

Rapport de l'étude quantitative – Regards croisés pharmacien / Consommateur

Les idées reçues sur les médicaments délivrés sans ordonnance

A l'attention de **Agathe Roupioz & Corentin Lucas**

2579732/2580786 – 5 février 2024

Aurore Fidelis

Directrice d'études sénior

AFidelis@harrisinteractive.fr

06 65 01 02 85

Laurène Guehl

Chargée d'études junior

LGuehl@harrisinteractive.fr



Agenda

- 01** Rappel des objectifs de l'étude
- 02** Résultats détaillés de la phase quantitative
- 03** Conclusions et enseignements

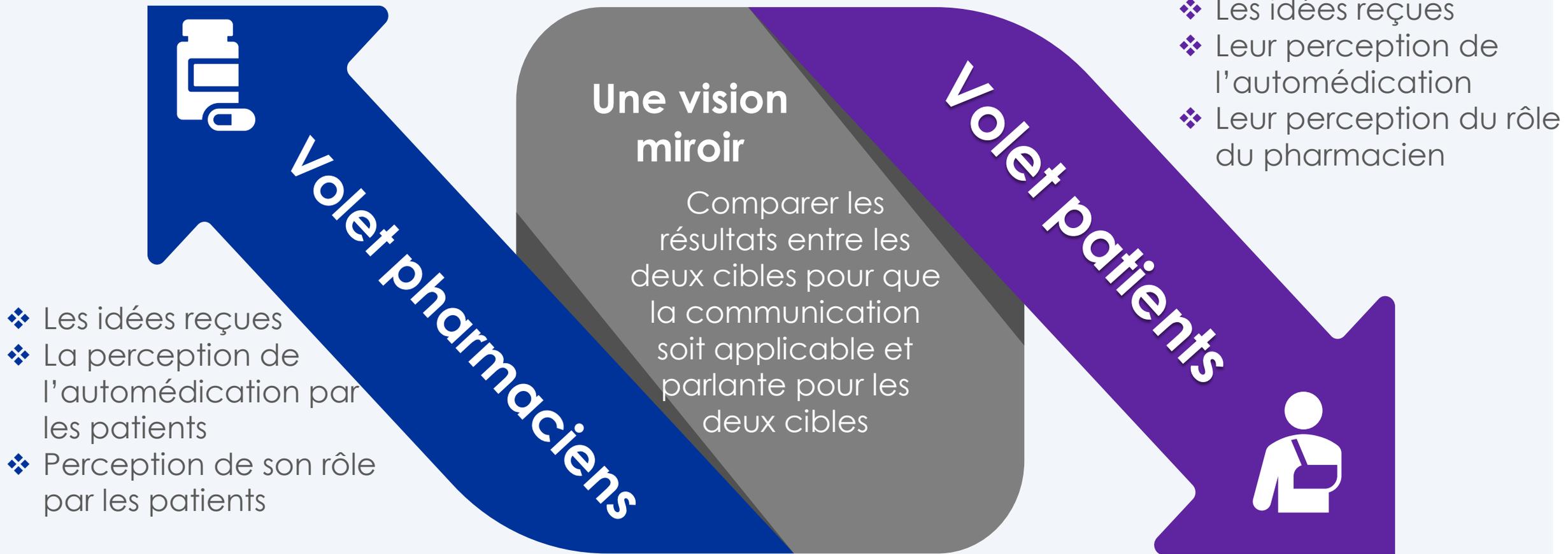




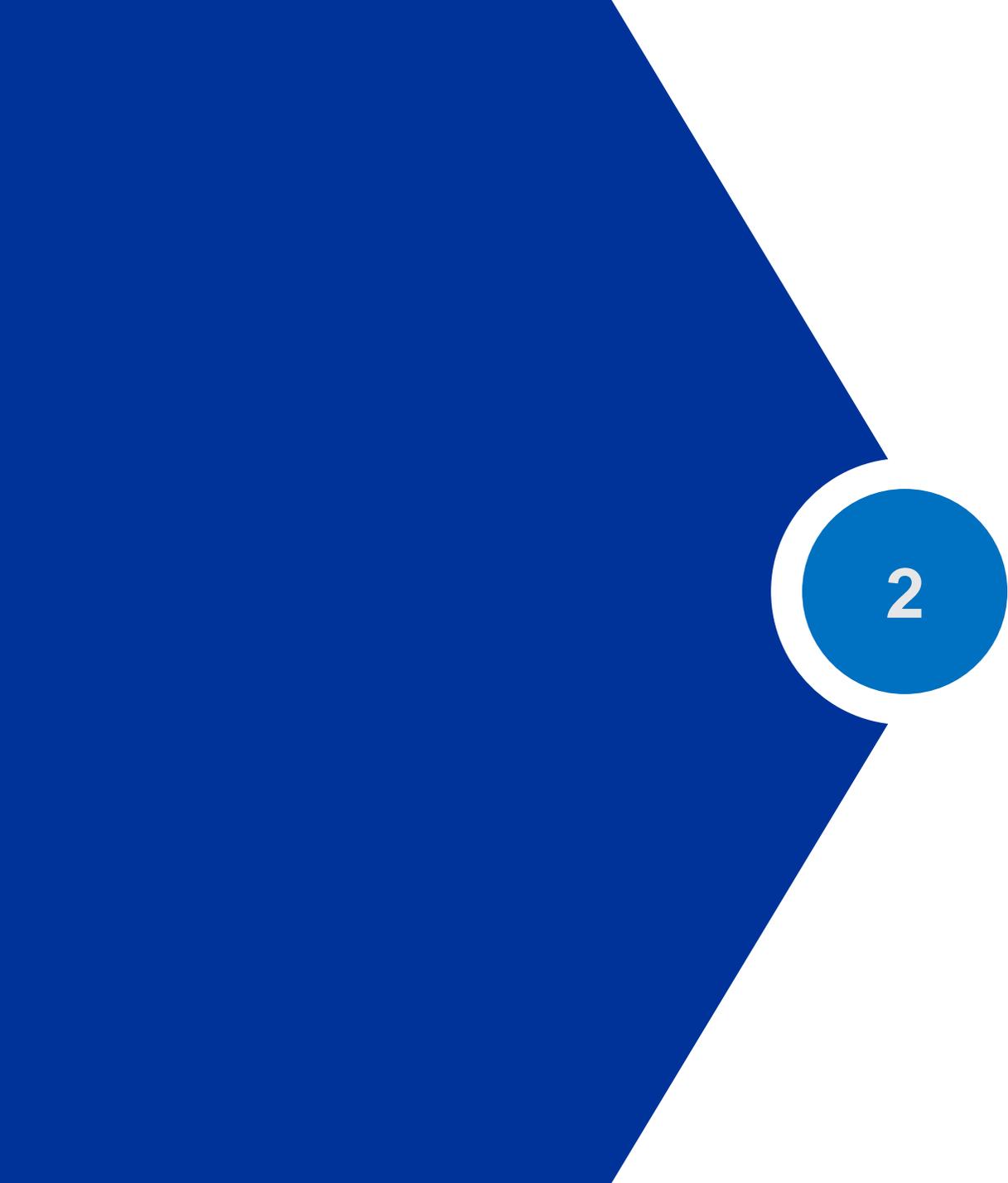
1

Objectifs de l'étude

Les objectifs de l'étude : Deux volets qui seront menés en parallèle



Aller plus loin, en ayant des questions adaptées à chaque cible mais concernant la même idée : avoir ainsi en comparant, la vision pharmacien et la vision patient sur un même thème : le rôle du pharmacien est un bon exemple pour illustrer



2

Résultats de la phase quantitative Regards croisés

Entretiens **Online** auprès de 2 cibles

1

Echantillon



1003 répondants national représentatif

- ➔ Détail des quotas dans la slide suivante
- ➔ **935** acheteurs de médicaments en automédication au cours des 12 DM



227 pharmaciens

Titulaires ou adjoint, ayant un contact direct et régulier avec la clientèle vis-à-vis de l'automédication

2

Terrain



Du 20/12/2023 au 8/01/2024



En ligne, 20 minutes, 2 QO



France



Du 29/12/2024 au 18/01/2024



En ligne, 20 minutes, 2 QO



France



Sommaire

01 Guide de lecture

02 Profils des consommateurs et des pharmaciens interviewés

- ➔ Profils socio-démographiques consommateurs et pharmaciens
- ➔ Focus comportement d'achats des consommateurs vis-à-vis de l'automédication
- ➔ Focus sur l'organisation au sein des pharmacies

03 Résultats croisés sur définition et perception de l'automédication

Guide de lecture : Tris croisés et tests de significativité

 Les **questions** traitées sont toujours **rappelées en bas de page**

 Les **bases** sont toujours **rappelées en haut de page**

Les différences significatives sont indiquées sur chaque page comme suit :

+/-



En tendance avec un peu moins de 90% pour intervalle de confiance



Identification des résultats auprès des Consommateurs

Significativités sur le genre 



Identification des résultats auprès des Pharmaciens

Les significativités selon le degré d'ancienneté

ST <5 ans
ST 5-34 ans
ST >35 ans



T2B = Top 2 boxes = Somme des 2 meilleures notes

B2B = Bottom 2 boxes = somme des 2 moins bonnes notes



**PROFILS détaillés des
consommateurs et des
pharmaciens interrogés**

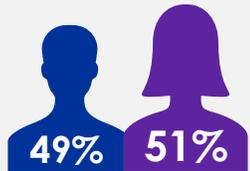
Profil socio démographique des consommateurs interrogés

N = 1003



N=1003

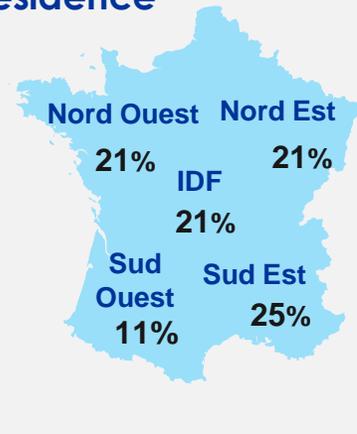
Sexe & Âge



Entre 18 et 24 ans -	5%
Entre 25 et 34 ans -	18%
Entre 35 et 49 ans -	25%
50 ans et plus -	52%

Âge moyen : 49,9 ans

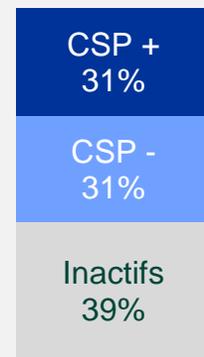
Lieu de résidence



 21% en région parisienne

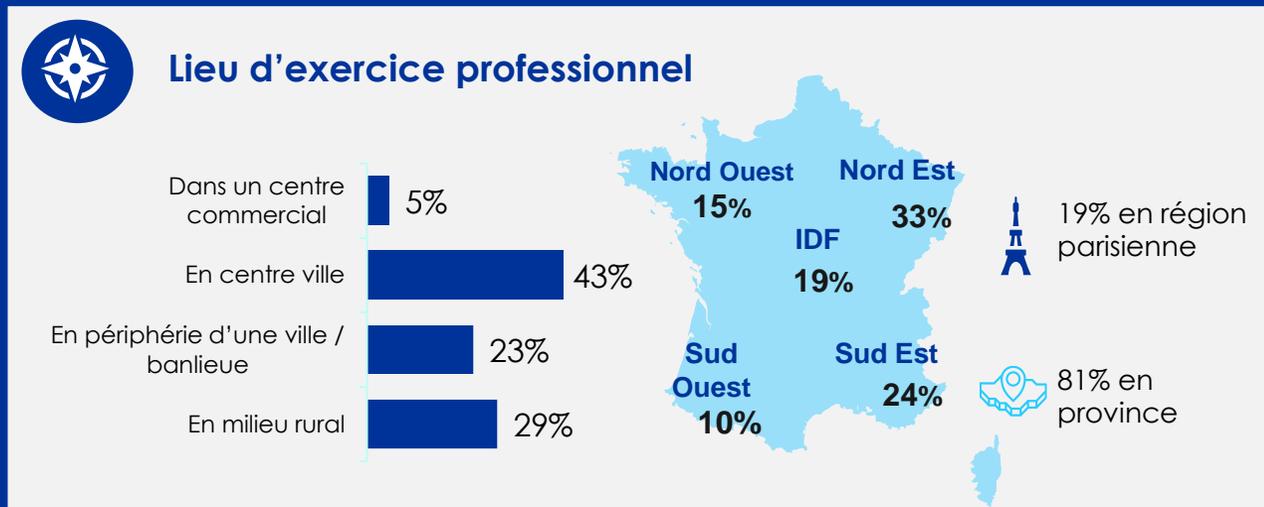
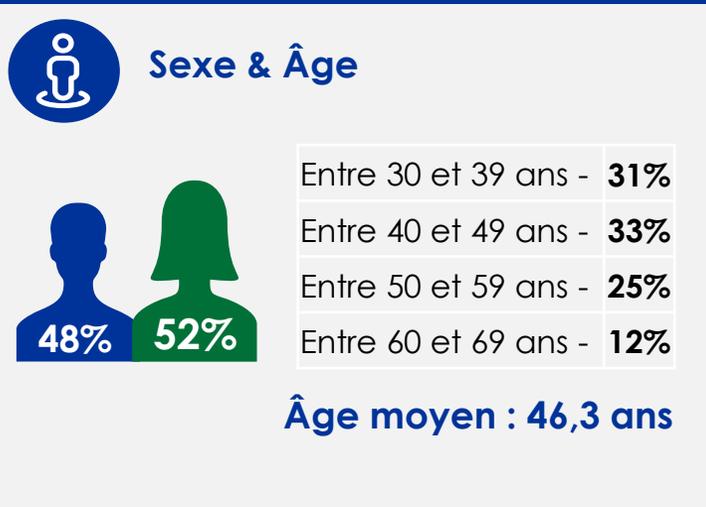
 79% en province

CSP



Profil socio démographique des pharmaciens de ville interrogés

N = 227



Profil pharmacien

66%
titulaire

34%
adjoint

Contact client

En moyenne **78%*** du temps consacré au contact client

*Screening: > 25%



Focus Automédication

Comportement d'achat des consommateurs
//
Organisation au sein de la pharmacie



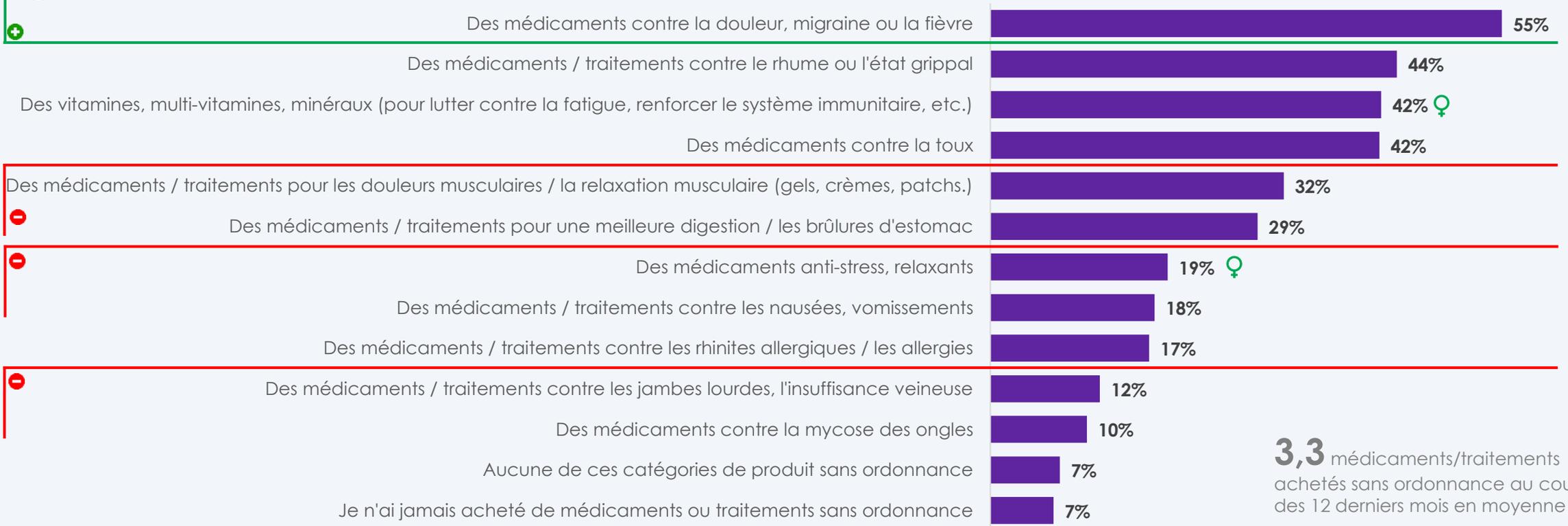
N=1003

Profil socio-démographique des consommateurs

Des achats principalement relatifs à des maux du quotidien et de long cours. Les femmes achètent davantage de produits sans ordonnance tels que des compléments alimentaires ou de traitements/médicaments pour traiter le stress.



Catégories achetées sans ordonnance dans les 12 derniers mois



S6. Parmi les médicaments et traitements suivants, quels sont ceux que vous avez achetés sans ordonnance au cours des 12 derniers mois ?
 S7. En moyenne, à quelle fréquence achetez-vous des médicaments ou traitements sans ordonnance ?

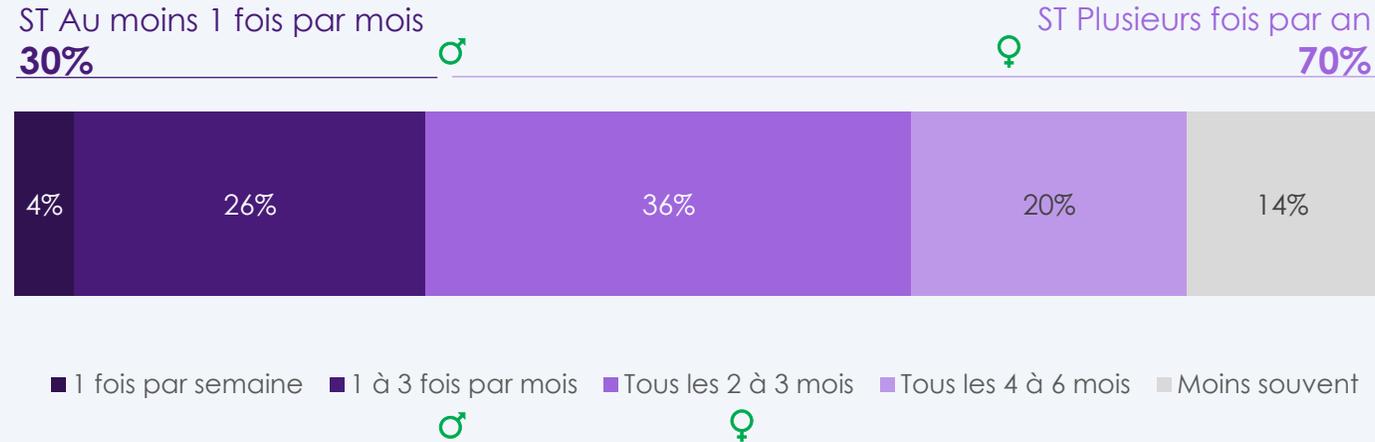
Focus achat automédication des consommateurs



Les achats des femmes sont cependant moins fréquents que ceux des hommes.



Fréquence d'achat de médicaments/ traitements sans ordonnance





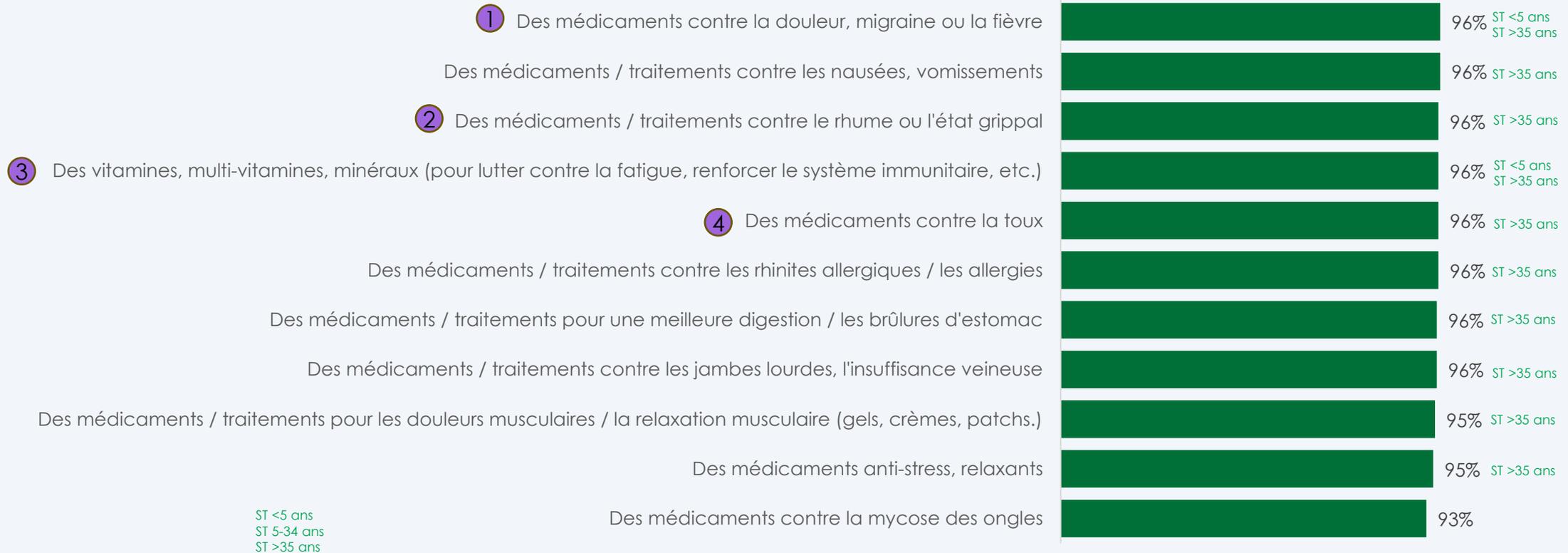
N=227

Types de médicaments OTC ou sur demande conseillés

Les pharmaciens avec une ancienneté élevée affichent un spectre de catégories conseillées plus large légitimé par leur expérience.

En moyenne, les pharmaciens conseillent 10,5 (ST >35 ans) des catégories de médicaments/traitements sans ordonnance suivantes plutôt en lien avec les catégories citées par les consos.

X TOP4 consommateurs



ST <5 ans
ST 5-34 ans
ST >35 ans

Consommateurs // Pharmaciens

Résultats croisés sur les définitions et perceptions à l'égard de l'automédication



Définition d'un médicament sans ordonnance



N=227

Pour les deux cibles, le médicament sans ordonnance se définit premièrement par son mode de procuration puis par son mode d'action, son utilisation et son non-remboursement.



N=1003

	38%	ST Circuits d'achat
	23%	Achat sans ordonnance / sans consultation préalable de médecin
	14%	Accès libre / Vente libre / Libre-service / Accessible / Facile à acheter
	6%	Achat en pharmacie
	4%	Conseillés par le pharmacien
	26%	ST Effets des médicaments
♂	9%	Pour petites douleurs / petits bobos / maux de têtes / rhume
	7%	Médicaments peu dangereux / pas très forts / sans gravité
	5%	Efficace / Efficacité des médicaments / Fiable
	12%	ST Utilisation
	6%	Pratique / Utile
	3%	Automédication
	2%	Facile d'utilisation
	11%	ST Types de médicaments
	3%	Anti-douleurs / pour soulager les douleurs
	3%	Médicaments naturels / à base de plantes
	2%	Doliprane
♀	5%	ST Politique tarifaire
	4%	A mes frais / Sans remboursement

ST 5-34 ans

	30%	ST Médicaments pour lesquels il n'y a pas besoin d'ordonnance
	7%	Médicament efficace ne nécessitant pas d'ordonnance / prescription médicale
	6%	Médicament dont l'usage n'est pas limité par l'obligation d'une prescription / médicament ne nécessitant pas d'une prescription médicale
	6%	Médicament qui ne nécessite pas une ordonnance / délivré sans ordonnance
	5%	Médicament que le pharmacien conseille sans avoir recours à une ordonnance du médecin
	4%	Médicament sans prescription
	27%	ST Médicaments conseils
	23%	Médicaments / Produits conseils
	16%	ST Pour pathologies courantes
	6%	Médicaments pour pathologies courantes, sans gravité, bénignes
	5%	Médicament (substance chimique ou non) permettant de soulager les symptômes / pathologies bénignes ne nécessitant pas obligatoirement la consultation d'un médecin
	3%	Médicaments efficaces pour les troubles légers à modérés
	11%	ST En vente libre
	7%	Vente libre
	11%	ST Utilisation qui doit être encadrée par le pharmacien
	4%	Avec une utilisation qui doit être encadrée par le pharmacien
	3%	Recommandé sur une petite période / Utilisation ponctuelle / Courte durée
	3%	Avis du pharmacien est essentiel pour éviter les erreurs / mésusages
	9%	ST Produits / Médicaments efficaces
	3%	Produit efficace
	7%	ST Restent / sont des médicaments
	3%	Médicament identique à ceux remboursés avec les mêmes effets thérapeutiques
	6%	ST Utiles et facile d'accès
	5%	ST Bien tolérés / Innocuité
	5%	ST Non remboursés
	4%	Non remboursés
	4%	ST Alternative aux consultations
	4%	ST Terme Générique

ST <5 ans
ST 5-34 ans
ST >35 ans

Définition d'un médicament sans ordonnance

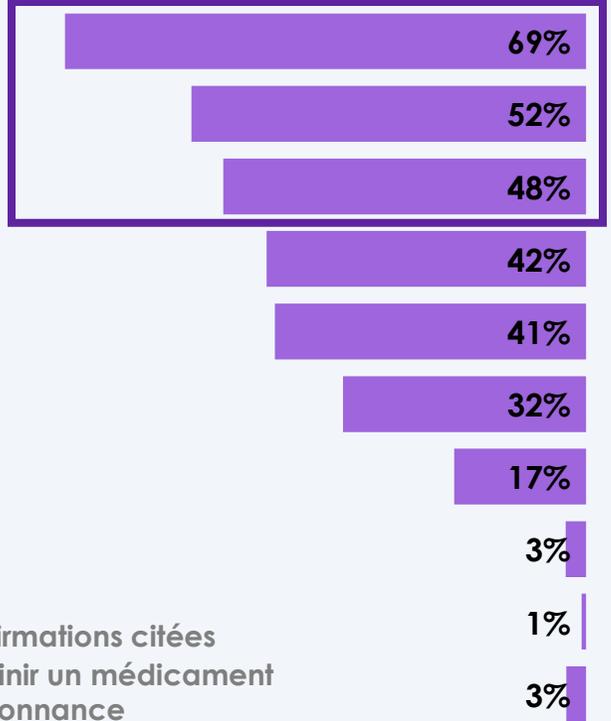
Des **divergences entre les deux cibles** : Pour les consommateurs, un médicament sans ordonnance se définit comme tel ou par son accessibilité. Il peut aussi être assimilé à un traitement d'une pathologie plus légère et/ou traitable seul. Les pharmaciens estiment quant à eux que ces produits se caractérisent par leur intervention en tant que conseiller.



N=227



N=1003



3,1 affirmations citées pour définir un médicament sans ordonnance

♂
♀

Sans ordonnance

Médicaments en libre accès

Achat libre

Traitements pour les maux du quotidien

Automédication

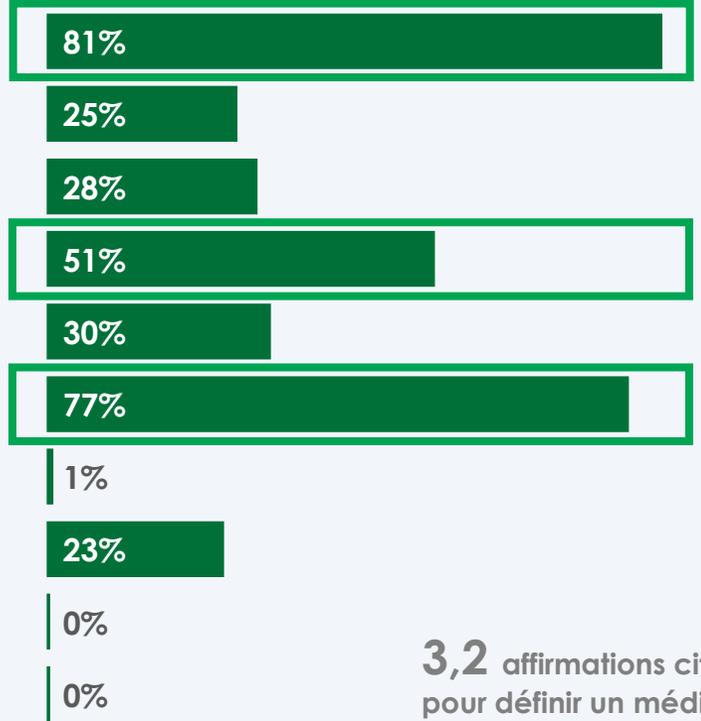
Qui sont conseillés par les pharmaciens

Qui ne nécessitent pas l'aide d'un pharmacien

OTC

Aucune des réponses ci-dessus

Je ne sais pas



ST <5 ans

3,2 affirmations citées pour définir un médicament sans ordonnance

Priorités dans l'OTC

Un médicament/traitement sans ordonnance implique une délivrance par l'humain. Alors que les hommes sont davantage attentifs au prix appliqué, les femmes sont plus sensibles à l'éventail de produits disponibles par pathologie. Ces deux aspects sont partagés par les pharmaciens qui adoptent davantage l'angle du besoin (pathologies) que de l'offre (panel de produits).



N=935

♀	Proposition d'un large choix de marques / médicaments par maladie, pathologie	1
	La présence du pharmacien	2
	Le conseil de l'équipe officinale	3
♂	Le prix des médicaments proposés en automédication	
	La variété des maladies / pathologies prises en charge par les médicaments disponibles en automédication	
	L'exposition en rayon des médicaments proposés en automédication	
	La difficulté à trouver les bons médicaments pour s'automédiquer	



N=227

	Le conseil de l'équipe officinale	1
	La présence du pharmacien	2
	La variété des maladies / pathologies prises en charge par les médicaments disponibles en automédication	3
	Proposition d'un large choix de marques / médicaments par maladie, pathologie	
	Le prix des médicaments proposés en automédication	
	L'exposition en rayon des médicaments proposés en automédication	
	La difficulté à trouver les bons médicaments pour s'automédiquer	

A3 - CONSOMMATEURS Parmi les thèmes suivants, veuillez les classer du thème le plus important au moins important, lorsque l'on parle des médicaments / traitements que vous pouvez acheter sans ordonnance, pour vous. **A3 - PHARMACIENS** Parmi les thèmes suivants, veuillez les classer du thème le plus important au moins important, lorsque l'on parle de l'OTC, des médicaments en automédication, pour votre pharmacie.

La thématique du prix – top3

Une impression d'inflation accélérée ces dernières années, partagée par les deux cibles sur les médicaments en général et d'automédication qui motive la formulation d'une offre large.
 En effet, **le prix des médicaments est un vrai sujet !**



N=935

ST D'accord
 Tout à fait d'accord

J'ai l'impression que le prix des médicaments a augmenté de plus en plus vite ces dernières années	82% 32% ♀
Les médicaments vendus en pharmacie coûtent cher	78% ♀ 27%
Les médicaments d'automédication vendus en pharmacie sont chers	74% ♀ 25%



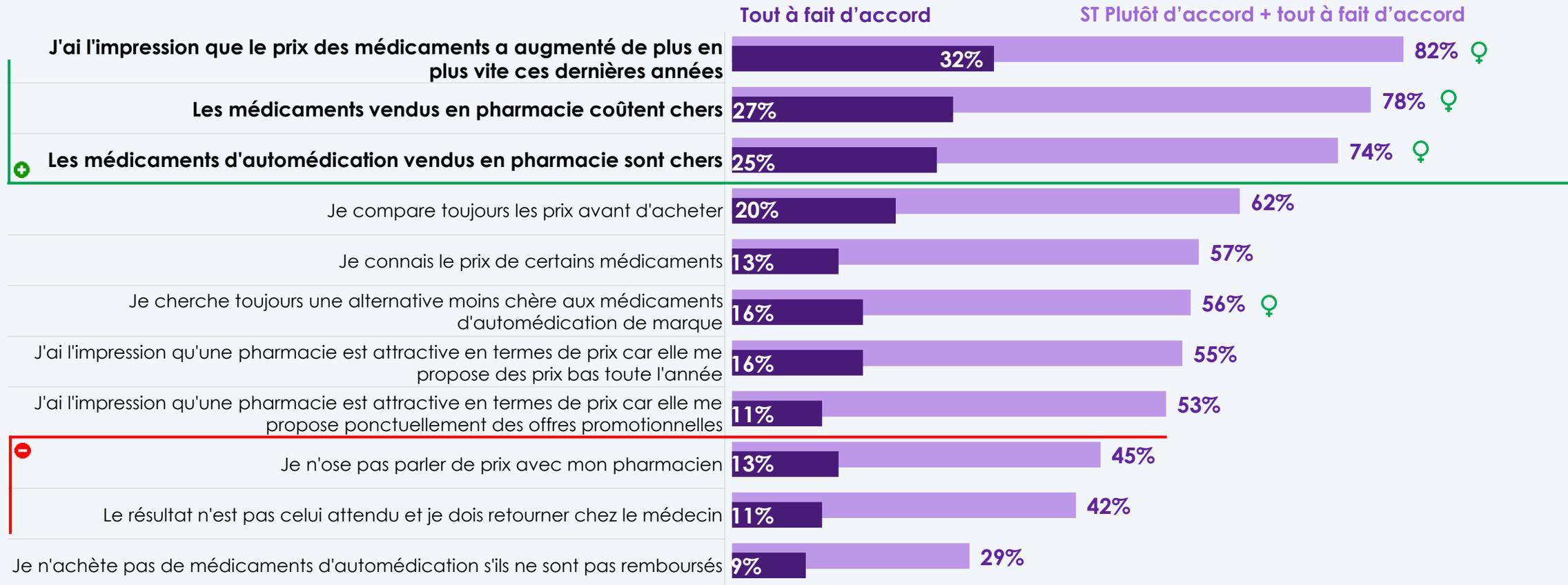
N=227

ST D'accord
 Tout à fait d'accord

J'ai l'impression que le prix des médicaments a augmenté de plus en plus vite ces dernières années	91% 41%
Avec l'inflation, les patients font de plus en plus attention au prix des médicaments d'automédication	89% ST <5 ans 31%
Dans mon officine, je fais attention à avoir plusieurs gammes de prix disponibles dans les médicaments d'automédication au sein d'une même indication/pathologie	89% ST <5 ans 22%

La thématique du prix – Détail

Un constat d'inflation/cherté prononcé notamment chez les femmes, et qui motive une recherche d'alternatives et la visite d'une pharmacie sur un critère de prix.

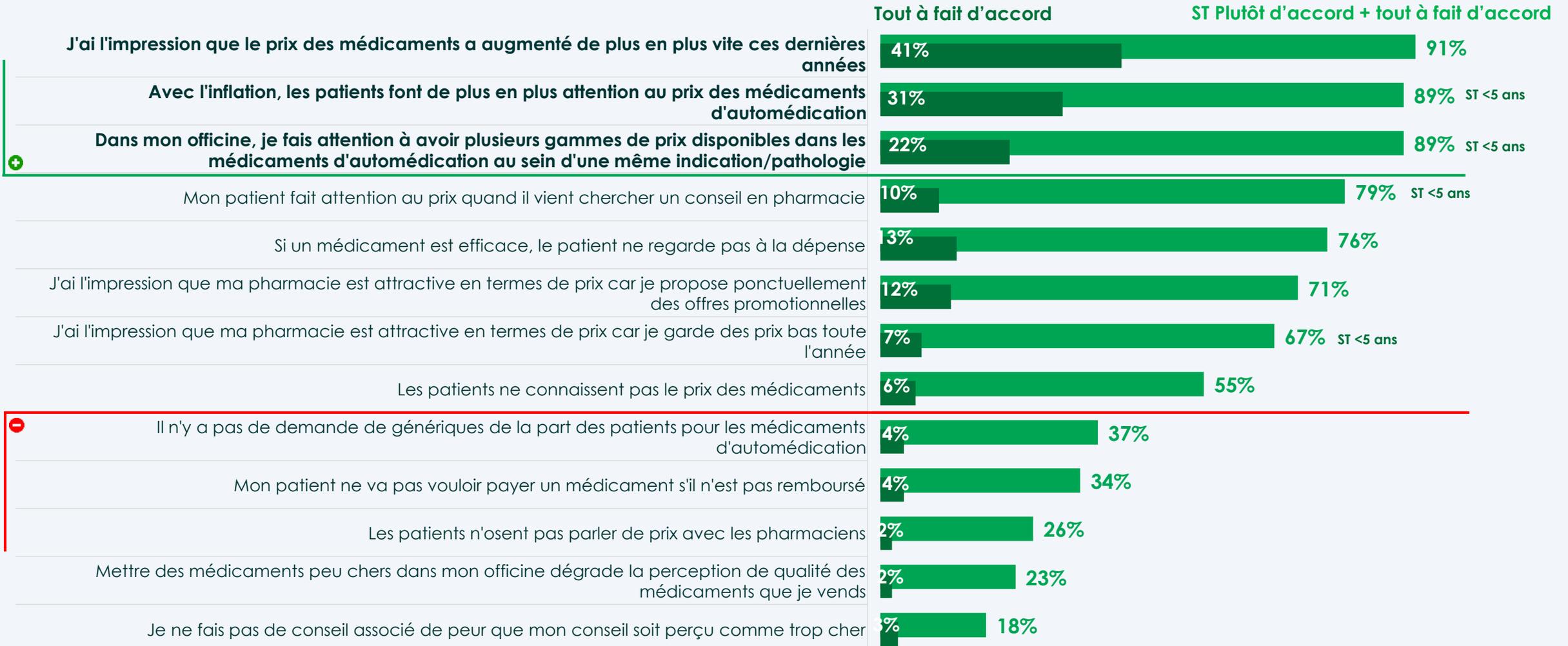




N=227

La thématique du prix – Détail

Les pharmaciens à l'ancienneté la plus faible rapportent une sensibilité plus forte aux variations de prix.

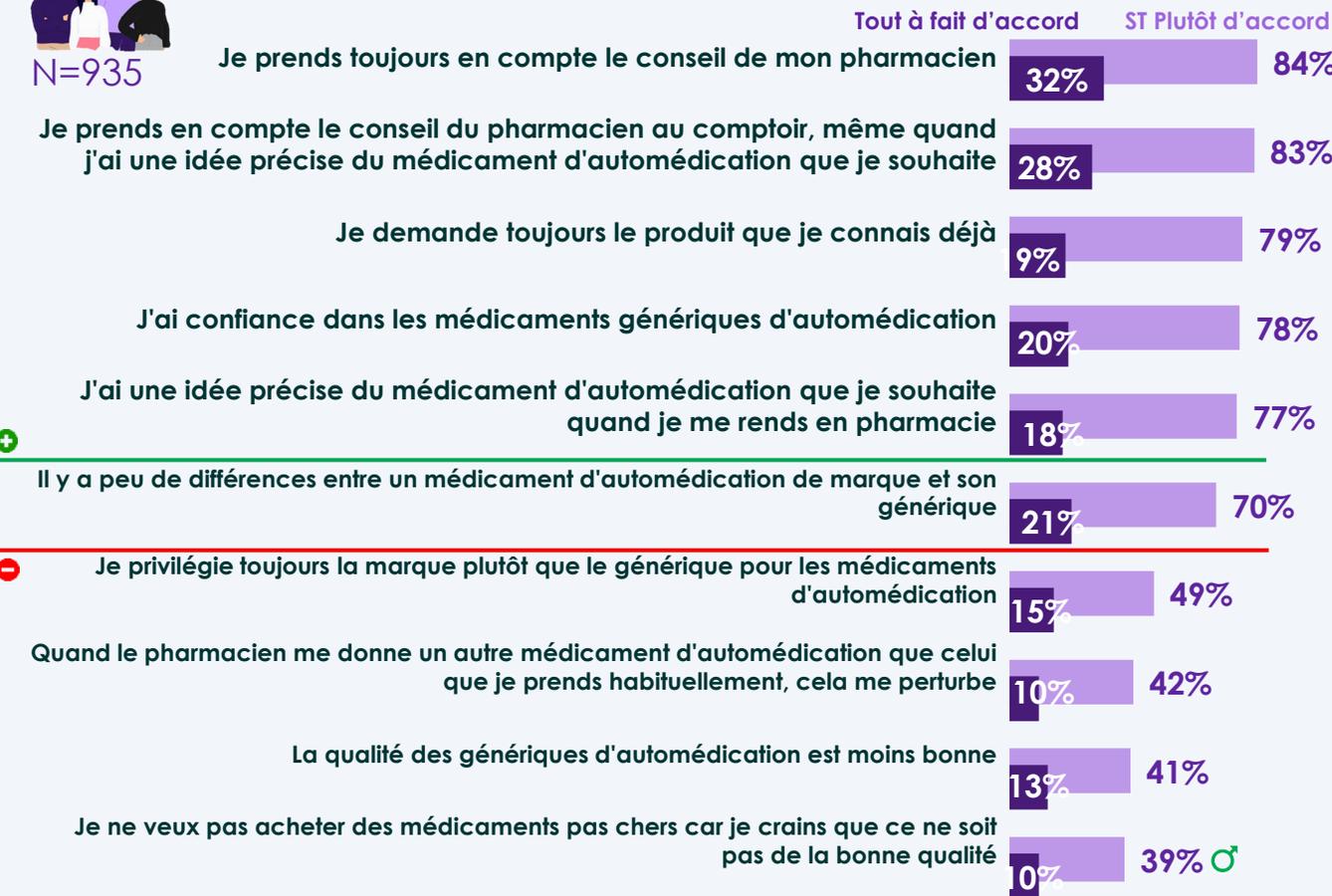


Comportements d'achat et de conseil

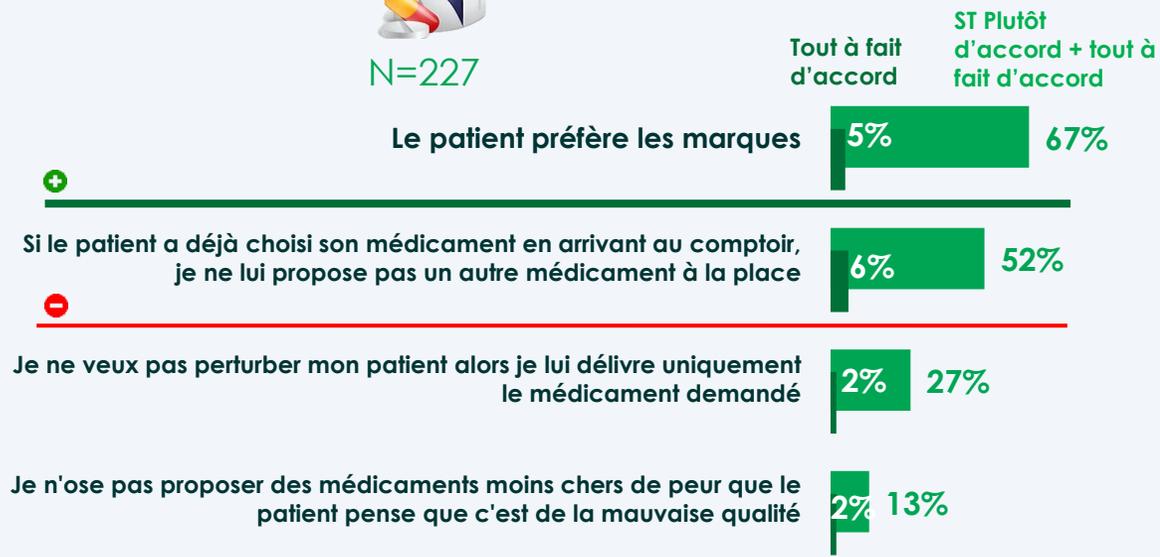
Un comportement de prudence en privilégiant le conseil professionnel et l'habitude. Une ouverture déclarée marquée pour les génériques; dans les faits, 50% des consommateurs privilégient la marque. Les pharmaciens respectent les habitudes du consommateur et leur observent effectivement un attrait pour les marques.



N=935



N=227



La relation patient – professionnel de santé

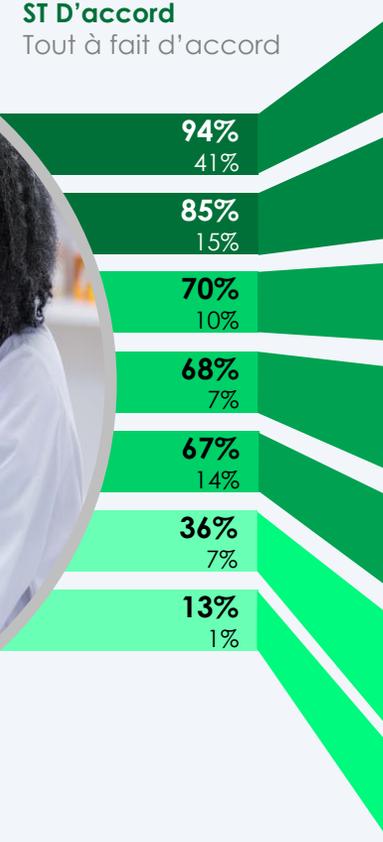
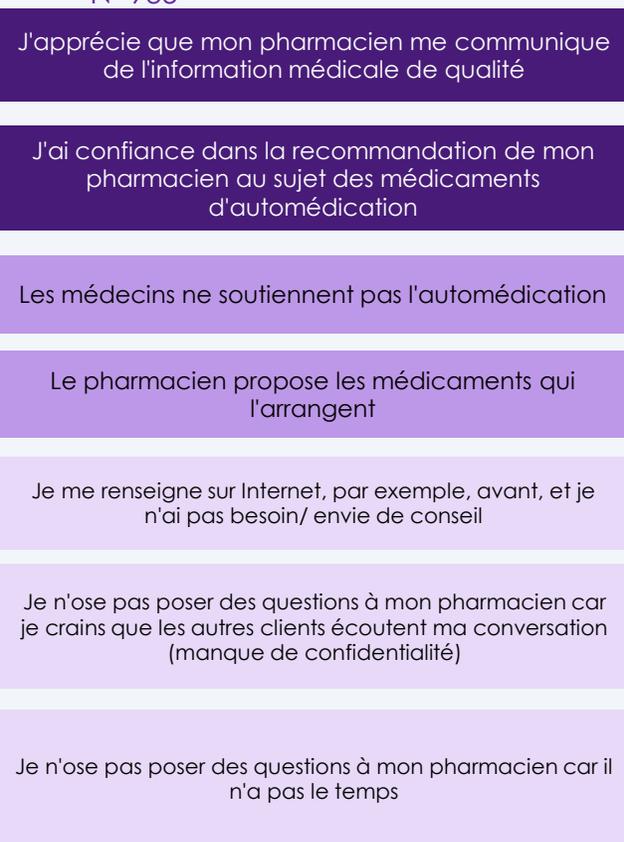
Au premier abord, une confiance marquée envers le pharmacien, nuancée par le bénéfice que celui-ci pourrait en tirer. Ceci motive une recherche individuelle antérieure qui peut aussi se justifier par une pudeur du consommateur. Les pharmaciens tentent de répondre aux attentes des consommateurs en termes d'informations et de produits.



N=935



N=227



A6. CONSOMMATEURS Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chaque affirmation suivante, lorsque l'on évoque le conseil du pharmacien à propos des médicaments en automédication ? **A6. PHARMACIENS** Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chaque affirmation suivante, lorsque l'on évoque le conseil du pharmacien à propos des médicaments en automédication ?



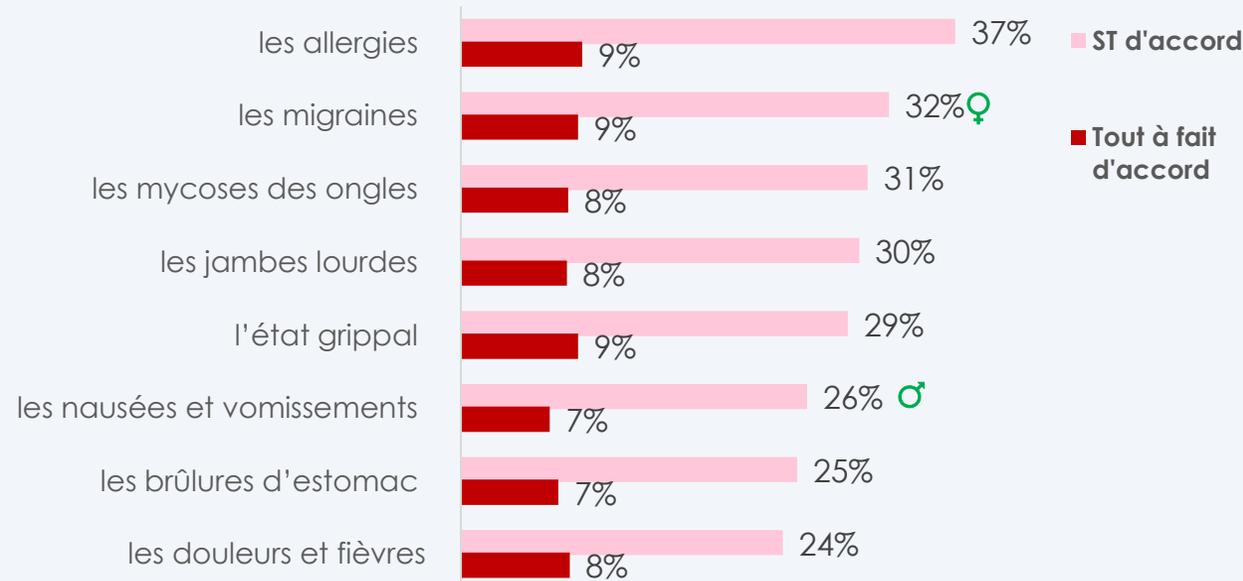
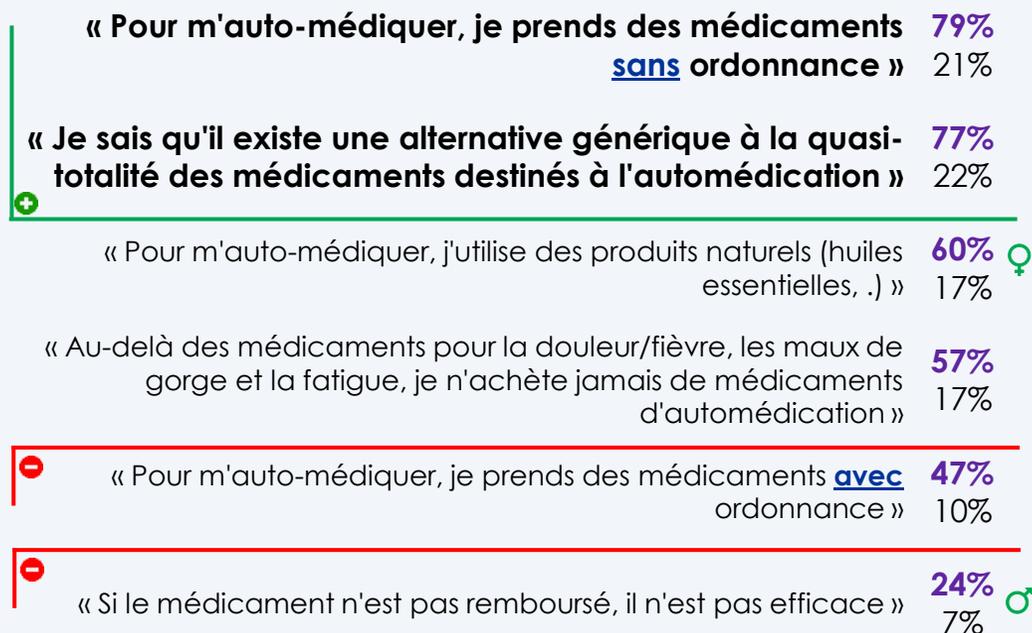
N=935

Perception des médicaments d'automédication par les consommateurs

Une automédication qui rime avec OTC et alternatives (génériques ou naturelles) et adaptée à des maux plus légers du quotidien. Près de la moitié des consommateurs privilégient tout de même des médicaments avec ordonnance pour s'automédiquer. **Pas d'image néfaste en termes d'efficacité quel que soit l'univers**

ST D'accord
Tout à fait d'accord

Des médicaments d'automédication qui ne sont pas aptes à soulager...

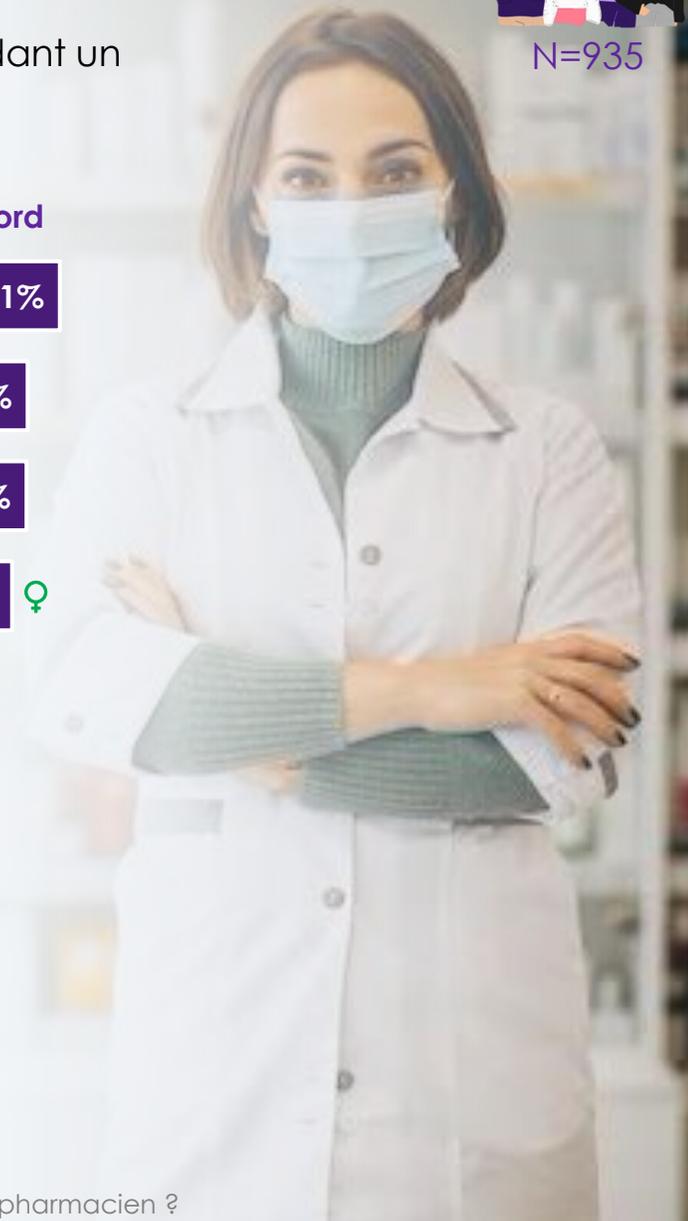
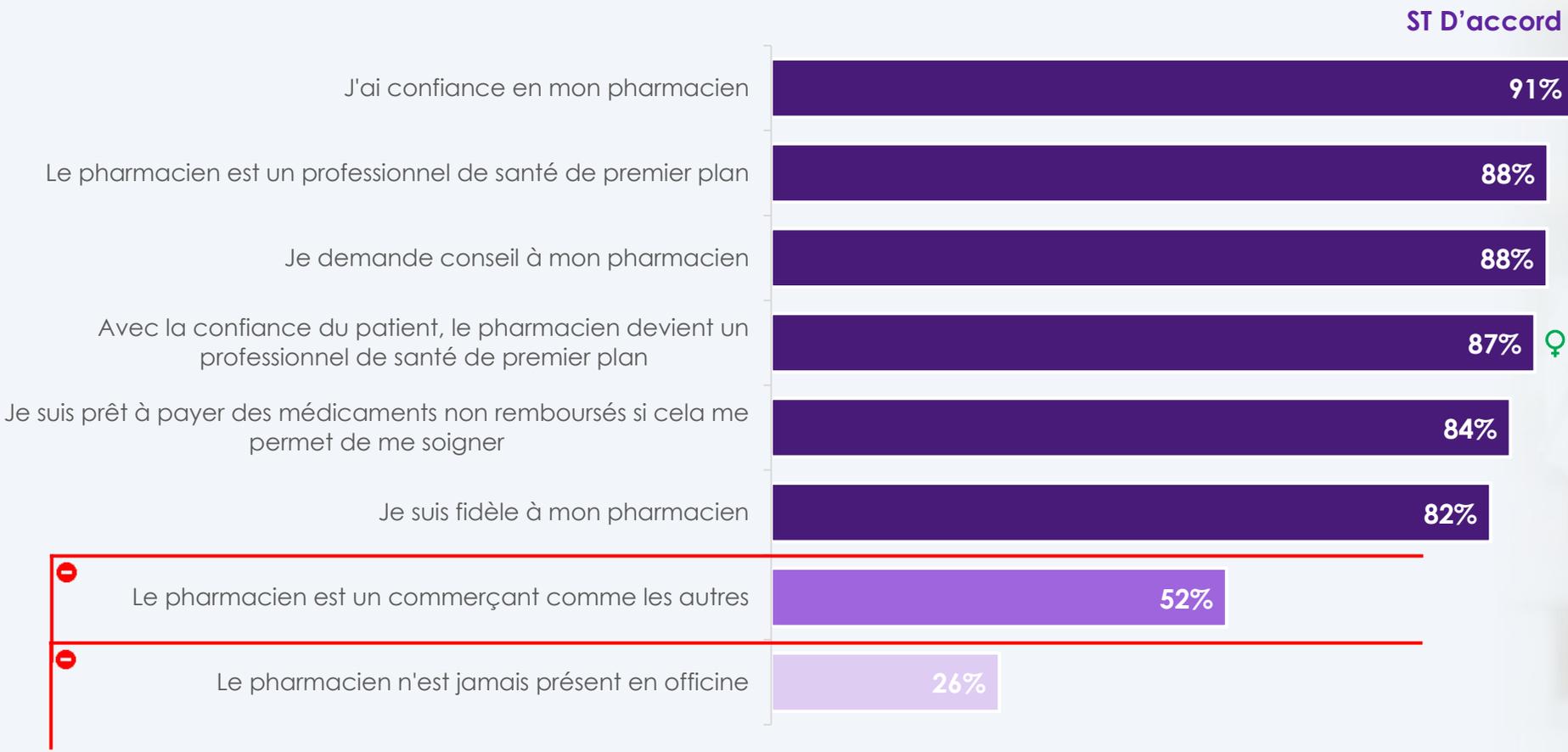


Un top box globalement un peu faible (en dessous de 30%) – Un ventre mou important à convertir définitivement en faveur de l'automédication.

A7. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chaque affirmation suivante, lorsque l'on évoque la variété des maladies prises en charge par les médicaments disponibles en automédication ? A8. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chaque affirmation suivante, lorsque l'on évoque la capacité des médicaments d'automédication à soulager certaines maladies ?

Perception du rôle de pharmacien

Une confiance, une considération et une fidélité marquées pour le pharmacien, qui reste cependant un commerçant comme un autre pour près de la moitié des consommateurs.





3

Conclusions

Conclusions et enseignements

Pour les consommateurs un produit d'automédication :

- Un produit qui peut être acheté **sans ordonnance**
- Pour les **maux du quotidien**
- Et qui sont perçus comme étant **efficaces** dans ce contexte
- La **présence du pharmacien** ou de l'équipe officinale est très importante pour les consommateurs



L'automédication pour les pharmaciens :

- **Un domaine réservé aux pharmaciens** : le référent, il se sent essentiel
- Adapté à des **pathologies courantes**
- **Alternative** sensiblement équivalente
- **Facilement accessible** en répondant notamment **à un besoin de soulagement rapide**

Une vision de l'automédication assez en phase entre les consommateurs et les pharmaciens. Ce qui est important, c'est de proposer un large choix de marques pour une même indication, pour les maux du quotidien avec toujours la présence et les conseils du pharmacien ou de son équipe

Conclusions et enseignements



Une sensation partagée de **médicaments qui augmentent** de plus en plus vite , qui **coûtent cher** que ce soit concernant l'OTC comme ceux sur prescription.

Ce n'est pas pour autant que le non-remboursement est un blocage du point de vue des patients comme des pharmaciens.



Même si les consommateurs ont **confiance dans les génériques**, il est vrai qu'ils semblent toujours **demandeur le produit qu'ils connaissent** déjà tout en restant à l'écoute du conseil de leur pharmacien.

Le pharmacien considère, quant à lui, que **les patients préfèrent les marques** et ne va donc **pas de lui-même lui proposer autre chose** à la place



Concernant **le choix du générique**, le plus souvent, il semblerait que les patients aillent **facilement** vers ces derniers dès lors que la pathologie reste de **l'ordre des « maux du quotidien »**, alors que pour les symptômes plus impliquants, un peu plus « sérieux » comme les allergies, ils se tournent préférentiellement vers des marques connues même si le prix est plus élevé :
Quelle connotation du prix ? Plus cher donc plus efficace ? Alors qu'ils ont une bonne image d'efficacité ?

Comportement inverse du pharmacien : il place moins facilement le générique dans les douleurs et fièvre par exemple.

Pour faciliter le discours des pharmaciens, il semble donc important que le conseil se fasse soit lorsque le patient demande un traitement pour son symptôme quand il n'a pas de produit en tête et en tous les cas avant que le patient se présente au comptoir avec un produit précis.

toluna   harris
interactive

Merci !

