



# Les déterminants à l'achat de médicaments d'automédication

**Thomas BRIER**

**Mathilde DREYFUS**

**Angélique NAZON**

**Sous la direction de Déborah Wallet-Wodka**

Master Marketing de la santé  
Promotion 2012

**UPMC**  
PARIS UNIVERSITAS

## Remerciements

Nous souhaitons remercier dans un premier temps, **l'AFIPA, Mme Daphnée Lecomte-Somaggio** pour nous avoir confié cette étude, nous avoir fait confiance.

Nous remercions aussi **Mme Déborah Wallet Wodka**, pour nous avoir aiguillé et apporter son expérience et ses conseils tout au long de cette étude.

Nous remercions également tous **les participants** qui ont accepté de répondre à notre questionnaire, ainsi que les personnes interviewées, sans qui notre étude n'aurait pas pu être réalisée.

## Table des matières

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| I. <u>L'automédication : définition</u> .....                                                          | 4  |
| II. <u>Contexte actuel</u> .....                                                                       | 5  |
| 1. Le médicament en France .....                                                                       | 5  |
| 2. Le marché de l'automédication et du médicament en général.....                                      | 7  |
| 3. Les déterminants des achats pour les produits de grande consommation.....                           | 8  |
| III. <u>Connaissances actuelles des comportements face à l'automédication :</u> .....                  | 9  |
| IV. <u>Objectifs de l'étude et méthodologie</u> .....                                                  | 10 |
| 1. Objectifs de l'étude .....                                                                          | 10 |
| 2. Méthodologie .....                                                                                  | 11 |
| V. <u>Résultats de l'étude</u> .....                                                                   | 11 |
| 1. Profil des répondants .....                                                                         | 11 |
| 2. Les habitudes du consommateur.....                                                                  | 12 |
| 3. Ce que connaît le consommateur .....                                                                | 16 |
| VI. <u>La pratique de l'automédication aujourd'hui</u> .....                                           | 16 |
| 1. Quand l'automédication est-elle pratiquée ?.....                                                    | 17 |
| 2. Pourquoi est utilisée l'automédication ? .....                                                      | 17 |
| 3. Comment se déroule l'achat de médicaments d'automédication ?.....                                   | 18 |
| VII. <u>Le processus de décision du consommateur face au choix d'un produit d'automédication</u> ..... | 21 |
| 1. Efficacité .....                                                                                    | 23 |
| 2. Une précédente utilisation.....                                                                     | 23 |
| 3. Le conseil pharmacien .....                                                                         | 24 |
| 4. Le prix.....                                                                                        | 25 |
| 5. La connaissance de la marque : .....                                                                | 27 |
| 6. Facilité d'utilisation, gout et forme galénique : .....                                             | 27 |
| 7. Publicité .....                                                                                     | 27 |
| VIII. <u>Les perspectives du marché :</u> .....                                                        | 29 |
| IX. <u>Les parcours de choix de médicaments d'automédication :</u> .....                               | 31 |
| Conclusion .....                                                                                       | 34 |

## I. L'automédication : définition

D'après la réglementation européenne en vigueur, (directive 2004/27/CE, modifiant la directive 2001/83/CE, article 71, §1), les médicaments sont soumis à prescription médicale lorsqu'ils:

« - sont susceptibles de présenter un danger, directement ou indirectement, même dans des conditions normales d'emploi, s'ils sont utilisés sans surveillance médicale, ou sont utilisés souvent, et dans une très large mesure, dans des conditions anormales d'emploi et que cela risque de mettre en danger directement ou indirectement la santé, ou contiennent des substances ou des préparations à base de ces substances, dont il est indispensable d'approfondir l'activité et/ou les effets indésirables, ou sont, sauf exception, prescrits par un médecin pour être administrés par voie parentérale. » Cette directive définit dans son article suivant (article 72) les médicaments non soumis à prescription médicale comme « ceux qui ne répondent pas aux critères énumérés »

Comme tous les médicaments, ces médicaments ont une autorisation de mise sur le marché (AMM). Elle est délivrée, après évaluation par une commission d'experts, par le Directeur Général de l'Agence Française de Sécurité Sanitaire des Produits de Santé. Aux doses thérapeutiques recommandées, tous ces médicaments ne présentent pas de danger direct ou indirect lié à la substance active qu'ils contiennent, même s'ils sont utilisés sans surveillance médicale.

Pour être adapté à l'automédication, un médicament doit présenter les caractéristiques suivantes :

- contenir une substance active adaptée à l'automédication avec un rapport efficacité/sécurité satisfaisant
- être utilisé dans le cadre d'une indication relevant d'une prise en charge par le patient seul (affections bénignes ou banales, affections chroniques avec un diagnostic médical initial et qui ne nécessitent pas de suivi médical...)
- avoir un conditionnement adapté à la posologie et à la durée prévue du traitement
- fournir dans sa notice une information au patient lui permettant de juger de l'opportunité du traitement, de comprendre facilement son mode d'utilisation et de connaître les signes qui

doivent inciter à demander l'avis du médecin.

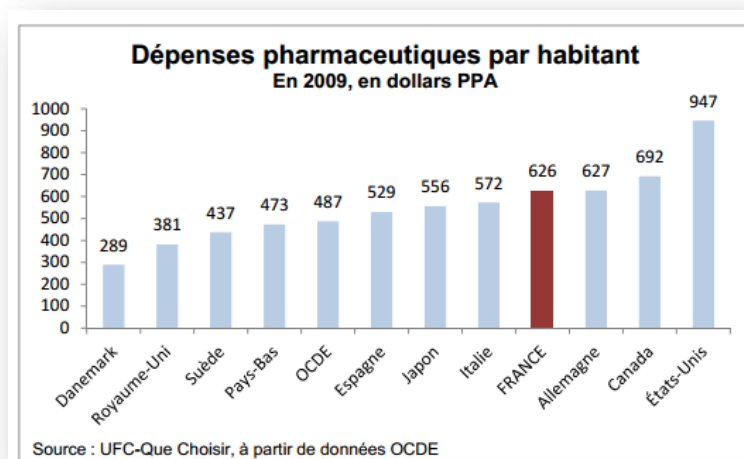
De ce fait, les médicaments d'automédication peuvent être utilisés sans l'intervention d'un médecin et sont disponibles sans ordonnance. Toutefois, ils peuvent parfois être prescrits par un médecin. L'automédication responsable consiste, pour les individus, à soigner leurs maladies grâce à des médicaments autorisés, accessibles sans ordonnance, sûrs et efficaces dans les conditions d'utilisation indiquées (OMS, 2000). Il est clairement décrit que reprendre un médicament prescrit par un médecin par soi-même ou encore acheter des médicaments sur internet sont des pratiques dangereuses. Bien évidemment il en découle que reprendre des médicaments prescrits lors d'une pathologie précédente, notamment des antibiotiques n'est pas de l'automédication et est une pratique non sans risques.

Ces médicaments sont vendus exclusivement en pharmacie.

## II. Contexte actuel

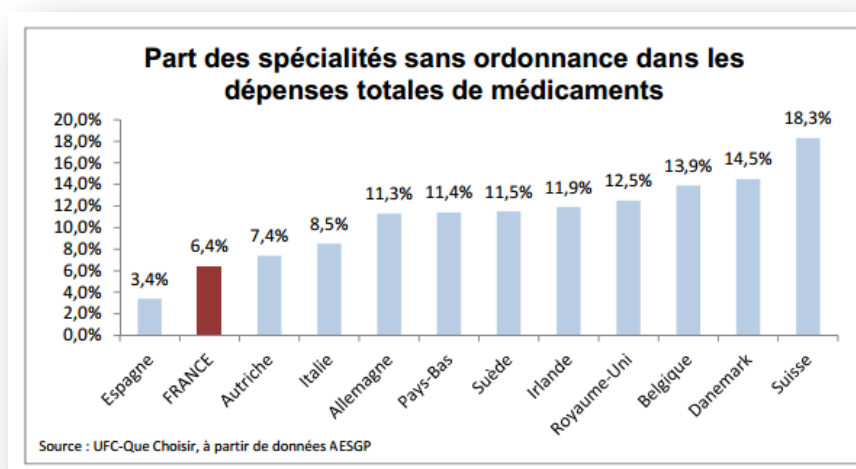
### 1. Le médicament en France

Les Français sont de grands consommateurs de médicaments. Comme le montre le tableau ci dessous, nous consommons en 2009, 626\$USA PPA par tête.

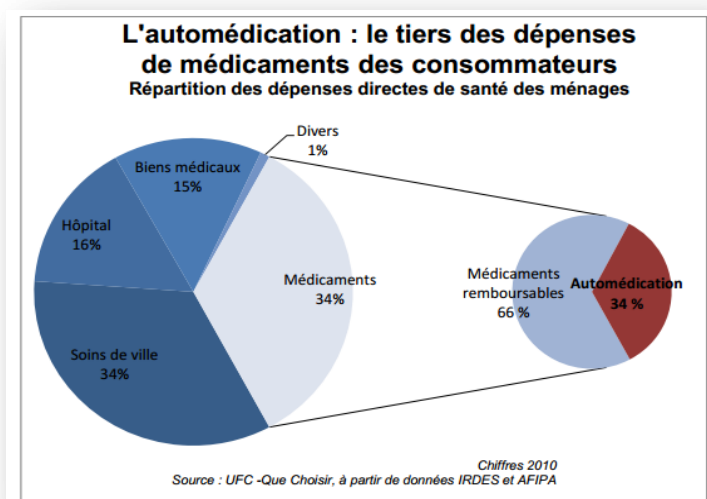


Si l'on regarde la part des spécialités dans ordonnance dans les dépenses totales de médicament, on se rend compte que les Français sont en queue de peloton avec 6,4 % des

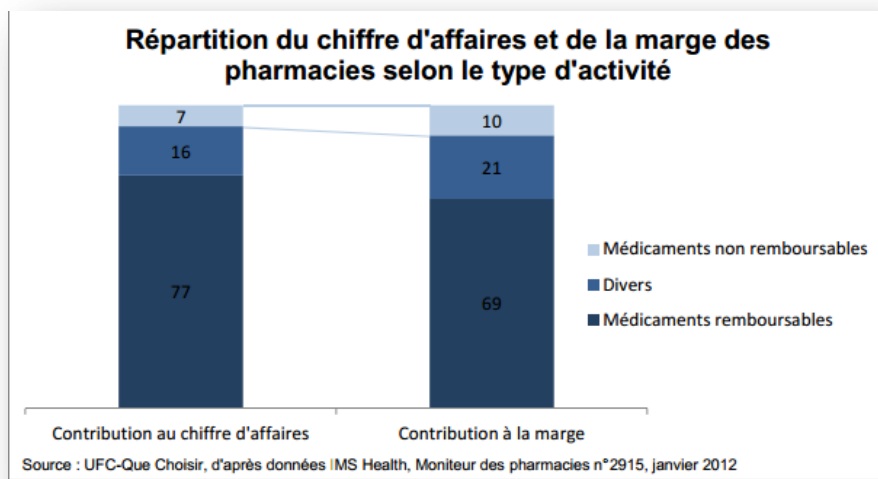
dépenses totales. Alors que certains de nos voisins européens comme le Royaume Uni ou la suisse ont respectivement une part des spécialités sans ordonnance de 12,5% voir 18,3 %.



Cela s'explique notamment par l'habitude que les Français ont de ne presque jamais payer leurs produits de santé, grâce au remboursement des médicaments par la sécurité sociale dans la plupart des cas. Néanmoins la part de médicaments d'automédication représente le tiers des dépenses de médicaments comme le montre le graphique ci-dessous.



De plus, les pharmaciens sont peu motivé à la vente de ce type de produit, car comme le montre le graphique ci-dessous, la contribution à la marge ou au chiffre d'affaire n'excède pas 10%, alors que les médicaments remboursés sont eux beaucoup plus intéressants de ce point de vue là.

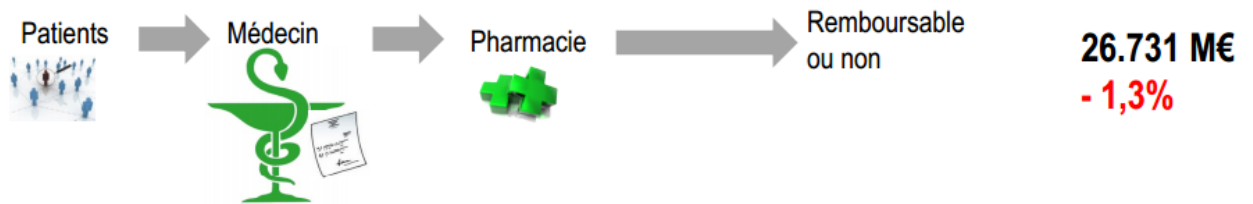


Un autre point à ne pas négliger sur le contexte du médicament en France est le déficit de l'assurance maladie qui ne cesse de s'accroître atteignant ainsi 17,4 Milliards d'euros en 2012. En réponse à ce déficit, des politiques de déremboursement ou de baisse du taux de remboursement, des restrictions budgétaires, des contraintes réglementaires, mais aussi le développement de l'automédication ont vu le jour.

## 2. Le marché de l'automédication et du médicament en général

En 2010, le marché de l'automédication représentait 419 millions d'unités vendues, soit 14.1% des médicaments, et générait 1,9 milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit 6.4% du marché des médicaments. Le prix moyen des médicaments d'automédication était de 4.60 euros (TVA à 7%). En 2011, les médicaments vendus sans ordonnance affichaient en 2011 **une progression de +1.9% des ventes en valeur**, représentant un marché de 2.1 milliards d'euros. Alors que pendant ce temps le marché du médicament en léger recul (-1.1% pour un chiffre d'affaires de 29,4 milliards d'euros en prix public TTC).

### Le marché de la prescription



### Le marché de l'automédication



Source : Celtipharm pour l'AFIPA, 10 ème baromètre 2012

Plusieurs raisons expliquent ce dynamisme du marché de l'automédication par rapport au marché global: le délistage, les campagnes publicitaires, les innovations galéniques et la croissance du libre accès.

Le marché de l'automédication représente par rapport au marché global du médicament :

- 6,4% du marché des médicaments en France,
- 10,4% en moyenne en Europe,
- 18,1% pour la Grande-Bretagne
- 26% pour la Pologne

### 3. Les déterminants des achats pour les produits de grande consommation

Selon une étude intitulée « Les antécédents explicatifs de la nature du mode de choix d'un produit » de Hager Turki Tlili. Le choix d'un produit est fortement influencé par les sentiments et émotions qui peuvent être suscités par une marque. Evidemment le choix peut aussi se faire sur la base d'expériences antérieures susceptibles d'induire un niveau de préférence.

On remarque que dans la grande consommation, le haut niveau de compétitivité et la forte ressemblance des produits laissent place de façon plus importante au jugement émotionnel.



Enfin, les individus peuvent se baser sur ce qui est explicitement présent dans leur contexte de choix (variables d'environnement : musique, environnement visuel...)

### **III. Connaissances actuelles des comportements face à l'automédication :**

Selon un article « Les déterminants du recours à l'automédication » de Denis RAYNAUD, paru dans la Revue Française des affaires sociales, 2008. Il est décrit des éléments caractéristiques du recours à l'automédication :

- Elle est utilisée plus souvent aux âges actifs, avec un pic à 40-50 ans
- Entre 20 et 50 ans l'automédication se pratique le plus souvent sans conseils.
- Pour les enfants il y a une forte probabilité de recours entre 0-2 ans
- Le recours à l'automédication est coûteux pour les ménages, de ce fait on remarque que plus le niveau de revenus augmente plus on a un fort recours à l'automédication.
- Les cadres et artisans sont des personnes très occupées avec de bons revenus, ces personnes ont un fort recours à l'automédication car pour eux cela leur permet de faire un gain de temps.
- Plus le niveau d'étude est élevé, plus fort est le recours à l'automédication, et les diplômés prennent conseil auprès du pharmacien. A contrario, moins le niveau d'étude est élevé plus le consommateur a besoin des conseils du médecin.
- Si c'est pour un enfant de moins de 5 ans le conseil d'un médecin est souvent pris et les décisions se font très rarement sans conseil spécialisé.
- Quant elles ont recours à l'automédication, les femmes ont plus souvent recours au conseil d'un médecin que les hommes
- Si les personnes sont en mauvaise santé elles ont souvent recours au conseil d'un médecin, voire pharmacien, mais font rarement cela sans conseil.
- Pour les couples avec au moins deux enfants les achats de médicaments d'automédication se font souvent sans cible particulière (pour n'importe qui dans la famille)
- Les personnes avec un niveau de vie modeste ou les personnes au chômage suivent plus souvent les conseils du médecin et moins souvent du pharmacien.

Il existe 3 cas de figure :

| 1 <sup>er</sup> cas de figure                                                                                                                                                                                                                                       | 2 <sup>ème</sup> cas de figure                                                                                                                                                        | 3 <sup>ème</sup> cas de figure                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Forme d'automédication contrainte, le consommateur peut y avoir recours car le médicament n'est pas remboursable.</li><li>• Concerne les individus qui ont en général un recours peut fréquent à l'automédication</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Comportement de consommateur habitué à l'automédication, pour lequel le recours est un choix positif qui permet de gagner du temps.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Cas qui peut être considéré comme antérieur au deuxième, c'est le cas où le consommateur accède à la connaissance du médicament via les conseils du pharmacien.</li></ul> |

Selon une intervention d'Ilaria Passarani, Économiste, Conseillère politique santé pour le BEUC (Bureau Européen des Unions de Consommateurs), lors d'une conférence débat

“Automédication” - Le point de vue des consommateurs », trois points sont à soulever :

- Pour le patient l'automédication peut être synonyme d'accès facile au remède, mais aussi une occasion de prendre ses responsabilités en matière de santé.
- Certains médicaments de part leur propriétés peuvent être la source de surconsommation : comme par exemple l'effet relaxant des antitussifs à la codéine.
- La base de la connaissance des maux est basée sur des messages commerciaux relayés par les médias.

## IV. Objectifs de l'étude et méthodologie

### 1. Objectifs de l'étude

Notre objectif principal a été de définir quels sont les facteurs influençant le choix de médicaments d'automédication, et de savoir si les consommateurs sont sensibles aux variables du marketing mix (publicité, promotion, prix, marque...).

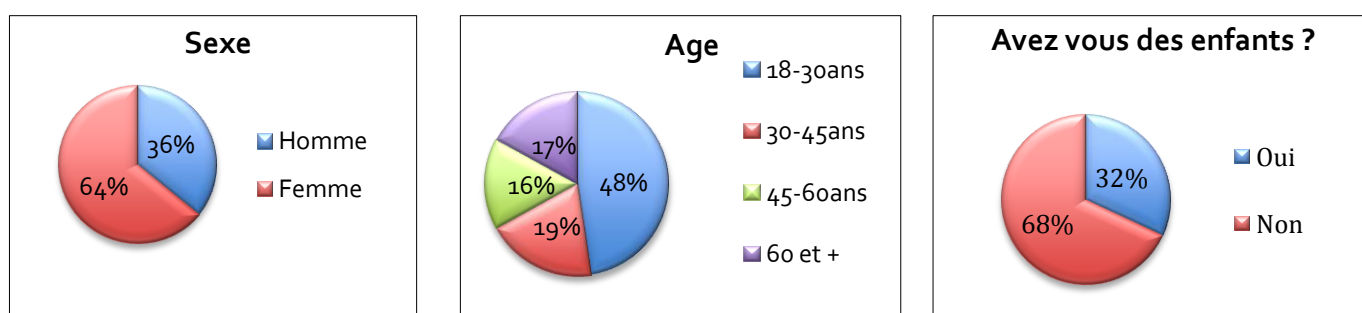
Nous avons essayé dans cette étude de voir s'il existait des profils d'acheteurs de médicaments sans ordonnance.

## 2. Méthodologie

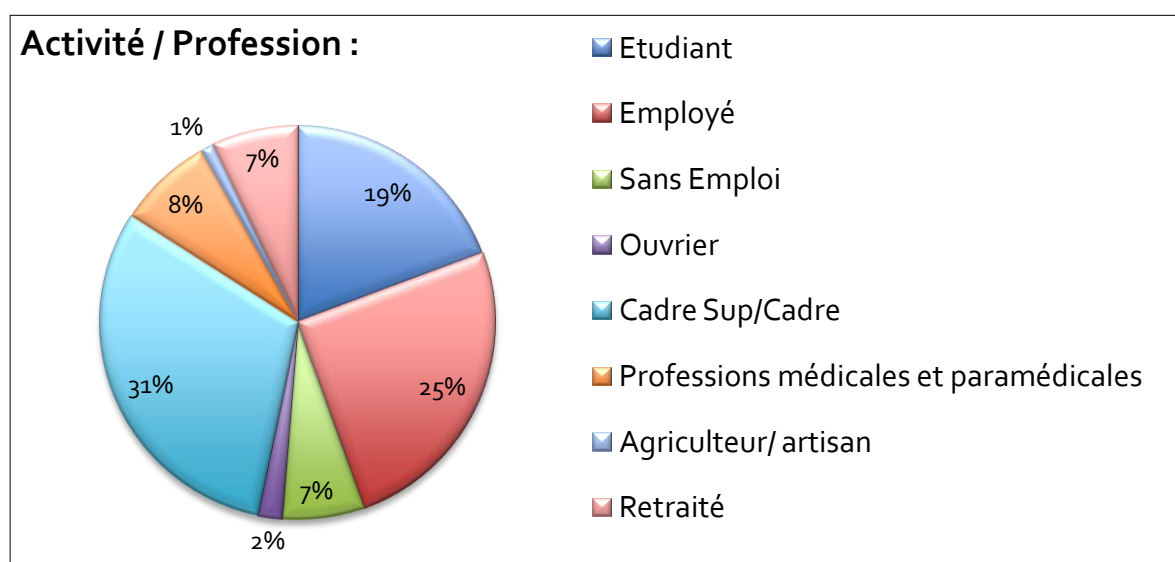
Nous avons fait notre étude via un sondage sur internet. Nous avons mené notre étude entre début et fin avril 2012, et avons collecté environ 450 questionnaires dont 400 exploitables. Pour cette étude la méthode des quotas a été respectée et les résultats présentés ici sont tous statistiquement significatifs.

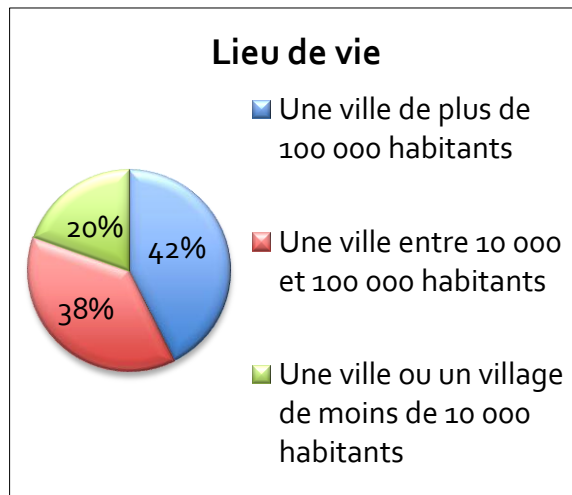
## V. Résultats de l'étude

### 1. Profil des répondants



Nous avons eu une majorité de femmes répondantes, ce qui est peu étonnant car les femmes s'expriment plus facilement sur les thématiques liées à la santé, les âges des répondants étaient pour moitié entre 18 et 30 ans, les trois autres classes d'âge (30-45 ans, 45-60 ans et 60 ans et plus) étaient représentés de façon quasiment identique. Enfin, 68 % des répondants n'avaient pas d'enfants, contre 32% qui en avaient. (Cette répartition est aussi liée à la répartition des âges).

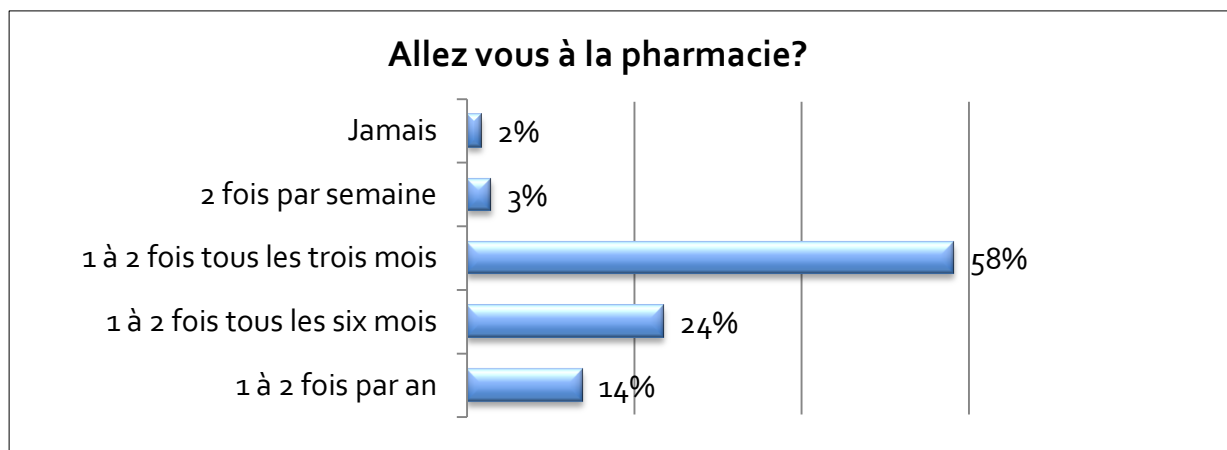




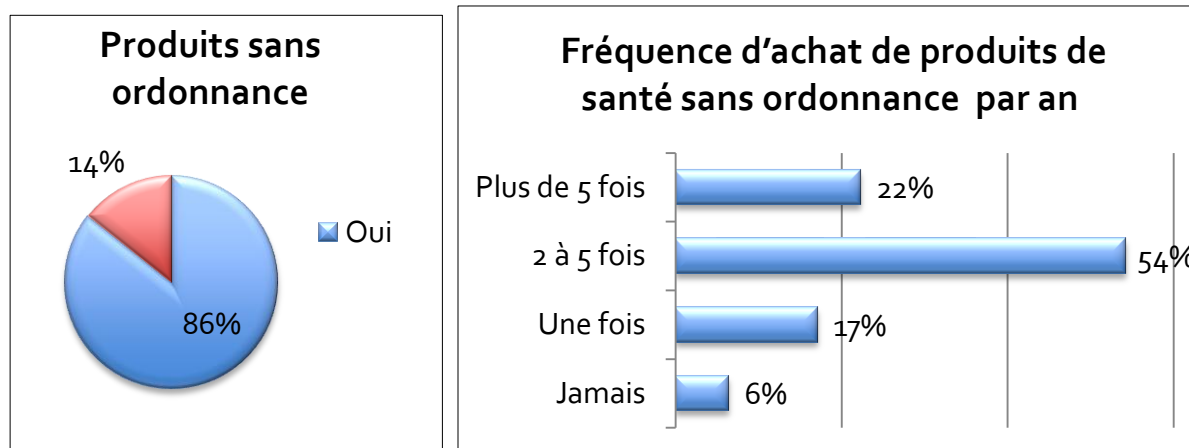
Les catégories socio-professionnelles ainsi que la répartition par lieu d'habitat est représentatif de la population générale.

## 2. Les habitudes du consommateur

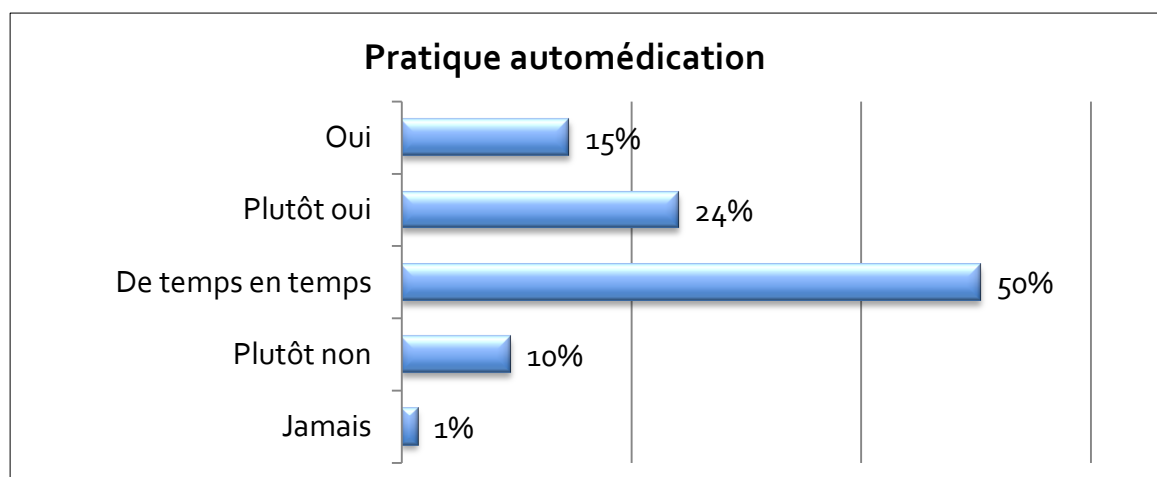
Dans un premier temps nous nous sommes intéressés aux habitudes du consommateur. La majorité des personnes (58%) fréquentaient la pharmacie une à deux fois tout les trois mois, le reste des personnes fréquentaient encore moins souvent la pharmacie.



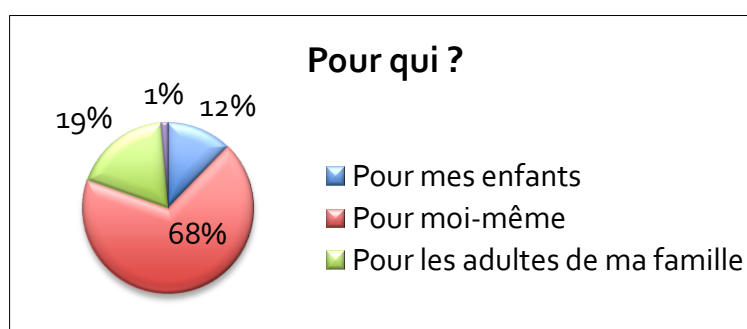
Comme le montre le graphique ci dessous, la majorité des personnes déclarent acheter des produits sans ordonnance (86%), et en majorité (54%), ils achètent de 2 à 5 fois par an ce type de produits, voir plus de 5 fois par an pour 22% des répondants.



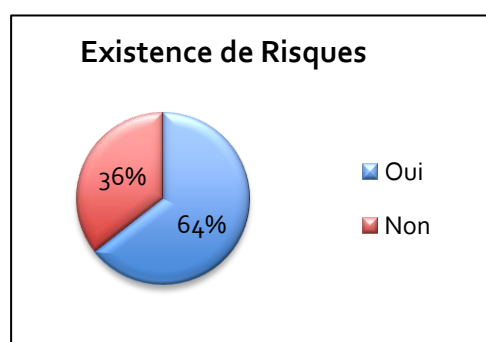
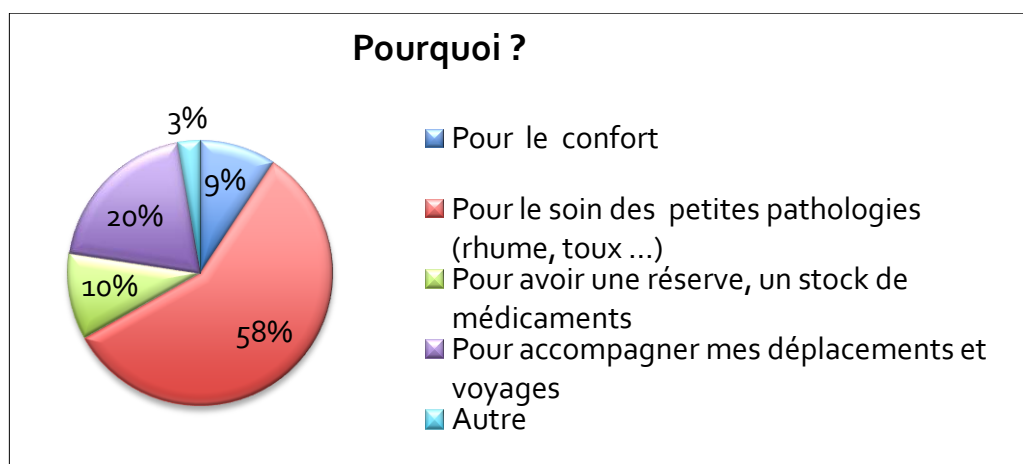
Lorsque l'on demande aux personnes si elles pratiquent l'automédication, on voit que la grande majorité la pratique.



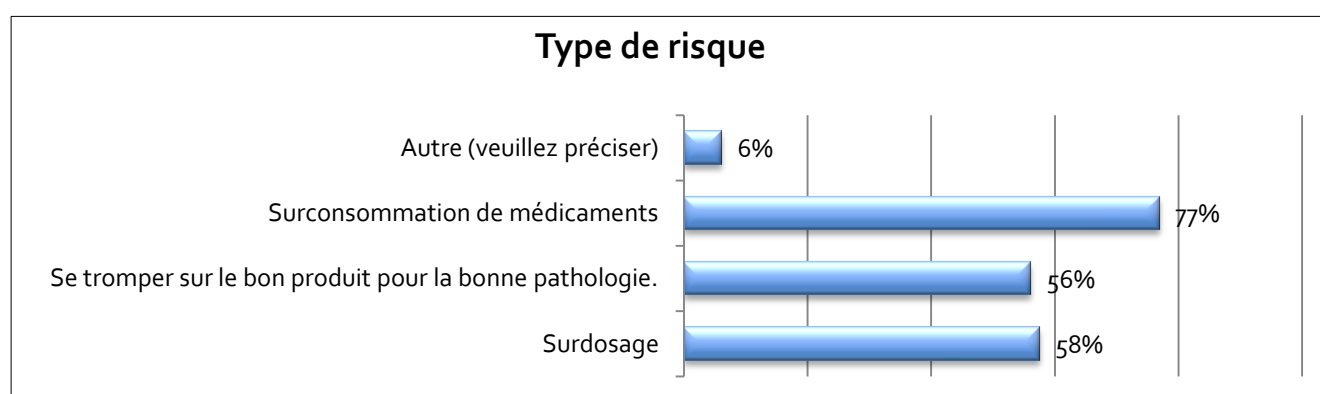
Les répondants déclarent qu'ils utilisent l'automédication principalement pour eux-même (68%), et pour les adultes de leur famille (19%).



L'automédication est utilisée principalement pour le soin des petites pathologies (58%) mais aussi pour accompagner les déplacements et les voyages (20%).



Pour les consommateurs(64%), la pratique de l'automédication comporte des risques. Les risques sont de surconsommer les médicaments (77%), le risque de faire des surdosages(58%) et la peur de ne pas associer le bon médicament pour la bonne pathologie(56%).



Nous avons demandé à nos répondants de citer 3 médicaments d'automédication pour chacune des pathologies suivantes :

- maux de tête
- maux de gorge

- maux de ventre

Les réponses étaient à inscrire dans des champs libres intitulés choix 1, 2 ou 3.

Nous avons ensuite quantifié le pourcentage de citation de chaque médicament par choix.

#### TOP OF MIND MAUX DE TÊTE

|                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>■ Citation 1</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Doliprane 48 %</li><li>▪ Efferalgan 11%</li><li>▪ Aspirine 7 %</li><li>▪ Nurofène 7%</li><li>▪ Paracétamol 7%</li></ul> | <b>■ Citation 2</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Doliprane 21 %</li><li>▪ Efferalgan 20 %</li><li>▪ Advil 12 %</li><li>▪ Aspirine 9 %</li></ul> | <b>■ Citation 3</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aspirine 15 %</li><li>▪ Efferalgan 14 %</li><li>▪ Advil 10%</li><li>▪ Nurofène 10 %</li><li>▪ Dafalgan 10 %</li><li>▪ Doliprane 9%</li></ul> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Le Doliprane, L'Efferalgan et l'aspirine sont les trois médicaments les plus cités pour le traitement des maux de tête.

#### TOP OF MIND MAUX DE GORGE

|                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>■ Citation1</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Strepsil 35 %</li><li>▪ Lysopaine 29 %</li><li>▪ Drill 7 %</li><li>▪ Humex 4 %</li></ul> | <b>■ Citation 2</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Strepsil 25 %</li><li>▪ Lysopaine 16 %</li><li>▪ Drill 14 %</li><li>▪ Humex 9 %</li></ul> | <b>■ Citation 3</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Drill 18 %</li><li>▪ Humex 16 %</li><li>▪ Lysopaine 13 %</li><li>▪ Strepsil 8 %</li></ul> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Les médicaments les plus cités pour le traitement des : Strepsil, Lysopaine, Drill et Humex.

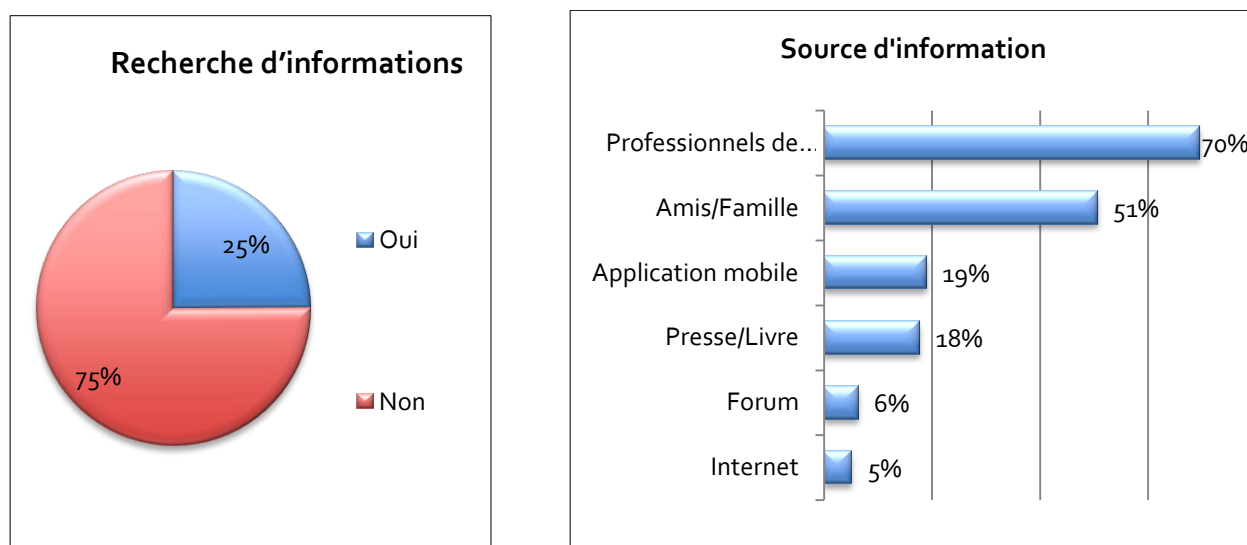
#### TOP OF MIND MAUX DE VENTRE

|                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>■ Citation1</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Spasfon 51 %</li><li>▪ Smecta 9 %</li><li>▪ Maalox 6 %</li><li>▪ Citrate de bétaine 5 %</li></ul> | <b>■ Citation 2</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Spasfon 20 %</li><li>▪ Smecta 17 %</li><li>▪ Doliprane 12 %</li><li>▪ Maalox 7%</li></ul> | <b>■ Citation 3</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Nurofène 13 %</li><li>▪ Smecta 13 %</li><li>▪ Efferalgan 8 %</li><li>▪ Vogalib 8 %</li></ul> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Spasfon, Smecta et Maalox sont souvent présents à l'esprit des gens comme médicaments d'automédication pour les maux de ventre. Il est intéressant de noter que certains produits surprenant comme le Nurofène ou le Doliprane font aussi leur apparition.

### 3. Ce que connaît le consommateur

Dans un premier temps nous avons cherché à savoir si les consommateurs de santé se renseignaient sur les médicaments d'automédication. Seul un quart des répondants cherchent effectivement des informations. Lorsqu'ils sont dans une démarche de recherche d'informations, ils s'orientent à 70% vers les professionnels de santé, et 51 % trouvent des informations auprès de leurs proches (amis/famille).



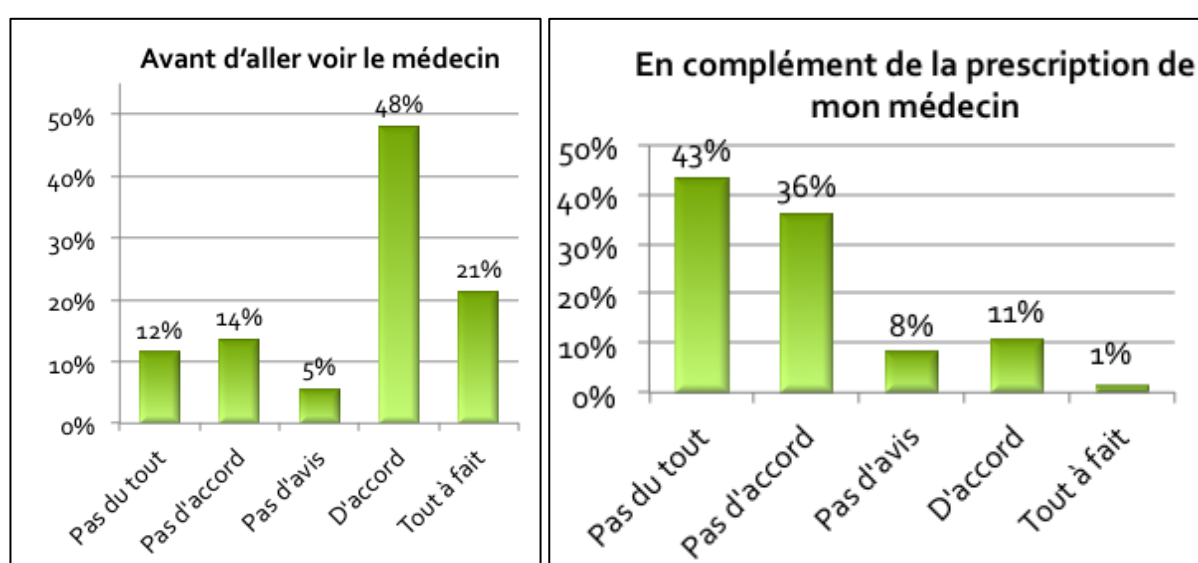
## VI. La pratique de l'automédication aujourd'hui

Nous avons cherché à savoir comment était pratiqué l'automédication aujourd'hui. C'est à dire répondre aux questions « Quand ? Pourquoi ? Comment ? » se déroule l'automédication. Nous avons illustré nos questions avec des exemples de médicaments d'automédication bien connus du grand public comme Humex, Strepsils ou bien encore Oscilloccinum pour la prévention grippale.



## 1. Quand l'automédication est-elle pratiquée ?

La question était de savoir si les consommateurs de santé pratiquent l'automédication avant d'aller voir le médecin ou à la suite d'une visite médicale, en complément de la prescription du médecin. 69% des répondants sont « d'accord » ou « tout à fait d'accord » sur le fait que les médicaments d'automédication sont utilisés avant une consultation médicale. A l'inverse pour la question sur l'utilisation des médicaments d'automédication en complément de la prescription du médecin, nous avons 79% d'avis négatifs sur la question.

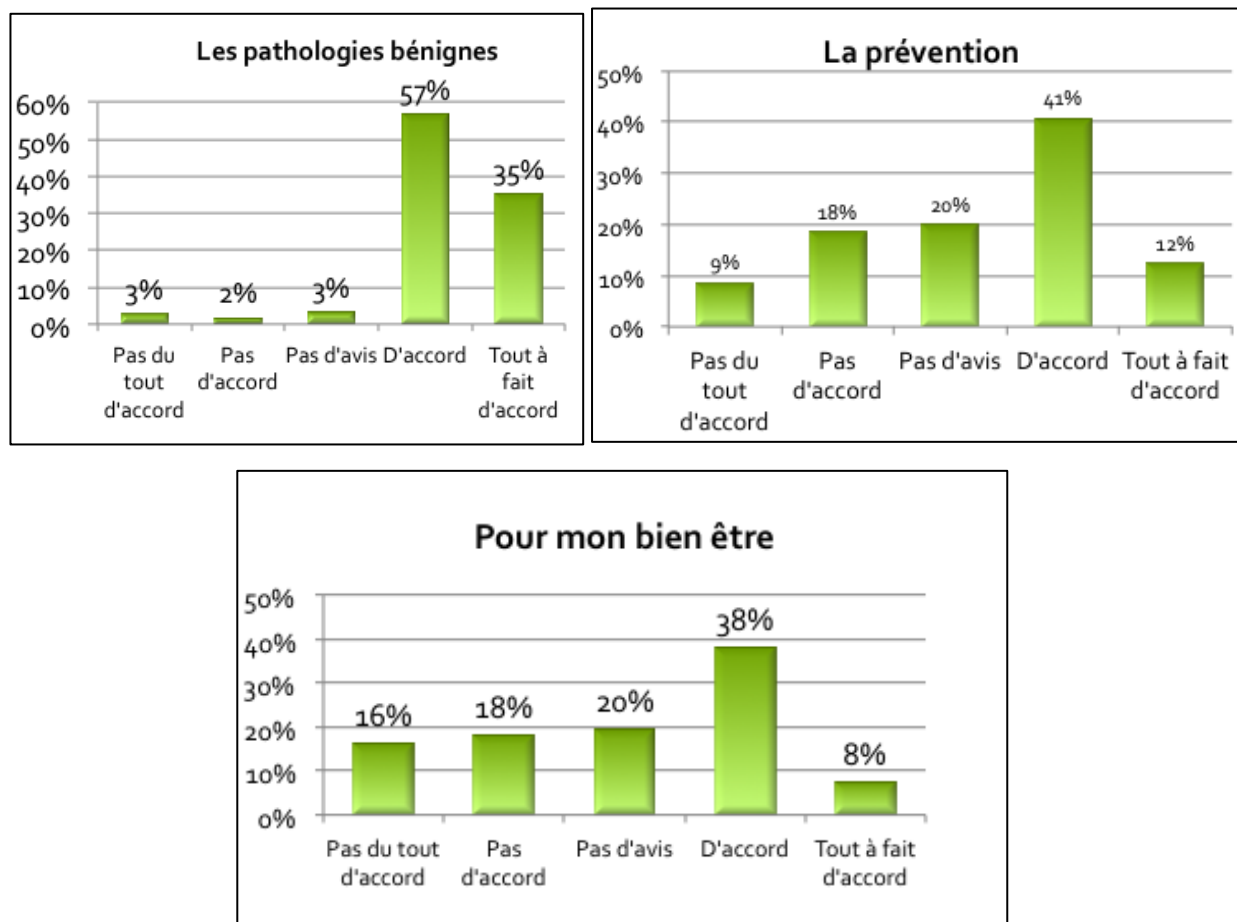


## 2. Pourquoi est utilisée l'automédication ?

Nous avons cherché dans un second temps à définir le cadre dans lequel est pratiqué l'automédication. C'est à dire dans quel contexte sont utilisés les produits d'automédications : Prévention, pathologies bénignes, pour le bien être ?

Pour l'ensemble des propositions, nous avons une majorité de répondants qui sont « d'accord » et « tout à fait d'accord » dans la pratique de l'automédication dans le cadre des pathologies bénignes, de la prévention et du bien être. On peut s'apercevoir que l'automédication est plus largement utilisée dans le cadre de pathologies bénignes et dans le cadre de la prévention : 92% de réponses affirmatives pour les pathologies bénignes et 53% pour

la prévention contre 46 % pour le bien-être. Les réponses sont plus évasives pour le bien être car il semble difficile d'assimiler le bien être avec la consommation de médicaments.



Les consommateurs de santé pratiquent donc l'automédication pour faire de la prévention et lutter contre les pathologies bénignes, avis subjectif et personnel (contre une pathologie que le consommateur pense pouvoir guérir sans l'aide du médecin).

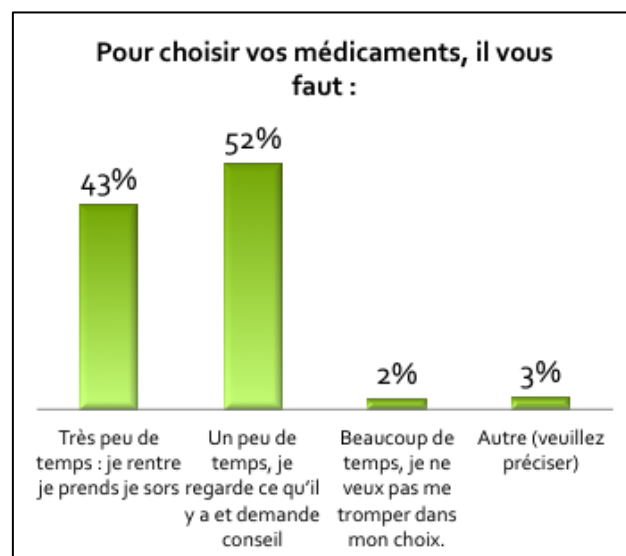
### 3. Comment se déroule l'achat de médicaments d'automédication ?

Nous avons cherché à savoir comment se déroule l'achat d'un médicament d'automédication.

La majorité des répondants savent exactement ce qu'ils veulent acheter en pharmacie : 53% de réponses positives à la question « Lorsque vous allez à la pharmacie sans ordonnance, savez vous exactement ce que vous allez acheter ? ».

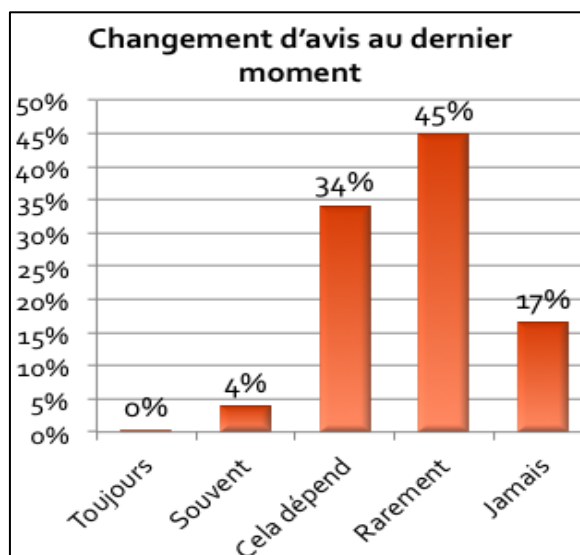


Les consommateurs de santé sachant ce qu'ils vont acheter, ne prennent que peu de temps pour choisir leurs médicaments : 43% prennent très peu de temps : je rentre, je prend, je sort. Et 52% un peu de temps, ils regardent et demandent conseil rapidement.



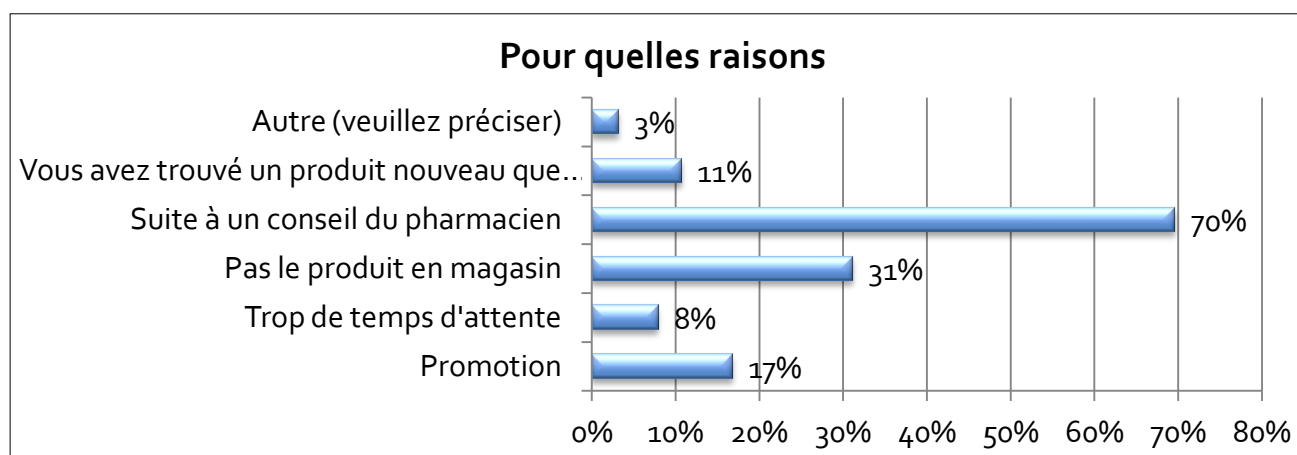
Les consommateurs de médicaments d'automédication savent exactement ce qu'ils vont acheter et prennent peu de temps; il peut néanmoins leur arriver de changer d'avis. Nous avons donc cherché à savoir s'il arrivait que les répondants changent d'avis au dernier moment et surtout si changement il y a, pour quelles raisons ?

62 % des répondants ne changent jamais ou rarement d'avis sur l'achat de médicaments d'automédication qu'ils avaient prévu. 34% sont susceptibles de changer d'avis par rapport au choix initial qu'ils s'étaient fixés. Ce groupe est important pour les laboratoires d'OTC et produits d'automédication car ces consommateurs de santé seront donc influençables.



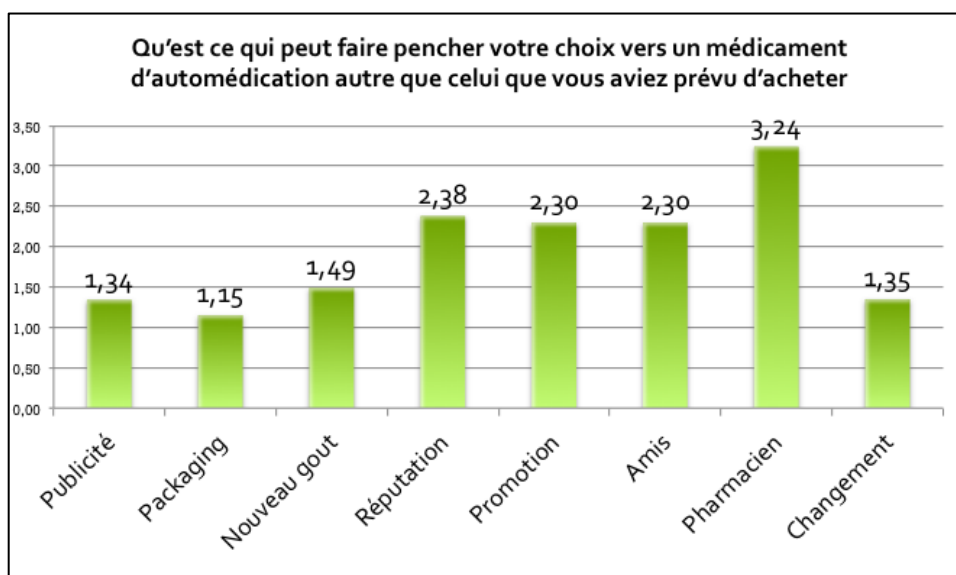
Dans les cas où il y a changement d'avis, nous avons cherché à en définir les causes :

- la raison principale : l'influence du conseil du pharmacien (70%)
- La 2eme raison : la rupture de stock (31%)
- et enfin, la promotion, un nouveau produit ou un temps d'attente trop important sont des raisons moins importantes aux yeux des répondants.



Pour étayer cette hypothèse nous avons demandé aux répondants de hiérarchiser de 1 à 5 les facteurs qui pourraient faire pencher leur choix vers un autre médicament d'automédication sachant que 1 est le facteur le moins influençant et 5 le plus influençant. On y retrouve le pharmacien comme facteur le plus influençant avec une moyenne de 3,24. L'environnement d'un produit : réputation et promotion semblent jouer un rôle important dans le choix du consommateur (respectivement 2,38 et 2,30 de moyenne). Les relations du consommateur : famille, amis influencent aussi cet acte d'achat (2,30).

La publicité, le packaging, un nouveau gout ou galénique, sont des facteurs secondaires d'influence avec des moyennes inférieures à 1,5 sur 5.



Nous pouvons donc conclure sur la pratique de l'automédication aujourd'hui :

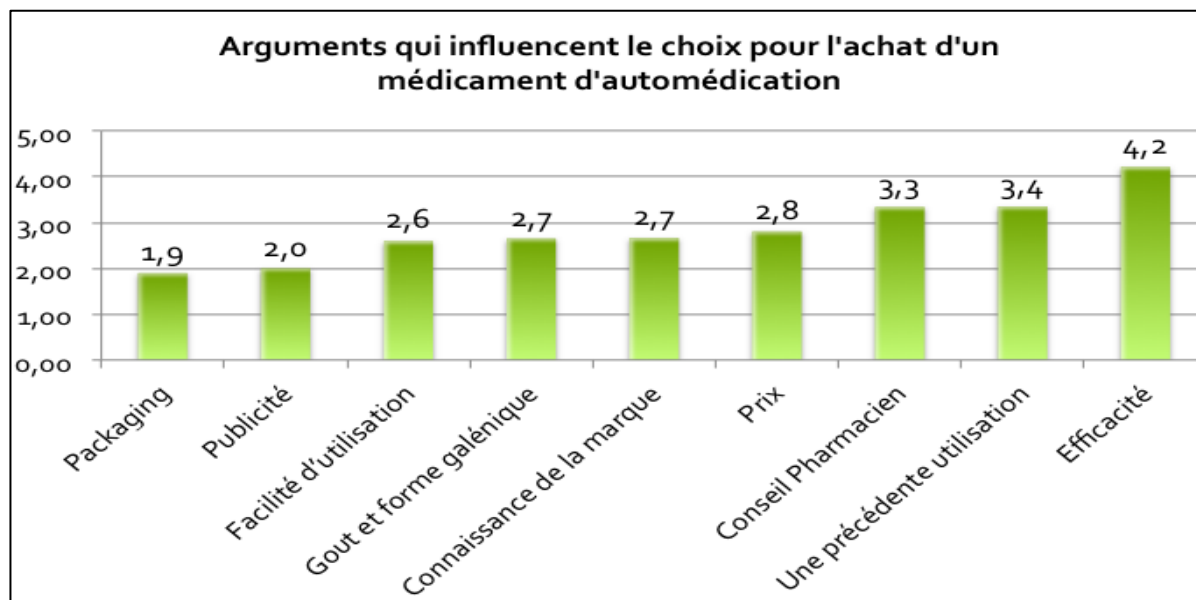
*L'automédication se pratique lorsque le consommateur de santé pense pouvoir guérir sans l'aide du médecin. Il utilise les médicaments d'automédication dans le cadre du traitement de pathologies bénignes et pour faire de la prévention. Son objectif étant d'éviter la consultation médicale par l'achat de produits d'automédication qui vont aider à guérir sans voir recours à une consultation et sans perte de temps. Le consommateur prend peu de temps pour faire ses choix, ces derniers sont très souvent définis avant d'entrer dans l'officine et non après. Cependant on peut voir que le pharmacien joue un rôle central dans le choix final du produit, et peut fortement influencer le choix du consommateur.*

## **VII. Le processus de décision du consommateur face au choix d'un produit d'automédication**

Nous avons essayé de savoir quels sont les arguments qui peuvent influencer le choix d'un consommateur de santé dans le processus d'achat d'un produit d'automédication : pourquoi ce médicament d'automédication et pas un autre ?

*NB : Nous ne sommes plus dans le cadre d'un changement d'avis.*

En premier lieu nous avons demandé aux répondants de hiérarchiser les arguments qui peuvent influencer leur choix : 1 étant le facteur le moins influençant et 5 le facteur le plus influençant.



L'efficacité du produit est le facteur le plus influençant dans le choix d'un médicament d'automédication. Il est à noter que l'efficacité est celle perçue par le consommateur et non celle réelle, cet argument d'efficacité est donc le fruit d'un avis personnel et subjectif.

En relation avec l'efficacité, une précédente utilisation est le second facteur le plus influençant dans le choix d'un médicament d'automédication. La corrélation entre efficacité et une précédente utilisation est logique : je l'utilise, c'est efficace donc je le réutilise.

On retrouve en 3ème position le pharmacien avec une moyenne de 3,3 sur 5. Cette note reflète l'importance du conseil du pharmacien dans le processus de décision et complète la précédente observation de son rôle dans le changement d'avis du consommateur de santé. Nous avons 4 arguments légèrement au dessus de la moyenne entre 2,6 et 2,8 de moyenne : le prix, la connaissance de la marque, la facilité d'utilisation, le gout et la forme galénique. En dernier le packaging et la publicité semblent avoir le moins d'influence dans le processus d'achat d'un médicament d'automédication.

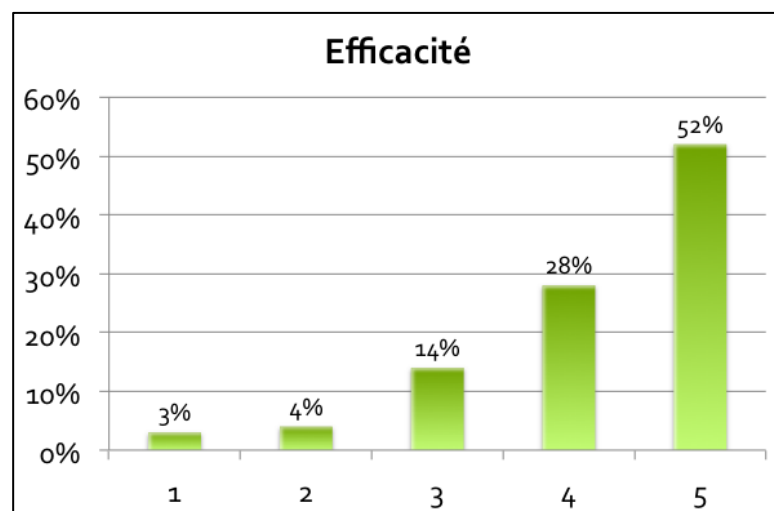
Hiérarchisation :

1. Efficacité

2. Une précédente utilisation
3. Conseil pharmacien
4. Prix
5. Connaissance de la marque & Gout et forme galénique
6. Facilité d'utilisation
7. Publicité
8. Packaging

### 1. Efficacité

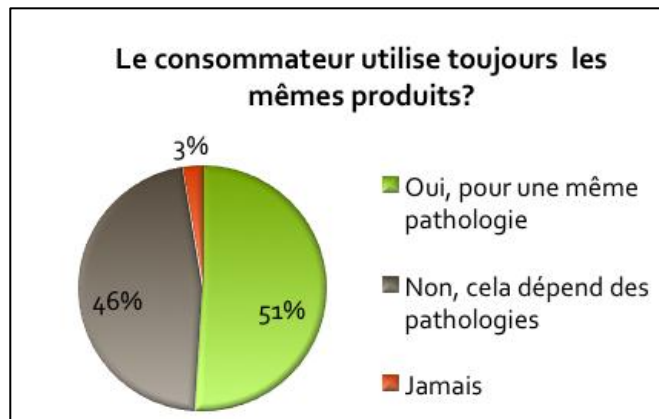
Si on se concentre sur l'efficacité, on peut voir que cet argument est plébiscité par la majorité des répondants, avec 52% des consommateurs de santé qui donnent la note de 5 à l'argument efficacité et 28% la note de 4.



### 2. Une précédente utilisation

Une précédente utilisation semble déterminante chez le consommateur de santé pour le choix d'un produit d'automédication. Nous avons donc cherché à savoir s'il existe un phénomène d'habitude pour un produit d'automédication.

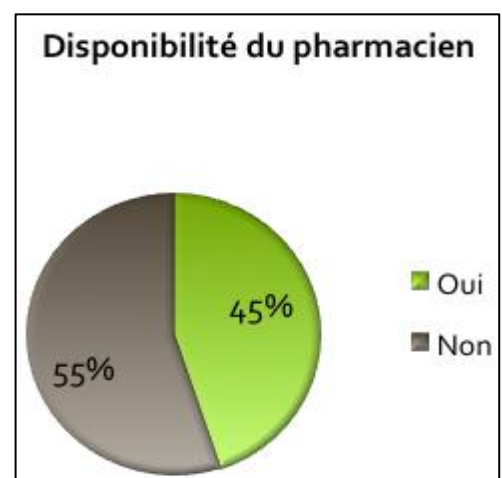
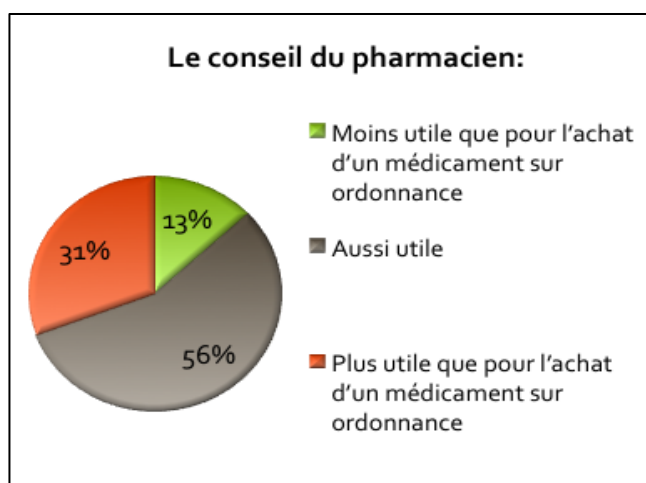
Une majorité de répondant (51%) utilise le même produit pour la même pathologie, il est fidèle.



### 3. Le conseil pharmacien

Le pharmacien semble jouer un rôle prépondérant dans le processus de décision pour un produit d'automédication. Son conseil est aussi utile que pour les médicaments prescrits et remboursés. Il joue un rôle d'éducateur et de conseiller. Nous avons donc cherché à savoir si son activité était différente entre les médicaments d'automédication et les médicaments sur ordonnance, ou en tout cas si le consommateur avait la sensation qu'il y avait une différence.

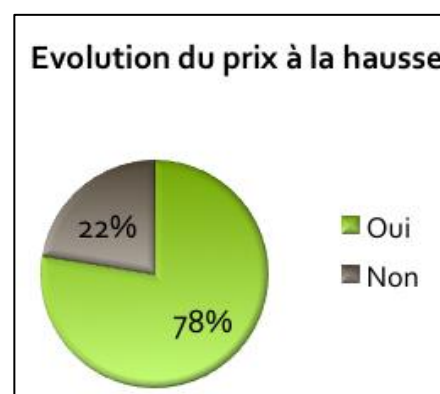
Pour une majorité de répondants (56%), le conseil du pharmacien est tout aussi utile pour les médicaments sans ordonnance que pour ceux dispensés avec. Par contre pour ces mêmes répondants, le pharmacien semble moins disponible que pour l'achat de médicaments avec ordonnance (55% Versus 45%).





#### 4. Le prix

Le prix est classé en quatrième position par les consommateurs de santé. Dans un contexte de crise économique et de gratuité des services de santé, nous avons cherché à définir le comportement du consommateur de santé face au prix des médicaments d'automédication. Pour 42% des répondants, les médicaments d'automédication sont chers contre 18% qui ne partagent pas cet avis. Il est à noter que 40% de répondants sont incapables de juger les prix des produits d'automédication. Ce qui s'explique par la non transparence des prix et surtout la complexité du processus de définition des prix pour les produits de santé. De plus 78% des répondants pensent que les prix vont évoluer à la hausse.

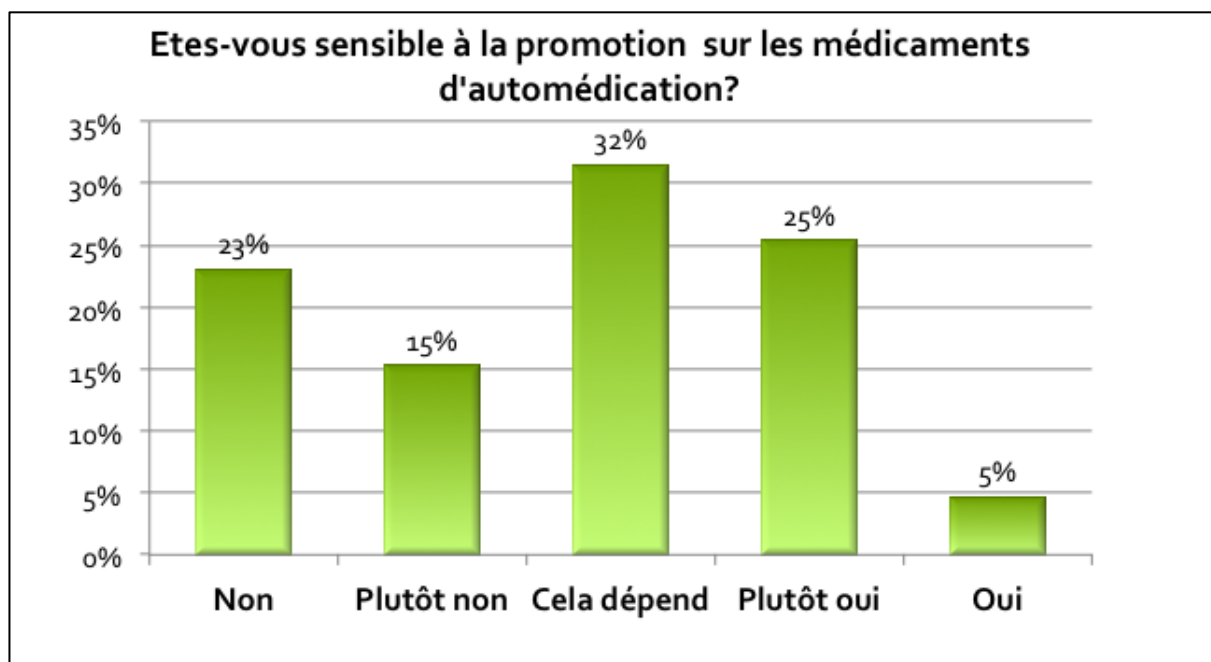


Il est intéressant de noter que les gens pensent que les prix vont augmenter, ce qui peut être expliqué par le parallélisme qu'ils doivent opérer entre l'augmentation des produits de santé et celle des produits de grande consommation. Pourtant, il est intéressant de relever que « Le prix des médicaments d'automédication diminue en euros constants depuis 4 ans : -3,6% pour les produits d'automédication à prix libre (OTC) et -10% pour les 433 produits disponibles en libre-accès. »<sup>1</sup>

Si pour les répondants les prix actuels sont chers, sont-ils donc plus sensibles aux promotions dans l'officine ?

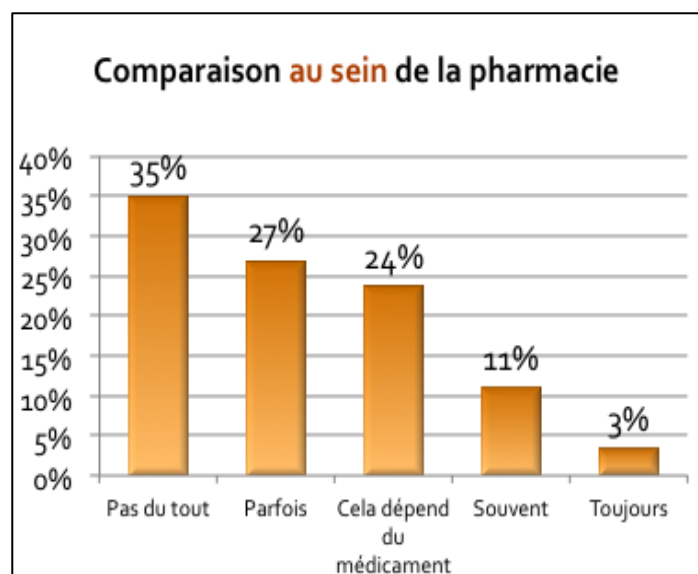
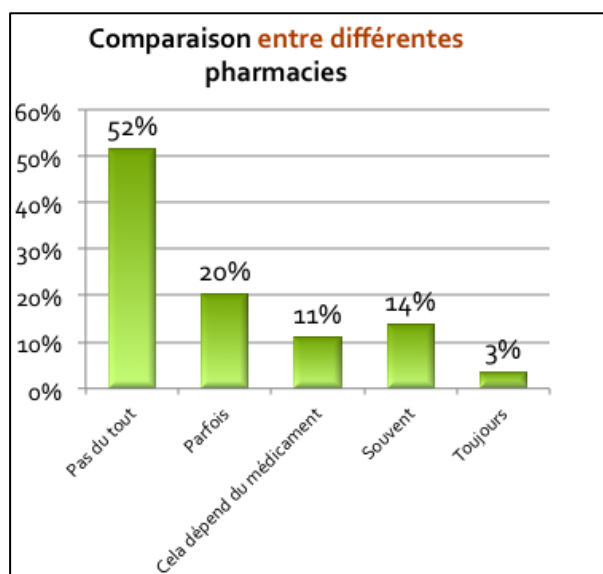
Pour l'ensemble des répondants, nous obtenons des réponses évasives et un ensemble assez flou en terme de sensibilité à la promotion. Ce qui s'explique par le fait que les promotions sur les médicaments d'automédication sont interdites et pourtant pratiquées dans beaucoup d'officines.

<sup>1</sup> Source : [http://www.afipa.org/fichiers/20120202151754\\_02022012\\_CP\\_barometre\\_Afipa.pdf](http://www.afipa.org/fichiers/20120202151754_02022012_CP_barometre_Afipa.pdf)



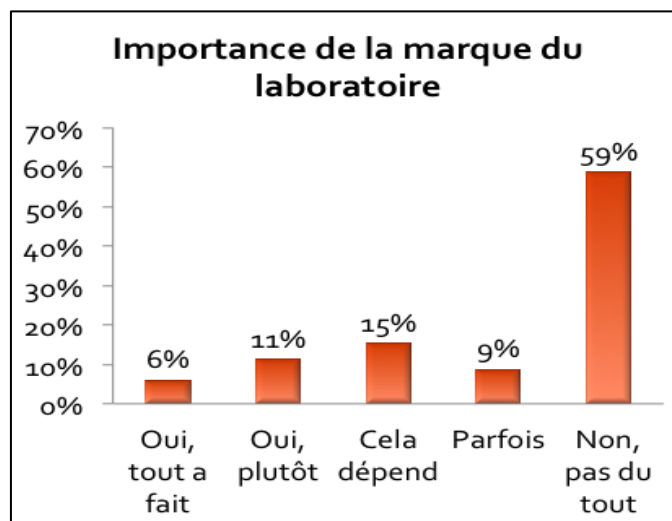
Si le prix est un facteur important qui influence le processus d'achat d'un produit d'automédication, nous avons cherché à savoir s'il existait un comportement de comparaison de prix chez le consommateur de santé.

Une large majorité de consommateurs ne fait aucune comparaison ou très peu entre pharmacies (72%) et produits au sein d'une même pharmacie (62%). On remarque par contre que les consommateurs qui comparent les prix, le font aussi bien entre les pharmacies qu'au sein de la même pharmacie.



## 5. La connaissance de la marque :

La connaissance de la marque est un argument d'influence moyenne dans le processus d'achat d'un produit d'automédication. Une marque appartenant souvent à un laboratoire, nous avons cherché à savoir si la marque du laboratoire a de l'importance dans le processus d'achat. Pour 59% des répondants, la marque du laboratoire n'a aucune influence sur l'achat d'un produit d'automédication et 41% qui admet que le laboratoire peut jouer un rôle dans le processus d'achat. Maintenant nous ne savons pas si cette influence de manière générale est plutôt positive ou négative pour le produit.



## 6. Facilité d'utilisation, gout et forme galénique :

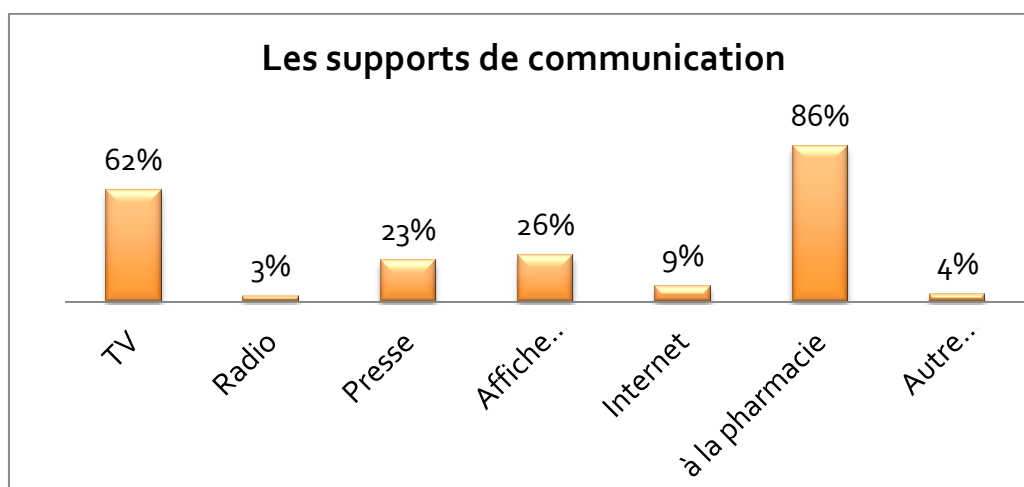
Classés avec une note proche de la moyenne, les éléments liés à la variable produit ne sont pas au cœur du processus de choix des médicaments d'automédication.

## 7. Publicité

Passons maintenant à la dernière partie des déterminants de l'achat pour un consommateur de produit d'automédication : la promotion.

Nous parlons ici de la promotion dans le sens de la communication produit ou de la mise en avant du produit en pharmacie. On s'aperçoit que l'exposition du médicament en pharmacie est

une variable très hétérogène auprès de notre échantillon de population, 42% se disent influencés, et 51% ne se considère pas influencer.



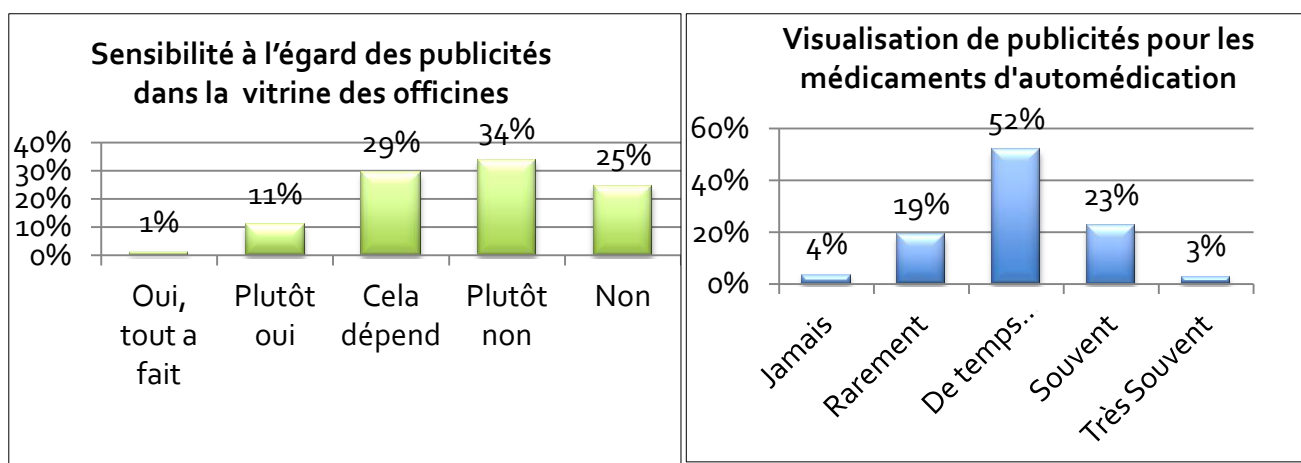
On rappelle que les produits peuvent être mis en avant en pharmacie, soit sur des présentoirs indépendants à côté du comptoir, sur le comptoir lui-même, ou derrière le comptoir sur les étagères. Pour les supports de communication médias, les laboratoires pharmaceutiques peuvent utiliser les mêmes que pour les produits grand public, télévision, radio, internet, affichage extérieur ou en pharmacie, la presse spécialisée ou grand public. Ces différents supports sont plus ou moins bien perçus par le consommateur. Nous voyons que le trio de tête de ces supports est la télévision (3.2/5), puis les affichages extérieurs (2.2/5) et la presse (2.2/5).

Pour souligner ce point, nous avons intégré l'image de trois médicaments à prescription médicale facultative, EFFERALGAN TAB, STREPSILS Orange, HUMEX. L'intérêt d'intégrer ces images était de pouvoir avoir une réponse assistée des répondants pour vérifier leurs réponses spontanées de la question précédente.

Dans 99% des cas les médicaments étaient connus par le consommateur, et notre trio de tête de visualisation des produits était le même, avec comme première place la visualisation en pharmacie qui n'avait pas été citée dans la question précédente (biais de l'étude). On peut donc conclure que la télévision est le média le plus à même de développer une notoriété assistée pour les médicaments d'automédication. Avec la vision en pharmacie qui reste un élément non négligeable.

Est ce que les publicités pour les médicaments sont elle visibles aux yeux du répondant ? Pour plus de la majorité il voit de temps en temps ou souvent des publicités pour les produits

d'automédication. Pourtant, plus de 70% de consommateurs se déclarent insensibles aux publicités dans les médias et également dans la vitrine des officines. Toutefois une relation apparait, les répondants considèrent qu'ils voient souvent des publicités (tout support confondu), sont ceux qui sont le plus sensible à la communication dans les pharmacies. De même, cette relation réciproque est aussi vérifiée. Une personne ne voyant pas énormément de publicités pour les produits d'automédication, n'est que très peu touchée voir insensible à la promotion dans les pharmacies.



## VIII. Les perspectives du marché :

Pour un consommateur de produit de santé, le lieu d'achat est une variable importante. Les mots ressortant pour définir un lieu d'achat de médicament sont « sécurité » et « conseil ». La première alternative à la pharmacie comme lieu d'achat pour les médicaments d'automédication est la parapharmacie pour 54% des répondants. Un lieu encore avec une étiquette « santé », où les produits sont très spécialisés et tournent autour du bien-être. Une présence aussi d'un personnel spécialisé (obligation d'un pharmacien dans chaque parapharmacie), où le conseil est donc encore présent.

Une deuxième réponse intéressante est que 37% des répondants considèrent qu'il n'y a aucune autre alternative comme lieu d'achat. La pharmacie est le seul lieu, sûr et adapté à ce type d'achat. Une perspective de marché donc très restreinte dans la tête du consommateur, qui ne veut ou ne pense pas que l'élargissement du marché soit indispensable.

Posons la question maintenant différemment aux répondants. Focalisons-nous sur deux lieux d'achats qui sont déjà présent dans certain pays européen, internet et le supermarché.

### **Internet :**

Plus de 80% des consommateurs ne sont pas prêt à acheter leur médicament sur internet. Seulement 1% se dit prêt. Les freins associés à cette non volonté du consommateur sont très clairs :

- La peur des produits de contrefaçon
- Le doute sur la qualité des produits
- L'absence de conseil du pharmacien



### **Le Supermarché :**

Plus de 50% des consommateurs ne sont pas prêt à acheter leur médicament en grande surface. Les réponses sont toutefois plus hétérogènes que pour l'achat sur internet, 20% se considère comme prêt.

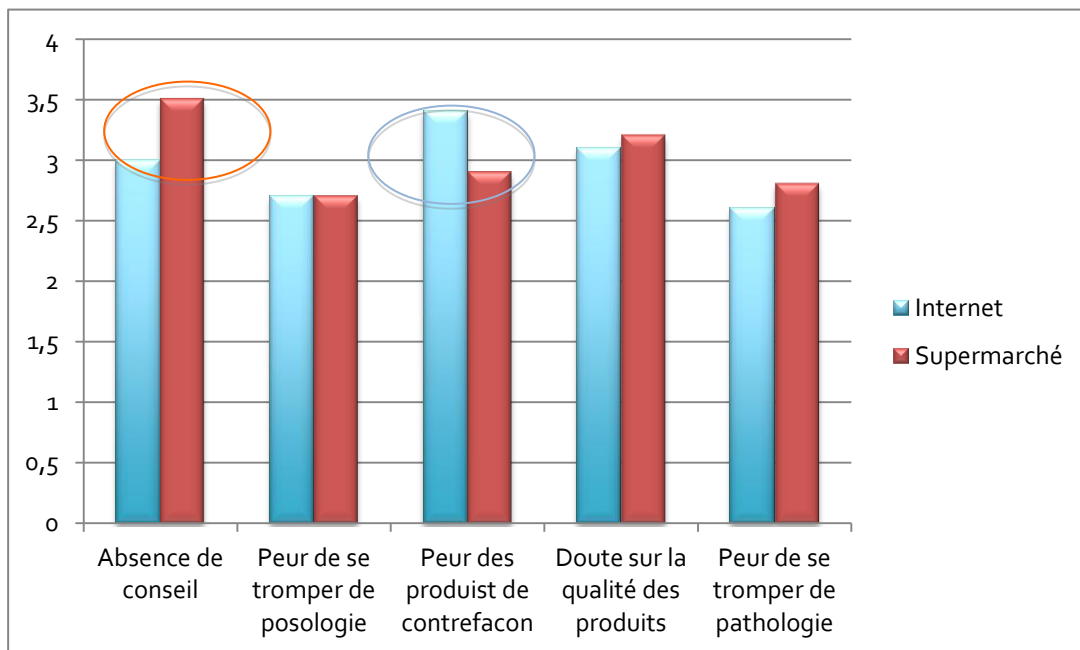


Les freins associés à cette crainte sont :

- L'Absence de conseil
- La qualité du produit
- Les produits de contrefaçon

On peut voir que les freins dans ces deux lieux sont différents, pour internet les produits de contrefaçon sont le frein majeur pour le consommateur. Un lieu où il prendra sa décision seul, et ne pourra vérifier l'origine de son produit seulement par la confiance du site d'achat.

Pour le supermarché le frein majeur est l'absence de conseil, un lieu où les consommateurs savent souvent ce qu'ils veulent. Le personnel n'est pas présent pour le conseil client, mais pour le bon fonctionnement de l'établissement.



## IX. Les parcours de choix de médicaments d'automédication :

A l'aide d'une analyse factorielle, nous avons essayé de mettre en avant une typologie d'individus par rapport à leurs comportements d'achat. Nous nous sommes rendus compte qu'en fait, il n'existe pas de typologie d'individus mais plutôt des parcours de consommation, qui diffèrent en fonction du besoin et du moment. Ces parcours peuvent donc être empruntés tour à tour par un même consommateur à des moments différents.

### Les différents parcours :

#### - **Le dépannage :**

Le dépannage est spécifique à la situation du consommateur. Un début de rhume, la personne n'a pas le temps d'aller chez le médecin, un départ en vacances il faut préparer la trousse de voyage. Le côté pratique et simple ressort dans ce parcours. Les offres promotionnelles jouent aussi sur le choix du consommateur qui va prendre des produits connus, ou vus dans un support de communication (une notoriété assistée qui est forte dans cette situation). Cela représente environ 10% de nos répondants. Cela peut être aussi bien des femmes que des hommes, tout âge confondu.

- ***Le shopping :***

Parcours assez équivalent à la grande consommation, une envie, un coup de cœur pour un produit en promotion, le consommateur achète sans trop réfléchir, sans conseil.

C'est un comportement plus souvent féminin, qui touche environ 15% de nos répondants.

Un achat assez impulsif par rapport à la promotion sur les produits, à la campagne de communication, aux affichages en pharmacie. Une recherche d'information en amont pour certain achat, et une sensibilité importante au marketing mix. Cela représente environ 15% de nos répondants.

- ***L'habitude :***

Un des parcours le plus compliqué à influencer. Une éducation faite en amont dans la tête des consommateurs. Une utilisation de produit réussie, une répétition automatique de cette prise de médicament dans la pathologie en question. Une efficacité et un prix raisonnable pour un médicament, le consommateur ne va pas aller chercher la nouveauté. Il restera sur ces connaissances et sera très peu sensible aux communications et promotions en magasin.

On a souvent l'exemple de la mère donnant un médicament à son enfant pour le mal de tête. L'enfant gardera cette marque ou type de médicament pour cette pathologie toute sa vie. Cela fera référence à l'éducation de celui-ci. Cela représente environ 25% de nos répondants.

- ***L'apprentissage :***

Une population plutôt âgée qui ne connaît pas le marché du médicament et qui se fit à son entourage ou aux professionnels de la santé. Une valeur de confiance importante pour le pharmacien.

L'actualité est aussi un déterminant important pour eux. Si les critiques sont majoritaires contre un produit ou un autre de la part des médias ou institutions, ces consommateurs sont plus frileux. Cela représente environ 30% de nos répondants.





## Conclusion

Le marché de la santé est un marché à part, où le consommateur n'est encore que très peu payeur. De plus c'est un domaine complexe où il est difficile de connaître la réglementation, ce que sont les AMM, les échelles de prix, l'efficacité réelle des produits, le fonctionnement des remboursements, les différents types de produits PMO/PMF... De part cette étude, nous avons donc essayé de faire ressortir quels pouvaient être les déterminants dans l'achat de produits d'automédication où la prescription n'est pas obligatoire et donc où le consommateur devient payeur.

Les raisons déterminantes qui poussent le consommateur à choisir son produit sont donc diverses, allant du caractère du produit à l'environnement et l'état d'esprit du consommateur. Nous avons pu voir qu'une typologie à part entière n'était pas faisable et ne reflétait pas la réalité pour ce type de problématique. Les moments de consommation comme nous les avons appelés sont donc universels, et peuvent être empruntés par tous à un moment précis dans notre vie de consommateur de produits d'automédication.

Pour classer les différents déterminants d'achat nous pouvons faire en 3 catégories :

- Les déterminants clés
- Les déterminants à fort potentiels
- Les déterminants à développer

Commençons par les déterminants clés. **La précédente utilisation** joue un rôle primordial dans le choix du consommateur. L'expérience précédente et son succès sont des repères pour le consommateur, qu'il abandonne difficilement.

Un autre des déterminants clés est **le pharmacien d'officine et les conseils** qu'il prodigue. Son influence est une des plus importantes après les habitudes familiales ou l'influence de l'entourage. C'est l'acteur qui peut conseiller et prendre le temps d'expliquer à son interlocuteur le processus d'automédication, les posologies et les modes d'utilisations pour les plus anxieux.

L'importance de **l'efficacité du produit**, ou plutôt l'efficacité perçue par le consommateur à une influence difficile à quantifier. Elle est souvent associée à l'habitude du consommateur qui se base sur des expériences précédentes satisfaisantes. Cette perception peut-être influencée notamment grâce aux médias sur la communication relative à l'efficacité produit.

On parle ensuite de déterminants à fort potentiel. Le rapport qualité/prix n'arrive qu'en 4<sup>ème</sup> position dans l'importance des déterminants. Les répondants déclarent ne pas y porter attention.

Le potentiel de la marque, qui équivaut à la connaissance et à la reconnaissance de celle-ci, est un déterminant peu important pour les consommateurs mais qui a pourtant un impact sur leur inconscient puisqu'on le retrouve dans les parcours de l'habitude et du shopping. Une marque peut être un gage d'efficacité, ou de prix abordables, son caractère innovant, pourtant ce concept connu dans la grande distribution n'est pas valable pour le marché pharmaceutique.

Finissons cette analyse, sur un dernier point clé pour le secteur de l'automédication, la segmentation du marché.

On parle donc :

- **du produit « doudou »**, le produit que l'on prend par habitude, qui nous plait pour une raison particulière.
- **du produit « pratique »**, acheté pour son caractère préventif ou pour un départ en vacances dans une pharmacie qui peut-être différente de celle dans laquelle on a ses habitudes.
- **du produit « premier prix »**, moins cher que les autres, qui est souvent issu d'un laboratoire en particulier.
- **du produit de « découverte »**, souvent acheté par sous le conseil du pharmacien ou sous le conseil de proches.

Tout au long de l'étude, les réponses reflètent bien la difficulté du consommateur à trouver ses repères lors de ses achats de produits de santé. Contrairement aux marchés comme la grande distribution, le consommateur ne connaît pas tout des produits, et se base sur des repères plus ou moins concrets pour faire son choix.

On pourra noter l'influence des avis extérieurs pour choisir et consommer un médicament. Un sujet comme la santé est important dans la conscience collective, donc le conseil prend largement son importance dans les déterminants de l'achat. Le prix comme nous l'avons vu arrive plus tard car comme dit précédemment, la santé est un secteur à part où le consommateur est prêt à payer.

Pour le marché de l'automédication, le consommateur est déjà prêt à acheter ses produits et donc ne regarde pas forcément le prix en premier lieu. La segmentation tourne plutôt autour des intentions du consommateur, ses besoins, et ses expériences précédentes.

## Annexe

Universitaires en M2 Marketing de la Santé, nous mettons en place une étude sur le comportement des individus au sein d'une pharmacie. Le questionnaire vous prendra environ dix à quinze minutes à remplir. Votre aide nous est précieuse.

Nous définissons avant le début de ce questionnaire le terme de produit d'automédication : prise de médicaments sans avis médical

### Rayon de produit d'automédication



### Médicaments d'automédication sur et derrière le comptoir



**Question 1.** Sexe

**Question 2.** Votre année de naissance : AAAA

**Question 3.** Vous habitez...?

**Question 4.** Avez vous des enfants ?

**Question 5.** Activité/Profession :

**Question 6.** Utilisez vous des produits d'automédication ?

**Question 7.** Allez vous à la pharmacie?

**Question 8.** Pratiquez-vous l'automédication ?

**Question 9.** Dans quel cadre pratiquez vous l'automédication ?

**Question 10.** Pour qui utilisez- vous l'automédication ?

**Question 11.** Complétez le tableau en donnant votre avis sur les médicaments d'automédication (exemple : Strepsil, Lisopaine, Humex, Nicorette.....)

**Question 12.** Combien de fois avez vous acheté des produits de santé sans ordonnance cette année ?

**Question 13.** Prenez vous toujours les mêmes produits lorsque vous avez recours à l'automédication ?

**Question 14.** Citez 3 médicaments d'automédication que vous connaissez pour les maux de tête ?

**Question 15.** Citez 3 médicaments d'automédication pour les maux de gorges ?

**Question 16.** Citez 3 médicaments d'automédication pour les maux de ventres ?

**Question 17.** Cherchez vous des informations concernant les médicaments d'automédication?

**Question 18.** Si oui, auprès de quelle(s) source(s) recherchez-vous cette information (plusieurs réponses possibles)?

**Question 19.** Quels sont les arguments qui influencent votre choix pour l'achat d'un médicament d'automédication (hiérarchisez vos réponses de 1 à 5 sachant que 1 est l'argument qui influence le plus votre choix)

**Question 20.**

**Question 21.** Après l'efficacité, quel est le critère le plus important dans le choix des médicaments d'automédication ?

**Question 22.** Est-ce que vous avez tendance à acheter des médicaments d'automédication car vous connaissez le laboratoire qui les fabrique ?

**Question 23.** Qu'est-ce qui vous pousse à acheter des médicaments d'automédication ?

**Question 24.** Pour choisir vos médicaments en libre accès, il vous faut :

**Question 25.** Le fait de voir en pharmacie de façon très exposée certains médicaments d'automédication plutôt que d'autres :

**Question 26.** Lorsque vous allez à la pharmacie sans ordonnance, savez vous exactement ce que vous allez acheter ?

**Question 27.** Vous êtes dans une situation où vous savez ce que vous voulez acheter comme médicament d'automédication avant d'arriver en pharmacie. Vous arrive t-il d'être influencé par l'environnement, et de changer votre choix initial par un autre médicament au dernier moment ?

**Question 28.** Pour quelle raison avez-vous changé d'avis ?

**Question 29.** Qu'est ce qui peut faire pencher votre choix vers un médicament d'automédication autre que celui que vous aviez prévu d'acheter (hiérarchiser de 1 à 5 sachant que 1 est la principale raison)?

**Question 30.** Quel support de publicité pour les médicaments d'automédication a le plus d'impact sur vos intentions d'achat (hiérarchiser de 1 à 5 vos réponses sachant que le 1 est le média qui a le plus d'impact pour vous)?

**Question 31.** Comparer vous les prix d'une pharmacie à une autre pour acheter votre médicament d'automédication?

**Question 32.** Comparer vous les prix au sein d'une même pharmacie pour acheter votre médicament d'automédication?

**Question 33.** Pensez vous que les médicaments d'automédication sont chers ?

**Question 34.** Pensez vous que le prix des produits d'automédication va évoluer à la hausse dans l'avenir ?

**Question 35.** Êtes-vous sensible à la promotion sur les médicaments d'automédication?

**Question 36.** Connaissez-vous ces médicaments ?

**Question 37.** Si oui : Où avez-vous vu ces médicaments (réponses multiples possibles) ?

**Question 38.** Voyez-vous souvent des publicités pour les médicaments d'automédication ?

**Question 39.** Les publicités sur les produits en vitrine et dans la pharmacie influencent-elles votre achat de médicaments d'automédication ?

**Question 40.** Les publicités dans les médias (magazine, télé...) influencent-elles vos achats de médicaments d'automédication ?

**Question 41.** Quelle est votre alternative à la pharmacie comme lieu d'achat pour les médicaments ?

**Question 42.** Aimerez-vous acheter vos médicaments d'automédication au supermarché sans la présence d'un pharmacien ?

**Question 43.** Pensez-vous qu'internet soit un lieu d'achat pour les médicaments d'automédication ?

**Question 44.** Quels sont les freins à l'achat de médicament d'automédication sur internet ?

**Question 45.** Quels sont les freins à l'achat de médicament d'automédication en supermarché ?

**Question 46.** Le conseil du pharmacien dans le choix des médicaments d'automédication, est :

**Question 47.** Pensez-vous que le pharmacien est plus disponible quand il s'agit des médicaments d'automédication ?

**Question 48.** Pensez-vous que l'automédication amène des risques pour les patients ?

**Question 49.** Si oui, pour vous quels sont les risques possibles avec l'automédication ?