

OBSERVATOIRE SOCIÉTAL DU MÉDICAMENT

leem
les entreprises
du médicament

Novembre 2019

GAME CHANGERS



MÉTHODOLOGIE



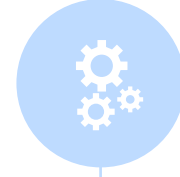
ECHANTILLON

Construit selon la **méthode des quotas** (sexe, âge, profession de la personne de référence du foyer, région et catégorie d'agglomération)



CIBLE INTÉRROGÉE

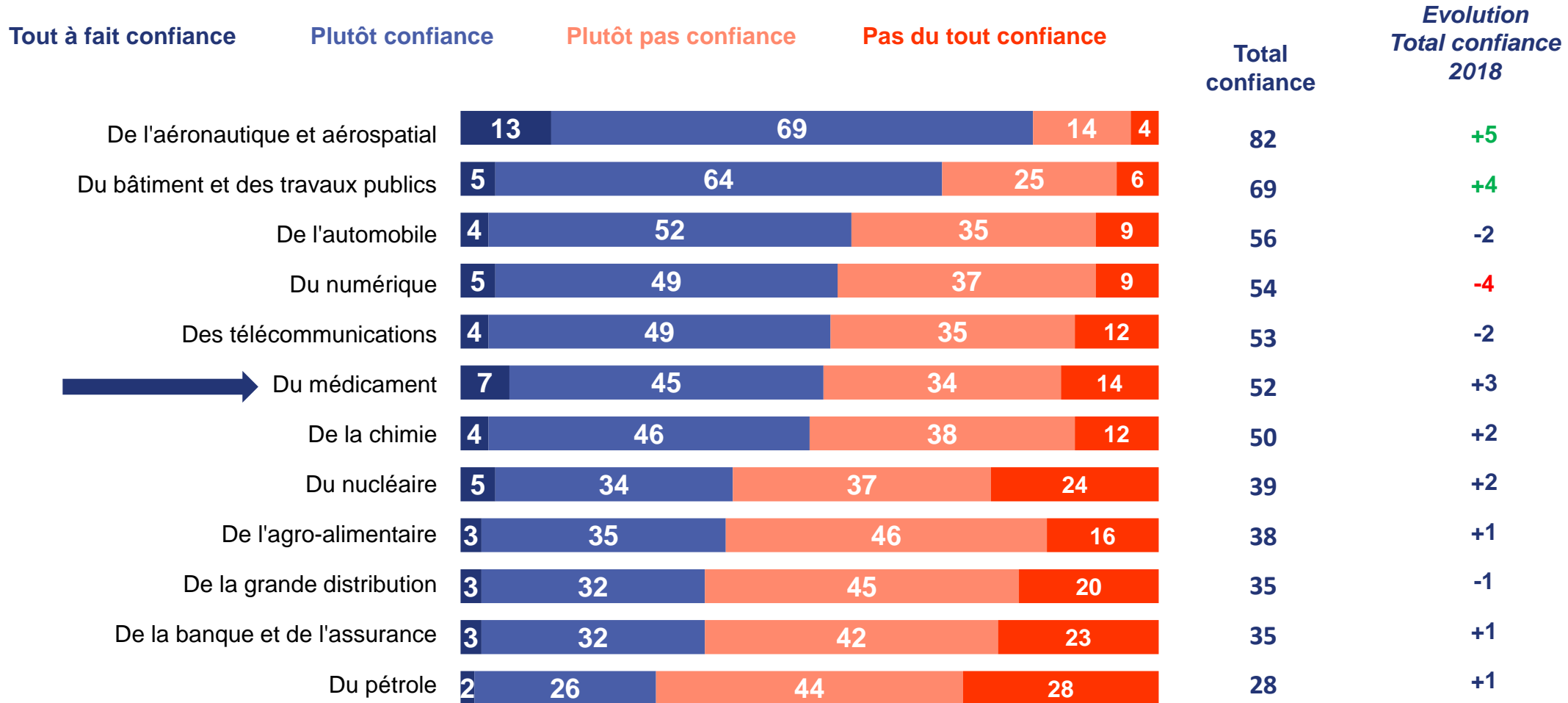
1029 personnes, constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de plus de 18 ans.



METHODE / DATES TERRAIN

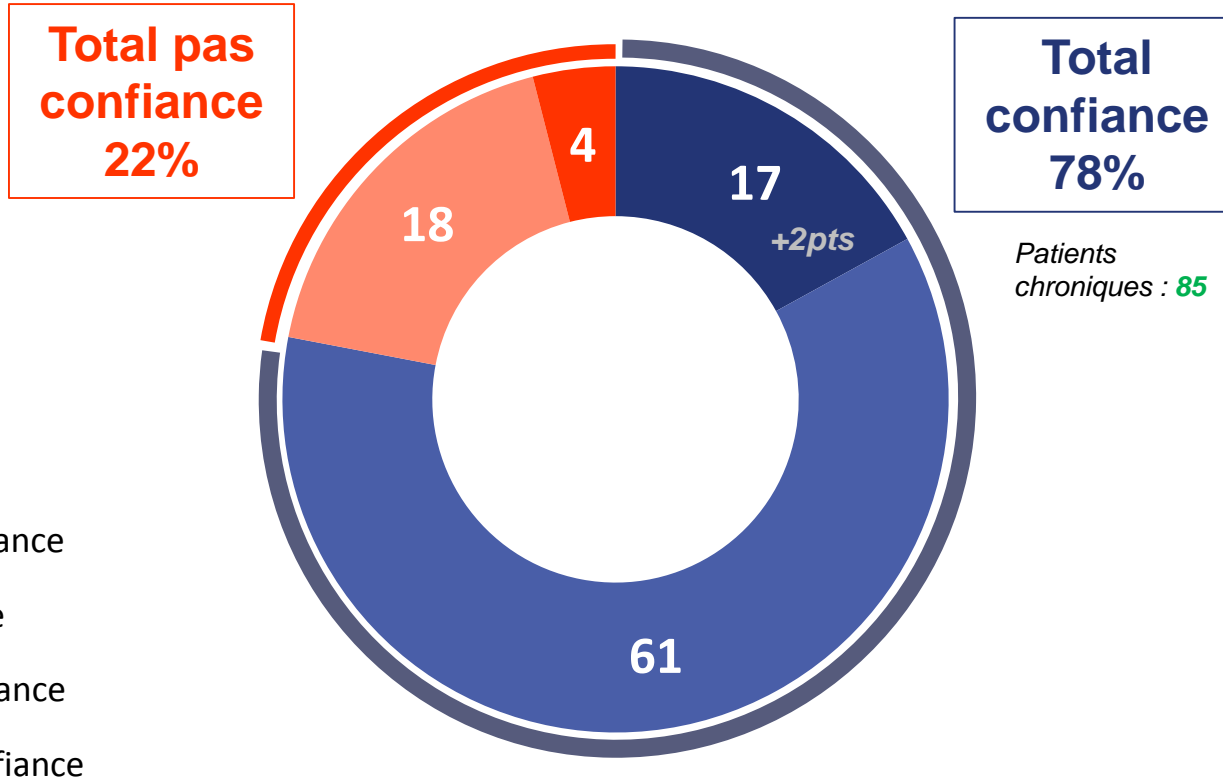
Questionnaire omnibus online via le panel d'Ipsos, Ipsos Interactive Services.
du **26 au 29 novembre 2019.**

Une majorité de Français a confiance dans les entreprises du médicament, dans la moyenne des autres secteurs

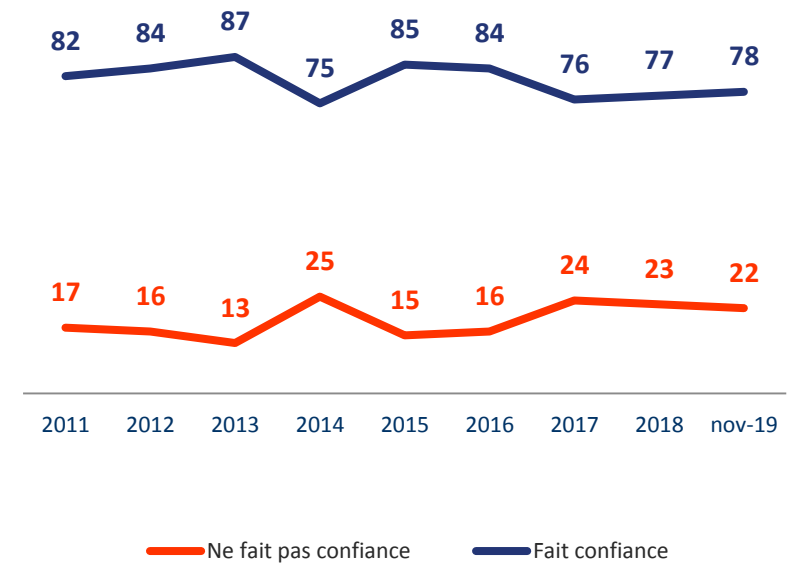


3 - Diriez-vous que vous avez tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout confiance dans les entreprises du secteur :
Base : A tous

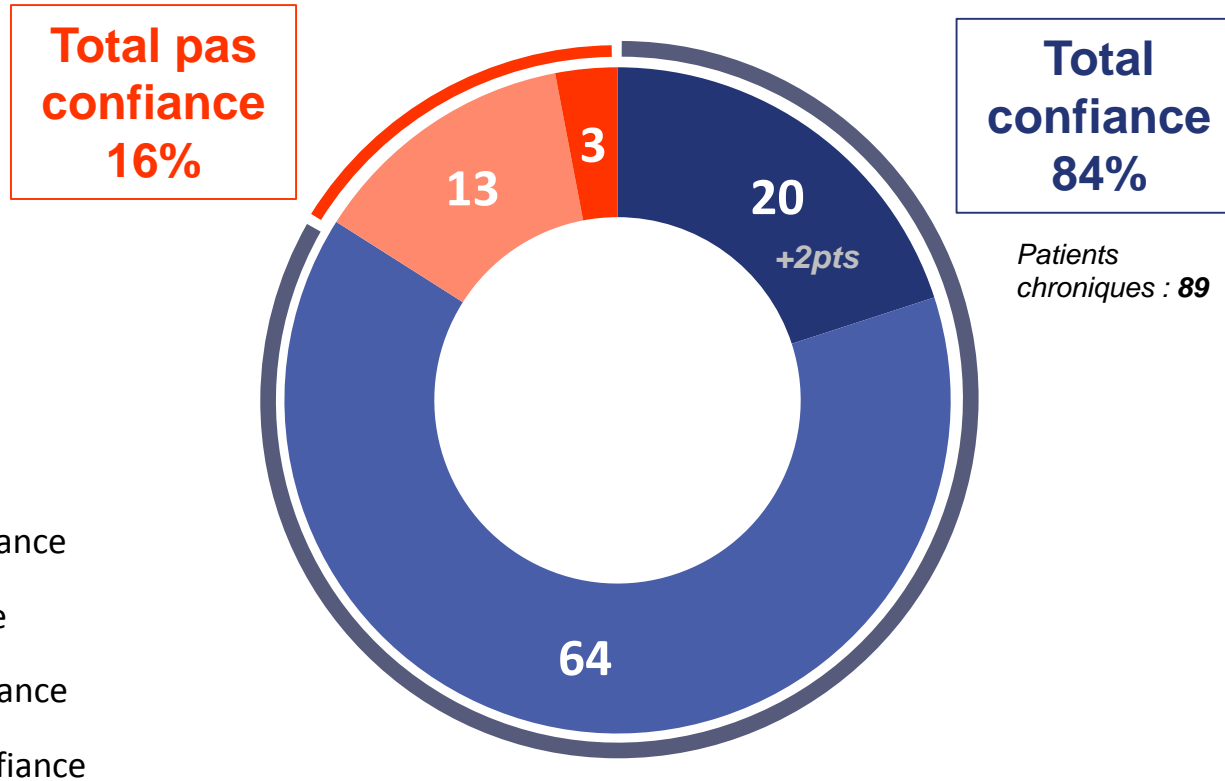
La confiance dans les médicaments reste très élevée (8 Français sur 10)



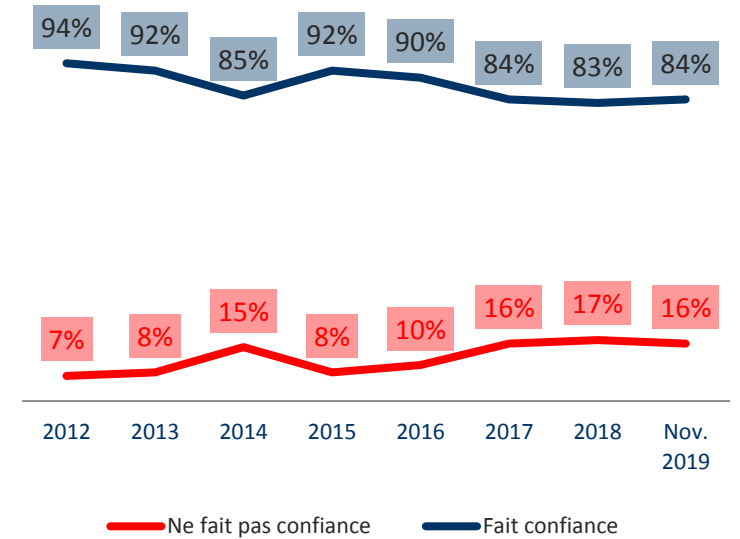
- Tout à fait confiance
- Plutôt confiance
- Plutôt pas confiance
- Pas du tout confiance



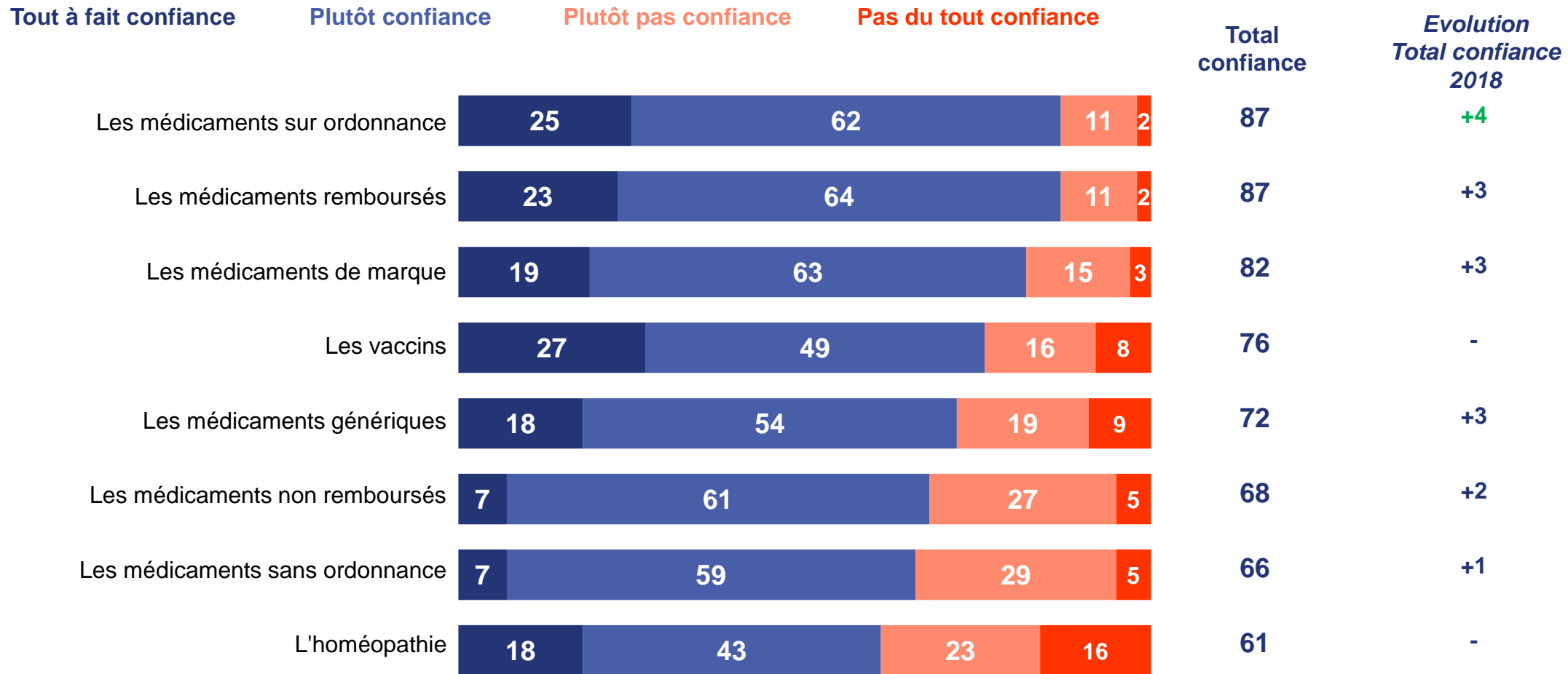
Et cela d'autant plus fortement lorsque ce sont des médicaments que l'on prend soi-même.



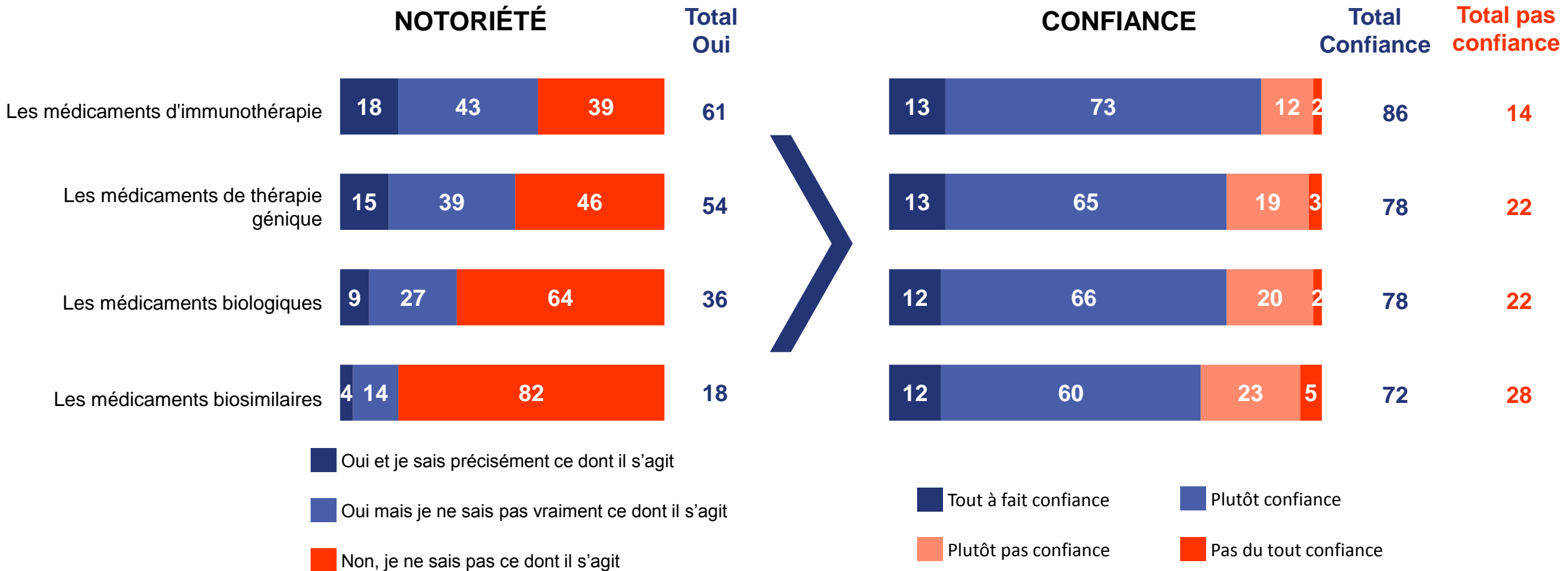
- Tout à fait confiance
- Plutôt confiance
- Plutôt pas confiance
- Pas du tout confiance



Les Français sont davantage rassurés lorsque les médicaments sont prescrits par un médecin, remboursés et de marque



Certains médicaments spécifiques restent assez peu connus, mais les Français qui les connaissent leur font *plutôt* confiance.



73% des personnes interrogées ont déjà entendu parler d'au moins un des médicament ou traitement, et 13% connaissent les 4 types de médicaments

7 -

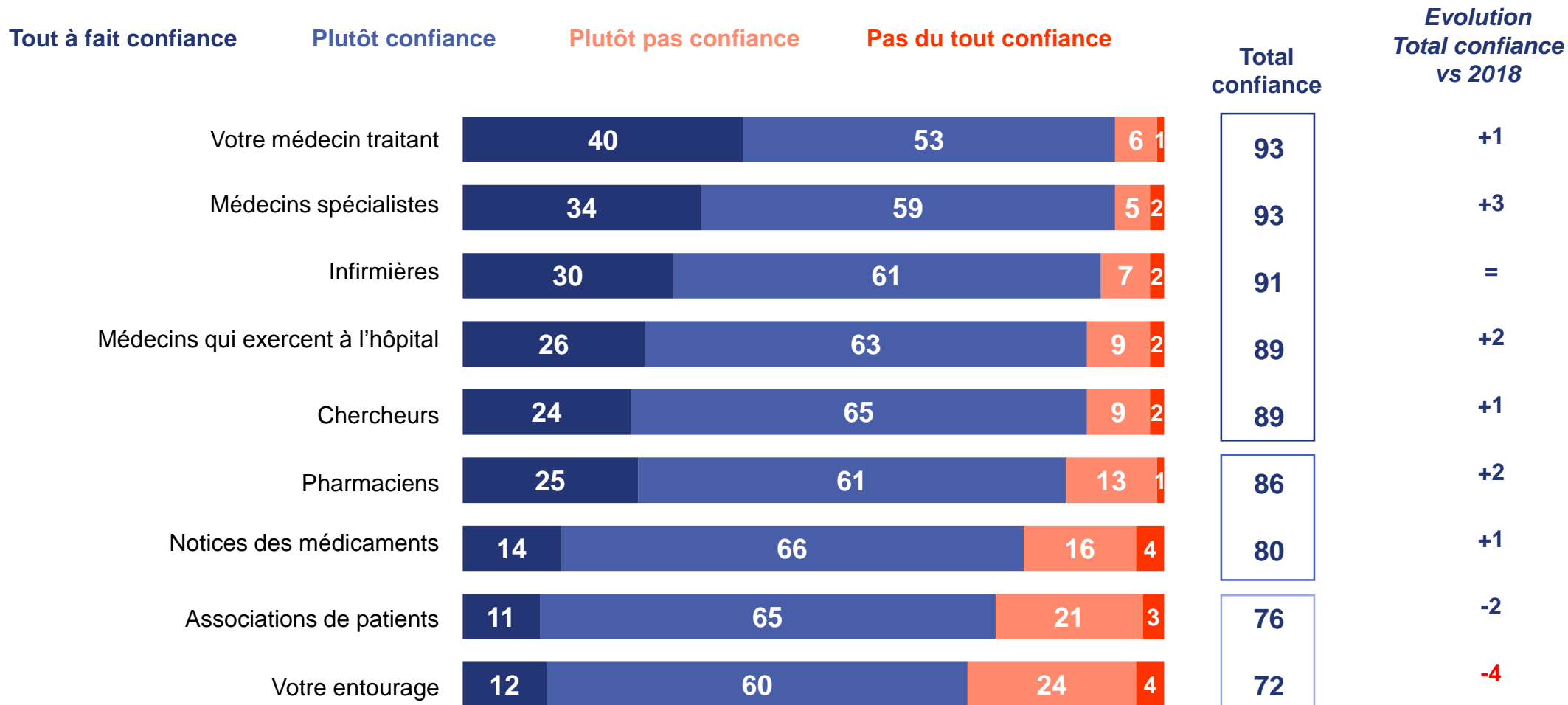
Avez-vous déjà entendu parler des médicaments et traitements suivants ?
Base : A tous

Et globalement, diriez-vous que vous faites confiance aux médicaments et traitements suivants ?

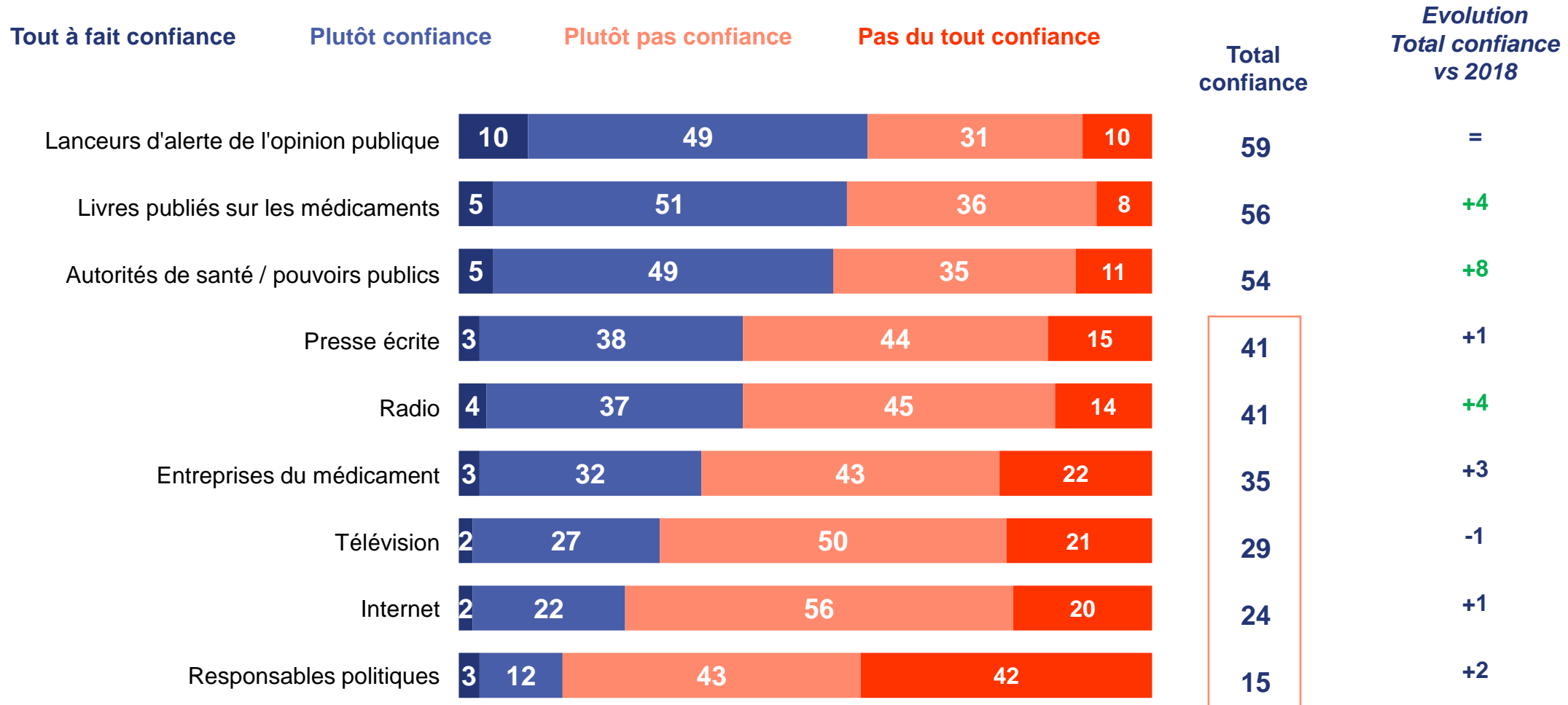
Base : A ceux qui ont déjà entend parler des médicaments et traitements



Les interlocuteurs auxquels les Français font le plus confiance lorsqu'ils veulent obtenir des informations sur les médicaments sont le personnel médical et les chercheurs. Le pharmacien arrive en 6è position.



A l'inverse, les médias et les responsables politiques suscitent plutôt de la défiance, en matière d'information sur les médicaments



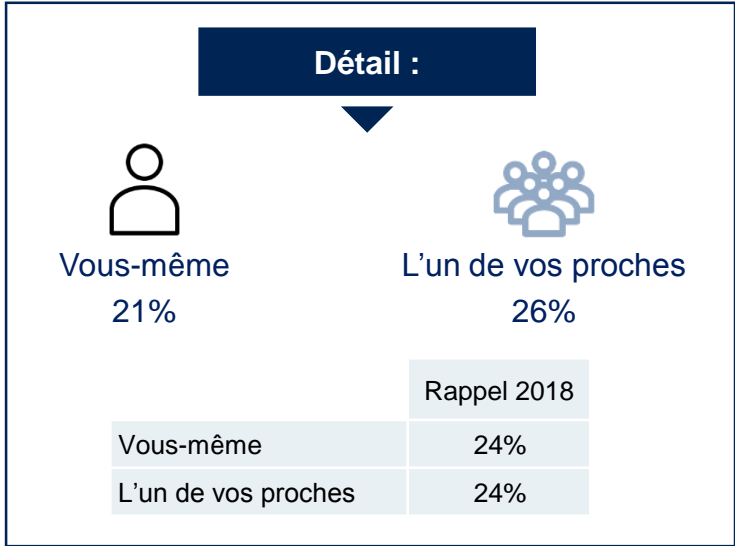
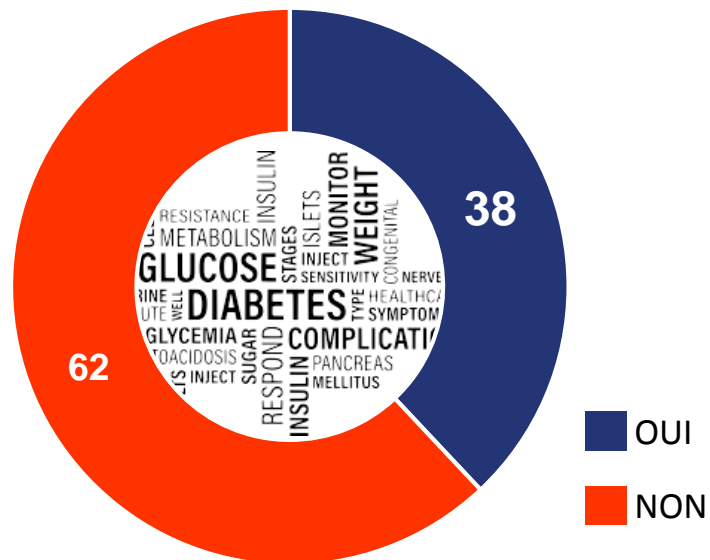
ANNEXES

Profil des répondants (1/2)



Base ensemble n = 1 029

Vous-même OU l'un de vos proches



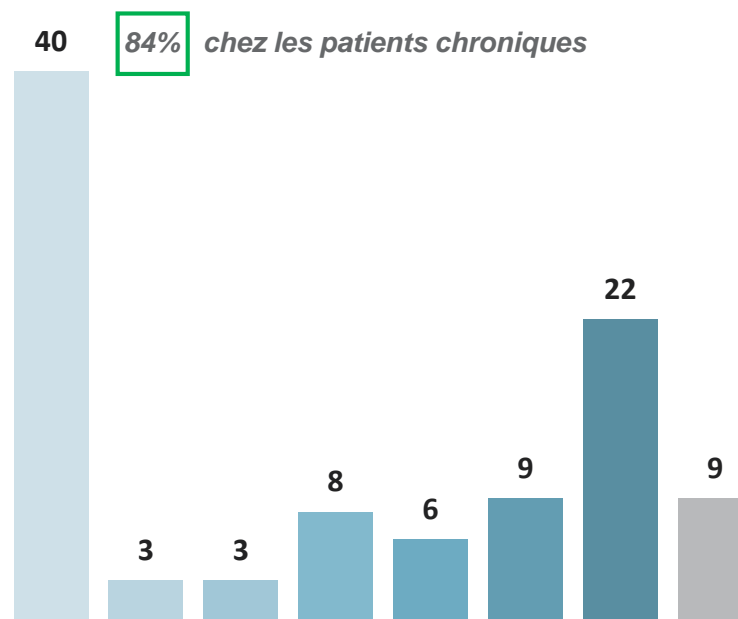
+ / - Evolution 2018-2019

Profil des répondants (2/2)



Base ensemble n = 1 029

EVOLUTION		
« Tous les jours »		
2012	43%	
2013	43%	
2014	45%	↗ + 2pts
2014	50%	↗ + 5pts
2015	48%	↘ - 2pts
2016	46%	↘ - 2pts
2017	NA	NA
2018	44%	↘ - 2pts
2019	40%	↘ - 4pts



- **Au moins une fois par semaine: 46% - 6pts**
89% chez les patients chroniques
- **Au moins une fois une fois par mois: 60% - 5pts**

- Tous les jours
- Plusieurs fois par semaine
- Environ 1 fois par semaine
- 2 à 3 fois par mois
- 1 fois par mois
- 1 fois tous les 2-3 mois
- Moins souvent
- Jamais

FICHE TECHNIQUE

Organisation (Étude sur panel online)



LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

- Design et méthodologie
- Elaboration du questionnaire / validation du scripting
- Coordination de la collecte
- Traitement des données
- Validation des analyses statistiques
- Elaboration du rapport d'étude
- Conception de la présentation des résultats
- Mise en forme des résultats
- Analyses et synthèse
- Présentation orale



LES ACTIVITÉS RÉALISÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS LOCALES EXPERTES DE L'ACTIVITÉ

- Scripting
- Echantillonnage
- Emailing
- Collecte des données en France
- Data Map

NOS ENGAGEMENTS

Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données



Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** (www.syntec-etudes.com), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (www.esomar.org), European Society for Opinion and Market Research,

Ipsos France s'engage à appliquer le **code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**



- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.
- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

FIABILITÉ DES RÉSULTATS : ÉTUDES AUTO-ADMINISTRÉES ONLINE



La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases d'une étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant une norme de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

FIABILITÉ DES RÉSULTATS

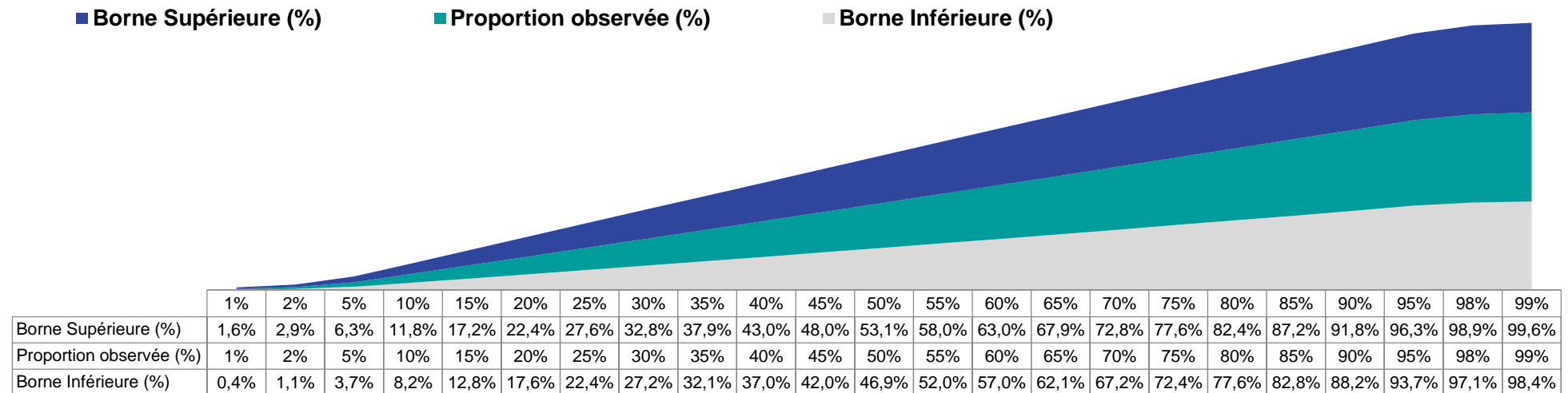
Feuille de calcul



En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **1029**

Les proportions observées sont comprises entre :



À PROPOS D' IPSOS

Ipsos is the world's third largest market research company, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our passionately curious research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide true understanding and powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. We serve more than 5000 clients across the world with 75 business solutions.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg
IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

In our world of rapid change, the need of reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:
You act better when you are sure.