

SELON UNE ENQUÊTE « ÉCHOS ÉTUDES »

# Les achats directs sont en perte de vitesse

Alors que les laboratoires éthiques affichent leur volonté de resserrer leurs liens avec les pharmaciens, les titulaires semblent rester sur leur faim. Ils révisent à la baisse leurs achats directs et n'évaluent pas ces partenaires au premier rang dans l'accompagnement de leurs nouvelles missions, révèle une enquête des « EchosÉtudes ».



Une attente des pharmaciens pas toujours satisfaite

NI EN VENTE directe, ni en accompagnement des patients, les laboratoires ne semblent privilégiés par les pharmaciens. Un enseignement de taille que révèle une récente enquête des « Echos Études » sur « Les nouveaux enjeux de la promotion des médicaments éthiques à l'officine. »\*. Au cours de ces trois dernières années, les relations entretenues par les pharmaciens avec leurs laboratoires éthiques se sont raréfiées, selon près de la moitié des 404 pharmaciens interrogés. Parmi eux, seulement un pharmacien sur sept se fournit directement auprès de son laboratoire pour 10 à 15 % de ses achats. Un quart déclare acquiescer entre 5 et 10 % de ses produits en direct, alors qu'un tiers des pharmaciens interrogés s'en procurent moins de 5 %.

Paradoxalement, ces pharmaciens, qui proposent pour 64 % d'entre eux des entretiens pharmaceutiques (dont 55 % concernent des patients sous AVK), n'en attendent pas moins un accompagnement des laboratoires dans le suivi de ces patients. L'étude révèle ainsi que 65 % des titulaires interrogés estiment que le laboratoire princeps a toute légitimité pour le faire pour l'asthme, 60 % pour les entretiens AVK et autant en ce qui concerne les actions de prévention et de dépistage. Attentes souvent déçues cepen-

dant, car les trois quarts des pharmaciens jugent l'approche des laboratoires « peu innovante » dans ces domaines.

**Occasion ratée.** Bonnes nouvelles en revanche pour les groupements : ceux-ci sont cités dans 36 % des cas comme les mieux positionnés pour accompagner les pharmaciens dans leurs évolutions professionnelles. Les laboratoires génériques arrivent en seconde position (22 %), bien avant les syndicats (15 %). Les laboratoires éthiques en revanche ne sont cités que par 1 % des pharmaciens. Les grossistes réparateurs ne sont pas mieux lotis et ne remportent que 2 % des suffrages.

L'industrie aurait-elle raté l'occasion de se positionner auprès de ses clients ? Les fabricants ont pourtant tenté

de se rapprocher de l'officine en offrant des formations à la conduite d'entretien pharmaceutique. Un tiers des pharmaciens reconnaissent d'ailleurs s'être vus proposer de telles formations et 21 % des formations au suivi de l'observance. Ces formations étaient animées dans 41 % des cas par un visiteur médical au sein de l'officine. À l'inverse, 40 % de ces sessions ont été dispensées à distance. La majorité des pharmaciens en apprécie la bonne qualité, alors que 28 % les trouvent « moyennes ». Sanofi, Astra-Zeneca et Pierre Fabre sont cités comme les laboratoires adaptant le mieux leur offre aux besoins des pharmaciens. Plus de la moitié des pharmaciens repartent de ces formations munis de brochures pour leurs patients. Au palmarès des supports les plus utiles : Sanofi de-

vance de loin ses concurrents, devant GSK, Pierre Fabre et Lilly.

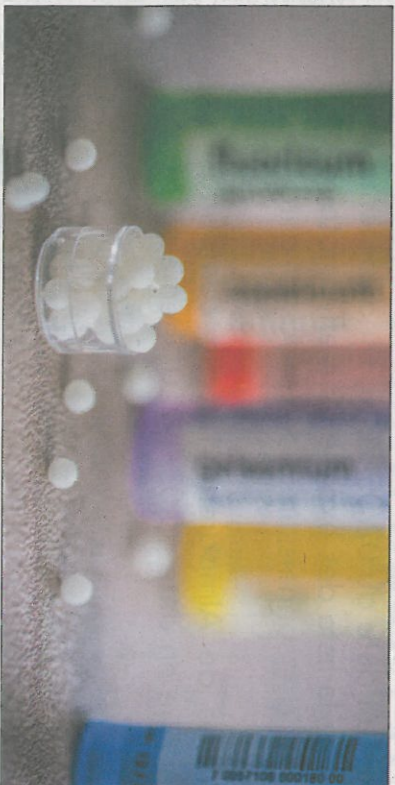
Pour autant, les pharmaciens n'en sont pas à un paradoxe près. Alors qu'ils sont 75 % à juger les laboratoires peu innovants en matière de solutions d'accompagnement des patients, ils sont également 43 % à estimer les applications mobiles « moyennement utiles ». Ils n'en restent pas moins très demandeurs d'une aide des laboratoires éthiques dans l'éventualité de nouvelles missions rémunérées par l'assurance-maladie. Les pharmaciens soulateraient dans ce cas des formations et de l'information pour le suivi des patients diabétiques, des patients présentant des risques cardiovasculaires et des patients âgés. Un prochain rendez-vous que les laboratoires seraient bien avisés de ne pas manquer. Ceci d'autant plus que près des deux tiers des pharmaciens privilégient les services des laboratoires en direct. Un lien travaillent en direct. Un lien précieux, donc, qu'il conviendrait de soigner. Car plus d'un tiers des titulaires affirment en même temps que la part de leurs achats directs baissera au cours des deux prochaines années et 42 % jugent que les conditions commerciales sont aujourd'hui peu satisfaisantes. Et si 28 % des pharmaciens estiment que les achats directs améliorent la marge commerciale de leur officine, ils sont autant de titulaires à penser qu'ils leur font perdre du temps.

> MARIE BONTE

\* « 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 » par Hélène Chartronnière et Marton Baschel-Verné, avril 2015. Prix de l'étude : 3 250 euros.

LES ÉTATS-UNIS TENTÉS DE DURCIR LEUR RÉGLEMENTATION

## L'homéopathie dans le collimateur de la FDA



Un marché de trois milliards de dollars aux États-Unis

APRÈS l'Australie, c'est au tour des États-Unis de susciter le débat sur l'efficacité de l'homéopathie. Mais l'agence américaine du médicament, la Food and Drug Administration (FDA) va plus loin car elle s'interroge également sur l'innocuité de ces substances, qui représen-

taient en 2007 un marché de près de trois milliards de dollars aux USA.

La FDA a tenu une audition publique les 20 et 21 avril visant à déterminer le besoin de renforcer la réglementation, alors qu'elle avait refusé, en 1972, de contrôler la mise sur le marché

de ces produits à l'instar des autres médicaments. Les produits homéopathiques ne sont ainsi soumis qu'au cadre réglementaire de 1938. Pas moins de vingt-six experts indépendants, dont des associations de médecins naturopathes et de pharmaciens homéopathes, se sont succédés à la barre pour défendre ou incriminer ces produits. La FDA attendait de ces expertises une aide pour « déterminer la pertinence et la clarté des textes actuels pour réglementer les produits homéopathiques ». L'état se res-

serre donc sur l'homéopathie après que la FDA a dû adresser depuis six ans plusieurs dizaines de lettres d'avertissement aux laboratoires homéopathiques. En 2009, l'agence avait recommandé de ne plus utiliser de Zicam, 130 personnes

## HTA Giropharm renforce la prise en charge

AU TRAVERS d'un partenariat inédit avec la Société française d'hypertension artérielle (SFHTA), Giropharm propose une formation à la prise en charge des patients hypertendus au comptoir. Cette opération, dont ont bénéficié près de mille pharmaciens en un mois dans 24 villes de France, visait à livrer les outils pour améliorer l'observation. Elle devait également le pharmacien d'instruire les pédagogiquement pour éduquer le patient à l'automesure tensionnelle et aux règles d'hygiène et de diététique. Giropharm prolonge son engagement par la campagne « votre tension mérite toute notre attention » à l'occasion de la journée mondiale de lutte contre l'HTA, le 14 mai. Enfin, Giropharm ajoute un nouveau module de formation « HTA » à sa série de dispositif de conseil interactif (DCI), des vidéos, quiz et mémos utilisables dans le cadre d'entretiens pharmaceutiques.

## DIABÈTE Les pharmaciens associés font bloc

LE RÉSEAU « Les pharmaciens associés » consacre sa campagne de mai au diabète sous la forme d'un bloc de sucre. Il s'agit d'une formule carée reposant sur l'amélioration de l'observance du traitement et du dépistage, ainsi que sur la diffusion de supports patients (brochures sur le diabète au quotidien et livret mémo sucre sur les apports glucidiques des aliments) et de dossiers formation pour l'officine. Des blocs à souche à compléter avec le patient seront diffusés aux équipes tandis que des « quiz répérage » permettront de dépister les patients parmi lesquels quelque 700 000 Français qui ignorent leur diabète.

## Dépistage sur logiciel LGPI

L'ÉDITEUR de logiciels Pharmagest invite les utilisateurs du logiciel LGPI à l'utiliser pour la prévention des risques de diabète. Du 1er au 14 juin, au cours d'une campagne de prévention menée en association avec la Fédération française des diabétiques (FFD) et le monde pharmaceutique, les pharmaciens pourront, grâce à un rapide questionnaire en ligne intégré à leur logiciel, sensibiliser les personnes de 40 à 50 ans sur les facteurs de risques de cette maladie. Les résultats imprimés et remis aux patients sont destinés à être présentés au médecin traitant. Il sera également possible depuis le logiciel d'imprimer une fiche conseil « Le diabète : les symptômes et la prise en charge » et de visualiser un vidéo sur « les visages inconnus de la maladie ». Un module de formation sera également accessible dans la rubrique « pathologies ».