

## LES ÉTUDES MULTICLIENTS PUBLIÉES EN 2014 ET 2015

- Réussir sa stratégie digitale auprès des médecins, enquête en partenariat avec Vidal et Meditailing, avril 2015
- La cartographie de la e-santé en France, février 2015
- La coordination des parcours de soins, janvier 2015
- Le market access des médicaments, nouvelle édition, décembre 2014
- Génériques et biosimilaires : enquête sur les pratiques des pharmaciens et les perspectives du marché à l'horizon 2017, novembre 2014
- Les laboratoires pharmaceutiques face à la transformation digitale, juillet 2014
- Le market access des dispositifs médicaux en France, juin 2014
- La visite médicale : quelles perspectives de renouvellement à l'horizon 2017 ?, mai 2014
- La cartographie du système de santé en France, février 2014



**Hélène Charrondière**  
Directrice du pôle  
Pharmacie-Santé  
hcharrondiere@lesechos.fr  
Tél : 01 49 53 63 00

Vous souhaitez disposer d'une étude sur-mesure, d'une analyse personnalisée ou d'une présentation orale de cette étude auprès de vos équipes ?

Hélène Charrondière est votre interlocutrice !

Retrouvez-la sur [t](#) [in](#)

## COMMANDE DE L'ÉTUDE LES NOUVEAUX ENJEUX DE LA PROMOTION DES MÉDICAMENTS ÉTHIQUES À L'OFFICINE

### Version PDF - J1406A :

- 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
- Où 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 : \_\_\_\_\_*

### Version papier - J14006

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 : J223INTEI

### 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 lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

CRÉDIT PHOTO : SHUTTERSTOCK

## 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

**LesEchosÉTUDES**

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

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR

**LesEchosÉTUDES** EN PARTENARIAT AVEC **Celtipharm**  
pour une Santé Raisonnée®

# CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

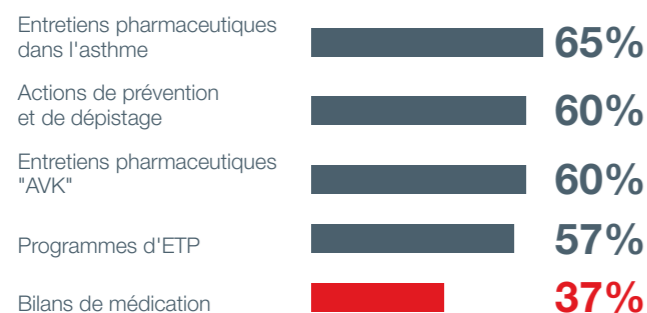
- > Le retournement du marché des médicaments remboursables est sans précédent. Les ventes ont reculé en moyenne de 1,8 % par an au cours des cinq dernières années. Les prévisions à horizon 2017 tablent sur une accentuation de ce trend baissier, aux alentours de - 2 à - 2,5 % par an.
- > L'érosion du 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 : 57 % des pharmaciens prévoient de stabiliser ou de réduire leurs achats directs de princeps.
- > Les missions d'accompagnement patients n'ont pas 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...

Cette étude exclusive a pour objectif de décrypter, mesurer et anticiper les nouvelles attentes des pharmaciens titulaires à l'égard des laboratoires « éthiques ».

- > 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 ?

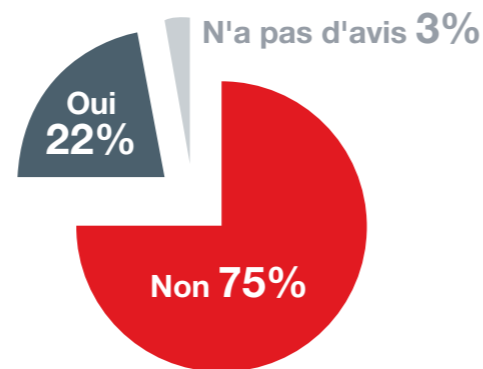
## Les laboratoires éthiques : des acteurs reconnus légitimes pour accompagner le suivi des patients à l'officine...

Pensez-vous que les laboratoires de médicaments princeps sont légitimes pour vous accompagner dans la mise en place de ces services ? (% réponses positives)



## ... Mais proposant des solutions et des services perçus comme peu innovants.

Dans le cadre du développement des services d'accompagnement « patients », diriez-vous que les laboratoires de princeps vous proposent aujourd'hui des services innovants ?



Source : enquête Les Echos Etudes & Celtipharm auprès de 404 pharmaciens titulaires d'officine, décembre 2014-janvier 2015

## 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 Charrondièrre, directrice du Pôle Pharmacie-Santé des Echos Etudes.

Le terrain et le traitement statistique ont été réalisés par le département Mesures & Analyses de Celtipharm, qui utilise des méthodes standardisées développées au sein du Laboratoire de Recherches de Celtipharm. Cette cellule a développé plus de 20 programmes de recherches et partenariats menés au sein d'Universités et d'Ecoles, dont l'EHESP.

## PLAN DÉTAILLÉ DE L'ÉTUDE

### 01. LE MODÈLE FRANÇAIS DE LA PHARMACIE D'OFFICINE : DIAGNOSTIC ET ENJEUX À L'HORIZON 2017

- L'économie de l'officine en 2015 : chiffres clés et tendances d'évolution
- Le point sur la montée en charge des missions officinales de suivi des pathologies chroniques. La place des pharmaciens dans la coordination des parcours de santé

### 02. LES RELATIONS ENTRE PHARMACIENS ET LABORATOIRES « ÉTHIQUES »

- L'évolution de la fréquence et les motifs des relations mises en place
- Les acteurs les plus légitimes pour accompagner les pharmaciens dans la transformation de leur métier

### 03. L'ACCOMPAGNEMENT DANS LE SUIVI DES PATHOLOGIES CHRONIQUES

- Les suivis mis en place par les pharmaciens fin 2014 - début 2015
- Les modalités d'accompagnement proposées par les laboratoires éthiques, l'appréciation de la qualité et du caractère innovant de cet accompagnement : formation, information off line et dispositifs digitaux
- Les perspectives d'extension du suivi officinal à d'autres pathologies chroniques : les attentes des pharmaciens à l'égard des laboratoires

### 04. L'EXPÉRIENCE DE LA VISITE MÉDICALE

- Les sources d'information utilisées sur les médicaments éthiques, la place de la visite médicale
- La fréquence des visites des VM et son évolution depuis trois ans, l'appréciation de la qualité des informations délivrées par les visiteurs médicaux
- Les attentes des pharmaciens à l'égard de la visite médicale à l'officine

### 05. LES ACHATS EN DIRECT DE MÉDICAMENTS PRINCEPS

- Les catégories de médicaments privilégiées en 2014, les perspectives à l'horizon 2017
- L'appréciation des conditions commerciales proposées par les laboratoires éthiques
- Le direct favorise-t-il l'adoption des services proposés par les laboratoires ?

**18 LABORATOIRES ÉTHIQUES ÉVALUÉS PAR LES PHARMACIENS SUR TROIS ITEMS :** formations les plus adaptées à leurs besoins, brochures d'information « patients » les plus utiles et qualité de la visite médicale à l'officine. Ces laboratoires sont : Abbott, Astellas, AstraZeneca, Bayer Santé, Boehringer Ingelheim, BMS, GSK, Ipsen, Janssen Cilag, Lilly, Merk Serono, MSD, Novartis, Pierre Fabre Médicament, Pfizer, Roche, Sanofi et Servier.