

17^{ème} Baromètre AFIPA 2018 DES PRODUITS DU SELFCARE



Synthèse des résultats

5 février 2019



Introduction

Selfcare : Présentation des résultats du baromètre 2018

Synthèse

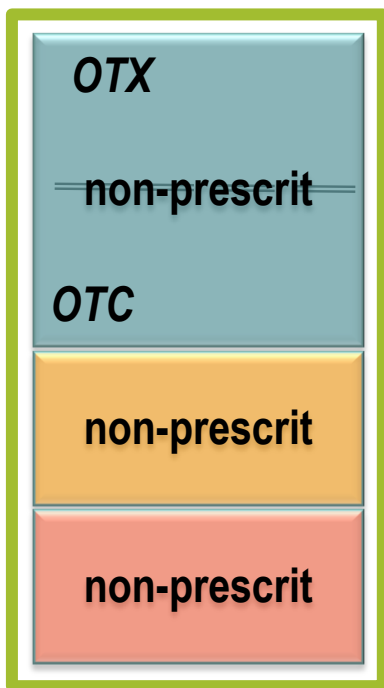


Le marché du selfcare selon l' Afipa

Il s'agit d'un comportement qui consiste à la **prise en charge** et la **gestion de sa santé et de son bien-être par l'individu lui-même**. L'automédication responsable est une composante du Selfcare.

L'Afipa associe 3 statuts de produits, disponibles sans ordonnance et en officine, au selfcare

Prescription Médicale Facultative (PMF)



Automédication

*Définition
OMS*

Comportement qui 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), avec le conseil du pharmacien.

Selfcare

*Définition
AFIPA*

Non prescrit - non remboursé, conseillé et vendu exclusivement par le pharmacien d'officine



Introduction

Selfcare : Présentation des résultats du baromètre 2018

Synthèse



Le Panel OpenHealth Company - Définition

Le panel de référence de l'industrie du selfcare et de l'Hygiène Cosmétologie



10 966 pharmacies
représentatives du parc officinal
/ Censur des ventes des **707**
parapharmacies de GMS (1)



100 %
des données de ventes



100 %
des références vendues
en officine et parapharmacies de
GMS (2)



Indicateurs en
J+5 accessibles 7/24
en ligne (3)



**Extrapolation
dynamique**
des données



La solution de référence de
l'industrie du Selfcare et,
depuis 2016, de **l'ANSM et la
HAS** pour l'analyse en temps réel
des ventes de médicaments (ville)

(1) Fin décembre 2018 - Métropole hors Corse

(2) Hors références exclusives de parapharmacies

(3) J+13 pour le réseau parapharmacie



Un phénomène de concentration régulière du marché du selfcare

Evolution du Parc Officinal*

2014 → 2018



21 376

-3%



1 718

8% parc

+39%

> 3M€



11 322

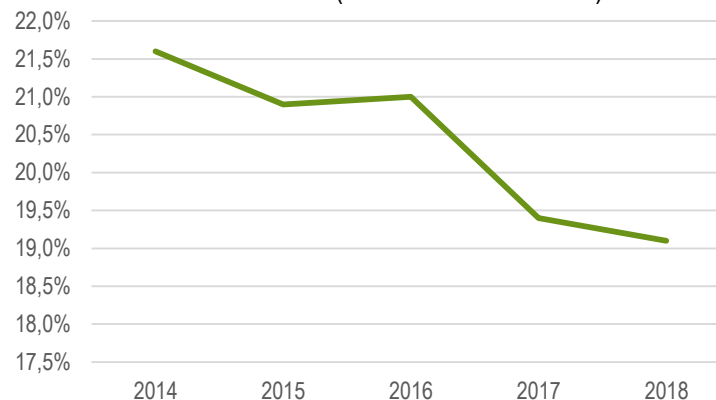
53% parc total

-11%

< 1.5M€

Evolution du Parc Officinal**

% Pharmacies réalisant 50% des ventes
Sell-Out du marché Selfcare AFIPA
(Ventes valeur PPTTC)



Indice
de Gini
(2018)

**Selfcare
0,46**

**Total parc ventes HP
0,49**



Un indice de Gini à 0 signifierait que toutes les pharmacies réalisent le même CA sur le Marché étudié. Au contraire, un indice de Gini à 1 montrerait la situation la plus inégalitaire possible : une seule pharmacie réalise la totalité.



1

L'analyse de l'activité pharmaceutique





En 2018, l'activité officinale en valeur est en légère hausse de +0,9% vs. 2017

Total hors prescription



+0,1%
vs. 2017

7,0 milliards €

Total sur prescription



+ 1,1%
vs. 2017

29,0 milliards €

Total officines
36,0 milliards €
(CAGR 2015-2018: +0,4%)

+0,9%

Selfcare



- 0,3%
vs. 2017

3,9 milliards €

Autres segments hors prescription

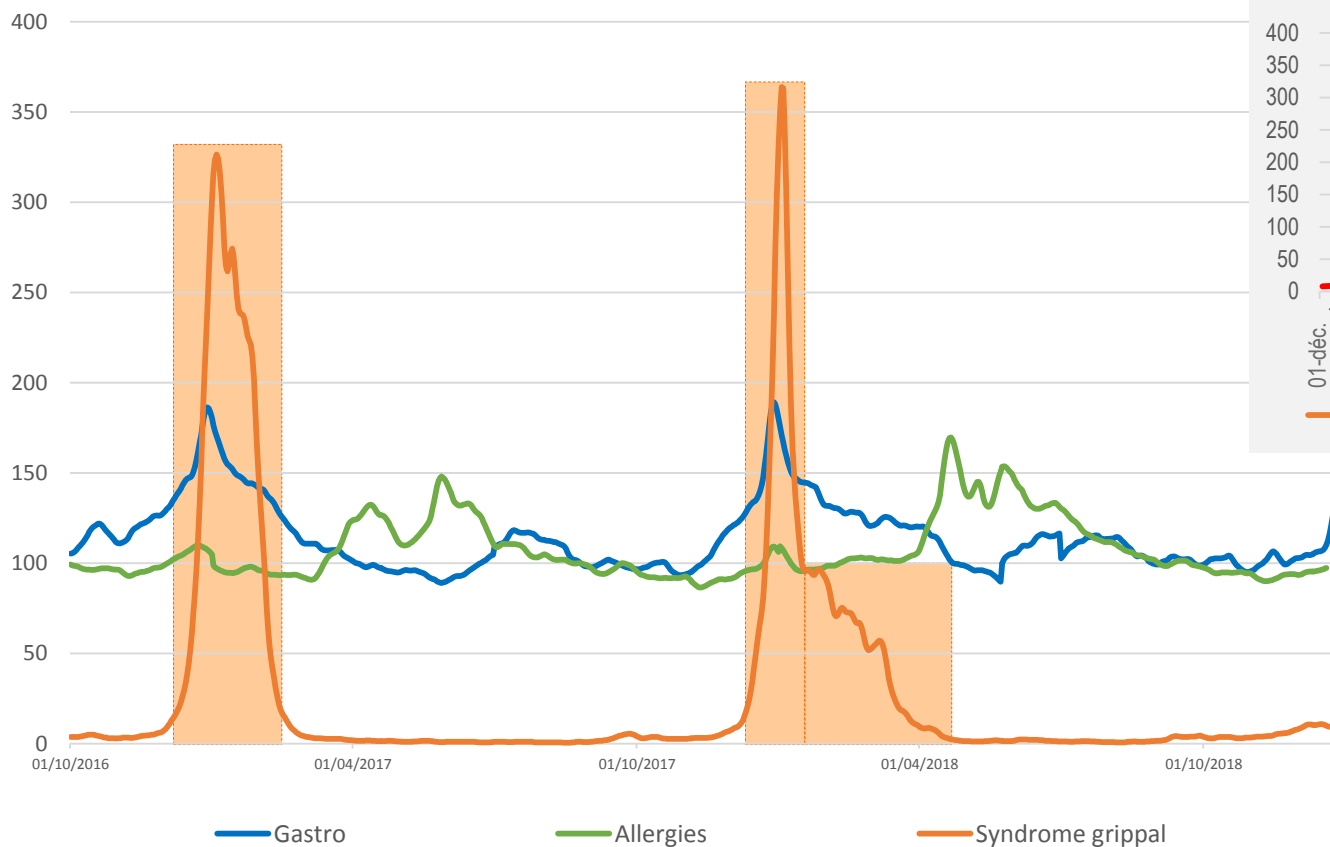
+ 0,6%
vs. 2017

3,2 milliards €

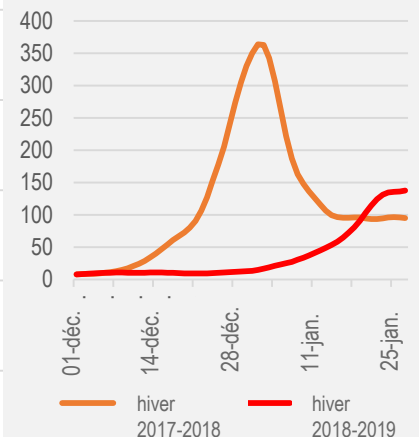


Des pathologies saisonnières (et notamment le syndrome grippal) de moindre intensité en 2018

Indice lissé des pathologies saisonnières en France (2017-2018)



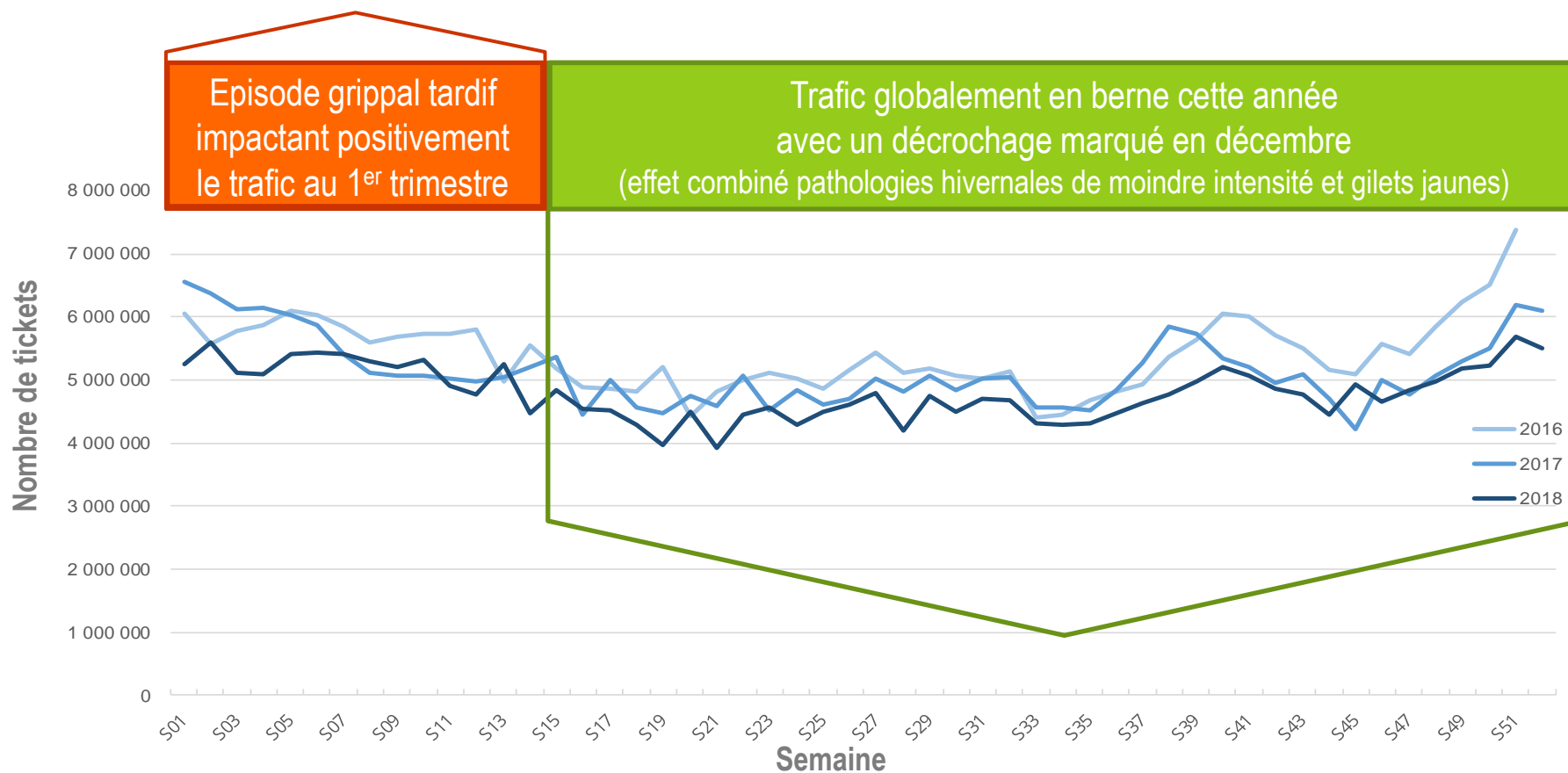
IAS lissé syndrome grippal
déc/janv. 2018 vs 2019





Un trafic plus faible en 2018 que les années précédentes sur le marché de l'automédication

Trafic - Analyse des tickets automédication 2016-2018





« Santé naturelle »: un marché dynamique, un nouveau paradigme de consommation



En moyenne aujourd'hui, **3.2** produits sur 10 délivrés en officines revendiquent un positionnement « naturel » selon le pharmacien



59% des pharmaciens déclarent avoir noté une baisse des médicaments « conventionnels » en faveur d'alternatives naturelles

Des linéaires et un espace officinal en profonde mutation (Verbatims)

Principaux segments
« entrants »

- « Aromathérapie »: **73%**
- « Probiotiques »: **58%**
- « Phytothérapie »: **39%**
- « Micronutrition »: **12%**



Principaux segments
« sortants »

- « Produits à base de Pseudoephedrine »: **11%**
- « Produits d'hygiène cosmétologie »: **10%**
- « Produits chimiques »: **8%**
- « Antalgiques à base de paracétamol et codeïne »: **3%**



2

Le marché du selfcare en 2018





Des prix stables sur 2018

Prix de vente moyen pondéré hors prescription en € (PPUB – TTC)



Prescription médicale
facultative

Médicaments

OTX

2,76€

non-prescrit

5,97€

OTC

Dispositifs
Médicaux

non-prescrit

7,88€

Compléments
Alimentaires

non-prescrit

13,96€

Automédication

4,81€

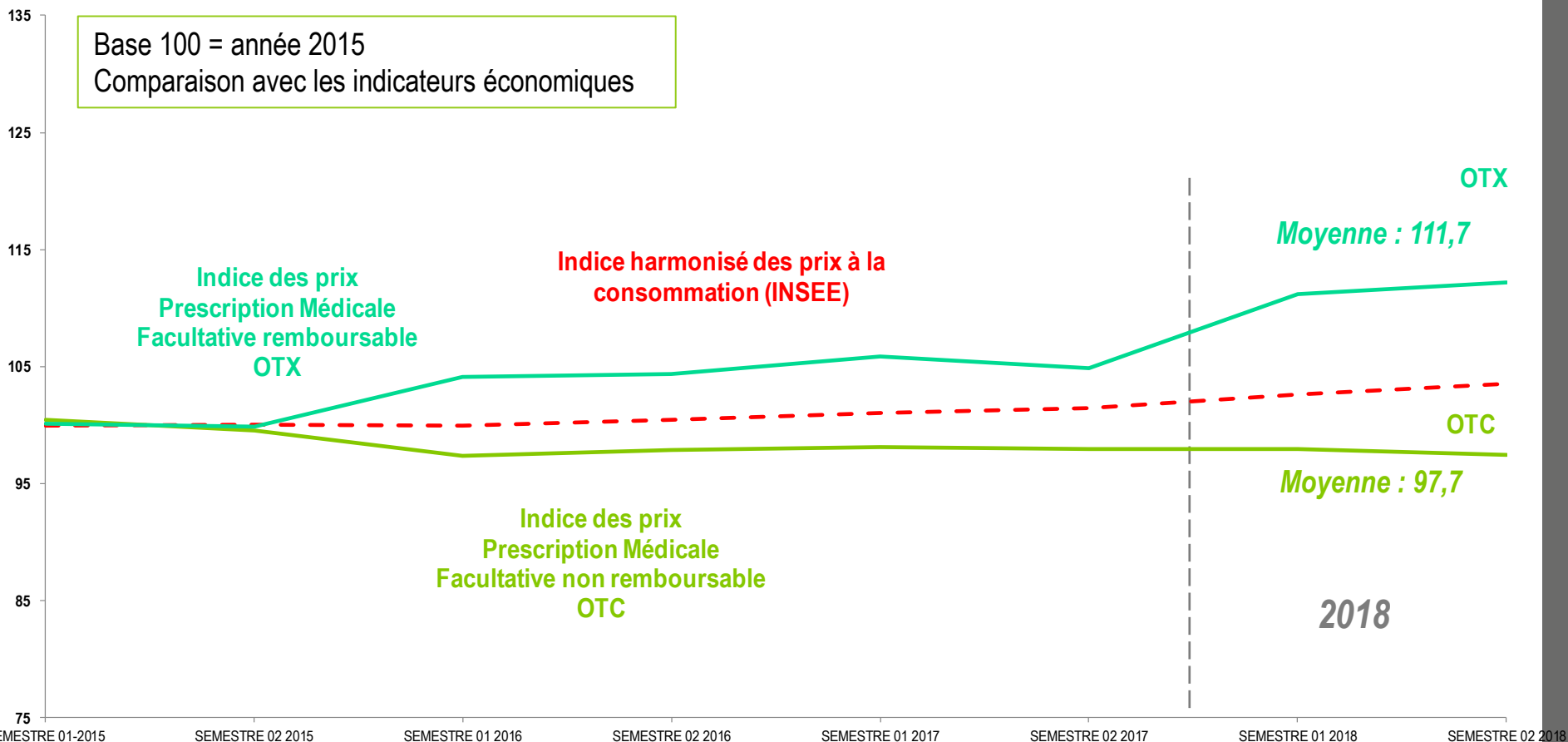
+1,3%
vs. 2017

La tendance des prix de l'OTC en dessous de l'indice des prix à la consommation



Évolution mensuelle des prix de la prescription médicale sur le marché de l'Automédication

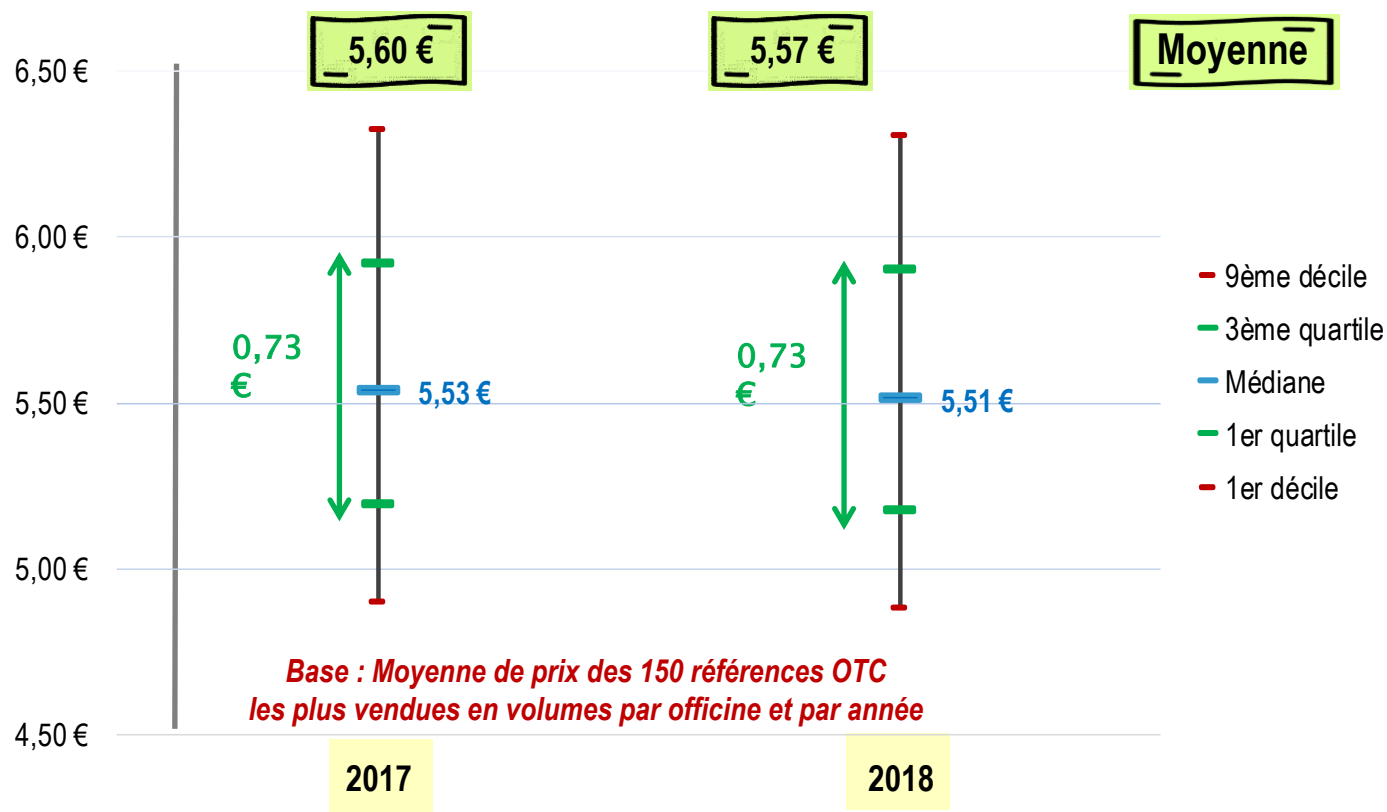
Base 100 = année 2015
Comparaison avec les indicateurs économiques





La moitié des officines françaises vendent les produits d'OTC dans une fourchette de 73 cents

Dispersion des moyennes de prix pratiqués en OTC des pharmacies





Les segments voies respiratoires, antalgie et circulation en recul sur 2018

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

- 10,8% du CA total de l'officine
- Baisse de - 0,3%

2018

2018 vs 2017

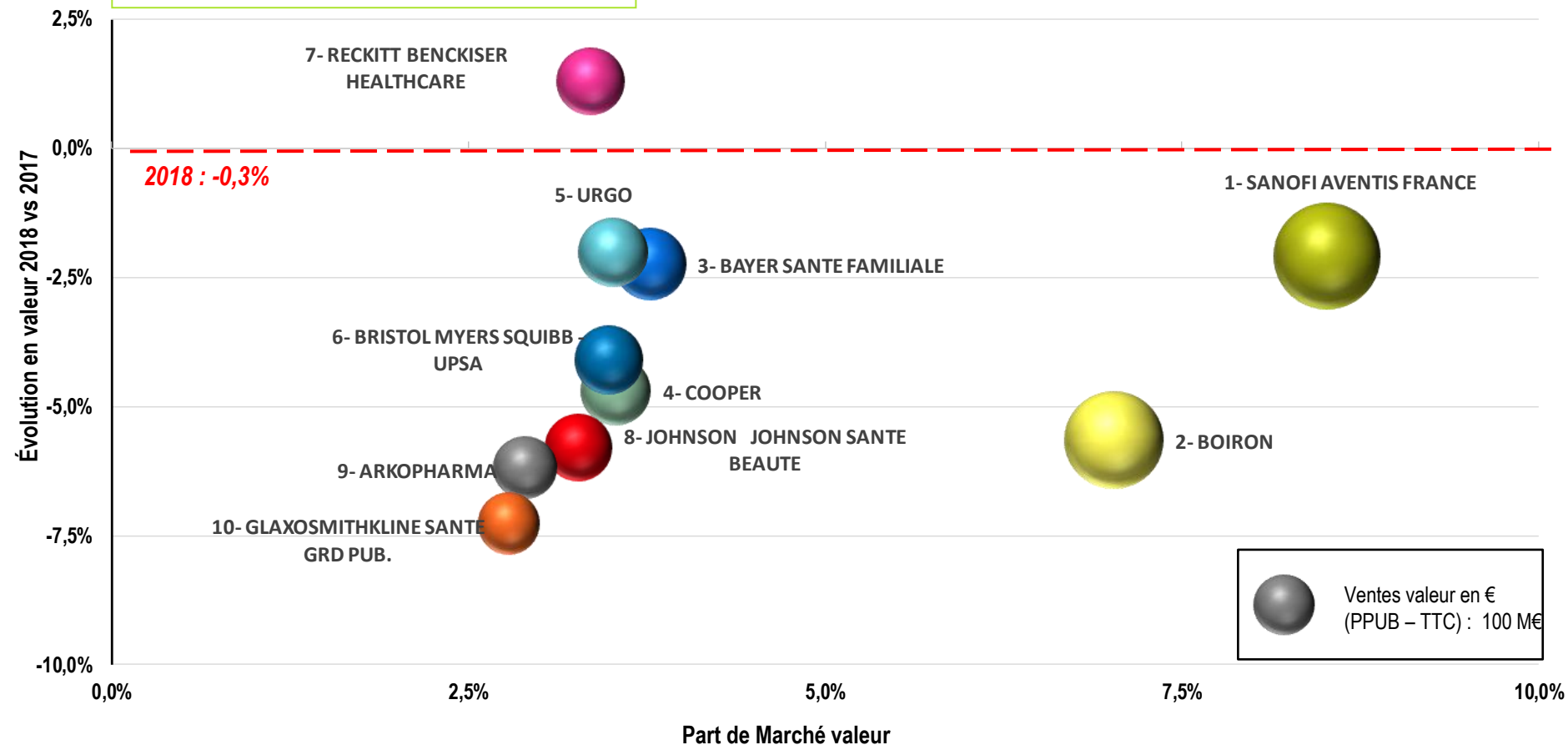
	<u>2018</u>	<u>2018 vs 2017</u>
TOTAL SELF CARE	3 870 M€	- 10,4 M€ (-0,3%)
VOIES RESPIRATOIRES	632 M€	-30 M€ (-4,5%)
ANTALGIE	527 M€	-29 M€ (-5,3%)
VOIES DIGESTIVES	454 M€	+18 M€ (+4,1%)
DERMATOLOGIE	404 M€	+16 M€ (+4,2%)
VITAMINES ET MINÉRAUX	268 M€	+2 M€ (+0,7%)
CIRCULATION	170 M€	-2 M€ (-1,2%)
AUTRES	1 415 M€	+15 M€ (+1,1%)



Le top 10 des laboratoires du marché du selfcare sur 2018

Le poids du top 10 sur le marché : 42,2%
(Le poids du top 10 sur le marché en 2017 : 43,7%)

Top 10 : -3,8% soit -64,0 M€
Total Marché : -0,3% soit -10,4 M€





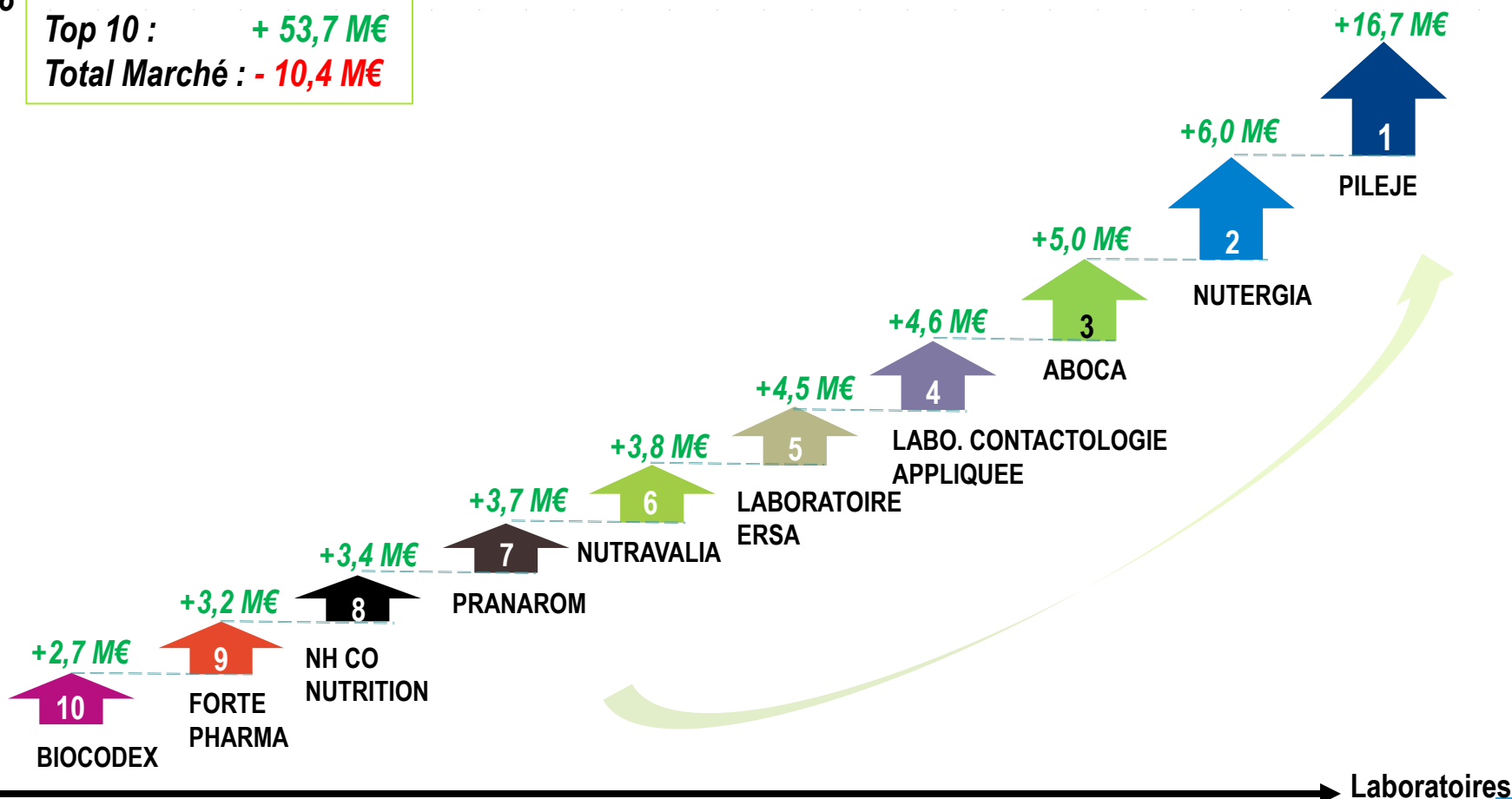
Les acteurs des compléments alimentaires tirent la croissance du selfcare

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

2018

Top 10 : + 53,7 M€

Total Marché : - 10,4 M€



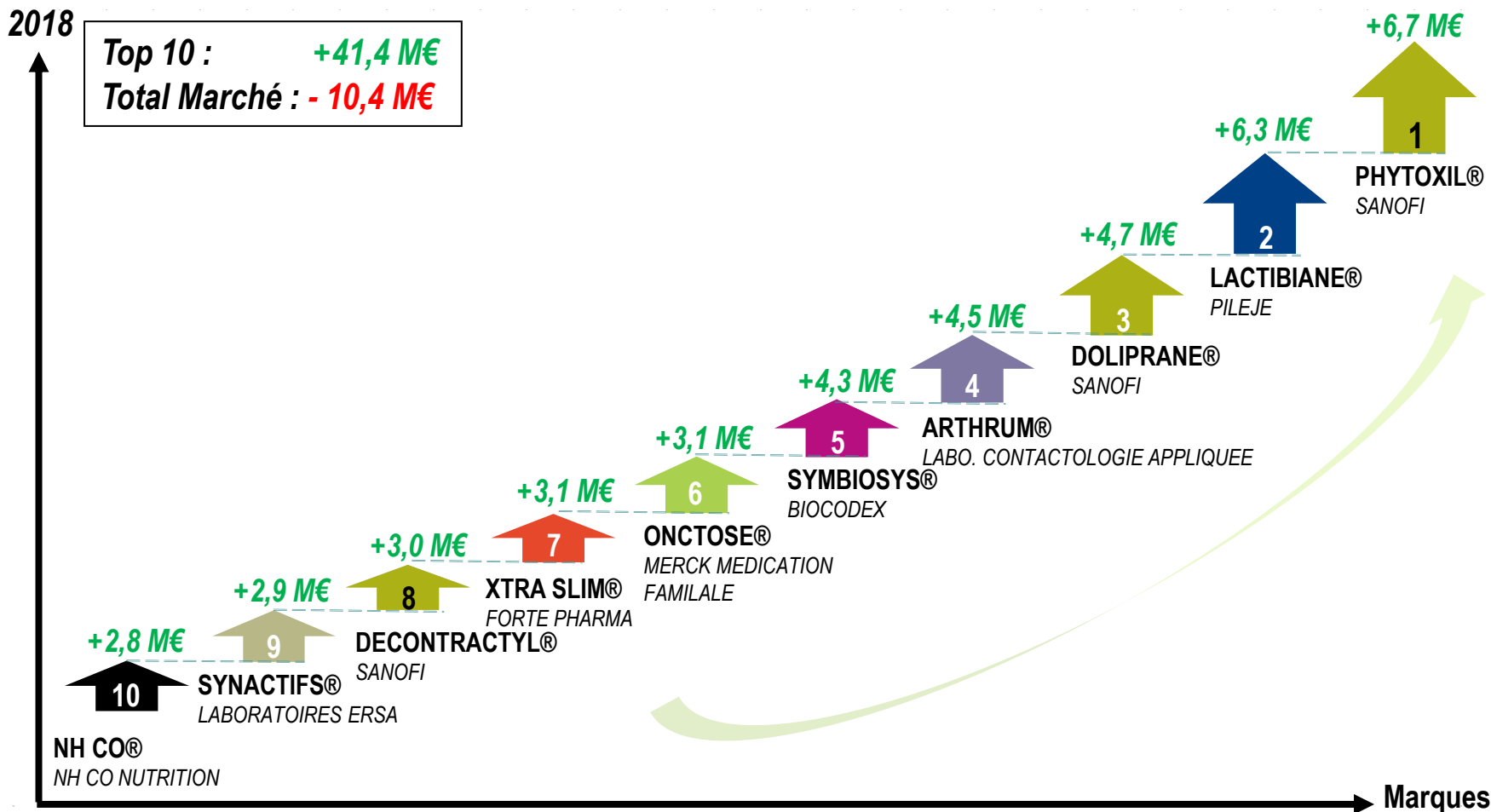
Laboratoires





PHYTOXIL® est la 1^{ère} marque contributrice à la croissance

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





3

Le marché du médicament d'automédication en 2018





Un marché de l'automédication en décroissance en 2018



Le marché du médicament sur prescription



Le marché de l'Automédication



Au sein de l'automédication, l'OTC décroît plus vite que l'OTX



Prescription médicale
facultative

Médicaments

non-prescrit

2018

Ventes valeur
hors prescription en € (PPUB – TTC)

2 106 M€
- 4,6%

dont OTX
(PMF remboursable)

437 M€
- 2,0%

dont OTC
(PMF non remboursable)

1 669 M€
- 5,3%





Une baisse des ventes hors prescription sur la majorité des segments de l'automédication est observée sur 2018

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

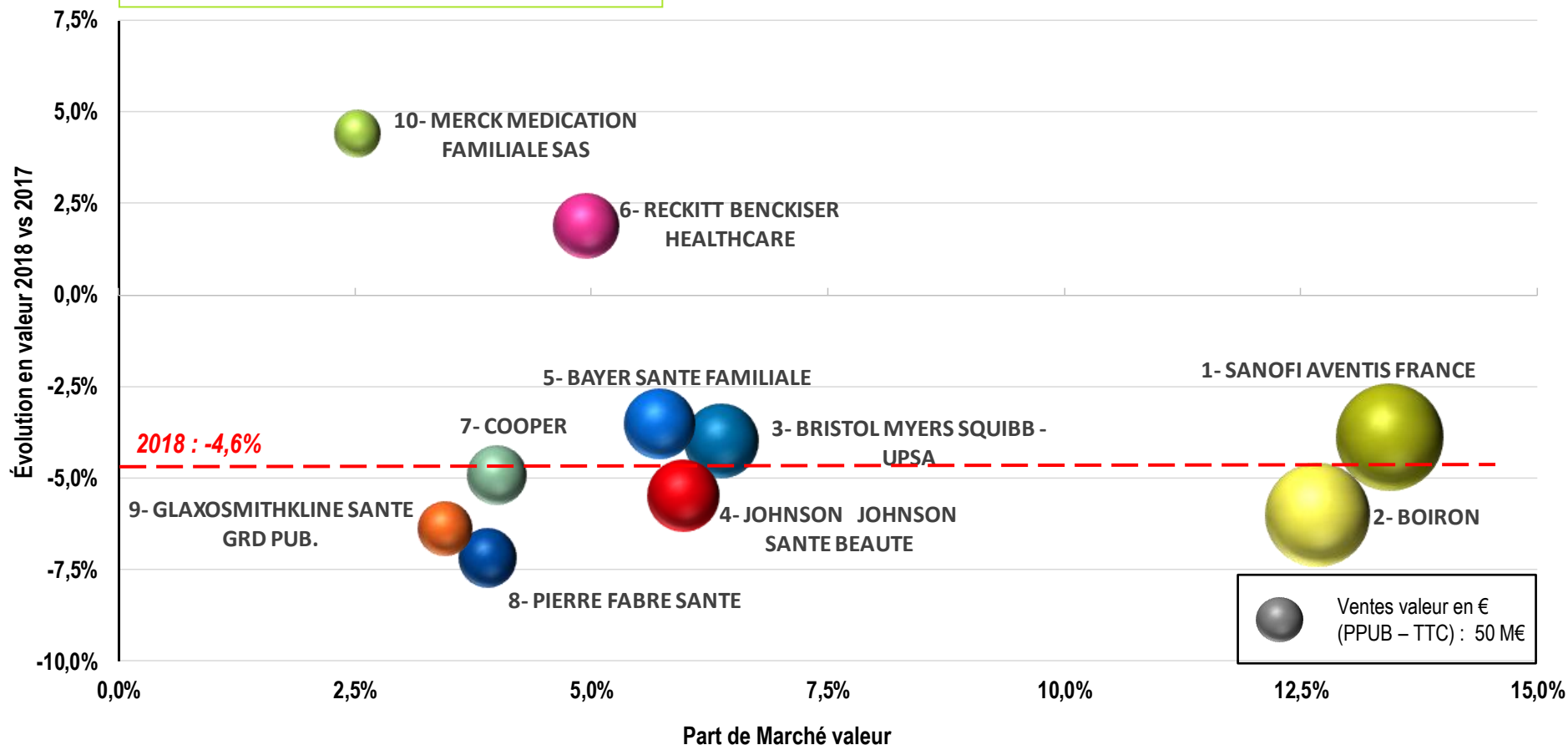
	<u>2018</u>	<u>2018 vs 2017</u>
AUTOMEDICATION	2 106 M€	-102 M€ (-4,6%)
VOIES RESPIRATOIRES	436 M€	-44 M€ (-9,1%)
ANTALGIE	434 M€	-31 M€ (-6,6%)
VOIES DIGESTIVES	300 M€	-2 M€ (-0,6%)
DERMATOLOGIE	220 M€	1 M€ (+0,6%)
HOMEOPATHIE	125 M€	-2 M€ (-1,2%)
CIRCULATION	117 M€	-6 M€ (-5,2%)
VITAMINES + SUPPLEMENTS MINERAUX	105 M€	-3 M€ (-2,9%)
MEDICAMENT ANTI-TABAC	78 M€	-5 M€ (-6,3%)
SEDATIFS ET TRANQUILLISANTS	74 M€	-4 M€ (-4,7%)
AUTRES CLASSES	217 M€	-8 M€ (-3,4%)



Top 10 des laboratoires de l'automédication

Le poids du top 10 sur le marché : 63,0%
(Le poids du top 10 sur le marché en 2017 : 62,7%)

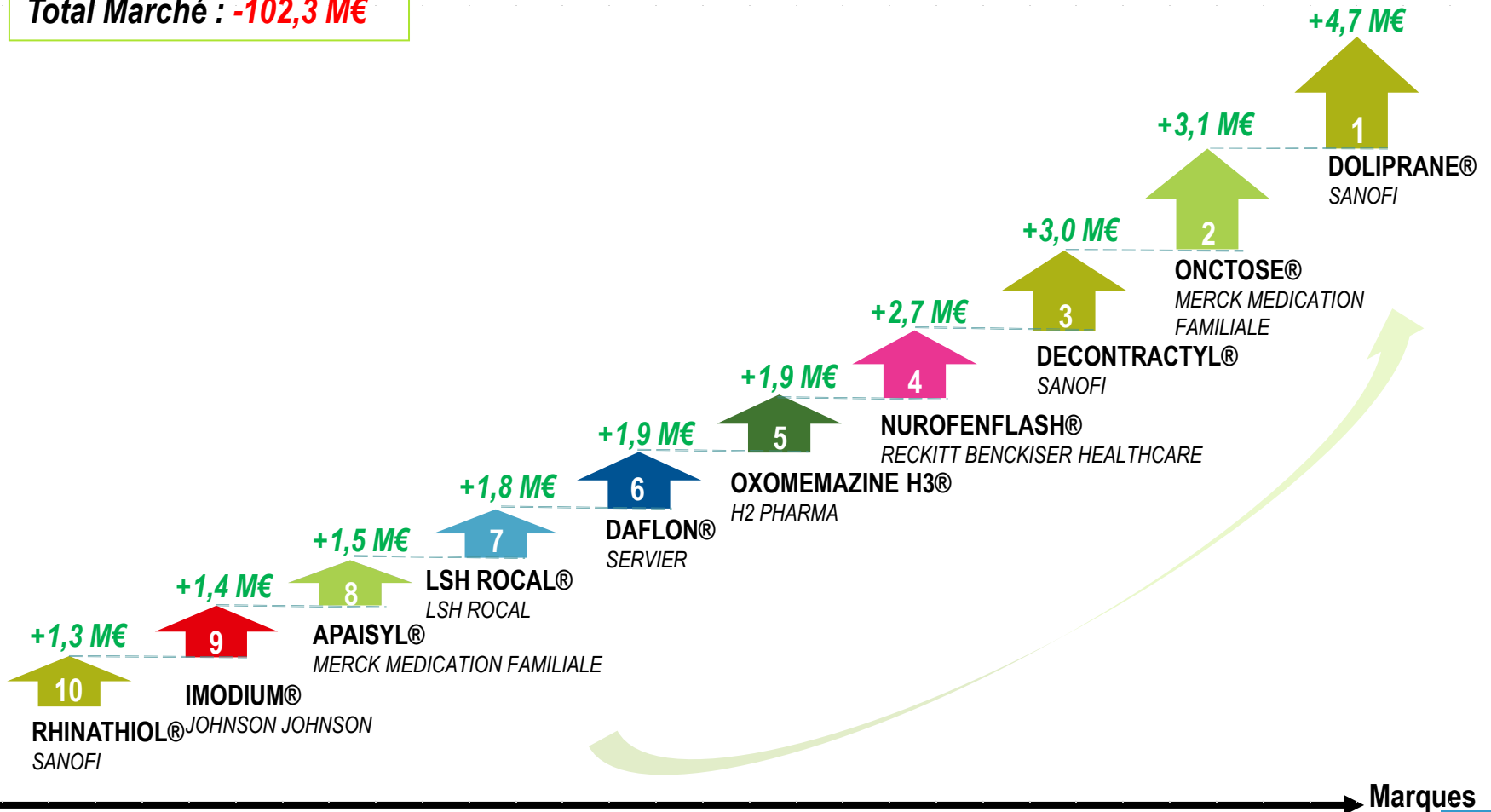
Top 10 : **-4,1% soit -57,4 M€**
Total Marché : **-4,6% soit -102,3 M€**



Le top 10 des contributions à la croissance des marques de l'automédication

2018

Top 10 : **+23,2 M€**
Total Marché : **-102,3 M€**



Marques

OTC strict en 2018 : les Français restent fidèles à leurs marques



Classement des marques*	2017	2018
DOLIPRANE® - SANOFI	2	1
OSCILLOCOCCINUM® - BOIRON DOLISOS	1	2
HUMEX® - URGO	3	3
DAFLON® - SERVIER	8	4
NICORETTE® - JOHNSON SANTE FRANCE	4	5
LYSOPAINE® - SANOFI	5	6
STREPSILS® - RECKITT BENCKISER	6	7
BEROCCA® - BAYER SANTE FAMILIALE	7	8
NUROFENFLASH® - RECKITT BENCKISER	9	9
PIERRE FABRE TOTAL® - PIERRE FABRE SANTE	10	10



4

Le marché du dispositif médical en 2018





Les dispositifs médicaux sont en croissance en 2018

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

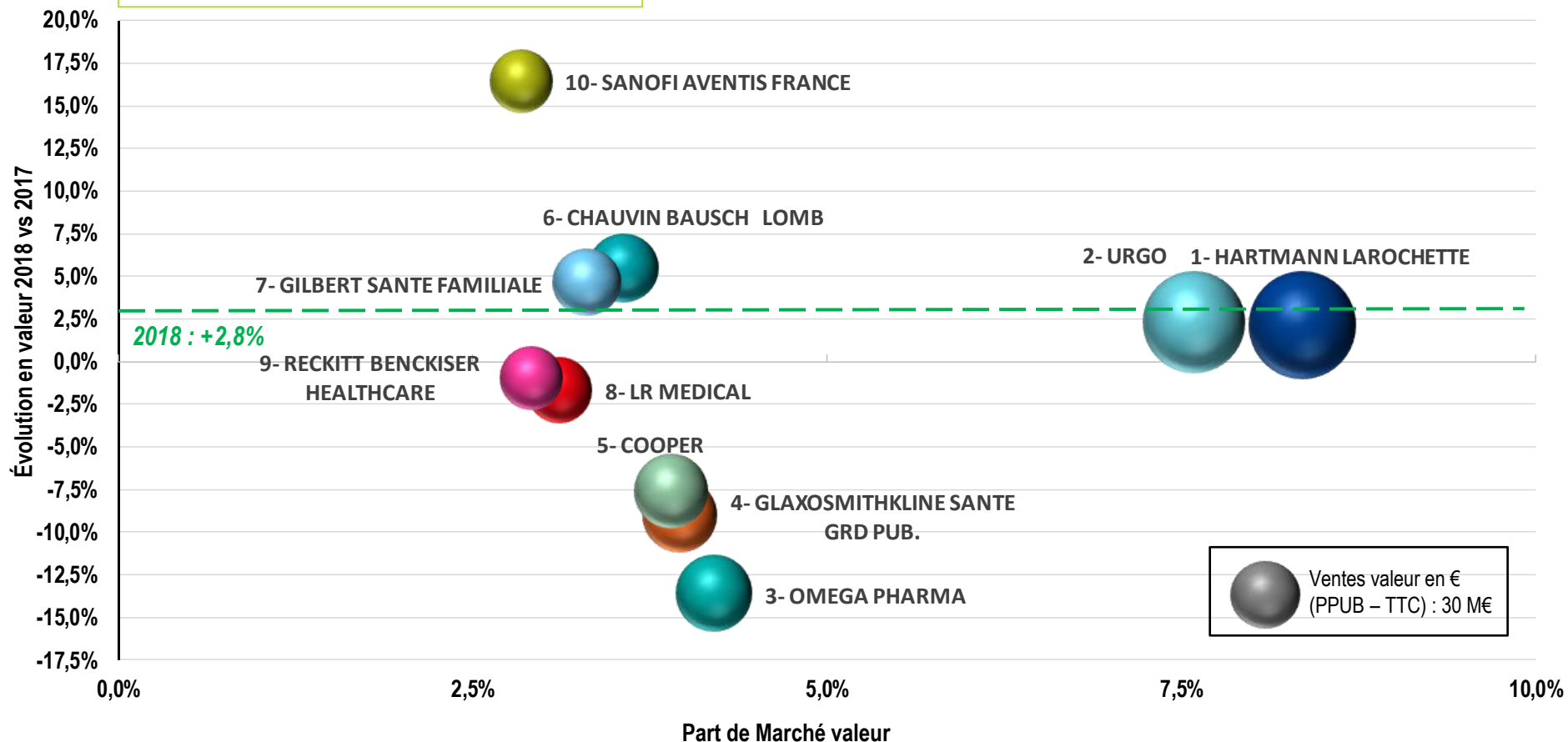
	<u>2018</u>	<u>2018 vs 2017</u>
DISPOSITIFS MEDICAUX	883 M€	+24 M€ (+2,8%)
SOINS À DOMICILE CONSOMMABLES	175 M€	+4 M€ (+2,6%)
DERMATOLOGIE	173 M€	+14 M€ (+8,5%)
VOIES RESPIRATOIRES	147 M€	+8 M€ (+5,4%)
ANTALGIE	93 M€	+1 M€ (+1,4%)
AUTO-DIAGNOSTIC	54 M€	-3 M€ (-5,4%)
VOIES OCULAIRES	42 M€	+2 M€ (+4,0%)
ORTHOPÉDIE	42 M€	+3 M€ (+7,0%)
CIRCULATION	27 M€	+2 M€ (+7,6%)
COSMÉTOLOGIE	18 M€	-0,3 M€ (-1,9%)
PUÉRICULTURE	16 M€	-1 M€ (-4,2%)
MINCEUR	15 M€	-5 M€ (-23,6%)
OTOLOGIE	9 M€	-1 M€ (-6,6%)
AUTRES	73 M€	+0,4 M€ (+0,6%)

↑
Sondes,
canules,
protections
hygiéniques,
seringues,
aiguilles,
contention,
pansements
,...



Le top 10 des acteurs du dispositif médical

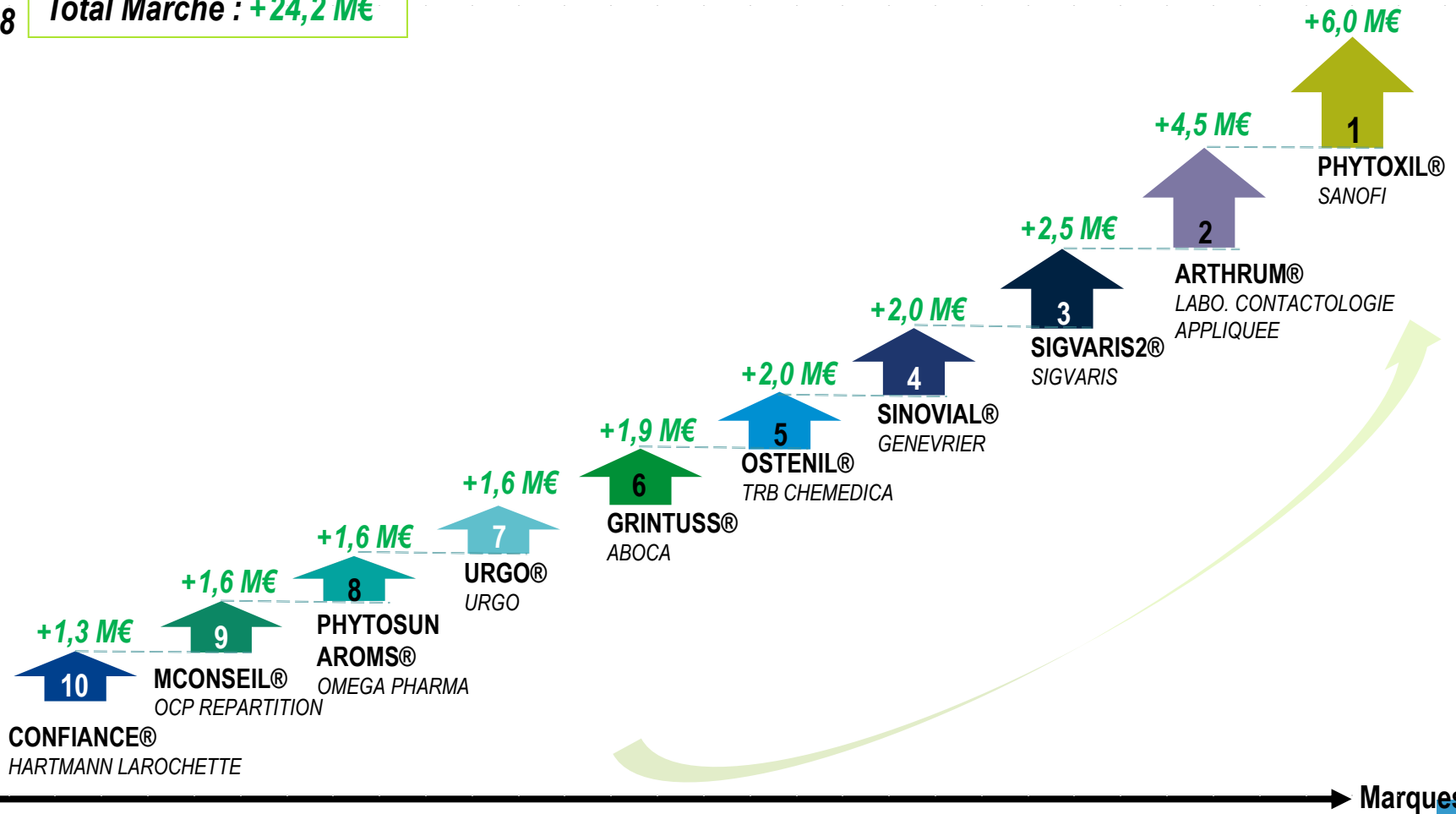
Top 10 : -0,9% soit -3,4M€
Total Marché : +2,8% soit +24,2 M€



Le top 10 des contributions à la croissance des marques du dispositif médical

2018

Top 10 : +24,9 M€
Total Marché : +24,2 M€



Marques



5

Le marché des compléments alimentaires en 2018





Les compléments alimentaires réalisent la plus forte croissance du selfcare

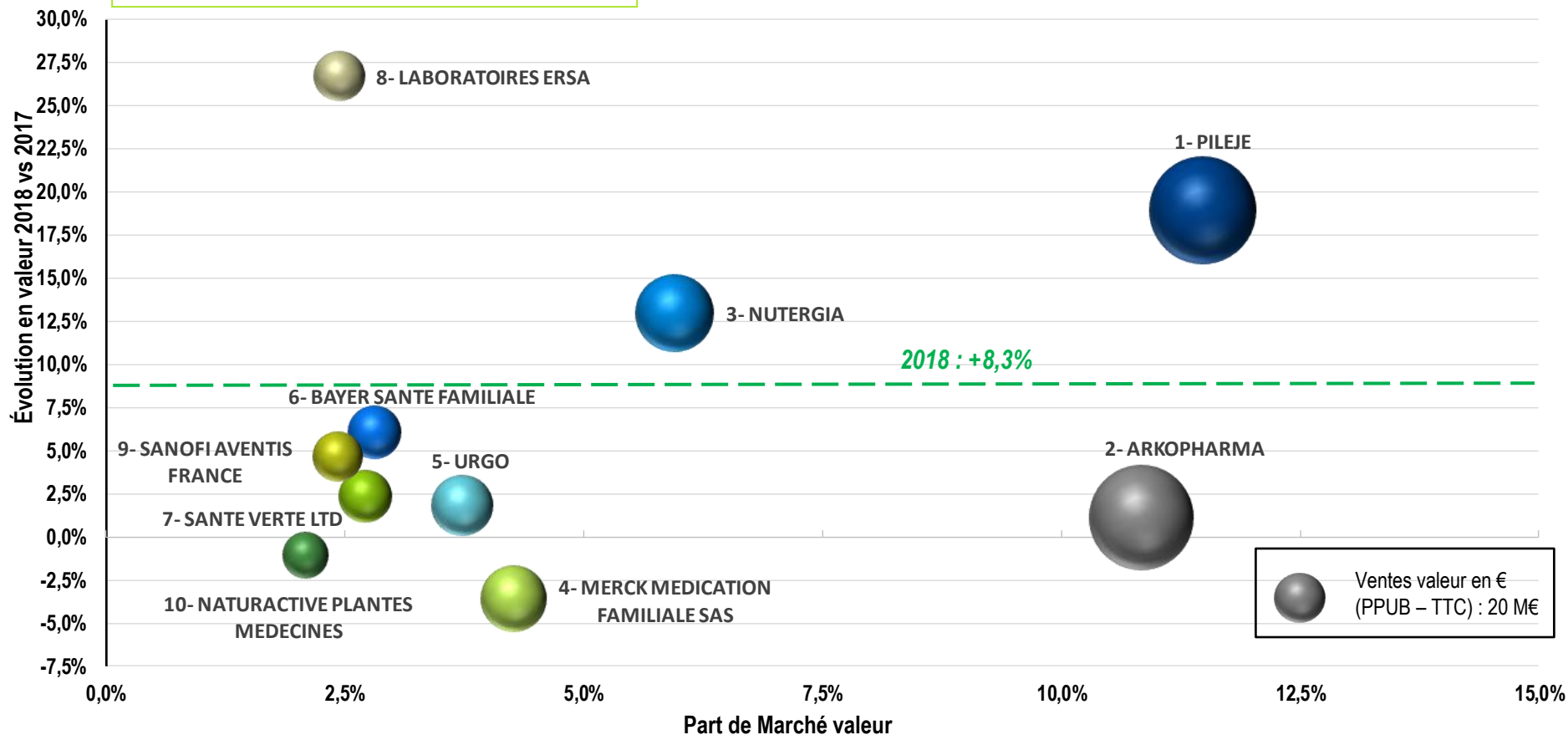
Classement sur les Ventes valeur hors prescription en € (PPUB – TTC)

	<u>2018</u>	<u>2018 vs 2017</u>
COMPLEMENTS ALIMENTAIRES	880 M€	+68 M€ (+8,3%)
Immunité / Vitalité	164 M€	+5 M€ (+3,1%)
Sommeil / détente	152 M€	+12 M€ (+8,7%)
Confort digestif	148 M€	+18 M€ (+14,2%)
Confort musculaire / articulaire	54 M€	+2 M€ (+4,4%)
Minceur	54 M€	+3 M€ (+6,0%)
Voies Respiratoires	49 M€	+6 M€ (+14,1%)
Confort urinaire	37 M€	+6 M€ (+20,5%)
Phanère	36 M€	+2 M€ (+5,9%)
Vision	34 M€	-1 M€ (-3,3%)
Confort circulatoire	26 M€	+3 M€ (+11,1%)
Confort féminin	20 M€	+0,2 M€ (+0,8%)
Confort lipidocardiovasculaire	17 M€	+1 M€ (+3,4%)
Grossesse	14 M€	+1 M€ (+4,3%)
Solaire	14 M€	-2 M€ (-10,1%)
Autres	63 M€	+12 M€ (+22,8%)



Le top 10 des acteurs des compléments alimentaires

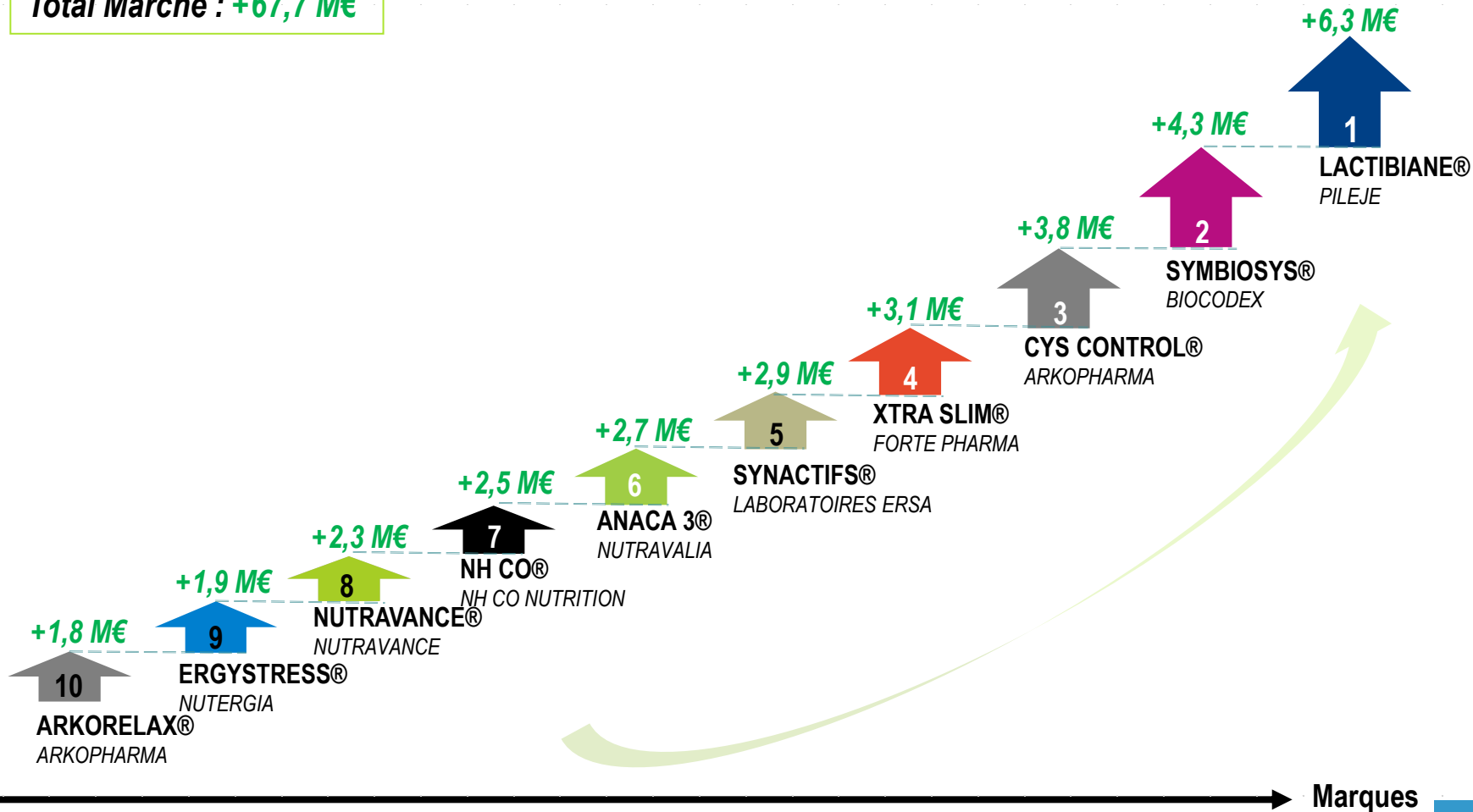
Top 10 : +7,4% soit +29,5 M€
Total Marché : +8,3% soit +68,0 M€



Le top 10 des contributions à la croissance des marques des compléments alimentaires

2018

Top 10 : +31,7M€
Total Marché : +67,7 M€



Marques



Introduction

Selfcare : Présentation des résultats du baromètre 2018

Synthèse



Selfcare 2018: l'automédication impactée par la faible intensité des pathologies hivernales et un trafic en retrait

Avec une croissance nulle en 2018, le selfcare marque pour la première fois depuis 5 ans un temps d'arrêt dans sa progression



Les performances des **compléments alimentaires** (+8,4% en valeur) et du **dispositif médical** (+2,8% en valeur) ne parviennent pas à compenser la baisse de l'**automédication** (- 4,2% en valeur), comparable à celle enregistrée en 2017.

En 2018, cette baisse s'explique par un contexte réglementaire tendu (relistage de produits) qui s'ajoute à une pathologie hivernale de moindre intensité en début d'année et en « retard » en fin d'année.

Par ailleurs, l'érosion chronique du **trafic en officine** accélérée en décembre par la conjoncture sociale impacte les tendances d'un marché en mutation.

En effet, la **concentration du parc officinal**, l'émergence de nouveaux acteurs de distribution de produits santé favorisée par le consommateur (**omnicanalité**) et la **demande de naturalité** sont des facteurs structurants pour le marché du selfcare aujourd'hui.



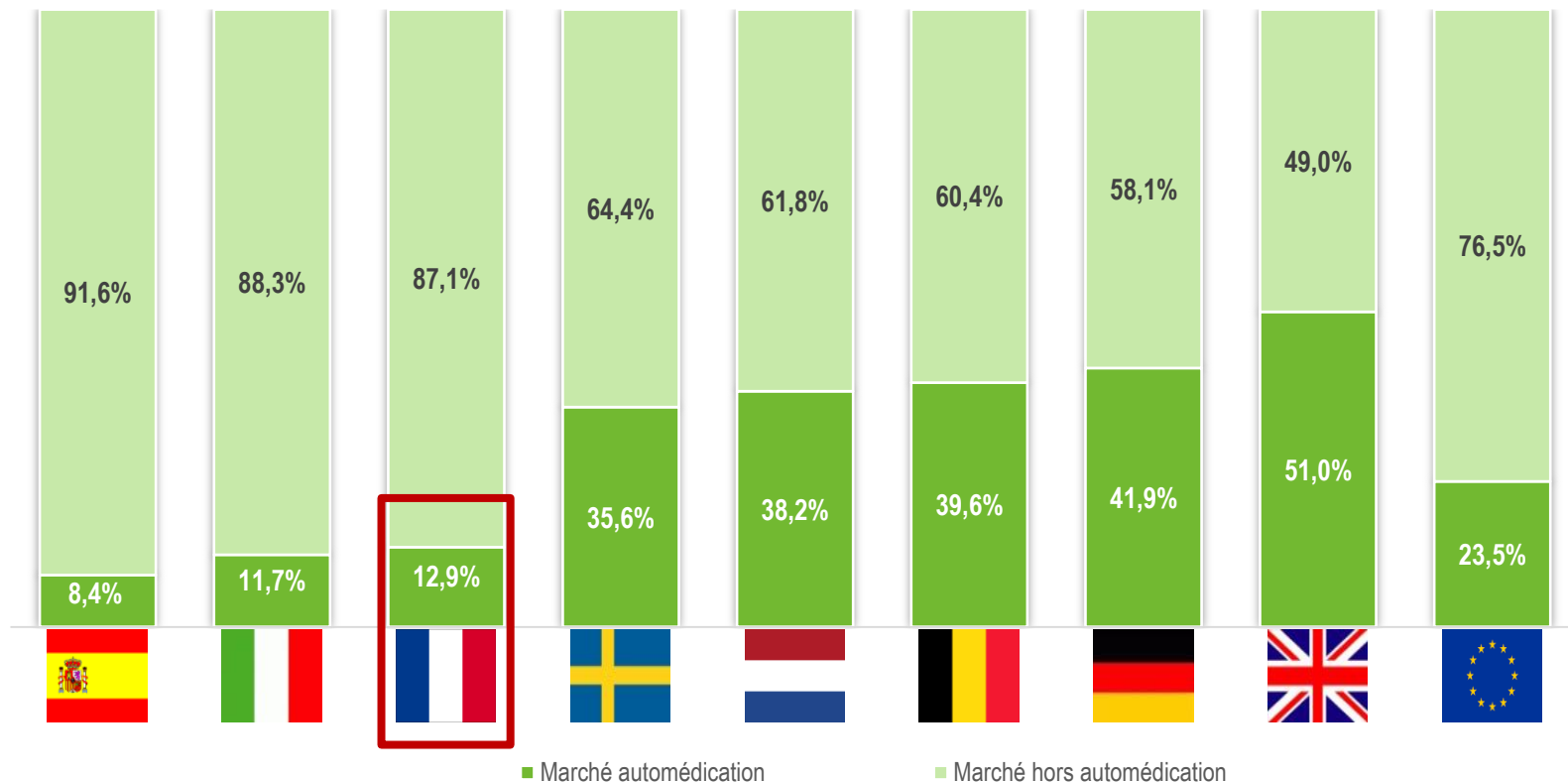
Perspectives de l'automédication : vision de l'Afipa





L'automédication en retrait en France

Un marché 50% moins important en moyenne que nos voisins



Part de marché en volume pour 2016



L'automédication : une opportunité pour le système de santé

Augmentation de la demande de soins

Stagnation de l'offre de soins

Inégalités territoriales d'accès et engorgement des services d'urgence

L'automédication responsable peut permettre de :
- *dégager du temps médical aux médecins*
- *améliorer l'accès des patients aux soins de premier recours*



Une opportunité renforcée avec le développement du rôle du pharmacien

Bilan de médication



Vaccination antigrippale



Suivi des patients

(asthme & anti-vitamine K)





Des freins et des inquiétudes à lever

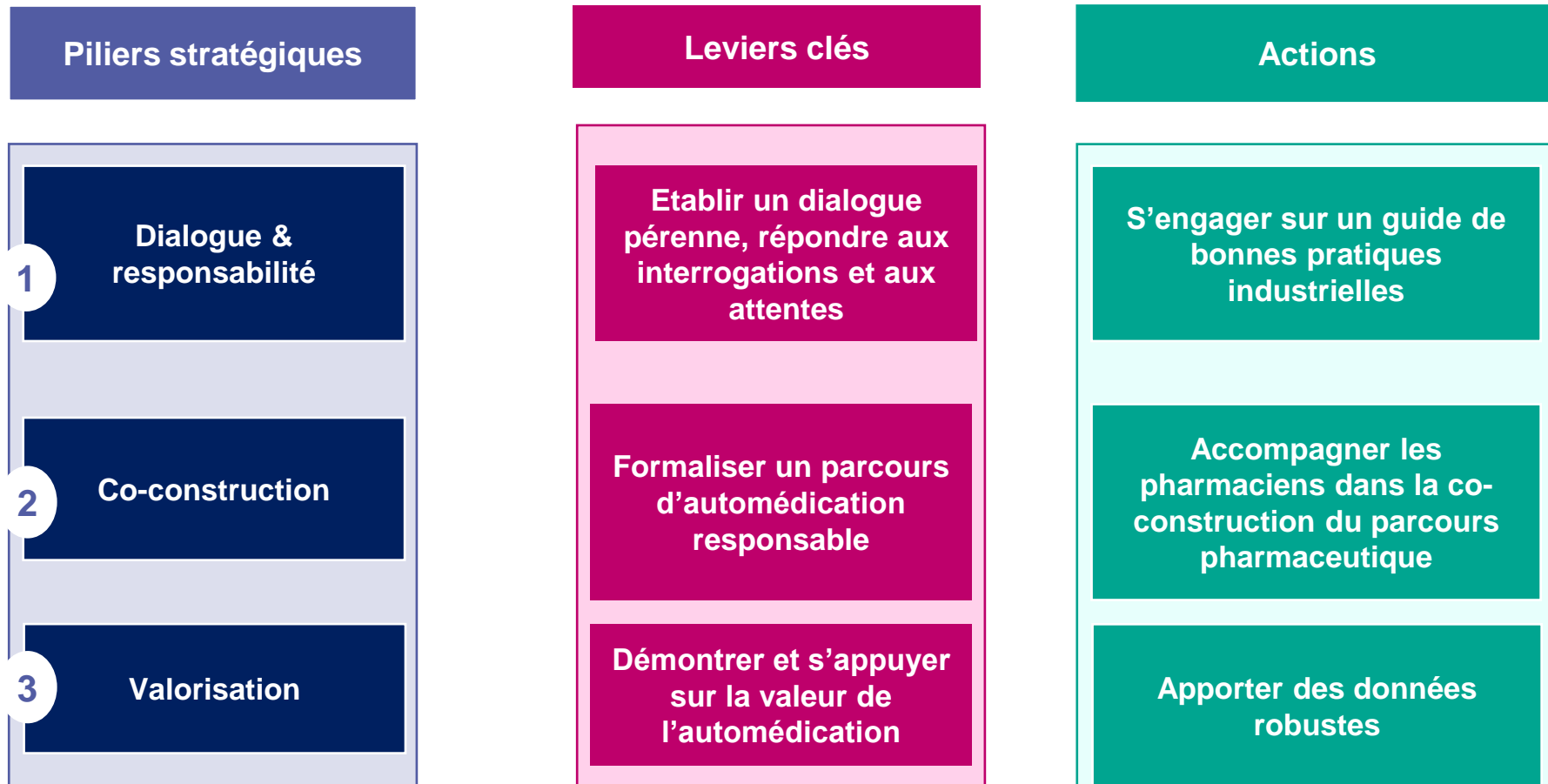
- Une crainte liée à la tolérance et/ou aux effets indésirables des médicaments ;**
- La peur du développement d'une médecine à deux vitesses, hors du système commun de remboursement ;**
- Une peur des professionnels de santé eux-mêmes vis-à-vis d'évolutions majeures de leurs pratiques, dans une refonte globale du parcours de santé du patient**

Perspectives de l'automédication : démarche stratégique de l'Afipa





Notre stratégie pour accompagner le développement de l'automédication





Pilier 1 : Dialogue et responsabilité

- Répondre aux attentes/préoccupations des différents acteurs et professionnels du système de santé
- Recréer un dialogue pour développer une approche commune du marché de l'automédication de demain
- Rassurer sur l'efficacité, l'intérêt thérapeutique, la sécurité d'emploi, les bénéfices sociétaux de l'automédication par une communication transparente



Pilier 2 : Co-construction d'un parcours d'automédication responsable et pérenne

- ❑ **Aider à créer un environnement favorable au développement du rôle du pharmacien d'officine**
- ❑ **Accompagner la mise en place du parcours pharmaceutique balisé et encadré par le pharmacien :**

pour certaines pathologies bénignes

pour permettre aux patients d'être pris en charge dans un délai compatible avec la situation médicale dans laquelle ils se trouvent pour des soins non programmés.



Pilier 3 : Valorisation de l'automédication

Démontrer que l'automédication fait partie du quotidien des Français :

Première étape du parcours de soin ;

80% des Français ont recours à l'automédication;

1 médicament sur 7 vendu en pharmacie est un médicament d'automédication.

Démontrer la valeur sociétale de l'automédication

Rappeler que l'obtention du remboursement ne constitue pas le seul déterminant de la valeur du médicament

Merci de votre attention



www.afipa.org

www.masantemonchoix.org