

EDITION 2010

# PERCEPTION DU LIBRE ACCÈS OTC EN PHARMACIE PAR LES ACHETEURS

## Étude multiclient

### Objectifs

- Poursuivre le suivi de la mise en place du libre accès des médicaments OTC en pharmacie auprès des acheteurs initié par nos 2 premières vagues d'enquête.
- Évaluer l'influence du libre accès des médicaments OTC sur le comportement des acheteurs (les clients de la pharmacie).
- Déterminer les facteurs de succès du libre accès

### Méthodologie

- Interview en pharmacie de 200 acheteurs OTC (les clients des pharmacies) dans 20 officines différentes avec zone de libre accès et réparties sur tout le territoire
- Analyse par sexe et tranches d'âges
- 1 vague

### Cible

- Officines CA > 1 000 000 €
- Officine avec zone de libre accès

### Timing

Vague programmée en Janvier 2010

### Informations recherchées

- Taux d'utilisation de la zone de libre accès
- Profil des utilisateurs de la zone de libre accès
- Perception du libre accès
- Influence du libre accès dans le choix des médicaments OTC
- Influence du libre accès sur le comportement d'achat :
  - Mise en concurrence des pharmacies,
  - Sensibilité au prix,
  - Comparaison des produits
- Produits achetés
- Critères de choix des produits achetés par l'intermédiaire de la zone de libre accès
- Critères de succès d'une zone de libre accès OTC
- Catégories rencontrant le plus de succès en libre accès

**MEDIAN CONSEIL est une société de conseil et d'études marketing  
dédiée à la santé**

**Le conseil regroupe :**

Le conseil stratégique sur le développement d'une société, d'un portefeuille de marque, d'une marque  
Le conseil pour développer de nouvelles cibles de prescripteurs, de pharmaciens,  
de patients/consommateurs pour une marque donnée

**Les études de marché comprennent :**

Etudes qualitatives : test de segmentation, de positionnement, de communication  
Etudes quantitatives : ingénierie d'étude quantitative en France et en Europe.  
Test de concept, bilan d'image et de satisfaction, étude de notoriété.

**Notre avantage** est de pouvoir allier le conseil, fondé sur 10 ans d'expérience  
dans l'industrie, aux études de marché.

**A paraître:**

**Suivi de la mise en place du libre accès OTC en pharmacie VU PAR LES PHARMACIENS, 2009-2010**

Interview téléphonique de 300 pharmaciens titulaires, 2 vagues : octobre 2009 et février 2010.

**L'informatisation et l'automatisation du circuit du médicament à l'hôpital, septembre 2009**

Développement spectaculaire de l'informatisation et de l'automatisation dans les établissements hospitaliers : vitesse de ce déploiement, conséquences pour les médicaments et dispositifs médicaux.

**Le CAPI : quels changements pour la maîtrise médicalisée et les bonnes pratiques de prescription en ville ?, septembre 2009**

Étude qualitative et quantitative.

**Dernières études multiclients parues :**

**Suivi de la mise en place du libre accès OTC en pharmacie VU PAR LES PHARMACIENS 2008-2009**

**Perception du libre accès OTC en pharmacie PAR LES ACHETEURS 2008-2009**

**Avec ou sans ouverture du capital : demain, les pharmacies d'enseigne. Parue en mars 2009**

L'avenir des enseignes de pharmacie en France et les changements pour tous les acteurs : pharmaciens, patients, grossistes et laboratoires pharmaceutiques. 22 entretiens. Tome 1 : 284 pages. Tome 2 : 118 pages.

**Vente directe en pharmacie: la nouvelle donne. Parue en janvier 2008**

Panorama complet de tous les acteurs de la vente directe en pharmacie en France. Call centers, réseaux de promotion externalisés, groupements, dépositaires, grossistes, logiciels officinaux, pharmaciens. Près de 60 entretiens. 440 pages.