

“ Le temps a-t-il été suspendu pendant 2 mois ? ”

Patrick Oscar, directeur général du Gers Data, et **David Syr**, directeur général adjoint, ont suivi et analysé avec minutie l'activité médicale et officinale depuis le début de la crise. Ils partagent avec nous leur analyse.

✍️ Propos recueillis par Pierre-Hélène Disderot

La Revue Pharma : Le Gers a suivi l'activité des officines durant la crise. Quel type d'officine s'en est bien sorti ?

David Syr : Celles qui ont bien pris la vague du confinement sont principalement les officines de proximité, de centre-ville avec une densité d'habitat proche. La distance à parcourir a été un facteur clé. Ce sont elles qui ont été les moins touchées.

Ce n'est pas tant le chiffre d'affaires qui laissait présupposer la baisse d'activité, c'est plus l'implantation géographique. Une pharmacie de centre commercial a été plus touchée qu'une officine de même CA en centre-ville qui bénéficie d'une densité d'habitat élevée. Il faut aussi tenir compte de l'effet « touristes ».

Les pharmacies qui ont une part de non remboursable plus importante n'ont-elles pas été plus affectées ?

DS : Le conseil officinal a été mis en avant durant le confinement, car le pharmacien était le professionnel de santé le plus accessible. La perte d'activité pour les pharmacies, dites XXL, était plus visible dans les points de passage, de type aéroport, gare, ou autre, que pour celles proches de grande densité de population sédentarisée.

Est-ce que le déconfinement a permis un retour à la normale ?

DS : La première semaine, nous avons vu une légère augmentation de l'activité,



probablement due au conseil, à la nécessité de se fournir en masques et en gel hydro-alcoolique. Les deux semaines suivantes ont été à la baisse par rapport à l'année précédente. C'est encore tôt pour y mettre des causales. Probablement que le télétravail joue un rôle, ainsi que la peur d'attraper le Covid-19 et la baisse d'activité des médecins. L'incertitude sur l'état de l'économie de demain peut aussi pousser à la rationalisation de la consommation de soins. Nous avons vu, sur certaines catégories de produits, des retards par rapport à l'an passé. Il est probable que le retour à la liberté pousse plus au plaisir festif qu'à la consommation de produits de santé.

L'activité des médecins a été très touchée pendant le confinement (de -80 à -95 %). Cela ne semble pas s'être autant répercuté sur les officines, pourquoi ?

DS : Il y a le mécanisme de renouvellement d'ordonnance qui explique partiellement cela. Nous avons réalisé des études sur des cohortes d'enfants de moins de 15 ans. Nous constatons une forte baisse du trafic sur tout ce qui concerne la sphère ORL, les entorses, la varicelle aussi. Du fait du confinement, certaines pathologies virales ont logiquement diminué. La nature des consultations a beaucoup changé. Il



“ Ce n’est pas tant le chiffre d’affaires qui laissait présupposer la baisse d’activité, c’est plus l’implantation géographique. ”

David Syr

est possible que ces changements aient « remis de l’ordre » dans le motif même de consommation de soins.

Vous dites que le pharmacien a été plus sollicité de par sa proximité, est-ce que son rôle de conseil s’en est ressenti ?

DS : Oui, dans son rôle d’accompagnement des patients. Nous l’avons mesuré sur le *self-care* et la nutrition. Le patient veut être conseillé pour le préventif autant que dans le curatif. Des segments comme l’immunité, le sommeil, la digestion, le stress ont été très dynamiques. Le patient avait besoin de prendre soin de son corps et de son esprit. Le marché montre une forte dynamique sur les huiles essentielles, les laits infantiles bio, une consommation différente et donc un conseil différent.

La période a-t-elle été propice aux tensions et ruptures d’approvisionnement ?

Patrick Oscar : Il y a eu un peu plus de ruptures sur la période, sur des produits davantage liés à la pandémie Covid, car ils ont connu des augmentations de vente importantes. Je pense notamment aux produits de réanimation pour l’hôpital qui ont été en rupture sur la fin du confinement. Cette période a mis en évidence la capacité de certains laboratoires à augmenter leur production de façon extrêmement importante. Sur certains produits, leurs ventes ont été multipliées de 1 000 à 4 000 % !

Comme les ventes de médicaments ont légèrement baissé durant la période de

confinement, le pic précédant le confinement s’est assez bien déroulé.

Nous sommes passés de 1 500 présentations en rupture à 1 700-1 800 au plus haut. Dans la majorité des cas, il reste des équivalents thérapeutiques, des génériques, des princeps. L’effet est vraiment réduit en termes de santé publique.

Pour le paracétamol, la communication des pouvoirs publics, notamment de l’ANSM, prônant la vente d’une boîte ou deux par patient, a permis d’éviter les tensions.

Durant la crise, quels sont les laboratoires qui ont surpris par leur forte contribution à la croissance ?

DS : Upsa, Sanofi, Cooper, Procter & Gamble ont été mieux orientés que l’année dernière. Pour autant, rien n’était simple ! Il fallait livrer tout le monde et maintenir la chaîne d’approvisionnement. C’était déjà des laboratoires importants et ils ont réussi à faire mieux que l’an passé pendant le confinement. Upsa a été dynamique à travers le paracétamol et la vitamine C, Cooper, grâce à l’éclectisme de son offre, Sanofi sur le sommeil avec Novanuit. La demande appelait l’offre. Et l’automédication appelait le paracétamol.

Tout ce qui est santé naturelle et aromathérapie, comme Puressentiel, Pranarôm ou Phytosun, a connu une croissance sur la période. Qu’elle soit boostée par l’huile essentielle de Ravintsara ou l’assainissant Puressentiel 41.

Ce sont finalement des secteurs classiques du conseil en officine.

DS : Est-ce que l’aromathérapie est classique ? Je dirais plutôt des « segments installés ». Avec 200 millions de chiffre d’affaires sur l’aromathérapie, nous ne pouvons pas dire que c’est un nouveau segment. Il faut aussi parler du miroir du paracétamol, l’ibuprofène, qui a mal traversé le confinement.

Quels sont les labos et produits les plus touchés par la crise ?

DS : Tous les laboratoires forts en ibuprofène et AINS, comme Pfizer santé familiale, Reckitt Benckiser et Zambon. Un marché qui plonge de 70 %, lorsque c’est dans l’ADN d’un labo, ce n’est pas facile. Tout ce qui est mal de gorge et toux a aussi diminué, car la propagation des virus était limitée. Les laboratoires forts dans le secteur en ont pâti.

Quels vont être les secteurs porteurs pour cette fin de crise ?

DS : C’est encore tôt pour le dire. Ce que nous observons, c’est une poussée autour de la naturalité. L’effet important sur l’hygiène pourrait perdurer, ainsi que sur les produits « défenses naturelles », qui ont été très conseillés pendant la crise.

Est-ce que la pharmacie d’avant ressemblera à la pharmacie d’après ?

DS : Je dirais qu’à moyen ou long terme, oui. Aujourd’hui, tous les bienfaits de la vente en automédication préconfinement sont déjà effacés. Nous revenons sur des marchés négatifs. Le temps n’a-t-il pas été suspendu pendant 2 mois et n’allons-nous pas reprendre le cours naturel des choses ? Ce qui fera la différence pour l’officine de demain, c’est que le patient, qui va venir avec ses gants et son masque, va avoir besoin de reconnaissance, d’une amélioration de sa prise en charge, de conseil, d’écoute. L’enjeu du réseau est celui-ci : comment conserver ce rôle de professionnel de santé de proximité après le confinement ?

Je pense que nous allons revenir vers un équilibre conseil/pouvoir d’achat. Si le service n’est pas à la hauteur du ticket de caisse, le patient client ira voir ailleurs. •