

Mercredi 31 janvier 2024

Baromètre Nères des produits de santé et de prévention de 1^{er} recours 2023 : l'émergence d'une nouvelle officine plus proche des Français, accessible et qui répond aux évolutions sociétales vers plus de prévention du quotidien

Nères présente la 22^{ème} édition de son baromètre des produits de santé et de prévention de premier recours en pharmacie, réalisé par OpenHealth Company.

Les résultats du Baromètre 2023 confirment la place essentielle qu'occupent les produits de santé et de prévention de premier recours dans la santé des Français au quotidien, et permettent de dresser plusieurs constats :

- L'avènement d'un nouveau cycle post-COVID, où l'activité officinale reste soutenue malgré une légère décroissance (-2,5 %), principalement expliquée par la fin du Covid (autotests...).
- Les Français développent un "réflexe de santé de proximité", recentrant leur confiance sur la pharmacie, y compris pour les compléments alimentaires.

Sur cette base, Nères souhaite renforcer encore le lien entre les Français et leurs pharmacies, avec des propositions concrètes :

- **Conforter la pharmacie comme solution santé de proximité.** L'officine cumule les qualités attendues par les Français : une grande accessibilité, le conseil personnalisé d'un professionnel de santé compétent et de confiance, une présence partout en France. De plus, les prix des produits de premier recours en officine ont été maîtrisés (3% d'inflation vs. 5% inflation globale INSEE).
- **Allier innovation et conseils du pharmacien** : face à une forte demande de prévention du quotidien, le pharmacien occupe un rôle clé en proposant des produits innovants et des conseils personnalisés pour répondre aux nouvelles aspirations de la population marquées par de fortes évolutions sociétales.

2023, une année qui marque un certain retour à la normale

L'année 2023 semble définitivement marquer la fin de l'ère la pandémie de Covid-19. Pour la première fois depuis 2020, le 1^{er} recours se régule, avec une légère baisse en valeur de -2,5%. Le segment des dispositifs médicaux a été le plus touché (-21% vs. 2022), dans la mesure où les

produits-phares de la période Covid subissent naturellement les effets de cette transition (-61,2% pour l'autotest).

De la même manière, le recul relatif (-6% vs. 2022) de la fréquentation des officines par rapport à l'année passée est, lui aussi, fortement corrélé au recul du « trafic COVID ». Les activités de l'officine « marqueurs COVID » (honoraires COVID (vaccination et tests), masques et gel hydroalcoolique) sont respectivement en baisse de -29%, -82% et -40% pour un total cumulé de -58% de ces activités « COVID » en moins par rapport à 2022.

Le 1^{er} recours, miroir des nouvelles aspirations sociétales et d'un nouveau modèle de l'officine
La fin de l'ère COVID met en lumière l'émergence d'un nouveau modèle officinal, avec des tendances de fond, reflétées dans le 1^{er} recours.

Une tendance à la « désaisonnalisation » du 1^{er} recours en pharmacie, ce qui souligne la part plus importante de la prévention : la croissance annuelle des produits non saisonniers s'établit à +3% CAGR entre 2019 et 2023, ce qui tend à prouver que les bons résultats enregistrés en 2022 et 2023 ne sont pas uniquement liés à l'intensité des épisodes hivernaux qui fluctuent selon les années.

Un nouveau mix dispositifs médicaux / médicaments PMF / compléments alimentaires : Si les ventes de médicaments de prescription médicales facultative sont stables (-0,2% vs. 2022), et représentent toujours la moitié des produits de 1^{er} recours dispensés en officine (50,2%), la croissance du 1^{er} recours sur ces dix dernières années est principalement tirée par les compléments alimentaires (+8% en moyenne chaque année) et les dispositifs médicaux (+5% en moyenne chaque année).

Une dynamique d'innovation désormais portée par le complément alimentaire, principal moteur de croissance pour le 1^{er} recours : sur un marché du 1^{er} recours particulièrement innovant, les compléments alimentaires, avec 1 600 lancements en 2023 représentent plus des 2/3 des ventes des tous les produits de 1^{er} recours lancés en 2023. Malgré une baisse de 36% du nombre d'innovations sur le 1^{er} recours (+5.600 lancements en 2023 vs. +9.200 en 2014), l'innovation reste un moteur fort de croissance, notamment pour les innovations en compléments alimentaires. En effet, celles-ci ont bondi de 176% depuis 2014 et représentent aujourd'hui 73% des ventes de la catégorie.

Autre tendance notable, la baisse significative de la part occupée par les médicaments de prescription médicale facultative dans l'innovation. En effet, celles-ci ne pèsent désormais plus que pour 3,3% dans le mix total et s'explique avant tout par la rigidité d'un cadre réglementaire

qui ne permet pas aux laboratoires de mettre sur le marché de nouvelles molécules sans ordonnance. A cet égard d'ailleurs, Nères a formulé l'ambition de délistier des molécules – procédure permettant à des molécules matures et dispensés pour soigner les maux du quotidien de passer d'un statut de médicaments de prescription médicale obligatoire vers celui de médicament PMF. *« Aujourd'hui 95 molécules sont disponibles sans ordonnances en France contre 210 sur l'ensemble du territoire européen. Dans un contexte où les déserts médicaux prolifèrent et les Français n'ont pas d'accès vers leur médecin généraliste, il devient urgent de permettre à la population d'avoir accès à des médicaments matures, sûrs et qui soignent ou préviennent les maux du quotidien, directement en officine. Le pharmacien est là pour bien conseiller et assurer la sécurité sanitaire »* nous dit Paul-François Cossa, Président de Nères avant d'ajouter *« bien sûr nous ne pouvons pas faire cela seuls ! C'est pourquoi j'ai proposé de mettre en place le Conseil national du premier recours en santé. Cette instance qui regroupera les laboratoires pharmaceutiques du premier recours, les autorités, les professionnels de santé, les caisses de Sécurité sociale et les associations de patients sera chargée d'émettre notamment des recommandations en matière de molécules à délistier au regard des besoins et de la sécurité des patients »*.

A noter également que malgré une baisse structurelle, les dispositifs médicaux représentent encore plus des 2/3 des nouveaux produits de 1er recours lancés en 2023 (68%).

Une augmentation structurelle de la dispensation hors prescription de médicaments OTX (médicaments de PMF remboursable) depuis 2020, en augmentation de 20%. Concrètement, cela démontre qu'une part croissante de Français se procurent directement des médicaments PMF remboursables directement en officine, sans passer par l'intermédiaire d'un médecin, quitte à ne pas se faire rembourser. Cela s'explique notamment par la forte disponibilité des officines qui accueillent sans rendez-vous, les conseils en santé dispensés par le pharmacien et enfin, car les prix des médicaments PMF en France (parmi les moins chers d'Europe) sont globalement maintenus à des niveaux très abordables. Au surplus, cette tendance a pour effet vertueux de libérer du temps médical tout en réduisant les dépenses de la Sécurité sociale consacrées au remboursement de ces produits.

En 2023, c'est ainsi près de 252 millions d'euros économisés par l'Assurance maladie et 99 millions d'euros pour les mutuelles et autres organismes complémentaires d'assurance maladie (OCAM).

Il est possible que cette dynamique s'amplifie avec la hausse programmée de la franchise médicale pour les médicaments (qui passerait de 50 centimes à 1€) : en effet, sur les 758 millions d'euros économisés par l'Assurance maladie, 255 millions seront issus des médicaments OTX.

La prévention du quotidien au cœur des préoccupations des Français

Depuis quelques années, les évolutions sociétales en matière de prévention du quotidien prennent davantage de place dans la prise en charge de leur santé du quotidien par les Français. Et 2023 n'échappe pas à cette tendance !

Sur le total du 1^{er} recours, les 3 mêmes segments continuent de concentrer 38% du marché : Système respiratoire (+15,5% vs. 2019), Système Digestif/Transit/Détox, un des segments qui affiche une des plus fortes progressions (+20% vs. 2019), et Douleur (+ 15,2% vs. 2019).

D'autres segments, plus petits, affichent des croissances à deux chiffres : Sommeil/Stress (+12,1% vs. 2022, +45,2% vs. 2019) ou encore Système articulaire/Croissance (+11,8% vs. 2022, + 12,8% vs. 2019). A noter également que la Santé de la Femme est marquée par une belle croissance (+11, 5% vs. 2022, +29,8% vs. 2019). Celle-ci se distingue des autres domaines puisqu'il correspond non pas à une pathologie ou une aire de prévention, mais à un segment de la population.

Parmi les grands segments de l'automédication, seule la sphère digestive (+8,2% vs. 2022) et les 1ers soins de la peau (+5,7% vs. 2022) sont en croissance en 2023. Si le marché de l'automédication stagne par rapport à 2022 (-0,2%), il reste tout de même en croissance sur les 4 dernières années (+7,8%).

Concernant les compléments alimentaires, la plupart des segments sont en croissance nette, confirmant le *boom* de la catégorie amorcée depuis 10 ans. Parmi les meilleures performances, celles des principaux segments historiques : les produits Sommeil / Stress (+14,7% vs. 2022, +63,5% vs. 2019), Digestion (+17,8% vs. 2022, +109,3% vs. 2019) ou encore Système respiratoire (+13,5% vs. 2022, +473% vs. 2019).

Si le total 1^{er} recours est en légère baisse vs. 2022 (-2,5%), il demeure en forte augmentation depuis 2019 (+21,3%).

L'émergence du marché des compléments alimentaires dédiés à la santé de la femme

En 2023, les compléments alimentaires liés à la santé de la femme se sont fortement développés notamment grâce à des innovations qui visent à les accompagner à chaque cycle de leur vie. Au sein de ce marché, les compléments alimentaires contribuent à la diversification de l'offre en apportant des produits de santé autres que les produits d'hygiène et les cosmétiques (Confort intime, Confort menstruel, Syndrome des ovaires polykystique, Syndrome prémenstruel et règles douloureuses, Conception, Allaitement, Confort urinaire, Equilibre féminin, Ménopause...).

Aujourd'hui, ce segment enregistre une croissance de +26,4% vs. 2022, +48,8% vs. 2019 pour un segment estimé à environ 40 millions d'euros pour les produits hors prescription.

Une pharmacie qui répond aux attentes des Français en termes d'accessibilité et de proximité

Les visites de 1^{er} recours non-prescrit sont en augmentation de 2,6% par an depuis 2019, avec un total de 349 millions de visites en 2023. Une donnée qui suit la tendance globale des visites en officine, avec une augmentation de 2,6% par an pour un total de 1 182 millions de visites en 2023, preuve de la confiance renouvelée des Français envers leurs pharmacies et pharmaciens.

L'accessibilité des officines s'exprime aussi bien par leurs amplitudes horaires (54h42 / semaine en moyenne), et leur maillage territorial (19 966 officines en 2023, homogènement réparties sur le territoire français) que par leur positionnement prix compétitif, décorrélé de l'inflation. En effet, la hausse des prix a été contenue pour les produits de premier recours par rapport à l'inflation généralisée : +3% annuels sur le 1^{er} recours entre 2021 et 2023 (+3% automédication, +1% annuel dispositifs médicaux, +0% annuel pour les compléments alimentaires) pour une inflation globale annuelle de 5% sur la même période (INSEE).

Après une année 2022 « non normative », les chiffres du Baromètre 2023 des produits de 1^{er} recours en pharmacie, avec une baisse de -2,5%, traduisent d'abord et avant tout l'avènement d'un nouveau cycle post-COVID où l'activité officinale reste soutenue (+3,5%).

« L'analyse 2019-2023 du marché des produits de 1^{er} recours confirme que les Français ont véritablement développé un « réflexe de santé de proximité » en se recentrant sur la pharmacie » déclare Luc Besançon, Délégué Général de Nères.

« Un certain nombre d'évolutions sociétales devraient s'inscrire dans la durée : une appétence de plus en plus forte de la population pour des solutions de prévention auxquelles l'industrie pharmaceutiques répond avec succès » poursuit Paul-François Cossa, Président de Nères.

Pour Nères, ce nouveau paradigme renforce la légitimité du pharmacien et de la pharmacie. Ils sont plus que jamais les premiers alliés des Français... à travers un parcours de santé du quotidien plus accessible. C'est pour cela que l'association préconise des solutions concrètes pour renforcer ce lien unique

L'affluence massive des Français en pharmacie : une préférence qui s'explique par des faits.

En 2022, Nères faisait le constat d'un retour du public vers la pharmacie d'officine qui s'est confirmé en 2023. Grâce aux nouveaux éléments apportés par le Baromètre Openhealth-Nères 2023, l'organisation professionnelle analyse ce retour à travers plusieurs faits objectivables :

- D'abord, dans une période de flambée globale des prix, les produits de 1^{er} recours ont eu une inflation limitée : les tarifs pratiqués dans les officines restent modérés, alors même qu'en France, leurs prix restent parmi les plus bas d'Europe.

- A la sortie du Covid, les Français renouent en général avec la proximité et en particulier avec leur pharmacie de quartier et leur pharmacien.
- Par ailleurs, alors que notre société évolue, le conseil du pharmacien accompagne ces nouvelles aspirations. L'approche personnalisée du conseil fait de nouveaux adeptes chaque année. Ceci se traduit par une croissance des compléments alimentaires en pharmacie (+9,6% en 2023) et se distingue des autres canaux de distribution (-19,7% pour les magasins bio, +0,1% pour les parapharmacies de grande surface et +1,5% pour les parapharmacies en ligne).
- Enfin, outre l'amplitude horaire, la disponibilité et la couverture territoriale qui offrent une plus grande accessibilité à la population, les Français apprécient également de pouvoir profiter d'un conseil personnalisé par un professionnel de santé, disponible et de confiance.

« L'officine est un allié de choix dans le parcours de santé des Français à de nombreux égards. D'abord car elle est accessible en termes de prix et d'horaire. Ensuite car elle est le symbole d'une aspiration puissante des Français, de regagner en proximité au contact de professionnels de santé de terrain avec lesquels le dialogue est simple. Dans une période pleine d'incertitude, cela permet de rassurer et de recréer du lien » souligne Luc Besançon.

Et à Paul-François Cossa de compléter *« en faisant de l'officine la porte d'entrée pour les maux du quotidien en France, cela facilitera ainsi l'accès aux soins et soulagera les médecins généralistes et les urgences »*.

L'alliance de l'innovation et du conseil du pharmacien pour répondre aux besoins et aspirations de la population en matière de soins et de prévention du quotidien

« NèreS s'est fondée sur les dernières évolutions sociétales pour établir un certain nombre de recommandations, notamment la demande d'une approche de plus en plus personnalisée en prévention du quotidien. Chaque personne est unique et doit pouvoir disposer d'une approche singulière qu'elle peut construire avec son professionnel de santé du quotidien », plaide Paul-François Cossa.

Il ressort en parallèle que si les produits sommeil, stress et système digestif occupent la plus grande part des volumes et du chiffre d'affaires des officines, d'autres champs émergent et s'imposent fortement depuis plusieurs années : vitalité, santé de la femme, vieillissement physiologique...

Nères propose ainsi de construire et expérimenter des parcours prévention du quotidien, sur la base des entretiens prévention réalisés entre autres par le pharmacien et prévus par la loi

de financement de la Sécurité sociale 2024. Ils ont pour objectif de répondre à des enjeux de prévention, avec des orientations vers d'autres professionnels de santé, plans d'actions qui peuvent parfois conduire à des dispensations de produits de 1^{er} recours accompagnés de conseils, et sur de nombreuses aires (sevrage tabagique, grossesse, carence alimentaire...).

Pour être efficaces, ces parcours doivent être construits conjointement entre les autorités, les pharmaciens et les laboratoires pharmaceutiques, et promus par de grandes campagnes de communication, afin de préparer une généralisation après évaluation du projet.

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

CONTACTS PRESSE

Maxime Barlier / barlier@vianova-rp.com / 06.72.19.09.47

Nadia Hamidouche / hamidouche@vianova-rp.com / 06.77.27.72.13