

OTC

Les labos préférés des pharmaciens

EXCLUSIF

Selon l'enquête de l'institut Gallileo Business Consulting, que révèle Pharmacien Manager, Urgo et Upsa Conseil tirent leur épingle du jeu.

Boiron, Cooper, Sanofi, Upsa Conseil (Bristol Myers Squibb) et Urgo. Tels sont, par ordre alphabétique, les cinq laboratoires OTC les plus attractifs pour les pharmaciens en 2016, selon Gallileo Business Consulting. Pour établir ce constat, l'institut d'études et de conseil a sondé en novembre dernier un panel représentatif de 329 officinaux tricolores et a demandé de juger 13 laboratoires leaders du marché OTC. Les résultats de l'enquête, intitulée « Pharma'Scope – OTC », sont révélés en exclusivité dans Pharmacien Manager. Globalement, les pharmaciens évaluent la performance des labos à 6,1 sur 10. Et ce, en se basant sur 27 critères qui concernent le produit (qualité, efficacité...), la marque (notoriété, communication...), la visite du

représentant, les conditions commerciales, et l'accompagnement. Sur ce dernier point, la note de performance est parfaite puisqu'elle n'est que de 5,5 sur 10. Autant dire que les titulaires demandent à leurs partenaires industriels plus d'outils d'aide au conseil, plus de soutien merchandising et de formation, pour booster leurs ventes OTC. Deux laboratoires tirent plus honorablement que les autres leur épingle du jeu. À savoir Urgo et Upsa Conseil. Le premier fait un sans faute : il est cité dans le Top 5 des labos, quant à la performance de la marque, des produits, de la relation commerciale, de la politique de prix et des services aux officinaux. Upsa, lui, récolte les mêmes honneurs, sauf sur la visite du représentant.

(63 %) ou les maux de gorge (69 %), selon les résultats d'une enquête en ligne menée par l'institut de sondage Ipsos, du 3 au 5 mai 2016, pour Pierre Fabre. Pour des troubles pourtant handicapants comme les problèmes de sommeil ou l'anxiété, respectivement 57 % et 59 % des personnes interrogées déclarent préférer « attendre que cela passe ». Dans 56 % des cas, elles ont recours au pharmacien pour lui demander le médicament qui leur conviendrait le mieux.

CONSEIL attendu. Pour le choix de l'officine, c'est toujours la proximité qui prime (82 % des répondants), tandis que les prix ne sont déterminants que pour 21 % des répondants. Pourtant, des écarts parfois significatifs sur les médicaments sans ordonnance viennent d'être consta-

tés par l'association Familles rurales. D'après son « Observatoire des prix des médicaments 2016 », le prix d'une boîte de Nicopass peut par exemple varier de 14,99 euros à 31,30 euros selon l'endroit où on l'achète.

La qualité de l'accompagnement et de l'offre sont aussi des critères clés, pour respectivement 63 % et 62 % des personnes interrogées par Ipsos. « *Le pharmacien, qui arrive ainsi juste après le médecin généraliste ou le spécialiste dans la liste des professionnels auxquels les Français font confiance pour les conseiller, a une vraie carte à jouer* », relève Luc Barthélémy, directeur des études santé chez Ipsos. Charge à aux équipes de densifier leurs offres au-delà du médicament OTC et d'étoffer leurs conseils en termes de prévention. ●

59 % DES FRANÇAIS – SOIT PLUS D'UN SUR DEUX – estiment que certaines consultations (au cours de l'année passée) chez le médecin généraliste pour un problème de santé bénin, auraient pu être remplacées par un passage direct à la pharmacie.

VENTE EN LIGNE

Seuls 11 % des Français ont déjà acheté sur Internet leurs médicaments sans ordonnance, et 14 % se disent prêts à le faire. Reste que 75 % de nos concitoyens déclarent ne pas avoir l'intention de recourir à ce type de pratique.

L'ESSENTIEL

- **Le marché de l'automédication regroupe aujourd'hui un marché plus large que celui du médicament sans ordonnance. Il englobe la notion de bien-être et de prévention : compléments alimentaires, autotests...**
- **Les statistiques montrent que les segments des compléments alimentaires et des dispositifs médicaux sont en plus forte évolution que celui du médicament acheté sans prescription.**
- **Le pharmacien reste un élément clé de l'avenir de l'automédication : pour orienter les patients dans leur choix mais aussi pour valoriser l'offre.**
- **Il attend des laboratoires plus d'accompagnement en point de vente.**

52 % C'EST LE TAUX DE FRANÇAIS qui ont eu recours à l'automédication trois fois ou moins dans l'année. Autant dire qu'il existe une marge de progression réelle.

Source : enquête Consumer Health Care Pierre Fabre/Ipsos 2016 auprès de 3018 consommateurs.