

Les Echos **ÉTUDES**

Communiqué de presse – Mars 2015

Les nouveaux enjeux de la promotion des médicaments éthiques à l'officine

Vente directe, visite médicale, suivi des pathologies chroniques et services digitaux : satisfaction et attentes des pharmaciens à l'égard des laboratoires éthiques à l'horizon 2017

Une enquête exclusive réalisée auprès de pharmaciens titulaires pour répondre à vos enjeux stratégiques et marketing à l'officine

- Les pratiques d'achats en direct et leurs perspectives d'évolution
- Les entretiens pharmaceutiques rémunérés et le suivi des pathologies chroniques : les laboratoires « éthiques » répondent-ils aux besoins des équipes officinales ? Quels sont ceux qui leur proposent les services les plus utiles ?
- Le retour d'expérience et la satisfaction des officinaux à l'égard de la visite médicale à l'officine
- Les nouvelles attentes des pharmaciens dans la perspective d'un élargissement de leurs missions d'accompagnement des patients chroniques

Contexte et objectifs de l'enquête

- Le retournement du marché des médicaments remboursables est sans précédent. Les ventes ont reculé en moyenne de 1,8 % par an au cours des cinq dernières années. Les prévisions à horizon 2017 tablent sur une accentuation de ce trend baissier, aux alentours de - 2 à - 2,5 % par an.
- L'érosion du marché remboursable, conjuguée à l'alourdissement fin 2013 des taxes sur les ventes directes de médicaments princeps, se traduit par un recul du canal direct (
 - 1 point en valeur et en volume dès 2014). Cette tendance devrait se poursuivre dans les années à venir. Elle est confirmée par notre enquête selon laquelle 57 % des pharmaciens titulaires prévoient de stabiliser ou de réduire leurs achats directs de princeps.
 - Les nouvelles missions d'accompagnement des patients n'ont pas encore trouvé leur modèle économique. Ceci n'empêche toutefois pas la majorité des pharmaciens de s'y engager : les deux tiers proposent d'ores et déjà des entretiens rémunérés et près de 60 % prévoient de mettre en place les entretiens destinés aux patients asthmatiques. La notion anglo-saxonne de « primary care pharmacist » n'est pas encore une réalité. Elle n'en revêt pas moins un enjeu majeur pour la profession officinale.
 - Le digital entre timidement à l'officine. Mais une proportion non négligeable de titulaires, entre un tiers et 40 % selon notre enquête, souhaiterait proposer à ses patients chroniques des piluliers électroniques, des sites Internet et des applications mobiles pour améliorer leur observance thérapeutique... Dans ce contexte, cette étude exclusive, réalisée par le pôle Pharmacie-Santé des Echos Etudes, a pour objectif de décrypter, mesurer et anticiper les nouvelles attentes des pharmaciens titulaires à l'égard des laboratoires « éthiques ».
 - Quelle est la qualité des relations commerciales nouées avec ces laboratoires ?

- Sont-ils satisfaits des dispositifs d'accompagnement (formations, informations, solutions digitales...) mis en place pour les aider dans le suivi des pathologies chroniques ?
- La visite médicale, telle qu'elle est actuellement organisée, répond-elle à leurs besoins ? Comment jugent-ils l'utilité de cette visite ? Préfèrent-ils des visites en face-à-face ou à distance ?
- Existe-t-il véritablement des synergies positives entre ventes directes, visite médicale et marketing de services, trois approches qui forment actuellement le triptyque des politiques commerciales multicanal à l'officine ?

Méthodologie

- Enquête quantitative on-line réalisée entre décembre 2014 et janvier 2015 auprès d'un échantillon de 404 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
 - Modalités de traitement des données : tris à plat, tris croisés, redressement d'échantillon
- Etude réalisée par Marion Baschet-Vernet, journaliste spécialisée sur le secteur pharmaceutique, et Hélène Charrondière, directrice du Pôle Pharmacie-Santé des Echos Etudes.

Notre partenaire

Etude réalisée en partenariat avec le département Mesures & Analyses de CELTIPHARM. Ce département utilise des méthodes standardisées développées au sein du Laboratoire de Recherches de CELTIPHARM. Cette cellule R&D a développé plus de 20 programmes de recherches et partenariats menés au sein d'Universités et d'Écoles

- dont l'EHESP (Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique). L'objectif du Laboratoire de Recherches est d'observer, d'analyser et d'inventer en Santé Raisonnée®. CELTIPHARM est le spécialiste du recueil et du traitement des données de santé en temps réel. Pionnier dans les domaines de la santé, le premier panel temps réel (ventes/achats/stocks) en santé constitué de 4 600 officines représentatives de l'ensemble des officines françaises, a été développé et est exploité au sein du Centre d'Essais de CELTIPHARM. Les études, programmes et applications sont directement exploités par les acteurs de santé, institutions, autorités, industriels et réseaux de professionnels de santé. Partenaire de santé publique, CELTIPHARM analyse pour les autorités de santé : l'ANSM (Agence Nationale de Sécurité du Médicament) et la HAS (Haute Autorité de Santé) la consommation médicamenteuse des français en ville.

Fiche technique de l'étude :

« Les nouveaux enjeux de la promotion des médicaments éthiques à l'officine », à partir 2 950 € HT - 150 pages – Mars 2015

Pour en savoir plus sur l'étude : [cliquez ici](#)

Contacts

Hélène CHARRONDÈRE

Tél : 01.49.53.89.18

hcharrondere@lesechos.fr

Relations presse Groupe Les Echos

Sarah KROICHVILI
Tél : 01.49.53.22.80
skroichvili@lesechos.fr

Qui sommes-nous ?

Les Echos Etudes est le pôle d'expertise sectorielle du groupe Les Echos.

Les Echos Etudes est le leader français des études sectorielles. Ses consultants publient chaque année une centaine d'études de marché. **Les secteurs couverts sont les suivants** : agroalimentaire, assurance, automobile, banque, biens de consommation, cosmétique, distribution, énergie, logistique, luxe, management, médico-social, pharmacie, tourisme, transport, sport. Chaque consultant est spécialisé par secteur.

Retrouver l'ensemble de nos études sur notre site Internet (www.lesechos-etudes.fr) et notre application mobile (www.m.lesechos-etudes.fr).