogation des officines clientes de 1001pharmacies.com®
 - › Modalités de traitement des données : tris à plat, tris croisés, redressement d'échantillon
 - › Phase de test du questionnaire conduite auprès du réseau sentinelle de Celtipharm
 - › Période d'administration du questionnaire : juillet-août 2013
- ▶ La réalisation d'entretiens téléphoniques menés auprès de 50 titulaires afin d'approfondir certaines thématiques et relever les verbatim les plus pertinents
- ▶ Une analyse du catalogue des produits commercialisés en ligne par les officines clientes de 1001pharmacies®, ainsi que de leurs pratiques commerciales : nombre de références et de catégories travaillées, nombre de références par catégories, moyenne des ventes mensuelles réalisées en ligne, au global et par catégories de produits, chiffre d'affaires total généré...
- ▶ Une analyse du marché français des produits de PMF, réalisée à partir des données de panel transmises par le GERS, et des recherches documentaires approfondies sur la vente en ligne de médicaments en France et dans les autres principaux pays européens



Problématique et méthodologie de l'étude

Executive summary et synthèse des enseignements clés de l'étude

chapitre

1

La vente en ligne de médicaments : potentiel du marché et cadre réglementaire

1.1 Le marché potentiel de la vente en ligne de médicaments

- Valorisation des ventes de médicaments de PMF établies sur la base des données GERS, les facteurs de croissance (effets prix, volume, structure)
- Les classes thérapeutiques leaders (niveau 3)
- Les laboratoires pharmaceutiques leaders sur le marché de la PMF
- Les perspectives d'évolution du périmètre de la PMF
- Les perspectives de croissance du marché à l'horizon 2015

1.2 Le cadre réglementaire de la vente en ligne

- Rappel historique du cadre réglementaire européen et français
- Les modalités opérationnelles définies par l'arrêté de Bonnes Pratiques
- Les facteurs favorables et les freins au développement des sites de pharmacies
- Les perspectives de ce nouveau canal de distribution à l'horizon 2015

chapitre

2

La création de sites marchands : motivations, attentes et projets d'investissements des pharmaciens titulaires

2.1 L'opinion de l'ensemble des titulaires interrogés à l'égard de la vente en ligne

2.2 Les titulaires ayant déjà mis en place un site marchand

- Les motivations et les attentes ayant présidé à sa création
- Le degré de satisfaction à l'égard de cette activité en 2013, les volumes d'activité générés, les retombées commerciales sur les ventes offline, les perspectives de développement et d'investissement
- Les partenaires ayant accompagné le titulaire dans le développement de son site
- Les modalités opérationnelles d'organisation de l'activité en ligne, les modalités de livraison (livraison à domicile, remise à l'officine, drive)
- La part des expéditions réalisées hors de France
- Les catégories de produits avec et sans AMM commercialisés en ligne, les classes de médicaments de PMF mises en ligne
- Les niveaux de prix pratiqués entre les offres offline et online
- L'information et le conseil des clients internautes

2.3 Les titulaires envisageant de créer un site marchand à court terme

- Les motivations et les attentes exprimées à l'égard de la vente en ligne : fidélisation de la clientèle, élargissement de la zone de chalandise, développement et objectifs de chiffres d'affaires...
- Les partenaires sollicités pour accompagner le titulaire dans le développement de son site
- Les modalités opérationnelles et organisationnelles envisagées
- Les catégories de produits avec et sans AMM qui seront mises en ligne
- Les classes de médicaments de PMF qui seront mises en ligne
- Les niveaux de prix envisagés et les différences tarifaires envisagées entre les offres offline et online

chapitre

3

Les officines clientes de 1001pharmacies® : analyse du profil et du positionnement des *early adopters* ayant fait le choix d'une place de marché

3.1 Le profil type des officines clientes

3.2 L'analyse du catalogue des produits commercialisés en ligne

3.3 Les volumes d'activité générés par la vente en ligne

Tris croisés selon les critères suivants :

- Zone de chalandise
- Taille du CA annuel de l'officine et part relative de l'automédication dans les ventes
- Mise en place d'un espace « libre accès »
- Superficie de l'officine
- Adhésion à un groupement et à une enseigne de pharmacies
- Age et genre du titulaire
- Degré d'optimisme/pessimisme à l'égard de l'activité de leur officine

L'EXPERTE EN CHARGE DE L'ÉTUDE

Directrice du Pôle Pharmacie-Santé des Echos Etudes, Hélène Charrondière suit depuis près de 20 ans les marchés et la distribution pharmaceutique, à travers la réalisation de publications multiclients et d'études ad'hoc menées pour le compte des industriels du médicament et des autorités de santé. Au cours de ces dernières années, elle a réalisé plus d'une dizaine de rapports et d'enquêtes qualitatives /quantitatives sur les évolutions du circuit officinal et le marché de l'automédication. Hélène Charrondière a notamment conduit la dernière étude publiée en mai 2013 par Les Echos Etudes sur Les perspectives du marché et de la distribution de l'automédication (étude qualitative et enquête on-line menée auprès de 1 070 consommateurs sur leurs intentions d'acheter des médicaments par Internet).



**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 expert : Hélène Charrondière
Directrice du Pôle Pharmacie-Santé des Echos Etudes
Tél : +33 (0)1 49 53 89 18 - Email : hcharrondiere@lesechos.fr

NOTRE PARTENAIRE

Celtipharm

Ingénierie Médico-Economique & Marketing-Ventes
pour une Santé Raisonnée®

Le terrain online de cette enquête a été réalisé par CELTIPHARM, société indépendante d'ingénierie marketing-vente spécialisée dans le recueil et le traitement de l'information dans le domaine de la santé. CELTIPHARM développe des dispositifs opérationnels destinés aux acteurs du système de santé : études de marché, analyses terrain, panel de ventes et de suivi de la consommation pharmaceutique, bases de données, outils de mesure de retour sur investissements... Ses clients sont les industriels du secteur, les réseaux de professionnels de santé, les institutions et les autorités de santé.



Bon de commande

Les perspectives de la vente en ligne de médicaments

Par téléphone ou email :

Christelle VACHET

☎ 01 49 53 63 32

✉ etudes@lesechos.fr

Par courrier :

Les Echos Etudes

16 rue du Quatre septembre

75002 PARIS

Sur notre site internet :

lesechos-etudes.fr

Version papier - J13028 :

4 250 € HT - 4 483.75 € TTC (TVA à 5,5%)

Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

1 500 € HT - 1 794 € TTC (TVA à 19,6%)

(prestation possible seulement avec l'achat de l'étude, hors frais de déplacement)

Version PDF - J1328A :

Pour 1 utilisateur

4 450 € HT - 5 322,20 € TTC (TVA à 19.6%)

De 2 à 5 utilisateurs

5 785 € HT - 6 918.86 € TTC (TVA à 19.6%)

De 6 à 10 utilisateurs

6 675 € HT - 7 983.30 € TTC (TVA à 19.6%)

Plus de 10 utilisateurs : Nous contacter

OUI, je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papiers pour 445 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Nombre d'exemplaires : _____

Code mailing :

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

Nom : _____ Prénom : _____

Fonction : _____ Société : _____

Adresse : _____

Tél. : _____ E-mail : _____

Facturation :

Société : _____

Adresse : _____

Contact : _____

Règlement :

Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47 - Crédit agricole - CIB)

Chèque à l'ordre des Echos Business

Carte bancaire sur www.lesechos-etudes.fr

Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :