

Jeudi 27 janvier 2022

**2021, une confiance renouvelée dans les produits de santé et de
prévention de premier recours
Pour NèreS, elle est une nouvelle preuve de leur importance pour le
système de santé français.**

Nères présente les résultats du baromètre 2021 des produits de santé et de prévention de premier recours en pharmacie réalisé en collaboration avec OpenHealth Company.

Ces produits occupent une place essentielle pour la santé des Français au quotidien et 2021 ne fait que confirmer ce constat. Après une année 2020 difficile et perturbée liée à la crise sanitaire, l'année 2021 aura été marquée par deux phénomènes :

- L'élargissement des missions des pharmaciens qui a largement contribué à accroître le nombre de visites en pharmacie ;
- La croissance des produits de santé et de prévention de premier recours : + 7,1 %. Porté notamment par l'innovation, ce marché constitue une activité clé pour toutes les pharmacies quelle que soit leur taille... et joue un rôle essentiel pour le système de santé français d'aujourd'hui et de demain.

Des résultats qui confirment le bien fondé des propositions faites par NèreS.

**Entre tendance de fond et innovation : les produits de 1^{er} recours, un
marché qui se porte bien**

Si les Français n'ont jamais cessé de fréquenter les pharmacies, les achats avaient marqué le pas en 2020. En 2021, la reprise est là et l'année est marquée par une belle dynamique. Avec un marché des produits de 1^{er} recours qui affiche + 7,1 % de croissance, 2021 fut donc une année exceptionnelle.

Si en 2021, tous les types de produits de santé et de prévention de premier recours progressent, les compléments alimentaires (+ 10,4 %) et les dispositifs médicaux (+ 15,3 %) sont cependant les grands bénéficiaires de la reprise tirée essentiellement par la demande.

Pour la première fois, les médicaments de prescription médicale facultative représentent moins de 50% des ventes des produits de santé et de prévention de premier recours dispensés en pharmacie sans ordonnance.

Prévisible au regard des tendances observées au cours des dernières années, cette évolution s'explique notamment par deux facteurs :

- D'une part, un attrait toujours plus marqué des Français pour la prévention (qui s'appuie notamment sur les dispositifs médicaux et les compléments alimentaires). Ainsi, 39,3 % des produits de santé et de prévention de premier recours vendus en pharmacie sans ordonnance en 2021 ont une visée préventive.
- D'autre part, le lancement de nombreuses innovations, notamment au sein des dispositifs médicaux et des compléments alimentaires :
 - o Ainsi, les produits lancés depuis 2019 (tels que les thermomètres et autotests liés à la pandémie) représentent 34 % du marché des dispositifs médicaux, ce qui montre l'agilité du secteur à s'adapter rapidement aux nouveaux besoins. Sur le segment des compléments alimentaires, 28,9 % du marché est généré par les innovations.
 - o En revanche, les nouveaux médicaments lancés à partir de 2019 ne représentent que 1,7 % du marché. Ce chiffre s'explique par un cadre réglementaire contraignant notamment en matière de délistages. Pour NèreS, ce constat est l'occasion de rappeler l'importance des propositions faites en vue des élections présidentielles à travers sa plateforme, afin que les médicaments disponibles sans ordonnance puissent aider à répondre aux difficultés rencontrées par les Français en matière d'accès aux médecins généralistes.

Douleur, immunité, transit... A chaque catégorie, sa croissance

Si certaines catégories poursuivent une dynamique déjà observée en 2020 et connaissent une croissance soutenue, à l'instar des soins à domicile (+27,6 % par rapport à 2020) ou le sommeil / stress (+ 9,6 % par rapport à 2020) d'autres telle que l'immunité qui avaient connu en 2020 une croissance importante, continuent sur leur lancée en 2021 (+ 3,2 %).

Par ailleurs, l'année 2021 a vu le retour des pathologies saisonnières notamment hivernales. La progression des produits liés au système digestif / détox / transit (4,4 % en valeur vs 2020) et des produits liés au système respiratoire (7,4 % en valeur) attestent de leur retour après une année 2020 épargnée par ces pathologies.

Avec 9,2 % des ventes en officine et une progression de 7,1 % en valeur, les produits de santé et de prévention de premier recours achetés sans ordonnance restent donc une activité importante pour l'économie de la pharmacie, quelle que soit sa taille.

Médicaments sans ordonnance : un secteur qui se reprend

Le marché reprend lentement : + 2 % en valeur.

Trois catégories concentrent à elles seules 54 % du marché : la douleur, le système respiratoire, le système digestif.

A noter que cette performance positive s'inscrit dans une baisse importante de la prescription de ces produits par les médecins généralistes (-6,1 %).

Compléments alimentaires : tous les voyants sont à nouveau au vert

Ils font partie du duo gagnant de la reprise et enregistrent une croissance soutenue : + 10,1 % en valeur.

4 catégories concentrent 60 % du marché : le sommeil/stress, le système digestif, la vitalité et l'immunité.

Pour les pharmacies, ils constituent un véritable choix stratégique et un levier de croissance.

Dispositifs médicaux : des performances exceptionnelles

Soins à domicile, prévention avec les autotests et premiers soins de la peau concentrent 67 % du marché.

Des effets Covid (autotests) mais aussi de fond (soins à domicile) expliquent la performance exceptionnelle de ce secteur qui enregistre une hausse de 16,5 % en valeur.

Les produits de 1^{er} recours : un pilier pour le système de santé français

La confiance des Français pour la prise en charge de leurs maux quotidiens par leur pharmacien s'est encore renforcée en 2021.

Ainsi avec 27 % du total des visites en pharmacie, les visites pour les produits de santé et de prévention de premier recours achetés sans ordonnance ont atteint 35 millions de plus qu'en 2020 soit 305 millions d'interactions en pharmacie.

Sur la base de 11 heures d'amplitude horaire moyenne d'une pharmacie, c'est **plus de 21 personnes qui sont prises en charge toutes les secondes par les pharmacies grâce aux produits de santé et de prévention de premier recours.**

Chaque mois, 25,1 millions de Français se rendent en pharmacie pour les produits de santé et de prévention de premier recours, avec des pics à 27,5 millions pendant les saisons automnale et hivernale, dus aux pathologies saisonnières.

Si pendant les jours de la semaine, les visites pour les produits de 1^{er} recours représentent 27 % des visites totale, la proportion monte à 33 % le samedi.

Si, en 2021, les patients ont retrouvé en partie le chemin des grandes pharmacies (37 % de la fréquentation) un peu délaissées en 2020 au profit des petites et moyennes officines, ces nouvelles habitudes de proximité persistent (moyenne 35 % - petite 28 %).

Les produits de santé et de prévention de premier recours sont un élément clé de la pratique des pharmaciens, mais aussi des médecins.

Ainsi, en plus des 305,4 millions de visites pour des achats des produits de premier recours sans ordonnance, 284,8 millions de visites additionnelles en pharmacie sont générées en 2021 par une ordonnance qui comprend au moins 1 produit de santé et de prévention de premier recours, dont 87,6 millions avec une prescription comportant uniquement des produits de santé et de prévention de premier recours (qui sont également accessibles aux patients sans ordonnance).

Ainsi, les produits de premier recours sont impliqués dans près de 51,7 % de toutes les visites en pharmacie.

2022, de nouvelles perspectives pour les produits de santé et de prévention de 1^{er} recours ?

Les résultats de ce baromètre démontrent une chose : l'attachement des Français aux produits de santé et de prévention de premier recours. Alors que les élections présidentielles approchent, ce constat est pour Nères l'occasion de réaffirmer l'importance de ces produits et la nécessité de les mettre au cœur de la politique de santé. C'est l'objectif des mesures proposées par l'association professionnelle sur sa plateforme. Pour Vincent Cotard, président de Nères, « *il est urgent qu'une vision politique et stratégique sur nos produits voit le jour. Les élections de cette année représentent une opportunité majeure pour valoriser les produits de santé et de prévention de 1^{er} recours et reconnaître enfin leur atout dans l'organisation des soins d'aujourd'hui et de demain.*

Car au-delà de la crise sanitaire, notre système de santé continue de faire face aux déserts médicaux. Notre industrie et nos produits peuvent contribuer largement à réduire les disparités d'accès aux soins ; l'industrie pharmaceutique a les moyens d'accompagner une nouvelle ère de santé, encore faut-il lui en donner les moyens. »

A propos de Nères :

Nères (anciennement Afipa) est l'organisation professionnelle qui représente les laboratoires pharmaceutiques produisant et commercialisant des produits de santé et de prévention de premier recours disponibles en pharmacie sans ordonnance (médicaments, dispositifs médicaux et compléments alimentaires).

Retrouvez Nères sur : www.neres.fr - Twitter : @Neres_fr

Retrouver les propositions de Nères pour les élections présidentielles sur <https://2022.neres.fr>