

## Table des matières

|  |           |
|--|-----------|
| <b>ENGAGEMENT DE NON PLAGIAT .....</b>   | <b>1</b>  |
| <b>LISTE DES ENSEIGNANTS .....</b>   | <b>2</b>  |
| <b>REMERCIEMENTS .....</b>   | <b>6</b>  |
| <b>LISTE DES ABREVIATIONS.....</b>   | <b>9</b>  |
| <b>INTRODUCTION .....</b>  | <b>10</b> |
| <b>CONTEXTE REGLEMENTAIRE .....</b>  | <b>11</b> |
| <b>1.     Qu'est-ce que le commerce électronique de médicaments ? .....</b>                          | <b>11</b> |
| <b>2.     Autorisation d'ouverture d'un site .....</b>   | <b>11</b> |
| 2.1.     Qui peut ouvrir un site de vente en ligne de médicaments ? .....                            | 11        |
| 2.2.     Qui autorise l'ouverture d'un site internet ? .....   | 12        |
| 2.3.     Quel impact professionnel pour le pharmacien en charge du site ? .....                      | 12        |
| 2.4.     Quels types de médicaments sont concernés ? .....   | 14        |
| 2.5.     Quelles sont les obligations des sites de vente en ligne de médicaments ? .....             | 14        |
| 2.6.     Distribution des médicaments vendus en ligne .....  | 16        |
| 2.7.     Sécurité .....  | 17        |
| 2.8.     Règles spécifiques à la vente sur internet des médicaments .....                            | 18        |
| 2.9.     Manquements aux règles .....  | 18        |
| 2.10.     Réglementation de la vente en ligne des médicaments vétérinaires en France .....           | 19        |
| <b>LA VENTE EN LIGNE DANS LE MONDE .....</b>   | <b>20</b> |
| <b>1.     Europe.....</b>  | <b>20</b> |
| 1.1.     La Belgique .....   | 22        |
| 1.2.     L'Allemagne.....  | 23        |
| 1.3.     L'Espagne .....   | 25        |
| 1.4.     L'Angleterre.....   | 26        |
| 1.5.     Conclusion .....  | 31        |
| <b>2.     Continent américain.....</b>   | <b>32</b> |
| 2.1.     Etats-Unis .....  | 32        |
| 2.2.     Canada .....  | 34        |
| 2.3.     Brésil.....   | 34        |
| <b>3.     L'Asie .....</b>   | <b>34</b> |
| 3.1.     La Chine .....  | 34        |
| 3.2.     Japon .....   | 35        |
| 3.3.     Inde .....  | 35        |
| <b>4.     L'Océanie .....</b>  | <b>36</b> |
| <b>ETUDE DE MARCHE DES SITES DE VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS .....</b>                              | <b>37</b> |
| <b>1.     Etude qualitative.....</b>   | <b>37</b> |
| 1.1.     Caractéristiques de l'échantillon .....   | 37        |
| 1.2.     Déroulement de l'entretien .....  | 37        |
| 1.3.     Thèmes les plus abordés.....  | 38        |
| <b>2.     Etude quantitative .....</b>   | <b>39</b> |
| 2.1.     Objectifs .....   | 39        |
| 2.2.     Réalisation du questionnaire .....  | 39        |
| 2.3.     Analyse statistiques .....  | 40        |
| <b>3.     Etude de trois sites auprès des 772 répondants .....</b>                                   | <b>63</b> |
| 3.1.     Lasanté.net .....   | 63        |
| 3.2.     Pharmashopi .....   | 65        |
| 3.3.     Pharmacie en ligne en France.....   | 67        |
| 3.4.     Conclusions .....   | 70        |
| <b>4.     Les répondants face à la vente en ligne des médicaments .....</b>                          | <b>71</b> |
| 4.1.     Etude de la perception des sites de vente en ligne des médicaments par les répondants ..... | 71        |

|  |   |            |
|--|---|------------|
| 4.2.   | Etude du comportement des répondants face à la vente en ligne des médicaments .....   | 73         |
| 4.3.   | Le profil de l'acheteur type de médicaments en ligne .....  | 75         |
| 4.4.   | Recommandations pour créer un site « idéal » de vente en ligne de médicaments .....   | 77         |
| <b>ETUDE DU SUIVI DES SITES SUR 6 MOIS.....</b>  |   | <b>79</b>  |
| <b>1.</b>  | <b>Méthodologie .....</b>   | <b>79</b>  |
| <b>2.</b>  | <b>Benchmark des sites .....</b>  | <b>81</b>  |
| 2.1.   | Etude des sites au 1 <sup>er</sup> Janvier 2014.....  | 81         |
| 2.2.   | Etude des sites (167) au 1 <sup>er</sup> Juin 2014 : Evolution sur 6 mois.....  | 82         |
| 2.3.   | Tableau comparatif des deux périodes d'étude .....  | 91         |
| <b>CONCLUSION.....</b>   |   | <b>92</b>  |
| <b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>  |   | <b>95</b>  |
| <b>ANNEXE 1 : LISTE DES MEDICAMENTS DISPONIBLES SUR INTERNET [43].....</b>   |   | <b>99</b>  |
| <b>ANNEXE 2 : EXEMPLE DE LA GRILLE DES ENTRETIENS QUALITATIFS EN VIS-A-VIS.....</b>                                      |   | <b>113</b> |
| <b>ANNEXE 3 : QUESTIONNAIRE DE LA VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS.....</b>   |   | <b>116</b> |
| <b>ANNEXE 4 : OUTIL DE SUIVI DES SITES DE VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS (SOURCE : CREATION PAR GERSENDE GUEDON).....</b> |   | <b>135</b> |
| <b>ANNEXE 5 : CONFERENCE DE PRESSE .....</b>   |   | <b>136</b> |
| <b>1.</b>  | <b>Points de vue des personnes présentes.....</b>   | <b>136</b> |
| 1.1.   | Pier jean BISIAU (PHARMACIE BISIAU) .....   | 136        |
| 1.2.   | Daphné LECOMTE SOMAGGIO (AFIPA) .....   | 138        |
| 1.3.   | Stéphanie BARRE (DOCTI PHARMA) .....  | 138        |
| 1.4.   | Vincent PERROT (C.L.C.V : Association nationales des consommateurs et des usagers) .....  | 139        |
| <b>2.</b>  | <b>Questions des journalistes .....</b>   | <b>139</b> |
| 2.1.   | Comment est gérée la vente en ligne au sein d'une officine ? .....  | 139        |
| 2.2.   | Ce commerce est-il rentable? .....  | 139        |
| 2.3.   | Comment sont réalisés les contrôles, quels sont les risques ? .....   | 140        |
| 2.4.   | Les associations de patients vérifient-elles les sites ? Comptez-vous mettre en place des actions ?                                       | 140        |
| 2.5.   | La réglementation concernant les sites de vente en ligne de médicaments étant très contraignante, que voudriez-vous voire alléger ? ..... | 140        |
| <b>ANNEXE 6 : BOOK DE PRESSE .....</b>   |   | <b>142</b> |
| <b>1.</b>  | <b>Le parisien .....</b>  | <b>142</b> |
| <b>2.</b>  | <b>Ouest France.....</b>  | <b>143</b> |
| <b>3.</b>  | <b>Europe1.....</b>   | <b>144</b> |
| <b>4.</b>  | <b>Radins .....</b>   | <b>146</b> |
| <b>5.</b>  | <b>Le Quotidien du pharmacien .....</b>   | <b>147</b> |
| <b>6.</b>  | <b>Leberry.....</b>   | <b>147</b> |
| <b>7.</b>  | <b>Le Quotidien du Médecin.....</b>   | <b>149</b> |
| <b>8.</b>  | <b>Pourquoi docteur .....</b>   | <b>150</b> |
| <b>TABLE DES ILLUSTRATIONS.....</b>  |   | <b>153</b> |

**ENGAGEMENT**

**DE NON PLAGIAT**

Je, soussigné(e) Gersende GUEDON

déclare être pleinement conscient(e) que le plagiat de documents ou d'une partie d'un document publiée sur toutes formes de support, y compris l'internet, constitue une violation des droits d'auteur ainsi qu'une fraude caractérisée.

En conséquence, je m'engage à citer toutes les sources que j'ai utilisées pour écrire ce rapport ou mémoire.

signé par l'étudiant(e) le 04 /06 /2014

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Guedon".

# **LISTE DES ENSEIGNANTS**

Année Universitaire 2014-2015

## **Département Pharmacie**

### ***Professeurs***

BENOIT Jean-Pierre  
DUVAL Olivier  
ÉVEILLARD Matthieu  
FAURE Sébastien  
JARDEL Alain  
LAGARCE Frédéric  
LARCHER Gérald  
MARCHAIS Véronique  
PASSIRANI Catherine  
RICHOMME Pascal  
SAULNIER Patrick  
SERAPHIN Denis  
VENIER Marie-Claire

### ***Disciplines***

Pharmacotechnie - Biopharmacie  
Chimie Thérapeutique  
Bactériologie - Virologie  
Pharmacologie  
Physiologie  
Pharmacotechnie-Biopharmacie  
Biochimie  
Bactériologie - Virologie  
Chimie générale – Chimie analytique  
Pharmacognosie  
Biophysique pharmaceutique et biostatistiques  
Chimie Organique  
Pharmacotechnie - Biopharmacie

### ***PAST***

BRUNA Étienne

### ***Disciplines***

Industrie

### ***MAITRES DE CONFERENCES***

ANNAIX Véronique  
BAGLIN Isabelle  
BASTIAT Guillaume  
BENOIT Jacqueline  
CLERE Nicolas  
DERBRÉ Séverine  
FLEURY Maxime

### ***Disciplines***

Biochimie Générale et Clinique  
Pharmaco - Chimie  
Biophysique-biostatistiques-Rhéologie  
Pharmacologie et Pharmacocinétique  
Physiologie - Pharmacologie  
Pharmacognosie  
Immunologie

|                        |                                     |
|------------------------|-------------------------------------|
| GUILET David           | Chimie Analytique                   |
| HELESBEUX Jean-Jacques | Chimie Organique                    |
| LANDREAU Anne          | Botanique                           |
| MALLET Marie-Sabine    | Chimie Analytique et Bromatologie   |
| MAROT Agnès            | Parasitologie et Mycologie médicale |
| PECH Brigitte          | Pharmacotechnie                     |
| RIOU Jérémie           | Biostatistiques                     |
| ROGER Émilie           | Pharmacotechnie                     |
| SCHINKOVITZ Andréas    | Pharmacognosie                      |
| TRICAUD Anne           | Biologie Cellulaire                 |

#### **A.H.U.**

#### **Disciplines**

|                           |   |
|---------------------------|---|
| BRIS Céline               | Biochimie                                     |
| SPIESSER-ROBELET Laurence | Pharmacie clinique et Éducation Thérapeutique |

#### **PRCE**

#### **Disciplines**

|  |         |
|--|---------|
| <b>(Professeurs certifiés affectés dans l'enseignement supérieur)</b> BRU- |         |
| NOIS-DEBU Isabelle   | Anglais |

#### **ATER**

#### **Disciplines**

#### **(Assistants Enseignement Supérieur et Recherche).**

|                   |                                     |
|-------------------|-------------------------------------|
| BOISARD Séverine  | Chimie analytique                   |
| DESHAYES Caroline | Bactériologie                       |
| RODIER Marion     | Pharmacologie                       |
| VERRIER Julie     | Parasitologie et mycologie médicale |

## ***LISTE DES ENSEIGNANTS***

### ***Département ISSBA***

#### ***PROFESSEURS***

|                  | <b><i>Disciplines</i></b>             |
|------------------|---------------------------------------|
| BOURY Franck     | Biophysique                           |
| CALENDÀ Alphonse | Biologie Moléculaire - Biotechnologie |
| MAHAZA Chetaou   | Bactériologie - Virologie             |
| MAURAS Geneviève | Biologie Cellulaire                   |

#### ***MAITRES DE CONFERENCES***

|                     | <b><i>Disciplines</i></b>                      |
|---------------------|--|
| BATAILLE Nelly      | Biologie Cellulaire et Moléculaire             |
| BILLAUD Sandrine    | Immunologie - Parasitologie                    |
| BONNIN Marie        | Management intégré / qualité logistique CALVI- |
| GNAC Brice          | Génie des procédés bioindustries               |
| DUBREUIL Véronique  | Chimie Analytique                              |
| FAISANT Nathalie    | Génie des produits industriels                 |
| GIRAUD Sandrine     | Biologie moléculaire et cellulaire             |
| OGER Jean-Michel    | Chimie   |
| RICHOMME Anne-Marie | Valorisation des substances naturelles         |

#### ***PRAG (Professeurs Agrégés)***

|                  | <b><i>Disciplines</i></b> |
|------------------|---------------------------|
| HANOTTE Caroline | Economie – Gestion        |
| ROUX Martine     | Espagnol                  |

#### ***PRCE***

|  | <b><i>Disciplines</i></b> |
|--|---------------------------|
| <b><i>(Professeurs certifiés affectés dans l'enseignement supérieur)</i></b> LE- |                           |
| COMTE Stéphane   | Anglais                   |
| MEENTS Ulrike  | Allemand                  |

**PAST**

|                           | <i>Disciplines</i>                                  |
|---------------------------|---|
| BERGER Virginie           | Sureté de fonctionnement des études cliniques       |
| BLOUIN Laurence           | Management des structures des soins                 |
| COLLE Stéphane<br>du bâti | Prévention des risques innovation et conception HQS |
| DELOUIS Anne-Laure        | Prévention des risques et sécurité                  |
| MATHIEU Éric              | Ingénierie de projets dans les domaines de santé    |
| NORMAND Yves              | Systèmes d'information santé                        |
| POURIAS Marie-Annick      | Projets professionnels – Formation continue         |
| VERBORG Soisik            | Management – Qualité                                |

**ATER****(Assistants Enseignement Supérieur et Recherche).**

|                 | <i>Disciplines</i>                      |
|-----------------|---|
| MARTINEZ Émilie | Biologie et Physiologie de la nutrition |

## **REMERCIEMENTS**

### **A Monsieur Gérald LARCHER, Président du jury de Thèse**

#### **Professeur au sein de l'UFR des Sciences Pharmaceutiques et d'Ingénierie de la Santé de l'Université d'Angers**

Je voudrais tout d'abord remercier grandement Monsieur Larcher d'avoir accepté la présidence du jury de thèse. J'en suis très honorée.

### **A Monsieur Edouard BICHLER, Directeur de Thèse**

#### **Pharmacien au Centre Hospitalier de Saumur**

Un grand merci d'avoir accepté de juger et diriger cette thèse. Pour les précieux conseils prodigués lors de la correction et pour le temps que vous y avez consacré. J'ai été très touchée par cette attention.

### **A Madame Isabelle BAGLIN, Co-directrice de Thèse**

#### **Professeur à l'Université de l'UFR des Sciences Pharmaceutiques et d'Ingénierie de la Santé de l'Université d'Angers**

Un grand merci pour votre réactivité, votre attention et votre soutien dans l'élaboration de mon travail. Je sais à quel point cela n'a pas dû être facile de reprendre ma thèse, je vous en suis d'autant plus reconnaissante.

### **A Monsieur Pier jean BISIAU et Madame Sandrine BILLAUD**

#### **Pharmacien à Vihiers et Professeur à l'Université de l'UFR des Sciences Pharmaceutiques et d'Ingénierie de la Santé de l'Université d'Angers**

Pour le temps que vous avez passé à m'expliquer le fonctionnement d'un site de vente en ligne de médicaments. Merci pour votre implication et votre présence lors de la conférence de presse, vos avis nous ont été précieux.

**A Madame SERRE et Madame WALLET WODKA, membres du jury de Thèse**

**Directrice du Master Marketing de la Santé à l'UPMC et Maitre de conférence en Marketing à l'UMPC**

Sans qui ce travail n'aurait jamais abouti. Merci pour vos conseils, pour votre aide. Merci d'avoir pris le temps de m'écouter et de me guider.

**A Madame Pascale DESPREZ**

**Pharmacien à Angers**

Un grand merci d'avoir accepté d'être dans ce jury de thèse malgré votre emploi du temps chargé. Votre point de vue sur le sujet m'était essentiel.

**A Madame Hayat ONYUKSEL et Monsieur Yilmaz Capan**

**Chercheur à L'Université de l'Illinois à Chicago et chercheur à l'Université Hacettepe Université**

Il m'est impossible de remercier les professionnels de santé et professeurs ayant marqués mes années d'étude en pharmacie, sans vous citer. Merci de m'avoir fait l'honneur de travailler auprès de vous à Ankara et Chicago.

**A mes collègues d'Observia**

Pour m'avoir soutenu tout au long de la rédaction de cette thèse et m'avoir laissé du temps pour la travailler.

**A mes collègues du Master en Marketing de l'Université Pierre et Marie Curie**

Vous m'avez grandement aidé dans la méthodologie de cette thèse, mille mercis !

## **Plus personnellement...**

### **A mes parents Hervé et Dominique**

Pour votre écoute, votre présence. Merci d'avoir toujours cru en moi et de m'avoir poussée à réaliser mes rêves.

### **A ma sœur Constance et mon frère Igor**

Merci pour votre soutien sans faille et plus particulièrement la veille du concours. Vous m'avez soutenu dans les bons comme les mauvais moments.

### **A Clara, Jeanne, Anais, Marion et Eva**

Pour tous les bons moments passés toutes les six. Déjà 22 ans d'amitié et encore 80 à venir !

### **A Clément, Damien, Florian, Hugo, Estelle, Fanny, Hélène, Marine, Mathilde et Pauline**

Merci pour votre soutien et votre écoute. Vous faites partie de mes plus belles rencontres de ces six dernières années.

### **Pour terminer, je souhaitais remercier les deux personnes qui m'ont données l'envie d'exercer ce beau métier de Pharmacien.**

### **A Christophe et Monika**

Je n'en serais pas là sans vous.

Monika, tu as été mon exemple, c'est grâce à toi que j'ai choisi cette voie.

Christophe, dans les moments de doute j'ai toujours pensé à toi, tu as été mon moteur durant ses 6 dernières années. La mort t'a éloigné de moi, mais je sais que tu es fière de mon travail.

Je te dédie ma thèse.

## Liste des abréviations

- AEMPS : Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios
- AFIPA : Association Française de l'Industrie Pharmaceutique
- AFMPS : Agence Fédérale des Médicaments et des Produits de Santé
- AMM : Autorisation de Mise sur le Marché
- ANSM : Agence Nationale de Sécurité du Médicament
- ANVISA : Agence Nationale de Surveillance Sanitaire
- ARS : Agence Régionale de Santé
- CFDA : China Food and Drug Administration
- CIPA : Canadian International Pharmacy Association
- CLCV : Association nationale de défense des consommateurs et des usagers
- CNOP : Conseil National de l'Ordre des Pharmaciens
- CROP : Conseil Régional de l'Ordre des Pharmaciens
- CSP : Catégorie Socio Professionnelle
- DCI : Dénomination Commune Internationale
- FDA : Food and Drug Administration
- GPhC : General Pharmaceutical Council
- INSEE : Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques
- NABP : National Association of Boards of Pharmacy
- NHS : National Health Service
- OTC : Over the counter
- PMF : Prescription Médicale Facultative
- PMO : Prescription Médicale Obligatoire
- RCP : Résumé des Caractéristiques du Produit
- RPPS : Répertoire Partagé des Professionnels de Santé
- SIRET : Système d'Identification du Répertoire des Etablissements
- UE : Union Européenne
- USA : United States of America
- VAWD : Verified Accredited Wholesale Distributors
- VIPPS : Verified Internet Pharmacy Practice Sites

## Introduction

Sur internet, il est possible de faire ses courses, de réserver des voyages, d'effectuer des démarches administratives, alors pourquoi ne pas y acheter des médicaments ?

Depuis Décembre 2012, la règlementation française permet aux pharmaciens de vendre des médicaments non soumis à prescription, et parce que le médicament n'est pas un produit comme un autre, cela implique des conditions de vente très particulières. Mais que pensent les consommateurs de ce nouveau phénomène ? C'est à cette question que nous allons tenter de répondre au travers d'une étude auprès de ces consommateurs – patients.

Cette thèse comprend quatre grandes parties. Dans un premier temps, le contexte de la vente en ligne de médicaments en France et dans le Monde sera abordé ; dans un second temps, nous présenterons les résultats de l'étude (réalisée parmi un panel de 772 répondants). Dans un troisième temps, nous proposerons un outil de suivi de sites. Cet outil a permis d'étudier les 167 sites de vente en ligne français autorisés en Juin 2014. Enfin, à l'aide de cet outil, nous serons en mesure de présenter nos recommandations pour créer un site autorisé de vente en ligne de médicaments.

## **Contexte réglementaire**

De 2003 à 2013, aucune disposition n'avait été adoptée par les législateurs français afin de tirer les conséquences de la jurisprudence communautaire. Des initiatives se développèrent dès 2009 afin de favoriser une évolution de la réglementation en France. Depuis 2013, des articles de droit ont été créés afin de pallier ce manquement.[1]

### **1. Qu'est-ce que le commerce électronique de médicaments ?**

En premier lieu, il est important de définir au préalable le commerce électronique afin de bien comprendre les enjeux de la vente en ligne de médicaments.

Le commerce électronique de médicaments est « l'activité économique par laquelle le pharmacien propose ou assure à distance et par voie électronique la vente au détail et la dispensation au public des médicaments à usage humain et, à cet effet, fournit des informations de santé en ligne. Ce type de commerce est réalisé à partir du site internet d'une officine ».[2]

### **2. Autorisation d'ouverture d'un site**

#### **2.1. Qui peut ouvrir un site de vente en ligne de médicaments ?**

La vente de médicaments est réservée aux pharmaciens.[3] Tous les pharmaciens travaillant en France et inscrit à l'Ordre National des Pharmaciens (qu'ils soient titulaires d'une pharmacie d'officine, gérants d'une pharmacie mutualiste ou d'une pharmacie de secours minière), ont le droit de vendre des médicaments sur internet depuis Décembre 2012.[2]

Une société produisant des produits de santé n'a pas le droit de financer l'exploitation ou la création du site internet d'une pharmacie d'officine.

La pharmacie en ligne est une extension de la pharmacie d'officine. Les règles imposées aux pharmaciens sont les mêmes en officine et sur le site de vente en ligne. En d'autres

termes, le pharmacien titulaire de sa pharmacie, est responsable du contenu du site qu'il publie et des conditions d'exercice de la vente en ligne de médicaments.[4][5]

Le pharmacien peut déléguer la gestion du site internet de sa pharmacie à son pharmacien adjoint. Une délégation écrite doit alors être faite en décrivant le nouveau rôle du pharmacien adjoint.[6]

## **2.2. Qui autorise l'ouverture d'un site internet ?**

Une demande spécifique de création de site doit être faite auprès de l'Agence Régionale de Santé (A.R.S) dont dépend le pharmacien et du Conseil National de l'Ordre des Pharmaciens. Ce dossier doit comporter tous les éléments nécessaires à l'identification du pharmacien titulaire, de l'officine et du site internet.

« Le directeur général de l'ARS prend une décision sous deux mois à compter de la date de réception de la demande. Dans les quinze jours suivant la date d'autorisation explicite ou implicite, le titulaire d'officine informe le Conseil Régional de l'Ordre des Pharmaciens de la création de son site internet de commerce électronique de médicaments et transmet à cet effet une copie de la demande adressée à l'Agence Régionale de Santé et, le cas échéant, une copie de l'autorisation expresse ».[7] Si dans les deux mois le demandeur n'a pas de nouvelle, il peut considérer que ce silence vaut accord.

## **2.3. Quel impact professionnel pour le pharmacien en charge du site ?**

Le pharmacien doit respecter les règles professionnelles suivantes [4] :

- Indépendance professionnelle du pharmacien
- Respect du secret professionnel
- Non-sollicitation de la clientèle par des procédés et moyens contraires à la dignité de la profession: présentation neutre et objective de l'activité officinale
- Devoir de conseil

- Respect des règles en matière de publicité pour les médicaments et autres produits de santé
- Devoir de refuser la délivrance d'un médicament lorsque le pharmacien estime que l'intérêt de la santé du patient l'exige
- Incitation à consulter un praticien qualifié lorsqu'il le paraît nécessaire aux pharmaciens
- L'absence de diagnostic par le pharmacien et d'incitation à la consommation abusive de médicaments

Caractéristiques d'un site légal de vente en ligne de médicaments [6] :

Les sites français autorisés pour le commerce en ligne des médicaments comportent à minima les informations suivantes :

- La raison sociale de l'officine
- Les noms, prénoms et numéro RPPS (c'est-à-dire le numéro identifiant du pharmacien, délivré par le Conseil Régional de l'Ordre des Pharmaciens-CROP lors de l'inscription à l'Ordre) du ou des pharmaciens responsables du site
- L'adresse de l'officine
- L'adresse de courrier électronique
- Le numéro de téléphone et de télécopie
- Le numéro de licence de la pharmacie
- La dénomination sociale et les coordonnées de l'hébergeur du site internet
- Le nom et l'adresse de l'agence régionale de santé territorialement compétente

De plus, la loi prévoit pour les sites officinaux un certain nombre de liens hypertextes et logos :

- Des liens vers les sites du CNOP, du ministère de la santé, de l'ANSM (avec lien Pharmacovigilance si besoin)
- Un logo commun à tous les Etats membres de l'Union Européenne (en cours de création)

- Le site internet de la pharmacie doit comporter un onglet spécifique à la vente de médicaments pour être clairement distingué des éventuels autres produits vendus par le pharmacien sur ce même site

Ces informations doivent être accessibles à tout moment sur l'ensemble des pages du site, par un lien renvoyant à une page dédiée, dans une rubrique qui s'intitule « Qui sommes-nous ? ».

## 2.4. Quels types de médicaments sont concernés ?

Ce type de commerce est réservé à certains produits du fait des dangers que peuvent présenter les médicaments pour la santé.

Seuls les médicaments de prescription médicale facultative en accès direct sont concernés : [8]

- Traitement des symptômes courants et bénins, pour une durée limitée, sans l'intervention du médecin, avec l'aide du pharmacien
- Disponible sans ordonnance
- Médicaments ayant une AMM ou non (homéopathie)
- Inscrits sur une liste établie par l'ANSM

Ces spécialités représentent environ 4000 médicaments. Une partie des médicaments autorisés en ligne sont présents en annexe 1.

## 2.5. Quelles sont les obligations des sites de vente en ligne de médicaments ?

### 2.5.1. Les règles techniques des sites

- Les sites de vente en ligne des médicaments en France doivent évidemment être rédigés en français
- Ils doivent présenter un espace privé « mon compte » contenant les commandes passées et les échanges avec le pharmacien
- Il doit y avoir présence d'un onglet spécifique à la vente de médicaments

- Seuls sont autorisés les liens hypertextes vers les sites institutionnels des autorités de santé (ARS, CNOP, ANSM)
- Les forums de discussion sont interdits
- Il y a obligation de mise en place de dispositifs pour vérifier que le patient a pris connaissance de certaines informations notamment la lecture de la notice (par exemple en cochant l'indication « je certifie avoir lu la notice »)
- La recherche de référencement dans des moteurs de recherche contre rémunération est interdite [6]

### 2.5.2. Contenu du site

La vente en ligne sur internet est présentée de façon objective, claire et non trompeuse.

Seuls les éléments suivants doivent figurer :

- Dénomination de fantaisie et la DCI
- La ou les indications thérapeutiques de l'AMM
- La forme galénique et le nombre d'unités de prise
- Le prix
- Une invitation à lire la notice pour les précautions d'emploi (la notice est disponible en format pdf)
- Un lien hypertexte vers le RCP
- Les photos du conditionnement
- Interdiction de mettre en ligne des fiches simplifiées sur les médicaments rédigées par le pharmacien responsable du site

En ce qui concerne le prix, le pharmacien doit respecter les dispositions du code de la santé publique et du code du commerce en terme de fixation du prix. Celui-ci doit être présenté clairement, il doit être lisible et non ambiguë pour le patient. Il doit être toutes charges comprises. Le pharmacien doit indiquer sur le site que le prix ne prend pas en compte les frais de livraison. L'affichage du prix est identique pour chaque spécialité dans le but d'éviter toute promotion ou mise en avant d'un produit.

La publicité des médicaments sur le site est soumise à la réglementation en vigueur pour les médicaments. Elle doit donc présenter le médicament de façon objective et promouvoir son bon usage. Une demande de visa publicitaire grand public doit être faite à chaque page présentant des médicaments proposés à la vente. [9][10]

Afin de favoriser le conseil pharmaceutique comme en officine, le pharmacien doit concevoir son site de tel sorte qu'aucun médicament ne soit vendu sans un échange avec un pharmacien (échange interactif par mail ou téléphone). De plus, lors de la première commande, le patient doit remplir un questionnaire sur son état de santé afin que le pharmacien détecte une (ou des) contre-indication(s) au traitement.

## **2.6. Distribution des médicaments vendus en ligne**

Les médicaments vendus en ligne doivent provenir du stock de la pharmacie d'officine dont dépend le site. Les médicaments sont, tout comme dans une officine physique, envoyé par l'officine, sous la responsabilité du pharmacien et le respect des bonnes pratiques de distribution des médicaments.

Le patient reçoit directement le colis à son domicile. Certains sites peuvent livrer les produits de parapharmacie et les médicaments, non seulement en France, mais aussi à l'étranger. Le pharmacien prépare les médicaments à l'officine et les envoi par Chronopost ou Colissimo au domicile du patient car le relais colis n'est pas autorisé en France. Sur quelques sites de vente en ligne de médicaments, les frais de livraison sont gratuits à partir d'un certain montant d'achat, ce qui est légal.

Le patient peut, s'il le souhaite, se déplacer à l'officine pour récupérer son médicament commandé sur le site internet de l'officine. Le dossier pharmaceutique ne peut être complété lors d'un achat de médicament sur internet pour des raisons techniques mais il peut l'être dans les quatre mois, à compter de l'achat, directement à l'officine physique qui lui a vendu les médicaments par internet.

Le pharmacien peut refuser de délivrer une commande s'il pense que la santé du patient en dépend. Le pharmacien doit limiter la quantité maximale (définie dans le résumé des caractéristiques du produit) d'un même médicament vendu en ligne. La dose délivrée ne

doit pas dépasser un mois de traitement. La quantité de médicaments habituellement prescrite est chargée d'être respectée. En cas de trouble passager (ex : médicaments pour le traitement d'un rhume), la quantité maximale décrite dans le RCP ne doit pas être dépassée. Si les symptômes persistent, la consultation médicale doit être recommandée.

Par ailleurs, une quantité minimale d'achat ne peut être exigée ou suggérée. Le patient doit avoir la possibilité de ne commander qu'une seule boîte d'un médicament. [11] [12]

## 2.7. Sécurité

Les données de santé doivent être sécurisées à tout moment car elles contiennent des informations personnelles sur le patient. Cette protection des données s'inscrit dans le cadre de la loi informatique et liberté. De ce fait, les patients doivent être informés qu'ils peuvent modifier leurs informations personnelles à tout moment et l'hébergement des données ne peut être fait qu'auprès d'hébergeurs agréés par le ministre chargé de la santé. Pour renforcer la sécurité, le pharmacien responsable du traitement de la commande s'assure que l'identification du patient est correcte. Afin de garantir la traçabilité des commandes, le pharmacien doit conserver les commandes pendant 3 ans.

Un élément important à prendre en compte en termes de sécurité est la présence de nombreux sites illégaux de vente en ligne, principalement basés à l'étranger. Actuellement, 11 sites auraient été fermés après dépôt de plainte de l'Ordre des Pharmaciens, ceci grâce notamment à l'opération Pangea (opération internationale luttant contre les réseaux de vente illicite de médicaments sur internet).[13][14]

De ces sites illégaux proviennent de la contrefaçon de médicaments. Selon l'OMS (Organisation Mondiale de la Santé), les médicaments contrefaits sont « étiquetés frauduleusement de manière délibérée pour en dissimuler la nature et/ou la source. Les médicaments contrefaits peuvent comprendre des produits qui contiennent les principes actifs authentiques mais un emballage imité, ou d'autres principes actifs, aucun principe actif ou des principes actifs en quantité insuffisante».[15] La contrefaçon des médica-

ments vendus en ligne est un fléau pour l'industrie du médicament et les autorités sanitaires. Le marché des médicaments contrefaits représentent 10% du marché mondial des médicaments contre 1% avant 2006. [16]

## **2.8. Règles spécifiques à la vente sur internet des médicaments**

Le patient doit accepter les conditions générales de vente avant de payer sa commande et le pharmacien s'assure que le patient a pris connaissance de celles-ci (en cochant par exemple l'indication « je certifie avoir lu les conditions générales de vente »). Le pharmacien doit également s'assurer que le patient qui commande a au moins 16 ans. Lors de l'achat de médicaments en ligne, il n'y a pas de droit de rétractation du fait du risque de détérioration des médicaments. Ce sont les impératifs de sécurité de la chaîne d'approvisionnement. Il doit être indiqué de manière claire et lisible, avant validation de la commande, que le patient n'a le droit de se rétracter une fois la commande passée. En revanche, en cas d'erreur de délivrance, des modalités de remboursement et de retour doivent être prévues par le pharmacien. Les produits renvoyés seront détruits selon la réglementation des médicaments à usage humain non utilisés.

La sécurité d'achat du médicament doit être présente sur les sites de vente en ligne comme à l'officine. Cela passe donc par un conseil avisé du professionnel de santé délivrant les médicaments vendus en ligne.

## **2.9. Manquements aux règles**

« Le directeur général de l'ARS territorialement compétente peut, dans les conditions précisées par les textes, mettre en demeure et/ou prononcer la fermeture temporaire du site pour une durée maximale de cinq mois, prononcer une amende administrative à l'encontre du pharmacien (< 30% du CA obtenu dans le cadre du e-commerce) et assortir cette amende d'une astreinte journalière (<1000€) si il y a manquement aux

règles du commerce électronique et aux bonnes pratiques de dispensation » (développées dans la partie « Autorisation d'ouverture d'un site »).

S'il n'y a aucune modification du site de vente en ligne de médicaments au cours des cinq mois, le directeur général de l'ARS peut décider de fermer définitivement le site. Le conseil de l'Ordre des Pharmaciens est informé de cette fermeture. [12]

## **2.10. Réglementation de la vente en ligne des médicaments vétérinaires en France**

Les sites internet proposant des médicaments vétérinaires à la vente en ligne sont situés à l'étranger dans des pays qui autorisent ce type de commerce (Irlande, USA, etc...). Les médicaments vétérinaires ne doivent pas être vendus en ligne, en France, comme le souligne l'article L-5125-33 « On entend par commerce électronique de médicaments l'activité économique par laquelle le pharmacien propose ou assure à distance et par voie électronique la vente au détail et la dispensation au public des médicaments à usage humain et, à cet effet, fournit des informations de santé en ligne. ». [2]



## La vente en ligne dans le monde

### 1. Europe

La vente de médicaments en ligne est légale dans plus d'une quinzaine de pays européens. En 2011, le marché européen de la vente de médicaments en ligne a représenté plus d'1 milliard d'euros, avec la majeure partie des ventes réalisées en Allemagne. Les "big mail" comme DocMorris (220 millions d'euros de chiffre d'affaire) ou Sanicare (170 millions d'euros de chiffre d'affaire) participent activement au développement des e-pharmacies.

Lors de l'arrêté Docmorris en 2003 concernant un litige entre l'Allemagne et le site Néerlandais Docmorris, la Cours de Justice des Communautés Européennes a montré qu'il n'existait aucun motif légitime de l'interdiction de vente en ligne de médicaments non soumis à prescription. Ceci a ouvert la voie de la vente en ligne de médicaments dans les pays européens (Figures 1 et 2).[17]

De plus, la vente en ligne de médicaments à l'étranger via un site Français est possible grâce au traité de Rome, signé en mars 1957 qui s'appuie sur la libre circulation des marchandises. En principe, une ordonnance délivrée par un médecin établi dans un pays de l'Union européenne est valable dans tous les pays de l'UE.

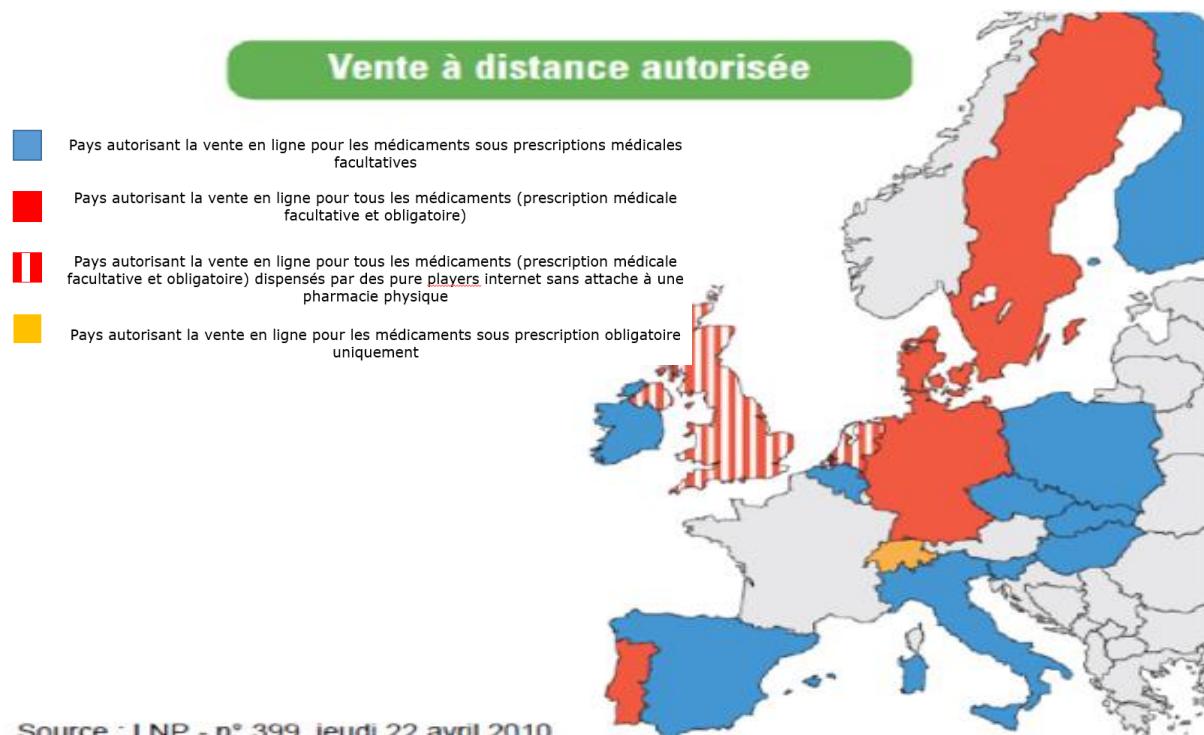


Figure 1 : Cartographie de l'Europe de l'Ouest représentant les pays ayant adoptés la vente en ligne des médicaments en 2010 (Source LNP, Europe, internet et pharmacie, n°399, 22 Avril 2010)

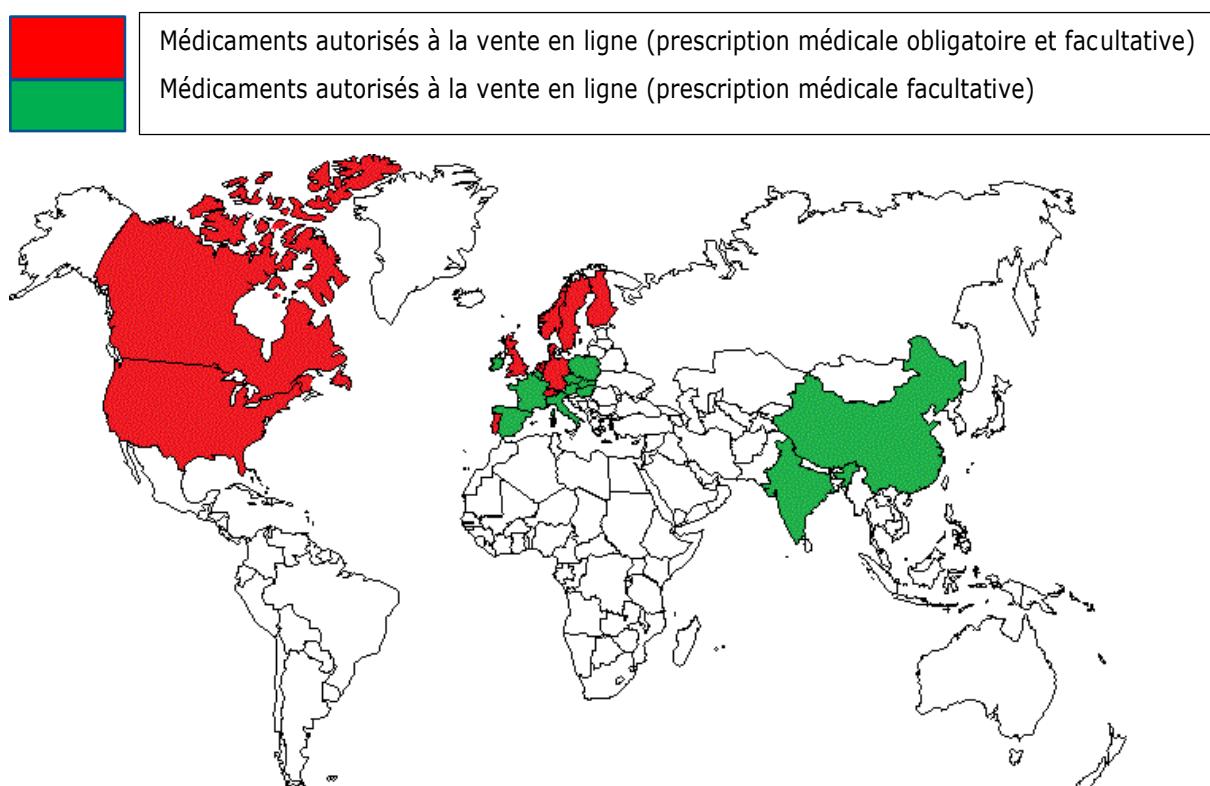


Figure 2 : Cartographie de la vente en ligne des médicaments PMF et/ou PMO dans le monde en 2014 (Source LNP, Europe, internet et pharmacie, n°399, 22 Avril 2010)

## 1.1. La Belgique

### 1.1.1. Introduction

En Belgique, 191 pharmacies ont un site internet de vente de médicaments en ligne (sur 5 017 officines au total, en Janvier 2014). La vente en ligne de médicaments à usage humain non soumis à prescription ainsi que certains dispositifs médicaux sont autorisés par un arrêté royal depuis 2009. Les médicaments vétérinaires ainsi que les préparations officinales sont interdits dans la vente en ligne des médicaments. [18]

Le site de vente en ligne de médicaments doit correspondre à une pharmacie physique, sous l'entièvre responsabilité du pharmacien, elle doit suivre les règles de bonnes pratiques officinales. Il doit comporter obligatoirement un certain nombre d'informations de manière à favoriser l'usage rationnel des médicaments et des dispositifs médicaux (la notice des médicaments à usage humain entre autre).

Le respect et la protection de la vie privée des patients lors de la commande, de l'emballage et de la fourniture du colis doit être respecté. [19][20]

### 1.1.2. Autorisation d'ouverture de site de vente en ligne de médicaments

Les pharmaciens titulaires d'un site internet doivent en notifier l'existence à l'AFMPS (Agence Fédérale des Médicaments et des Produits de Santé) et à l'Ordre des pharmaciens, dans le mois qui suit sa mise en ligne.

L'AFMPS recommande de mentionner sur le site d'une pharmacie un lien clair vers le site de l'AFMPS. La liste des sites internet de pharmacies autorisées est établie et complétée au fur et à mesure de la réception par l'AFMPS des notifications. L'AFMPS attire l'attention sur les risques potentiels pour la santé liés à l'achat de médicaments par internet via les circuits illégaux.

L'AFMPS rappelle qu'il faut acheter ses médicaments dans une pharmacie autorisée en Belgique, éventuellement par internet pour les médicaments non soumis à prescription, sur des sites créés par des pharmacies. [20]

### **1.1.3. Etats des lieux**

Malgré une restriction déontologique assez stricte, le nombre de pharmacies en ligne ne cesse de croître. Le marché représentait en 2012, 26,5 millions d'euros, soit l'équivalent du chiffre d'affaire en termes d'OTC (Over The Counter, médicaments en libre accès), et de parapharmacies de 100 officines de taille moyenne.

Newpharma, lancée en 2008, est leader sur le marché. En effet, elle détient 45 % du marché et a connu une croissance de 72 % en 2012.

Le système belge est celui qui se rapproche le plus du système de vente en ligne français.  
[21]

## **1.2. L'Allemagne**

### **1.2.1. Introduction**

Les sites de vente en ligne de médicaments sont autorisés depuis 1<sup>er</sup> janvier 2004. Sur 21 500 officines, 2861 possèdent un site internet en Avril 2013.

L'Allemagne est considérée comme leader au niveau Européen avec 1,3 millions de médicaments en ligne versus 41,3 milliards en officine (2011), la vente en ligne représente 3% du chiffre d'affaire officinal total.

Les pharmacies allemandes peuvent vendre sur leur site des médicaments vendus avec ou sans prescription médicale. L'OTC ou les produits de médication officinale en accès libre représentent plus de la moitié des commandes passées et livrées.[22]

### **1.2.2. Autorisation d'ouverture de site de vente en ligne de médicaments**

Les pharmacies allemandes ont l'autorisation de vendre en ligne tous les médicaments, y compris les médicaments nécessitant une ordonnance. Elles ont l'obligation de détenir une officine « physique ».

Il n'y a cependant pas de restriction concernant les prix et les promotions des médicaments vendus en ligne. En effet, le consommateur peut accéder aisément au produit de son choix, présenté avec des promotions alléchantes.

Il n'y a pas de contexte réglementaire correspondant à la vérification des interactions médicamenteuses lors d'achat des médicaments en ligne. Le maître mot est la compétition, par discount interposé. Les frais de livraison sont la plupart du temps offerts. Les caisses d'assurance maladie allemandes en effet, incitent leurs assurés à commander leurs médicaments sur internet. Elles assortissent cette incitation d'avantages financiers, comme en Suisse. Car les caisses helvètes travaillent en étroite collaboration avec la pharmacie on-lineMediService. Les médicaments étant en moyenne 10% moins chers sur internet, elles réalisent de la sorte 300 000 euros d'économies chaque année.[22]

### **1.2.3. Etat des lieux**

La vente en ligne de médicaments représente 3 % des ventes officinales totales. La croissance de ce secteur représente 5,5% (versus 1,8% pour les ventes au comptoir des officines) avec 680 millions d'euros de chiffre d'affaire (chiffre d'affaire global réalisé par les officines de 21,6 milliards d'euros sur le 1<sup>er</sup> semestre 2012).

En volume elles représentent désormais 5,5 % des ventes totales effectuées par les pharmacies allemandes.

Les produits sans ordonnance et en libre accès représentent 11 à 12% du total général du marché des OTC et 58% des ventes à distance.

Les produits en vente libre prescrits sur ordonnance représentent 1 % du chiffre d'affaire du commerce à distance et 14 % du chiffre d'affaire des officines classiques au 1er semestre 2012.

Les produits sur ordonnance représentent 164 millions d'euros pour les opérateurs du commerce par correspondance et 24 % du chiffre d'affaire total de la vente en ligne (Figure 3).

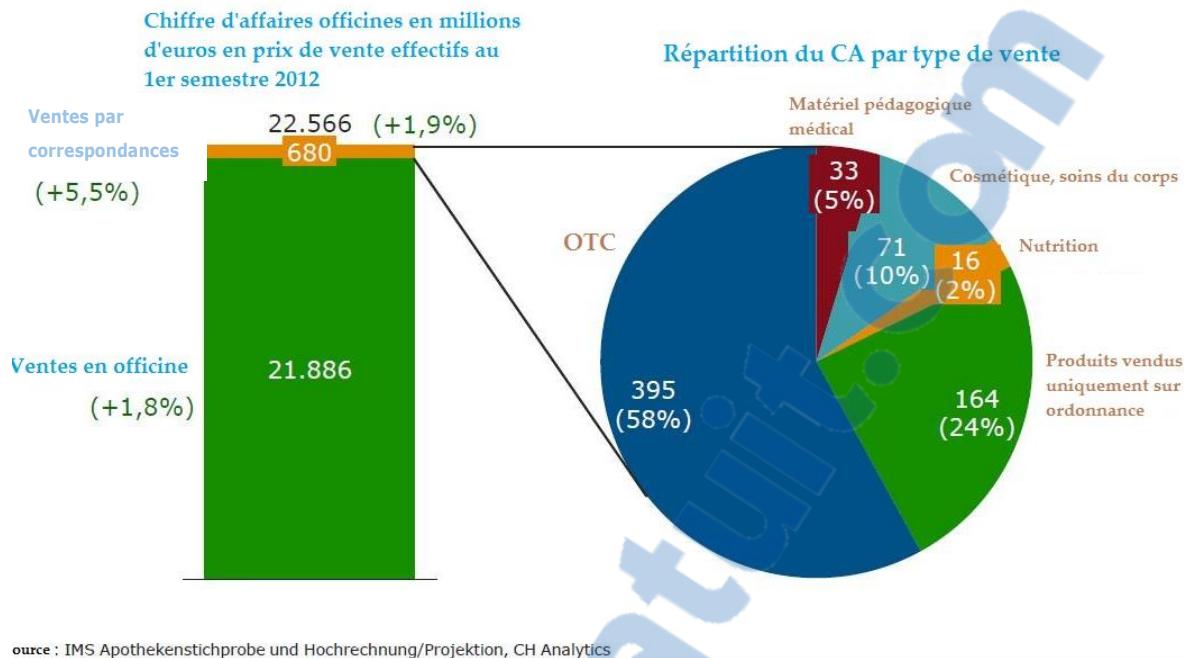


Figure 3 : Chiffre d'affaire des officines allemandes en fonction du lieu de dispensation des médicaments et pour la vente par correspondance par type de produit vendu (Source Ralf Voigt, Apothekenversandhandel im Kontext: Aktuelle Markttrends und Ausblicke, IMS, 2013)

### 1.3. L'Espagne

#### 1.3.1. Introduction

Les pharmacies espagnoles ont eu l'autorisation d'ouvrir leurs sites de vente en ligne en Juillet 2006. L'Espagne a les prix les plus bas d'Europe concernant les médicaments.

Les médicaments acceptés pour la vente en ligne sont les OTC et les médicaments de prescriptions médicales facultatives.

### **1.3.2. Autorisation d'ouverture de site**

La demande d'ouverture de site se fait auprès de la AEMPS (Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios).

Pour ouvrir un site de vente en ligne de médicaments, il y a obligation d'être pharmacien et de posséder une pharmacie physique. [23] Si l'AEMPS accepte les conditions du site, les pharmacies qui sont habilitées à vendre ces médicaments en ligne, présenteront sur leur site un logo commun avec un lien vers la liste des pharmacies en ligne autorisées, qui seront disponibles sur la page de l'Agence espagnole des médicaments et des produits de santé (AEMPS). [24]

Afin d'éviter les nombreuses contrefaçons sur internet, l'AEMPS met à disposition du public une liste des médicaments autorisés à être vendus en ligne. Les informations concernant le médicament sont les suivantes :

- Numéro d'enregistrement
- Laboratoire
- Principe actif
- La dénomination commune internationale
- La date d'autorisation de vente en ligne

## **1.4. L'Angleterre**

### **1.4.1. Introduction**

Le système britannique fut le premier à permettre la vente de produits d'automédication en dehors des pharmacies, il y a plus de cent ans. On trouve Outre-Manche plusieurs chaînes de magasins: des moyennes surfaces tenant de la droguerie et du supermarché, où l'on peut trouver des produits alimentaires, d'hygiène, du matériel photographique et de l'automédication en libre accès.

Ces magasins, dont les enseignes les plus connues se nomment Boots ou Llyods, disposent souvent en outre d'un comptoir proposant les services d'une pharmacie traditionnelle. Les clients peuvent y retirer leurs médicaments prescrits sur ordonnance. Le Royaume-Uni fait aussi preuve d'un plus grand libéralisme pour la vente en ligne. Le

secteur est dominé par des pure players, c'est-à-dire des sites qui n'ont pas de lien avec une officine ayant pignon sur rue. Il n'est d'ailleurs pas nécessaire d'être pharmacien pour vendre des médicaments en ligne. Par ailleurs, tous les types de médicaments, avec ou sans ordonnance, peuvent être achetés en ligne. [25]

Pour différencier les sites tenus par un pharmacien et les autres, un logo a été mis en place par les autorités. Ce logo porte un numéro d'enregistrement unique pour toutes les pharmacies en ligne. Si l'on clique sur ce logo, un lien emmène directement vers les sites réglementaires. [26]

Le 1<sup>er</sup> site de vente en ligne de médicament a été créé en 1999. Aujourd'hui, on dénombre plus de 2 millions d'acheteurs sur les pharmacies en ligne. Depuis 2005, les pharmacies peuvent vendre en ligne les médicaments de prescription pris en charges par la NHS (National Health Service) grâce au GPhC (General Pharmaceutical Council, un organisme réglementaire équivalent à l'ANSM) qui possède la liste des sites tenus par des pharmaciens.

Les sites de vente en ligne de médicaments en Angleterre ne sont pas obligatoirement attachés à une officine particulière.

#### **1.4.2. Autorisation des sites de vente en ligne de médicaments**

Un logo avec une croix verte est apposé sur les sites pour identifier les pharmacies accréditées.

Pratiquement unique en Europe : les pharmacies en ligne proposent des liens vers des cliniques en ligne (la clinique devant être déclarée à la Care Quality Commission) et des consultations en ligne par un médecin (les consultations en ligne sont généralement faites sous forme de questionnaire).

Le médecin peut prescrire un nombre limité de spécialités.

Le patient paye un forfait incluant: la consultation, la prescription et le prix des médicaments.



Le service pharmaceutique via internet inclut: la dispensation des médicaments, la prescription et l'information sur la page internet.

Les e-pharmacies doivent clairement faire apparaître :

- Le nom du propriétaire
- L'adresse de la pharmacie d'où proviennent les médicaments
- S'il y a lieu, le nom du pharmacien

Elles doivent aussi respecter :

- La sécurité du patient
- La confidentialité
- Le choix du patient
- La bonne substitution des spécialités

Pour qu'une ordonnance soit dispensée, il est nécessaire d'avoir un original de l'ordonnance (le mail n'étant pas accepté).

Le « civil rights act » de 1968 qui nécessitait la présence physique d'un pharmacien a été modifié en 2006 mais le pharmacien responsable doit tout de même assurer la sécurité de la dispensation via internet.

Le pharmacien doit être alerté en cas de commande abusive d'un patient, par un mail informatif et le site doit limiter ces commandes automatiquement en refusant de livrer un médicament si les quantités demandées dépassent celles imposées dans la notice.  
[27] [28]

#### **1.4.3. Etats des lieux**

En 2010, il était prévu que ce marché atteigne 3 à 5% du total des ventes en pharmacie.

En 2012, le segment des OTC en ligne devait atteindre 10% des ventes pharmaceutiques (dont 50% pour la perte de poids ou la dysfonction érectile, pathologies pour lesquelles les patients apprécient l'anonymat).

Sempora Consulting a effectué un sondage en 2012 et démontré que 13% de la population achetait désormais des médicaments en ligne et 14% des non-utilisateurs songeaient à les utiliser. Les jeunes entre 25-34 ans restent les plus grands acheteurs. [29]

| Pays                      | % des internautes en Europe (ex : Les Autrichiens représentent 1,30% des internautes d'Europe) | Vente en ligne des médicaments autorisée pour les médicaments à prescription médicale facultative | Vente en ligne autorisée pour les médicaments à prescription médicale facultative et obligatoire | Achat des médicaments à prescriptions médicale facultative dans d'autres pays d'Europe autorisé |
|---------------------------|--|---|--|---|
| Autriche                  | 1,30%  | Non   | Non  | Oui   |
| Belgique                  | 1,70%  | Oui   | Non  |   |
| République tchèque        | 1,40 %   | Oui   | Non  |   |
| Danemark                  | 1,00%  | Oui   | Oui  |   |
| Finlande                  | 0,90%  | Oui   | Espéré pour 2013   |   |
| France                    | 9,50%  | Non   | Non  | Oui   |
| Allemagne                 | 13,70%   | Oui   | Oui  |   |
| Hongrie                   | 1,30%  | Oui   | Non  |   |
| Italie                    | 6,30%  | Non   | Non  | Oui   |
| Pays-Bas                  | 3,10%  | Oui   | Oui  |   |
| Norvège                   | 0,90%  | Oui   | Oui  |   |
| Pologne                   | 4,70%  | Oui   | Non  |   |
| Slovaquie                 | 0,90%  | Oui   | Non  |   |
| Espagne                   | 6,10%  | Oui   | Non  |   |
| Suède                     | 1,80%  | Oui   | Oui  |   |
| Suisse                    | 1,30%  | Oui   | Oui  |   |
| Royaume Unis              | 10,80%   | Oui   | Oui  |   |
| Total des 17 pays étudiés | 66,70%   | 14  | 6  | 3   |

Figure 4 : Pourcentage d'utilisateurs internet en Europe et autorisations de vente en ligne des médicaments avant 2013 (Source : James Dudley Management - Mail Order and Internet Pharmacy in Europe 2012 edition)

## 1.5. Conclusion

La vente sur internet de médicaments connaît un développement important depuis quelques années. Pour l'IGAS (L'Inspection Générale des Affaires Sociale), plus de 2 millions de patients Européens utilisent chaque jour internet pour acheter leur(s) médicament(s). En 2011, le marché représentait plus de 1 milliard d'euros avec une grande partie des ventes réalisées en Allemagne. [30] Il y a cependant des différences importantes et significatives d'un pays à un autre, notamment entre la France et ses amis Européen. La vente de médicaments en ligne (à prescription médicale facultative) est autorisée dans neuf pays d'Europe (Irlande, Espagne, Belgique, Italie, Pologne, République Tchèque, Slovaquie, Hongrie, Finlande).

En revanche, pour l'Allemagne, le Danemark, le Portugal et la Suède, la vente en ligne des médicaments est autorisée que le médicament soit avec ou sans prescription médicale. Le site doit être rattaché à une officine physique.

La vente en ligne de tous les médicaments sans que le site e-commerce n'appartienne à une officine est autorisée aux Royaume-Uni (depuis 1999) et aux Pays-Bas.

La Suisse est le seul pays où la vente en ligne de médicament est uniquement autorisée pour les médicaments sous ordonnance.

Concernant la France, c'est l'un des derniers pays Européens à autoriser la vente en ligne des médicaments à prescription médicale facultative. Toutefois, la vente de médicaments via des sites internet illégaux était déjà bien présente dans le pays. Selon l'Académie nationale des Pharmacie, la France comptait, début 2007, 10 000 sites vendant des médicaments en ligne, ce qui représentait un chiffre d'affaire de 6 milliards d'euros.[31] Le schéma réglementaire et opérationnel de la vente en ligne de médicaments se rapproche de celui de la Belgique. La délivrance ne s'effectue que par un pharmacien possédant une officine physique. On peut donc penser que tout comme la Belgique, la France peut espérer une croissance exponentielle de la vente des médicaments sur internet au moment où la croissance en officine est au plus mal.

## 2. Continent américain

### 2.1. Etats-Unis

#### 2.1.1. Introduction

La « cyber-pharmacie » est légale aux USA et très encadrée. Le patient désireux d'acheter des médicaments en ligne doit remplir un questionnaire sur ses antécédents et choisir entre deux options. Soit le patient va chercher son traitement dans la pharmacie dites « physique » appartenant à la pharmacie « virtuelle » soit il se fait livrer à son domicile. La livraison peut se faire par la poste ou une autre société de transport. Si la commande concerne une prescription, le patient doit fournir l'original de son ordonnance (le pharmacien conserve un double). Toutes les ordonnances sont soumises à un contrôle pharmaceutique grâce à des logiciels de lecture d'ordonnance. Ce logiciel croise les données patients avec les interactions médicamenteuses de son traitement.[31]

En 1999 , la NABP (National Association of Boards of Pharmacy) crée VIPPS (Verified internet Pharmacy Practice Sites) qui est un programme d'accréditation permettant à la population d'avoir une adresse réglementée pour trouver les sites de vente de médicaments en ligne référencés.[32]

En 2004, la NABP crée VAWD (Verified-Accredited Wholesale Distributors) qui est un programme qui définit les droits des grossistes : ils doivent obtenir l'accréditation du NABP pour pouvoir distribuer des médicaments en ligne.[33]

#### 2.1.2. Autorisation d'ouverture de site de vente en ligne de médicament

Une pharmacie en ligne doit:

- Etre accréditée aux USA
- Avoir un pharmacien licencié
- Exiger une prescription pour les médicaments à prescriptions obligatoires

### 2.1.3. Etat des lieux

Actuellement, seulement 59 sites sur plus de 12000 sites de pharmacies en ligne ont reçu une accréditation. Il y a un énorme problème de contrefaçon aux Etats-Unis; en effet, 97% des 12000 sites de vente en ligne de médicaments sont illégaux.

D'après une étude menée par la FDA (Food and Drug Administration), sur plus de 6000 personnes ayant achetées des médicaments en ligne, seulement 13% vérifient que le site est bien accrédité. C'est pour cela que la FDA a émis en 2007 un avertissement au public sur l'achat de médicaments de prescriptions sur internet. [34]

Les 59 sites accrédités correspondent à une pharmacie physique associée. Le pharmacien s'assure que la prescription pour les médicaments sur ordonnance est valide. Tous les médicaments vendus en ligne sont approuvés par la FDA ainsi que le site sécurisé. Lors de la dispensation, un contrôle est effectué sur la quantité et la qualité des médicaments délivrés. 24% des médicaments sont achetés sur internet par les patients américains contre 49% dans les pharmacies, soit ¼ des médicaments vendus en Amérique (Figure 5). [17]



Figure 5 : Répartition de la vente des médicaments aux USA en fonction des lieux d'achats  
(Source : James Dudley Management - Mail Order and Internet Pharmacy in Europe 2012 edition)

## 2.2. Canada

Tout comme les USA, le National Association of Boards of Pharmacy répertorie la liste des sites en accord avec les réglementations fédérales et provinciales. La possibilité de commander des médicaments sur les sites d'autres pays est commune aux USA et Canada ainsi que les conventions d'importation de médicaments et de livraisons aux USA. Le Canada autorise l'export et la livraison aux USA. [35]

Le CIPA (Canadian International Pharmacy Association) vérifie la licence de la pharmacie. [36]

## 2.3. Brésil

Le Brésil est le 1er marché pharmaceutique en Amérique de Sud et le 3ème en Amérique.

En 2001 l'Agence nationale de surveillance sanitaire (ANVISA) a publié un rapport dans le but de mieux réglementer les opérations des pharmacies en ligne.

Cependant, le commerce des médicaments vendus par les pharmacies en ligne n'a pas encore été réglementé par le gouvernement, aucune certification/accréditation n'est visible sur les sites. Il y a donc, tout comme aux USA un grand risque de fraude. [37]

## 3. L'Asie

### 3.1. La Chine

Les sites qui vendent des médicaments en ligne doivent être enregistrés auprès de la CFDA (China Food and Drug Administration) qui établit une liste évolutive (disponible sur son site) des médicaments.

La vente en ligne est autorisée seulement pour les médicaments OTC (OTC-A : médicaments qui ont de forts effets secondaires, disponibles en officine et à l'hôpital sous la délivrance d'un pharmacien et OTC-B : médicaments à risque faible disponibles dans les officines, supermarchés, hôtels...) et compléments alimentaires.

Les pharmacies en ligne enregistrées auprès de la CFDA peuvent afficher leurs médicaments à prescription médicale facultative et obligatoire, sans les vendre (car seuls les OTC peuvent être vendus via internet).

Sur le site internet de la pharmacie en ligne doit figurer la certification délivrée par la CFDA. [38]

### 3.2. Japon

La vente en ligne des médicaments est autorisée pour les OTC. Un désaccord a lieu entre le premier ministre Abe favorable à une dérégulation du marché de la vente de médicaments en ligne (il croit en une perspective de croissance économique des entreprises) et le Ministre de la santé Tamura qui a apporté des restrictions « nécessaires pour protéger les consommateurs ».

Cependant, le ministre de la santé Japonais a placé des restrictions concernant les OTC « switchs » (au nombre de 23 aujourd’hui). Ils ne pourront pas être vendus en ligne avant 3 ans. Concernant les OTC à haut-risque ou à effets indésirables sévères (au nombre de 5) ils ne pourront plus être vendus en ligne.

Le gouvernement Japonais a créé de nouvelles guidelines relatives à la sécurité du consommateur pour les pharmacies de ville et les pharmacies en ligne. [39]

### 3.3. Inde

L’Inde est un pays qui n’a aucune loi relative aux pharmacies en ligne c’est pourquoi les sites illégaux sont très nombreux. Le gouvernement ne mène cependant aucune action pour contrer cela.

#### 4. L'Océanie

Il n'y a aucune loi spécifique dédiée aux pharmacies en ligne. La vente en ligne y est autorisée à condition de se soumettre à la loi des pharmacies de ville.

Les pharmaciens doivent être enregistrés au niveau du territoire dans lequel ils exercent. Il doit y avoir un conseil du pharmacien sur le bon usage du médicament lors de la commande faite par le patient.

Concernant les médicaments de prescription médicale obligatoire, l'ordonnance est à en-  
voyer à la pharmacie. [40]

# Etude de marché des sites de vente en ligne de médicaments

Depuis l'autorisation d'ouverture de sites aux pharmaciens en 2013, il n'y avait pas eu d'étude de marché s'intéressant aux attentes des consommateurs. Cette thèse a été créée dans le but de connaître les attentes des patients concernant leur achat en ligne et leur futur souhait concernant l'achat en ligne des médicaments et de produits de santé.

## 1. Etude qualitative

### 1.1. Caractéristiques de l'échantillon

75 personnes (amis, familles et proches) ont été interrogées lors d'entretien individuel en face à face et par téléphone. Ces entretiens semi-directifs se sont déroulés durant 30 minutes.

L'échantillon a été séparé en quatre tranches d'âge égales : moins de 24 ans, entre 25-35 ans, entre 36-50 ans et plus de 50 ans. De même, la distance à laquelle se trouvent les patients d'une pharmacie a été un critère de choix : moins de 10 minutes, entre 11 et 30 minutes ou plus de 30 minutes.

### 1.2. Déroulement de l'entretien

Des questions ouvertes centrées sur le sujet de la vente en ligne ont dans un premier temps été posées aux consommateurs. Les thèmes abordés sont les suivants :

- Tendances d'achat à l'avenir
- La connaissance de la réglementation actuelle
- Habitudes d'achat de médicaments
- Avantages et inconvénients relevés dans la vente en ligne de médicaments

Dans un second temps, trois sites de ventes en lignes préalablement identifiés leurs ont été présenté. Ces trois sites ont été caractérisés en fonction de leur construction, de leur légalité ou non et de leur référencement.



- Lasanté.net est le premier d'entre eux, il s'agit d'un site légal (selon les critères des autorités Françaises, voir la partie « Contexte réglementaire »), qui présente de façon claire et concise les produits vendus en ligne.
- Pharmashopi est le second site montré aux consommateurs. Il est également légal (selon les critères des autorités Françaises, voir la partie « Contexte réglementaire ») mais la présentation reste plus confuse et plus complexe que le premier site.
- Pharmacieenligneenfrance est le troisième site montré aux consommateurs. Ce site est, quant à lui, illégal puisqu'il propose, entre autre, des médicaments sur prescription médicale obligatoire, à la vente.

A la fin de cet entretien enregistré, une grille d'évaluation des thèmes les plus souvent cités et les plus pertinents a été créée. Cette grille a évolué au cours des entretiens. Un exemple de grille récapitulative des entretiens est présent en annexe 2.

### 1.3. Thèmes les plus abordés

Les thèmes les plus abordés durant l'entretien qualitatif ont permis d'établir le questionnaire de l'étude quantitative par la suite. Les thèmes sont les suivants :

- L'achat de médicaments des patients dans leur pharmacie habituelle
- La peur de la falsification des médicaments
- La nécessité de conseils de la part du pharmacien
- Les délais de livraison
- Le prix des médicaments
- L'achat de marques connues

Concernant les trois sites présentés, les remarques portaient sur les mentions suivantes :

- Ergonomie du site
- Présence ou absence de publicité
- L'aspect commercial du site
- La photographie du pharmacien rattaché au site
- La présence d'une croix verte ou d'un caducée sur le site de vente en ligne de médicaments

Ces entretiens qualitatifs ont permis d'identifier clairement les points de questionnements des patients afin de quantifier par la suite les niveaux d'interrogations des patients avec notre questionnaire quantitatif.

## **2. Etude quantitative**

### **2.1. Objectifs**

Les objectifs de cette étude quantitative étaient, dans un premier temps, d'évaluer les connaissances des consommateurs sur la vente en ligne de médicaments, dans un second temps, d'évaluer leur avis sur ces sites ainsi que leurs attentes futures et enfin, définir le profil type de l'acheteur de médicaments en ligne grâce à un tri-croisé des répondants.

### **2.2. Réalisation du questionnaire**

Un questionnaire exhaustif évaluant de façon objective les réponses des consommateurs a été élaboré à partir des thèmes relevés dans la grille d'évaluation des entretiens qualitatifs.

Le questionnaire réalisé est disponible en annexe 3.

Il a été mis en ligne sur le site SurveyMonkey durant 3 semaines. Le lien du site ayant été divulgué sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Linkedin), sur une radio locale,

sur des sites de grandes consommations (UFC Que Choisir), un forum patient (Doctissimo) et grâce au « bouche à oreille ». 772 personnes ont répondu au sondage.

## 2.3. Analyse statistiques

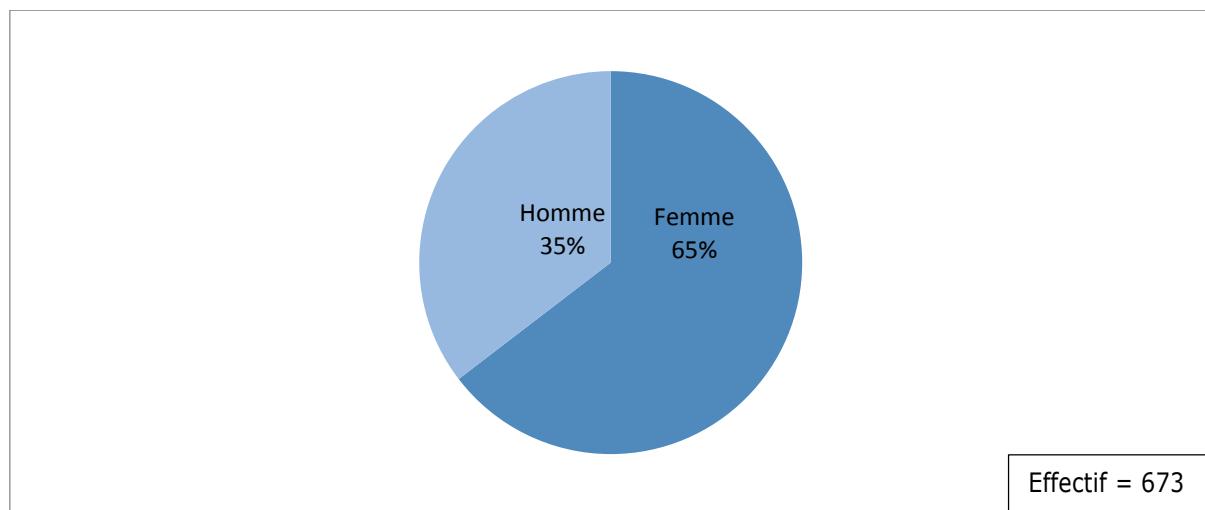
Les données récoltées ont été analysées par le logiciel SPSS. Une base de données a été créée, les données ont été codées selon la qualification de la question posée (question ouverte ou fermée).

### 2.3.1. Caractéristiques de l'échantillon

#### a) Répartition de l'échantillon selon le genre

L'échantillon des répondants est caractérisé par une majorité de femme, 65%, contre 35% d'hommes. Cela est sans doute dû aux faits que le questionnaire ayant été distribué aléatoirement, les femmes, généralement plus sensibles aux sondages, ont répondu en majorité.

Le nombre des répondants est de 673 sur 772 pour la question 55 du questionnaire (Annexe 3) intitulée « Vous êtes ? ». L'explication d'une telle différence tient du fait que la question était présente à la fin du questionnaire, certaines personnes s'étant arrêtées avant (Figure 6).



## b) Age des répondants

Les moins de 24 ans ont été les plus nombreux à répondre au questionnaire. Cela s'explique par la forte présence de cette tranche d'âge sur les réseaux sociaux et sur internet, endroits sur lesquels a été divulgué majoritairement le questionnaire (Figure 7). Etonnamment, les plus de 50 ans, peu présent sur les réseaux sociaux et internet, ont répondu massivement comparé aux 36-50 ans. Cela peut s'expliquer par le fait que, dans la tranche d'âge « plus de 50 ans », il y a un maximum de répondants non actifs, ayant pris d'avantage de temps pour répondre au questionnaire.

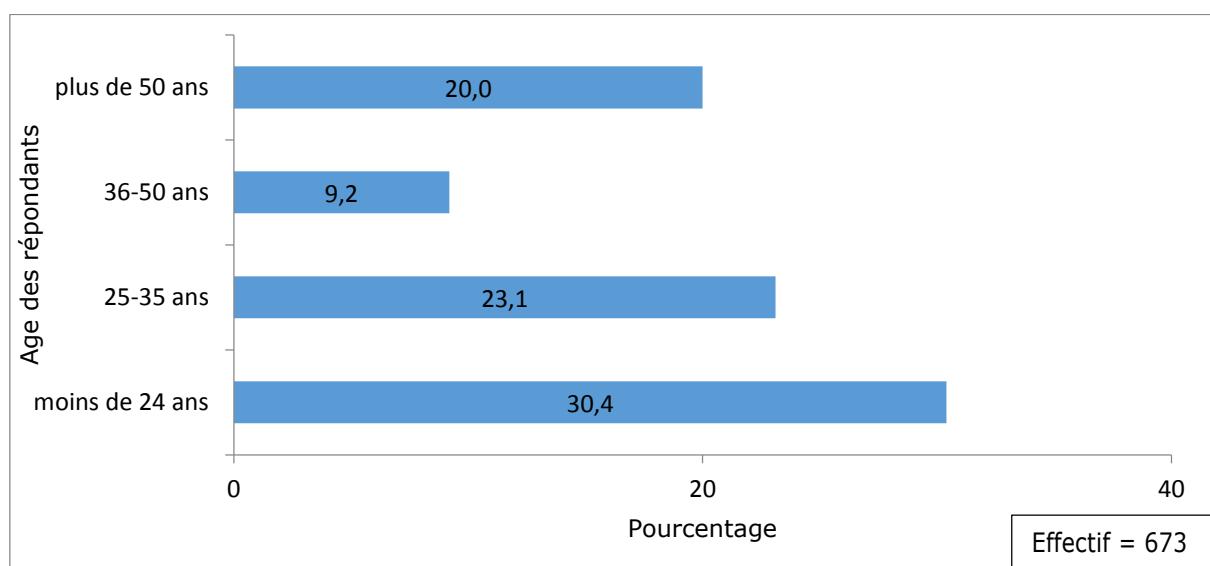


Figure 7 : Diagramme représentant l'âge des répondants en pourcentage

## c) Les catégories socio-professionnelles des répondants

Les différentes catégories socio-professionnelles sont bien représentées puisque près d'un tiers des répondants font partie de la Catégorie Social Professionnelle moins (CSP-, c'est-à-dire les catégories socio-professionnelles dites « défavorisées par les actions marketing de la société», agriculteurs, chômeurs, ...) et un tiers font partie de la Catégorie Social Professionnelle plus (CSP+, les chefs d'entreprise, artisans, commerçants,...). Ce sont les cibles privilégiées des actions marketing à cause de leur pouvoir d'achat et de leurs modes de consommation. (Figure 8). L'échantillon est représentatif

de la population française puisque 27 % des répondants sont CSP+ (contre 26,3% dans la population française, selon l'INSEE), 30% sont CSP moyenne (contre 23,7% dans la population française, selon l'INSEE) et 43% sont CSP- (contre 40% dans la population française, selon l'INSEE). [41]

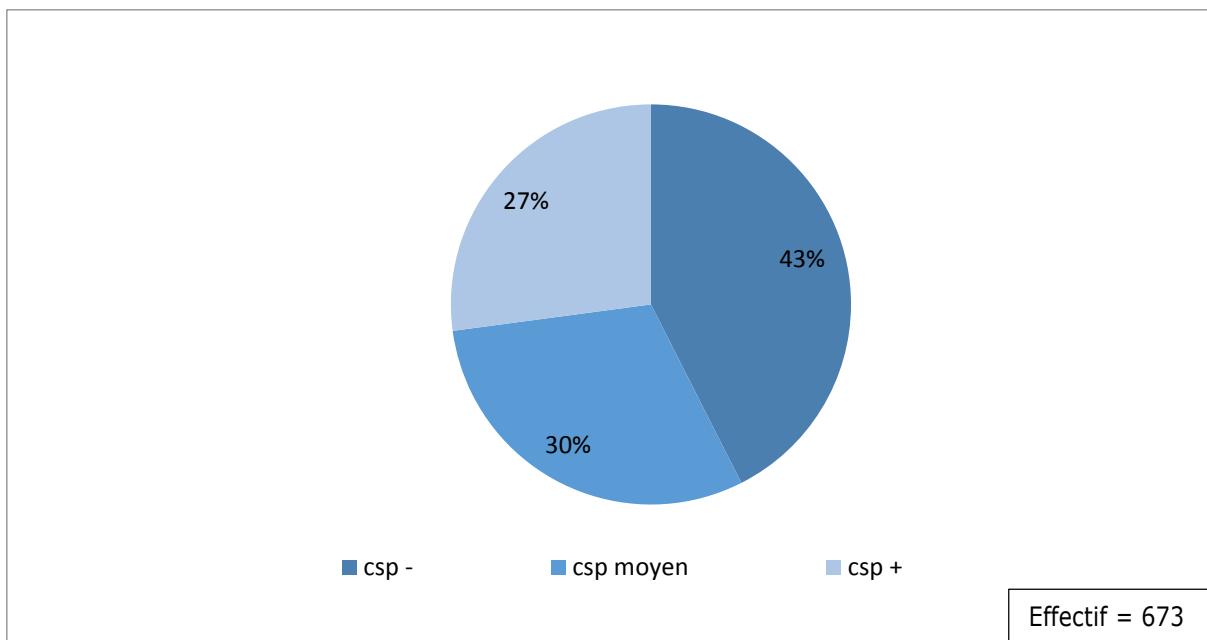


Figure 8 : Les catégories sociaux-professionnels des répondants

#### d) Localisation géographique des répondants

Si l'on s'intéresse maintenant à la localisation des personnes interrogées, la majorité se situe dans une grande ville, de plus de 100 000 habitants (Figure 9). Cela semble logique puisque les personnes habitant dans les grandes villes ont plus facilement accès à internet (via la 4G des téléphones portables par exemple) et sont plus sensibilisées aux actions sur internet, que les personnes habitant dans une commune de moins de 10 000 habitants.

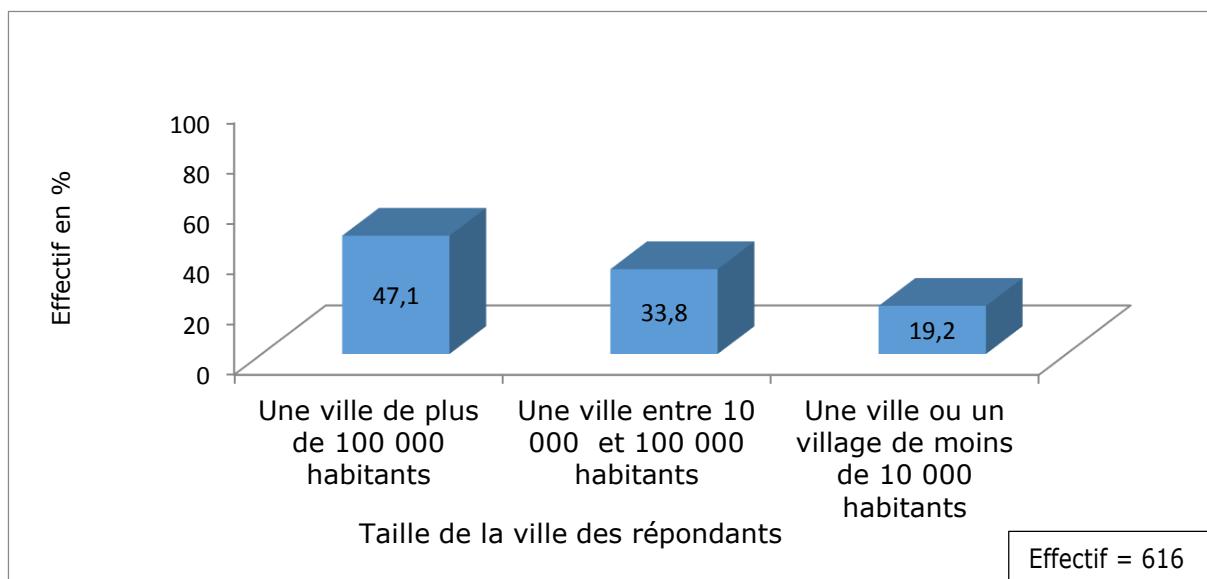


Figure 9 : Localisation géographique des répondants

**e) Distance séparant les répondants d'une pharmacie**

Les répondants étant majoritairement des personnes habitant dans les grandes villes de plus de 100 000 habitants, il est logique que plus de la moitié des répondants (60,1 %) se trouvent à moins de 5 minutes d'une pharmacie (Figure 10). Sachant que l'ouverture d'une nouvelle pharmacie dépend du nombre d'habitants recensés dans la commune où elle va être située et qu'une ouverture est autorisée par tranche de 4 500 habitants. Ainsi, dans une grande ville telle que Paris qui compte 2 274 880 habitants, le nombre de pharmacies autorisées dans la capitale est de 506 pharmacies. Il semble donc tout à fait normal que la majorité des répondants habitent à moins de 5 minutes d'une officine. [42]

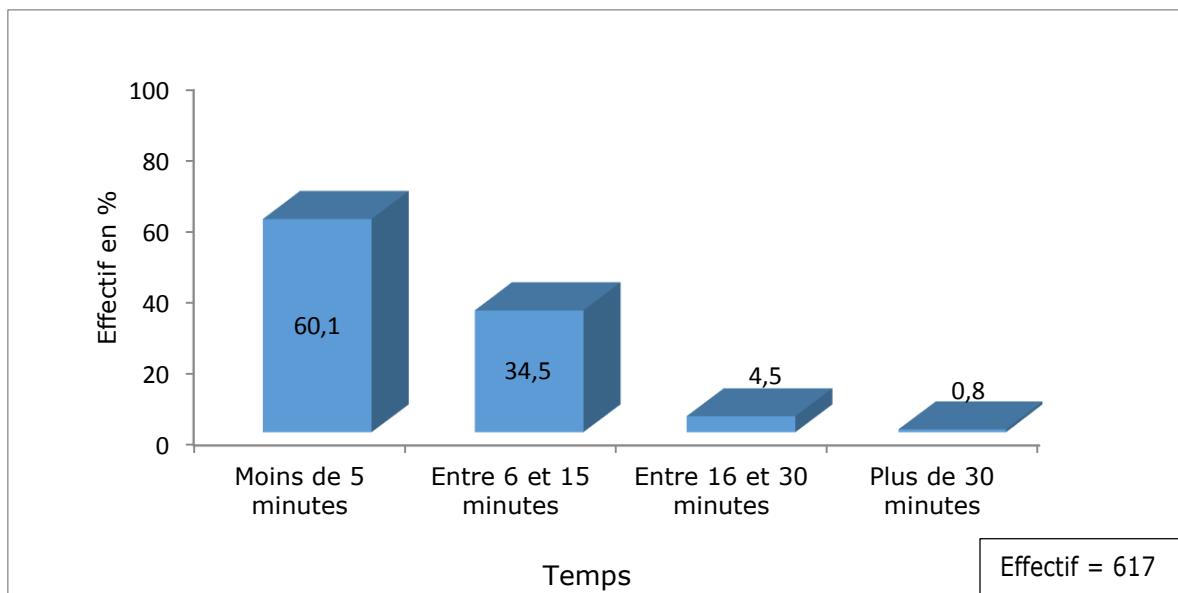


Figure 10 : Distance séparant les répondants d'une pharmacie

**f) Nombre de visite(s) mensuelle(s) des pharmacies par les répondants**

Plus de la moitié répondants (57,5%) se déplacent moins d'une fois par mois en officine (Figure 11). Cela reste logique en comparaison des chiffres précédemment analysés. En effet, notre population de répondants est relativement jeune (la moitié des répondants ont entre moins de 24 ans et 35 ans). Les pathologies chroniques qui amènent les patients à se rendre souvent en pharmacie sont peu présentes au sein de cette population.

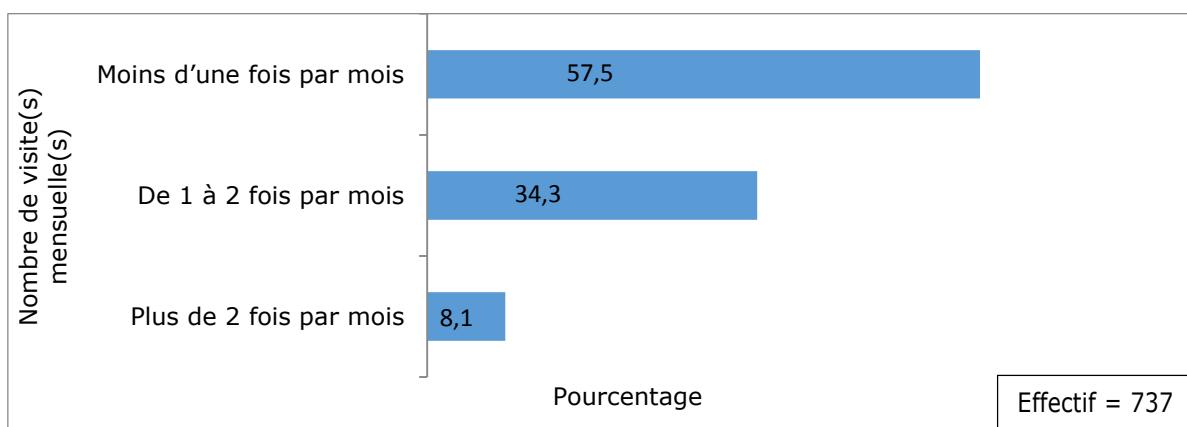


Figure 11 : Nombre de visite(s) mensuelle(s) des pharmacies par les répondants

## g) Conclusions sur l'échantillon des répondants

L'échantillon est composé par une majorité de femmes, plus sensibles aux tests présents sur internet. Près de 50% des répondants ont de 18 ans à 35 ans. Ce sont naturellement les plus à l'aise avec l'outil internet et les futurs consommateurs des produits de santé ce qui est intéressant pour notre étude de marché.

Concernant les catégories socio-professionnelles l'échantillon est un panel représentatif de la population française puisque 43% des répondants sont CSP-, 30% CSP moyen et 27 % CSP+.

D'un point de vue géographique, nous avons une population de répondants plutôt citadins, 60% habitent à moins de 5 minutes d'une pharmacie et 47% habitent dans une ville de plus de 100 000 habitants. Ils se déplacent, pour 57,5% d'entre eux, moins d'une fois par mois dans une officine.

En conclusion, les répondants de notre étude de marché sont représentatifs de la population française en terme de localisation géographique. Ils ont un accès facilité aux officines sans s'y déplacer régulièrement pour autant.

### 2.3.2. Intérêt des répondants pour la Santé

L'intérêt des répondants pour la santé a été analysé grâce à une échelle de Likert en 5 points (pas du tout intéressé en 1, peu intéressé en 2, moyennement intéressé en 3, plutôt intéressé en 4 jusqu'à tout à fait intéressé en 5). La grande majorité des répondants sont très intéressés par la santé comme le démontre la figure 12 (la moyenne étant de 4,41 et correspondant à un intérêt envers la santé). L'étude du marché de la vente en ligne de médicaments sera donc totalement légitime puisque les répondants ont déjà un intérêt pour le secteur de la santé.

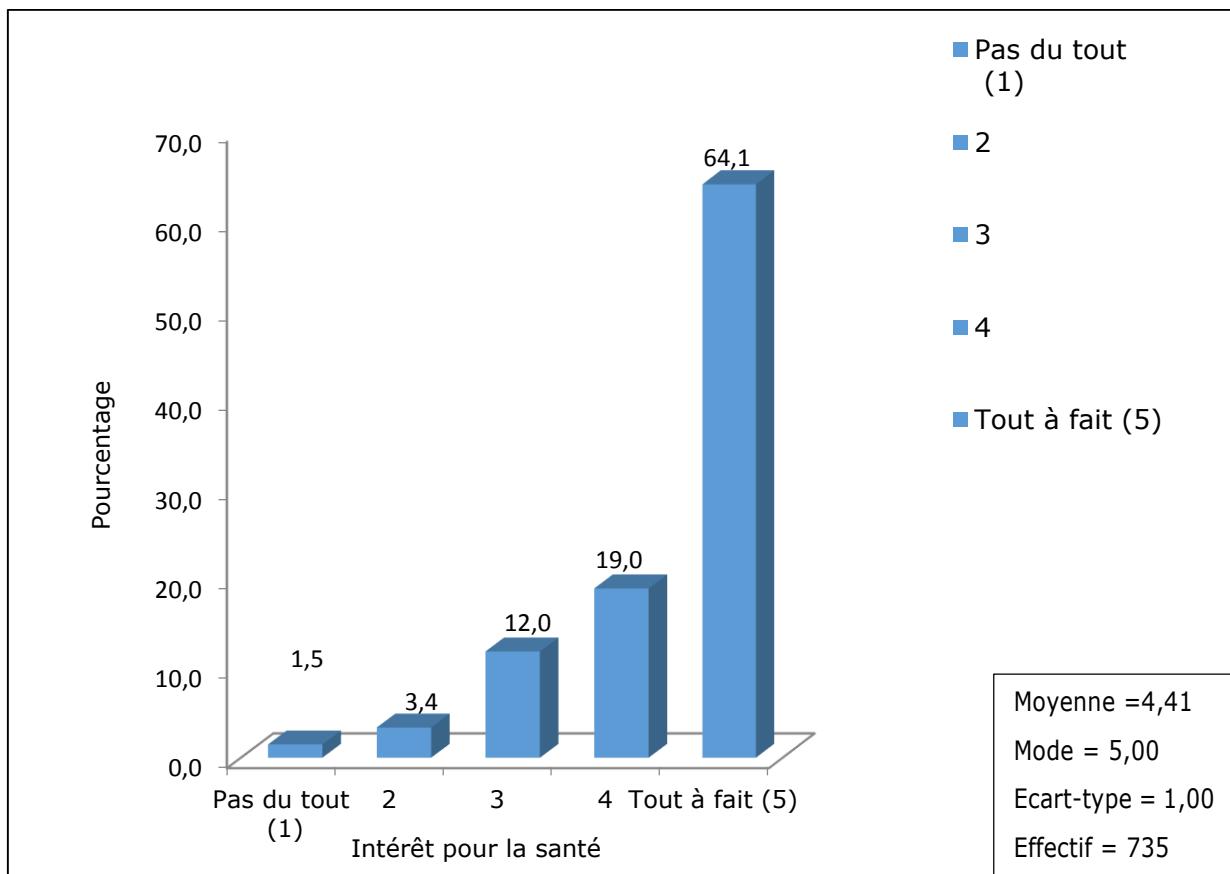


Figure 12 : Intérêt des répondants pour la santé en pourcentage

### 2.3.3. Les éléments déterminant le choix de la pharmacie et des produits achetés

Avant de rentrer dans le vif du sujet concernant les sites de vente en ligne de médicaments, il semblait pertinent de connaître, selon les patients, les éléments déterminants pour son déplacement en pharmacie.

A 34,4%, la proximité des pharmacies est le premier paramètre déterminant pour choisir sa pharmacie. Viennent ensuite les habitudes et les conseils que donne le pharmacien (15,4 % et 14,7% réciproquement) comme le montre la figure 13.

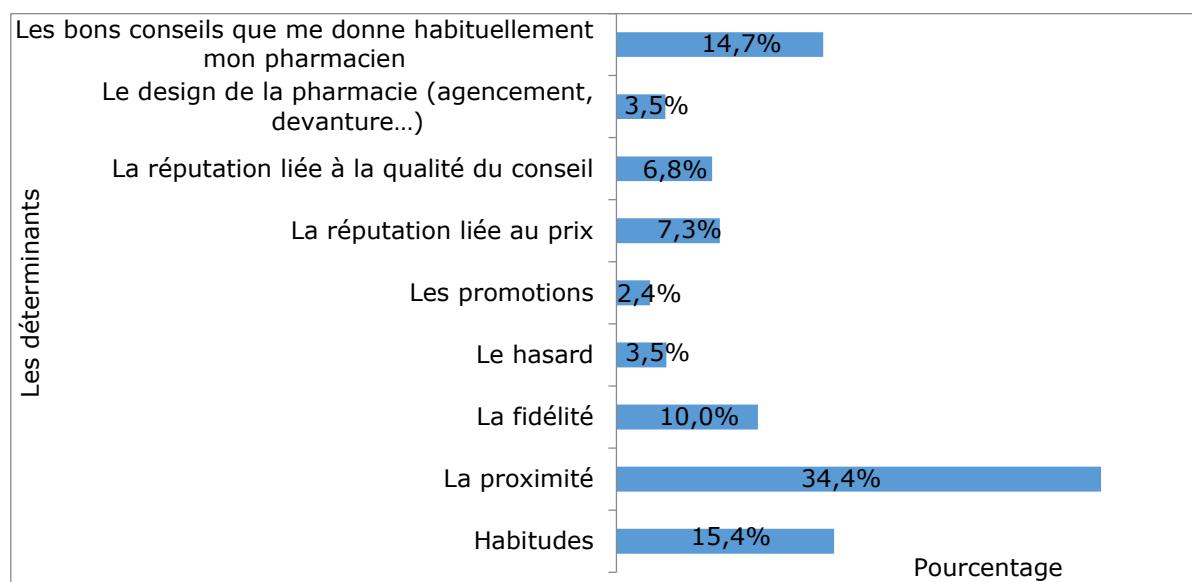


Figure 13 : Paramètres déterminants pour se rendre dans une pharmacie d'après les 772 répondants

Maintenant que nous connaissons les raisons pour lesquelles le patient se rend dans une pharmacie plutôt qu'une autre, il était intéressant de se questionner sur les sources d'informations reçues par le patient, concernant la parapharmacie et les OTC (médicaments de prescription médicale facultative en libre accès) ; deux sortes de produits vendus en ligne.

En majorité, les habitudes familiales et les conseils de professionnels de santé sont les sources qui influencent le plus le patient pour acheter les produits OTC et de parapharmacie (Figures 14 et 15).

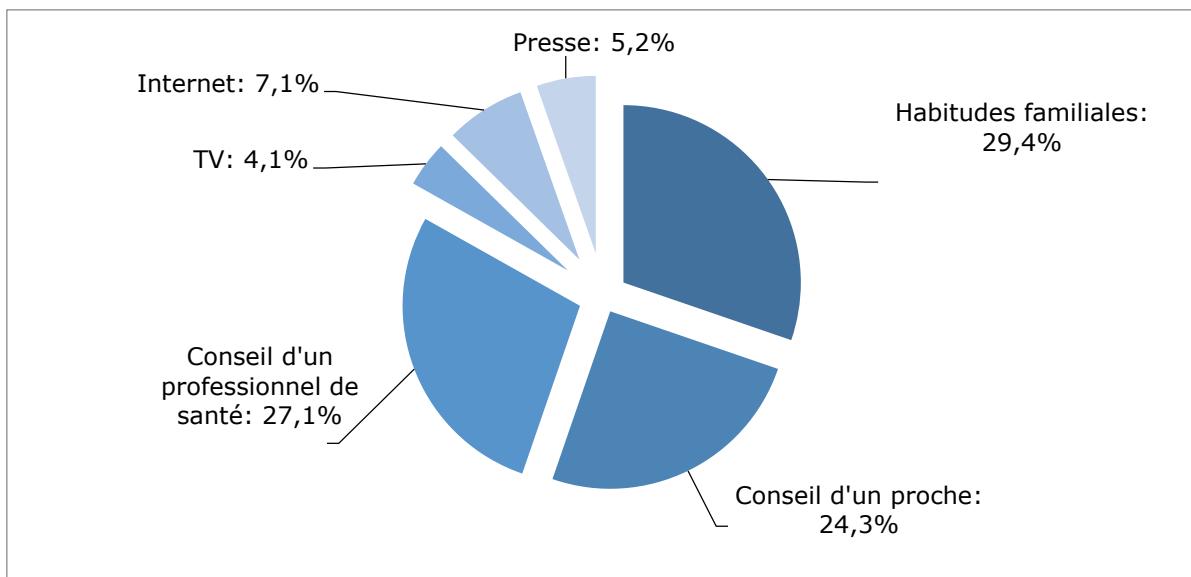


Figure 14 : Les sources d'information privilégiées par les répondants pour l'achat en parapharmacie

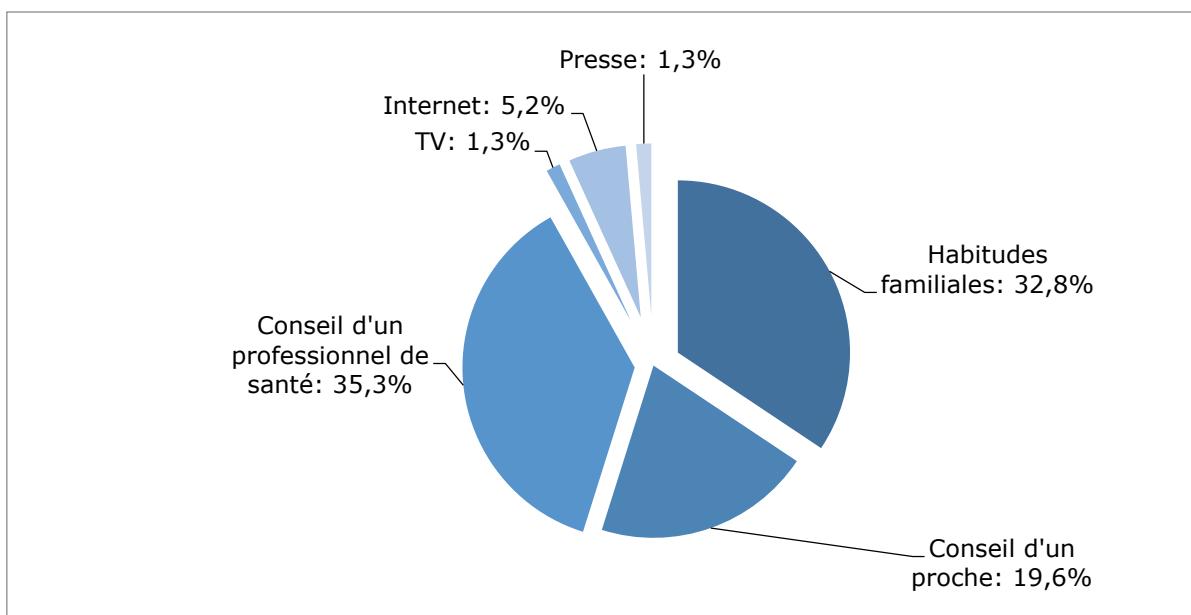


Figure 15 : Sources d'achat privilégiées par les répondants pour l'achat d'OTC

Les médicaments sur ordonnance ainsi que les médicaments d'automédication sont les raisons pour lesquelles le patient se déplace en officine. En cas de pathologie bénigne, le patient achète des médicaments qu'il connaît déjà (Figures 16 et 17).

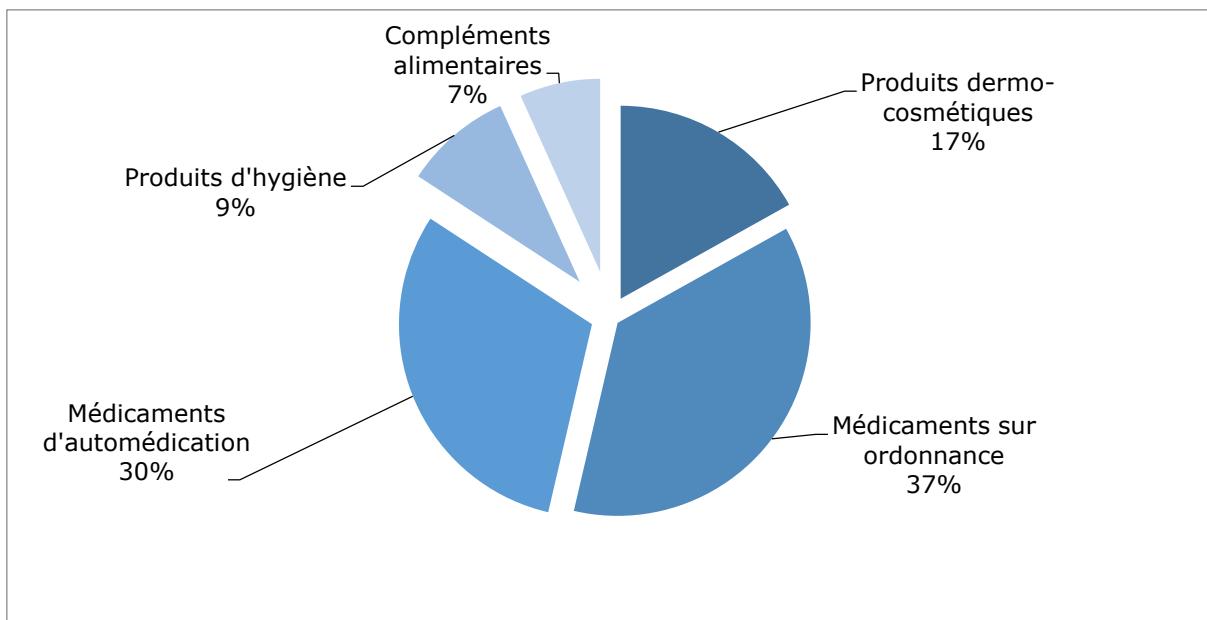


Figure 16: Raisons pour lesquelles le patient se déplace en pharmacie

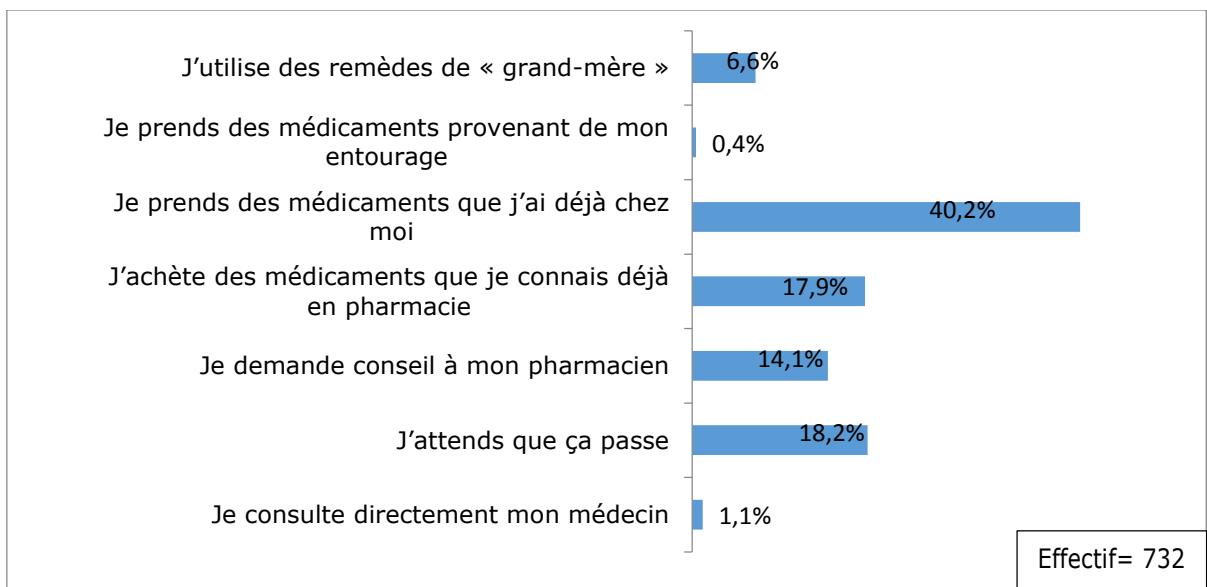


Figure 17 : Réaction face à une pathologie bénigne

En conclusion, les patients se rendent en pharmacie en fonction de la proximité de celle-ci et de leurs habitudes. Lors de l'achat d'un produit, leur choix concernant les médicaments (OTC) se fait rarement en fonction des informations médias mais plutôt selon les conseils des professionnels de santé (pharmacien et médecins). Il en est de même pour l'achat des produits de parapharmacie ; les consommateurs choisissent leurs

produits en fonction des habitudes familiales et du conseil des professionnels de santé. On peut donc déjà déduire que, si les patients décident d'acheter des médicaments sur internet, le conseil du professionnel de santé doit être présent d'une manière ou d'une autre sur le site.

Lorsque le patient présente une pathologie bénigne, il ne se déplace pas en pharmacie, il prend les médicaments qu'il possède déjà chez lui. Il se déplacera en pharmacie lorsque le médecin lui prescrira une ordonnance. Cette analyse est donc intéressante pour notre étude de marché puisque les produits vendus en ligne sont les médicaments OTC donc n'étant pas la raison première pour laquelle un patient se déplace en pharmacie.

#### **2.3.4. Achats des OTC**

La vente en ligne de médicaments est autorisée pour les OTC (médicaments de prescription médicale facultative, en libre accès). Il était donc nécessaire de connaître les habitudes d'achat des patients concernant ces médicaments.

La moitié des répondants achètent 2 à 5 fois par an, des OTC (Figure 18). La première raison pour laquelle ils choisissent un médicament plutôt qu'un autre tient du conseil pertinent du pharmacien envers le produit. La seconde raison tient du fait que les patients connaissent le produit et en sont satisfait (Figure 19). Les répondants devaient donner une note à chaque item (facilité d'utilisation, prix, packaging..) allant de 1 (argument n'influencant pas du tout son choix) à une note de 5 (argument influençant totalement son choix).

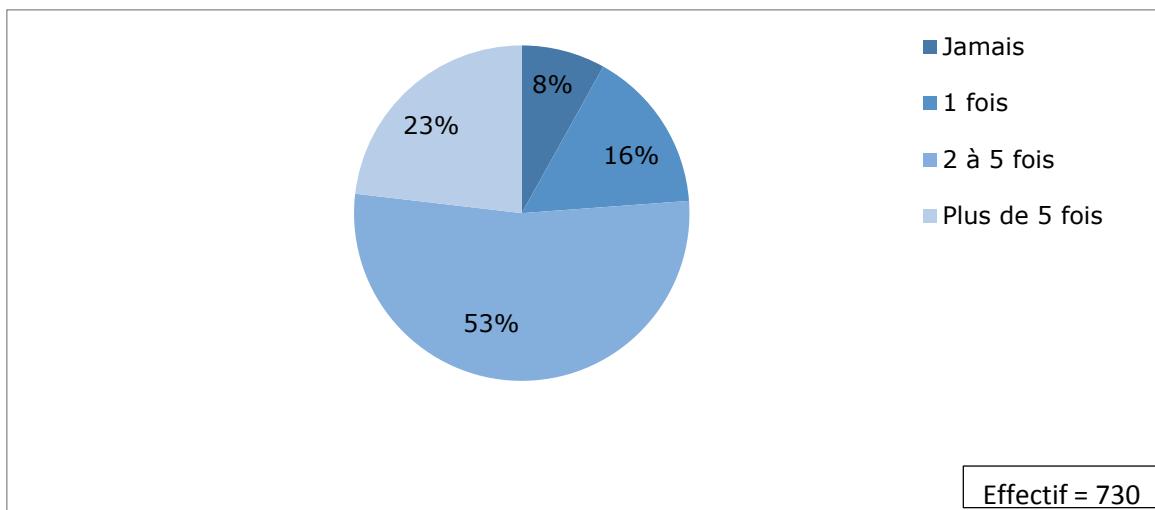


Figure 18 : Fréquence d'achat des OTC par an

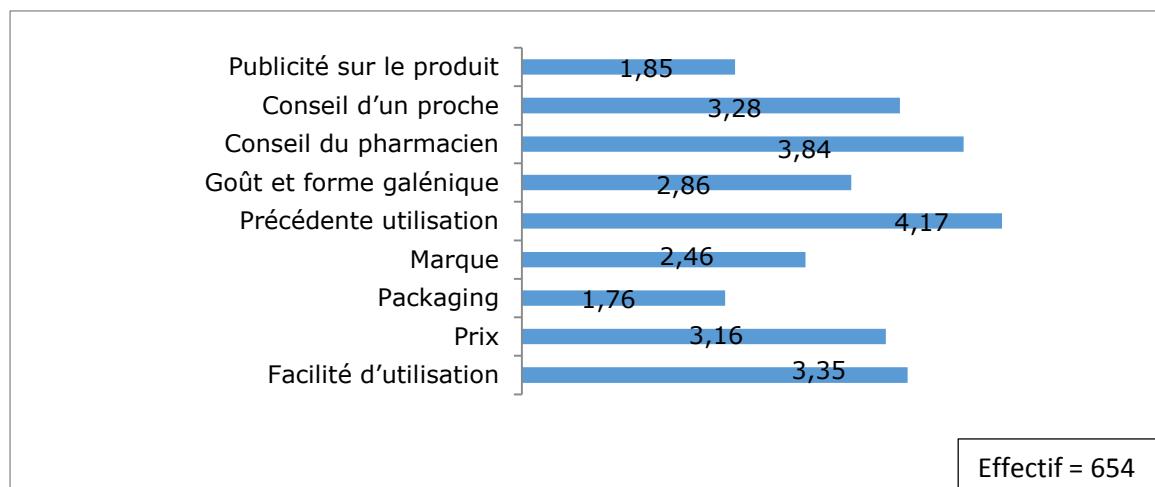


Figure 19 : Eléments déterminant l'achat des OTC

*Rappel : Les répondants devaient donner une note à chaque item (facilité d'utilisation, prix, packaging..) allant de 1 (argument n'influencant pas du tout son choix) à une note de 5 (argument influençant totalement son choix).*

A chaque achat, les patients dépensent entre 20 à 50 euros pour les OTC et la parapharmacie. On peut s'attendre à retrouver le même panier moyen dépensé par les patients pour l'achat de médicaments en ligne (Figures 20 et 21).

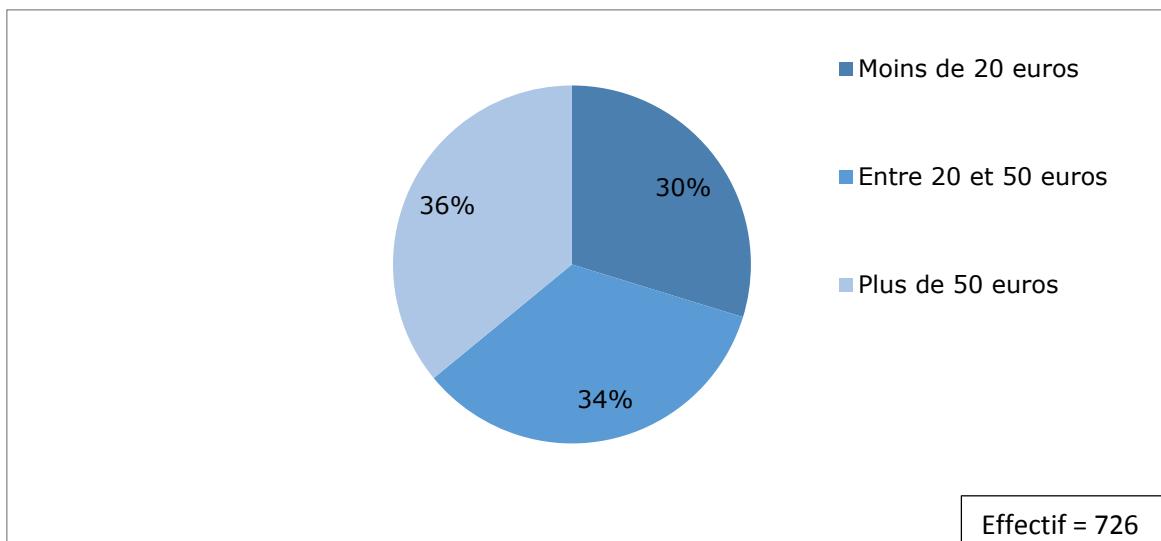


Figure 20 : Panier moyen d'achat en parapharmacie

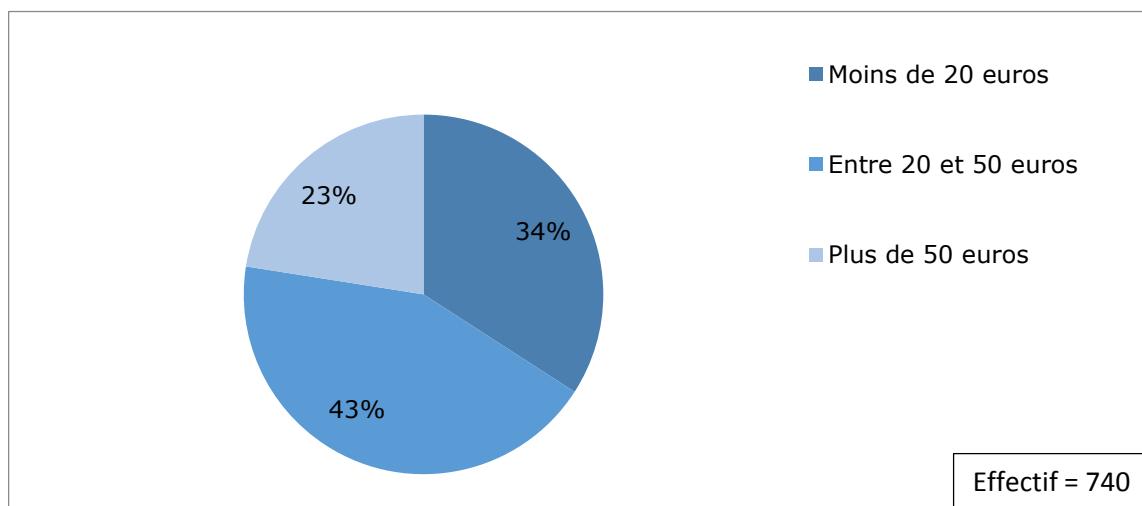


Figure 21 : Panier moyen d'OTC

### 2.3.5. La connaissance des répondants sur la vente en ligne des médicaments

Après s'être intéressés aux comportements des consommateurs face à l'achat des produits en officine, nous allons maintenant entrer dans le vif du sujet et répondre à la question : Quels sont les connaissances des patients en terme de vente en ligne des médicaments (légalité des sites, médicaments autorisés pour la vente en ligne...) ?

La majorité des répondants savent que l'on peut acheter des médicaments en ligne (Figure 22). Seulement 10,7% pensent, à tort, qu'il s'agit de médicaments sous ordonnance (Figure 24) mais ils pensent que ce n'est pas légal (Figures 23).

Sur les 16% des répondants s'étant déjà rendus sur un site de vente en ligne, 1,9% d'entre eux sont allés jusqu'à l'achat de médicaments (Figures 25 et 26).

Le premier essai ne paraît donc pas déclencheur d'achat. Il y a sans doute un lien entre le manque de connaissances des patients (légalité des sites, médicaments autorisés en vente en ligne...) autour de la vente en ligne des médicaments et l'achat en lui-même. En effet, la moitié des répondants n'a « pas du tout » été informée de l'autorisation des pharmacies à vendre des médicaments en ligne (Figure 27). Mais malgré le manque d'information, les répondants pensent qu'il est facile de détecter qu'un site est légal (Figure 28).

Dans la suite dans cette thèse, les connaissances sur la légalité des sites de vente en ligne des médicaments ont été testées.

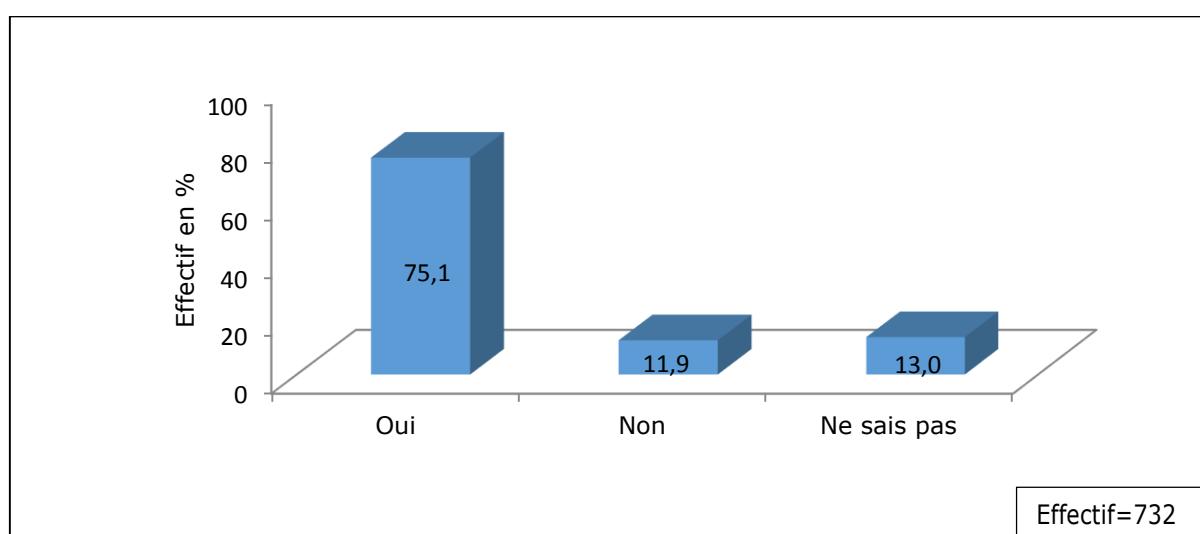


Figure 22 : Est-il possible d'acheter des médicaments sur internet ?

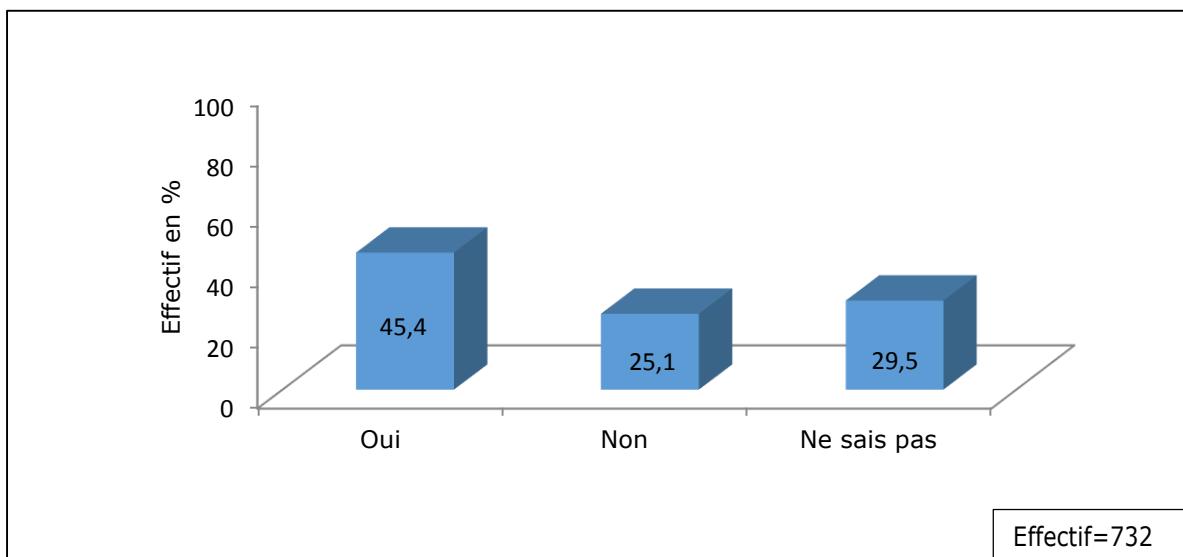


Figure 23 : La vente en ligne de médicaments est-elle autorisée en France ?

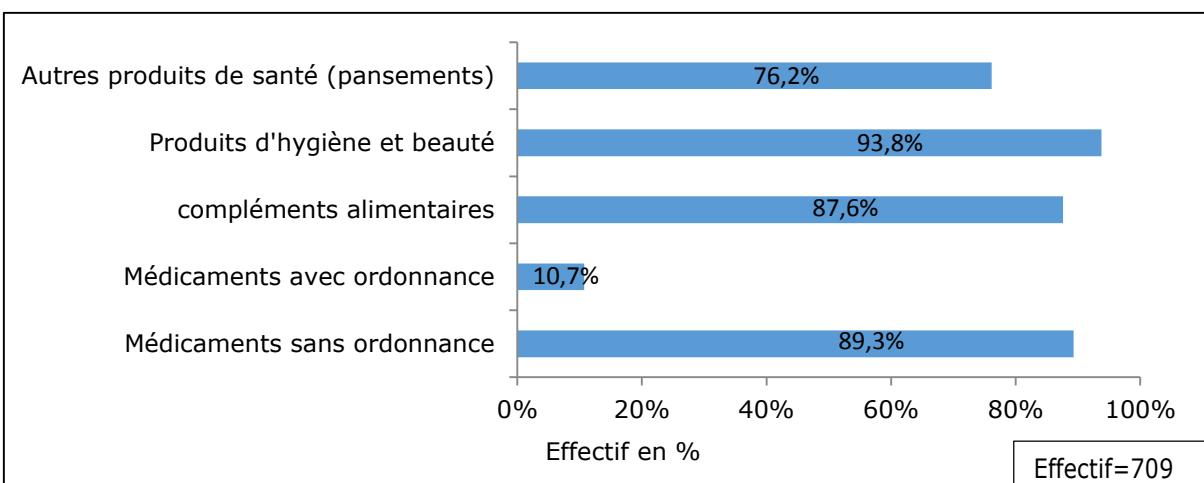


Figure 24 : Les produits qui, selon les répondants, sont disponibles à l'achat en ligne

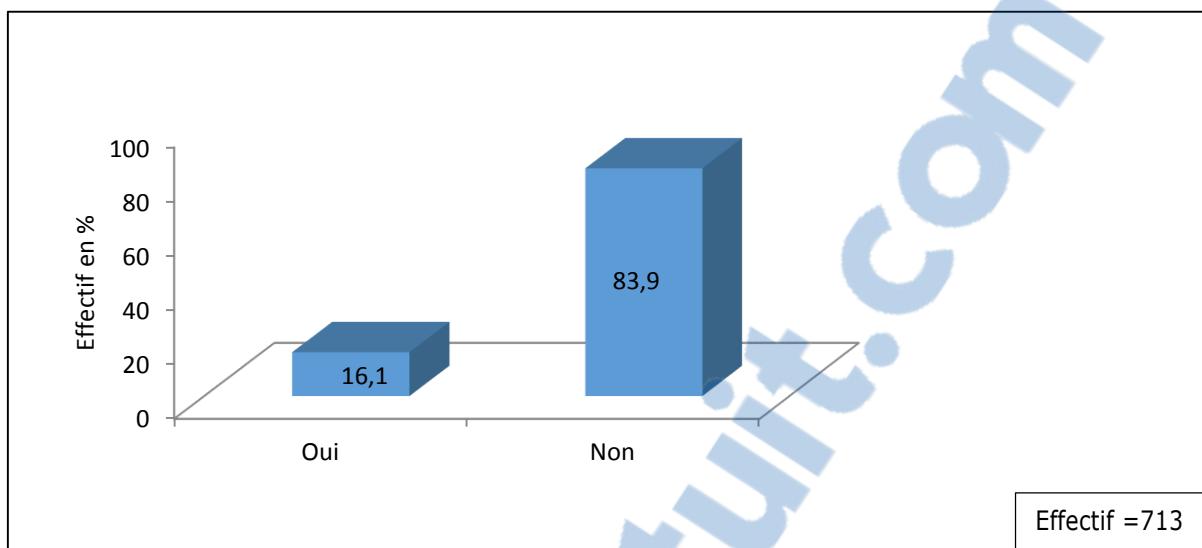


Figure 25 : Vous êtes-vous déjà rendu sur un site de vente en ligne ?

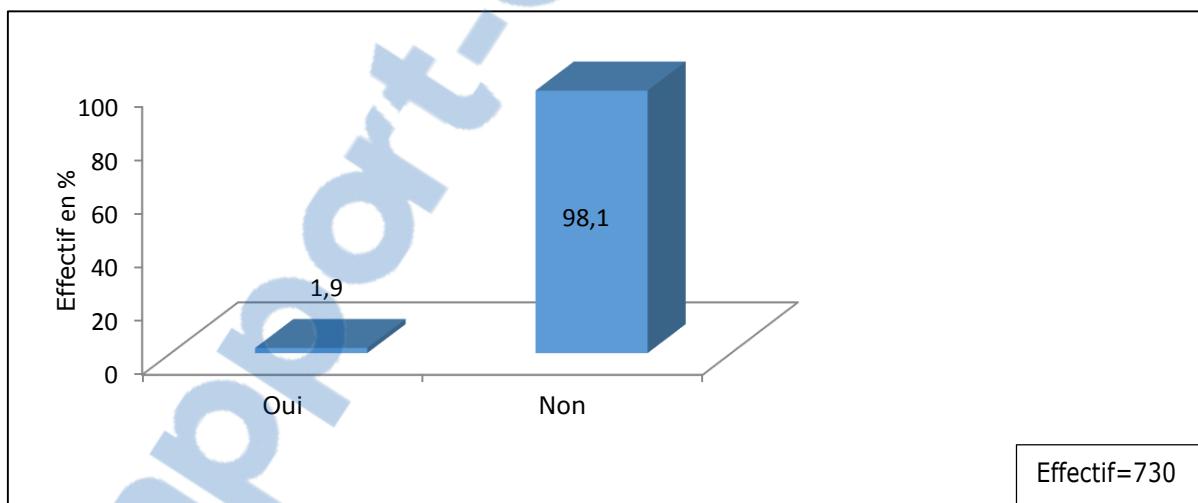


Figure 26 : Avez-vous déjà acheté des médicaments en ligne?

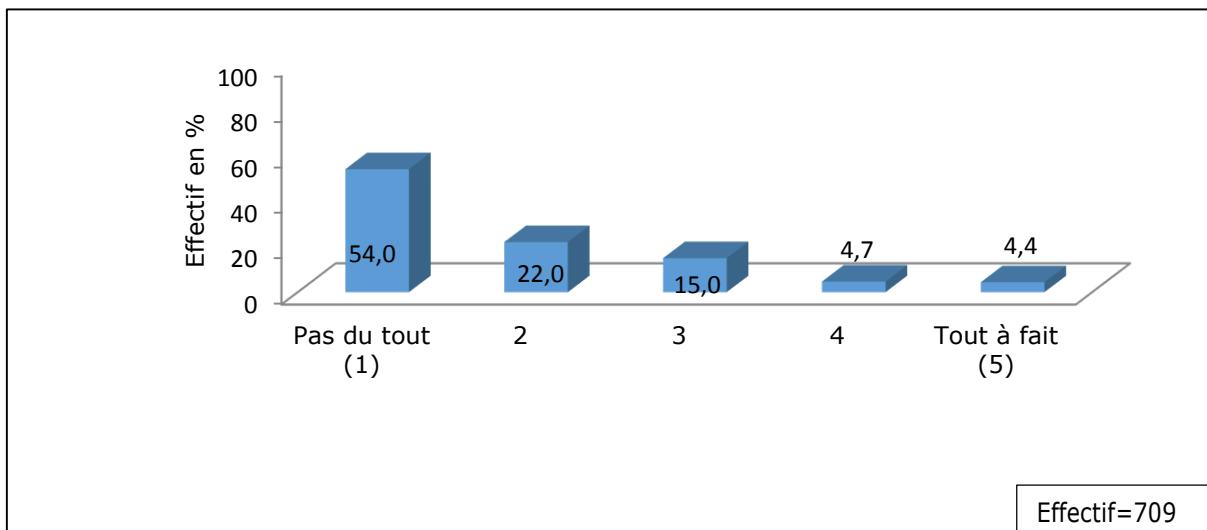


Figure 27 : Avez-vous été informé de l'autorisation des officines à l'ouverture d'un site de vente en ligne de médicaments?

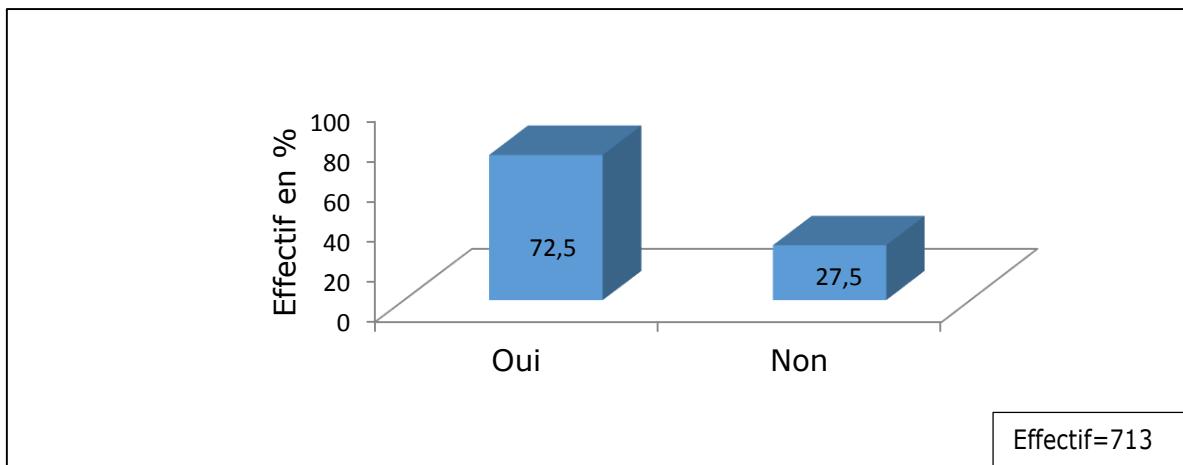


Figure 28 : Pensez-vous qu'il est possible de vérifier qu'un site de vente en ligne de médicaments est légal?

### 2.3.7. Les attentes des répondants

#### a) Concernant les informations autour des sites

Le but de cette thèse n'est pas seulement de faire une étude de marché afin de connaître les futurs attentes des patients en terme de vente en ligne de médicaments; mais aussi d'aider les pharmaciens souhaitant se lancer dans le projet de création de site, afin de leur permettre de faire un site « parfait » aux yeux de leurs patients.

Selon les répondants, les autorités de santé et les pharmaciens se doivent de donner des informations sur les médicaments vendus en ligne. Ils estiment que ce ne sont ni les laboratoires pharmaceutiques, ni les proches et les médias les plus à même de donner les informations relatives à l'ouverture et aux contenus des sites de vente en ligne de médicaments (Figure 29).

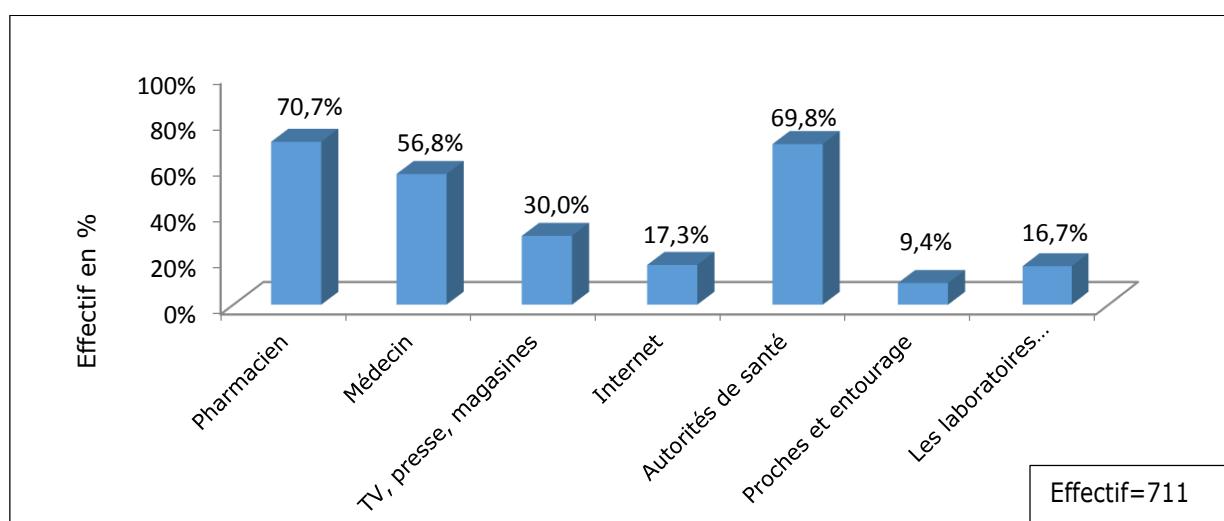


Figure 29 : Sources privilégiées par les répondants concernant la vente en ligne de médicaments

Pour être fonctionnel et rassurant, le site doit contenir trois informations essentielles : les coordonnées de la pharmacie, les logos des organismes de santé attestant la légalité du site et enfin la présence d'informations sur le médicament. En outre, le site ne doit pas mettre de la publicité sur son site, faire de promotion ou placer des témoignages de patients (Figure 30).

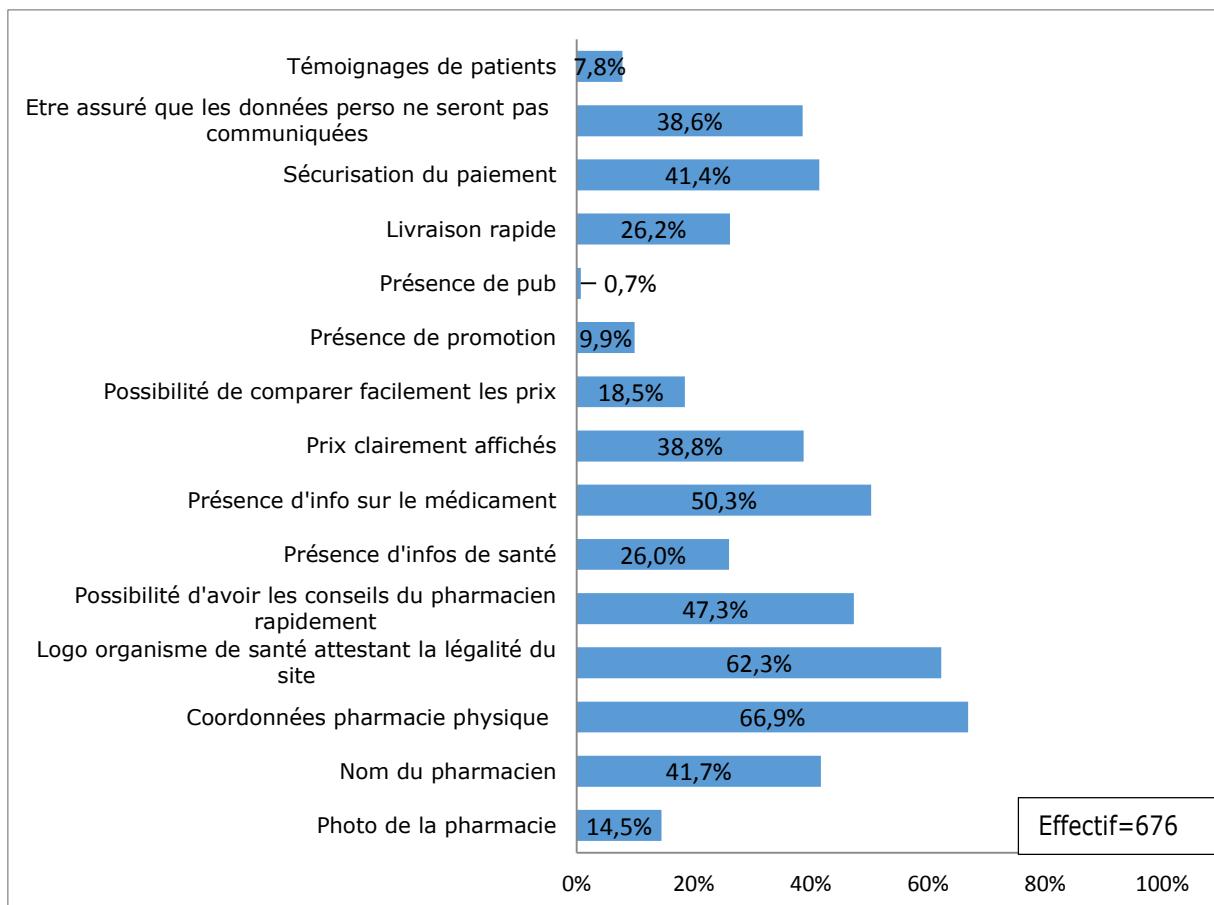


Figure 30 : Éléments que les répondants souhaiteraient voir apparaître sur le site de vente en ligne

### 2.9.2 Concernant le contenu des sites

Connaitre les attentes des patients en terme de contenu des sites est très important pour les pharmaciens qui souhaiteraient se lancer dans la création de leur site. Selon cette étude, avoir un large choix de médicaments ou produits de parapharmacie connus est déterminant pour effectuer son achat sur un site plutôt qu'un autre (Figure 31).

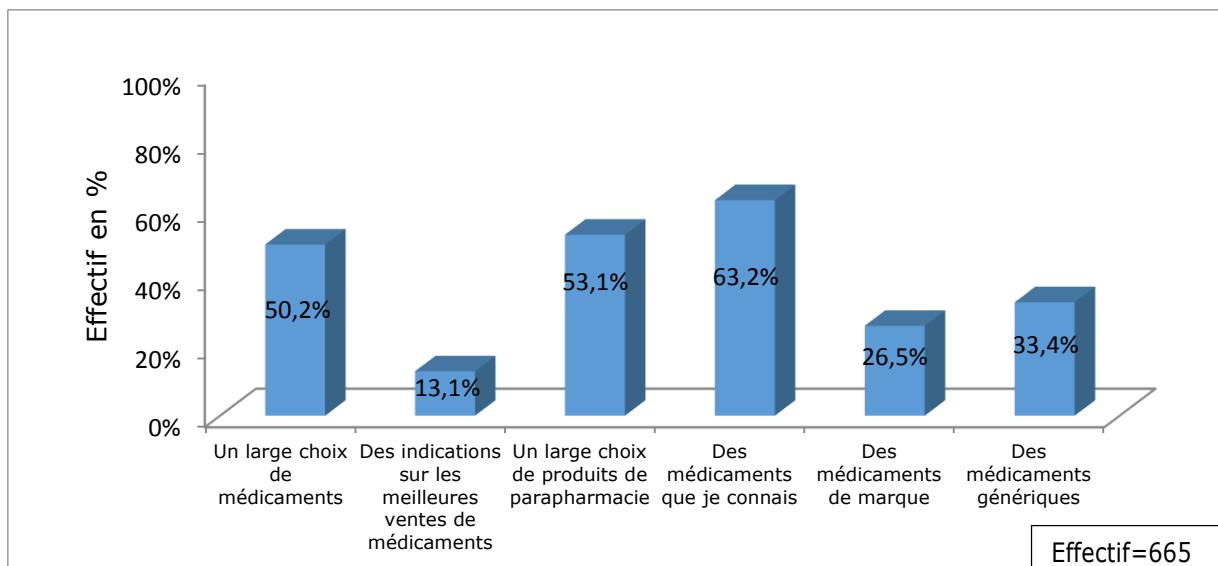


Figure 31 : Les priorités des répondants concernant les offres présentent sur le site

Afin d'avoir une vue d'ensemble des produits que souhaitent retrouver les répondants sur le site : il leur a été demandé d'attribuer à chaque produit (médicaments sans ordonnance, sur ordonnance..), une note, de 1 (signifiant que le patient n'est pas du tout prêt à acheter ce type de produit en ligne) à 5 (le patient est tout à fait prêt à acheter ce produit en ligne). Il en résulte que le patient serait prêt à acheter des produits de parapharmacie (hygiène et cosmétiques) et médicaments sans ordonnance, sur un site de vente en ligne de médicaments.

En outre, le fait d'acheter des médicaments sur ordonnance est, pour le patient français, peu concevable (Figure 32).

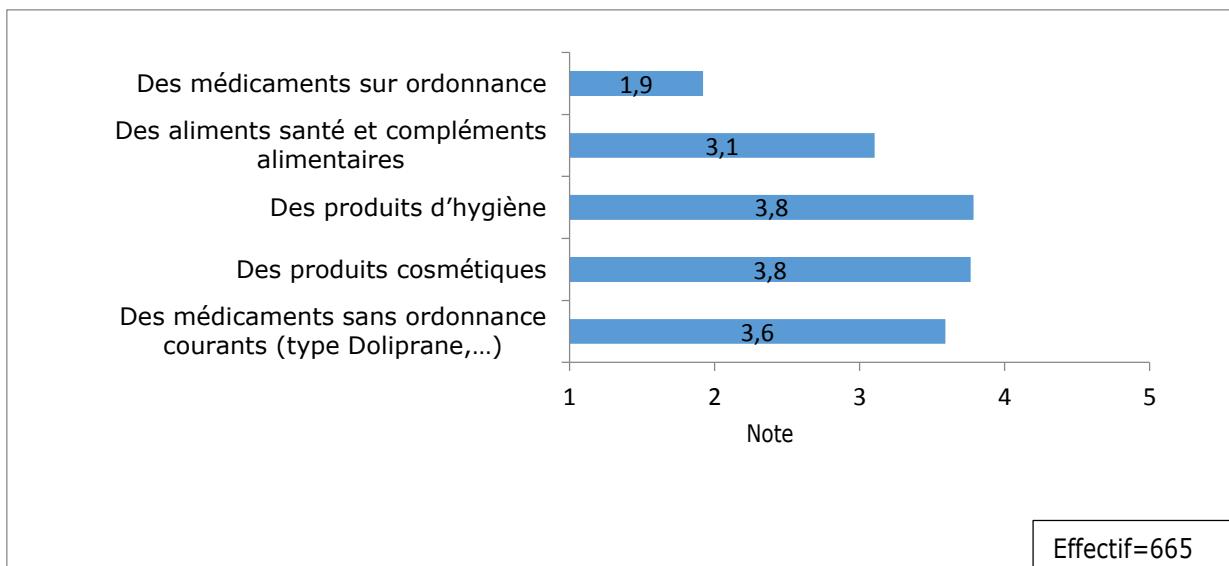


Figure 32 : Produits privilégiés pour l'achat en ligne

Nous nous sommes ensuite intéressés aux circonstances d'achat des médicaments chez les patients français. Nous leur avons demandé d'attribuer une note allant de 1 (pas du tout) à 5 (tout à fait), concernant les circonstances d'achat de médicaments. Il s'avère que les répondants seraient prêts à acheter des médicaments en ligne s'ils étaient dans l'incapacité de se déplacer. Pour toutes autres circonstances (acheter des produits pour un proche, préparer sa trousse de voyage ou autres), les répondants préfèrent se rendre en pharmacie directement (Figure 33).

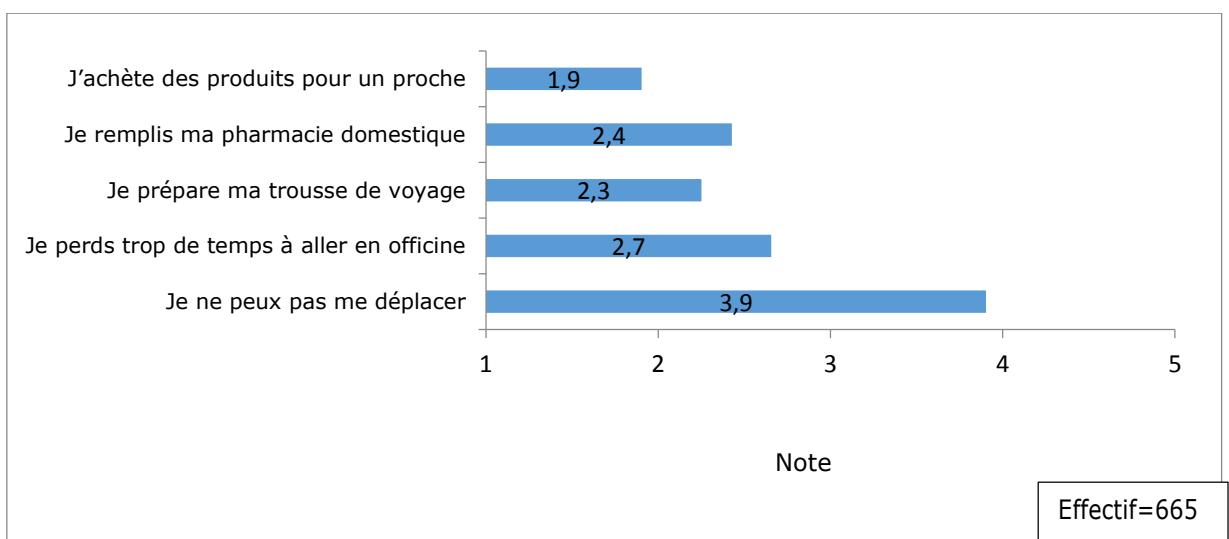


Figure 33 : Circonstances d'achat de médicaments en ligne

En conclusion, les répondants ne semblent pas informés de l'autorisation d'ouverture des sites de vente en ligne. Ils souhaiteraient que les pharmaciens et autorités de santé divulguent l'information. Si un pharmacien souhaite construire son site de vente en ligne, il ne doit pas, selon les répondants, apposer de promotions, de publicité ou encore de témoignage sur son site. Ce site doit être complet d'un point de vue informatif sur le médicament et l'officine mettant en vente les produits. Les répondants ont confiance envers les produits qu'ils connaissent, ils préfèrent donc acheter des médicaments et produits de parapharmacie connus, sur les sites. Il semble inconcevable pour eux de mettre à disposition des patients, des médicaments de prescription médicale obligatoire sur les sites.

### 2.3.8. Avantages et inconvénients de la vente en ligne de médicaments perçus par les patients

Toujours sur le même principe, nous avons demandé aux répondants de donner une note allant de 1 (peu avantageux) à 5 (très avantageux) aux affirmations présentées sur le questionnaire.

Les répondants perçoivent certains avantages à la vente en ligne de médicaments tels que les prix réduits et le temps gagné sans avoir besoin de se déplacer. Cependant, il est nécessaire pour eux de bénéficier du conseil du pharmacien concernant les produits achetés (Figure 34).

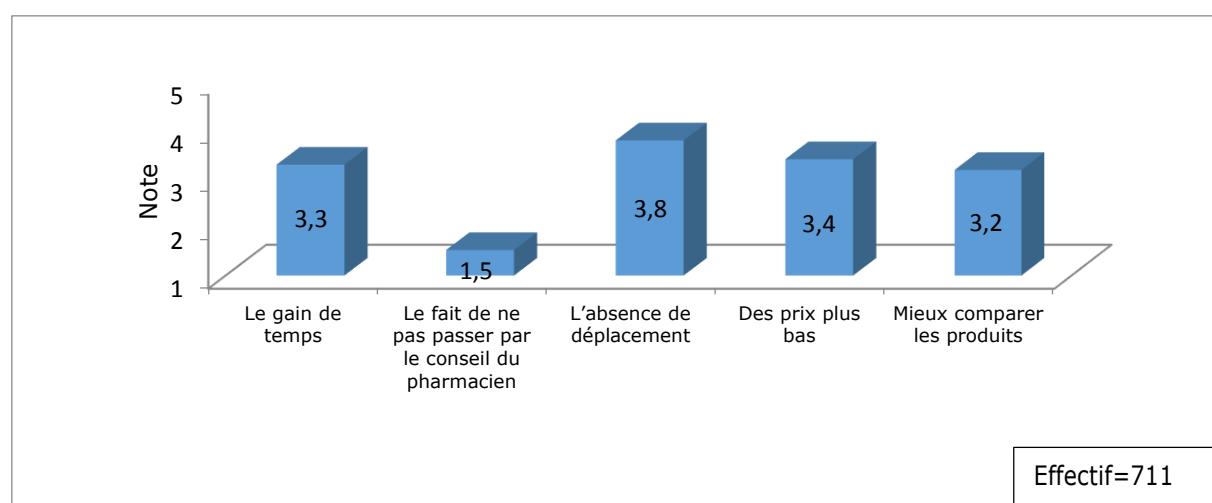


Figure 34 : Avantages perçus de la vente en ligne de médicaments

Nous avons ensuite demandé aux répondants de donner une note allant de 1 (peu d'inconvénient) à 5 (beaucoup d'inconvénients) aux affirmations présentées sur le questionnaire.

Concernant les inconvénients, l'insécurité probable de la vente de médicaments en ligne est la principale réticence des répondants face à ces achats. (Figure 35).

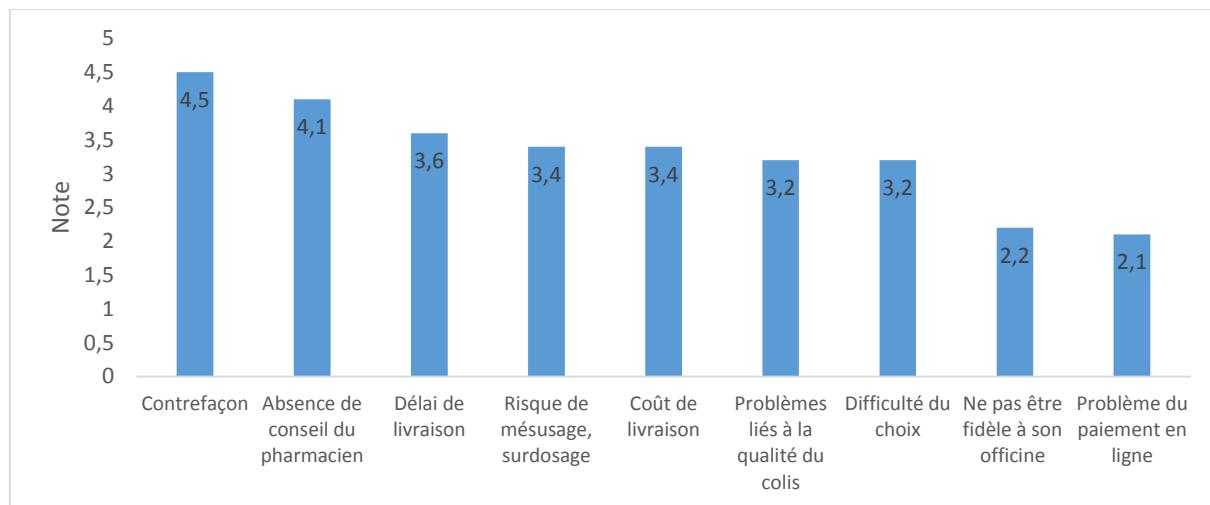


Figure 35 : Inconvénients de la vente en ligne de médicaments perçus par les répondants

Le temps est un facteur essentiel dans l'achat de médicaments sur internet. En effet, si les sites de vente en ligne de médicaments permettent de gagner du temps dans l'achat de médicaments, c'est aussi une contrainte puisque le délai de livraison est toujours important (minimum 24h, hors de Paris).

Le manque d'information donnée par les autorités autour des sites de vente en ligne est un réel inconvénient puisque pratiquement tous les répondants sont inquiets concernant la contrefaçon des médicaments vendus en ligne.

### 3. Etude de trois sites auprès des 772 répondants

Trois sites ont été présentés aux 772 répondants. Le but de cette démarche étant de mesurer l'intérêt des sites auprès des répondants, d'évaluer leur perception et le degré de confiance qu'ils accordent aux sites. Les répondants n'ayant eu aucune information concernant la légalité des sites présentés.

#### 3.1. Lasanté.net



Figure 36 : Site de vente en ligne de médicaments : Lasanté.net

Le site de lasanté.net est un site dit « réglementé » d'après la loi française en vigueur (voir chapitre 2 « Autorisation d'ouverture d'un site ») (Figure 36). 740 personnes sur 772 ont répondu à la question « à première vue, vous diriez que ce site est ? » (Figure 37). La réponse « non pas du tout » correspond à la note 1, « plutôt non » correspond à la note 2, « cela dépend » la note 3, « plutôt oui » la note 4 et « tout à fait » la note 5. En moyenne, le site paraît surtout « compréhensible », « clair » et « attrayant ». Les répondants font confiance à ce site, seulement grâce à la première vision.

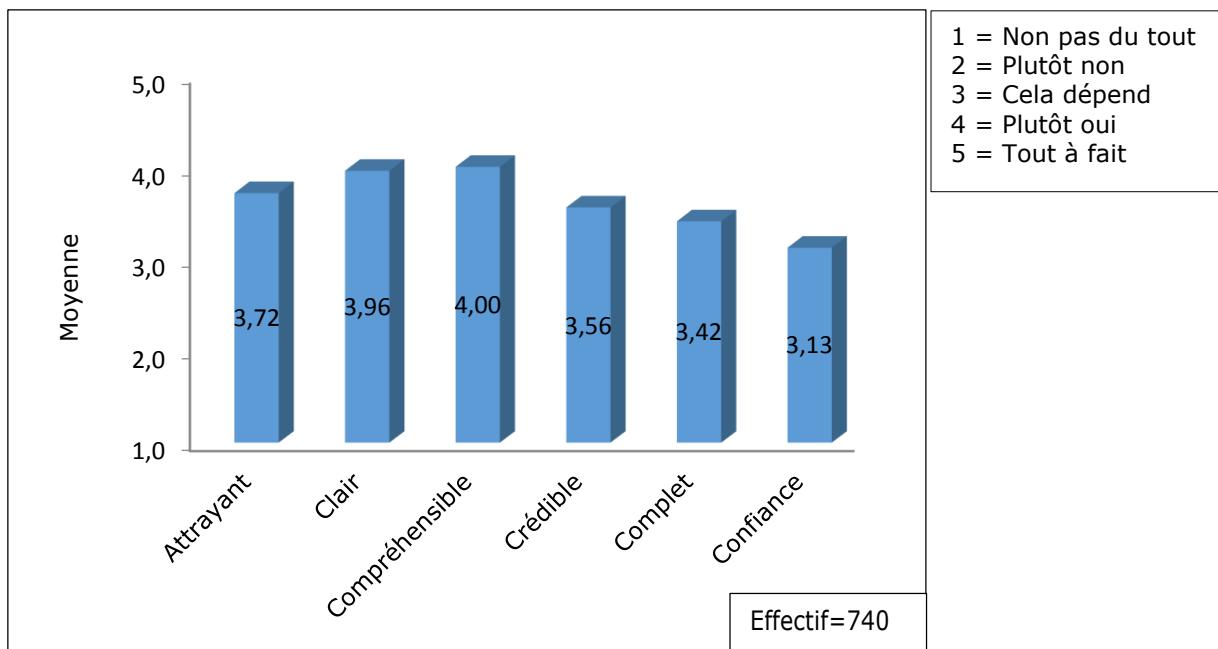


Figure 37 : Perception du site Lasanté.net

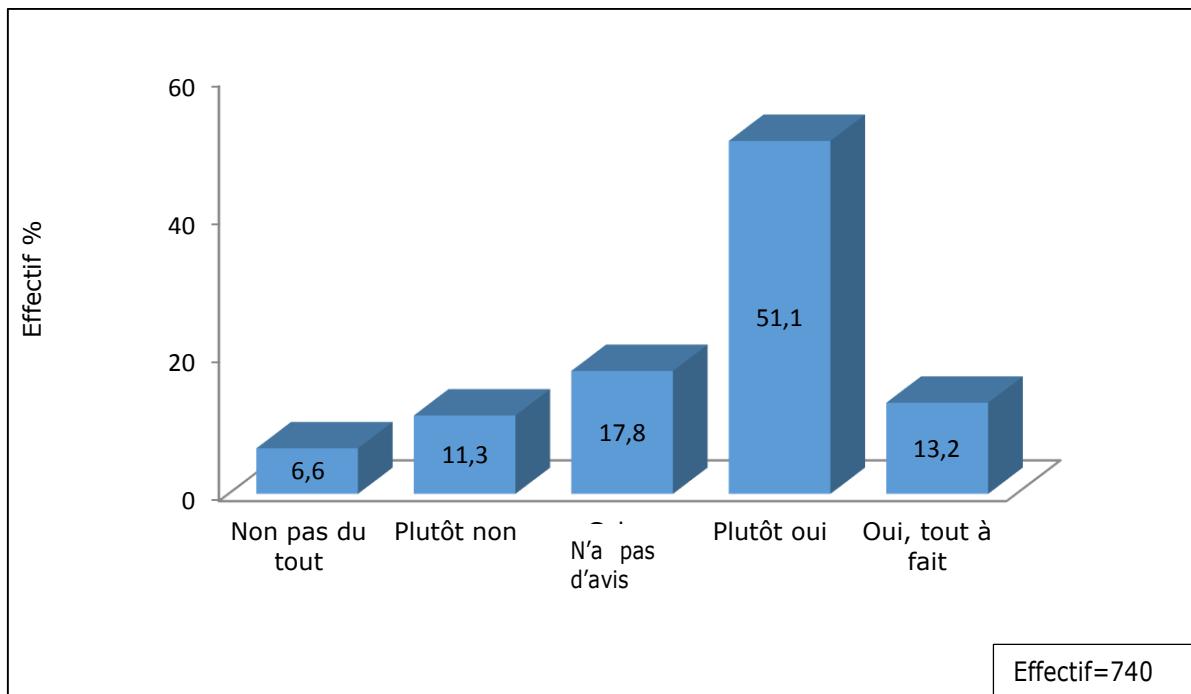


Figure 38 : Le site vous donne-t-il envie d'aller plus loin?

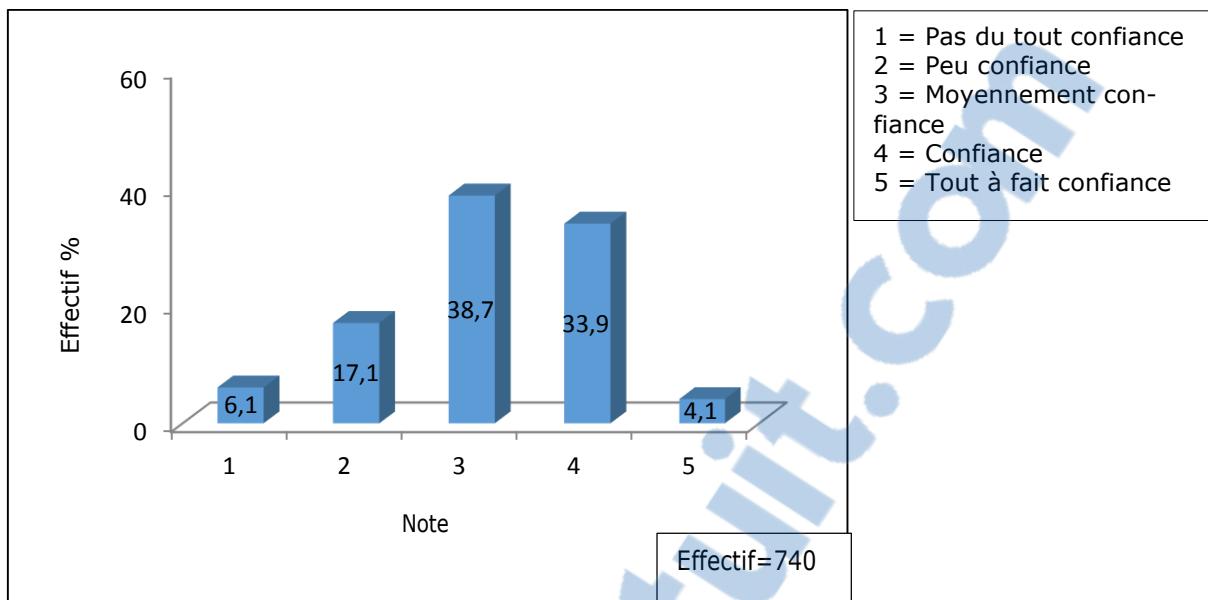


Figure 39 : Le degré de confiance accordée aux informations relayées par le site la-sante.net

Pour la moitié des répondants, le site donne envie d'aller plus loin, (Figure 38) même si seulement 34% des répondants confiance au site (Figure 39). En conclusion, même si le site est légal et très bien présenté (de façon claire, attrayante et compréhensible), les répondants n'ont pas totalement confiance en ce site. La suite de cette thèse répondra à la question « pourquoi les répondants n'ont pas une confiance aveugle par rapport au site légal de vente en ligne de médicaments ? ».

### 3.2. Pharmashopi



Figure 40 : Le site pharmashopi présenté aux 772 répondants

Le site pharmashopi est un site légal (selon la définition des autorités mentionnée au chapître 2) (Figure 40). La majorité des répondants ont une première impression négative du site, le trouvant peu clair, peu compréhensible, peu crédible et plutôt non attrayant (Figure 41)

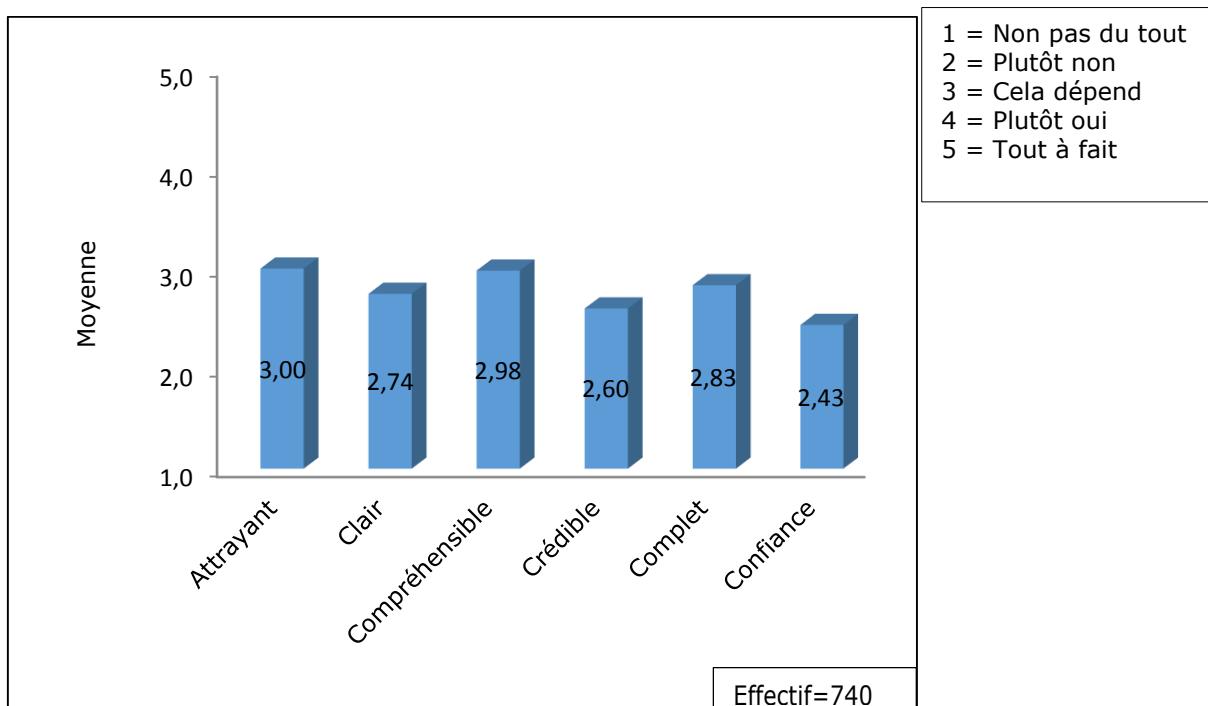


Figure 41 : Perception du site par les répondants

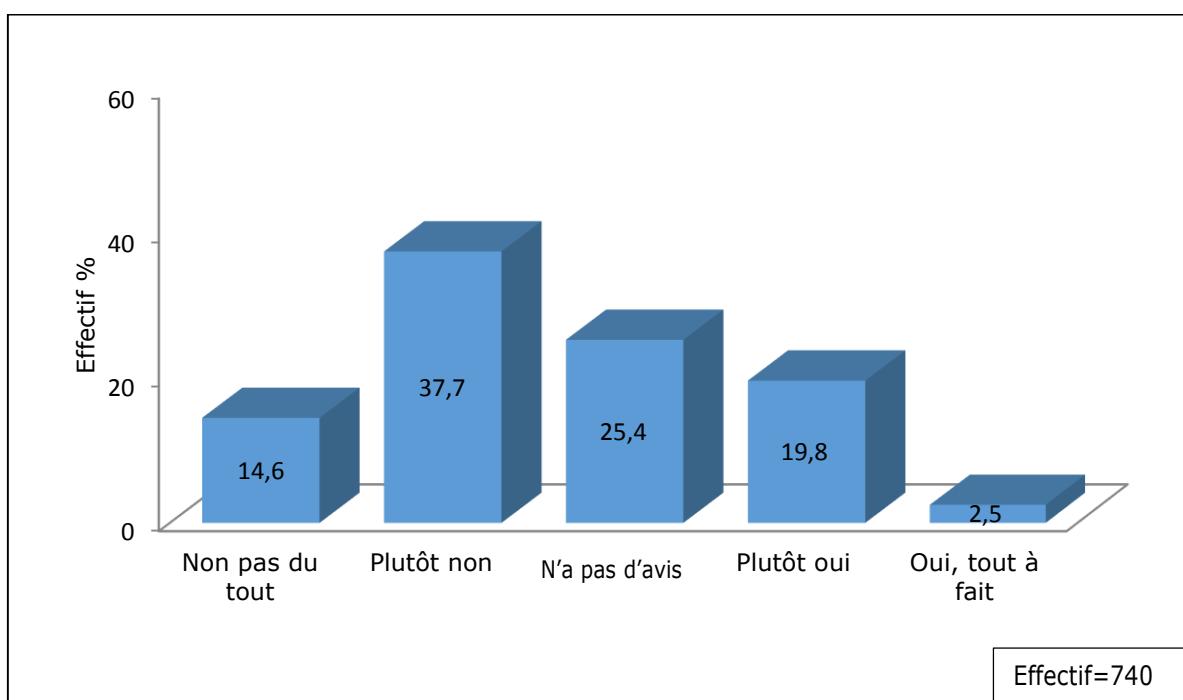


Figure 42 : Le site vous donne-t-il envie d'aller plus loin?

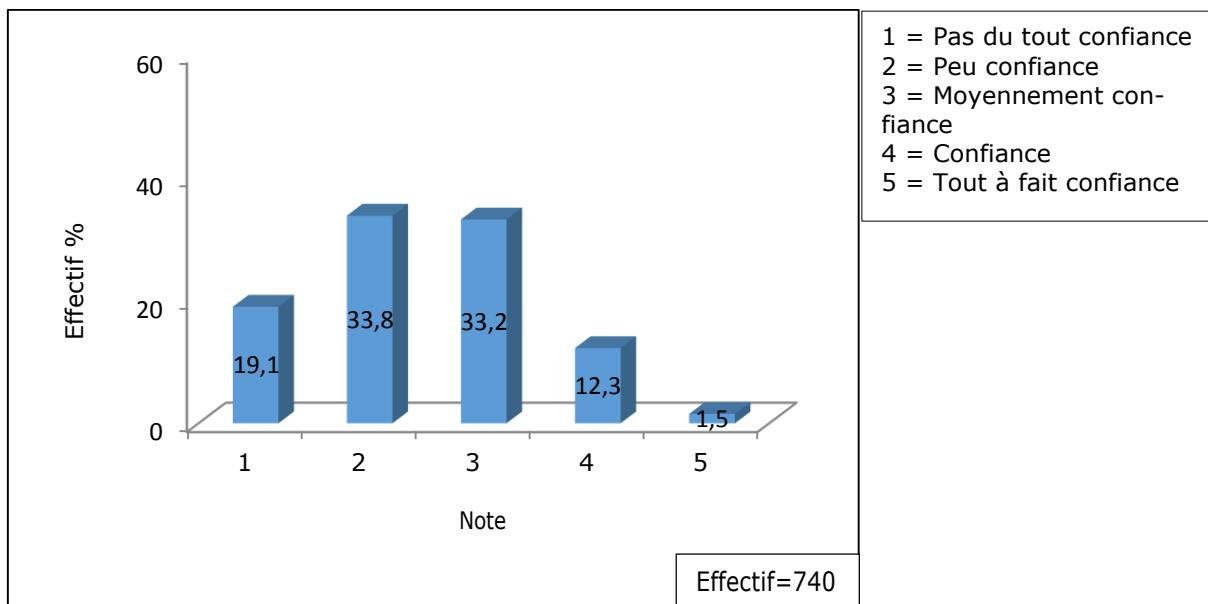


Figure 43 : Degré de confiance accordée aux informations relayées par le site

Près de 40% des répondants ne souhaitent pas continuer de naviguer sur le site (Figure 42). La page d'accueil est donc essentielle pour établir la confiance avec le consommateur. Il est nécessaire de présenter une page claire, attrayante et compréhensible pour gagner la confiance du patient (la moitié des répondants ont peu ou moyennement confiance dans ce site). (Figure 43)

### 3.3. Pharmacie en ligne en France



Figure 44 : Site lapharmacieenligneenfrance



Le site pharmacie en ligne en France est un site illégal d'après la définition faite au chapitre 2. (Figure 44). La réponse des répondants concernant leur perception du site est simple : le site leur paraît ni complet, ni crédible ni clair ni compréhensible et ni attrayant (Figure 45).

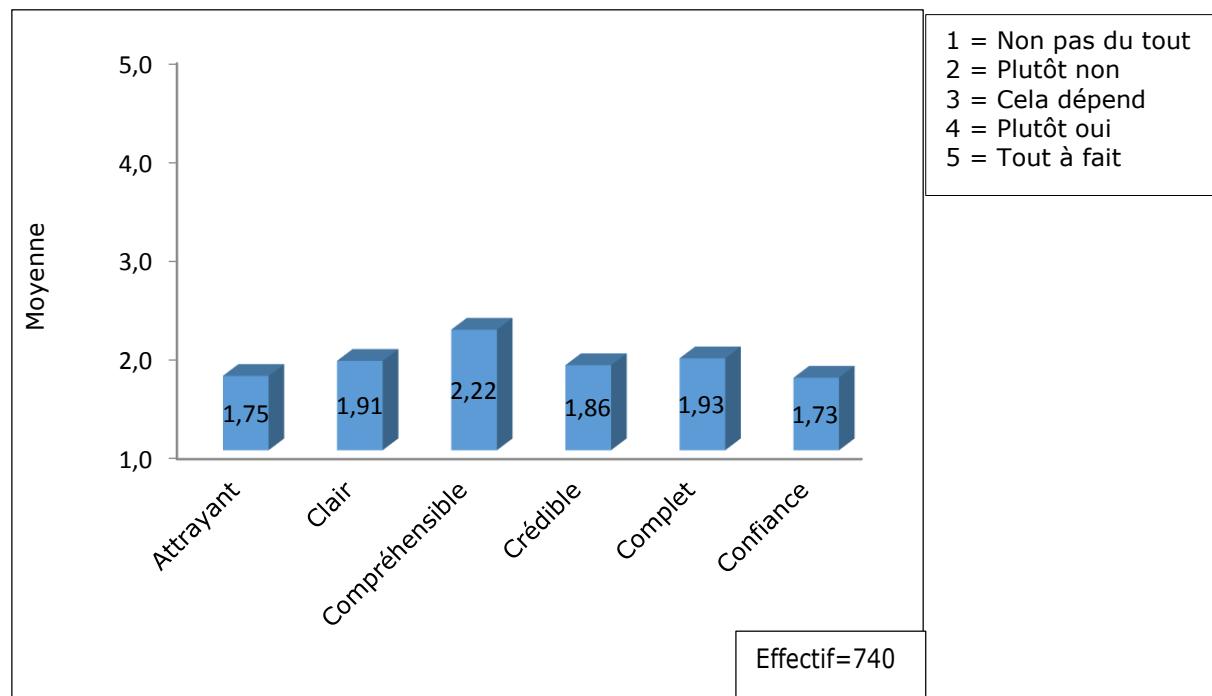


Figure 45 : Perception du site par les répondants

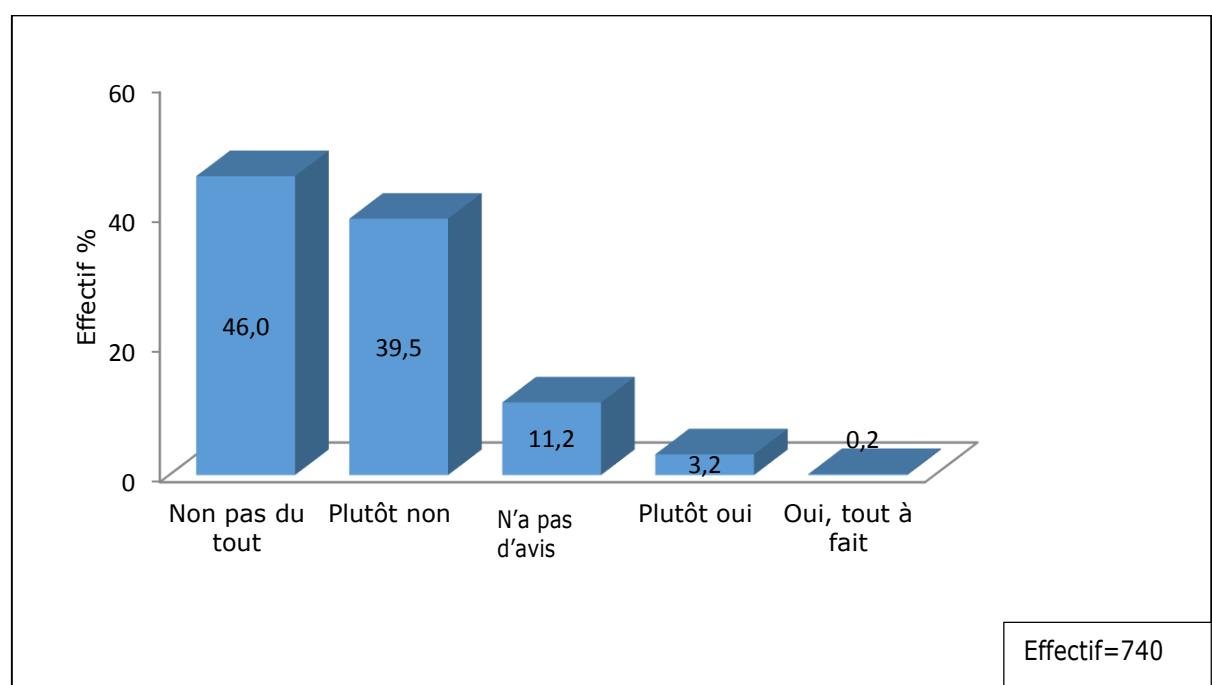


Figure 46 : Le site vous donne-t-il envie d'aller plus loin ?

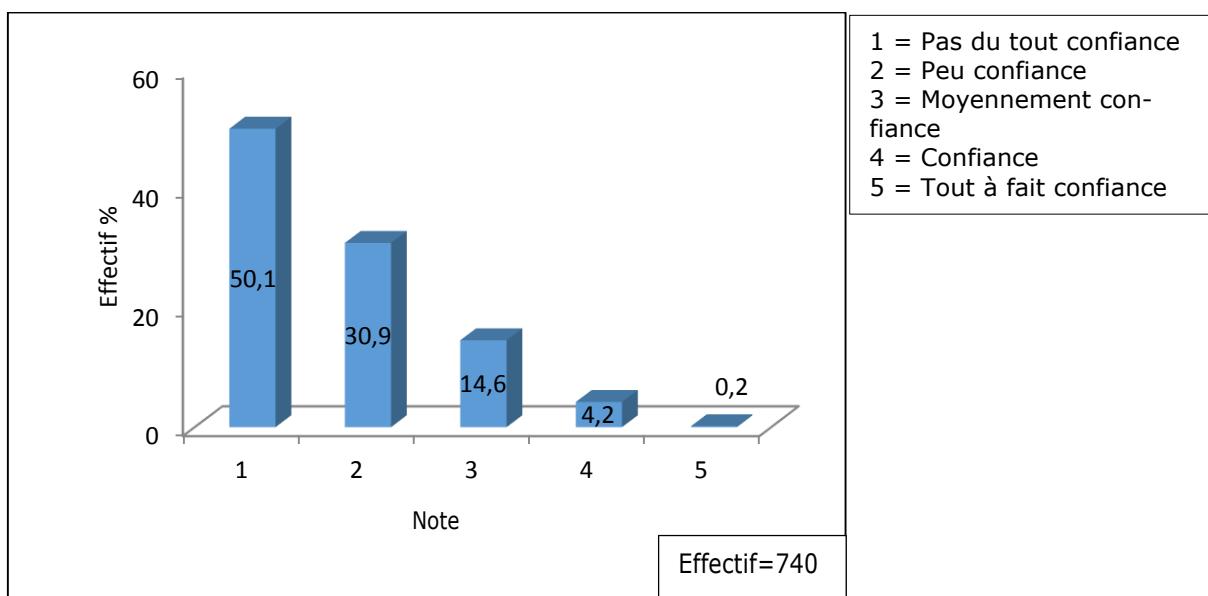


Figure 47 : Degré de confiance accordé par les répondants envers les informations délivrées

La majorité des répondants n'iront pas plus loin sur le site, puisqu'ils ne font pas du tout confiance à Pharmacies en ligne en France (Figures 46, 47).

### 3.4. Conclusions

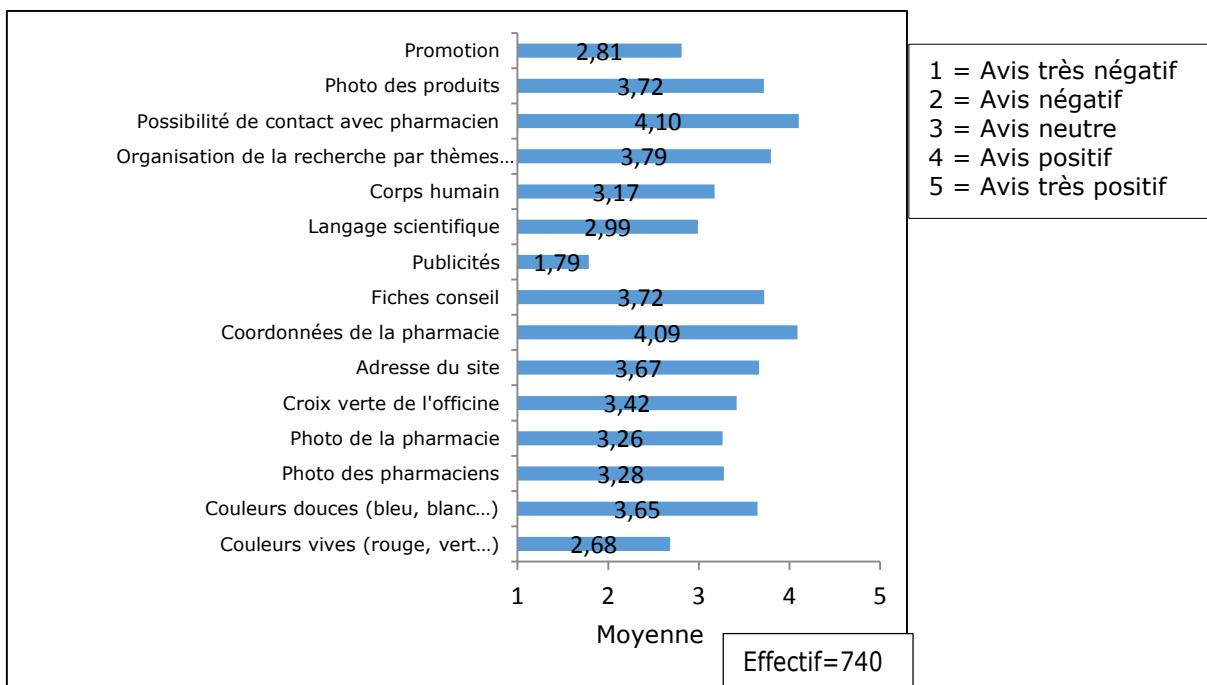


Figure 48 : Evaluation des différents éléments présents sur les sites

Sur tous les sites présentés, seul lasanté.net inspire réellement confiance aux consommateurs puisque le site paraît, à première vue, clair, compréhensible et complet (contrairement aux sites pharmacies en France et Pharmashopi). Cependant, des éléments positifs sont ressortis de l'étude des trois sites. En effet, avoir la possibilité de contacter le pharmacien et avoir les coordonnées de la pharmacie sont des critères permettant aux consommateurs de se projeter dans un futur achat sur les sites présentés. Les publicités, promotions et le langage scientifique effraient les potentiels acheteurs (Figure 48)

## 4. Les répondants face à la vente en ligne des médicaments

### 4.1. Etude de la perception des sites de vente en ligne des médicaments par les répondants

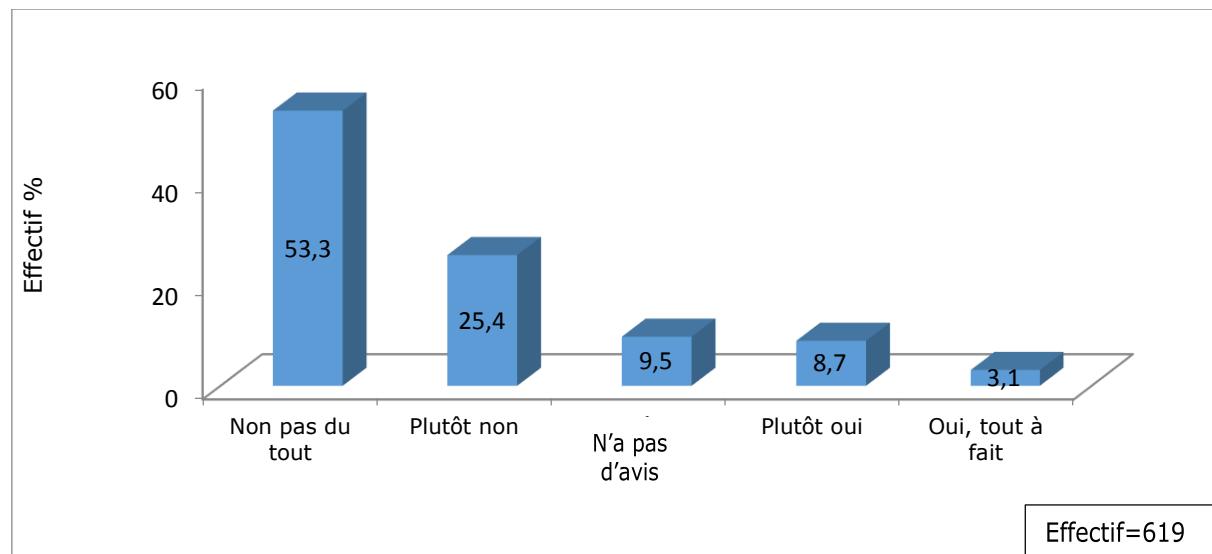


Figure 49 : Pensez-vous que les sites internet de vente en ligne de médicaments devraient proposer des médicaments sur ordonnance?

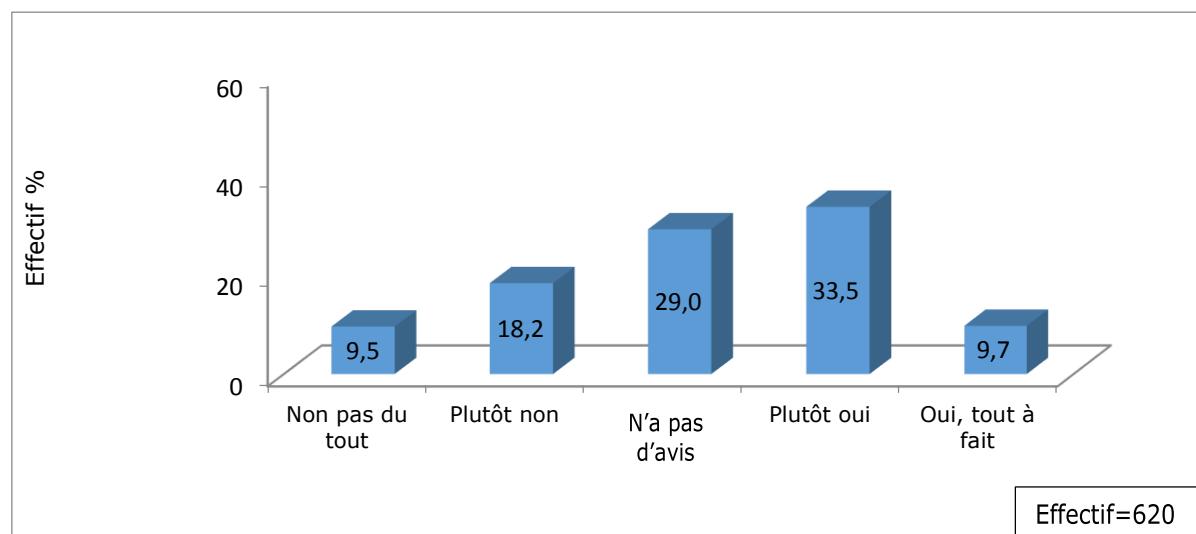


Figure 50 : A l'avenir pensez-vous que la vente en médicaments en ligne pourrait conduire à une baisse des prix en officine ?

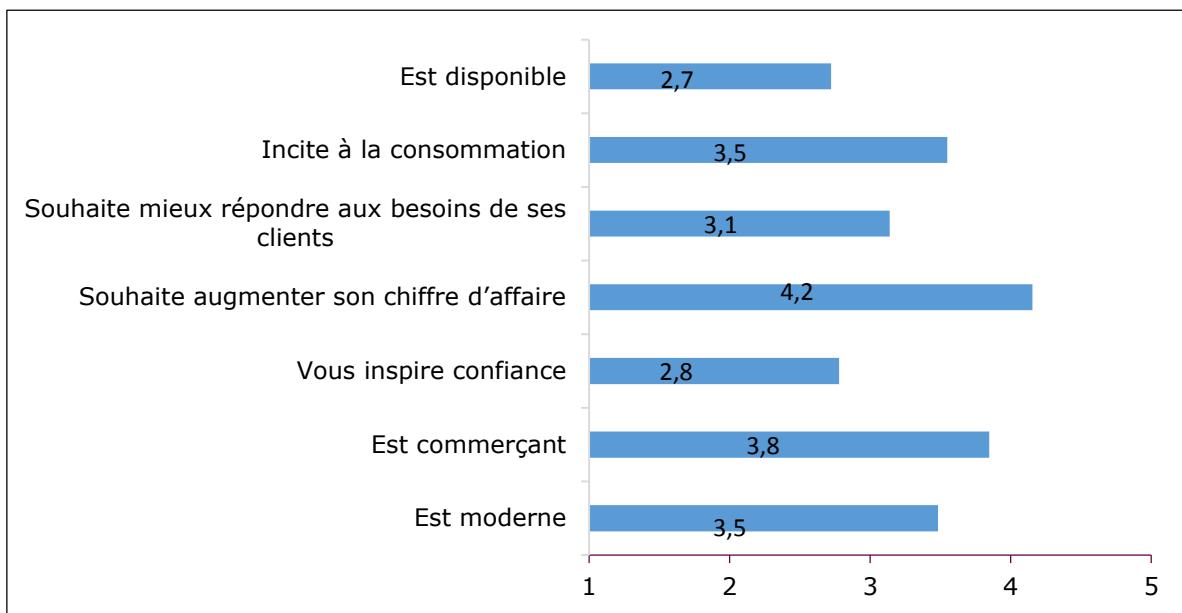


Figure 51 : Perception d'un pharmacien ayant un site de vente en ligne par les répondants

Concernant une potentielle vente de médicaments soumis à prescription médicale obligatoire, plus de 50 % des personnes interrogées n'y seraient pas favorables (Figure 49).

De plus, d'un point de vue économique, plus de 30 % des personnes interrogées pensent que la vente en ligne de médicaments conduira à une baisse des prix pratiqués en officine (Figure 50) et que c'est un outil supplémentaire à disposition des pharmaciens afin d'accroître son chiffre d'affaire (Figure 51).

Les patients perçoivent la vente en ligne de médicaments plutôt de façon négative, ils ne semblent pour le moment pas ou peu intéressés.

#### 4.2. Etude du comportement des répondants face à la vente en ligne des médicaments

Les éléments présentés aux patients vont-ils influencer leurs comportements? La question est maintenant de savoir si les patients, une fois informés sur la vente en ligne des médicaments, vont vouloir réaliser des achats.

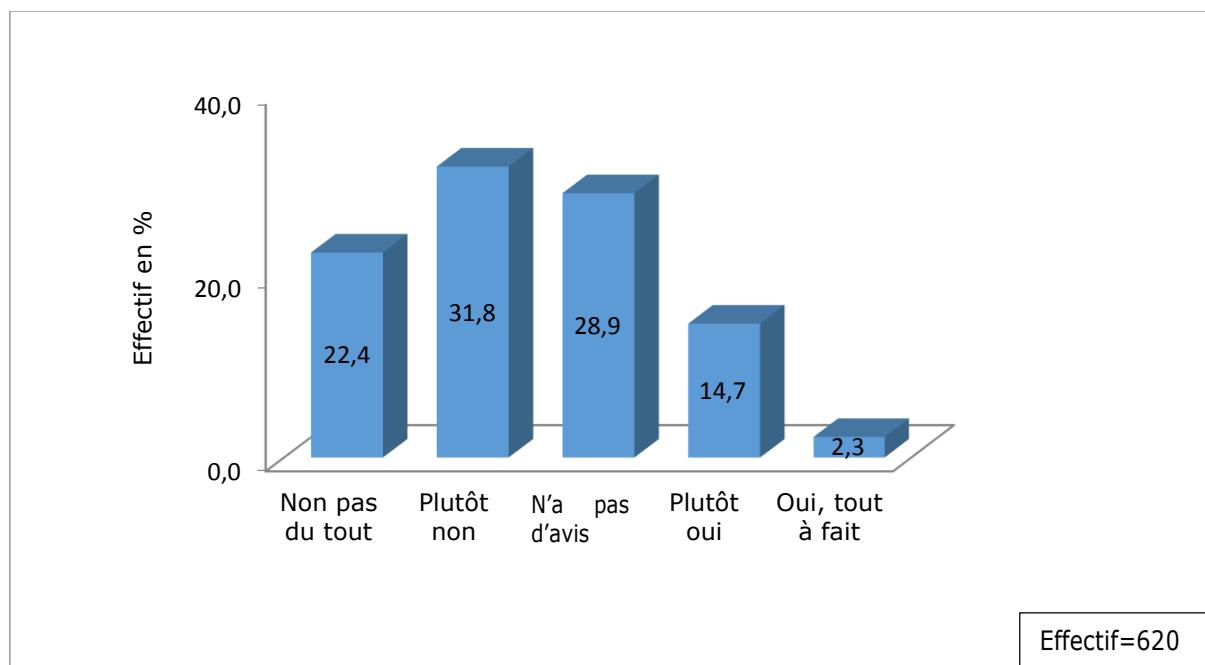


Figure 52 : Envisageriez-vous d'acheter des médicaments sur internet suite à ce questionnaire ?

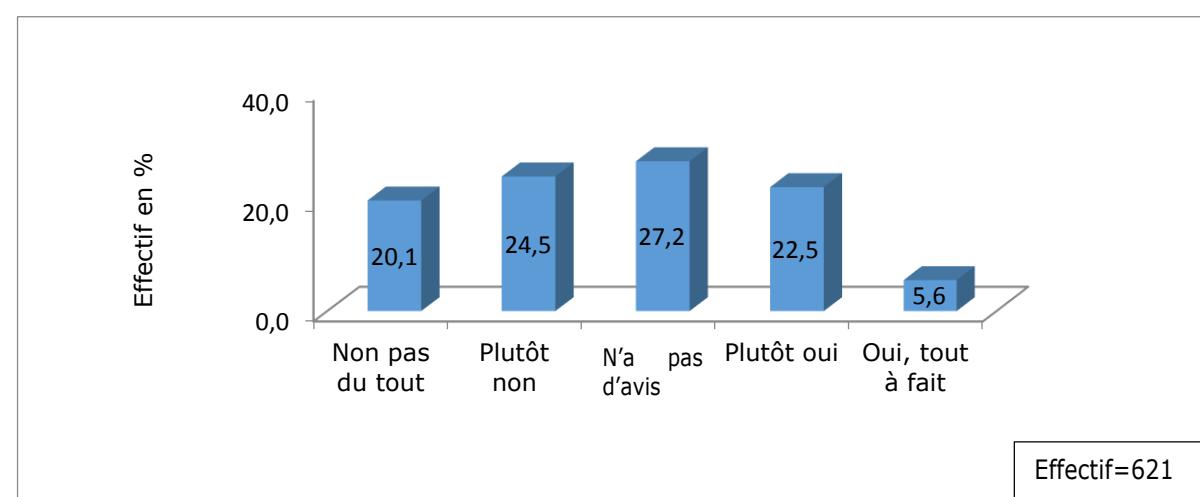


Figure 53 : Envisageriez-vous d'acheter des médicaments sur internet si votre pharmacie habituelle en possédait un ?

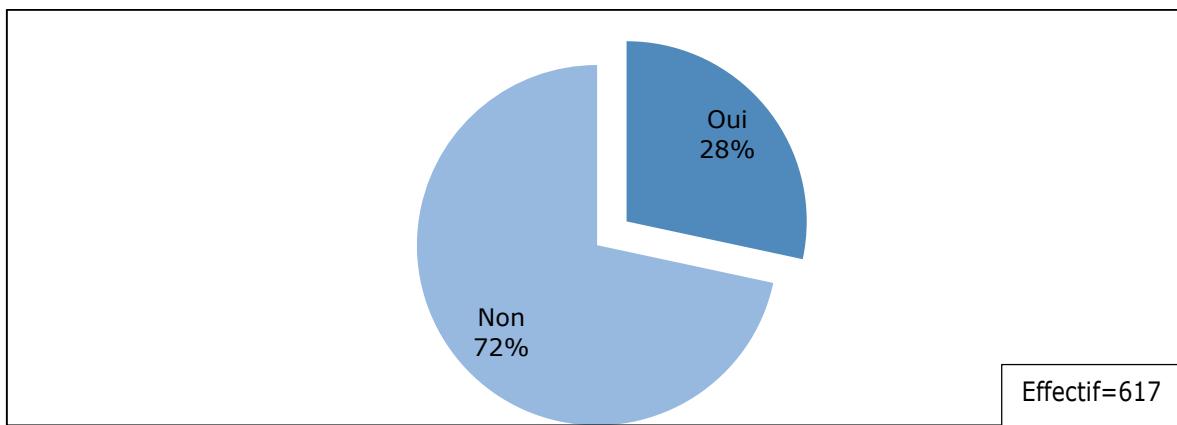


Figure 54 : Demanderez-vous à votre pharmacien s'il possède un site de vente en ligne?

Aujourd’hui, la plupart des répondants à l’étude (plus de 50%) ne seraient pas encore prêts à acheter des médicaments sur internet. En revanche, 17% des patients seraient prêts à franchir le pas (Figure 52). Dans le cas où les patients apprennent que leur pharmacien tient ce site de vente en ligne, ils sont 28 % à souhaiter acheter des médicaments sur le site (Figure 53). Cependant, les trois quarts des patients ne demanderont pas à leur pharmacien si ils possèdent un site de vente en ligne, soit parce qu’ils n’osent pas, soit parce que ça ne les intéresse pas (Figure 54).

#### 4.3. Le profil de l'acheteur type de médicaments en ligne

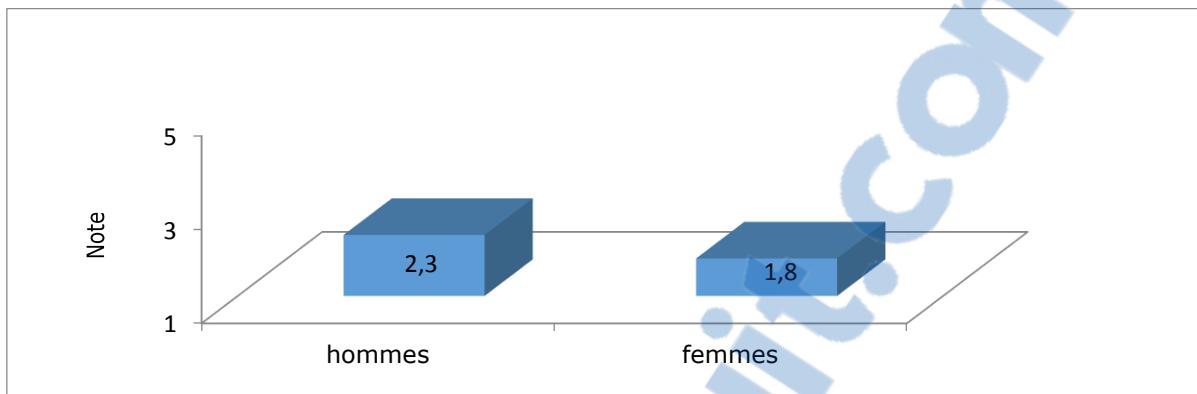


Figure 55 : Proportion hommes/femmes souhaitant par la suite acheter des médicaments en ligne

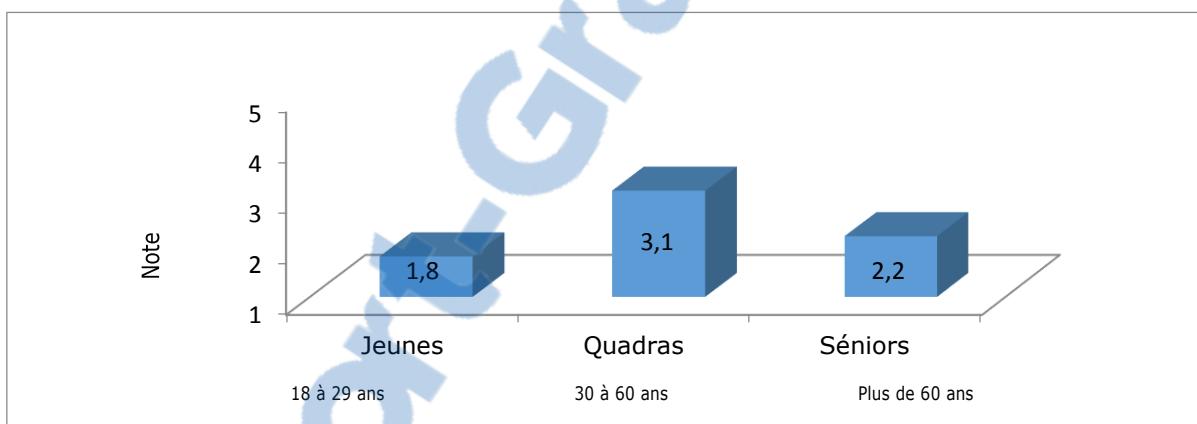


Figure 56 : Classes d'âge souhaitant par la suite acheter des médicaments en ligne

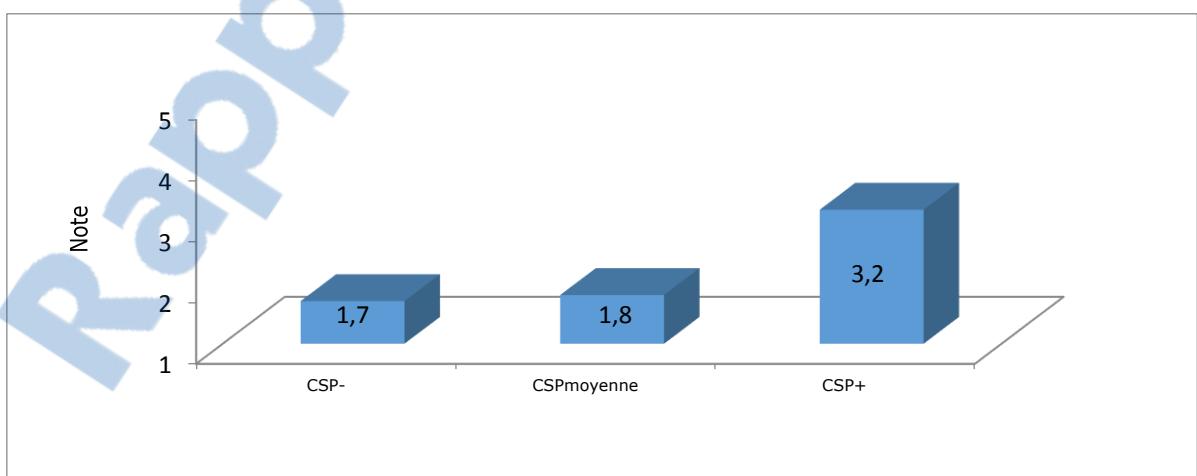


Figure 57 : Proportion des CSP (catégorie socio-professionnel) souhaitant acheter des médicaments en ligne (voir p40 définition CSP)

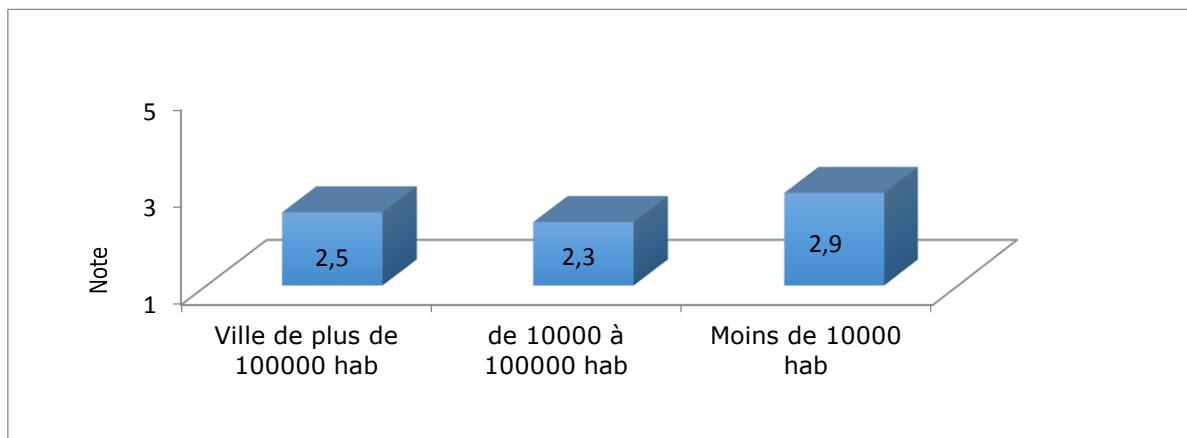


Figure 58 : Proportion de répondants souhaitant acheter des médicaments en ligne selon leur emplacement géographique

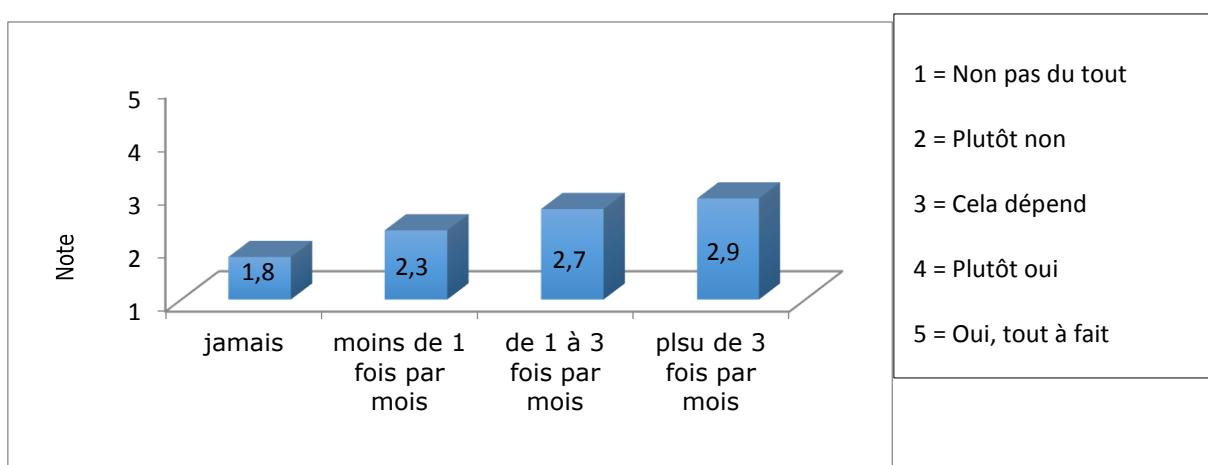


Figure 59 : Répondants souhaitant acheter des médicaments en ligne en fonction de leur fréquence d'achat en ligne

Les hommes sont plus partants que les femmes pour acheter des médicaments en ligne (Figure 55) mais restent tout de même septique quant à la sécurité d'achat des médicaments en ligne. La figure 55 le démontre puisqu'à la question « Envisageriez-vous d'acheter des médicaments en ligne ? » avec, en réponses des notes variant de 1 « Non pas du tout » à 5 « Oui, tout à fait », en moyenne les hommes ne sont « plutôt pas tentés » par l'achat de médicaments tandis que les femmes ne sont « pas du tout tentées ». Les femmes pensent qu'à l'avenir cela sera impactant sur le rôle du pharmacien. Les « quads » (30-60) sont plus tentés par l'achat de médicaments en ligne que les jeunes (18-25).

29 ans) ou les séniors (plus de 60 ans) (figure 56). Les CSP+ (catégorie socio-professionnelles élevées) sont les plus enclins à acheter en ligne (Figure 57) et souhaiteraient pouvoir acheter des médicaments en grande et moyenne surface. Les consommateurs vivant en milieu rural sont plus enclins à acheter des médicaments en ligne s'ils connaissent le pharmacien rattaché au site (Figure 58). Enfin, les patients achetant régulièrement sur internet sont les plus intéressés par la vente en ligne de médicaments (Figure 59).

L'acheteur potentiel de médicaments sur la toile a un profil atypique que l'on pourrait appeler : le « gentleman farmer ». En effet, il s'agirait d'un homme, cadre, entre 35 et 50 ans, vivant en milieu rural, achetant souvent sur internet et qui soutient la vente en grande et moyenne surface.

On pourrait penser que ce patient est un « lead user », quelqu'un qui aime les nouvelles technologies et communique beaucoup autour des nouveautés. Cependant, concernant la vente en ligne de médicaments, ce ne sera pas le cas puisque la santé n'est pas un sujet qui l'intéresse et qu'il achète très peu d'OTC en général. On peut donc penser que ce patient atypique n'achètera pas de médicaments en ligne.

#### **4.4. Recommandations pour créer un site « idéal » de vente en ligne de médicaments**

L'étude qualitative et quantitative a permis de mieux comprendre les attentes des patients et les réticences actuelles des patients face à la vente en ligne des médicaments. En s'appuyant sur l'ensemble des données récoltées et en les croisant, il a été possible de déceler les éléments essentiels et ceux à éviter sur un site de vente en ligne de médicaments.

Afin de créer un site de vente en ligne qui inspire confiance aux utilisateurs, il faut :

- Choisir un nom qui apporte une caution scientifique au site
- Une charte graphique identique aux couleurs de l'officine, avec des tons verts

- Mettre la croix verte et le caducée de l'officine
- Mentionner la localisation géographique de l'officine sur une carte de France et mettre un lien google earth à disposition des utilisateurs
- Apposer l'adresse et le numéro de téléphone de l'officine physique
- Mettre des photos du pharmacien titulaire et éventuellement de l'équipe officinale
- Faire une rubrique « Textes règlementaires/réglementation encadrant la vente en ligne » pour donner une caution légale
- Mentionner l'agrément par l'ARS
- Mettre en avant de la sécurisation des données personnelles des patients sur un hébergeur certifié

La navigation sur le site doit être intuitive, avec une page peu chargée, sobre avec une police de caractère suffisamment grande pour être visible par tous et une mise à disposition d'un moteur de recherche propre au le site.

Les rubriques imposées par les autorités de santé doivent être présentes : il est indispensable de mettre en avant une rubrique dédiée aux médicaments OTC (les médicaments doivent être classés par symptôme avec une possibilité de présenter les médicaments sous forme de photographie (conditionnement primaire et secondaire). Il est nécessaire d'avoir une rubrique dédiée à la parapharmacie, une aux promotions (uniquement disponible sur le site), une concernant les conseils (possibilité de contacter le pharmacien, établissement de fiches de conseils téléchargeables) et enfin une rubrique pour le compte client. Le pharmacien peut aussi rajouter une rubrique avec des suggestions destinées à accueillir les remarques des clients.

# Etude du suivi des sites sur 6 mois

## 1. Méthodologie

Afin de suivre l'évolution des sites de vente en ligne depuis début 2014, j'ai créé un outil de suivi des sites de vente en ligne (annexe 4).

Celui-ci répertorie les catégories imposées par le ministère de la santé afin de créer un site de vente en ligne réglementé ainsi que les éléments nécessaires à la création d'un site internet de vente de médicaments, à savoir :

- Raison sociale de l'officine
- Nom et prénom des titulaires
- Numéro RPPS
- Coordonnées de l'officine
- Numéro SIRET
- Présence d'information ou logo de l'ANSM
- Présence d'information ou logo du ministère de la santé
- Présence d'information ou logo du CNOP
- Présence d'information ou logo de l'ARS
- Dénomination sociale
- Coordonnées de l'hébergeur
- Rédaction en français
- Espace privée du conseil du pharmacien
- Espace privé pour les commandes « mon panier »
- Onglet spécifique pour le médicament
- Numéro de licence
- Présence de forum (interdit)
- Présence d'un diagnostic (interdit)
- Présentation neutre et objective de l'activité officinale
- Incitation à consulter un médecin
- Publicité (Facebook, Twitter, Instagram) (interdit)

- Dénomination du produit
- DCI
- Incitation à lire la notice avant utilisation
- Forme galénique
- Posologie
- Prix
- Indication thérapeutique (AMM)
- Photographie du conditionnement primaire

L'outil a été créé sur un simple fichier excel mais File Maker Pro par exemple aurait très bien pu être adapté au suivi de tous les sites de vente en ligne de médicaments autorisés par les ARS.

A partir du site du Conseil de l'Ordre des pharmaciens répertoriant les sites de vente en ligne de médicaments autorisés, une fiche par site a été créée. Ces fiches se componaient toutes de la date d'autorisation et de l'adresse du site ainsi que le numéro de téléphone, adresse physique de la pharmacie et l'activité du site.

Le capital ainsi que le chiffre d'affaire de la pharmacie et son évolution étaient aussi indiqués. Le but de ces items étaient d'évaluer l'évolution du chiffre d'affaire des pharmacies avant et après la mise en place du site (à partir du site « société.com »). Cependant, trop peu de pharmacies étant renseignées sur société.com, l'évolution du chiffre d'affaire n'était donc pas analysable.

Les catégories imposées par le ministère de la santé, décrites au-dessus, ont été classées selon leur appartenance à l'officine, aux autorités de santé, à l'hébergeur des données de santé, la présentation du site ou les produits présents sur le site. Le but étant d'analyser le plus rapidement les sites en classant efficacement les informations.

Cet outil de suivi, créé sans l'accord des détenteurs des sites, a permis de suivre l'évolution de 149 sites au 1<sup>er</sup> Janvier 2014 et 167 sites de vente en ligne de médicaments français au 1<sup>er</sup> Juin 2014. Ce sont des sites autorisés par les autorités de santé et présents sur le site de l'Ordre National des Pharmaciens. Ils ont été étudiés un par un, consciencieusement (environ 3-4 sites étudiés par jour).

## 2. Benchmark des sites

### 2.1. Etude des sites au 1<sup>er</sup> Janvier 2014

Au 1<sup>er</sup> Janvier 2014, un quart des sites ne fonctionnaient pas (Figure 60). Parmi ceux fonctionnant, 5% proposaient uniquement des médicaments à acheter en ligne. 14% proposaient seulement de la parapharmacie, la majorité (81%) proposant l'achat de médicaments et des produits de parapharmacie (Figure 61). La réglementation semblait être respectée pour 73% des sites proposant la notice de chaque médicaments et l'onglet « médicaments » (Figure 62).

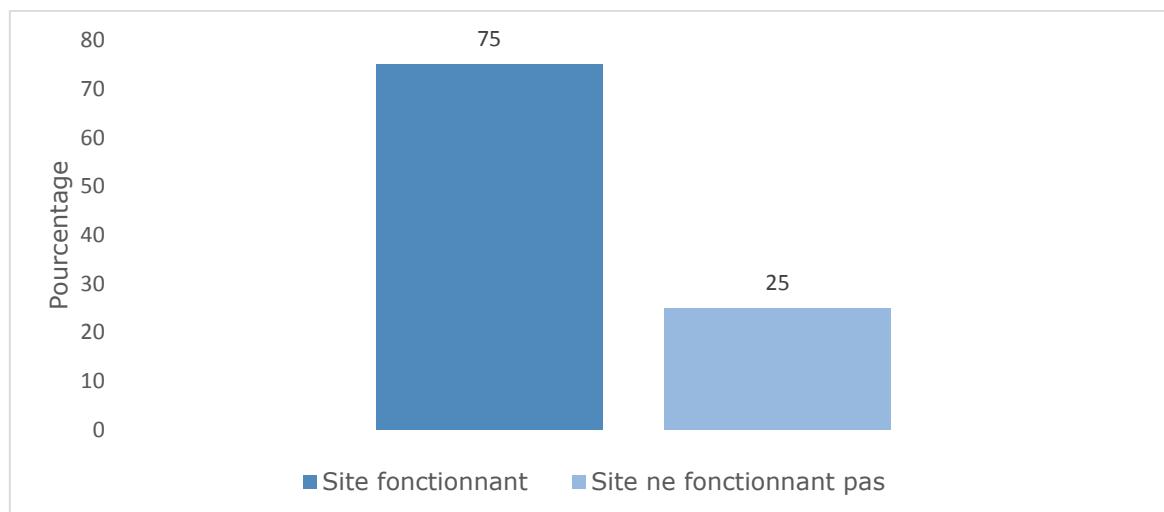


Figure 60 : Pourcentage de site en état de fonctionnement en Janvier 2014

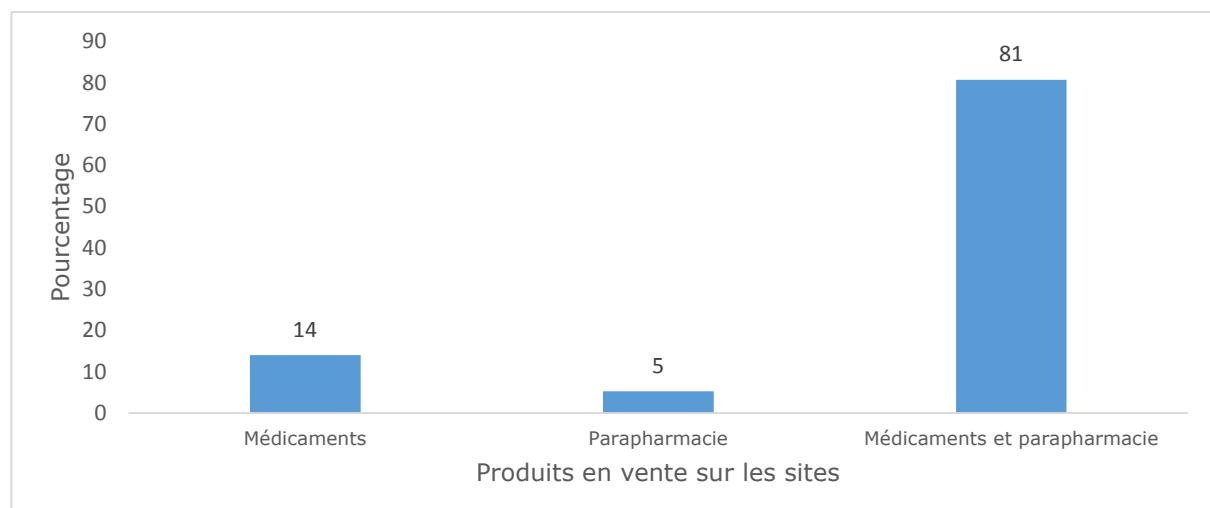


Figure 61 : Pourcentage des différents produits présents sur les sites de vente en ligne en Janvier 2014

Malgré l'accord des instances réglementaires octroyé en 2013, un an après, peu de pharmacie (149/22700) ont franchit le pas et seulement 75% ont activé leur site.

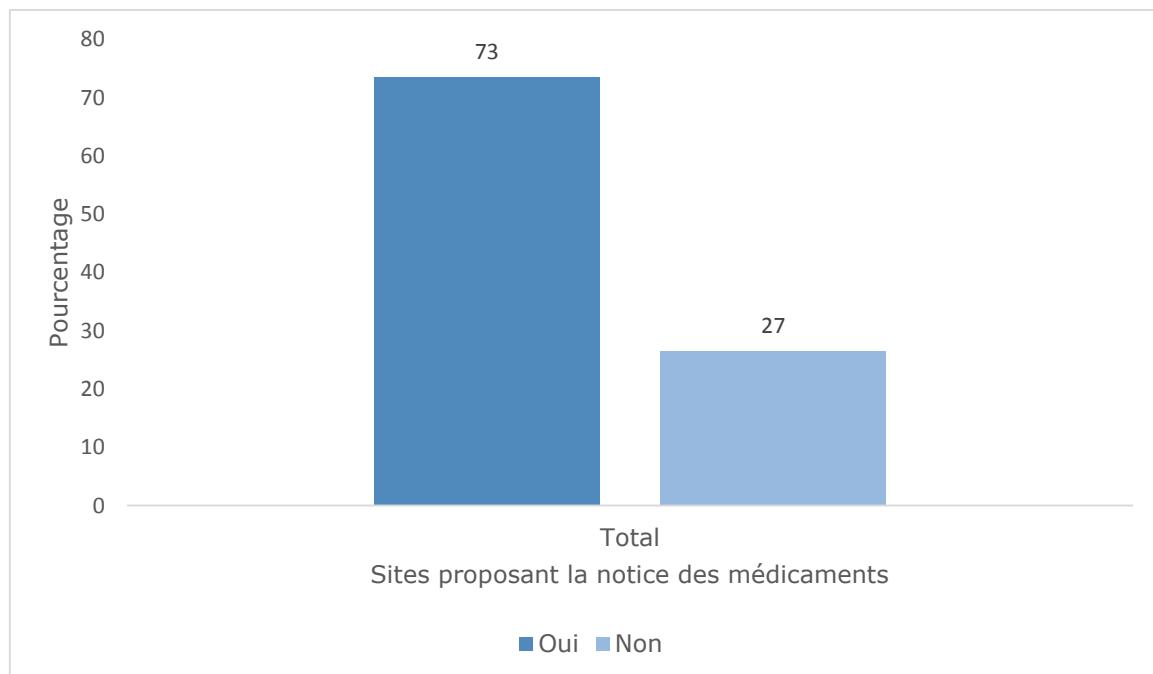


Figure 62 : Pourcentage des sites proposant la notice de médicaments en Janvier 2014

Les sites restaient encore en développement pour la plupart avec une absence d'architecture commune. Il y avait aussi une inégalité de répartition des sites, avec des régions géographiques plus représentées que d'autres. Certaines ARS semblent communiquer plus que d'autres autour des sites de vente en ligne de médicaments. Les villes frontalières à l'Allemagne (qui a accepté la vente en ligne en 2004) sont plus actives sur la vente en ligne.

## 2.2. Etude des sites (167) au 1<sup>er</sup> Juin 2014 : Evolution sur 6 mois

Nous avons vu précédemment qu'au 1<sup>er</sup> Janvier 2014, nombreux étaient les sites non conformes aux recommandations des autorités de santé. Il était donc intéressant d'étudier leur évolution au bout de 6 mois à partir de l'outil créé pour les suivre.

Alors qu'en Janvier 2014, un quart des sites ne fonctionnait pas, cette tendance s'est accentuée. En effet, presque la moitié des sites de vente en ligne de médicaments sont

aujourd'hui inactifs malgré une autorisation d'ouverture pour plus de 20 sites. (Figure 63)

Certains sites actifs en Janvier sont en maintenance et on observe que les nouveaux sites autorisés ne sont pas encore en état de marche.

Cependant, par rapport à Janvier 2014, 97% des sites de vente en ligne d'officine proposent la vente de médicaments et parapharmacie.

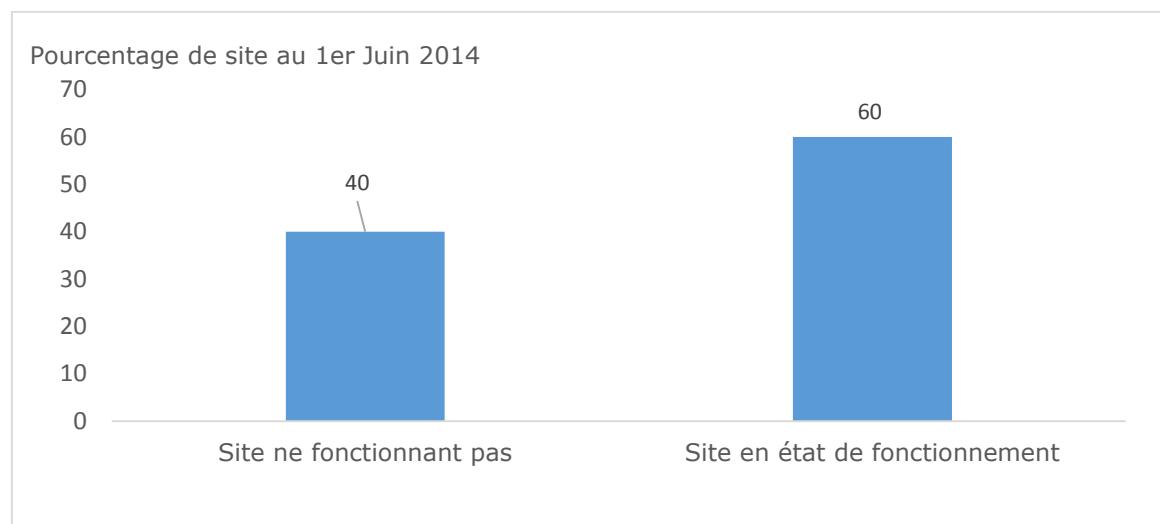


Figure 63 : Pourcentage de sites de vente en ligne de médicaments en activité au 1er Juin 2014

Par la suite, seuls les sites actifs ont été étudiés. Selon les sites étudiés, pratiquement tous suivent la réglementation et renseignent la raison sociale (99%), dénomination commerciale de l'officine (Figure 64) mais aussi le nom et prénom du titulaire de l'officine en ligne (Figure 65), coordonnées de l'officine (Figure 67). Le numéro SIRET, de licence et RPPS de la pharmacie sont cependant moins présents (Figures 66, 68, 69).

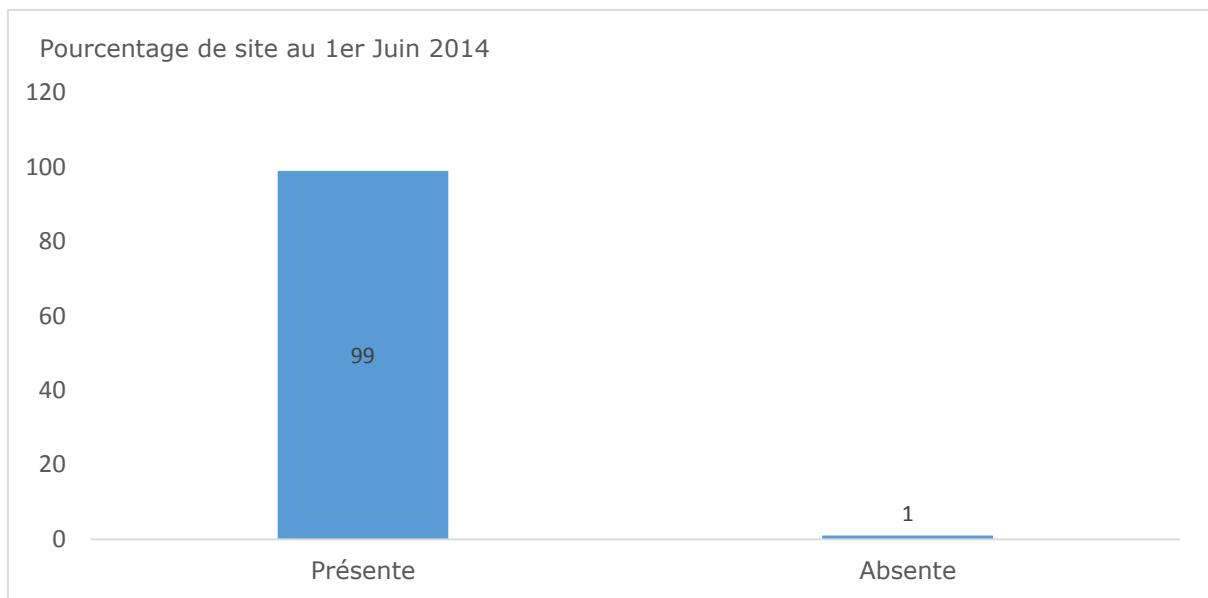


Figure 64 : Pourcentage de sites actif présentant la raison sociale de l'officine

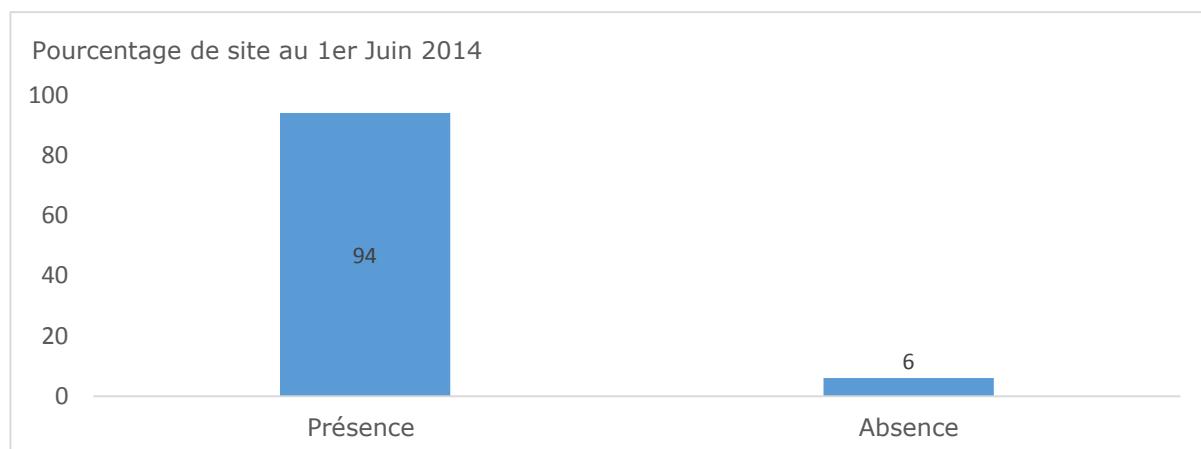


Figure 65 : Pourcentage de sites actifs présentant le nom et prénom du titulaire du site

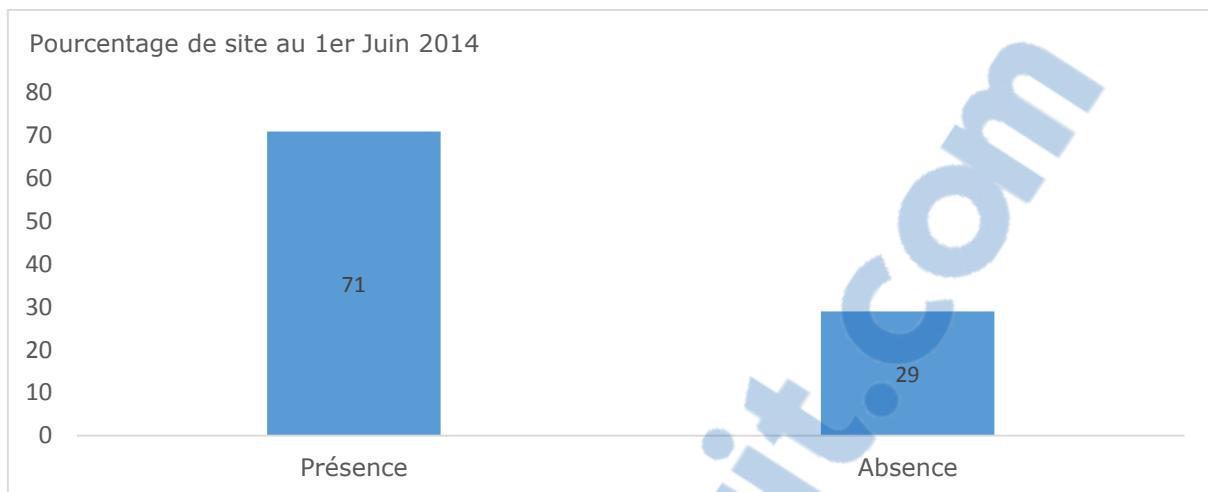


Figure 66 : Pourcentage de sites présentant le numéro RPPS du titulaire

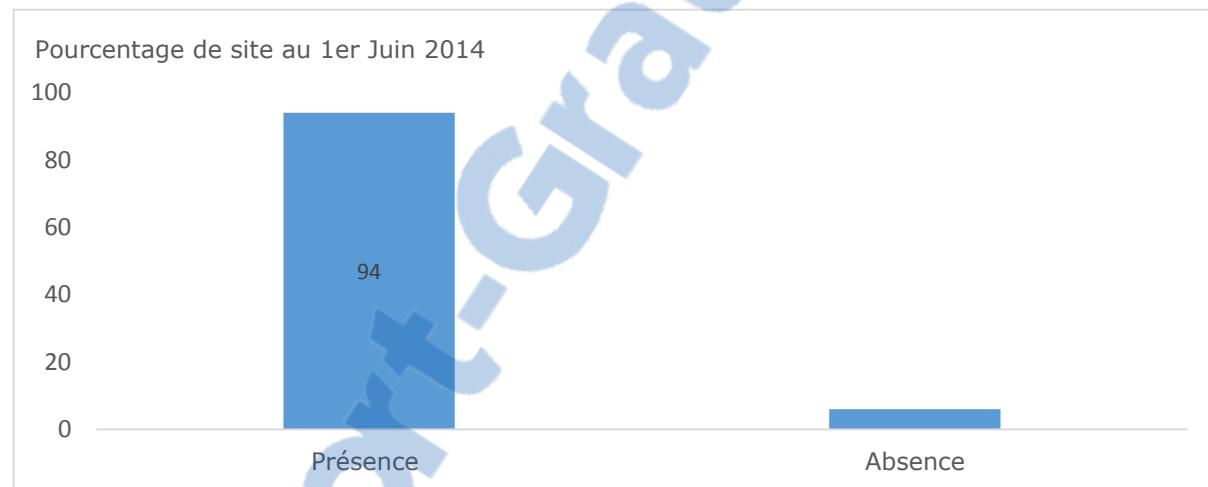


Figure 67 : Pourcentage de sites présentant les coordonnées de l'officine

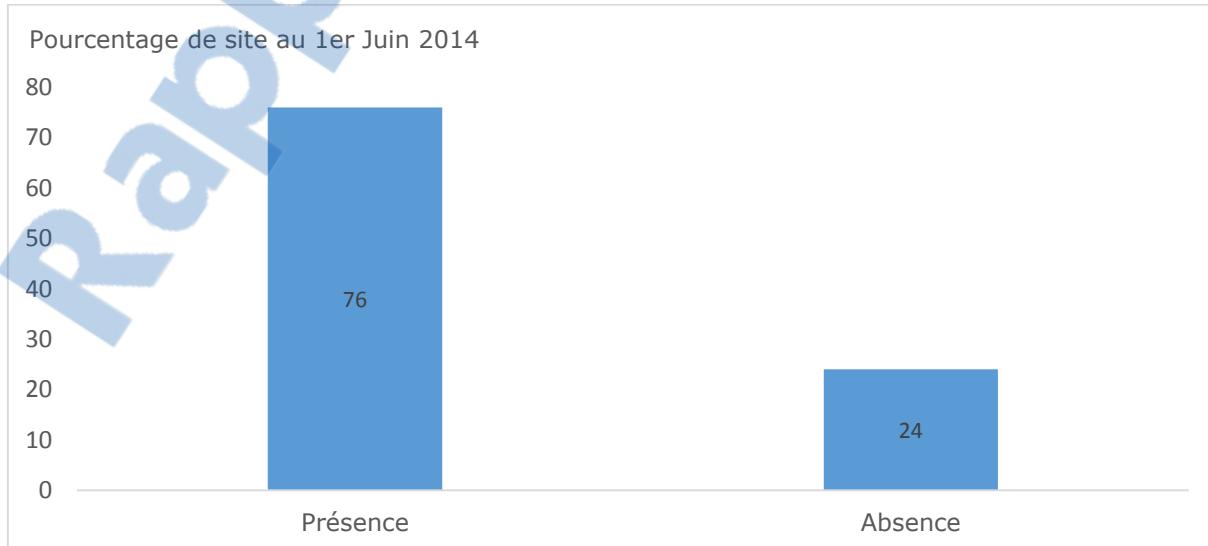


Figure 68 : Pourcentage de sites présentant le numéro SIRET de l'officine

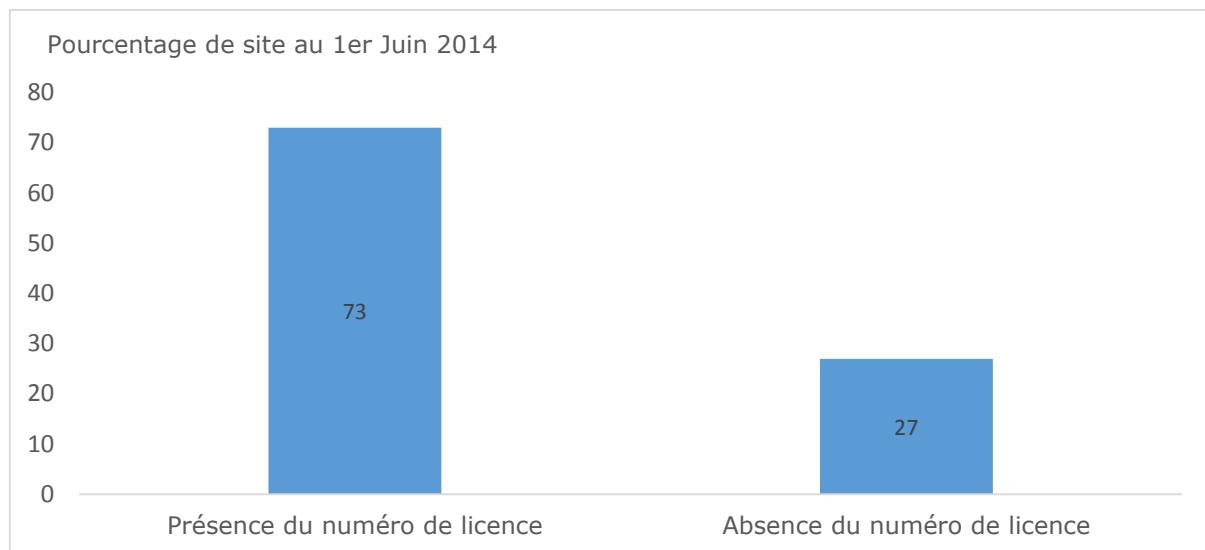


Figure 69 : Pourcentage de sites présentant un numéro de licence

Les éléments permettant de relier le site de vente en ligne de médicaments à une pharmacie physique sont présents et permettent une authentification des sites.

Une des façons de reconnaître qu'un site de vente en ligne est autorisé par les instances réglementaires est de placer les logos ou les informations du Conseil National des Pharmaciens, du Ministère de la Santé, de l'Agence Régionale de Santé ou encore de l'Agence Nationale de la Sécurité du Médicaments et des produits de santé sur les sites. Ils sont en générale présents sur les sites pour rassurer le patient (Figure 70).

Les pharmaciens ont compris l'importance de rassurer le patient sur les éventuelles contrefaçons des médicaments.

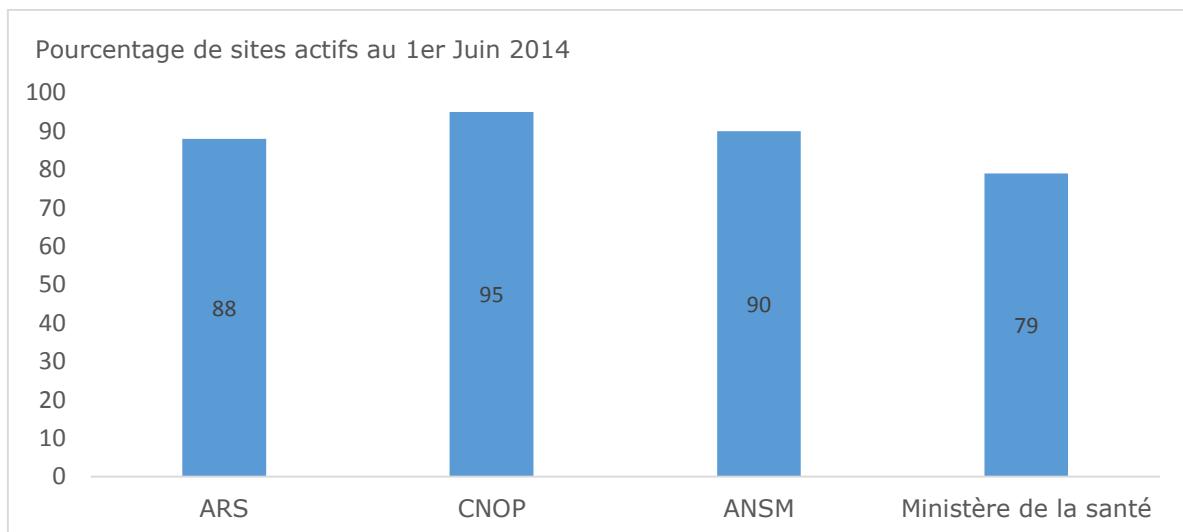


Figure 70 : Présence des logo/informations des autorités de santé

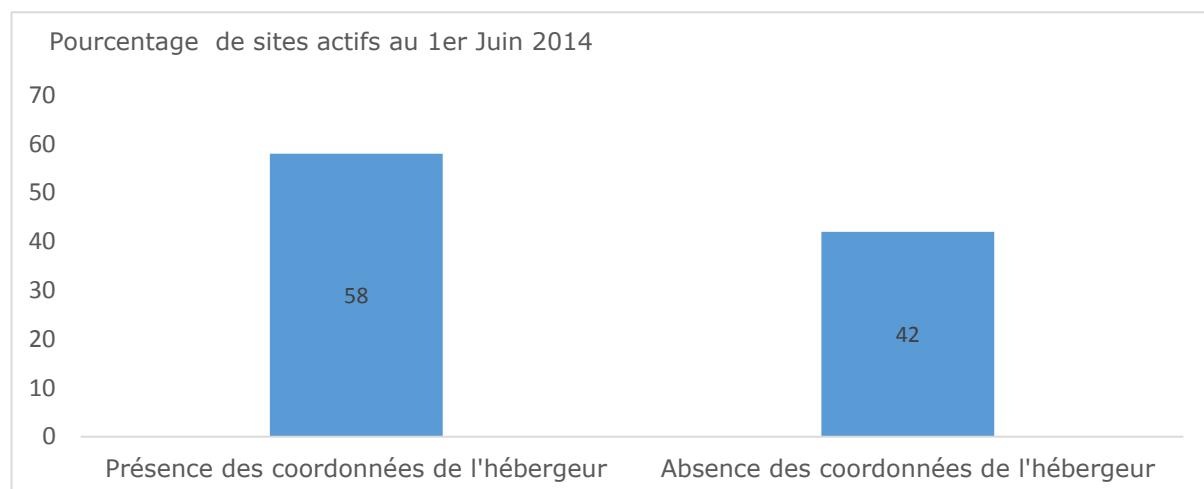


Figure 71 : Pourcentage de sites actifs présentant ou non, les coordonnées de l'hébergeur

Afin de créer un site de vente en ligne de médicaments, il est obligatoire d'héberger les données patients et médicaments par un hébergeur agréé par les autorités de santé. La moitié des pharmaciens ne notifient pas cet hébergeur sur leur site (Figure 71).

Les ARS communiquent peu, voir pas, sur la nécessité de placer le nom de l'hébergeur sur le site.

Afin de guider le patient à travers l'utilisation du site, il est nécessaire, puisque le médicament n'est pas un produit comme un autre, de placer un espace de contact avec le pharmacien. 96% des pharmaciens proposent à leur patient de pouvoir avoir des conseils

rapides, précis sur leur maladie (Figure 72). De même, l'espace de commande est visible sur tous les sites de vente en ligne (Figure 73).

Les pharmaciens ont aussi compris l'importance de proposer un « espace contact » avec un professionnel de santé.

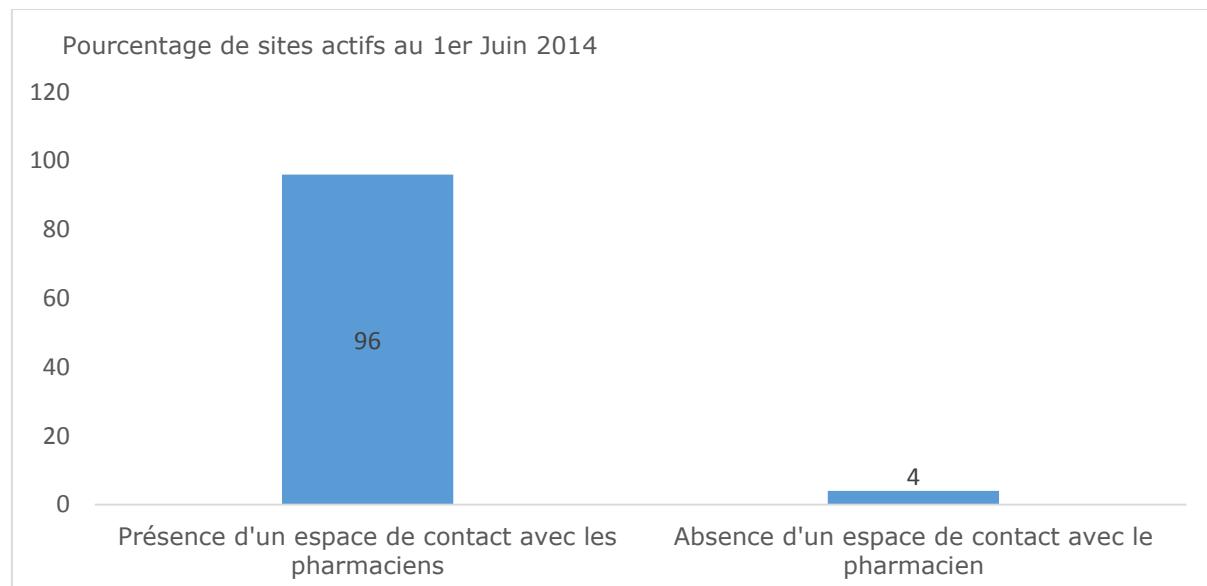


Figure 72 : Pourcentage de sites présentant un espace « contact du pharmacien »

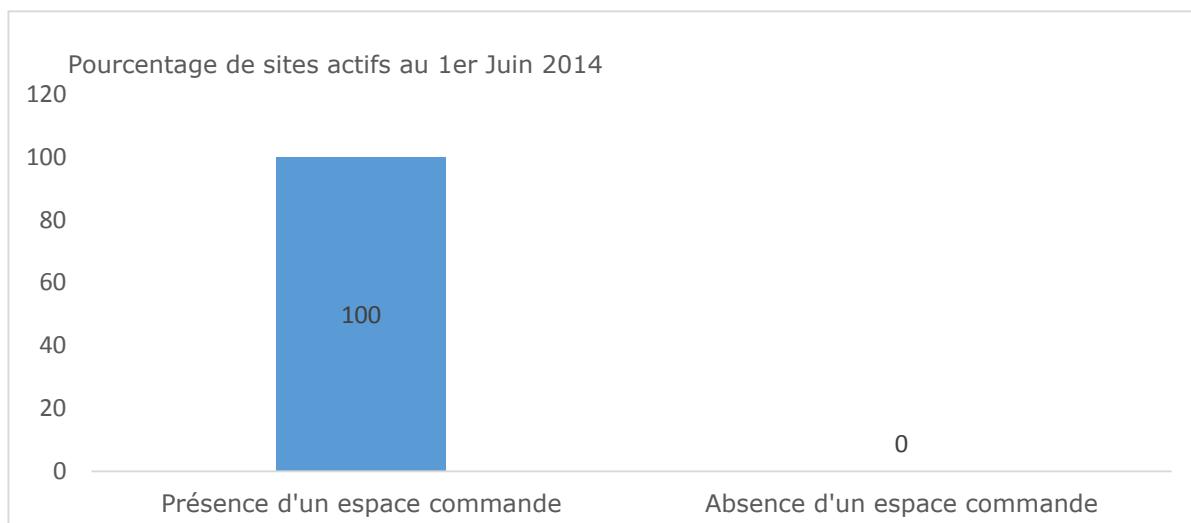


Figure 73 : Pourcentage de sites présentant un espace commande

Si l'on s'intéresse de plus près à la réglementation des sites de vente en ligne de médicaments, l'onglet médicament doit être présent sur le site. Cependant, il est seulement présent sur 89% des sites (Figure 74).

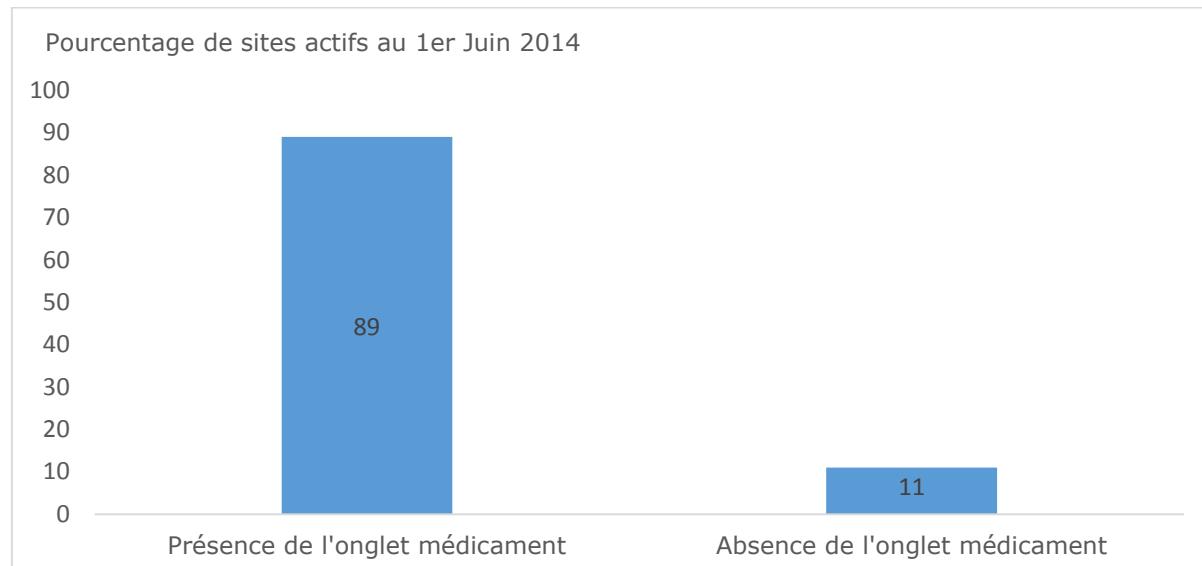


Figure 74 : Pourcentage de sites présentant l'onglet médicament

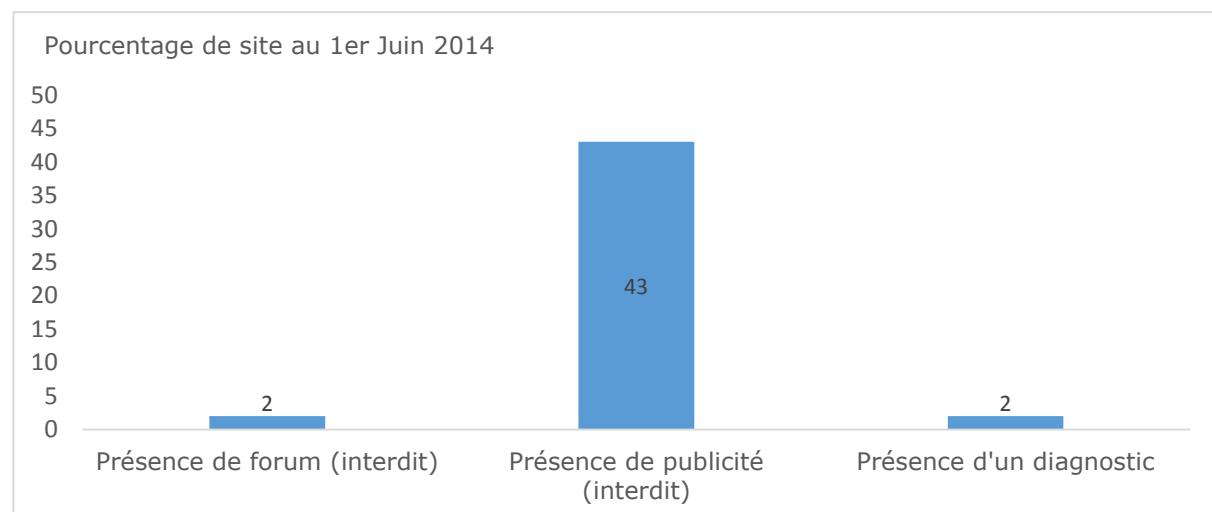


Figure 75 : Pourcentage de sites ne respectant pas les recommandations des décrets concernant les forums, publicités et diagnostics

Nous finirons cet état de lieux par un élément beaucoup plus inquiétant: La réglementation des publicités sur le médicament est drastique en France. Cependant, elle n'est pas assez bien définie pour les sites de vente en ligne du médicament, c'est pourquoi, 43%

des sites utilisent les réseaux sociaux pour effectuer la publicité de leur officine, des laboratoires pharmaceutiques ou encore des médicaments mis en ligne. Seulement 2% des sites présentent des forums ou effectuent des diagnostics en ligne (Figure 75) et 39% ne proposent pas de consulter un médecin (Figure 76). La majorité des sites (en moyenne 88%) respectent la présentation des médicaments vendus en ligne (la photographie du conditionnement, le prix, la dénomination commerciale...). Cependant, l'invitation à lire la notice n'est présente que dans 69% des cas (Figure 77).

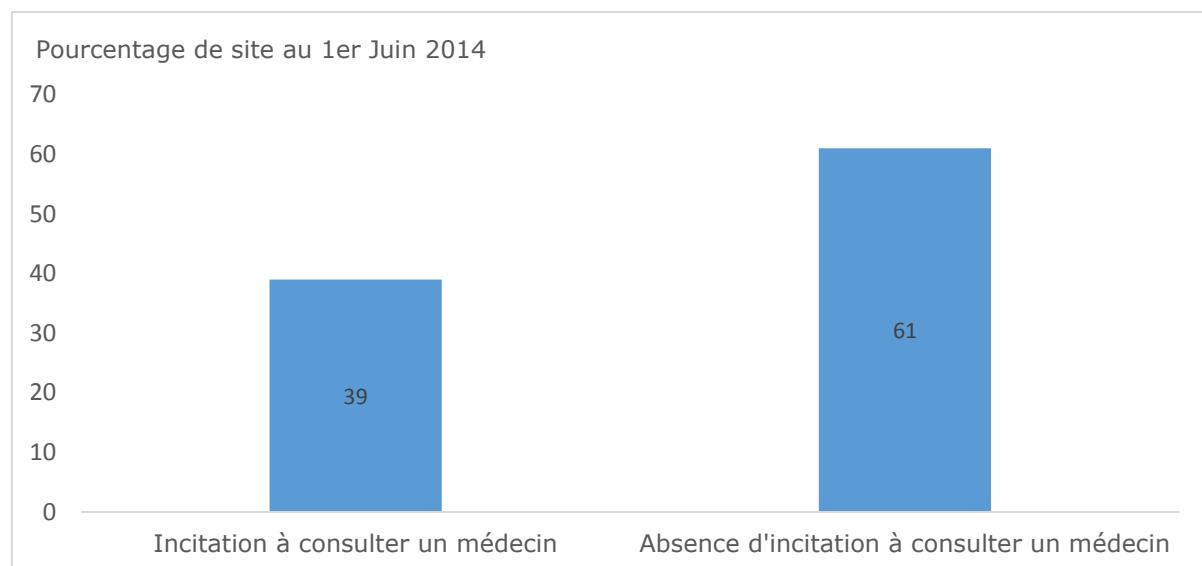


Figure 76 : Pourcentage de sites proposant aux patients de consulter un médecin

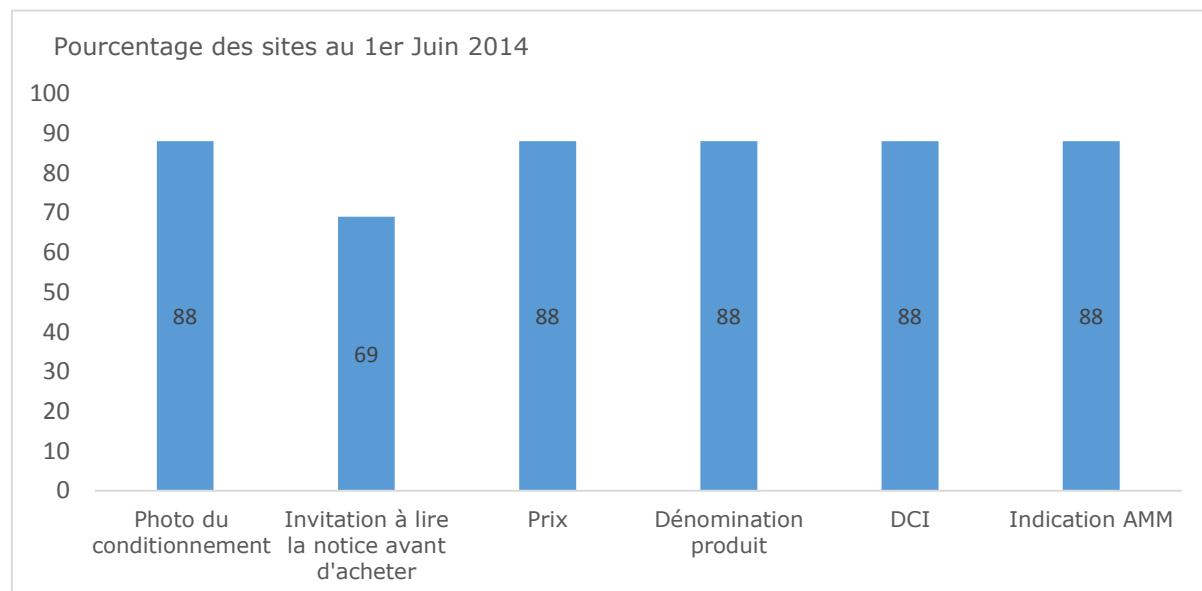


Figure 77 : Pourcentage des sites respectant la présentation des médicaments vendus en ligne

### 2.3. Tableau comparatif des deux périodes d'étude

Afin de simplifier la lecture des graphiques, les données de l'étude au 1er Janvier 2014 et celle du 1er Juin 2014 ont été rassemblées dans un tableau comparatif. Toutes les données n'ont pas pu être comparées puisque l'étude de marché, faite après la 1ere étude des sites en Janvier, a permis d'orienter différemment le suivi des sites effectué en Juin(en s'axant par exemple sur la présence ou non de publicité, la présence rassurante des autorité de santé), items que nous n'avions pas prévu de comparer au départ.

|  | Etude au 1 <sup>er</sup> Janvier 2014 | Etude au 1 <sup>er</sup> Juin 2014 |
|--|---------------------------------------|------------------------------------|
| <b>Pourcentage de site en état de fonctionnement</b>             | 75%                                   | 60%                                |
| <b>Pourcentage de site ne vendant que de la parapharmacie</b>    | 5%                                    | 11%                                |
| <b>Pourcentage des sites proposant la notice des médicaments</b> | 73%                                   | 69%                                |

Figure 78 : Tableau comparatif des deux périodes de suivi des sites de vente en ligne de médicaments

Ce tableau montre clairement qu'avec la présence de plus en plus de sites de vente en ligne de médicaments sur la toile, les conditions d'achat se dégradent. Les sites étant tellement nombreux, il est difficile de les suivre correctement.

## Conclusion

A l'heure actuelle, les conditions ne sont pas réunies pour assurer le succès de la vente en ligne de médicaments. Du côté des professionnels de santé : l'offre est en effet bien limitée. Sur les 22500 pharmacies exerçantes à l'heure actuelle, seulement 167 pharmacies ont décidé de se lancer dans la construction d'un site de vente en ligne de médicaments (en Juin 2014) et la moitié des sites sont inactifs. La majorité des pharmaciens ne savent pas gérer un site internet, ou ne souhaitent pas débourser 20 000 € pour la création d'un site internet. Cela permet donc à des plateformes tel que Doctipharma (site relié à Doctissimo), de proposer aux pharmaciens de gérer leur stock de médicaments vendus en ligne et permettent une visibilité non négligeable aux pharmaciens, puisque Doctissimo compte environ 8 millions de visiteurs.

Ce mode de dispensation étant nouveau, les autorités réglementaires s'y adapte petit à petit en laissant malgré eux certains sites ne pas être en totale adéquation avec la réglementation. En effet, 43% des sites de vente en ligne de médicaments présentent des onglets Facebook, Instagram ou encore Twitter sur leur site afin de faire de la publicité pour leur officine. Plus important encore, depuis l'autorisation d'ouverture de site, il y a deux ans, 27% des pharmaciens d'officine ne demandent pas aux patients d'avoir lu la notice avant l'achat de médicaments.

Enfin, bien que la vente de médicaments sur internet soit désormais strictement encadrée en France, ce nouveau commerce ne suscite pas l'engouement des consommateurs patients qui restent méfiants. Les craintes les plus fortes des consommateurs sont la possibilité de contrefaçon, l'absence de conseil et les délais de livraison trop importants. A l'aube de la mise en place des entretiens pharmaceutiques, à travers lesquels le pharmacien retrouve sa place de conseiller, comment palier à ces inquiétudes quant à la vente à distance des médicaments ? Des pays tels que l'Allemagne, montrent que ce commerce est envisageable et présente également de nombreux avantages. La vente en ligne de médicaments en France peut avoir le même avenir que celle en Allemagne ; c'est-à-dire se développer au bout de 10 ans, et représenter à terme plus de 3% du chiffre d'affaire d'une officine si les pharmaciens officinaux français souhaitent se diriger vers ce nouveau mode de dispensation.

## Discussions

Cette thèse a été présentée en conférence de presse le Mardi 13 Mai à l’Institut des Cordeliers à Paris (annexe 5). La présentation de l’étude de marché était suivie d’une table ronde à laquelle ont participés : une représentante de l’Association Française de l’Industrie Pharmaceutique (Mme SOMAGGIO), une représentante du site DOCTIPHARMA (Mme BARRE), un pharmacien d’officine ayant un site de vente en ligne de médicaments (Dr Bisiau) ainsi qu’un représentant de l’Association de défense des consommateurs (Mr PERROT). Le but étant de confronter différents professionnels directement en lien avec la vente en ligne des médicaments sur internet. Les questions des journalistes ainsi que les réponses des représentants de la table ronde ont permis d’étayer cette thèse et de répondre à la question : La vente par internet est-elle une opportunité ou une menace pour la pharmacie d’officine ?

Selon Mr Bisiau, pharmacien titulaire à Vihiers possédant un site de vente en ligne de médicaments, la vente par internet est une opportunité à saisir pour la profession qui rencontre actuellement des difficultés en officine. En effet, cela leur permettrait de protéger leur monopole face à une future concurrence des grandes et moyennes surfaces. Mais cela leur permettrait aussi d’augmenter considérablement le chiffre d’affaire des pharmaciens puisque, par exemple, pour Mr Bisiau, le chiffre d’affaire de sa pharmacie a augmenté de plus de 30 000€ par mois.

Cependant, il est vrai que la vente sur internet des médicaments est un bouleversement radical dans le métier de pharmacien. Il est nécessaire d’embaucher une personne à plein temps pour s’occuper du site internet, de pouvoir répondre aux e-mails et appels des patients n’importe quel jour ainsi que préparer les commandes. Cela change considérablement l’organisation d’une pharmacie et les petites officines ne peuvent pas se le permettre. La vente en ligne alimente également l’argumentaire des grandes surfaces concernant la mise à disposition des OTC en dehors des pharmacies. Malgré le fait de demander aux patients de cocher, à chaque achat en ligne de médicaments, « j’ai lu la notice », les patients peuvent penser à posteriori que le pharmacien n’est plus nécessaire

à la dispensation des médicaments OTC et ainsi soutenir la vente des médicaments en grandes et moyennes surfaces.

Il est difficile, à l'heure actuelle d'affirmer que la vente en ligne des médicaments est une opportunité ou à, contrario, une menace pour les pharmaciens puisque peu de pharmacies se sont lancées dans ce nouveau mode de dispensation.

## Bibliographie

- [1]Fouassier E, Van Der Brink H. Vente de médicaments sur internet : propositions de modification du Code de la Santé Publique. Médecine et Droit, 2009, p. 68-73.
- [2]Article L.5125-33 du Code de la Santé Publique.
- [3]Article L.4211-1 du Code de la Santé Publique.
- [4]Santé Gouv. Les grandes lignes de la nouvelle réglementation, [en ligne], <http://www.sante.gouv.fr/vente-en-ligne-de-medicaments.html>, consulté le 06/05/2014.
- [5]Article L.5125-39 du Code de la Santé Publique.
- [6]Arrêté du 20 Juin 2013 relatif aux bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique. Journal Officiel de la République Française. 2013. n°0144. p. 10446.
- [7]Article L5125-36 du Code de la Santé Publique.
- [8]Article L5125-34 du Code de la Santé Publique.
- [9]Ordre national des Pharmaciens. Réflexions sur la création et le fonctionnement d'un site internet dans le cadre d'une activité officinale. Mars 2007.
- [10]Degroote D, Mascret C. Vente et publicité de médicaments par internet : du nouveau du côté de la Cour de Justice des Communautés européennes. Commentaire de l'arrêt du 11 Décembre 2003 (affaire C-322/01). Médecine et Droit, 2004, n°112-124, p. 120.
- [11]L'article 7 de l'ordonnance du 19 décembre 2012 relative au renforcement de la sécurité de la chaîne d'approvisionnement des médicaments. Journal Officiel de la République Française. 2012. n° 11. p. 20182.
- [12]Santé Gouv. Dispensation des médicaments par internet, [en ligne], [http://www.sante.gouv.fr/dispensation-des-medicaments-par-internet-questions-reponses\\_13562.htm](http://www.sante.gouv.fr/dispensation-des-medicaments-par-internet-questions-reponses_13562.htm), consulté le 06/09/2014.
- [13]Conseil de l'Ordre des Pharmaciens. Vente de médicaments sur internet en France, [en ligne], <http://www.ordre.pharmacien.fr/Le-patient/Vente-de-medicaments-sur-internet-en-France>, consulté le 05/09/2014.
- [14]Desmedt P. L'achat de médicaments sur internet : enjeux sanitaires et rôle du pharmacien inspecteur de santé publique. Mémoire de l'Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique. Ecole de Rennes. Septembre 2011. p. 20.

[15]OMS. Produits médicaux contrefaçts. Conseil exécutif cent-vingt quatrième session. Point 4.11 de l'ordre du jour provisoire. 18 Décembre 2008. p. 5.

[16]World Health Organization. Substandard and counterfeit medicines, [en ligne], <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/2003/fs275/en/>, consulté le 05/02/2015.

[17]Dudley J. Can e-commerce in Healthcare Succeed? Developments in Mail Order and internet Pharmacy in Europe. New emerging multichannels structures. Juin 2012. p. 7.

[18]Agence fédérale des médicaments et des produits de santé. Site internet d'une pharmacie, [en ligne], [http://www.fagg-afmps.be/fr/humain/medicaments/medicaments/distribution/pharmacies\\_ouvertes\\_au\\_public/Site\\_Internet\\_d\\_une\\_pharmacie/](http://www.fagg-afmps.be/fr/humain/medicaments/medicaments/distribution/pharmacies_ouvertes_au_public/Site_Internet_d_une_pharmacie/), consulté le 09/07/2014.

[19]Article 29 de l'Arrêté royal portant instructions pour les pharmaciens. Agence fédérale des médicaments et des produits de santé. 21 Janvier 2009. n°2009018031. p. 7229.

[20]Circulaire 536. Aux pharmaciens tenant officine ouverte au public. Agence fédérale des médicaments et des produits de santé. 30 Janvier 2009. n°54268. p. 1-5.

[21]Que rapporte la pharmacie sur le web ? [en ligne], <http://trends.levif.be/economie/high-tech/que-rapporte-la-pharmacie-sur-le-web/article-normal-211901.html>, consulté le 05 /09/2014.

[22]Pharmanalyses. Ventes de médicaments par internet en Allemagne : un lente mais progressive ascension, [en ligne], <http://pharmanalyses.fr/ventes-de-medicaments-par-internet-en-lallemande-une-lente-mais-progressive-ascension/>, consulté le 09/07/2014.

[23]Agencia española de medicamentos y productos sanitarios. Experiencias de la AEMPS contra la venta ilegal de medicamentos a través de páginas web, [en ligne], <http://www.aemps.gob.es/>, consulté le 10/07/2014.

[24]Ministère de la santé. Faux médicaments et vrai danger, [en ligne], <http://fauxmedicamentsvraidedanger.com/web/ministere-sante-reglemente-vente-ligne>, consulté le 05/09/2014.

[25] Mascret C. La vente en ligne des médicaments. Les actualités pharmaceutiques. 2014, n° 534, p. 57.

[26]Pharmacy Regulation. Internetpharmacy, [en ligne], <http://www.pharmacyregulation.org/registration/internet-pharmacy>, consulté le 06/09/2014.

[27]NHS. What is the law on the sale of medicine ? [en ligne], <http://www.nhs.uk/chq/pages/1325.aspx?categoryid=73&subcategoryid=101>, consulté le 10/07/2014.

[28]NHS. Dangers of buying your medicines on line. [en ligne], <http://www.nhs.uk/NHSEngland/AboutNHSServices/pharmacists/Pages/internet-drugs.aspx>, consulté le 10/07/2014.

[29]Chambre de commerce Française de Grande Bretagne, La distribution Pharmaceutique au Royaume-Unis, [en ligne], [http://www.members.ccfgb.co.uk/links/newsletters/france-uk/15/note\\_pharmacie.pdf](http://www.members.ccfgb.co.uk/links/newsletters/france-uk/15/note_pharmacie.pdf), consulté le 06/03/2014.

[30]Bras PL, Kiour A, Maquart B, et al. Pharmacies d'officine : rémunération, missions, réseau. IGAS. p. 177.

[31]Delmas JL, Doreau C, Faure P, et al. Vente de médicaments à partir de sites internet. Académie Nationale de Pharmacie. 12 Novembre 2007. p. 1-12.

[32]National association of board of pharmacy. VIPPS : Verified Internet Pharmacy Practice, [en ligne], <https://vippss.nabp.net>, consulté le 05/02/2015.

[33]National association of board of pharmacy. VAWD, or Verified-Accredited Wholesale Distributors, [en ligne], <http://www.nabp.net/programs/accreditation/vawd>, consulté le 10/07/2014.

[34]FDA warns consumers about counterfeit drugs from multiple Internet sellers, [en ligne], <http://www.fda.gov/NewsEvents/Newsroom/PressAnnouncements/2007/ucm108904.htm>, consulté le 08/02/2015.

[35]National association of pharmacy Regulatory Authorities, [en ligne], [http://npra.ca/Content\\_Files/Files/Mobility\\_Agreement\\_EN\\_Signed\\_final\\_compressed.pdf](http://npra.ca/Content_Files/Files/Mobility_Agreement_EN_Signed_final_compressed.pdf), consulté le 06/03/2014.

[36]Canada international pharmacy association, [en ligne], <http://www.cipa.com/about/>, consulté le 09/07/2014.

[37]ANVISA. Brazilian Health Surveillance Agency, [en ligne], <http://portal.anvisa.gov.br/wps/portal/anvisa/home>, consulté le 07/07/2014.

[38]SFDA State Food and Drug Administration. SFDA adjusts National Essential Drug List, 25 Juin 2004, [en ligne], <http://eng.sfda.gov.cn/WS03/CL0757/61713.html>, consulté le 09/07/2014.

[39]Nippon. Vers une déréglementation totale de la vente en ligne des médicaments ? Ishikawa Kazuo, [en ligne] <http://www.nippon.com/fr/currents/d00106/>, consulté le 11/07/2014.

[40]Regulation of the Australian online pharmacy, [en ligne], <http://www.fin-dlaw.com.au/articles/380/regulation-of-the-australian-online-pharmacy.aspx>, consulté le 20/07/2014.

[41]INSEE, Institut National de la statistique et des études économiques. Population des ménages de 15 ans ou plus, vivant en France métropolitaine. Résultats en moyenne annuelle. Source: Insee, enquêtes, emploi, [en ligne], [http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg\\_id=0&ref\\_id=NATTEF02135%C2](http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&ref_id=NATTEF02135%C2), consulté le 21/09/2014.

[42]INSEE, Institut National de la statistique et des études économiques. Recensement population totale dans Paris. Résultats en moyenne annuelle. Source : Insee, recensement de la population 2011 - Limites territoriales au 1er janvier 2013, [en ligne], <http://www.insee.fr/fr/ppp/bases-de-donnees/recensement/populations-legales/department.asp?dep=75>, consulté le 21/09/2014.

[43]ANSM. Médicaments en accès direct. [en ligne], [http://ansm.sante.fr/Dossiers/Medicaments-en-acces-direct/Medicaments-en-acces-direct/\(offset\)/0](http://ansm.sante.fr/Dossiers/Medicaments-en-acces-direct/Medicaments-en-acces-direct/(offset)/0), consulté le 10/02/2015.

## Annexe 1 : Liste des médicaments disponibles sur internet [43]



Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé

### ANNEXE 1

Liste des médicaments de médication officinale  
à l'exclusion des médicaments homéopathiques et des médicaments à base de plantes  
Les médicaments nouvellement ajoutés et les médicaments modifiés sont en gras

| Nom du médicament   | Substance active  | Présentation | Code CIP       | Classe   |
|---|---|--------------|----------------|--|
| ACICLOVIR ARROW CONSEIL 5%, crème                                   | Aciclovir   | 2 g          | 3400936392571  | TROUBLES CUTANÉS (Herpès)                      |
| ACICLOVIR CRISTERS 5%, crème  | Aciclovir   | 2 g          | 3400936392922  | TROUBLES CUTANÉS (Herpès)                      |
| ACICLOVIR MYLAN PHARMA 5%, crème                                    | Aciclovir   | Tube 2 g     | 3400935400567  | TROUBLES CUTANÉS (Herpès)                      |
|   |   | Flacon 2 g   | 3400937686068  |  |
| ACICLOVIR RATIOPHARM CONSEIL 5%, crème                              | Aciclovir   | 2 g          | 3400935486844  | TROUBLES CUTANÉS (Herpès)                      |
| ACICLOVIR SANDOZ CONSEIL 5 %, crème                                 | Aciclovir   | 2 g          | 3400937753975  | TROUBLES CUTANÉS (Herpès)                      |
| ACICLOVIR TEVA CONSEIL 5%, crème                                    | Aciclovir   | 2 g          | 3400937920421  | TROUBLES CUTANÉS (Herpès)                      |
| ACTIFED ALLERGIE CETIRIZINE 10 mg, comprimé pelliculé sécable       | Dichlorhydrate de cétrizine                             | 7 comprimés  | 3400938021318  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| ACTIFED ETATS GRIPPAUX, poudre pour solution buvable en sachet-dose | Paracétamol/Acide ascorbique/ Maléate de Chlorphénamine | 10 sachets   | 3400935652928  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhume)              |
| ACTIFEDSIGN, gélule   | Paracétamol / Chlorphénamine / Acide ascorbique         | 20 gélules   | 3400937610537  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| ACTIVIR 5 POUR CENT, crème  | Aciclovir   | 2 g          | 3400934051289  | TROUBLES CUTANÉS (Herpès)                      |
|   |   | 2 g          | 3400934573491  |  |
| ADVILCAPS 200 mg, capsule molle                                     | Ibuprofène  | 16 capsules  | 3400938162974  | DOULEUR  |
| ADVILCAPS 400 mg, capsule molle                                     | Ibuprofène  | 14 capsules  | 3400938286625  | DOULEUR  |
| ADVILEFF 200 mg, comprimé effervescent                              | Ibuprofène  | 12 comprimés | 3400939614212  | DOULEUR  |
| ADVLGEL 5 %, gel  | Ibuprofène  | 60 g         | 3400937685238  | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                       |
| ADVIL 200 mg, comprimé enrobé                                       | Ibuprofène  | 20 comprimés | 34 00932969358 | DOULEUR  |
|   |   | 30 comprimés | 34 00933231521 |  |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|   |  |              |               |  |
|---|--|--------------|---------------|--|
| ADVIL 400 mg, comprimé enrobé   | Ibuprofène                               | 14 comprimés | 3400938171150 | DOULEUR  |
| ALAIRGIX ALLERGIE CETIRIZINE 10 mg, comprimé à sucer sécable  | Cétirizine                               | 7 comprimés  | 3400936707580 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| ALAIRGIX RHINITE ALLERGIQUE CROMOGLYCATE DE SODIUM 2%, solution pour pulvérisation nasale   | Cromoglycate de sodium                   | 15 ml        | 3400922119656 | ANTI-ALLERGIQUE                                |
| ALCOOL MODIFIÉ COOPER, solution pour application cutanée  | Ethanol à 70%                            | 125 ml       | 3400934316401 | TROUBLES CUTANÉS (Antiseptique)                |
|   |  | 250 ml       | 3400934316579 |  |
| ALDIREK 10mg, comprimé pelliculé sécable  | Cétirizine                               | 7 comprimés  | 3400939908717 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| ALFA-AMYLASE BIOGARAN CONSEIL 3000 U.CEIP, comprimé enrobé  | Alfa amylase                             | 18 comprimés | 3400949644049 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)      |
| ALGINATE DE SODIUM/BICARBONATE DE SODIUM SANDOZ CONSEIL 500 mg/267 mg MENTHE SANS SUCRE, suspension buvable en sachet édulcorée à la saccharine sodique | Alginate de sodium Bicarbonate de sodium | 12 sachets   | 3400927934247 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)         |
|   |  | 24 sachets   | 3400927934308 |  |
| ALGODOL 500mg, comprimé   | Paracétamol                              | 16 comprimés | 3400935599148 | DOULEUR  |
| ALGODOL CAFEINE, comprimé   | Paracétamol Caffeïne anhydre             | 16 comprimés | 3400934300721 | DOULEUR  |
| ALKALINE 324 mg, comprimé effervescent  | Acide acétylsalicylique                  | 20 comprimés | 3400932926879 | DOULEUR  |
| ALOPEXY 2 POUR CENT, solution pour application cutanée  | Minoxidil                                | 3 x 60 ml    | 3400936430754 | TROUBLES CUTANÉS (Alopécie)                    |
| ALOSTIL 2 POUR CENT, solution pour application cutanée  | Minoxidil                                | 3 x 60 ml    | 3400933087449 | TROUBLES CUTANÉS (Alopécie)                    |
| ALOSTIL 5 POUR CENT, solution pour application cutanée  | Minoxidil                                | 3 x 60 ml    | 3400933987305 | TROUBLES CUTANÉS (Alopécie)                    |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|  |  |                  |               |   |
|--|--|------------------|---------------|---|
| ALOSTIL 5 %, mousse pour application cutanée en flacon pressurisé                | Minoxidil  | 3 x 60 ml        | 3400926660512 | TRoubles CUTANÉS (Alopécie)               |
| APAIYLGEL 0,75%, gel pour application locale                                     | Chlorhydrate d'isothipendyl  | 30g              | 3400931717881 | TRoubles CUTANÉS (Piqures)                |
| APHILAN DEMANGEAISONS 0,5 %, crème   | Hydrocortisone   | 15 g             | 3400936027510 | TRoubles CUTANÉS (Corticoïde)             |
| APHTORAL, comprimé à sucer   | Chlorhexidine / Tétracaine / Acide ascorbique  | 24 pastilles     | 3400934829918 | TRoubles DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge) |
| ASPIRINE DU RHONE, comprimé  | Acide acétylsalicylique  | 20 comprimés     | 3400935146793 | DOULEUR                                   |
| ASPIRINE DU RHONE, comprimé à croquer  | Acide acétylsalicylique  | 20 comprimés     | 3400933424800 | DOULEUR                                   |
| ASPIRINE UPSA VITAMINEE C TAMPONNÉE EFFERVESCENTE, comprimé effervescent sécable | Acide acétylsalicylique  | 2 x 10 comprimés | 3400930076811 | DOULEUR                                   |
| ASPRO 500 EFFERVESCENT, comprimé effervescent                                    | Acide acétylsalicylique  | 20 comprimés     | 3400932062454 | DOULEUR                                   |
| ASPRO 500 mg VITAMINE C EFFERVESCENT, comprimé effervescent                      | AAS / Acide Ascorbique   | 20 comprimés     | 3400933250850 | DOULEUR                                   |
| ASPRO 500 mg, comprimé   | Acide acétylsalicylique  | 20 comprimés     | 3400933732851 | DOULEUR                                   |
| ASPROACCEL, comprimé sécable   | AAS / Caffeine   | 20 comprimés     | 3400934156359 | DOULEUR                                   |
| ASPROACCEL, comprimé effervescent sécable  | AAS / Caffeine   | 20 comprimés     | 3400933973407 | DOULEUR                                   |
| BALSOFUMINE MENTHOLEE 1 POUR CENT, solution pour inhalation par fumigation       | Baume du Pérou<br>Teinture de benjoin<br>Teinture d'eucalyptus<br>Huile essentielle de lavande<br>Huile essentielle de thym<br>Lévomenthol | 84 ml            | 3400930097113 | TRoubles DE LA SPHERE ORL (Rhume)         |
| BALSOFUMINE SIMPLE, solution pour inhalation par fumigation                      | Baume du Pérou<br>Teinture de benjoin<br>Teinture d'eucalyptus<br>Huile essentielle de lavande<br>Huile essentielle de thym                | 84 ml            | 3400930097342 | TRoubles DE LA SPHERE ORL (Rhume)         |

ANSM - Novembre 2014 [www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)  
Liste des médicaments de médicament officinale

|   |  |                              |                                |   |
|---|--|------------------------------|--------------------------------|---|
| BAUME SAINT BERNARD, crème  | Camphre/ Lévomenthol/ Capsicum/ 42 g<br>Salicylate d'amyle   | 3400934155000                | TRoubles RHUMATOLOGIQUES       |   |
| BEPANTHEN 5%, pommade   | Dexpanthénol   | 30 g<br>100 g                | 3400935939920<br>3400935940179 | TRoubles CUTANÉS (Irritation)             |
| BEROCCA, comprimé effervescent  | Thiamine   | 15 comprimés<br>30 comprimés | 3400935708960<br>3400935709042 | ASTHENIE                                  |
| BEROCCA, comprimé pelliculé   | Thiamine   | 30 comprimés                 | 3400935277947                  | ASTHENIE                                  |
| BIAFINEACT, émulsion pour application cutanée   | Trolamine  | 139,5 g                      | 3400937832090                  | TRoubles CUTANÉS (Brûlure)                |
| BISEPTINESPIRAID, solution pour application cutanée   | Chlorhexidine / Benzalkonium / Alcool benzyllique  | 50 ml<br>125 ml              | 3400936645455<br>3400935531711 | TRoubles CUTANÉS (Antiseptique)           |
| BORAX/ACIDE BORIQUE BIOGARAN CONSEIL 12mg/18mg par ml, solution pour lavage ophtalmique en récipient unidose        | Borax / Acide borique  | 15 x 5 ml                    | 3400939735948                  | TRoubles OCULAIRES (Antiseptique)         |
| BRONCHATHIOL EXPECTORANT ADULTES, solution buvable  | Carbocisteïne  | 150 ml                       | 3400933960339                  | TRoubles DE LA SPHERE ORL (Expectorant)   |
| BRONCHOKOD 750MG/10ML ADULTES SANS SUCRE CARMEL VANILLE, solution   | Carbocisteïne  | 15 sachets                   | 3400939990859                  | TRoubles DE LA SPHERE ORL (Expectorant)   |
| BRONCHOKOD ADULTES, sirop   | Carbocisteïne  | 250 ml                       | 3400941520372                  | TRoubles DE LA SPHERE ORL (Expectorant)   |
| BRONCHOKOD SANS SUCRE ADULTES 5 POUR CENT, solution buvable édulcorée à la saccharine sodique                       | Carbocisteïne  | 250 ml                       | 3400941520433                  | TRoubles DE LA SPHERE ORL (Expectorant)   |
| CALMICORT 0,5%, crème   | Hydrocortisone   | 15 g                         | 3400936236066                  | TRoubles CUTANÉS (Corticoïde)             |
| CANTALENE, comprimé à sucer   | Chlorhydrate de lysozyme<br>Hartsell de lysozyme<br>Acétate de chlorhexidine<br>Chlorhydrate de tétracaine | 24 comprimés                 | 3400933221584                  | TRoubles DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge) |
| CARBOCISTEÏNE BIOGARAN CONSEIL 5 POUR CENT SANS SUCRE, solution buvable en flacon édulcorée à la saccharine sodique | Carbocisteïne  | 200 ml                       | 3400938134421                  | TRoubles DE LA SPHERE ORL (Expectorant)   |

ANSM - Novembre 2014 [www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)  
Liste des médicaments de médicament officinale

|  |                              |             |               |  |
|--|------------------------------|-------------|---------------|--|
| CARBOCISTEINE MYLAN 5% ADULTES, sirop  | Carbocisteine                | 200 ml      | 3400937412348 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)        |
| CARBOCISTEINE MYLAN 5% ADULTES, solution buvable édulcorée au maltitol liquide et au sorbitol              | Carbocisteine                | 200 ml      | 3400937495141 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)        |
| CARBOCISTEINE RATIOPHARM CONSEIL 5% ADULTES SANS SUCRE, solution buvable édulcorée à la saccharine sodique | Carbocisteine                | 200 ml      | 3400936914247 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)        |
| CARBOCISTEINE SANDOZ CONSEIL 5% ADULTES SANS SUCRE, solution buvable édulcorée à la saccharine sodique     | Carbocisteine                | 200 ml      | 3400937711982 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)        |
| CEFALINE HAUTH, poudre orale en sachet (au paracétamol)  | Paracétamol/ Caféine         | 10 sachets  | 3400932466580 | DOULEUR  |
| CETAVLEX AQUEUX 0,5 %, solution pour application cutanée   | Digluconate de chlorhexidine | 125 ml      | 3400938159325 | TROUBLES CUTANES (Antiseptique)                |
| CETAVLON, crème  | Cétirizide                   | 80 g        | 3400938120462 | TROUBLES CUTANES (Antiseptique)                |
| CETIRIZINE ARROW CONSEIL 10 mg, comprimé pelliculé sécable   | Cétirizine                   | 7 comprimés | 3400937462891 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| CETIRIZINE BIOGARAN CONSEIL 10 mg, comprimé pelliculé sécable  | Cétirizine                   | 7 comprimés | 3400936887589 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| CETIRIZINE CRISTERS CONSEIL 10 mg, comprimé pelliculé sécable  | Cétirizine                   | 7 comprimés | 3400937598729 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| CETIRIZINE MYLAN PHARMA 10mg, comprimé pelliculé sécable   | Cétirizine                   | 7 comprimés | 3400936699854 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| CETIRIZINE NEPENTHES 10 mg, comprimé pelliculé sécable   | Cétirizine                   | 7 comprimés | 3400949222452 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| CETIRIZINE RANBAXY MEDICATION OFFICINALE 10mg, comprimé pelliculé sécable                                  | Cétirizine                   | 7 comprimés | 3400939910895 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |

ANSM - Novembre 2014 [www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)  
 Liste des médicaments de médicament officinale

|  |                    |              |               |  |
|--|--------------------|--------------|---------------|--|
| CETIRIZINE RATIOPHARM CONSEIL 10 mg, cp pelliculé sécable  | Cétirizine         | 7 comprimés  | 3400937498791 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| CETIRIZINE SANDOZ CONSEIL 10 mg, comprimé pelliculé sécable  | Cétirizine         | 7 comprimés  | 3400937753685 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| CETIRIZINE TEVA CONSEIL 10 mg, comprimé pelliculé sécable  | Cétirizine         | 7 comprimés  | 3400937920650 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| CITRATE DE BETAINE BIOGARAN CONSEIL 2g, comprimé effervescent  | Citrate de bétaine | 20 comprimés | 3400938635522 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)         |
| CITRATE DE BETAINE CITRON UPSA 2 g SANS SUCRE, comprimé effervescent édulcoré à la saccharine sodique  | Citrate de bétaine | 20 comprimés | 3400934965852 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)         |
| CITRATE DE BETAINE UPSA 2 g MENTHE SANS SUCRE, comprimé effervescent édulcoré à la saccharine sodique  | Citrate de bétaine | 20 comprimés | 3400949974092 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)         |
| CLARIX EXPECTORANT CARBOCISTEINE 5% ADULTES SANS SUCRE, solution buvable édulcorée à la saccharine sodique, au sorbitol et au maltitol liquide                   | Carbocisteine      | 250 ml       | 3400936061286 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)        |
| CLARIX EXPECTORANT CARBOCISTEINE 750mg/10ml ADULTES SANS SUCRE, solution buvable en sachet édulcorée à la saccharine sodique, au sorbitol et au maltitol liquide | Carbocisteine      | 15 sachets   | 3400939991511 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)        |
| CLARIX TOUX SECHE PENTOXYVERINE 0,15% ENFANTS, sirop   | Pentoxysterine     | 150 ml       | 3400938267006 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Toux)               |
| CODOTUSSY EXPECTORANT ACETYLCISTEINE 100mg, comprimé à sucer   | Acetylcystéine     | 20 comprimés | 3400933339142 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)        |

ANSM - Novembre 2014 [www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)  
 Liste des médicaments de médicament officinale

|   |   |              |               |   |
|---|---|--------------|---------------|---|
| CODOTUSSYL MAUX DE GORGE<br>SANS SUCRE, pastille édulcorée au<br>malitol                  | Lidocaïne / Cétolpyridinium / Acide<br>ascorbyque | 24 pastilles | 3400934007057 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)         |
| CORTAPAISSYL 0,5 %, crème   | Hydrocortisone                                    | 15 g         | 3400935756527 | TROUBLES CUTANÉS (Corticoïde)                     |
| CORTISEDERMYL 0,5 %, crème  | Hydrocortisone                                    | 15 g         | 3400936318762 | TROUBLES CUTANÉS (Corticoïde)                     |
| CROMOGLICATE DE SODIUM<br>SANDOZ CONSEIL 2 %, collyre en<br>solution en récipient unidose | Cromoglycate de sodium                            | 10 unidoses  | 3400927899775 | TROUBLES OCULAIRES (Conjonctivite allergique)     |
| CROMORHINOL 2%, solution pour<br>pulvérisation nasale                                     | Cromoglycate de sodium                            | 15 ml        | 3400933998301 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite<br>allergique) |
| CURASPORT 5 %, gel  | Peroxyde de Benzoyle                              | Tube 100 g   | 3400935458001 | TROUBLES CUTANÉS (Acné)                           |
| DACRYUM, solution pour lavage<br>ophtalmique en récipient unidose                         | Borax / Acide borique                             | 15 unidoses  | 3400936018983 | TROUBLES OCULAIRES (Antiseptique)                 |
| DECONTRACTYL BAUME,<br>pommade  | Méphénésine                                       | 80 g         | 3400931642459 | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                          |
| DERMOFENAC DEMANGEAISONS<br>0,5 %, crème  | Hydrocortisone                                    | 15 g         | 3400935857682 | TROUBLES CUTANÉS (Corticoïde)                     |
| DIARETYL 2 mg, gélule   | Lopéramide  | 12 gélules   | 3400935842145 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées<br>aigues)  |
| DIASEPTYL 0,5 %, solution pour<br>application cutanée                                     | Digluconate de chlorhexidine                      | 75 ml        | 3400949409877 | TROUBLES CUTANÉS (Antiseptique)                   |
| DICLOFENAC RANBAXY<br>MEDICATION OFFICINALE 1 %,<br>gel                                   | Diclofénac sodique                                | 50 g         | 3400934691867 | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                          |
| DICLOFENAC RATIOPHARM   | Diclofénac sodique                                | 50 g         | 3400938825497 | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                          |
| DICLOFENAC SANDOZ CONSEIL<br>1%, gel  | Diclofénac sodique                                | 50 g         | 3400934706578 | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                          |
| DICLOFENAC TEVA CONSEIL 1%,<br>gel  | Diclofénac sodique                                | 50 g         | 3400938987928 | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                          |
| DICLOFENAC URGO 1%, gel   | Diclofénac sodique                                | 50 g         | 3400926971816 | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                          |
| DICLOFENAC URGO 1%, gel en<br>flacon pressurisé   | Diclofénac sodique                                | 100 ml       | 3400949133871 | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                          |
| DIOSMINE BIOGARAN CONSEIL<br>300mg, comprimé pelliculé                                    | Diosmine  | 30 comprimés | 3400935617859 | VEINOTONIQUE                                      |
| DIOSMINE BIOGARAN CONSEIL<br>600mg, comprimé pelliculé                                    | Diosmine  | 30 comprimés | 3400935618160 | VEINOTONIQUE                                      |
| DIOSMINE CRISTERS 600 mg,<br>comprimé pelliculé   | Diosmine  | 30 comprimés | 3400936310957 | VEINOTONIQUE                                      |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|   |  |                 |                |   |
|---|--|-----------------|----------------|---|
| DIOSMINE ZENTIVA CONSEIL 600<br>mg, comprimé pelliculé  | Diosmine   | 30 comprimés    | 3400935001573  | VEINOTONIQUE                                      |
| DISPADOL 1 %, gel   | Diclofénac sodique   | 50 g            | 3400934408342  | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                          |
| DOLI ETAT GRIPPAL Paracetamol/<br>Vitamine C/ Phéniramine 500<br>mg/200 mg/25 mg, granulés pour<br>solution buvable en sachet | Paracétamol/<br>Vitamine C/<br>Phéniramine   | 8 sachets       | 3400927732904  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhume)                 |
| DOLI MAL DE GORGE<br>HEXAMIDINE/TETRACALINE,<br>solution pour pulvérisation buccale   | Hexamidine / Tétracaline   | 30 g            | 3400936172678  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)         |
| DOLIALLERGIE LORATADINE 10<br>mg, comprimé  | loratadine   | 7 comprimés     | 3400949819058  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite<br>allergique) |
| DOLIPRANEORO 500 mg,<br>comprimé orodispersible   | Paracétamol  | 12 comprimés    | 3400935212023  | DOULEUR   |
| DOLIPRANEVITAMINEC 500<br>mg/150 mg, comprimé effervescent  | Paracétamol / Acide ascorbyque   | 2 x 8 comprimés | 3400937665018  | DOULEUR   |
| DOLIRHUME AUX HUILES<br>ESSENTIELLES, solution pour<br>inhalation par fumigation  | Baume du Pérou<br>Teinture de benjoin<br>Teinture d'eucalyptus<br>Huile essentielle de lavande<br>Huile essentielle de thym<br>Lévomenthol | 84 ml           | 34009330097281 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhume)                 |
| DRILL CITRON MENTHE, pastille   | Chlorhexidine / Tétracaline  | 24 pastilles    | 3400933588250  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)         |
| DRILL EXPECTORANT ADULTES 5 Carbocisteïne<br>POUR CENT, sirop en flacon   |  | 200 ml          | 3400934303272  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)           |
| DRILL EXPECTORANT SANS<br>SUCRE ADULTE 5 POUR CENT,<br>solution buvable en flacon, édulcorée<br>à la saccharine sodique       | Carbocisteïne  | 200 ml          | 3400934254215  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)           |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|   |   |                 |               |   |
|---|---|-----------------|---------------|---|
| DRILL MAUX DE GORGE, collutoire   | Chlorhexidine / Tetracaine en flacon pressurisé         | 40 ml           | 3400935796677 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)     |
| DRILL MIEL-ROSAT, pastille à sucer  | Chlorhexidine / Tetracaine                              | 24 pastilles    | 3400933500603 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)     |
| DRILL RHUME, comprimé pelliculé   | Paracétamol / Maléate de chlophénamine                  | 16 comprimés    | 3400922439426 | ANTALGIQUE ANTIPYRETIQUE                      |
| DRILL SANS SUCRE ANIS MENTHE, pastille édulcorée à l'isomalt et à l'acésulfame potassique   | Chlorexidine / Tetracaine                               | 24 pastilles    | 3400936503197 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)     |
| DRILL SANS SUCRE SUREAU LITCHI, pastille édulcorée à l'isomalt et à l'acésulfame potassique | Chlorhexidine / Tetracaine                              | 24 pastilles    | 3400937458061 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)     |
| DRILL SANS SUCRE, pastille édulcoré à l'aspartam et à l'isomalt                             | Chlorhexidine / Tetracaine                              | 24 pastilles    | 3400933378172 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)     |
| DRILL, pastille à sucer   | Chlorhexidine / Tetracaine                              | 24 pastilles    | 3400931325703 | ANTALGIQUE ANTIPYRETIQUE                      |
| DYNAMISAN 3 g, poudre pour solution buvable   | Arginine  | 20 sachets      | 3400934055133 | ASTHENIE                                      |
| DYSPAGON 2 mg, gélule   | Lopéramide  | 12 gélules      | 3400934968693 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées aigues) |
| EFFERALGANODIS 500mg, comprimé orodispersible   | Paracétamol   | 16 comprimés    | 3400934821523 | DOULEUR                                       |
| EFFERALGANTAB 1 g, comprimé pelliculé   | Paracétamol   | 8 comprimés     | 3400936485464 | DOULEUR                                       |
| EFFERALGANVITAMINEC 500 mg/200 mg, comprimé effervescent                                    | Paracétamol / Acide ascorbique                          | 2 x 8 comprimés | 3400936373242 | DOULEUR                                       |
| ELUDRIL, collutoire   | Digluconate de chlorhexidine Chlorhydrate de tétracaine | 55 ml           | 3400935702647 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)     |
| ELUSANES KAO LIN 500mg, gélule  | Kaolin lourd  | 60 gélules      | 3400935277657 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)        |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|  |  |                                |                                |   |
|--|--|--------------------------------|--------------------------------|---|
| EOSINE COOPER 2 POUR CENT, solution pour application cutanée en récipient unidose  | Eosine disodique   | 10 récipients unidoses de 2 ml | 3400933968373                  | TROUBLES CUTANÉS (Antiseptique)               |
| ERAZABAN 10 %, crème   | Docosanol  | 2g                             | 3400938041538                  | TROUBLES CUTANÉS (herpès)                     |
| ERCESTOP 2 mg, gélule  | Lopéramide   | 12 gélules                     | 3400934966224                  | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées aigues) |
| ERGIX 200 mg DOULEUR ET FIEVRE, comprimé pelliculé   | Ibuprofène   | 30 comprimés                   | 3400934795756                  | DOULEUR                                       |
| ERGIX 5% ADULTES EXPECTORANT SANS SUCRE, solution buvable édulcorée à la saccharine sodique  | Carbocisteïne  | 250 ml                         | 3400936105782                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)       |
| ANGI-SPRAY MAL DE GORGE HEXAMIDINE/TETRACAINÉ, collutoire en flacon pressurisé   | Hexamidine / Tétracaine  | 30 ml                          | 3400935381255                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)     |
| EXOTOUX, solution buvable édulcorée à la saccharine sodique  | Carbocisteïne  | 200 ml                         | 3400936592773                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)       |
| FERVEX ADULTES FRAMBOISE, granulé pour solution buvable en sachet  | Paracétamol<br>Acide ascorbique (vitamine C)<br>Maléate de phéniramine | 8 sachets                      | 3400949898350                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhume)             |
| FERVEX ENFANTS, granulés en sachet   | Paracétamol<br>Acide ascorbique (vitamine C)<br>Maléate de phéniramine | 8 sachets                      | 3400933515799                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhume)             |
| FERVEX SANS SUCRE, granulé pour solution buvable en sachet   | Paracétamol<br>Acide ascorbique (vitamine C)<br>Maléate de phéniramine | 8 sachets                      | 3400933359591                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhume)             |
| FERVEX, granulés en sachet   | Paracétamol<br>Acide ascorbique (vitamine C)<br>Maléate de phéniramine | 8 sachets                      | 3400932705917                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhume)             |
| FLECTOREFFIGEL 1%, gel   | Diclofénac épolamine   | 60 g<br>50 g                   | 3400927721328<br>3400927721557 | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                      |
| FLUIMUCIL EXPECTORANT ACETYLCYSTEINE 2 % ADULTES SANS SUCRE, solution buvable édulcorée à la saccharine sodique, au cyclamate de sodium et au sucrellose | Acétylcystéine   | 200 ml                         | 3400935392831                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)       |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|  |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|
| FLUIMUCIL EXPECTORANT<br>ACETYLCYSTEINE 200 mg<br>ADULTES, granulés pour solution buvable en sachet          | Acétylcystéine  | 18 sachets  | 3400935068699   | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)       |
| FLUOCARIL BI FLUORE 250 mg<br>ANIS, pâte dentifrice  | Monofluorophosphate de sodium<br>Fluorure de sodium               | 75 ml   | 3400936256408   | TROUBLES BUCCODENTAIRES                       |
| FLUOCARIL BI FLUORE 250 mg<br>MENTHE, gel dentifrice   | Monofluorophosphate de sodium<br>Fluorure de sodium               | 75 ml<br>125 ml   | 3400936256118<br>3400936256286  | TROUBLES BUCCODENTAIRES                       |
| FLUOCARIL BI FLUORE 250 mg<br>MENTHE, pâte dentifrice  | Monofluorophosphate de sodium<br>Fluorure de sodium               | 1 x 50 ml<br>1 x 75 ml<br>1 x 125 ml<br>2 x 75 ml<br>2 x 125 ml | 3400935008329<br>3400935008497<br>3400935008619<br>3400936273955<br>3400936273894 | TROUBLES BUCCODENTAIRES                       |
| GASTROWELL LOPERAMIDE 2mg,<br>gélule   | Lopéramide  | 12 gélules  | 3400938707823   | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées aigues) |
| GAVISCONELL MENTHE SANS<br>SUCRE, suspension buvable en  | Alginate de sodium / Bicarbonate de sodium                        | 12 sachets<br>24 sachets  | 3400938254518<br>3400933851767  | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)        |
| GAVISCONELL SANS SUCRE<br>FRAISE, comprimé à croquer   | Alginate de sodium / Bicarbonate de sodium / Carbonate de calcium | 32 comprimés  | 3400938293777   | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)        |
| éducoré au xylitol, au mannitol et à<br>l'aspartam   |   |   |   |   |
| GAVISCONELL SANS SUCRE<br>MENTHE, comprimé à croquer<br>éducoré à l'aspartam et à<br>l'acésulfame potassique | Alginate de sodium / Bicarbonate de sodium / Carbonate de calcium | 32 comprimés  | 3400938290707   | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)        |
| HEMOCLAR 0,5 POUR CENT,<br>crème   | Pentosan sodique  | 30 g  | 3400930479308   | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                      |
| HERPESEDERMYL 5%, crème  | Aciclovir   | 2 g   | 3400936288805   | TROUBLES CUTANÉS (Herpès)                     |
| HERPEVIR 5%, crème   | Aciclovir   | 2 g   | 3400937801744   | TROUBLES CUTANÉS (Herpès)                     |
| HEXASEPTINE 0,1 %, solution pour<br>application locale en flacon   | Hexamidine  | 75 ml   | 3400933757526   | TROUBLES CUTANÉS (Antiseptique)               |
| HEXTRIL MENTHE 0,1 POUR<br>CENT, solution pour bain de bouche  | Héxétidine  | 200 ml  | 3400935970565   | TROUBLES BUCCODENTAIRES                       |
|  |   | 400 ml  | 3400935970626   |   |
| HEXTRIL, 0,1 POUR CENT, bain de<br>bouche, flacon  | Héxétidine  | 30 ml   | 34009330309592  | TROUBLES BUCCODENTAIRES                       |
|  |   | 200 ml  | 3400930496046   |   |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|   |   |                 |                                |  |
|---|---|-----------------|--------------------------------|--|
| HEXTRIL, 0,1 POUR CENT, pâte<br>dentifrice  | Héxétidine                                  | 400 ml<br>100 g | 3400935473257<br>3400933926151 | TROUBLES BUCCODENTAIRES                        |
| HUMEX 5% ADULTES<br>EXPECTORANT SANS SUCRE,<br>solution buvable éducorée à la<br>saccharine sodique                 | Carbocisteïne                               | 250 ml          | 3400939393216                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)        |
| HUMEX ALLERGIE CETIRIZINE 10 mg , comprimé pelliculé sécable  | Cétirizine                                  | 7 comprimés     | 3400937688369                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| HUMEX ALLERGIE LORATADINE 10 mg , comprimé pelliculé sécable  | Loratadine                                  | 7 comprimés     | 3400949894338                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| HUMEX CONJONCTIVITE ALLERGIQUE 2%, collyre en<br>solution en récipient unidose                                      | Cromoglicate de sodium                      | 10 unidoses     | 3400935673398                  | TROUBLES OCULAIRES (Conjonctivite allergique)  |
| HUMEX EXPECTORANT CARBOCISTEINE 750mg/10ml<br>ADULTES SANS SUCRE, solution<br>buvable en sachet éducorée à la       | Carbocisteïne                               | 15 sachets      | 3400939991221                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)        |
| HUMEX EXPECTORANT SANS SUCRE 100 mg, comprimés à sucer  | Acétylcystéine                              | 20 comprimés    | 3400935381835                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)        |
| HUMEX GORGE IRRITÉE LIDOCAINE, gomme orale  | Lidocaïne/ Enoxolone/ Erysimum              | 30 gommes       | 3400935115119                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)      |
| HUMEX INHALER, tampon<br>imprégné pour inhalation   | Camphre/ Lévomenthol/ Salicylate de méthyle | 1 tube          | 3400930509845                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhume)              |
| HUMEX MAL DE GORGE FRUITS ROUGES 20 mg SANS SUCRE,<br>pastille éducorée à l'isomalt et à<br>l'acésulfame potassique | Bidotymol                                   | 24 pastilles    | 3400936352650                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)      |
| HUMEX MAL DE GORGE MENTHE 20 mg SANS SUCRE, pastille<br>éducorée à l'isomalt  | Bidotymol                                   | 24 pastilles    | 3400936353022                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)      |
| HUMEX MAL DE GORGE MIEL CITRON 20 mg, pastille  | Bidotymol                                   | 24 pastilles    | 3400938120172                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)      |
| HUMEX MAL DE GORGE ORANGE 20 mg, pastille   | Bidotymol                                   | 24 pastilles    | 3400933929114                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)      |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|   |  |                      |               |  |
|---|--|----------------------|---------------|--|
| HUMEX MAL DE GORGE, collatoire en flacon pressurisé   | Benzalkonium/ Lidocaïne                  | 35 ml                | 3400938535594 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)      |
| HUMEX RHUME DES FOINS A LA BECLOMETASONE 50 microgrammes / doses, suspension pour pulvérisation nasale en flacon. | Béclométabolone                          | 1 flacon (100 doses) | 3400934321313 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| HUMEXLIB ETAT GRIPPAL PARACETAMOL/VITAMINE C/PHENIRAMINE 500mg/200mg/25mg, poudre pour solution buvable en sachet | Paracétamol<br>Vitamine C<br>Phéniramine | 8 sachets            | 3400927827396 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhume)              |
| HUMEXLIB PARACETAMOL CHLORPHÉNAMINE 500mg/4mg, 1/1  | Paracétamol / Chlorphénamine             | 16 gélules           | 3400933359881 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhume)              |
| IBUPROFENE ARROW 5 %, gel   | Ibuprofène                               | 60 g                 | 3400937622653 | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                       |
| IBUPROFENE ARROW CONSEIL 400 mg, comprimé pelliculé   | Ibuprofène                               | 15 comprimés         | 3400939932668 | DOULEUR  |
| IBUPROFENE BIOGARAN CONSEIL 200mg, comprimé pelliculé   | Ibuprofène                               | 20 comprimés         | 3400937693042 | DOULEUR  |
| IBUPROFENE BIOGARAN CONSEIL 400mg, comprimé pelliculé   | Ibuprofène                               | 10 comprimés         | 3400938358926 | DOULEUR  |
| IBUPROFENE CRISTERS 200mg, comprimé pelliculé   | Ibuprofène                               | 20 comprimés         | 3400938307078 | DOULEUR  |
| IBUPROFENE ISOMED 200mg, comprimé enrobé  | Ibuprofène                               | 20 comprimés         | 3400936060746 | DOULEUR  |
| IBUPROFENE MYLAN CONSEIL 400 mg, comprimé pelliculé   | Ibuprofène                               | 12 comprimés         | 3400927820182 | DOULEUR  |
| IBUPROFENE NEPENTHES 200mg, comprimé pelliculé  | Ibuprofène                               | 20 comprimés         | 3400949901005 | DOULEUR  |
| IBUPROFENE RANBAXY MEDICATION OFFICINALE 200 mg,  | Ibuprofène                               | 20 comprimés         | 3400949866304 | DOULEUR  |
| IBUPROFENE RANBAXY MEDICATION OFFICINALE 400 mg,  | Ibuprofène                               | 12 comprimés         | 3400941577963 | DOULEUR  |

ANSM - Novembre 2014

Liste des médicaments de médicament officinale

[www.anmsante.fr](http://www.anmsante.fr)

|  |  |              |               |   |
|--|--|--------------|---------------|---|
| IBUPROFENE RATIOPHARM CONSEIL 200mg, comprimé enrobé | Ibuprofène                             | 20 comprimés | 3400936028289 | DOULEUR                                       |
| IBUPROFENE SANDOZ CONSEIL 200 mg, comprimé enrobé    | Ibuprofène                             | 20 comprimés | 3400937665308 | DOULEUR                                       |
| IBUPROFENE SANDOZ CONSEIL 400mg, comprimé pelliculé  | Ibuprofène                             | 15 comprimés | 3400936327069 | DOULEUR                                       |
| IBUPROFENE URG 5%, gel                               | Ibuprofène                             | 60 g         | 3400934366666 | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                      |
| IBUPROFENE ZF 400 mg, comprimé pelliculé             | Ibuprofène                             | 12 comprimés | 3400941759208 | DOULEUR                                       |
| IBUPROFENE ZYDUS France 200 mg, comprimé pelliculé   | Ibuprofène                             | 20 comprimés | 3400921845471 | DOULEUR                                       |
| IBUTABS 200 mg, comprimé pelliculé                   | Ibuprofène                             | 20 comprimés | 3400941969683 | DOULEUR                                       |
| IBUTABS 400 mg, comprimé pelliculé                   | Ibuprofène                             | 10 comprimés | 3400949897179 | DOULEUR                                       |
| IMODIUMCAPS 2 mg, gélules                            | Lopéramide                             | 12 gélules   | 3400938571905 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées aigues) |
| IMODIUMLINGUAL 2 mg, lyophilisat oral                | Lopéramide                             | 12 lyocs     | 3400936666795 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées aigues) |
| IMODIUMLIQUICAPS 2 mg, capsule molle                 | Lopéramide                             | 12 capsules  | 3400921801019 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées aigues) |
| IMONOGAS 240 mg, capsule molle                       | Siméticone                             | 30 capsules  | 3400937171939 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Flatulences)      |
| INDIARAL 2 mg, gélule                                | Lopéramide                             | 12 gélules   | 3400934967054 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées aigues) |
| INTRALGIS 200 mg, comprimé pelliculé                 | Ibuprofène                             | 20 comprimés | 3400933565947 | DOULEUR                                       |
| KAOMUTH, poudre orale en sachet                      | Kaolin lourd<br>Hydroxyde de magnésium | 20 sachets   | 3400932944798 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)        |
| KENDIX 5 POUR CENT, crème                            | Aciclovir                              | 2 g          | 3400934948824 | TROUBLES CUTANÉS (Herpès)                     |

ANSM - Novembre 2014

Liste des médicaments de médicament officinale

[www.anmsante.fr](http://www.anmsante.fr)

|  |  |                  |               |  |
|--|--|------------------|---------------|--|
| LAMISILATE 1%, crème   | Terbinafine  | 10 g             | 3400933496258 | TROUBLES CUTANÉS                               |
| LAMISILATE MONODOSE 1%, solution pour application cutanée                | Terbinafine  | 4 g              | 3400937706841 | TROUBLES CUTANÉS                               |
| LANSOYL SANS SUCRE 78,23g POUR CENT, gel oral en pot                     | Paraffine liquide                                      | 215 g            | 3400933234072 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Constipation)      |
| LAROSCORBINE 1g, comprimé effervescent                                   | Acide ascorbique                                       | 2 x 15 comprimés | 3400935445803 | ASTHENIE                                       |
| LAROSCORBINE 500 mg SANS SUCRE, comprimé à croquer édulcoré à l'aspartam | Acide ascorbique                                       | 30 comprimés     | 3400935848468 | ASTHENIE                                       |
| LAROSCORBINE SANS SUCRE 1g, Acide ascorbique comprimé effervescent       | Acide ascorbique                                       | 15 comprimés     | 3400935446114 | ASTHENIE                                       |
| LAROSCORBINE SANS SUCRE 1g, Acide ascorbique comprimé effervescent       | Acide ascorbique                                       | 30 comprimés     | 3400935446343 | ASTHENIE                                       |
| LOBAMINE CYSTEINE, gélule  | Cystéine/ Méthionine                                   | 120 gélules      | 3400936462403 | TROUBLES CUTANÉS (Alopécie)                    |
| LOPERAMIDE ARROW CONSEIL 2 mg, gélule                                    | Lopéramide   | 12 gélules       | 3400936952508 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées aigues)  |
| LOPERAMIDE BIOGARAN CONSEIL 2 mg, gélule                                 | Chlorhydrate de lopéramide                             | 6 gélules        | 3400922447179 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées aigues)  |
| LOPERAMIDE CRISTERS 2 mg, gélule   | Lopéramide   | 12 gélules       | 3400938306828 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées aigues)  |
| LOPERAMIDE MYLAN PHARMA 2mg, gélule                                      | Lopéramide   | 12 gélules       | 3400926615857 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées aigues)  |
| LOPERAMIDE RATIOPHARM CONSEIL 2 mg, gélule                               | Lopéramide   | 12 gélules       | 3400938235067 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées aigues)  |
| LOPERAMIDE SANDOZ CONSEIL 2 mg, gélule                                   | Lopéramide   | 12 gélules       | 3400937973700 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées aigues)  |
| LORATADINE MYLAN CONSEIL 10 mg, comprimé                                 | Loratadine   | 7 comprimés      | 3400927800191 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| LYSOPAINE MAUX DE GORGE CETYL PYRIDINIUM LYSOZYME                        | Cétolysozyme   | 18 comprimés     | 3400939035017 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)      |
| MAALOX MAUX D'ESTOMAC , comprimé à croquer                               | Hydroxyde de magnésium / Hydroxyde d'aluminium hydraté | 12 comprimés     | 3400939793498 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)         |
| MAALOX MAUX D'ESTOMAC , suspension buvable en flacon                     | Hydroxyde de magnésium / Hydroxyde d'aluminium hydraté | 40 comprimés     | 3400935382207 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)         |
| MAALOX MAUX D'ESTOMAC , suspension buvable en sachet-dose                | Hydroxyde de magnésium / Hydroxyde d'aluminium hydraté | 60 comprimés     | 3400921897050 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)         |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|   |  |                  |               |  |
|---|--|------------------|---------------|--|
| MAALOX MAUX D'ESTOMAC FRUITS ROUGES, suspension buvable en sachet   | Hydroxyde de magnésium / Oxyde d'aluminium hydraté       | 20 sachets       | 3400921737271 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)               |
| MAALOX MAUX D'ESTOMAC SANS SUCRE FRUITS ROUGES, comprimé édulcoré à la saccharine sodique, au sorbitol et au maltitol | Hydroxyde de magnésium / Oxyde d'aluminium hydraté       | 40 comprimés     | 3400949851683 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)               |
| MAALOX MAUX D'ESTOMAC SANS SUCRE, comprimé à croquer  | Hydroxyde de magnésium / Hydroxyde d'aluminium hydraté   | 40 comprimés     | 3400935382375 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)               |
| MAG 2 100 mg, comprimé  | Carbonate de magnésium                                   | 60 comprimés     | 3400921791501 | ASTHENIE   |
| MAGNESIUM ARROW 150 mg, comprimé effervescent   | Magnésium  | 20 comprimés     | 340093413514  | ASTHENIE   |
| MAGNESIUM/VITAMINE B6 BIOGARAN CONSEIL 48mg/5mg, comprimé   | Magnésium/Vitamine B6                                    | 50 comprimés     | 3400938533705 | ASTHENIE   |
| MAGNEVIE B6 100mg/10mg, comprimé pelliculé  | Magnésium/Vitamine B6                                    | 60 comprimés     | 3400936326866 | ASTHENIE   |
|   |  | 2 x 60 comprimés | 3400949890545 |  |
| MAXILASE MAUX DE GORGE ALPHA-AMYLASE 3000 U. CEIP, comprimé enrobé  | Alfa-amylase   | 15 comprimés     | 3400939933849 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)            |
| MEGAMAG 45 mg, gélule   | Magnésium  | 60 gélules       | 3400949172672 | ASTHENIE   |
|   |  | 120 gélules      | 3400949643509 |  |
| MERCALM, comprimé pelliculé sécable   | Caféine Dimenhydrinate                                   | 15 comprimés     | 3400934214813 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Nausée/mal du transport) |
| MERCYRL, solution pour application cutanée  | Chlorhexidine / Benzalkonium                             | 125 ml           | 3400935456809 | TROUBLES CUTANÉS (Antiseptique)                      |
| MERCYRLSPRAY, solution pour application cutanée en flacon pressurisé  | Chlorhexidine / Benzalkonium                             | 50 ml            | 3400935456748 | TROUBLES CUTANÉS (Antiseptique)                      |
| MICROLAX MACROGOL 5,9g, poudre pour solution buvable  | macrogol 3350  | 10 sachets       | 3400926789473 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Constipation)            |
| MICROLAX SORBITOL CITRATE ET LAURYL SULFOACETATE DE SODIUM, solution rectale en récipient unidose                     | Sorbitol/Citrate de sodium/ Laurylsulfoacétate de sodium | 4 récipients     | 3400934968754 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Constipation)            |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|  |  |  |   |  |
|--|--|--|---|--|
| MINOXIDIL BAILLEUL 2 POUR CENT solution pour application cutanée                         | Minoxidil                                | 3 x 60 ml                                    | 3400936359864                                   | TROUBLES CUTANÉS (Alopécie)                            |
| MINOXIDIL COOPER 2 POUR CENT solution pour application cutanée en flacon                 | Minoxidil                                | 3 x 60 ml                                    | 3400933595005                                   | TROUBLES CUTANÉS (Alopécie)                            |
| MINOXIDIL MYLAN 2 POUR CENT, solution pour application cutanée                           | Minoxidil                                | 3 x 60 ml                                    | 3400921874976                                   | TROUBLES CUTANÉS (Alopécie)                            |
| MINOXIDIL SANDOZ CONSEIL 2 %, solution pour application cutanée                          | Minoxidil                                | 3 x 60 ml                                    | 3400938146028                                   | TROUBLES CUTANÉS (Alopécie)                            |
| MITOSYL IRRITATION, pommade  | Huile de foie de poisson / Oxyde de Zinc | 65 g<br>150 g<br>2 x 150 g                   | 3400935062376<br>3400935062666<br>3400936367159 | TROUBLES CUTANÉS (Irritation)                          |
| MUCOMYST 200 mg, poudre orale en sachet  | Acétylcystéine                           | 18 sachets                                   | 3400934065187                                   | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)                |
| NAUSICALM ADULTES 50 mg, gélule  | Dimenhydrate                             | 14 gélules                                   | 3400933594923                                   | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Nausée/mal des transports) |
| NAUSICALM, sirop   | Dimenhydrate                             | 150 ml                                       | 3400932760565                                   | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Nausée/mal des transports) |
| NICOPASS 1,5 mg SANS SUCRE EUCALYPTUS, pastille édulcorée à l'aspartam et à l'acésulfame | Nicotine                                 | 12 pastilles<br>36 pastilles<br>96 pastilles | 3400937679725<br>3400937679954<br>3400937680554 | ADDICTION (Tabac)                                      |
| NICOPASS 1,5 mg SANS SUCRE MENTHE FRAICHEUR, pastille édulcorée à l'aspartame et à       | Nicotine                                 | 12 pastilles<br>36 pastilles<br>96 pastilles | 3400936447615<br>3400936447844<br>3400936498990 | ADDICTION (Tabac)                                      |
| NICOPASS 1,5 mg SANS SUCRE REGLISSE MENTHE, pastille édulcorée à l'aspartame et à        | Nicotine                                 | 12 pastilles<br>36 pastilles<br>96 pastilles | 3400936499072<br>3400936499362<br>3400936499881 | ADDICTION (Tabac)                                      |
| NICOPASS MENTHE FRAICHEUR 2,5 mg SANS SUCRE, pastille édulcorée à l'aspartam et à        | Nicotine                                 | 36 pastilles                                 | 3400938730135                                   | ADDICTION (Tabac)                                      |
| NICOPASS REGLISSE MENTHE 2,5 mg SANS SUCRE, pastille édulcorée à l'aspartam et à         | Nicotine                                 | 12 pastilles<br>36 pastilles<br>96 pastilles | 3400938728873<br>3400938729016<br>3400938729535 | ADDICTION (Tabac)                                      |
| NICOPATCH 14mg/24h, dispositif transdermique de 35 mg/20cm <sup>2</sup>                  | Nicotine                                 | 7 patchs<br>28 patchs                        | 3400938380286<br>3400938380576                  | ADDICTION (Tabac)                                      |
| NICOPATCH 21mg/24h, dispositif transdermique de 52,5 mg/30cm <sup>2</sup>                | Nicotine                                 | 7 patchs<br>28 patchs                        | 3400938380637<br>3400938381009                  | ADDICTION (Tabac)                                      |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|  |          |                                       |   |                   |
|--|----------|---------------------------------------|---|-------------------|
| NICOPATCH 7mg/24h, dispositif transdermique de 17,5 mg/10cm <sup>2</sup>   | Nicotine | 7 patchs                              | 3400938379808                                   | ADDICTION (Tabac) |
| NICOPATCH 7mg/24h, dispositif transdermique de 17,5 mg/10cm <sup>2</sup>   | Nicotine | 28 patchs                             | 3400938380118                                   | ADDICTION (Tabac) |
| NICORETTE 2 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher médicamenteuse édulcorée au sorbitol   | Nicotine | 30 gommes<br>105 gommes<br>210 gommes | 3400937630986<br>3400937631129<br>3400937631297 | ADDICTION (Tabac) |
| NICORETTE 4 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher médicamenteuse édulcorée au sorbitol   | Nicotine | 105 gommes                            | 3400937630757                                   | ADDICTION (Tabac) |
| NICORETTE FRUITS 2 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher médicamenteuse édulcorée au xylitol                                     | Nicotine | 30 gommes<br>105 gommes               | 3400937098977<br>3400937099578                  | ADDICTION (Tabac) |
| NICORETTE FRUITS 4 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher   | Nicotine | 105 gommes                            | 3400937100731                                   | ADDICTION (Tabac) |
| NICORETTE INHALEUR 10 mg, cartouche pour inhalation buccale  | Nicotine | 6 cartouches<br>42 cartouches         | 3400934838903<br>3400934839214                  | ADDICTION (Tabac) |
| NICORETTE MENTHE FRAICHE 2 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher médicamenteuse édulcorée  | Nicotine | 30 gommes<br>105 gommes<br>210 gommes | 3400936549681<br>3400937631358<br>3400937631419 | ADDICTION (Tabac) |
| NICORETTE MENTHE FRAICHE 4 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher   | Nicotine | 30 gommes<br>105 gommes               | 3400936550490<br>3400937631587                  | ADDICTION (Tabac) |
| NICORETTE MENTHE GLACIALE 2mg SANS SUCRE, gomme à mâcher médicamenteuse édulcorée  | Nicotine | 30 gommes<br>105 gommes<br>210 gommes | 3400937096218<br>3400937096966<br>3400939003368 | ADDICTION (Tabac) |
| NICORETTE MENTHE GLACIALE 4mg SANS SUCRE, gomme à mâcher médicamenteuse édulcorée au xylitol et à l'acésulfame potassium | Nicotine | 30 gommes<br>105 gommes               | 3400937097628<br>3400937098397                  | ADDICTION (Tabac) |
| NICORETTE MICROTAB 2 mg, comprimé sublingual   | Nicotine | 100 comprimés                         | 3400937992398                                   | ADDICTION (Tabac) |
| NICORETTE MICROTAB CITRON 2 mg, comprimé sublingual  | Nicotine | 3 x 10 comprimés<br>10 x 10 comprimés | 3400937986717<br>3400937986946                  | ADDICTION (Tabac) |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

**Rapport-gratuit.com**  
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES



|   |          |   |   |                   |
|---|----------|---|---|-------------------|
| NICORETTESKIN 10 mg/16 heures, Nicotine dispositifs transdermiques            |          | 7 patchs<br>28 patchs                         | 3400939650340<br>3400939650579                  | ADDICTION (Tabac) |
| NICORETTESKIN 15 mg/16 heures, Nicotine dispositifs transdermiques            |          | 7 patchs<br>28 patchs                         | 3400939650630<br>3400939650920                  | ADDICTION (Tabac) |
| NICORETTESKIN 25 mg/16 heures, Nicotine dispositifs transdermiques            |          | 7 patchs<br>28 patchs                         | 3400939651002<br>3400939651231                  | ADDICTION (Tabac) |
| NICORETTESPRAY 1mg/dose, solution pour pulvérisation buccale                  | Nicotine | 1 flacon<br>2 flacons                         | 3400922410500<br>3400922410678                  | ADDICTION (Tabac) |
| NICOTINELL FRUIT 2 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher médicamenteuse               | Nicotine | 36 gommes<br>96 gommes<br>204 gommes          | 3400936316751<br>3400936317123<br>3400939395227 | ADDICTION (Tabac) |
| NICOTINELL MENTHE 1 mg, comprimé à sucer                                      | Nicotine | 36 comprimés<br>96 comprimés<br>144 comprimés | 3400936408982<br>3400936409064<br>3400938919912 | ADDICTION (Tabac) |
| NICOTINELL MENTHE 2 mg, comprimé à sucer                                      | Nicotine | 36 comprimés<br>96 comprimés<br>144 comprimés | 3400936868489<br>3400936868540<br>3400938924473 | ADDICTION (Tabac) |
| NICOTINELL MENTHE FRAICHEUR 2 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher médicamenteuse    | Nicotine | 36 gommes<br>96 gommes<br>204 gommes          | 3400936314979<br>3400936315341<br>3400939395456 | ADDICTION (Tabac) |
| NICOTINELL MENTHE FRAICHEUR 4 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher médicamenteuse    | Nicotine | 36 gommes<br>96 gommes                        | 3400936315860<br>3400936316232                  | ADDICTION (Tabac) |
| NICOTINELL TTS 14 mg/24 h, dispositif transdermique                           | Nicotine | 7 patchs<br>28 patchs                         | 3400933467913<br>3400933468392                  | ADDICTION (Tabac) |
| NICOTINELL TTS 21 mg/24 h, dispositif transdermique                           | Nicotine | 7 patchs<br>28 patchs                         | 3400933468453<br>3400933468743                  | ADDICTION (Tabac) |
| NICOTINELL TTS 7 mg/24 h, dispositif transdermique                            | Nicotine | 7 patchs<br>28 patchs                         | 3400933467862<br>3400933467852                  | ADDICTION (Tabac) |
| NIQUITIN 14 mg/24 heures, dispositif transdermique                            | Nicotine | 7 patchs<br>28 patchs                         | 3400937956031<br>3400937956321                  | ADDICTION (Tabac) |
| NIQUITIN MENTHE DOUCE 2 mg SANS SUCRE, comprimé à sucer édulcoré à l'aspartam | Nicotine | 36 comprimés                                  | 3400935752383                                   | ADDICTION (Tabac) |
| NIQUITIN 21 mg/24 heures, dispositif transdermique                            | Nicotine | 7 patchs                                      | 3400937955720                                   | ADDICTION (Tabac) |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|  |   |                              |                                |   |
|--|---|------------------------------|--------------------------------|---|
| NIQUITIN 7 mg/24 heures, dispositif transdermique                    | Nicotine  | 28 patchs<br>7 patchs        | 3400937955959<br>3400937956499 | ADDICTION (Tabac)                             |
| NIQUITIN MENTHE FRAICHE 2 mg, comprimé à sucer édulcoré à l'aspartam | Nicotine  | 24 comprimés                 | 3400937013062                  | ADDICTION (Tabac)                             |
| NIQUITINMINIS 1,5mg SANS SUCRE, comprimé édulcoré à                  | Nicotine  | 20 comprimés<br>60 comprimés | 3400938672190<br>3400938672312 | ADDICTION (Tabac)                             |
| NIQUITINMINIS 4mg SANS SUCRE, comprimé édulcoré à                    | Nicotine  | 20 comprimés<br>60 comprimés | 3400938672541<br>3400938672770 | ADDICTION (Tabac)                             |
| NUROFEN 200 mg, comprimés enrobés                                    | Ibuprofène  | 20 comprimés<br>30 comprimés | 3400933964351<br>3400938414219 | DOULEUR                                       |
| NUROFEN 400 mg, comprimé enrobé                                      | Ibuprofène  | 12 comprimés                 | 3400936864986                  | DOULEUR                                       |
| NUROFEN 5%, gel  | Ibuprofène  | 50 g                         | 3400935729552                  | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                      |
| NUROFENFEM 400mg, comprimé pelliculé                                 | Ibuprofène  | 12 comprimés                 | 3400936814202                  | DOULEUR                                       |
| NUROFENFLASH 200 mg, comprimé pelliculé                              | Ibuprofène  | 12 comprimés                 | 3400936752474                  | DOULEUR                                       |
| NUROFENFLASH 400 mg, comprimé pelliculé                              | Ibuprofène  | 12 comprimés                 | 3400936760578                  | DOULEUR                                       |
| NUROFENFLASH 400 mg, poudre pour solution buvable en sachet          | Ibuprofène  | 10 sachets                   | 3400941760327                  | DOULEUR                                       |
| NUROFENTABS 200 mg, comprimé orodispersible                          | Ibuprofène  | 12 comprimés                 | 3400936053014                  | DOULEUR                                       |
| OPHTACALMFREE 2%, collyre en solution                                | Cromoglicate de sodium                            | 10 ml                        | 3400934692178                  | TROUBLES OCULAIRES (Conjonctivite allergique) |
| OSMOGEL, gel pour application locale                                 | Lidocaïne/ Sulfate de magnésium                   | 90 g                         | 3400930764176                  | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                      |
| OXYBOLDINE, comprimé effervescent                                    | Boldine/ Sulfate de sodium/ Phosphate monosodique | 2 x 12 comprimés             | 3400936171039                  | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)        |
| PANADOL 500 mg, comprimé pelliculé sécable                           | Paracétamol                                       | 16 comprimés                 | 3400934033070                  | DOULEUR                                       |
| PAPCLAIR CINQ POUR CENT, gel pour application locale                 | Peroxyde de benzoyle                              | Tube 40 g                    | 3400934335501                  | TROUBLES CUTANÉS (Acné)                       |
| PARACETAMOL ARROW CONSEIL 500 mg, comprimé                           | Paracétamol                                       | 16 comprimés                 | 3400936710434                  | DOULEUR                                       |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|  |   |                              |                                |  |
|--|---|------------------------------|--------------------------------|--|
| PARACETAMOL SANDOZ CONSEIL 500 mg, comprimé  | Paracétamol   | 16 comprimés                 | 3400937711173                  | DOULEUR  |
| PARACETAMOL TEVA CONSEIL 500mg, comprimé   | Paracétamol   | 16 comprimés                 | 3400937920940                  | DOULEUR  |
| PARACETAMOLVITAMINE CIPHENIRAMINE SANDOZ CONSEIL 500 mg/200 mg/25 mg, poudre pour solution buvable en sachet | Paracétamol<br>Acide Ascorbique (Vitamine C)<br>Maléate de phéniramine      | 8 sachets                    | 3400927795657                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhume)              |
| PASTILLES MEDICINALES VICKS MENTHOL EUCALYPTUS , pastille  | Levomenthol / Huile essentielle d'eucalyptus / Camphre / Alcool             | 18 pastilles<br>30 pastilles | 3400931126799<br>3400933086558 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)      |
| PERACEL, gélule  | Lopéramide  | 12 gélules                   | 3400934966392                  | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées aigues)  |
| PERUBORE INHALATION, capsule pour inhalation par vapeur  | Thym rouge/ Thymol / Lavande / Romarin                                      | 15 capsules                  | 3400949317066                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| PO12 2 POUR CENT, crème  | Enaxolone   | 40 g                         | 3400935279958                  | TROUBLES CUTANÉS (Irritation)                  |
| PROALLERGODIL 0,127 mg/dose, solution pour pulvérisation nasale  | Azélastine  | 10 ml                        | 3400934550669                  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| REMEX 5%, crème  | Aciclovir   | 2 g                          | 3400936336971                  | TROUBLES CUTANÉS (Herpès)                      |
| RENNIE DEFLATINE SANS SUCRE, comprimé à croquer édulcoré au sorbitol   | Carbonate de calcium/<br>Carbonate de magnésium lourd/<br>Diméticone activé | 18 comprimés                 | 3400933260095                  | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)         |
| RENNIE MENTHE GLACIALE, comprimé à croquer édulcoré à la saccharine sodique                                  | Carbonate de calcium / Carbonate de magnésium                               | 24 comprimés                 | 3400922255132                  | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)         |
| RENNIE ORANGE, comprimé à croquer  | Carbonate de calcium / Carbonate de magnésium                               | 36 comprimés                 | 3400936948075                  | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)         |
| RENNIE SANS SUCRE, comprimé à croquer  | Carbonate de calcium / Carbonate de magnésium                               | 36 comprimés<br>60 comprimés | 3400933028886<br>3400933029029 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)         |
| RENNIE SANS SUCRE, comprimé à croquer  | Carbonate de calcium / Carbonate de magnésium                               | 96 comprimés                 | 3400933029197                  | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)         |
| RENNIE, comprimé   | Carbonate de calcium / Carbonate de magnésium                               | 48 comprimés                 | 3400932477708                  | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)         |
| RENNIELIQUO SANS SUCRE, suspension buvable édulcorée à la saccharine sodique en sachet-dose                  | Hydrotalcite  | 20 sachets                   | 3400934380105                  | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Antiacide)         |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|   |                             |                                      |  |   |
|---|-----------------------------|--------------------------------------|--|---|
| RHINATHIOL 5 % ADULTE EXPECTORANT SANS SUCRE,   | Carbocisteïne               | 200 ml<br>250 ml                     | 3400934139840<br>3400921776713                                   | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)       |
| RHINATHIOL 5 POUR CENT ADULTES EXPECTORANT, sirop   | Carbocisteïne               | 125 ml<br>200 ml<br>250 ml<br>300 ml | 3400930909201<br>3400933781187<br>3400921776652<br>3400932368785 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)       |
| SARGEMAG, granulés effervescents en sachet-dose   | Magnésium                   | 30 sachets                           | 3400936907904  | ASTHENIE                                      |
| SARGENOR 1 g/ 5 ml, solution buvable  | Arginine                    | 20 ampoules<br>40 ampoules           | 3400932892839<br>3400933298128                                   | ASTHENIE                                      |
| SARGENOR A LA VITAMINE C SANS SUCRE, comprimé à croquer édulcorée à la saccharine sodique et au cyclamate de sodium | Acide ascorbique/ Arginine  | 20 comprimés                         | 3400935455857  | ASTHENIE                                      |
| SARGENOR A LA VITAMINE C, comprimé effervescent   | Arginine / Acide ascorbique | 20 comprimés                         | 3400935455567  | ASTHENIE                                      |
| SARGENOR A LA VITAMINE C, solution buvable en ampoule   | Arginine / Acide ascorbique | 20 ampoules                          | 3400935456229  | ASTHENIE                                      |
| SARGENOR SANS SUCRE 1 g, comprimé à croquer édulcoré à la saccharine sodique et au cyclamate de sodium              | Arginine                    | 20 comprimés<br>40 comprimés         | 3400934412073<br>3400934412134                                   | ASTHENIE                                      |
| SARGENOR SANS SUCRE 1 g, comprimé effervescent édulcoré à la saccharine sodique et au cyclamate de sodium           | Arginine                    | 2 x 10 comprimés<br>2 x 20 comprimés | 3400934171895<br>3400934251542                                   | ASTHENIE                                      |
| SEDERMYL 0,75%, crème   | Chlorhydrate d'isothipendyl | 35 g                                 | 3400931890157  | TROUBLES CUTANÉS (Piqures)                    |
| SEPTIVONS SPRAY 0,05%, solution pour application cutanée en flacon pressurisé                                       | Chlorhexidine               | 75 ml                                | 3400936889712  | TROUBLES CUTANÉS (Antiseptique)               |
| SILIGAZ, capsule  | Siméticone                  | 32 capsules                          | 3400932074341  | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Flatulences)      |
| SIMECTALIA 3g, poudre pour suspension buvable en sachet   | Diosmectite                 | 18 sachets                           | 3400949313792  | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Diarrhées aigues) |
| SOLUTRICINE MAUX DE GORGE BICLOTYMOl MENTHE 20 mg, pastille   | Bidotymol                   | 24 pastilles                         | 3400936675322  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)     |
| SOLUTRICINE MAUX DE GORGE BICLOTYMOl ORANGE 20 mg, pastille   | Bidotymol                   | 24 pastilles                         | 3400936675261  | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)     |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

|   |  |              |               |   |
|---|--|--------------|---------------|---|
| SOLUTRICINE MAUX DE GORGE   | Tétracaine   | 24 comprimés | 3400936866188 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge) |
| TETRACAINE 0,2 mg, comprimé à sucer.  |  |              |               |   |
| SORBITOL DELALANDE 5g, poudre pour solution buvable en sachet-dose                                  | Sorbitol   | 20 sachets   | 3400930981696 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Constipation) |
| SPASMAG, gélule   | Magnésium Levure type <i>Saccharomyces cerevisiae</i>        | 60 gélules   | 3400932369096 | ASTHENIE                                  |
| SPEDIFEN 200mg, comprimé  | Ibuprofène   | 16 comprimés | 3400936081277 | DOULEUR                                   |
|   |  | 20 comprimés | 3400936081338 |   |
| SPEDIFEN 400 mg, comprimé pelliculé   | Ibuprofène   | 12 comprimés | 3400936251892 | DOULEUR                                   |
| SPEDIFEN 400 mg, granulés pour solution buvable en sachet-dose                                      | Ibuprofène   | 12 sachets   | 3400935251053 | DOULEUR                                   |
| STIMOL 1g, poudre effervescente pour solution buvable en sachet-dose                                | Malate de citruline  | 18 sachets   | 3400938334791 | ASTHENIE                                  |
| STREFEN 8,75 mg, pastille   | Flurbiprofène  | 16 pastilles | 3400935436009 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge) |
| STREPSILS CITRON SANS SUCRE, pastille édulcorée à l'isomalt, au maltitol et à la saccharine sodique | Amylmétacrésol / Alcool dichloro 2,4 benzyllique             | 24 pastilles | 3400937413466 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge) |
| STREPSILS FRAISE SANS SUCRE, pastille édulcorée à l'isomalt, au maltitol et à la saccharine sodique | Amylmétacrésol / Alcool dichloro 2,4 benzyllique             | 24 pastilles | 3400937412117 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge) |
| STREPSILS LIDOCAINE, pastille   | Amylmétacrésol / Alcool dichloro 2,4 benzyllique / Lidocaïne | 24 pastilles | 3400935295118 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge) |
|   |  | 36 pastilles | 3400938513714 |   |
| STREPSILS MENTHE GLACIALE, pastille à sucer   | Amylmétacrésol / Alcool dichloro 2,4 benzyllique             | 24 pastilles | 3400932037780 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge) |
| STREPSILS MIEL-CITRON, pastille à sucer   | Amylmétacrésol / Alcool dichloro 2,4 benzyllique             | 24 pastilles | 3400933226619 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge) |
|   |  | 36 pastilles | 3400938512182 |   |
| STREPSILS ORANGE VITAMINE C, pastille   | Amylmétacrésol / Alcool dichloro 2,4 benzyllique             | 24 pastilles | 3400936954748 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge) |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|  |  |                  |               |  |
|--|--|------------------|---------------|--|
| STREPSILSPRAY à la lidocaïne, collutaire   | Amylmétacrésol / Alcool dichloro 2,4 benzyllique / Lidocaïne | 20 ml            | 3400934000881 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Maux de gorge)      |
| SYNTHOL, gel   | Lévomenthol/ Vératrole/ Résorcinol/ Acide salicylique        | 75g              | 3400938022148 | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                       |
| TENDOL 1 %, gel  | Diclofénac sodique   | 50 g             | 3400931726647 | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                       |
| TOCLASE TOUX SÈCHE SANS SUCRE 0,213 POUR CENT, solution buvable en flacon édulcorée au sorbitol et à la saccharine sodique | Pentoxifyline  | 150 ml           | 3400933788223 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Toux)               |
| TRANSIPEGLIB 5,9 g, poudre pour solution buvable   | Macrogol 3350  | 14 sachets       | 3400941537752 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Constipation)      |
| TROLAMINE BIOGARAN CONSEIL 0,67 %, émulsion pour application cutanée   | Trolamine  | 46,5 g           | 3400939804828 | TROUBLES CUTANÉS (brûlures)                    |
| UNIPEXIL 2%, solution pour application cutanée   | Minoxidil  | 3 x 60 ml        | 3400935478511 | TROUBLES CUTANÉS (Alopécie)                    |
| UPFEN 200mg, comprimé pelliculé  | Ibuprofène   | 20 comprimés     | 3400933215903 | DOULEUR  |
| VICKS EXPECTORANT GUAIFENESINE 1,33% ADULTES   | Guaifénésine   | 120 ml           | 3400934956638 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Expectorant)        |
| VICKS INHALER, tampon imprégné pour inhalation par fumigation  | Camphre / Levomenthol  | 180 ml           | 3400934956867 |  |
| VICKS INHALER, tampon imprégné pour inhalation par fumigation  | Camphre / Levomenthol  | 1 tampon         | 3400931126621 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite allergique) |
| VICKS SIROP PECTORAL 0,15%, sirop  | Pentoxifyline  | 150 ml           | 3400935357762 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Toux)               |
| VICKS VAPORUB, pomade  | Camphre/ Lévomenthol/ Eucalyptus/ Thymol                     | 50 g             | 3400935281739 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhume)              |
| VITAMINE C PHR LAB 1000 mg, comprimé effervescent  | Acide ascorbique   | 20 comprimés     | 3400932429561 | ASTHENIE                                       |
| VITAMINE C UPSA 500 mg arôme fruit exotique, comprimé à croquer  | Acide ascorbique   | 30 comprimés     | 3400935668486 | ASTHENIE                                       |
| VITAMINE C UPSA 500 mg arôme orange, comprimé à croquer  | Acide ascorbique   | 2 x 15 comprimés | 3400932927180 | ASTHENIE                                       |

ANSM - Novembre 2014

[www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)

Liste des médicaments de médicament officinale

|  |                    |                  |               |   |
|--|--------------------|------------------|---------------|---|
| VITAMINE C UPSA<br>EFFERVESCENTE 1000 mg,<br>comprimé effervescent                                       | Acide ascorbique   | 2 x 10 comprimés | 3400932429103 | ASTHENIE  |
| VITASCORBOL 500 mg SANS<br>SUCRE TAMPONNE, comprimé à<br>croquer édulcoré au sorbitol et à<br>l'aspartam | Acide ascorbique   | 2 x 12 comprimés | 3400933541644 | ASTHENIE  |
| VOGALIB 7,5 mg SANS SUCRE<br>lyophilisat oral édulcoré à l'aspartam                                      | Métopimazine       | 8 lyocs          | 3400936348288 | TROUBLES GASTROINTESTINAUX (Nausée/mal<br>des transports) |
| VOLTARENACTIGO 1%, gel   | Diclofénac sodique | 60 g             | 3400936354081 | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                                  |
| VOLTARENACTIGO 1%, gel en<br>flacon pressurisé   | Diclofénac sodique | 50 ml            | 3400935931474 | TROUBLES RHUMATOLOGIQUES                                  |
| ZYRTECSET 10 mg, comprimé<br>pelliculé sécable   | Cétirizine         | 7 comprimés      | 3400936481680 | TROUBLES DE LA SPHERE ORL (Rhinite<br>allergique)         |

| Nom du médicament  | Présentation     | Code CIP      |
|--|------------------|---------------|
| ACTIVOX LIERRE, pastille   | 24 pastilles     | 3400937908993 |
| ACTIVOX SANS SUCRE AROME MIEL<br>CITRON, pastille édulcorée au sorbitol    | 24 pastilles     | 3400933816759 |
| ACTIVOX SANS SUCRE MENTHE<br>EUCALYPTUS, pastille édulcorée au<br>sorbitol | 24 pastilles     | 3400933816698 |
| ARKOGELULE FUCUS, gélule   | 45 gélules       | 3400935175830 |
| ARKOGELULES CUPALINE, gélule   | 45 gélules       | 3400933357641 |
|  | 150 gélules      | 3400933357702 |
| ARKOGELULES GINSENG, gélule  | 45 gélules       | 3400933174309 |
|  | 150 gélules      | 3400933174477 |
| ARNICA MEDIFLOR, gel   | 50 g             | 3400937622073 |
| ARNICAGEL, gel   | 25 g             | 3400937754057 |
| ARNICAN 4 POUR CENT, crème   | 50 g             | 3400934163913 |
| CHOPHYTOL, comprimé enrobé   | 2 X 30 comprimés | 3400938294897 |
| DOLOSOFT 450 mg, comprimé enrobé<br>gastrorésistant                        | 45 comprimés     | 3400922031736 |
|  | 90 comprimés     | 3400937560818 |
| ELUSANES ARTICHAUT, gélule   | 30 gélules       | 3400932910151 |
| ELUSANES BARDANE, gélule   | 30 gélules       | 3400933625603 |
| ELUSANES BOLDO, gélule   | 30 gélules       | 3400932968343 |
| ELUSANES ESCHSCHOLTZIA, gélule   | 30 gélules       | 3400934049279 |
| ELUSANES FRAGON, gélule  | 30 gélules       | 3400935272973 |
| ELUSANES FUMETERRE, gélule   | 30 gélules       | 3400932968404 |
| ELUSANES HARPAGOPHYTON, gélule   | 30 gélules       | 3400936042476 |
|  | 60 gélules       | 3400936042537 |
| ELUSANES MARRONNIER D'INDE, gélule   | 30 gélules       | 3400933763619 |
|  | 60 gélules       | 3400934225529 |
| ELUSANES ORTHOSIPHON, gélule   | 30 gélules       | 3400933422448 |
| ELUSANES ORTIE, gélule   | 30 gélules       | 3400933814977 |
| ELUSANES PASSIFLORE, gélule  | 30 gélules       | 3400932910441 |
|  | 60 gélules       | 3400934225697 |
| ELUSANES PRELE DES CHAMPS, gélule  | 30 gélules       | 3400932967162 |
| ELUSANES VALERIANE, gélule   | 30 gélules       | 3400933625771 |
|  | 60 gélules       | 3400934225987 |
| ELUSANES VIGNE ROUGE, gélule   | 30 gélules       | 3400932968572 |
|  | 60 gélules       | 3400934246289 |
| EUPHON MENTHOL, pastille   | 70 pastilles     | 3400935271334 |
| EUPHON SANS SUCRE, pastille<br>édulcorée à la saccharine                   | 70 pastilles     | 3400932326914 |
| EUPHON, pastille   | 70 pastilles     | 3400930385005 |
| EUPHYTOSE, comprimé enrobé   | 120 comprimés    | 3400932897162 |

|  |                             |               |
|--|-----------------------------|---------------|
| HEPANEPHROL, solution buvable en               | 20 ampoules                 | 3400930482957 |
| JOUVENCE de l'abbé soury, comprimé pelliculé   | 180 comprimés avec pilulier | 3400933900717 |
|  | 180 comprimés               | 3400938275629 |
| JOUVENCE de l'abbé soury, gel                  | 100 g                       | 3400934211799 |
| JOUVENCE de l'abbé soury, solution             | 210 ml                      | 3400930549766 |
| ODDIBIL 250mg, comprimé enrobé                 | 40 comprimés                | 3400930747438 |
| PLENESIA NERVOSITE, comprimé enrobé            | Plaquette 20 comprimés      | 3400936529670 |
|  | Plaquette 60 comprimés      | 3400937803175 |
| TEINTURE D'ARNICA GILBERT, compresse imprégnée | 12 sachets                  | 3400931865315 |
| UROSIPHON, solution buvable                    | 20 ampoules                 | 3400933642631 |

**Liste des médicaments homéopathiques de médication officinale**  
Les médicaments nouvellement ajoutés et les médicaments modifiés sont en **gras**

| Nom du médicament  | Présentation           | Code CIP      |
|--|------------------------|---------------|
| AFTOSIUM, comprimé sublingual  | 25 comprimés           | 3400935271792 |
| ANGIPAX, comprimé orodispersible                                       | 40 comprimés           | 3400939794969 |
| ANXIETUM, comprimé sublingual  | 25 comprimés           | 3400935271624 |
| ARNICA MONTANA TEINTURE MERE WELEDA, solution pour application cutanée | 60 ml                  | 3400939564722 |
| ARNICALME, comprimé orodispersible                                     | 40 comprimés           | 3400921918144 |
| ARNIGEL, gel   | 45 g                   | 3400935650276 |
| AVENA SATIVA TEINTURE MERE   | 60 ml                  | 3400939560410 |
| BIOMAG AGRUMES, comprimé à croquer                                     | 90 comprimés           | 3400934025785 |
| CALENDULA OFFICINALIS  | 60 ml                  | 3400938864298 |
| CALMODREN, granules  | 3 tubes de 80 granules | 3400938416398 |
| CAMILIA, solution buvable en récipient unidose                         | 10 récipients unidoses | 3400936096295 |
|  | 30 récipients unidoses | 3400939472898 |
| CICADERMA, pommade   | 30 g                   | 3400941558405 |
| COCCULINE, comprimé orodispersible                                     | 40 comprimés           | 3400939560120 |
| COCCULINE, granules en récipient unidose                               | 6 tubes de granules    | 3400933699291 |
| CORYZALIA, comprimé orodispersible                                     | 40 comprimés           | 3400922468860 |
| DIGEODREN, granules  | 3 tubes de 80 granules | 3400938054255 |
| DIGEOSLOR, granules  | 3 tubes de 80 granules | 3400937987547 |
| HOMEOGENE N°9, comprimé  | 60 comprimés           | 3400930503461 |
| HOMEOPTIC, collyre en récipient unidose                                | 10 récipients unidoses | 3400935875143 |
| HOMEOVOX, comprimé enrobé  | 60 comprimés           | 3400930504291 |
| LERGYPAX, comprimé orodispersible                                      | 40 comprimés           | 3400921898002 |
| POLYRHINIUM, comprimé sublingual                                       | 25 comprimés           | 3400936096356 |
| RHINALLERGY, comprimé à sucer  | 40 comprimés           | 3400939172132 |
| SEDATIF PC, comprimé   | 40 comprimés           | 3400931233879 |
|  | 90 comprimés           | 3400921896510 |
| SOMNIDORON, solution buvable en gouttes                                | 30 ml                  | 3400936097018 |
| SPIRODRINE, granules   | 1 tube de granules     | 3400939595887 |
| SPORTENINE, comprimé à croquer   | 22 comprimés           | 3400936096875 |
| STODAL, granules   | 2 tubes de 80 granules | 3400933361952 |
| STODAL, sirop  | 200 ml                 | 3400931000679 |
| STRESSDORON, solution buvable en gouttes                               | 30 ml                  | 3400939307800 |
| TABAPASS, comprimé sublingual  | 25 comprimés           | 3400938645576 |
| UROCALM, granules  | 2 tubes de 80 granules | 3400939597669 |
| VASCODRAN, granules  | 2 tubes de 80 granules | 3400939658964 |
| VASCOFLOR, granules  | 3 tubes de 80 granules | 3400936097186 |
| VERRULIA, comprimé à sucer   | 60 comprimés           | 3400936096417 |
| ZENALIA, comprimé sublingual   | 30 comprimés           | 3400936096707 |

## Annexe 2 : Exemple de la grille des entretiens qualitatifs en vis-à-vis

Exemple des réponses données par trois individus en rapport aux thèmes abordés.

| THEMES + sous-thèmes + sous-sous-thèmes | individu 1   | individu 2   | individu 3  |
|---|--|--|---|
| LES HABITUDES D'ACHAT DE MEDICAMENTS    | <ul style="list-style-type: none"> <li>-1 fois/mois</li> <li>-pharmacie habituelle</li> <li>médicaments OTC habituels (marque connue, toujours les mêmes)</li> <li>-pas de connaissance importante des médicaments</li> <li>-envie d'avoir des conseils de son pharmacien habituel</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-2 fois/mois</li> <li>-pharmacie habituelle</li> <li>-médicaments OTC habituels (marque connue, toujours les mêmes)</li> <li>-pas de connaissance importante des médicaments</li> <li>-envie d'avoir des conseils de son pharmacien habituel</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-1 fois par mois</li> <li>-va au plus pratique, pas obligatoirement sa pharmacie la plus proche</li> <li>-consulte parfois des sites de santé (doc-tissimo)</li> <li>-ne trouve pas que le pharmacien a réellement un rôle de conseil</li> </ul>   |
| LA VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS        | <p>utilisation : semble compliquée</p> <p>sécurité : /</p> <p>sanitaire : peur des médicaments falsifiés, besoin d'informations sur la provenance du produit</p> <p>financière : peur des arnaques notamment à la carte bleue</p> <p>pas de connaissance particulière de la réglementation</p> <p>prix : pas d'importance</p> <p>pratичіт : peur d'un délai trop long de livraison si besoin d'un médicament pour un traitement aigue rapidement</p> | <p>utilisation : /</p> <p>sécurité : /</p> <p>sanitaire : peur de publicité pour des produits falsifiés, danger pour la santé, peur que les produits viennent de pays étrangers</p> <p>vente à l'étranger : pense que la vente en ligne est autorisé à l'étranger notamment aux USA car pays libéral</p> <p>prix : peut être un atout si vraiment inférieur et livraison dans la journée</p> | <p>utilisation : pratique pour les médicaments que l'on utilise régulièrement, marques connues (pastille gorge, doliprane...)</p> <p>sécurité : /</p> <p>sanitaire : pas de peur pour les médicaments anodins que l'on connaît bien</p> <p>financière : habitué des achats en ligne donc pas de peur, fera attention au type de site utilisé (pas de sites étrangers : Chine)</p> <p>prix : si médicaments vraiment moins cher : se méfiera de la qualité du produit</p> <p>délais : moins de 72h</p> |

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| <p>LE RAPPORT<br/>AUX SITES DE<br/>VENTE EN<br/>LIGNE DE<br/>MEDICAMENTS</p> <p>site 1 (ergonomie)<br/>site 2 (complexe)<br/>site 3 (minimaliste)<br/>site 4 (illégale)</p> | <p><u>site 1 :</u></p> <p><b>-description :</b> schéma corps homme apporte un aspect scientifique</p> <p><b>-ergonomie :</b> bien présenté, on voit des rubriques en fonction de l'âge, ça semble être facile à utiliser</p> <p><b>-confiance :</b> la photo du pharmacien rassure, voir son visage et son nom</p> <p><b>- publicité :</b> trop de publicité sur le côté du site</p> <p><u>site 2 :</u></p> <p><b>-description :</b> la croix verte rassure et fait penser à une pharmacie</p> <p><b>-utilisation :</b> semble plus difficile à utiliser que le site 1</p> <p><b>-ergonomie :</b> beaucoup de texte et c'est écrit petit</p> <p><u>site 3 :</u></p> <p><b>-description :</b> la photo de la pharmacie rassure, on peut reconnaître la pharmacie éventuellement, moins l'impression de faire un achat en ligne, si ça ne fonctionne pas possibilité d'aller sur place</p> <p><b>-ergonomie :</b> plus facile à lire, il semble plus claire et simple à comprendre</p> <p><u>site 4 :</u></p> <p><b>-description :</b> fait forum publicitaire, fautes d'orthographes</p> <p><b>-ergonomie :</b> pas claire, trop interruption par la</p> | <p><u>site 1 :</u></p> <p><b>-description :</b> on voit le pharmacien), le nom est-il le vrai ?</p> <p><b>-ergonomie :</b> bien présenté, on voit bien les produits</p> <p><b>-confiance :</b> la photo du pharmacien rassure</p> <p><u>site 2 :</u></p> <p><b>-description :</b> beaucoup trop de publicité</p> <p><b>-ergonomie :</b> beaucoup de choses apparaissent, il semble complexe et pas très clair sur le contenu</p> <p><u>site 3 :</u></p> <p><b>-description :</b> le côté livraison rapide saute de suite aux yeux, il apparaît sérieux comme site, le fait de voir la photo de la pharmacie rassure, les horaires de la pharmacie sont affichés mais il manque le numéro</p> <p><b>-ergonomie :</b> facile à lire, on voit bien les produits qui semblent facilement accessibles</p> <p><u>site 4 :</u></p> <p><b>-description :</b> ne fonctionne pas bien</p> <p><b>-ergonomie :</b> pas claire, trop de publicité intempestives,</p> | <p><u>site 1 :</u></p> <p><b>-description :</b> Site qui fait professionnel, présentation presque officielle (rappelle le site de la sécurité sociale), adresse précise</p> <p><b>-ergonomie :</b> on trouve les produits rapidement</p> <p><b>-publicité :</b> l'onglet promotion surprend</p> <p><u>site 2 :</u></p> <p><b>-présentation :</b> le logo fait penser que le site est bien autorisé, la présentation fait penser à un blog, un site de vente de produits de musculation</p> <p><b>-ergonomie :</b> trop d'onglets pour trouver un médicament</p> <p><u>site 3 :</u></p> <p><b>-présentation :</b> moderne, ne fait pas penser à une pharmacie à cause de la photo de l'ordinateur sur la droite.</p> <p><b>-informations :</b> photo de la pharmacie rassure, on a l'impression d'aller directement à sa pharmacie</p> <p><b>-ergonomie :</b> compliqué à utiliser, on doit connaître le nom des molécules pour l'utiliser</p> <p><u>site 4 :</u></p> <p><b>-présentation :</b> URL suspecte, fait amateur, on dirait un blog (on n'a pas envie de faire d'achats)</p> |
|---|---|---|---|

|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
|  | pub, mélange des langues  | semble difficile à utiliser   | sur ce site), médicaments pas mis en avant.<br><b>-contenu</b> : les articles semblent faits pour des personnes naïves.<br><b>-ergonomie</b> : beaucoup de publicité intempestive, ne fait pas pharmacie   |
| LE FUTUR DE LA VENTE DE MEDICAMENTS EN LIGNE | -ne semble pas présenter d'intérêt : besoin du médicament tout de suite<br>-même si livraison rapide : peur sur la qualité du produit, confiance sur achat sur internet<br>-ne souhaite pas utiliser ce type de service | -pourrait acheter des médicaments uniquement connus comme doliprane, médicaments pour le rhume fervex...<br>-achat de médicaments qui ne présentent pas un risque important pour la santé | Intéressé si livré rapidement et avec réduction qui vaut le coup. Utilisation pour se faire un stock de médicaments utilisés assez souvent (doliprane...) Avantage car on a pas besoin de passer à la pharmacie. Utilisera ce type d'achat pour des marques connues uniquement. Pour des conseils, préfère celui du pharmacien en direct plutôt que par mail (pas confiant sur le fait que ce soit un vrai pharmacien qui réponde) |

### **Annexe 3 : Questionnaire de la vente en ligne de médicaments**

Le questionnaire a été élaboré par les étudiants du Master II : Marketing de la santé à l'Université Pierre et Marie Curie (Paris VI) en Janvier 2014. Les questions posées sont directement reliées aux réponses obtenues lors des entretiens qualitatifs (voir annexe 1).

Le questionnaire a été déposé sur un site nommé «SurveyMonkey ». Ce site permet de déposer un questionnaire en ligne, comportant un grand nombre de questions. Le lien vers le site a été partagé sur les réseaux sociaux, sites internet (UFC que choisir, doctissimo,...) ainsi que sur une radio régionale. Le répondant avait seulement à cliquer sur le lien pour répondre au questionnaire.

Vente en ligne de médicaments

#### **La santé et vous**

(Ce questionnaire a été déposé sur le site SurveyMonkey).

#### **1. PEUT-ON DIRE QUE LA SANTE EST UN SUJET QUI VOUS INTERESSE ?**

- .Pas du tout (1)  .2  .3  .4  .Tout à fait (5)

#### **2. A QUELLE FREQUENCE VOUS DEPLACEZ VOUS EN PHARMACIE ?**

- .Plus de 2 fois par mois  
 .De 1 à 2 fois par mois  
 .Moins d'une fois par mois

#### **3. QU'EST-CE QUI DETERMINE VOTRE CHOIX D'UNE PHARMACIE (PLUSIEURS REONSES POSSIBLES) ?**

- .L'habitude  
 .La proximité  
 .La fidélité  
 .Le hasard  
 .Les promotions  
 .La réputation liée aux prix

- .La réputation liée à la qualité du conseil
- .Le design de la pharmacie (agencement, devanture,...)
- .Les bons conseils que me donne habituellement mon pharmacien
- .Autre (veuillez préciser)

#### 4. QUEL EST VOTRE NIVEAU DE CONFIANCE ENVERS LE PHARMACIEN ?

- .Pas du tout     2     .3     4     .Tout à fait confiance (5)

#### 5. QUE PENSEZ-VOUS DE VOTRE PHARMACIEN (PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES) ?

- .Il me connaît bien car il me voit plus souvent que mon médecin
- .Il est mon conseiller sur des pathologies peu graves
- .C'est la personne en qui j'ai confiance car il m'explique comment bien prendre mon médicament
- .Il est la personne qui me délivre mes médicaments. C'est tout.
- .Je ne vais jamais chez le même pharmacien
- .C'est un commerçant comme un autre
- .Autre (veuillez préciser)

#### 6. POUR UNE PATHOLOGIE BENIGNE (MAUX DE GORGE, RHUME, MAL DE TETE...), QUE FAITES-VOUS HABITUELLEMENT EN PREMIER (UNE SEULE RÉPONSE POSSIBLE) ?

- .Je consulte directement mon médecin
- .J'attends que ça passe
- .Je demande conseil à mon pharmacien
- .J'achète des médicaments que je connais déjà en pharmacie
- .Je prends des médicaments que j'ai déjà chez moi
- .Je prends des médicaments provenant de mon entourage

- J'utilise des remèdes de « grand-mère »
- Autre (veuillez préciser)

**7. COMBIEN DE FOIS AVEZ VOUS ACHETÉ DES MEDICAMENTS EN AUTOMEDICATION (SANS ORDONNANCE) AU COURS DE LA DERNIERE ANNEE ?**

- Jamais
- 1 fois
- 2 à 5 fois
- Plus de 5 fois

**8. QUELLES SOURCES D'INFORMATIONS UTILISEZ- VOUS POUR ACHETER DES MEDICAMENTS SANS ORDONNANCES ? (PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES)**

- Habitudes familiales
- Conseil d'un proche
- Conseil d'un professionnel de santé
- TV
- Internet
- Presse
- Autre (veuillez préciser)

**9. QUELLES SOURCES D'INFORMATIONS UTILISEZ- VOUS POUR ACHETER DES PRODUITS DE PARAPHARMACIE (CRÈMES, PANSEMENTS,...) ? (PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES)**

- Habitudes familiales
- Conseil d'un proche
- Conseil d'un professionnel de santé
- TV
- Internet

- .Presse
- .Autre (veuillez préciser)
- 

**10. POUR QUELS TYPES DE PRODUITS ALLEZ-VOUS A LA PHARMACIE ? (PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES)**

- .Produits dermo-Cosmétiques
- .Médicaments sur ordonnance
- .Médicaments d'automédication
- .Produits d'hygiène
- .Compléments alimentaires
- .Autres (produits vétérinaires ...)

**11. QUELS SONT LES ELEMENTS QUI INFLUENCENT VOTRE CHOIX LORS DE L'ACHAT D'UN MEDICAMENT D'AUTOMEDICATION ? (DE 1 A 5, SACHANT QUE 5 EST L'ARGUMENT QUI INFLUENCENT LE PLUS VOTRE CHOIX).**

|                         | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Facilité d'utilisation  | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| Prix                    | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| Packaging               | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| Marque                  | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| Précédente utilisation  | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| Goût et forme galénique | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| Conseil du pharmacien   | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| Conseil d'un proche     | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |

|                                      | <b>1</b>                 | <b>2</b>                 | <b>3</b>                 | <b>4</b>                 | <b>5</b>                 |
|--------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Publicité sur le produit             | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| Autre (veuillez préciser ci-dessous) | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| (veuillez préciser)                  |                          |                          |                          |                          |                          |

**12. COMBIEN DEPENSEZ-VOUS EN MOYENNE PAR AN EN PHARMACIE POUR L'ACHAT DE MEDICAMENTS NON REMBOURSES?**

- .Moins de 20 euros
- .Entre 20 et 50 euros
- .Plus de 50 euros

**13. COMBIEN DEPENSEZ-VOUS EN MOYENNE PAR AN POUR L'ACHAT DE PRODUITS DE PARAPHARMACIE ?**

- .Moins de 20 euros
- .Entre 20 et 50 euros
- .Plus de 50 euros

**14. COMPAREZ-VOUS LES PRIX DES MEDICAMENTS NON REMBOURSES ENTRE DIFFERENTES PHARMACIES ?**

- .Jamais
- .Rarement
- .De temps en temps
- .Souvent
- .Très souvent

**15. SELON VOUS, EST-IL POSSIBLE D'ACHETER DES MEDICAMENTS SUR INTERNET ?**

- .Oui
- .Non

.Ne sais pas

**16. AVEZ-VOUS DEJA ACHETE DES MEDICAMENTS SUR INTERNET ?**

.Oui

.Non

**17. A VOTRE AVIS, LES PHARMACIES FRANÇAISES SONT-ELLES AUTORISEES A VENDRE DES MEDICAMENTS EN LIGNE ?**

.Oui

.Non

.Ne sais pas

**18. VOUS ETES-VOUS DEJA RENDUS SUR LE SITE D'UNE PHARMACIE EN LIGNE?**

.Oui

.Non

**19. SELON VOUS, QUELS TYPES DE PRODUITS PEUT-ON ACHETER SUR UN SITE DE PHARMACIE EN LIGNE ? (PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES)**

. Médicaments sans ordonnance

. Médicaments avec ordonnance

. Compléments alimentaires

. Produits d'hygiène et beauté

. Autres produits de santé (pansements, ...)

**20. A VOTRE AVIS, EST-IL POSSIBLE DE VERIFIER QU'UN SITE DE VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS EST LEGAL?**

.Oui

.Non

**21. PENSEZ-VOUS AVOIR ETE BIEN INFORME SUR L'AUTORISATION POUR LES PHARMACIES DE VENDRE DES MÉDICAMENTS EN LIGNE ?**

Pas du tout (1)  2  .3  .4  .Tout à fait (5)

**22. DE QUELLES SOURCES AIMERIEZ-VOUS RECEVOIR DES INFORMATIONS SUR LA VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS ? (PLUSIEURS REPONSES POSSIBLES)**

- . Pharmacien
- . Médecin
- . TV, presse, magasine
- . Internet
- . Autorités de santé
- . Proches et entourages
- . Laboratoire pharmaceutique
- . Autre (veuillez préciser)

**23. QUELS POURRAIENT ETRE SELON VOUS LES AVANTAGES D'ACHETER DES MEDICAMENTS EN LIGNE ? (DE 1 A 5, 5 ETANT LE PLUS AVANTAGEUX).**

1                    2                    3                    4                    5

**Le gain de temps**  .1  .2  .3  .4  .5

**Le fait de ne pas passer par le conseil du pharmacien**  .1  .2  .3  .4  .5

**L'absence de déplacement**  .1  .2  .3  .4  .5

**Des prix plus bas**  .1  .2  .3  .4  .5

|   | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <b>Mieux comparer les produits</b>          | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| <b>Autre (veuillez préciser ci-dessous)</b> | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| (veuillez préciser)                         | <input type="text"/>     |                          |                          |                          |                          |

**24. QUELS POURRAIENT ETRE SELON VOUS LES INCONVENIENTS D'ACHETER DES MÉDICAMENTS EN LIGNE ? (DE 1 A 5, 5 ETANT L'ÉCHELON PRÉSENTANT LE PLUS D'INCONVENIENTS).**

|   | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <b>La contrefaçon</b>                                 | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| <b>L'absence de conseil du pharmacien</b>             | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| <b>Le délai de livraison</b>                          | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| <b>La difficulté du choix</b>                         | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| <b>Le problème du paiement en ligne</b>               | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| <b>Le coût de livraison</b>                           | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| <b>Des problèmes liés à la qualité du colis livré</b> | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |

|   | <b>1</b>                 | <b>2</b>                 | <b>3</b>                 | <b>4</b>                 | <b>5</b>                 |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <b>L'impression de</b><br><b>ne pas être fidèle</b><br><b>à son officine ha-</b><br><b>bituelle</b> | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| <b>Les risques de</b><br><b>mésusage, sur-</b><br><b>dosage,...</b>                                 | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |
| <b>Autre (veuillez</b><br><b>préciser ci-des-</b><br><b>sous)</b>                                   | <input type="radio"/> .1 | <input type="radio"/> .2 | <input type="radio"/> .3 | <input type="radio"/> .4 | <input type="radio"/> .5 |

**25. QUELS ELEMENTS SOUHAITERIEZ-VOUS RETROUVER EN PRIORITE SUR CE SITE ? (3 REPONSES MAXIMUM)**

- La photo de la pharmacie ou du pharmacien qui gère le site
- Le nom du pharmacien qui en est responsable
- Les coordonnées de la pharmacie physique rattachée au site
- Un logo d'un organisme de santé attestant la légalité du site
- La possibilité d'avoir les conseils du pharmacien rapidement (mail, chat,...)
- La présence d'informations de santé sur le site (maladies, conseils en santé, actualités de santé, etc...)
- La présence d'informations sur le médicament (notice, ...)
- Des prix clairement affichés
- Une possibilité de comparer facilement les prix sur le site
- La présence de promotion
- La présence de publicité
- La livraison rapide

- La sécurisation du paiement
- L'assurance que mes données personnelles ne seront pas communiquées
- Des témoignages de patients
- Autre (veuillez préciser)

**26. CONCERNANT UN SITE INTERNET D'ACHAT EN LIGNE DE MEDICAMENTS, JE SOUHAITERAIS QU'IL Y AIT LA POSSIBILITE DE RECHERCHE SUIVANTE (CLASSER PAR ORDRE DE PRIORITE, DE 1 LE PLUS IMPORTANT À 3 LE MOINS) :**

- Une recherche par maladie ou symptômes
- Une recherche par type de médicaments (antidouleur, ...)
- Une recherche par nom de médicaments

**27. EN CE QUI CONCERNE L'OFFRE DISPONIBLE SUR LE SITE, QUELLES SERAIENT VOS PRIORITES ? (3 REPONSES MAXIMUM)**

- Un large choix de médicaments
- Des indications sur les meilleures ventes de médicaments
- Un large choix de produits de parapharmacie (compléments alimentaires, dermo-cosmétiques,...)
- Des médicaments que je connais
- Des médicaments de marque
- Des médicaments génériques
- Autre (veuillez préciser)

**28. QUEL TYPE DE PRODUITS DE SANTE SERIEZ-VOUS PRET A ACHETER EN LIGNE ? (1 = PAS DU TOUT PRET, A 5=TOUT A FAIT PRET)**

|   | 1                       | 2                       | 3                       | 4                       | 5                       |
|---|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Des médicaments courants sans ordonnance (type Doliprane,...) | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| Des produits cosmétiques                                      | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| Des produits d'hygiène  | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| Des aliments santé et compléments alimentaires                | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| Des médicaments sur ordonnance                                | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| Autre (veuillez préciser ci-dessous)                          | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |

(veuillez préciser)

**29. POUVEZ-VOUS DONNER L'EXEMPLE DE 3 PRODUITS QUE VOUS SERIEZ PRETS A ACHETER EN LIGNE ?**

**30. DANS QUELLES CIRCONSTANCES POURRIEZ-VOUS ACHETER UN MEDICAMENT EN LIGNE ? (DE 1= PAS DU TOUT, A 5=TOUT A FAIT)**

|  | 1                       | 2                       | 3                       | 4                       | 5                       |
|--|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Je ne peux pas me déplacer                 | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| Je perds trop de temps à aller en officine | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| Je prépare ma trousse de voyage            | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| Je remplis ma pharmacie domestique         | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| J'achète des produits pour un proche       | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |



Site la santé.net



Site pharmashopi



site pharmacieenligneenfrance

Pour chacun des trois sites, les questions posées aux répondants étaient les mêmes.

**31. 36. 41 A PREMIERE VUE, VOUS DIRIEZ QUE CE SITE EST :**

|           | Non pas du tout       | Plutôt non            | Cela dépend           | Plutôt oui            | Tout à fait           |
|-----------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Attrayant | <input type="radio"/> |
| Clair     | <input type="radio"/> |

**32. 37. 42 CETTE PAGE DU SITE VOUS DONNE-T-ELLE ENVIE D'ALLER PLUS LOIN ?**

- Non pas du tout  Plutôt non  Cela dépend  Plutôt oui  Oui, tout à fait

**33. 38. 43 CE SITE VOUS SEMBLE-T-IL ?**

Non pas du tout Plutôt non Cela dépend Plutôt oui Tout à fait

**Compréhensible**

**Crédible**

**Complet**

**34. 39. 44 QUEL DEGRE DE CONFIANCE ACCORDERIEZ-VOUS AUX INFORMATIONS TROUVEES SUR LE SITE?**

- (1) Pas du tout  2  3  4  5 (5) Tout à fait confiance

**35. 40. 45 PENSEZ-VOUS RETOURNER SUR CE SITE A L'AVENIR ?**

- Certainement  Plutôt non  Cela dépend  Plutôt oui  Certainement pas

46. COMMENT EVALUEZ-VOUS LES DIFFERENTS ELEMENTS PRESENTS SUR LES SITES ? (DE 1=AVIS TRES NEGATIF, A 5=AVIS TRES POSITIF)

|  | 1                       | 2                       | 3                       | 4                       | 5                       |
|--|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Les couleurs vives (rouges, verts,...)</b>          | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| <b>Les couleurs douces (bleu, blanc,...)</b>           | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| <b>La photographie des pharmaciens</b>                 | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| <b>La photographie de la pharmacie</b>                 | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| <b>La croix verte de la pharmacie</b>                  | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| <b>L'adresse du site</b>                               | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| <b>Les coordonnées de la pharmacie</b>                 | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| <b>Les fiches conseils</b>                             | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| <b>Les publicités</b>                                  | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| <b>Le langage scientifique</b>                         | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| <b>Le corps humain</b>                                 | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| <b>L'organisation de la recherche par thème divers</b> | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |

|   | <b>1</b>                | <b>2</b>                | <b>3</b>                | <b>4</b>                | <b>5</b>                |
|---|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>La possibilité de contact avec le pharmacien</b> | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| <b>La photographie des produits</b>                 | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| <b>Les promotions</b>                               | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |
| <b>Autre (veuillez préciser ci-dessous)</b>         | <input type="radio"/> 1 | <input type="radio"/> 2 | <input type="radio"/> 3 | <input type="radio"/> 4 | <input type="radio"/> 5 |

**47. DANS L'AVENIR, ENVISAGERIEZ-VOUS D'ACHETER DES MEDICAMENTS SUR INTERNET ?**

- Non pas du  Plutôt non  Cela dépend  Plutôt oui  Oui, tout à fait
- tout

**48. A L'ISSUE DE CE QUESTIONNAIRE, DEMANDEREZ-VOUS A VOTRE PHARMACIE HABITUELLE SI ELLE POSSEDE UN SITE DE VENTE EN LIGNE OU SI ELLE ENVISAGE D'EN DEVELOPPER UN ?**

- Oui
- Non

**49. ENVISAGERIEZ-VOUS D'ACHETER DES MEDICAMENTS SUR LE SITE INTERNET DE VOTRE PHARMACIE HABITUELLE SI ELLE EN POSSEDAIT UN ?**

- Non pas du  Plutôt non  Cela dépend  Plutôt oui  Oui, tout à fait
- tout

**50. AUJOURD'HUI LA LEGISLATION N'AUTORISE QUE LA VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS SANS PRESCRIPTION, PENSEZ-VOUS QUE LES SITES DE VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS DEVRAIENT EGALLEMENT PROPOSER DES MEDICAMENTS SUR PRESCRIPTION ?**

- Non pas du  Plutôt non  Cela dépend  Plutôt oui  Oui, tout à fait
- tout

**51. DANS L'AVENIR, PENSEZ-VOUS QUE LA VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS POURRAIT CONDUIRE A UNE BAISSE DES PRIX EN OFFICINE ?**

- Non pas du  Plutôt non  Cela dépend  Plutôt oui  Oui, tout à fait
- tout

52. POUR VOUS, UN PHARMACIEN QUI VEND DES MEDICAMENTS EN LIGNE :

|   | Non pas du tout       | Plutôt non            | Cela dépend           | Plutôt oui            | Tout à fait           |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <b>Est moderne</b>  | <input type="radio"/> |
| <b>Est commerçant</b>                                     | <input type="radio"/> |
| <b>Vous inspire confiance</b>                             | <input type="radio"/> |
| <b>Souhaite augmenter son chiffre d'affaire</b>           | <input type="radio"/> |
| <b>Souhaite mieux répondre aux besoins de ses clients</b> | <input type="radio"/> |
| <b>Incite à la consommation</b>                           | <input type="radio"/> |
| <b>Est disponible</b>                                     | <input type="radio"/> |

**53. SERIEZ-VOUS DISPOSES A ACHETER VOS MEDICAMENTS D'AUTOMEDICATION EN GRANDE ET MOYENNE SURFACES ?**

- Non pas du  Plutôt non  Cela dépend  Plutôt oui  Oui, tout à fait
- tout

**54. PENSEZ-VOUS QUE LE VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS VA CHANGER LE METIER DU PHARMACIEN ?**

- Non pas du  Plutôt non  Cela dépend  Plutôt oui  Oui, tout à fait
- tout

**55. VOUS ETES :**

- Une femme
- Un homme

**56. QUEL AGE AVEZ-VOUS ?**

**57. AVEZ-VOUS DEJA REALISE DES ACHATS SUR INTERNET (TOUS TYPES D'ACHATS CONFONDUS) ?**

- Oui
- Non

**58. A QUELLE FREQUENCE ?**

- Jamais
- Moins d'1 fois par mois
- 1 à 3 fois par mois
- Plus de 3 fois par mois

**59. AVEZ-VOUS DES ENFANTS A CHARGE ?**

- Oui
- Non

**60. QUELLE EST VOTRE PROFESSION ?**

- Agriculteur
- Artisan, commerçant
- Chef d'entreprise
- Cadre
- Cadre supérieur
- Employé
- Ouvrier
- Sans activité professionnelle
- Etudiant
- Retraité

**61. VOUS HABITEZ ?**

- Une ville de plus de 100 000 habitants
- Une ville entre 10 000 et 100 000 habitants
- Une ville ou un village de moins de 10 000 habitants

**62. EN MOYENNE, QUELLE EST LA DUREE DU TRAJET POUR VOUS RENDRE A VOTRE PHARMACIE HABITUELLE (TOUS MODES DE TRANSPORTS CONFONDUS) ?**

- Moins de 5 minutes
- Entre 6 et 15 minutes
- Entre 16 et 30 minutes
- Plus de 30 minutes

## Annexe 4 : Outil de suivi des sites de vente en ligne de médicaments (Source : Crédit à Gersende Guédon)

Outils de suivi des sites de vente en ligne de médicaments

| DATE D'AUTORISATION :  | ADRESSE DU SITE :   | ACTIF :                  |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
|--|---|--------------------------|------------------|--|----------|----------------|---|--------------------------------------|-----|--|---|--|-----|------------------|---|---|-----|--|---|---------------------------------------|-----|--|---|--------------------------|-----|--|---|------------------------------|-----|--|---|--|-----|--|----|--|-----|--|----|-----------------------------------|-----|--|----|------------------------------------|-----|--|
|  | NOM : Frédéric SCHNEIDER                                  |                          |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
|  | ADRESSE : 32 R DES CLEFS 68000 COLMAR                     | Capital : 1 005 000 €    |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
|  | TÉLÉPHONE : (38) 941-2410                                 | Chiffre d'affaire (CA) : |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| Evolution du CA depuis l'autorisation :  |   |                          |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>N° d'élément</th> <th>Concernant l'officine</th> <th>Présence</th> <th>Commentaire(s)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Raison social de l'officine</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Nom et Prénom du pharmacien</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Numéro RPPS</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Coordonnées de l'officine</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Numéro SIRET</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>   |   |                          | N° d'élément     | Concernant l'officine                          | Présence | Commentaire(s) | 1 | Raison social de l'officine          | oui |  | 2 | Nom et Prénom du pharmacien                | oui |                  | 3 | Numéro RPPS   | oui |  | 4 | Coordonnées de l'officine             | oui |  | 5 | Numéro SIRET             | oui |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| N° d'élément   | Concernant l'officine                                     | Présence                 | Commentaire(s)   |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 1  | Raison social de l'officine                               | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 2  | Nom et Prénom du pharmacien                               | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 3  | Numéro RPPS   | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 4  | Coordonnées de l'officine                                 | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 5  | Numéro SIRET  | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>N° d'élément</th> <th>Concernant les données relatives aux autorités</th> <th>Présence</th> <th>Commentaires</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Présence du logo ou informations ARS</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Présence du logo ou informations de l'ANSM</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Présence du logo ou informations du ministère de la santé</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Présence ou informations du CNOP</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>  |   |                          | N° d'élément     | Concernant les données relatives aux autorités | Présence | Commentaires   | 1 | Présence du logo ou informations ARS | oui |  | 2 | Présence du logo ou informations de l'ANSM | oui |                  | 3 | Présence du logo ou informations du ministère de la santé | oui |  | 4 | Présence ou informations du CNOP      | oui |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| N° d'élément   | Concernant les données relatives aux autorités            | Présence                 | Commentaires     |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 1  | Présence du logo ou informations ARS                      | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 2  | Présence du logo ou informations de l'ANSM                | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 3  | Présence du logo ou informations du ministère de la santé | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 4  | Présence ou informations du CNOP                          | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>N° d'élément</th> <th>Concernant l'hébergeur de donné</th> <th>Présence</th> <th>Commentaire(s)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Dénomination sociale</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Coordonnées de l'hébergeur</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>  |   |                          | N° d'élément     | Concernant l'hébergeur de donné                | Présence | Commentaire(s) | 1 | Dénomination sociale                 | oui |  | 2 | Coordonnées de l'hébergeur                 | oui |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| N° d'élément   | Concernant l'hébergeur de donné                           | Présence                 | Commentaire(s)   |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 1  | Dénomination sociale                                      | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 2  | Coordonnées de l'hébergeur                                | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>N° d'élément</th> <th>Concernant l'hébergeur de donné</th> <th>Présence</th> <th>Commentaire(s)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Dénomination sociale</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Coordonnées de l'hébergeur</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>  |   |                          | N° d'élément     | Concernant l'hébergeur de donné                | Présence | Commentaire(s) | 1 | Dénomination sociale                 | oui |  | 2 | Coordonnées de l'hébergeur                 | oui |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| N° d'élément   | Concernant l'hébergeur de donné                           | Présence                 | Commentaire(s)   |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 1  | Dénomination sociale                                      | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 2  | Coordonnées de l'hébergeur                                | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>N° d'élément</th> <th>Concernant la présentation du site</th> <th>Présence</th> <th>Commentaire(s)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Rédaction en français</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Espace privée de conseil du pharmacien</td> <td>oui</td> <td>juste le contact</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Espace privé pour les commandes (mon panier)</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Onglet spécifiques pour le médicament</td> <td>non</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Numéro de licence</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Présence de forum (interdit)</td> <td>non</td> <td></td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>Diagnostic (interdit)</td> <td>non</td> <td></td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>Présentation neutre et objective de l'activité officinal</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>Incitation à consulter un médecin</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>Publicité (FB, twitter, instagram)</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> |   |                          | N° d'élément     | Concernant la présentation du site             | Présence | Commentaire(s) | 1 | Rédaction en français                | oui |  | 2 | Espace privée de conseil du pharmacien     | oui | juste le contact | 3 | Espace privé pour les commandes (mon panier)              | oui |  | 4 | Onglet spécifiques pour le médicament | non |  | 5 | Numéro de licence        | oui |  | 6 | Présence de forum (interdit) | non |  | 7 | Diagnostic (interdit)                    | non |  | 10 | Présentation neutre et objective de l'activité officinal | oui |  | 11 | Incitation à consulter un médecin | oui |  | 12 | Publicité (FB, twitter, instagram) | oui |  |
| N° d'élément   | Concernant la présentation du site                        | Présence                 | Commentaire(s)   |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 1  | Rédaction en français                                     | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 2  | Espace privée de conseil du pharmacien                    | oui                      | juste le contact |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 3  | Espace privé pour les commandes (mon panier)              | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 4  | Onglet spécifiques pour le médicament                     | non                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 5  | Numéro de licence   | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 6  | Présence de forum (interdit)                              | non                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 7  | Diagnostic (interdit)                                     | non                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 10   | Présentation neutre et objective de l'activité officinal  | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 11   | Incitation à consulter un médecin                         | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 12   | Publicité (FB, twitter, instagram)                        | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| <table border="1"> <thead> <tr> <th>N° d'élément</th> <th>Concernant les produits du site</th> <th>Présence</th> <th>Commentaire(s)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Dénomination du produit</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>DCI</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Indication thérapeutique de l'AMM</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Forme galénique</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Nombre d'unités de prise</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Prix</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>Invitation à lire la notice avant emploi</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>Photos du conditionnement (secondaire)</td> <td>oui</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>  |   |                          | N° d'élément     | Concernant les produits du site                | Présence | Commentaire(s) | 1 | Dénomination du produit              | oui |  | 2 | DCI  | oui |                  | 3 | Indication thérapeutique de l'AMM                         | oui |  | 4 | Forme galénique                       | oui |  | 5 | Nombre d'unités de prise | oui |  | 6 | Prix                         | oui |  | 7 | Invitation à lire la notice avant emploi | oui |  | 9  | Photos du conditionnement (secondaire)                   | oui |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| N° d'élément   | Concernant les produits du site                           | Présence                 | Commentaire(s)   |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 1  | Dénomination du produit                                   | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 2  | DCI   | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 3  | Indication thérapeutique de l'AMM                         | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 4  | Forme galénique   | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 5  | Nombre d'unités de prise                                  | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 6  | Prix  | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 7  | Invitation à lire la notice avant emploi                  | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |
| 9  | Photos du conditionnement (secondaire)                    | oui                      |                  |  |          |                |   |                                      |     |  |   |  |     |                  |   |   |     |  |   |                                       |     |  |   |                          |     |  |   |                              |     |  |   |  |     |  |    |  |     |  |    |                                   |     |  |    |                                    |     |  |

## Annexe 5 : Conférence de presse

L'étude de marché a été présentée en conférence de presse le Mardi 13 Mai 2014 à l'Institut des Cordeliers, 15 rue de l'Ecole de Médecine – 75006 PARIS. Voici la synthèse de la table ronde suite à la conférence de presse :

Les personnes présentes étaient :

- Marie-Paule SERRE : Directrice de la spécialité Marketing de la santé à l'Université Pierre et Marie Curie
- Deborah WALLET-WODKA : Maître de conférences Marketing de la santé à l'Université Pierre et Marie Curie
- Daphné LECOMTE SOMAGGIO : Représentante de l'AFIPA (Association Française de l'Industrie Pharmaceutique)
- Stéphanie BARRE : Représentant de DOCTI PHARMA
- Pier jean BISIAU : Titulaire de l'officine PHARMACIE BISIAU à Vihiers et possédant un site de vente en ligne de médicaments
- Vincent PERROT : Représentant de la C.L.C.V (Association de défense des consommateurs)

### 1. Points de vue des personnes présentes

#### 1.1. Pier jean BISIAU (PHARMACIE BISIAU)

Du fait de la réglementation actuelle, il est difficile de communiquer sur l'ouverture d'un site internet:

Parler de son site de vente en ligne incite-t-il à consommer des médicaments ? Est-ce de la publicité pour les médicaments ?

Malgré ces éléments, l'ouverture d'un site de vente en ligne représente une opportunité pour le pharmacien et pour les patients du fait de la diminution des prix, le conseil du pharmacien toujours présent et il y a une trace écrite de ces conseils contrairement aux

conseils classiques au niveau du comptoir. Le rôle du pharmacien est toujours présent, en effet, beaucoup de patients appellent et sont souvent redirigés vers leur médecin.

Suite à cette ouverture de site, des avantages et des inconvénients ressortent :

- Les avantages de la vente en ligne relevés par Mr BISIAU: L'anonymat, notamment pour l'achat de produits d'hygiène intime (qui permettent de multiplier jusqu'à 30% des ventes), pour le traitement des mycoses, des hémorroïdes mais aussi les préservatifs est un élément favorable à ce nouveau mode de dispensation. La vente de produits de nombreuses marques pas toujours référencées dans certaines pharmacies représente un second avantage du point de vue des consommateurs. Enfin, un large choix de produits d'homéopathie parfois manquant en officine est aussi un avantage considérable pour élargir le choix du patient.
- Les inconvénients de la vente en ligne relevés par Mr BISIAU: la fréquence d'achat des patients est encore très limitée, de plus la réglementation est encore très stricte ce qui minimise la visibilité notamment l'interdiction de référencement sur les moteurs de recherche. Les pharmaciens doivent mettre en place des processus de référencements naturels compliqués à gérer. Il existe des éléments flous au niveau de la réglementation notamment sur le fait que les prix doivent être identiques en pharmacie et sur le site internet, la plupart des pharmacies ne jouent pas le jeu.

De plus, l'ouverture au commerce électronique est aussi un moyen pour les pharmaciens de protéger leur monopole en empêchant que les achats se fassent via des grandes et moyennes surfaces.

En termes de clients, ce ne sont principalement pas les patients habituels de la pharmacie qui viennent commander sur le site de vente en ligne mais des patients d'autres régions.

## 1.2. Daphné LECOMTE SOMAGGIO (AFIPA)

La vente en ligne des médicaments pose certains problèmes tels que la coexistence de médicaments avec différents statuts : Prescriptions médicales facultatives (PMF), remboursables ou non, avec des prix libres ou non et des TVA différentes. En effet avec les PMF non remboursables, la publicité est autorisée mais interdite pour les médicaments remboursables. Cette différence de statut peut poser des problèmes juridiques : Est-ce que la présence de la photo d'une boîte de Doliprane® sur un site internet doit être considérée comme de la publicité ?

Une certaine crainte se fait ressentir notamment sur la différence par rapport à la dispensation traditionnelle en officine où le pharmacien est disponible de suite pour répondre aux questions.

Un certain nombre d'éléments et de questions sont à prendre en compte :

- Le développement de ce type de commerce va prendre du temps
- Il y a un risque que seulement de gros acteurs restent sur le marché ?
- Est-on en train de banaliser le médicament ? Est-ce une première étape avant la vente des médicaments en petites et grandes surfaces ?

## 1.3. Stéphanie BARRE (DOCTI PHARMA)

Le monde se digitalise et pourquoi pas la pharmacie ? Malgré les réticences de certaines personnes, on peut noter des avantages à ce type de commerce comme l'obligation de lire la notice avant d'acheter les médicaments, ce qui suppose que les patients peuvent potentiellement être mieux informés.

De plus, grâce à la possibilité de demander conseil au pharmacien par mail, l'intimité de la conversation est respectée contrairement à la vente au comptoir.

La vente en ligne étant autorisée dans certains pays limitrophes, envoyant déjà des médicaments en France, il faut que la France s'adapte et que les pharmacies françaises récupèrent ce marché.

#### **1.4. Vincent PERROT (C.L.C.V : Association nationales des consommateurs et des usagers)**

Il existe de fortes attentes vis à vis du conseil : Les conseils en officine étant faibles, cela ne change pas grand-chose avec internet. Concernant la livraison à domicile, elle représente un élément intéressant notamment pour les personnes qui ne peuvent pas se déplacer.

Concernant les frais de port, il y a un risque à pousser les patients à la consommation pour ne pas payer ses frais si la facture atteint un certain montant. Un comparateur des prix des médicaments serait intéressant pour comparer les officines entre elles.

## **2. Questions des journalistes**

### **2.1. Comment est gérée la vente en ligne au sein d'une officine ?**

La réponse a été donnée par le Docteur Pierjean BISIAU.

« Une personne sort les bons de commandes le matin vers 4-5 heures puis les commandes sont préparées et vérifiées par le pharmacien. Il y a une deuxième vérification par un second pharmacien, puis emballage et envoi des commandes. Un processus de vérification a été mis en place afin d'éviter les erreurs lors de la préparation d'une commande. Dès qu'il y a un message d'un patient, il arrive dans la boîte mail des quatre pharmaciens de l'officine qui répondent dans la demi-journée. Ce nouveau commerce a permis d'embaucher plusieurs personnes au sein de la pharmacie. »

### **2.2. Ce commerce est-il rentable?**

La réponse a été donnée par le Docteur Pierjean BISIAU.

« Nous voudrions avoir la même croissance dans notre officine que sur notre site internet, on a une croissance à deux chiffres de plus de 10%. On sait qu'actuellement plus de cinq sites liés à une pharmacie font plus de 30 000€ de chiffre d'affaire, en ligne, par mois. »

### **2.3. Comment sont réalisés les contrôles, quels sont les risques ?**

La réponse a été donnée par Madame Daphné LECOMTE SOMAGGIO

« Si demain un pharmacien réutilise une publicité d'un laboratoire en la modifiant, ceci reste sous la responsabilité du laboratoire qui ne contrôle plus la diffusion de ces informations. Il est important d'encourager les laboratoires à vérifier ce qui est publié sur les sites internet. De plus, l'ordre des pharmaciens a mis en place un service de police interne. »

La réponse a été complétée par le Docteur Pier jean BISIAU

« Il existe un réel problème de moyens au niveau des Agences Régionales de Santé. On observe des problèmes qualitatifs et quantitatifs, on souhaiterait qu'il y ait beaucoup plus de contrôles qui nécessitent plus de moyens pour les ARS. Il serait très intéressant de travailler en partenariat avec les laboratoires pour avoir les informations les plus justes sur les médicaments vendus en ligne. »

### **2.4. Les associations de patients vérifient-elles les sites ? Comptez-vous mettre en place des actions ?**

La réponse a été donnée par Monsieur Vincent PERROT (C.L.C.V.)

« Les associations de consommateurs ne se sont pas encore intéressées aux sites mais nous comptons aller vérifier ces sites. Les associations ont toujours été contre la publicité des médicaments qui n'est pas un produit comme un autre, il faut donc être prudent. »

### **2.5. La réglementation concernant les sites de vente en ligne de médicaments étant très contraignante, que voudriez-vous voire alléger ?**

La réponse a été donnée par Madame Deborah VALLET-WODKA

« La réglementation des médicaments ne peut pas se déverrouiller juste pour la vente en ligne. Le cadre de mise en place d'un site doit plutôt évoluer notamment en aidant d'avantage les Agences Régionales de Santé et en les impliquant dans les contrôles. On

peut cependant supposer que la vente en ligne pourrait faire évoluer la réglementation des médicaments. » Suite à la conférence de presse, l'information a été reléguée auprès d'une vingtaine de médias. Les différents articles des journalistes (presse écrite) sont présents dans le book-presse (Annexe 6).

## Annexe 6 : Book de presse

Les résultats de l'étude ont été présentés lors d'une conférence de presse. Voici quelques exemples de médias les relatant :

### 1. **Le parisien**

**<http://www.leparisien.fr/la-parisienne/sante/medicaments-pas-d-engouement-des-francais-pour-la-vente-en-ligne-13-05-2014-3837169.php>**

Médicaments: pas d'engouement des Français pour la vente en ligne

Publié le 13.05.2014

La vente en ligne de médicaments, autorisée en France depuis 2013, ne suscite pas l'engouement des consommateurs qui restent relativement méfiants face à cette formule, selon une étude universitaire publiée mardi. "Toutes les conditions ne sont pas réunies à l'heure actuelle pour assurer le succès de la vente en ligne de médicaments", indique cette étude réalisée par des étudiants en marketing de la santé de l'université Pierre et Marie Curie (UPMC). A ce jour, seulement 129 pharmacies sur les 20.000 qu'on compte en France disposent d'un site de vente en ligne et un quart des sites ne fonctionnent pas, selon l'étude qui relève des ventes "limitées", alors qu'en Allemagne 7% des ventes de médicaments hors prescriptions se font via internet. Depuis 2013, la commercialisation sur internet est autorisée pour les seuls médicaments sans ordonnance et limitée aux pharmaciens inscrits à l'ordre national des pharmaciens, ce qui fait qu'en pratique l'activité est adossée à une pharmacie. L'étude note que beaucoup de sites de vente actifs ne sont pas tous "en adéquation avec la réglementation", avec en particulier plus de 70% qui ne mettent pas à disposition des patients la notice des médicaments (selon un état des lieux réalisé en janvier).

Ce travail intègre aussi les résultats d'un sondage auprès de 772 consommateurs (méthode des quotas, échantillon représentatif) d'après lequel seulement 3% déclarent avoir déjà acheté un médicament en ligne tandis que 25% pensent, de manière erronée, que ce n'est pas légal. Les craintes les plus fortes des consommateurs sur la vente en ligne de médicaments sont la possibilité de contrefaçon, l'absence de conseil et des délais de livraison trop importants. L'étude montre que "pour être fonctionnel et rassurant, le site doit contenir trois informations essentielles : l'adresse postale de la pharmacie, le logo

garantissant la validité du site et des informations sur le médicament". "En bref, l'avenir ne semble pas aisément pour la vente en ligne de médicaments", mais il y a des pistes de développement selon l'étude qui rappelle que "les consommateurs sont habitués à acheter en ligne" et que ce mode de consommation passe toujours au début par une phase de "réticence" du consommateur.

Philippe Huguen

## 2. Ouest France

### **<http://www.ouest-france.fr/sante-les-francais-achetent-peu-de-medicaments-en-ligne-2538859>**

Santé. Les Français achètent peu de médicaments en ligne

Les Français achètent peu de médicaments en ligne.

Selon une étude publiée, les Français n'achètent que très peu de médicaments en ligne.

Soit par manque d'informations, soit par manque de confiance.

La vente en ligne de médicaments, autorisée en France depuis 2013, ne suscite pas l'engouement des consommateurs qui restent relativement méfiants face à cette formule.

C'est ce qui ressort d'une étude universitaire publiée mardi.

« Toutes les conditions ne sont pas réunies à l'heure actuelle pour assurer le succès de la vente en ligne de médicaments », indique cette étude réalisée par des étudiants en marketing de la santé de l'université Pierre et Marie Curie (UPMC).

A ce jour, seulement 129 pharmacies sur les 20 000 qu'on compte en France disposent d'un site de vente en ligne et un quart des sites ne fonctionnent pas, selon l'étude qui relève des ventes « limitées » alors qu'en Allemagne 7% des ventes de médicaments hors prescriptions se font via internet.

Tous les sites ne sont pas « en adéquation avec la réglementation »

Depuis 2013, la commercialisation sur internet est autorisée pour les seuls médicaments sans ordonnance et limitée aux pharmaciens inscrits à l'ordre national des pharmaciens, ce qui fait qu'en pratique l'activité est adossée à une pharmacie.

L'étude note que beaucoup de sites de vente actifs ne sont pas tous « en adéquation avec la réglementation », avec en particulier plus de 70% qui ne mettent pas à disposition des patients la notice des médicaments (selon un état des lieux réalisé en janvier).

3% des Français déclarent acheter en ligne

Ce travail intègre aussi les résultats d'un sondage auprès de 772 consommateurs (méthode des quotas, échantillon représentatif) d'après lequel seulement 3% déclarent avoir déjà acheté un médicament en ligne tandis que 25% pensent, de manière erronée, que ce n'est pas légal.

Les craintes les plus fortes des consommateurs sur la vente en ligne de médicaments sont la possibilité de contrefaçon, l'absence de conseil et des délais de livraison trop importants.

« L'avenir ne semble pas aisément pour la vente en ligne de médicaments »

L'étude montre que « pour être fonctionnel et rassurant, le site doit contenir trois informations essentielles : l'adresse postale de la pharmacie, le logo garantissant la validité du site et des informations sur le médicament ».

« En bref, l'avenir ne semble pas aisément pour la vente en ligne de médicaments », mais il y a des pistes de développement selon l'étude qui rappelle que « les consommateurs sont habitués à acheter en ligne » et que ce mode de consommation passe toujours au début par une phase de « réticence » du consommateur.

### 3. Europe1

#### <http://www.europe1.fr/sante/les-francais-boudent-les-pharmacies-en-ligne-2119275>

Les Français boudent les pharmacies en ligne

Publié le 13 mai 2014

Une étude universitaire montre que les consommateurs restent méfiants vis-à-vis de la vente en ligne de médicaments.

Le flop. Méfiance ou méconnaissance ? Toujours est-il que les Français rechignent à acheter des médicaments sur internet, selon une étude réalisée par des étudiants en marketing de la santé de l'université Pierre et Marie Curie (UPMC). "Toutes les conditions ne

sont pas réunies à l'heure actuelle pour assurer le succès de la vente en ligne de médicaments", indique cette étude, avant de les énumérer : faible mobilisation des pharmacies, crainte des contrefaçons, absence de conseils et délais de livraisons jugés excessifs. Médicaments en ligne : mode d'emploi

Seulement 3% des Français ont franchi le cap. Depuis 2013, la commercialisation sur internet est autorisée pour les seuls médicaments sans ordonnance et limitée aux pharmaciens inscrits à l'ordre national des pharmaciens, ce qui fait qu'en pratique l'activité est adossée à une pharmacie. Sauf que si les Français se sont rapidement convertis au commerce en ligne, il en va autrement lorsqu'il s'agit de santé : seuls 3% des consommateurs interrogés par l'étude menée par l'UPMC déclarent avoir déjà acheté un médicament en ligne tandis que 25% pensent, de manière erronée, que ce n'est pas légal.

#### LES RAISONS D'UN FLOP

Les pharmacies connectées sont rares. La première raison de ce faible engouement s'explique par une offre trop limitée. A ce jour, seulement 129 pharmacies sur les 20.000 qu'on compte en France disposent d'un site de vente en ligne et un quart de ces sites ne fonctionnent pas, selon l'étude qui relève des ventes "limitées" alors qu'en Allemagne 7% des ventes de médicaments hors prescriptions se font via internet.

Et ne jouent pas le jeu. L'étude note par ailleurs que beaucoup de sites de vente actifs ne sont pas tous "en adéquation avec la réglementation" : en janvier 2014, plus de 70% ne mettaient pas à disposition des patients la notice des médicaments. Ce qui est obligatoire.

Les consommateurs restent méfiants. En face, les patients ont également des raisons de ne pas acheter des médicaments en ligne. Les craintes les plus fortes portent sur la possibilité de contrefaçon, sur l'absence de conseil et sur des délais de livraison trop importants. Bref, la méfiance règne. L'étude montre que "pour être fonctionnel et rassurant, le site doit contenir trois informations essentielles: l'adresse postale de la pharmacie, le logo garantissant la validité du site et des informations sur le médicament".

Gabriel Vedrenne avec AFP

#### 4. Radins

<http://news.radins.com/actualites/le-flop-pharmacies-ligne,8166.html>

Le flop des pharmacies en ligne

Le 13 mai 2014

Les médicaments en ligne ne connaissent pas le succès escompté en France. Selon un sondage mené par des étudiants en marketing de l'Université Pierre et Marie Curie, les consommateurs ne font pas confiance aux pharmacies en ligne.

Seulement 3% des Français ont confiance aux médicaments en ligne !

L'absence de conseils, les contrefaçons, les délais de livraisons exagérés et le manque d'engouement des pharmacies, autant de raisons qui explique que beaucoup de dispositions ne sont pas mises en place pour engager le succès des médicaments en ligne.

Seulement 3% des Français ont témoigné leur adhésion à ce type de vente. Selon le sondage de l'UPC, 25% revendiquent la légalité du système. Même si les Français ont adopté le commerce en ligne, ils sont méfiants en ce qui concerne la santé.

Pourtant depuis 2013, seules les pharmacies inscrites à l'ordre national des pharmaciens et les médicaments sans prescription, sont concernés par la commercialisation sur internet.

Pourquoi un tel échec ?

" Pour être fonctionnel et rassurant, le site doit contenir trois informations essentielles: l'adresse postale de la pharmacie, le logo garantissant la validité du site et des informations sur le médicament " a relevé le sondage.

Sur 20.000 pharmacies en France, seulement 129 disposent d'un site de vente en ligne. En plus, 25% ne fonctionnent pas selon l'étude, et ceux qui fonctionnent ne mettent pas la notice des médicaments à portée des clients (plus de 70% en janvier 2014). Toute une série de doutes et d'inquiétudes qui ne viennent qu'aggraver la méfiance des consommateurs.

Par Anne-Sophie Szmidt

## 5. Le Quotidien du pharmacien

[http://www.lequotidiendupharmacien.fr/actualite/article/2014/05/13/vente-en-ligne-de-medicaments-seulement-45-des-patients-savent quelle-est-autorisee-en-france\\_176371?dossier=173896](http://www.lequotidiendupharmacien.fr/actualite/article/2014/05/13/vente-en-ligne-de-medicaments-seulement-45-des-patients-savent quelle-est-autorisee-en-france_176371?dossier=173896)

Vente en ligne de médicaments : seulement 45 % des patients savent qu'elle est autorisée en France

Le 13.05.2014

Vente en ligne de médicaments : seulement 45 % des patients savent qu'elle est autorisée en France - 1

La plupart des patients ignorent encore que la vente en ligne de médicaments est autorisée en France depuis le 1er janvier 2013. Pour 75,1 % d'entre eux, il est possible d'acheter des médicaments sur internet, mais seulement 45,4 % savent que la vente en ligne est légale dans l'Hexagone, contre 25,1 % qui pensent qu'elle ne l'est pas, et 29,5 % qui ne savent pas. C'est ce que montre une enquête réalisée par les étudiants du Master Marketing de la santé de l'université Pierre et Marie Curie. Menée sur un échantillon de 772 personnes, elle met en évidence le déficit de connaissance des patients sur la vente en ligne de médicaments. De plus, elle montre que seulement 16,1 % des répondants se sont déjà rendus sur un site de pharmacie en ligne et seulement 1,9 % d'entre eux ont déjà acheté des médicaments sur internet.

Anne-Gaëlle Moulun

## 6. Leberry

[http://www.leberry.fr/page-8/france-monde/actualites/societe/sante-beaute/2014/05/13/medicaments-pas-d-engouement-des-francais-pour-la-vente-en-ligne\\_11002144.html](http://www.leberry.fr/page-8/france-monde/actualites/societe/sante-beaute/2014/05/13/medicaments-pas-d-engouement-des-francais-pour-la-vente-en-ligne_11002144.html)

Médicaments : pas d'engouement des Français pour la vente en ligne

A ce jour, seulement 129 pharmacies sur les 20.000 qu'on compte en France disposent d'un site de vente en ligne. La vente en ligne de médicaments, autorisée en France depuis

*Rapport-gratuit.com*  
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

2013, ne suscite pas l'engouement des consommateurs qui restent relativement méfiants face à cette formule, selon une étude universitaire publiée mardi.

"Toutes les conditions ne sont pas réunies à l'heure actuelle pour assurer le succès de la vente en ligne de médicaments", indique cette étude réalisée par des étudiants en marketing de la santé de l'université Pierre et Marie Curie (UPMC).

A ce jour, seulement 129 pharmacies sur les 20.000 qu'on compte en France disposent d'un site de vente en ligne et un quart des sites ne fonctionnent pas, selon l'étude qui relève des ventes "limitées" alors qu'en Allemagne 7% des ventes de médicaments hors prescriptions se font via internet.

Depuis 2013, la commercialisation sur internet est autorisée pour les seuls médicaments sans ordonnance et limitée aux pharmaciens inscrits à l'ordre national des pharmaciens, ce qui fait qu'en pratique l'activité est adossée à une pharmacie.

L'étude note que beaucoup de sites de vente actifs ne sont pas tous "en adéquation avec la réglementation", avec en particulier plus de 70% qui ne mettent pas à disposition des patients la notice des médicaments (selon un état des lieux réalisé en janvier).

Ce travail intègre aussi les résultats d'un sondage auprès de 772 consommateurs (méthode des quotas, échantillon représentatif) d'après lequel seulement 3% déclarent avoir déjà acheté un médicament en ligne tandis que 25% pensent, de manière erronée, que ce n'est pas légal.

Les craintes les plus fortes des consommateurs sur la vente en ligne de médicaments sont la possibilité de contrefaçon, l'absence de conseil et des délais de livraison trop importants.

L'étude montre que "pour être fonctionnel et rassurant, le site doit contenir trois informations essentielles : l'adresse postale de la pharmacie, le logo garantissant la validité du site et des informations sur le médicament".

"En bref, l'avenir ne semble pas aisé pour la vente en ligne de médicaments", mais il y a des pistes de développement selon l'étude qui rappelle que "les consommateurs sont habitués à acheter en ligne" et que ce mode de consommation passe toujours au début par une phase de "réticence" du consommateur.

## 7. Le Quotidien du Médecin

<http://www.lequotidiendumedecin.fr/actualite/medicament/la-vente-en-ligne-de-medicaments-ne-fait-pas-recette>

La vente en ligne de médicaments ne fait pas recette

Le 13/05/2014

Moins de 2 % des Français ont déjà acheté un médicament à prescription facultative sur le site de vente en ligne d'une pharmacie, selon les résultats d'une enquête menée par les étudiants du master Marketing de la Santé de l'Université parisienne Pierre-et-Marie-Curie.

Pire, seuls 17 % d'entre eux envisagent à l'avenir d'acheter des médicaments par ce canal. La légalisation de la vente en ligne, depuis janvier 2013, n'entraîne donc pas un afflux de patients sur ces sites qui sont aujourd'hui au nombre de 129, mais dont 25 % ne fonctionnent pas, notent aussi les auteurs.

Paradoxe, l'enquête, menée auprès de 772 Français, met aussi en évidence que les sondés les plus favorables à cette possibilité sont des hommes quadragénaires, CSP +, vivant en milieu rural et achetant déjà régulièrement en ligne. Or, notent les auteurs de l'étude, « ce profil n'est pas intéressé par la santé et consomme très peu de médicaments. Il est juste favorable à la vente en ligne pour le principe, ce qui n'en fait pas la clé du développement » de ce nouveau vecteur.

La méfiance semble de mise. 27,5 % des sondés jugent impossible de vérifier qu'un site est légal, et 54 % ne s'estiment pas du tout informés sur la possibilité d'acheter un médicament sur la toile. Pour être rassurés, ils souhaiteraient que figurent sur le site un logo des autorités de santé attestant sa légalité, ainsi que les coordonnées de la pharmacie physique et le nom du titulaire.

Le risque de la contrefaçon

Interrogés sur les avantages de ce mode d'achat, les sondés citent l'absence de déplacement, des prix plus bas et le gain de temps. Mais ils sont plus bavards sur les inconvénients, mettant en avant le risque de se faire délivrer une contrefaçon, regrettant l'absence de conseil du pharmacien et les délais de livraison. Les sondés citent également la difficulté du choix d'un médicament sur internet, et la complexité d'un paiement en ligne.

L'enquête met aussi en évidence que beaucoup de sites de vente actifs ne sont pas tous « en adéquation avec la réglementation ». Plus de 70 % d'entre eux ne mettent pas à disposition des patients la notice des médicaments.

Les pharmaciens qui ont monté un site de vente en ligne sont perçus par les sondés comme « des commerçants souhaitant augmenter leur chiffre d'affaires », mais aussi comme des pharmaciens « modernes ».

En conclusion, les auteurs de l'étude jugent que « l'avenir ne semble pas aisé pour la vente en ligne ». Ils rappellent cependant qu'en Allemagne, où cette possibilité existe depuis douze ans, 7 % du total des ventes de médicaments sans prescription se font par ce canal.

H.S.R

## **8. Pourquoi docteur**

**<http://www.pourquoidocteur.fr/Medicaments-sur-Internet---les-Francais-se-montrent-mefiants-6468.html>**

Légalisation en janvier 2013 Médicaments sur internet : les Français se montrent méfiants

Le 14 Mai 2014

Plus d'un an après la légalisation de la vente en ligne de médicaments, ce mode de e-commerce séduit peu de Français, selon une étude publiée mardi. Et seulement 129 officines proposent ce service.

La vente de médicaments en ligne ne connaît pas d'engouement réel en France, selon une étude publiée mardi par des étudiants en marketing de la santé de l'Université Pierre et Marie Curie, à Paris.

Cette pratique connaît en revanche un grand succès en Allemagne, où 7% des ventes de médicaments hors prescriptions se font sur internet. 70% des e-pharmacies ne donnent pas accès à la notice.

Depuis janvier 2013, la vente de médicaments est autorisée sur internet, cette vente étant réservée uniquement aux médicaments sans ordonnance. Mais le nombre de phar-

macies proposant cette alternative est faible. Alors que la France compte 20 000 pharmacies, seulement 129 officines disposent d'un site de vente en ligne. L'étude indique que « toutes les conditions ne sont pas réunies à l'heure actuelle pour assurer le succès de la vente en ligne de médicaments ». Elle note également que beaucoup de sites de vente ne sont pas « en adéquation avec la réglementation », et que plus de 70% ne mettent pas à disposition des patients la notice des médicaments. Ce travail intègre également les résultats d'un sondage réalisé auprès de 772 consommateurs, d'après lequel seulement 3% déclarent avoir déjà acheté un médicament en ligne et 25% pensent de manière erronée que cette vente n'est pas légale.

#### La peur de la contrefaçon

Une des raisons de cette absence de succès est donc due à une forme d'ignorance de la possibilité d'acheter des médicaments sur le net en toute légalité mais aussi à la méfiance des patients. Une des craintes les plus fortes des consommateurs sur la vente de médicaments en ligne étant la possibilité de contrefaçon.

Ceci, alors que l'étude montre que « pour être fonctionnel et rassurant, le site doit contenir 3 informations essentielles : l'adresse postale de la pharmacie, le logo garantissant la validité du site et des informations sur le médicament ». Avant d'ouvrir un site de vente de médicaments en ligne, les pharmacies doivent en effet remplir de nombreuses conditions, cette procédure étant très stricte.

Les sondés disent également être réticents en raison des délais de livraison et l'absence de conseils. L'avenir de la vente de médicament en ligne ne semble donc pas tout tracé, mais l'étude rappelle qu'il y a des pistes de développement et que « les consommateurs sont habitués à acheter en ligne, ce mode de consommation passe toujours par une phase de réticence du consommateur.»

Guillaume Collet

D'autres sites ont aussi repris l'étude de marché :

20 minutes : <http://www.20minutes.fr/economie/1373761-20140513-francais-encore-inquiets-idee-acheter-medicaments-ligne>

Weka : [http://www.weka.fr/actualite/sante-thematique\\_7850/pas-d-engouement-des-francais-pour-la-vente-en-ligne-de-medicaments-article\\_284840/](http://www.weka.fr/actualite/sante-thematique_7850/pas-d-engouement-des-francais-pour-la-vente-en-ligne-de-medicaments-article_284840/)

Le Nouvel obs : <http://tempsreel.nouvelobs.com/societe/20140513.AFP6996/medicaments-pas-d-engouement-des-francais-pour-la-vente-en-ligne.html>

Le Figaro : <http://sante.lefigaro.fr/actualite/2014/05/13/22335-medicaments-ligne-francais-restent-mefiants>

La croix : <http://www.la-croix.com/Actualite/France/Medicaments-pas-d-engouement-des-Francais-pour-la-vente-en-ligne-2014-05-13-1149373>

## TABLE DES ILLUSTRATIONS

|   |    |
|---|----|
| Figure 1 : Cartographie de l'Europe de l'Ouest représentant les pays ayant adoptés la vente en ligne des médicaments en 2010 (Source LNP, Europe, internet et pharmacie, n°399, 22 Avril 2010) .....  | 21 |
| Figure 2 : Cartographie de la vente en ligne des médicaments PMF et/ou PMO dans le monde en 2014 (Source LNP, Europe, internet et pharmacie, n°399, 22 Avril 2010) .....  | 21 |
| Figure 3 : Chiffre d'affaire des officines allemandes en fonction du lieu de dispensation des médicaments et pour la vente par correspondance par type de produit vendu (Source Ralf Voigt, Apothekenversandhandel im Kontext: Aktuelle Markttrends und Ausblicke, IMS, 2013) ..... | 25 |
| Figure 4 : Pourcentage d'utilisateurs internet en Europe et autorisations de vente en ligne des médicaments avant 2013 (Source : James Dudley Management - Mail Order and Internet Pharmacy in Europe 2012 edition) .....   | 30 |
| Figure 5 : Répartition de la vente des médicaments aux USA en fonction des lieux d'achats (Source : James Dudley Management - Mail Order and Internet Pharmacy in Europe 2012 edition) .....  | 33 |
| Figure 6 : Distribution de l'échantillon selon le genre .....   | 40 |
| Figure 7 : Diagramme représentant l'âge des répondants en pourcentage .....   | 41 |
| Figure 8 : Les catégories sociaux-professionnels des répondants.....  | 42 |
| Figure 9 : Localisation géographique des répondants .....   | 43 |
| Figure 10 : Distance séparant les répondants d'une pharmacie .....  | 44 |
| Figure 11 : Nombre de visite(s) mensuelle(s) des pharmacies par les répondants .....  | 44 |
| Figure 12 : Intérêt des répondants pour la santé en pourcentage.....  | 46 |
| Figure 13 : Paramètres déterminants pour se rendre dans une pharmacie d'après les 772 répondants ...  | 47 |
| Figure 14 : Les sources d'information privilégiées par les répondants pour l'achat en parapharmacie .....   | 48 |
| Figure 15 : Sources d'achat privilégiées par les répondants pour l'achat d'OTC.....   | 48 |
| Figure 16: Raisons pour lesquelles le patient se déplace en pharmacie .....   | 49 |
| Figure 17 : Réaction face à une pathologie bénigne .....  | 49 |
| Figure 18 : Fréquence d'achat des OTC par an .....  | 51 |
| Figure 19 : Eléments déterminant l'achat des OTC.....   | 51 |
| Figure 20 : Panier moyen d'achat en parapharmacie .....   | 52 |
| Figure 21 : Panier moyen d'OTC .....  | 52 |
| Figure 22 : Est-il possible d'acheter des médicaments sur internet ? .....  | 53 |
| Figure 23 : La vente en ligne de médicaments est-elle autorisée en France ? .....   | 54 |
| Figure 24 : Les produits qui, selon les répondants, sont disponibles à l'achat en ligne .....   | 54 |
| Figure 25 : Vous êtes-vous déjà rendu sur un site de vente en ligne ? .....   | 55 |
| Figure 26 : Avez-vous déjà acheté des médicaments en ligne? .....   | 55 |
| Figure 27 : Avez-vous été informé de l'autorisation des officines à l'ouverture d'un site de vente en ligne de médicaments? .....   | 56 |
| Figure 28 : Pensez-vous qu'il est possible de vérifier qu'un site de vente en ligne de médicaments est légal? .....   | 56 |

|  |    |
|--|----|
| Figure 29 : Sources privilégiées par les répondants concernant la vente en ligne de médicaments .....                                      | 57 |
| Figure 30 : Eléments que les répondants souhaiteraient voir apparaître sur le site de vente en ligne .....                                 | 58 |
| Figure 31 : Les priorités des répondants concernant les offres présentent sur le site.....   | 59 |
| Figure 32 : Produits privilégiés pour l'achat en ligne .....   | 60 |
| Figure 33 : Circonstances d'achat de médicaments en ligne.....   | 60 |
| Figure 34 : Avantages perçus de la vente en ligne de médicaments .....   | 61 |
| Figure 35 : Inconvénients de la vente en ligne de médicaments perçus par les répondants.....   | 62 |
| Figure 36 : Site de vente en ligne de médicaments : Lasanté.net.....   | 63 |
| Figure 37 : Perception du site Lasanté.net .....   | 64 |
| Figure 38 : Le site vous donne-t-il envie d'aller plus loin?.....  | 64 |
| Figure 39 : Le degré de confiance accordée aux informations relayées par le site lasanté.net .....   | 65 |
| Figure 40 : Le site pharmashopi présenté aux 772 répondants .....  | 65 |
| Figure 41 : Perception du site par les répondants .....  | 66 |
| Figure 42 : Le site vous donne-t-il envie d'aller plus loin?.....  | 66 |
| Figure 43 : Degré de confiance accordée aux informations relayées par le site .....  | 67 |
| Figure 44 : Site lapharmacieenligneenfrance .....  | 67 |
| Figure 45 : Perception du site par les répondants .....  | 68 |
| Figure 46 : Le site vous donne-t-il envie d'aller plus loin ?.....   | 68 |
| Figure 47 : Degré de confiance accordé par les répondants envers les informations délivrées .....  | 69 |
| Figure 48 : Evaluation des différents éléments présents sur les sites .....  | 70 |
| Figure 49 : Pensez-vous que les sites internet de vente en ligne de médicaments devraient proposer des médicaments sur ordonnance? .....   | 71 |
| Figure 50 : A l' avenir pensez-vous que la vente en médicaments en ligne pourrait conduire à une baisse des prix en officine ? .....       | 71 |
| Figure 51 : Perception d'un pharmacien ayant un site de vente en ligne par les répondants .....  | 72 |
| Figure 52 : Envisageriez-vous d'acheter des médicaments sur internet suite à ce questionnaire ? .....                                      | 73 |
| Figure 53 : Envisageriez-vous d'acheter des médicaments sur internet si votre pharmacie habituelle en possédait un ? .....                 | 73 |
| Figure 54 : Demanderez-vous à votre pharmacien s'il possède un site de vente en ligne? .....   | 74 |
| Figure 55 : Proportion hommes/femmes souhaitant par la suite acheter des médicaments en ligne .....  | 75 |
| Figure 56 : Classes d'âge souhaitant par la suite acheter des médicaments en ligne .....   | 75 |
| Figure 57 : Proportion des CSP (catégorie socio-professionnel) souhaitant acheter des médicaments en ligne (voir P35 définition CSP) ..... | 75 |
| Figure 58 : Proportion de répondants souhaitant acheter des médicaments en ligne selon leur emplacement géographique.....                  | 76 |
| Figure 59 : Répondants souhaitant acheter des médicaments en ligne en fonction de leur fréquence d'achat en ligne.....                     | 76 |
| Figure 60 : Pourcentage de site en état de fonctionnement en Janvier 2014.....   | 81 |

|   |    |
|---|----|
| Figure 61 : Pourcentage des différents produits présents sur les sites de vente en ligne en Janvier 2014 .....                            | 81 |
| Figure 62 : Pourcentage des sites proposant la notice de médicaments en Janvier 2014.....   | 82 |
| Figure 63 : Pourcentage de sites de vente en ligne de médicaments en activité au 1er Juin 2014 .....                                      | 83 |
| Figure 64 : Pourcentage de sites actif présentant la raison sociale de l'officine .....   | 84 |
| Figure 65 : Pourcentage de sites actifs présentant le nom et prénom du titulaire du site .....  | 84 |
| Figure 66 : Pourcentage de sites présentant le numéro RPPS du titulaire .....   | 85 |
| Figure 67 : Pourcentage de sites présentant les coordonnées de l'officine .....   | 85 |
| Figure 68 : Pourcentage de sites présentant le numéro SIRET de l'officine .....   | 85 |
| Figure 69 : Pourcentage de sites présentant un numéro de licence .....  | 86 |
| Figure 70 : Présence des logo/informations des autorités de santé .....   | 87 |
| Figure 71 : Pourcentage de sites actifs présentant ou non, les coordonnées de l'hébergeur .....   | 87 |
| Figure 72 : Pourcentage de sites présentant un espace « contact du pharmacien » .....   | 88 |
| Figure 73 : Pourcentage de sites présentant un espace commande .....  | 88 |
| Figure 74 : Pourcentage de sites présentant l'onglet médicament .....   | 89 |
| Figure 75 : Pourcentage de sites ne respectant pas les recommandations des décrets concernant les forums, publicités et diagnostics ..... | 89 |
| Figure 76 : Pourcentage de sites proposant aux patients de consulter un médecin .....   | 90 |
| Figure 77 : Pourcentage des sites respectant la présentation des médicaments vendus en ligne .....  | 90 |
| Figure 78 : Tableau comparatif des deux périodes de suivi des sites de vente en ligne de médicaments                                      | 91 |

## Etude de marché sur la vente en ligne des médicaments et création d'un outil de suivi des sites

La commercialisation de médicaments est autorisée sur internet depuis fin 2012, dès lors qu'ils ne nécessitent pas d'ordonnance. Mais cette nouvelle offre de vente ne suscite pas l'engouement des consommateurs, qui restent relativement méfiants face à cette formule. Seulement 167 pharmacies, sur les 20.000 que compte la France, disposent d'un site de vente en ligne, et un quart des sites ne fonctionnent pas. L'étude note que beaucoup de sites de vente actifs ne sont pas tous «en adéquation avec la réglementation», avec en particulier plus de 43% des sites effectuant de la publicité via des liens facebook, instagram ou encore twitter.

Ce travail intègre aussi les résultats d'un sondage auprès de 772 consommateurs (méthode des quotas, échantillon représentatif), d'après lequel seulement 3 % déclarent avoir déjà acheté un médicament en ligne tandis que 25 % pensent, de manière erronée, que ce n'est pas légal. Les craintes les plus fortes des consommateurs sur la vente en ligne de médicaments sont la possibilité de contrefaçon, l'absence de conseil et des délais de livraison trop importants. L'étude montre que «pour être fonctionnel et rassurant, le site doit contenir trois informations essentielles: l'adresse postale de la pharmacie, le logo garantissant la légalité du site et des informations sur le médicament». En conclusion, l'avenir ne semble pas aisément propice pour la vente en ligne de médicaments, mais il y a des pistes de développement puisque les consommateurs sont habitués à acheter en ligne et que ce mode de consommation passe toujours au début par une phase de «réticence» du consommateur.

**mots-clés :** vente en ligne de médicaments, étude de marché, pharmacie, étude qualitative, étude quantitative, internet, officine.

### Market research about on line sale of medicines

Commercialization of medicines is allowed on the web since 2013, since they do not require a prescription. But this new selling offer does not arouse the enthusiasm of consumers, who remain relatively leery with this formula. Only 167 pharmacies, about 20,000 of France, have a selling site online, and a quarter of the sites do not work. The study indicates that many selling sites assets are not all "in line with the regulations," especially more than 43% of sites performing advertising links via facebook, twitter or instagram.

This work also includes the results of a survey of 772 consumers (quota method, representative sample), according to which only 3% said they had purchased a drug online while 25% believe, erroneously, that it is not legal. The largest consumer fears about the online sale of drugs are possible infringement, lack of counseling and delivery times too long.

The study shows that "to be functional and comfortable, the site must contain three essential informations: the mailing address of the pharmacy, guaranteeing the validity of the site and information about the drug logo." In conclusion, the future does not seem easy for the online sale of medicines, but there are avenues for development as consumers are used to buy online and that this mode of consumption always goes to the beginning of a phase of "reluctance" of the consumer.

**keywords :** on line medicine, pharmacy, market study, regulation of on-line medicine