

MAINTIEN À DOMICILE : UN MARCHÉ PARTAGÉ ENTRE MAGASINS DE MATÉRIEL MÉDICAL ET PHARMACIES

Étude multiclient - Parue en juin 2010

Peu connus du grand public et des professionnels de la santé, les magasins de matériel médical se sont emparés du marché du maintien à domicile. En quelques années, leur progression a été très forte, à peine remise en cause par l'introduction du forfait dispositifs médicaux dans les Ehpad.

En face, les pharmacies, acteur historique, se sont laissées dépasser. Mais dans un contexte économique tendu, certaines pharmacies s'accrochent à cette activité.

Cette étude cherche à donner **une vue globale du marché des produits destinés au maintien à domicile :**

- les produits et les prestations
- les acteurs; la structure du marché
- la réglementation et l'environnement
- les marchés

Un **guide complet et pratique pour se développer sur ce marché.**

Prix de l'étude: **3500 € HT** (version papier, version électronique aussi disponible)

Etude disponible en juin 2010. 263 pages

Méthodologie:

Entretien avec les responsables

- des magasins de matériel médical Cap Vital Santé (I. Blanc, directrice commerciale), DistriClub Medical (B. Bocard, PDG), Medicalliance (E. Switala, Responsable du Développement), Proteor (G. Brouard, chef de Produit), Providom (T. Truschel, Directeur Général), La Vitrine Médicale (P. Delayen et P. Moisset Directeur Général), Reha Team (M. Biron, Directeur France),
- des groupements de pharmaciens: Giphar MAD (Eric Ruspini), Evolupharm (Bruno Villette, directeur Centrale)
- des syndicats professionnels: Synalam (C. Divernet, Délégué général), UNPDM (Mme Grouzelle, Délégué général), Association des pharmacies rurales (Y. Trouillet, Président)
- 11 entretiens en profondeur avec des pharmaciens d'officine (+15 entretiens en 2006)
- Etude documentaire

SOMMAIRE DETAILLE

L'évolution de l'environnement

L'environnement est très favorable au développement du MAD : vieillissement de la population française, progression des maladies chroniques, réduction de la durée d'hospitalisation, prise en charge des soins à domicile, développement du HAD, prestation de compensation pour les handicapés, Maison du handicap et CLIC.

Les produits

Les produits destinés à la vente (maintien à domicile, confort, petits dispositifs médicaux, petit et grand appareillage) et les services médico-techniques (assistance respiratoire, nutrition, perfusion) structurent fortement le marché.

Les magasins de matériel médical

- Segmentation des intervenants. Mapping du marché permettant de bien comprendre la différence entre magasins de matériel médical, magasins d'orthopédie, prestataires médico-techniques, pharmacies, HAD.
- Le nombre de magasins et la répartition entre les groupements
- Caractéristiques clés des groupements: selon le pourcentage de location ou de vente, les cibles
- La stratégie d'enseigne
- CA et marge nette 2005 vs. 2008 et évaluation de l'année 2009 (source Synalam et registre du commerce)
- Comparaison magasins vs. pharmacies
- Forces et faiblesses des magasins de matériel vs. les pharmacies
- Source: entretiens avec les responsables de groupement et étude documentaire

Les pharmacies

- Le MAD: une catégorie mal définie et pas mesurée en officine
- Le MAD: une activité ressentie comme « naturelle » pour le pharmacien
- L'activité dans le MAD: 5 types de pharmacie
- De nombreuses pharmacies jugent que le MAD est un secteur ni intéressant, ni accessible pour eux.
- Mais de plus en plus de pharmaciens estiment que le MAD est une source de revenus non négligeable: il faut au moins garder le chiffre, à défaut de le développer.
- Facteurs clés de succès des pharmacies ayant plus de 5% de CA en MAD.
- Quelques initiatives de groupements de pharmaciens dans le MAD : Evolupharm, Gipharm, groupements de pharmaciens pour développer les magasins de matériel médical.
- Source: entretien avec 11 pharmaciens et étude documentaire

Les autres acteurs

- Prestataires médico-techniques, HAD, SSIAD, magasins d'orthopédie

La réglementation

- Principe de la prise en charge
- Modifications de prise en charge récente et à venir
- Source: entretien avec les responsables des syndicats professionnels Synalam et Unpdm

Les marchés

La taille des marchés de :

- l'ensemble des produits et prestations remboursés par la LPP
- les marchés clés du MAD : assistance respiratoire, lits, fauteuils, protection anti-escarre, nutrition médicale, incontinence.
- Source: étude documentaire, CEPS

Le forfait DM dans les Ehpad

Perception des magasins, pharmaciens et Ehpad

- Source: étude qualitative Median Conseil

Conclusions: Les enjeux pour les différents acteurs

Portrait des acteurs

Monographie des principaux acteurs :

- ActiSanté
- Asso. des pharmacies rurales
- Bastide
- Cap Vital Santé
- DistriClub
- D'Medica
- Evolupharm
- Gipharm
- La Vitrine Médicale
- Medicalliance
- Paramat
- Pharmareva
- Proteor
- Providom
- Reha Team.
- Association de pharmacies rurales
- Sources : entretiens (voir liste au recto) et étude documentaire

Une étude unique pour:

- comprendre la structure des magasins de matériel médical,
- comprendre comment réussir le MAD en pharmacie,
- servir de formation en interne sur le MAD.