

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



Héléne 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 ?

Héléne 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 **Celtopharm**
pour une Santé Raisonnée®

CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

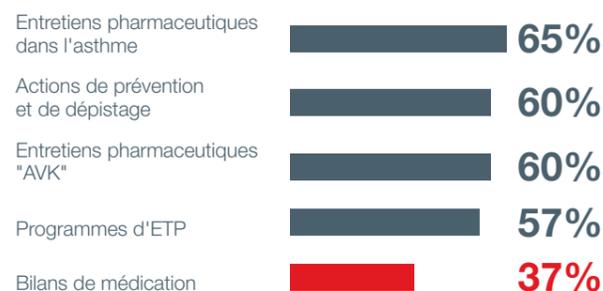
- > Le retournement du marché des médicaments remboursables est sans précédent. Les ventes ont reculé en moyenne de 1,8 % par an au cours des cinq dernières années. Les prévisions à horizon 2017 tablent sur une accentuation de ce trend baissier, aux alentours de - 2 à - 2,5 % par an.
- > L'érosion du 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 ?

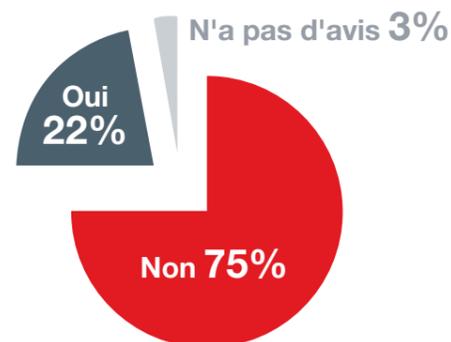
Les laboratoires éthiques : des acteurs reconnus légitimes pour accompagner le suivi des patients à l'officine...

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.