



12^{ème} Baromètre AFIPA 2013

DES PRODUITS DU SELFCARE

Pascal Brossard, Président de l'afipa

Jean-François Derré, Directeur Associé de Celtipharm



22 janvier 2014



AGENDA

- 1. Les faits marquants du secteur de l'automédication en 2013**
- 2. La méthodologie du Baromètre**
- 3. La définition du marché des produits du selfcare selon l'Afipa**
- 4. Le marché des médicaments d'automédication en 2013**
- 5. Le marché du dispositif médical en 2013**
- 6. Le marché du complément alimentaire en 2013**
- 7. Le marché des produits du selfcare en 2013**
- 8. Conclusion**



1

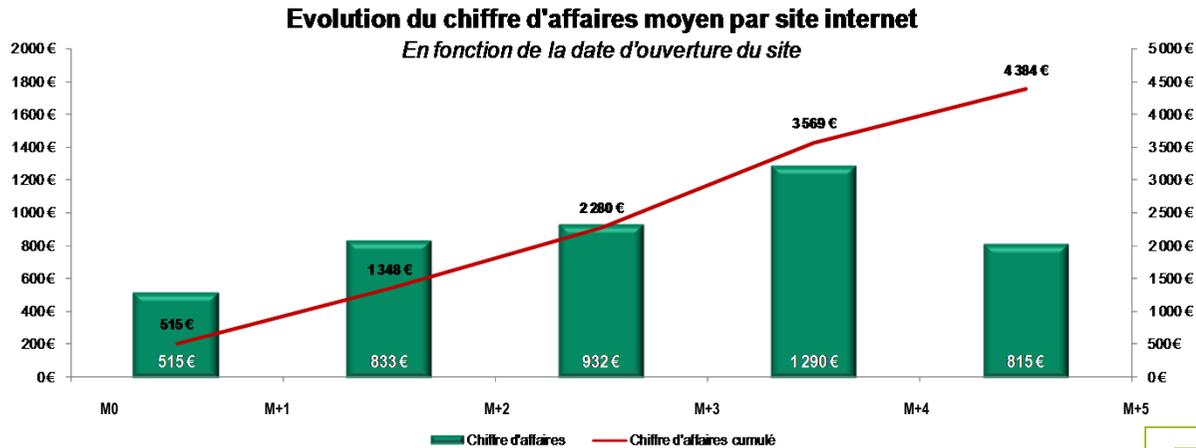
Les faits marquants du secteur de l'automédication en 2013





2013 : une année charnière pour le développement de l'automédication en France ?

- ❑ Le **CSF/CSIS** : une initiative importante pour le développement de l'automédication responsable sur le territoire
- ❑ Début de la **vente en ligne des médicaments de PMF** :



Internet représente moins de 0,1% du marché de l'automédication

- ❑ **Rapport de l'Autorité de la concurrence** et préconisation d'une ouverture de la vente des médicaments d'automédication aux GMS
- ❑ **Hausse du taux de TVA** sur les médicaments non remboursés

Et pour l'Afipa :

- ❑ Evolution de sa représentation vers les produits du selfcare
- ❑ Premier Observatoire européen sur l'automédication



2

La méthodologie du Baromètre



Le panel Xpr-SO®, panel temps réel



3.004 pharmacies
représentatives du
parc officinal

Extrapolation
dynamique par quotas
Localisation
Géographique
CA / Structure CA
Zone d'implantation

Renforcement
précision
CA > 2M€



Recrutement actif de
pharmacies

100 % des
références
(180.212
Au 31/12/2013)

Uniformité et 100%
des données extraites
Ventes / Achats /
Stocks

Informations en
temps réel
Disponibilité en J+1
sur l'intégralité des
références

Les institutionnels
nous font confiance
Panel audité et
sélectionné par :





3

La définition du marché des produits du selfcare selon l'Ifipa





Pourquoi cette évolution de l'Afipa vers le selfcare ?

Aujourd'hui, la prise en charge ou la prévention de certaines pathologies peut se faire par l'intermédiaire de différents statuts réglementaires de spécialités de santé :

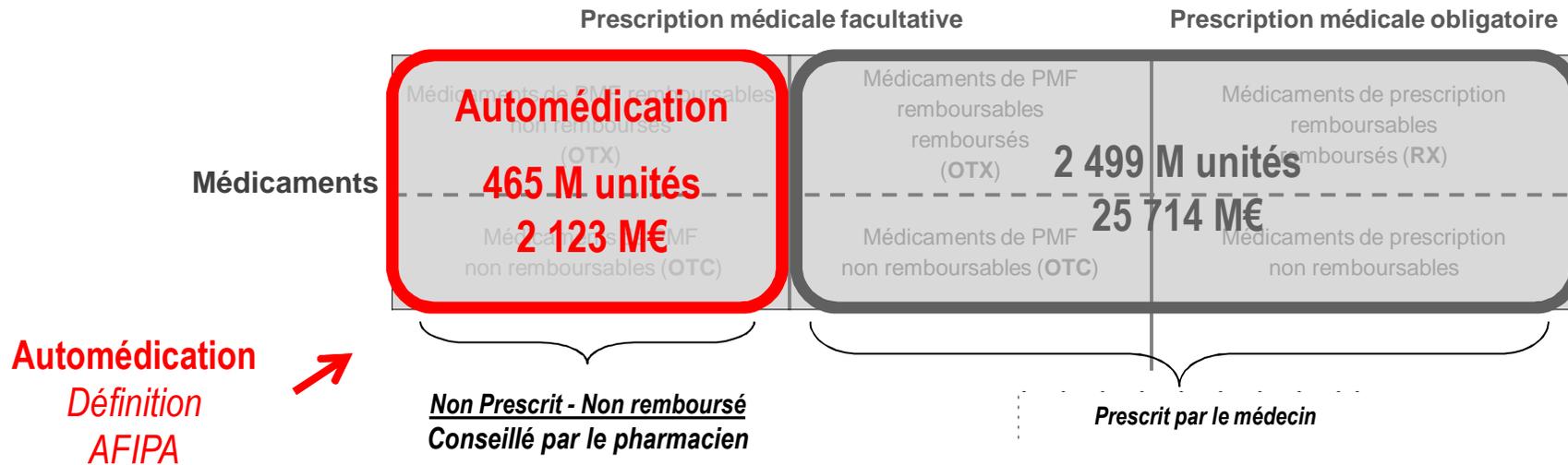
médicament, dispositif médical et complément alimentaire

Evolution du selfcare total en CAM à fin décembre 2013

	CA (Prix public -TTC)	Evolution vs CAM 2012	Ventes Volume (sorties consommateurs)	Evolution vs CAM 2012
Selfcare	3 351 M €	- 0,1%	589 M	-2,5%



Rappel : le marché de l'automédication selon l'Afipa



Automédication
Définition
AFIPA

Qu'est-ce que le marché des produits du selfcare selon l'Afipa ?



	Prescription médicale facultative	Prescription médicale obligatoire
Médicaments	Médicaments de PMF remboursables non remboursés (OTX)	Médicaments de PMF remboursables remboursés (OTX)
	Médicaments de PMF non remboursables (OTC)	Médicaments de PMF non remboursables (OTC)
Dispositifs médicaux & autodiagnostic in vitro (test de grossesse et de ovulation)	DM, auto-DMDIV remboursables non remboursés (*)	DM, auto-DMDIV remboursables remboursés (***)
	DM, auto-DMDIV non remboursables (**)	DM, auto-DMDIV non remboursables (**)
Compléments alimentaires	CA non remboursables non prescrits	CA non remboursables prescrits

SELF CARE

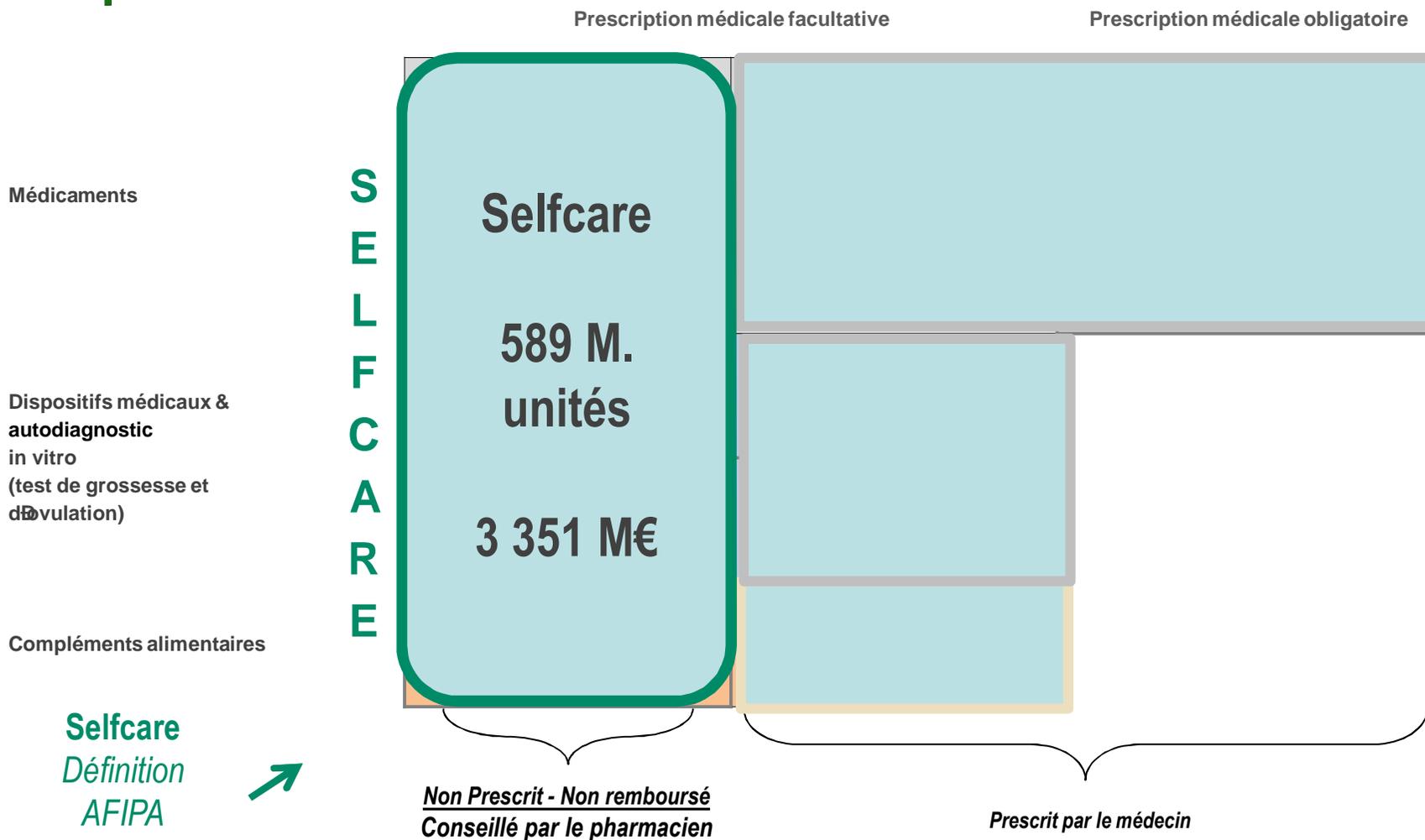
Non Prescrit - Non remboursé
Conseillé par le pharmacien

Prescrit par le médecin

Selfcare
Définition
AFIPA



Qu'est-ce que le marché des produits du selfcare selon l'Afipa ?





4

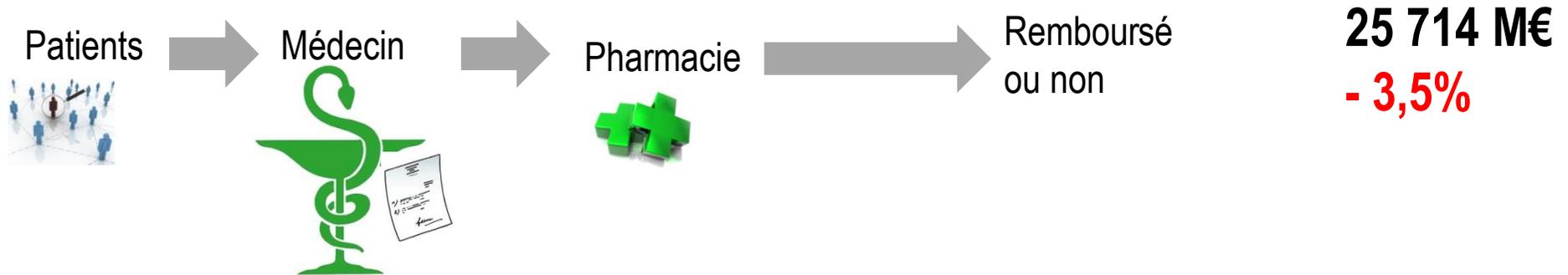
le marché du médicament d'automédication en 2013





Un marché de l'automédication un peu plus dynamique que celui de la prescription en 2013

Le marché de la prescription



Le marché de l'automédication



Evolution des ventes valeur en automédication – Sorties consommateurs - PPUB TTC



Un marché en décroissance pour la première fois depuis cinq ans

Le marché du médicament sur prescription

2009	2010	2011	2012	2013
+0,1%	-1,3%	-1,3%	- 2,4%	-3,5%

Ventes valeur en € - PPUB TTC

Le marché de l'automédication

2009	2010	2011	2012	2013
+1,8%	+2,2%	+1,9%	+3,2%	-3,0%

Ventes valeur en € - PPUB TTC



Une baisse du trafic en officine...

Ce facteur explique **une part importante de la baisse des volumes**

Nombre de tickets avec ordonnances
-2,3%

Nombre de tickets sans ordonnances
-3,7%

% de tickets sans ordonnance contenant un médicament d'automédication
-4,9%

Nombre de produits d'automédication par ticket sans ordonnance
-0,4 %



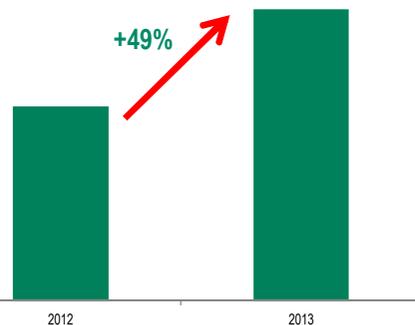
... Couplée à une hausse des consultations chez le médecin généraliste

Une très forte **pathologie de grippe en 2013**, à l'origine d'une hausse des consultations chez les médecins généralistes (donc des prescriptions)

Augmentation
des cas de grippe

+ 49,0%

Nombre de cas de grippe

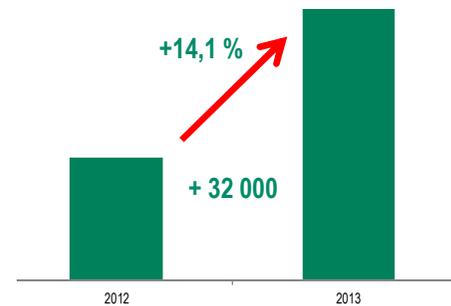


Source : Réseau Sentinelles® - Données extraites le 2014-01-08

Augmentation
des ordonnances aspirine /
paracétamol / ibuprofène

+ 14,1%

Nombre d'ordonnances contenant au moins de la
vitamine C et Aspirine ou Paracétamol ou
Ibuprofène

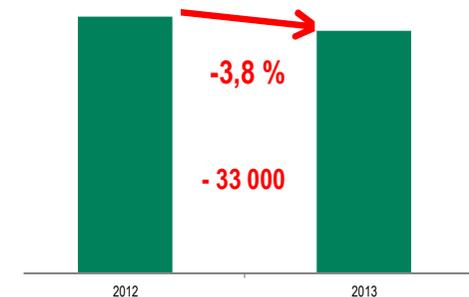


Source : Xpr-SO® - Données extraites le 2014-01-08 15:03:14.790

Diminution
du nombre de tickets
hors-prescription aspirine /
paracétamol / ibuprofène

- 3,8%

Nombre de tickets hors prescription contenant
au moins de la vitamine C et Aspirine ou
Paracétamol ou Ibuprofène



Source : Xpr-SO® - Données extraites le 2014-01-08 15:03:14.790



- Un retournement de situation pour le marché des médicaments d'automédication avec une involution conséquente tant en valeur qu'en volume
- Sous l'effet de différents facteurs :
 - Baisse de fréquentation des officines
 - Pathologie de grippe générant une hausse des consultations chez le médecin généraliste et une augmentation des prescriptions

**UNE SITUATION CRITIQUE POUR
L'ORGANISATION ET L'EFFICACITÉ DU
SYSTÈME DE SOINS**

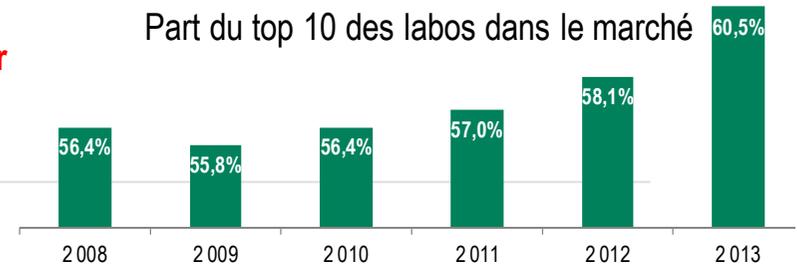
Le TOP 10 des labos de l'automédication sur 2013

Classement sur les ventes valeur en automédication en € (PPUB – TTC)

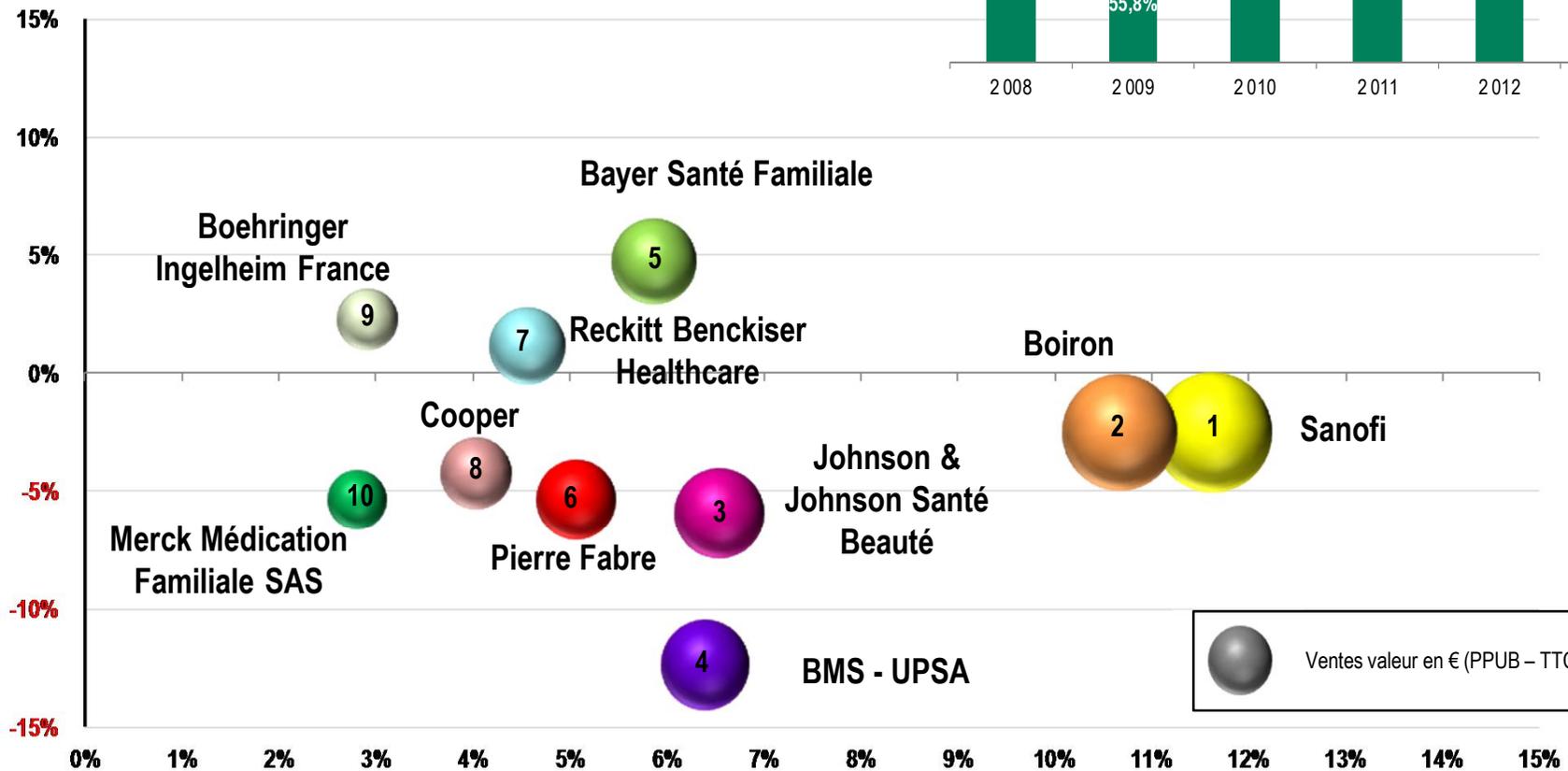
Top 10 : -3,4% soit -45 M€
Total Marché : -3,0% soit -66 M€

En valeur

Part du top 10 des labos dans le marché



Evolution en valeur 2013 vs 2012



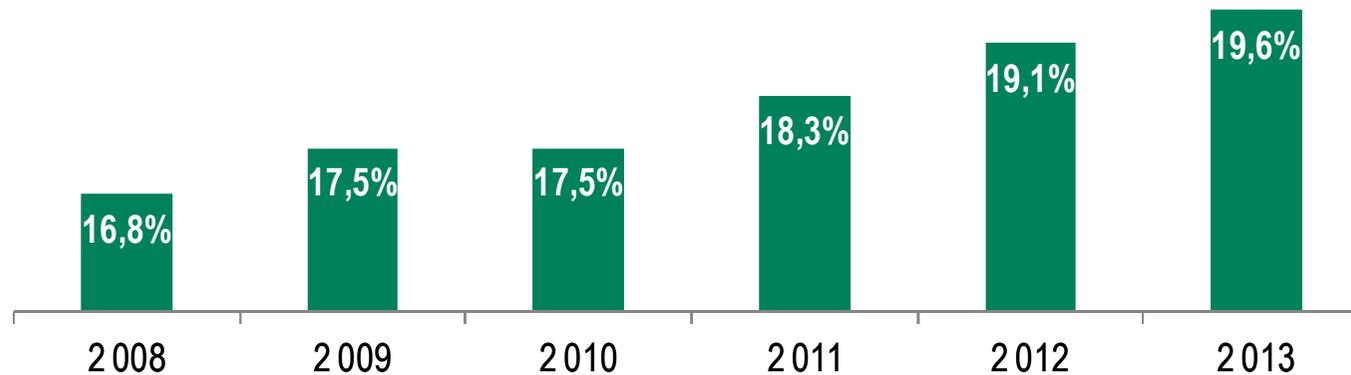
● Ventes valeur en € (PPUB – TTC) : 90 M€



Quelle part de marché pour le top 10 des marques sur le marché de l'automédication ?

Top 10 : +0,7% soit +2,7 M€
Total Marché : -3,0% soit -65,8 M€

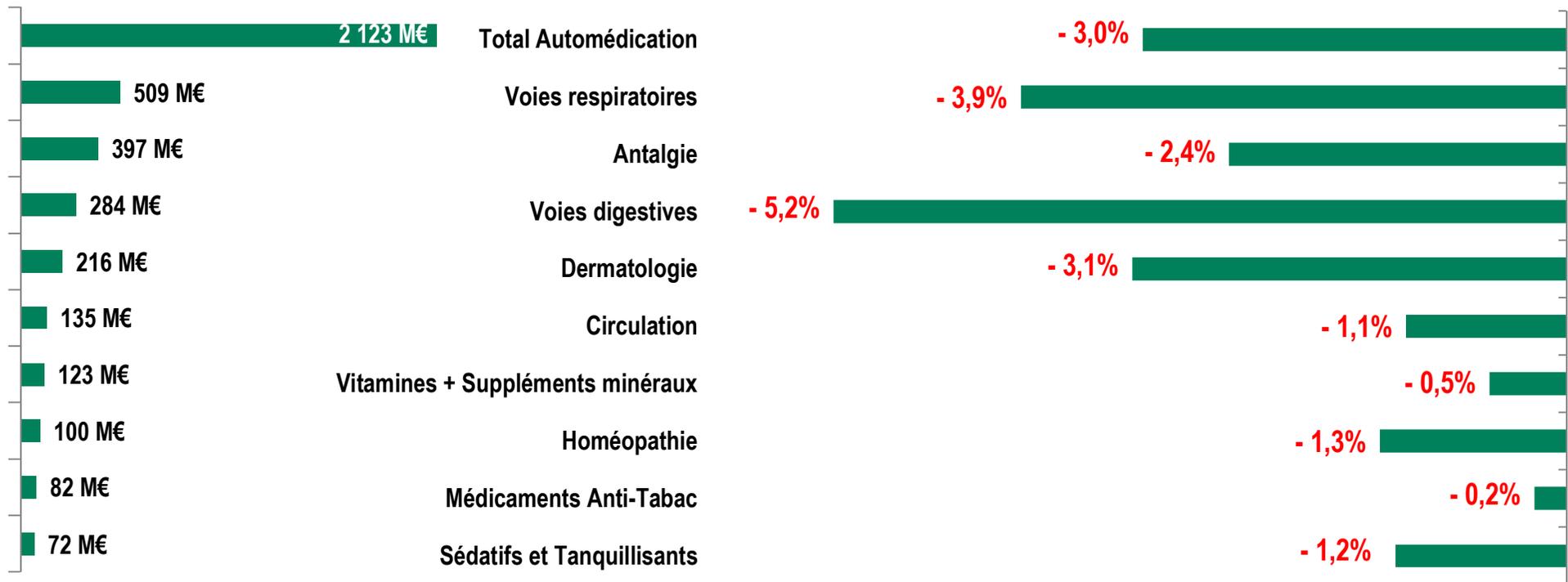
Part du top 10 des marques dans le marché de l'automédication (en valeur)



Une concentration marquée du marché autour de quelques marques leaders



Les principaux segments thérapeutiques du marché de l'automédication





POINTS CLÉS

- ❑ Un top 10 des laboratoires similaire à l'année 2012
- ❑ Une concentration forte du marché autour de quelques marques leaders
- ❑ Des segments thérapeutiques enregistrant tous une diminution de leur croissance

*Le marché du médicament
d'automédication en 2013*



**Quelle évolution des prix pour les
médicaments d'automédication?**

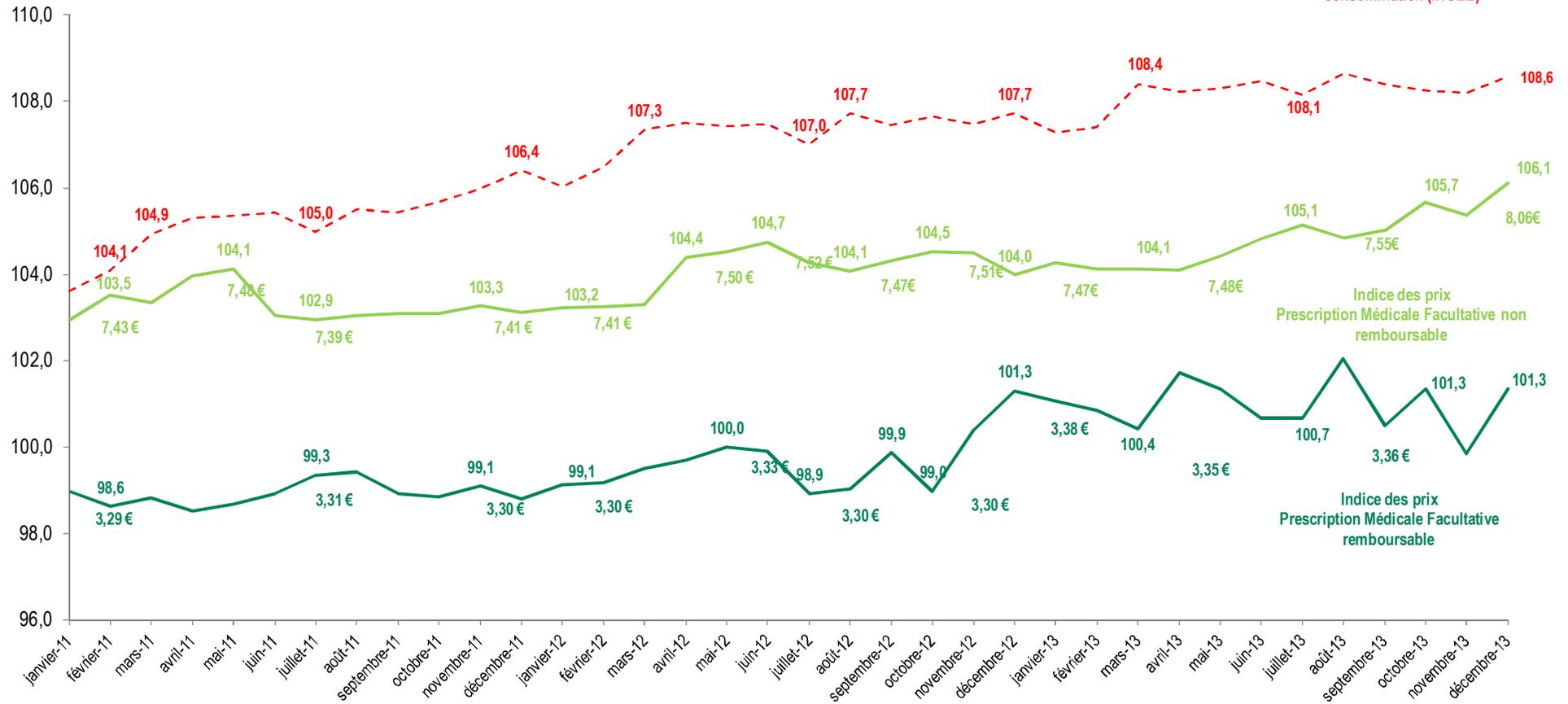




Une baisse des prix en euros constants depuis six ans pour toute l'automédication

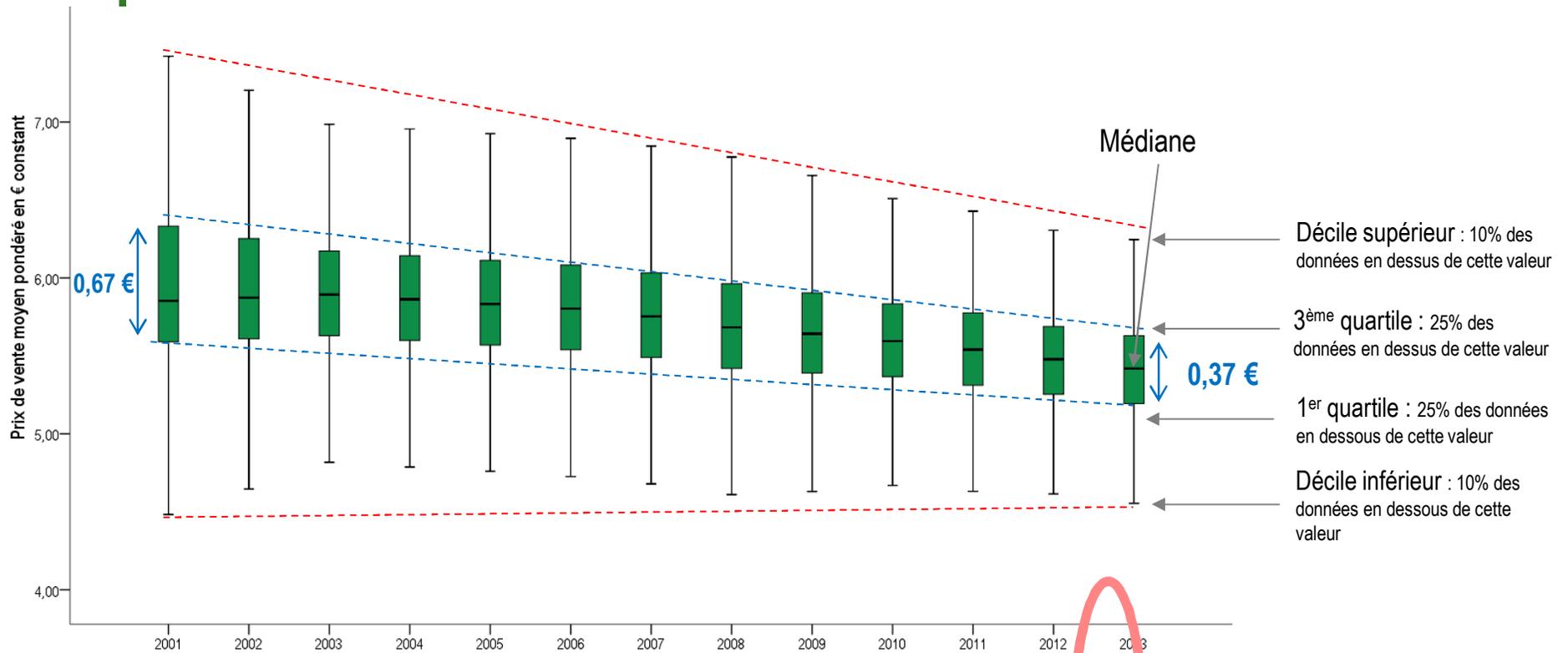
Evolution des prix de la Prescription Médicale Facultative
 Comparaison avec les indicateurs économiques Base 100 = Janvier 2008

Indice harmonisé des prix à la consommation (INSEE)





Et une dispersion des prix qui se réduit entre officines



	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Décile supérieur	7,21 €	7,13 €	7,05 €	7,02 €	6,99 €	6,96 €	6,91 €	6,84 €	6,72 €	6,49 €	6,39 €	6,24 €	6,17 €
3 ^{ème} quartile	6,40 €	6,28 €	6,20 €	6,07 €	6,06 €	6,01 €	5,96 €	5,85 €	5,78 €	5,72 €	5,66 €	5,58 €	5,56 €
Médiane	5,85 €	5,87 €	5,89 €	5,86 €	5,83 €	5,80 €	5,75 €	5,68 €	5,64 €	5,60 €	5,54 €	5,48 €	5,42 €
1 ^{er} quartile	5,73 €	5,65 €	5,57 €	5,54 €	5,51 €	5,48 €	5,43 €	5,33 €	5,32 €	5,31 €	5,28 €	5,22 €	5,19 €
Décile inférieur	4,35 €	4,37 €	4,39 €	4,41 €	4,43 €	4,45 €	4,50 €	4,57 €	4,47 €	4,55 €	4,54 €	4,45 €	4,39 €

CAM à fin décembre

*Le marché du médicament
d'automédication en 2013*



Le libre accès en 2013





Prix moyen des références en libre accès en fonction des officines dotées d'un espace dédié

	Prix des références en libre accès	Pharmacies en libre accès	Pharmacies sans libre accès
Janv 2008	100	100	100
2009	98,8	98,7	98,9
2010	97,6	97,5	97,8
2011	95,5	95,3	95,8
2012	94,8	94,2	95,5
2013	94,6	94,1	95,3

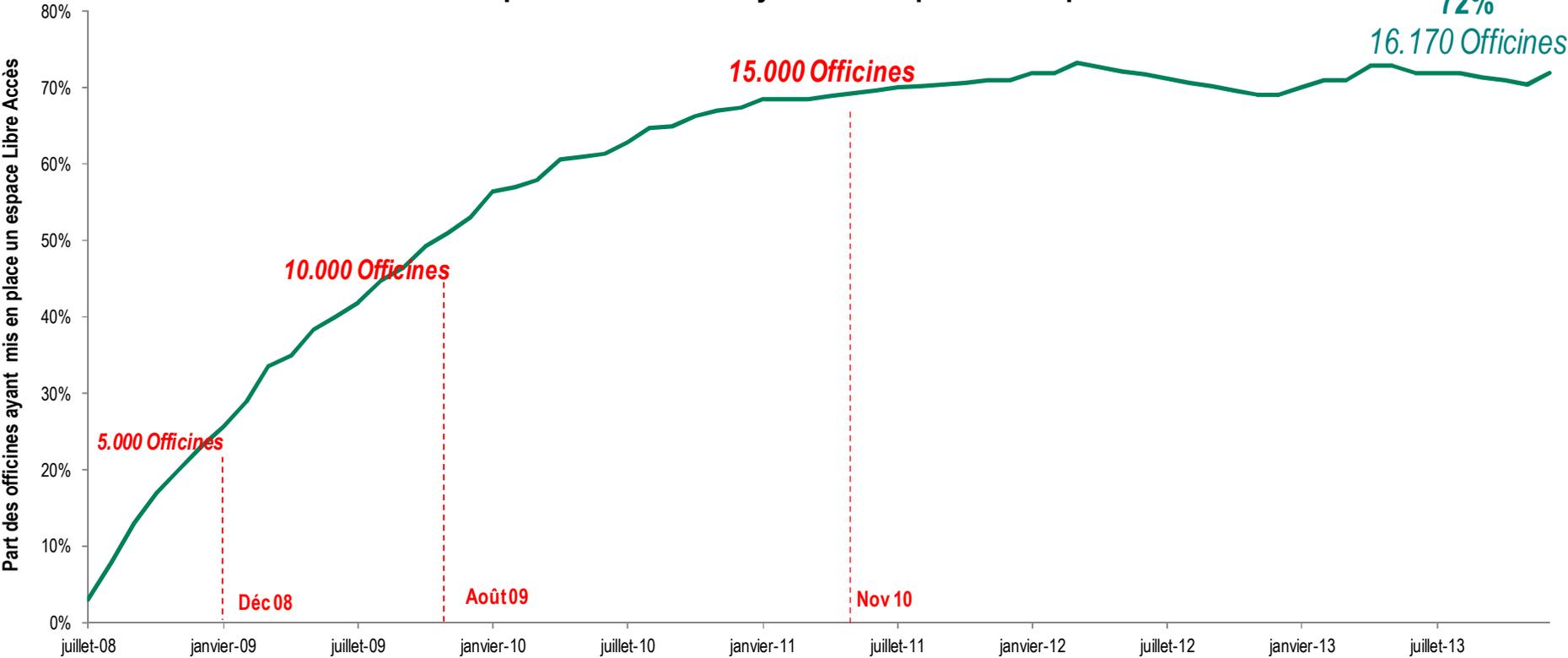
Les pharmacies ont significativement baissé le prix de vente des références de libre accès (à périmètre de produits constant) en euros courants.

Les officines ayant un espace dédié au libre accès ont plus dynamisé leurs prix que les autres.



En décembre 2013, 16 170 pharmacies ont un espace libre-accès

Evolution de la part des officines ayant mis en place un espace Libre Accès





LES POINTS CLÉS SUR LE MARCHÉ DES MÉDICAMENTS D'AUTOMÉDICATION EN 2013

- Un marché en **décroissance et fragilisé** pour la première fois depuis cinq ans, sous l'effet notamment d'une baisse de fréquentation des officines.

Evolution du marché de l'automédication entre 2012 et 2013

- " Baisse de 3% en valeur
- " Baisse de 4% en volume



- Une **évolution des prix** des médicaments d'automédication **toujours à la baisse**



5

Le marché du dispositif médical en 2013





Le dispositif médical : un marché dynamique

ventes hors-prescription (en pharmacie)

Le Dispositif Médical	Année 2012	Année 2013	Évol.
Ventes valeur hors prescription	595,8 M€	621,7 M€	4,3%
Ventes volumes hors prescription	78,1 MUC	79,3 MUC	1,5%

Le TOP 10 des labos du DM sur 2013

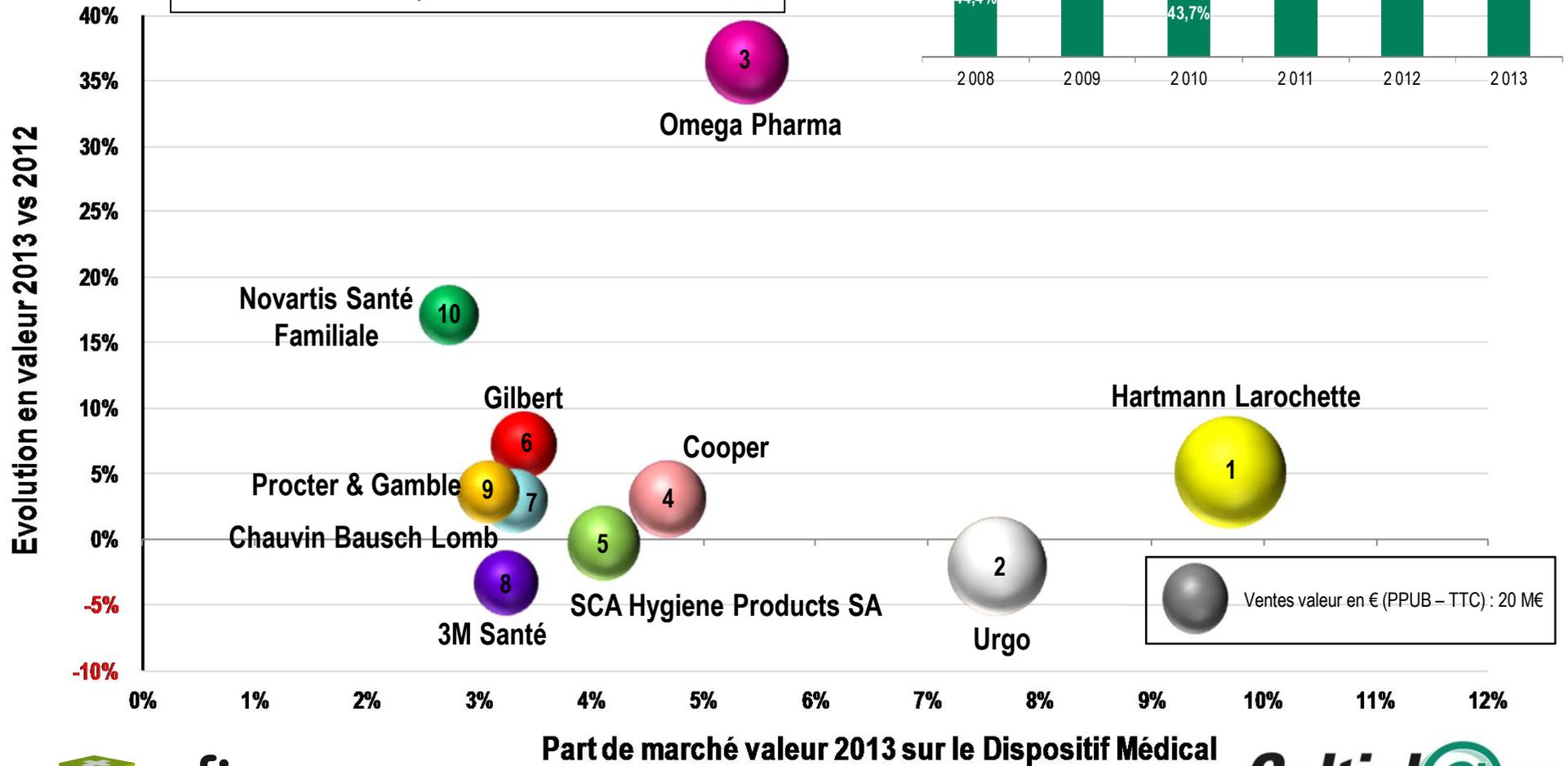
Classement sur les ventes valeur hors prescription en € (PPUB – TTC)



Top 10 : +5,8% soit +16 M€
Total Marché : +4,3% soit +26 M€

En valeur

Part du top 10 des labos dans le marché

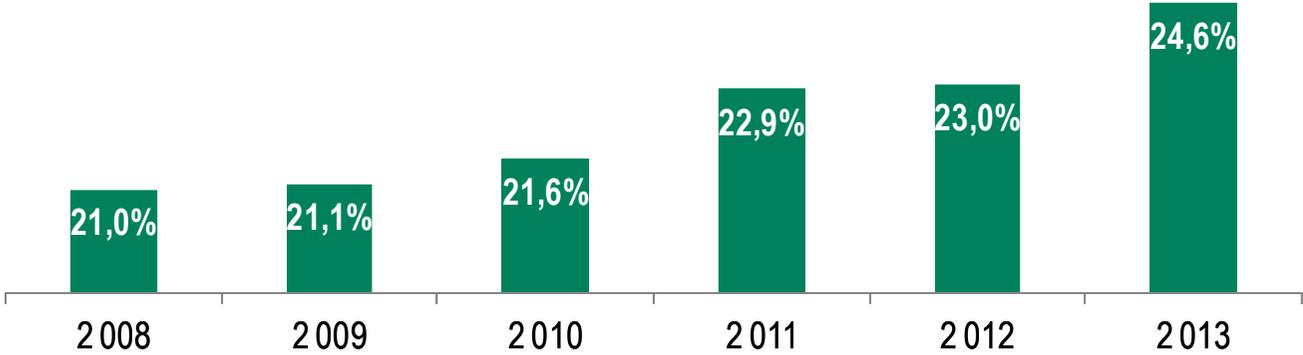




Quelle part de marché pour le top 10 des marques dans le marché du dispositif médical ?

Top 10 : +11,5% soit +16 M€
Total Marché : +4,3% soit 26 M€

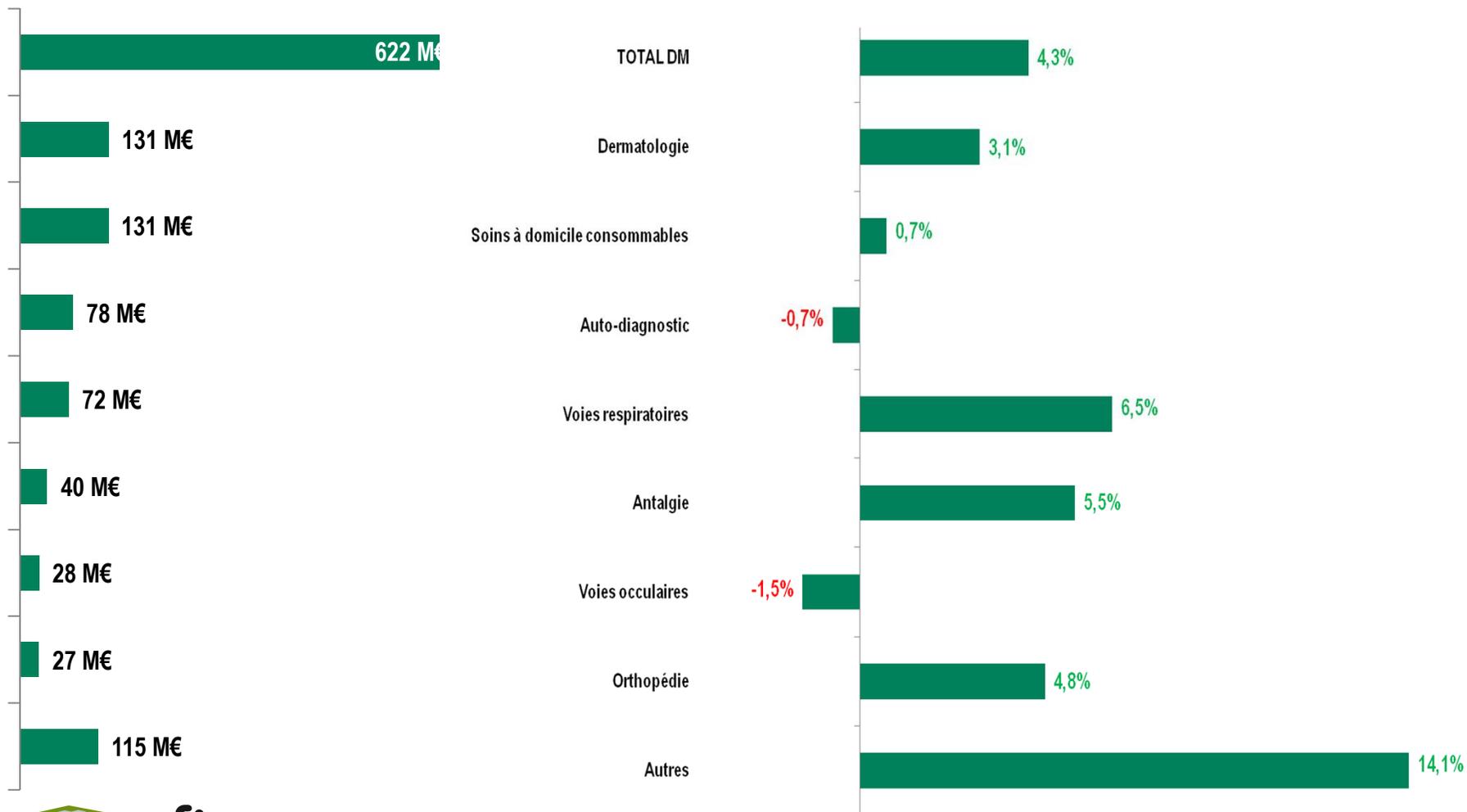
Part du top 10 des marques dans le marché des dispositifs médicaux vendus en officine (en valeur)



Une concentration du marché qui s'accélère autour de quelques marques leaders



Les principaux segments du marché des DM





6

Le marché du complément alimentaire en 2013





Les compléments alimentaires : un marché en pleine croissance

ventes hors-prescription (en pharmacie)

Les Compléments Alimentaires	Année	Année	Évol.
	2012	2013	
Ventes valeur hors prescription	570,7 M€	606,1 M€	6,2%
Ventes volumes hors prescription	41,7 MUC	44,8 MUC	7,4%

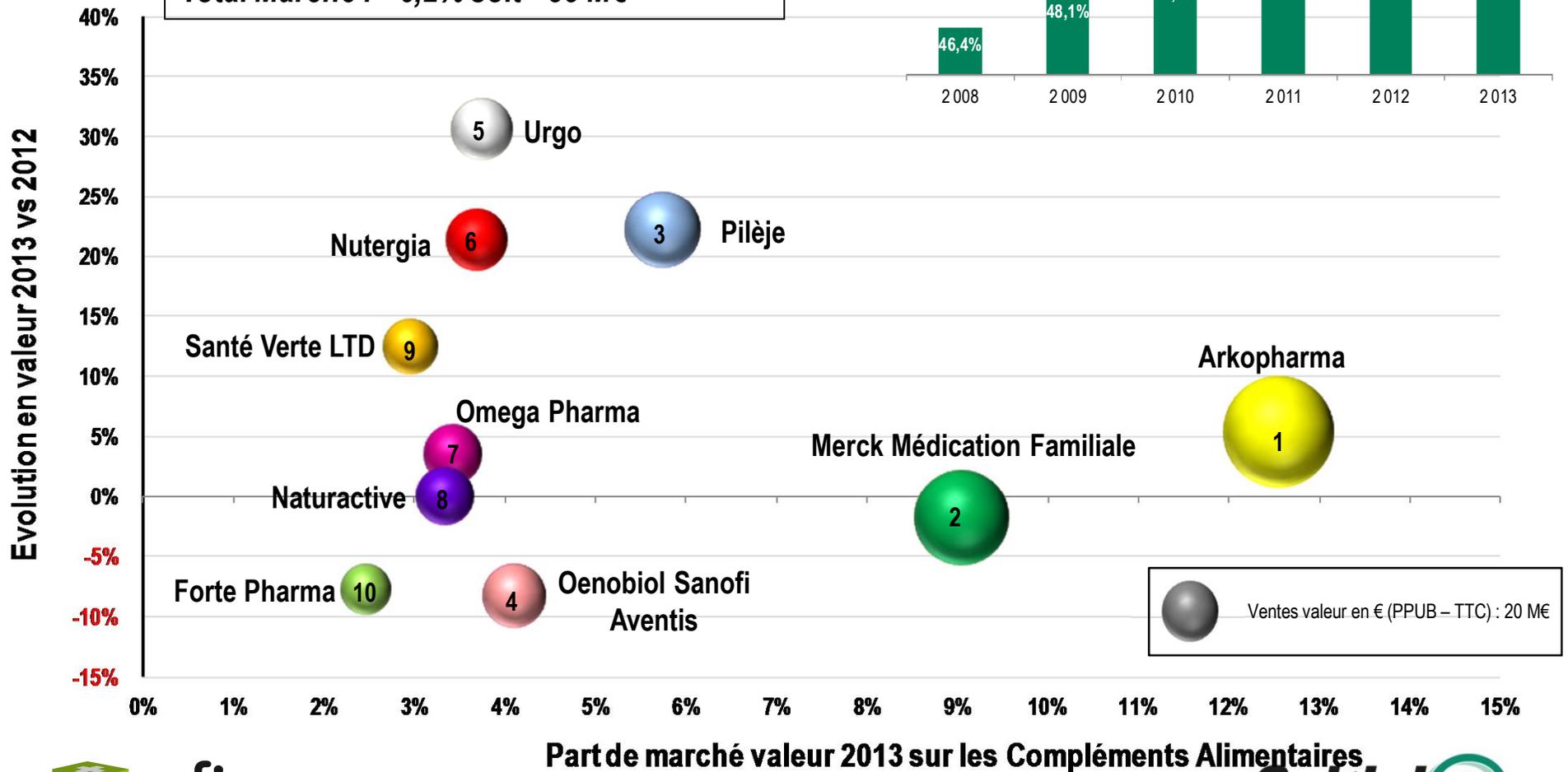
Le TOP 10 des laboratoires des compléments alimentaires sur 2013

Classement sur les ventes valeur hors prescription en € (PPUB – TTC)

Top 10 : +6,1% soit +18 M€
Total Marché : +6,2% soit +35 M€

En valeur

Part du top 10 des labos dans le marché



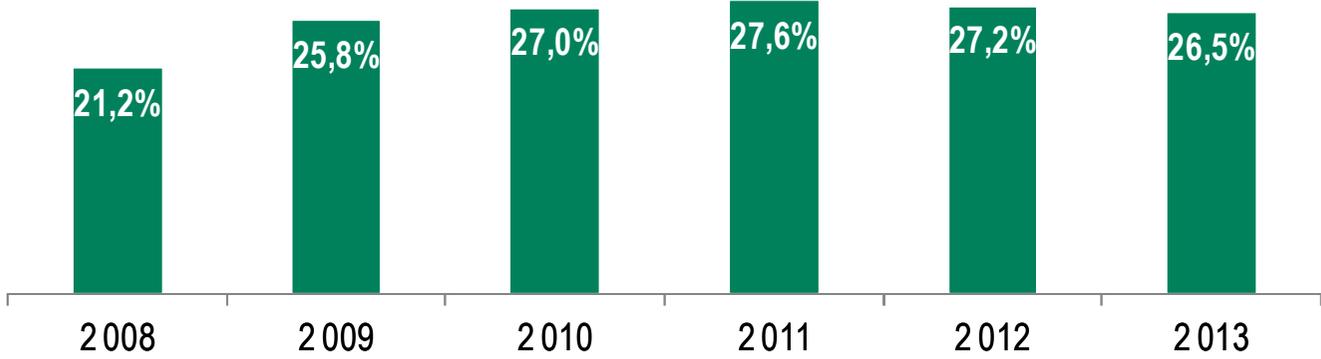
● Ventes valeur en € (PPUB – TTC) : 20 M€



Quelle part de marché pour le top 10 des marques dans le marché du complément alimentaire ?

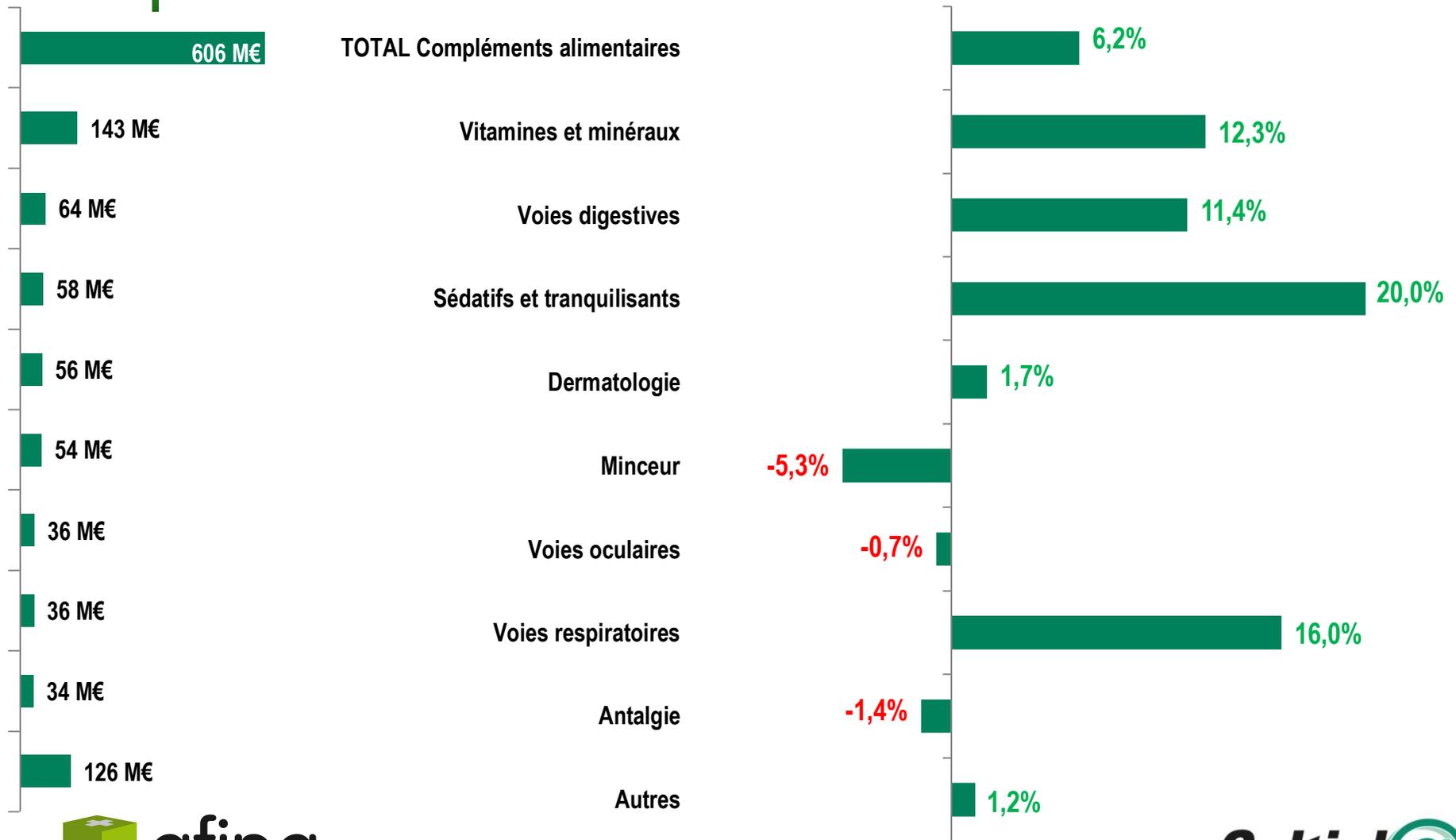
Top 10 : +3,6% soit +6 M€
Total Marché : +6,2% soit +35 M€

Part du top 10 des marques dans le marché des compléments alimentaires vendus en officine (en valeur)



Une concentration significative du marché autour de quelques marques leaders

Les principaux segments du marché des compléments alimentaires



LES POINTS CLÉS SUR LE MARCHÉ DES DISPOSITIFS MÉDICAUX ET COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES EN 2013



- A l'inverse du marché de l'automédication, deux marchés **très dynamiques et en croissance** en 2013

Evolution du marché des DM et compléments alimentaires entre 2012 et 2013 (en valeur)

- " DM : hausse de 4,3%
- " CA : hausse de 6,2%

- Des marchés **concentrés** sur quelques laboratoires et marques leaders
- Une progression quasi **généralisée** de tous les segments thérapeutiques



7

Le marché des produits du selfcare en 2013

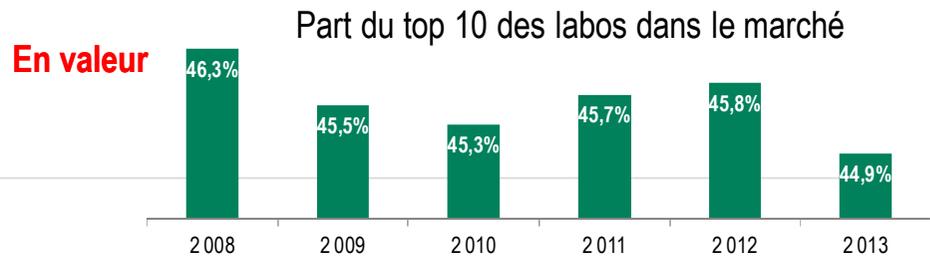




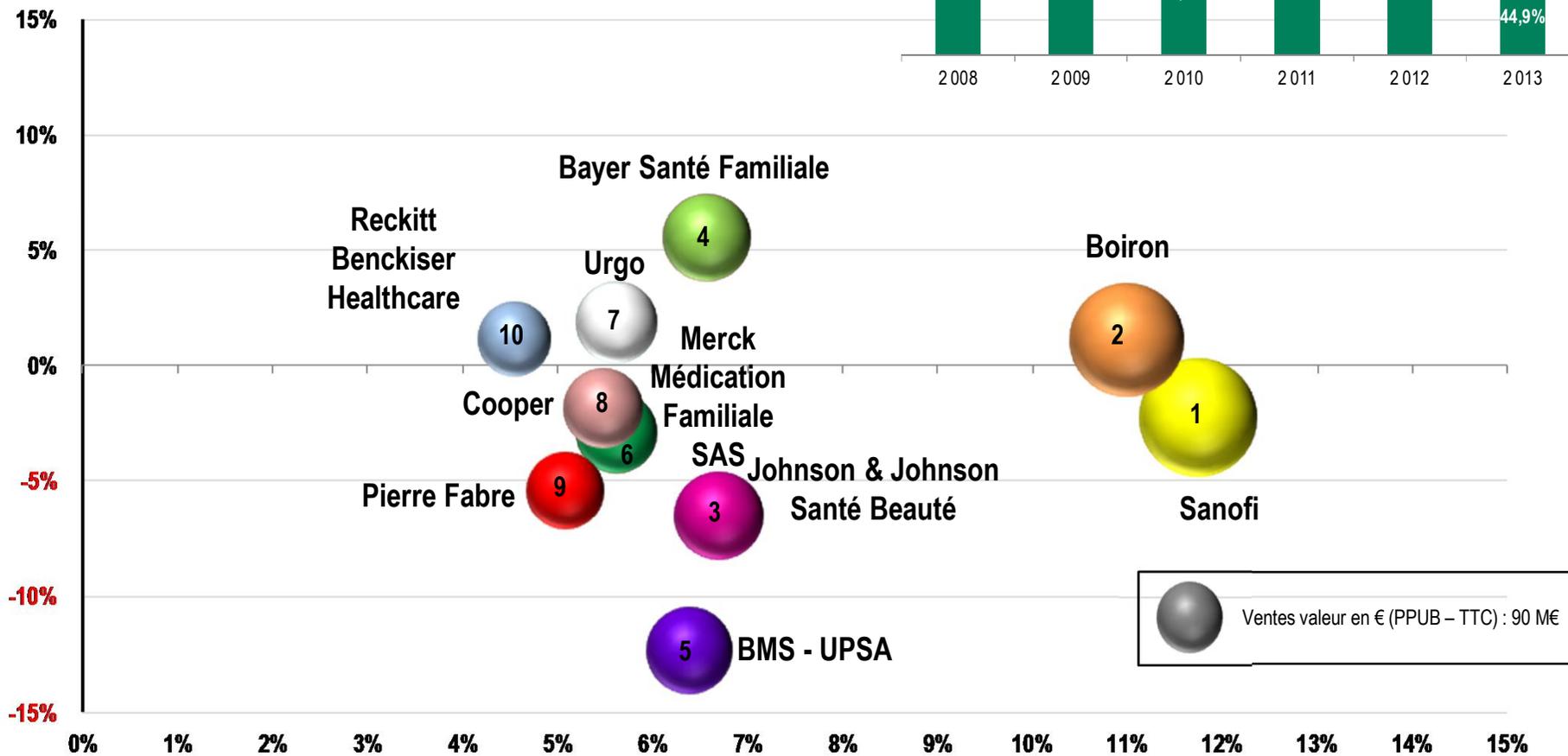
Le TOP 10 des labos du selfcare sur 2013

Classement sur les ventes valeur hors-prescription en € (PPUB-TTC)

Top 10 : -2,3% soit -34 M€
Total Marché : -0,1% soit -5 M€

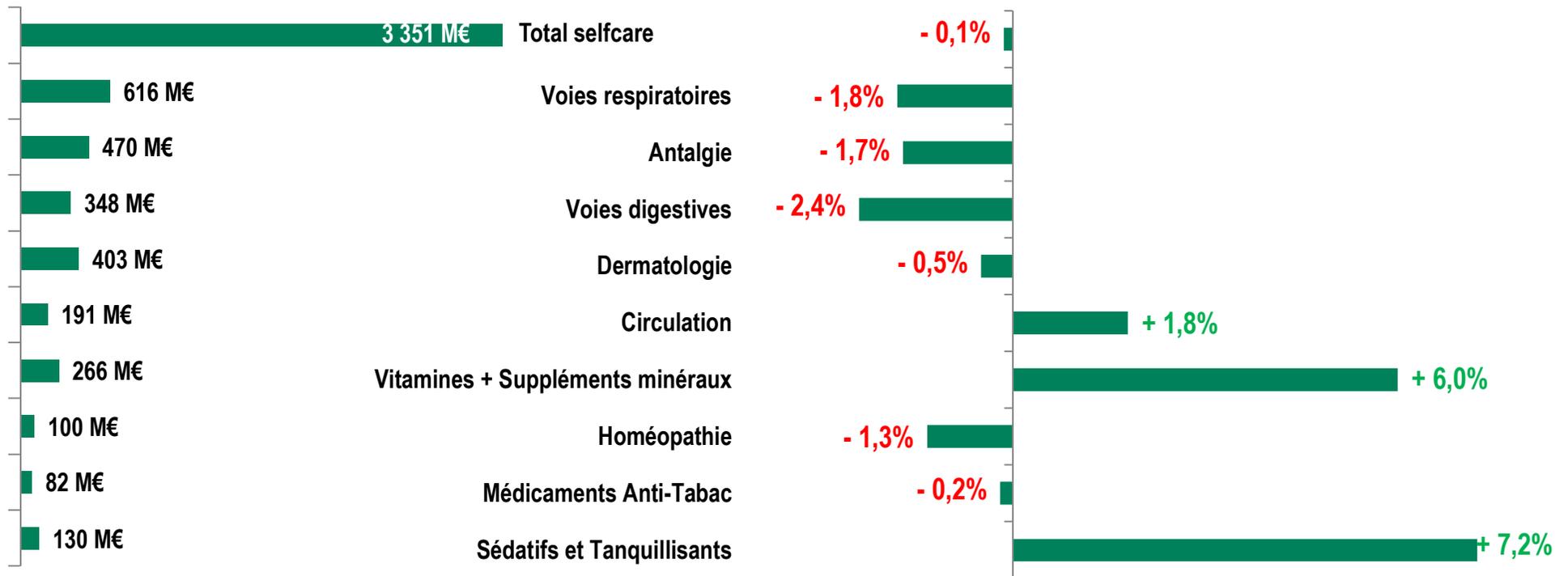


Evolution en valeur 2013 vs 2012





Les principaux segments des produits du selfcare





LES POINTS CLÉS SUR LE MARCHÉ DES PRODUITS DU SELFCARE EN 2013

- ❑ Un **marché stable en 2013** grâce aux résultats enregistrés par les dispositifs médicaux et les compléments alimentaires vendus en officine.
- ❑ Une **concentration du marché** sur le top 10 des laboratoires
- ❑ Une **tendance globalement à la baisse** pour l'ensemble des segments thérapeutiques de ce marché, sous l'effet de la décroissance du marché des médicaments d'automédication.



8

Conclusion





Une situation inégale pour les différents produits du selfcare

- ❑ Si les DM et compléments alimentaires **tirent leur épingle du jeu** dans le marché du selfcare, **la réalité est toute autre** pour les médicaments d'automédication.
- ❑ Cette baisse significative du marché de l'automédication représente **un réel danger pour l'organisation et l'efficacité du système de soins** (hausse des consultations chez le MG, augmentation des coûts pour la Sécurité sociale).

**MISE EN PLACE NECESSAIRE PAR LES
POUVOIRS PUBLICS
DE MESURES D'ACCOMPAGNEMENT**



Vos questions





Afipa
8 rue Saint Saëns Æ 75015 Paris
Tél : 01 56 77 16 16

www.afipa.org

