

ETUDE SUR LE BON USAGE DU MÉDICAMENT

Mars 2020

leem
les entreprises
du médicament

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

1008 personnes, constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de plus de 18 ans.



METHODE / DATES TERRAIN

Questionnaire réalisé via un omnibus online auprès du panel d'Ipsos, Ipsos Interactive Services.

du **6 au 9 mars 2020**.

Ce document a été rédigé selon les **standards Qualité d'Ipsos**.

Il a été relu et validé par : **Sarah DUHAUTOIS**, Directrice Adjointe SL Corporate Reputation

Plus de la moitié des Français prennent des médicaments de façon hebdomadaire, et jusqu'à 82% pour les plus âgés (+ 70 ans)

A quelle fréquence prenez-vous des médicaments, qu'ils soient avec ou sans ordonnance ? (sans prendre en compte la pilule contraceptive)

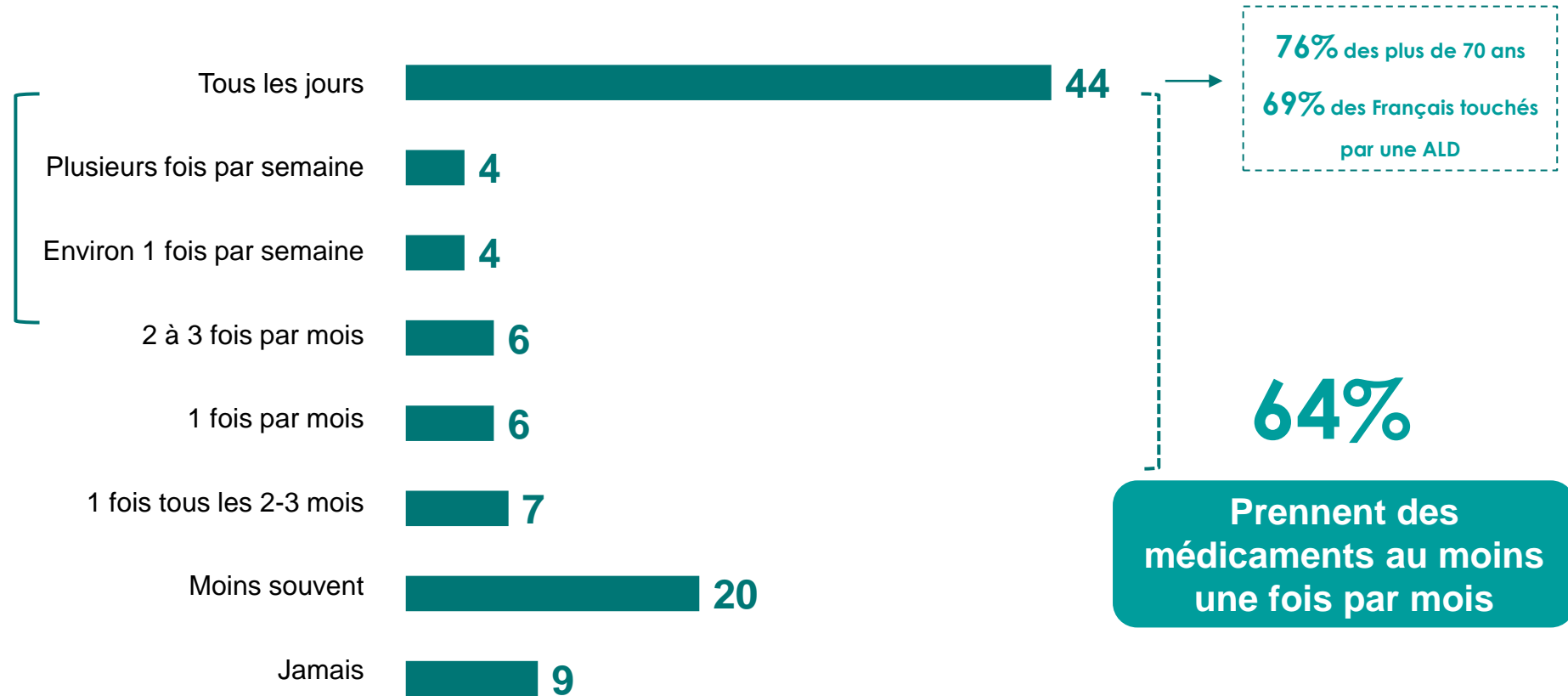
Base : Ensemble (1008)

52%

Prennent des médicaments au moins une fois par semaine

82% des plus de 70 ans

78% des Français touchés par une ALD



64%

Prennent des médicaments au moins une fois par mois

Une très bonne circulation de l'information concernant l'usage des médicaments puisque 85% des Français se sentent suffisamment informés lorsqu'ils en prennent.

En général lorsque vous prenez un médicament, vous-sentez-vous suffisamment informé(e) des conditions de prises (nombre de prises, quantité par prise, moment de prise, durée, aliments à éviter...)?

Oui tout à fait

Oui plutôt

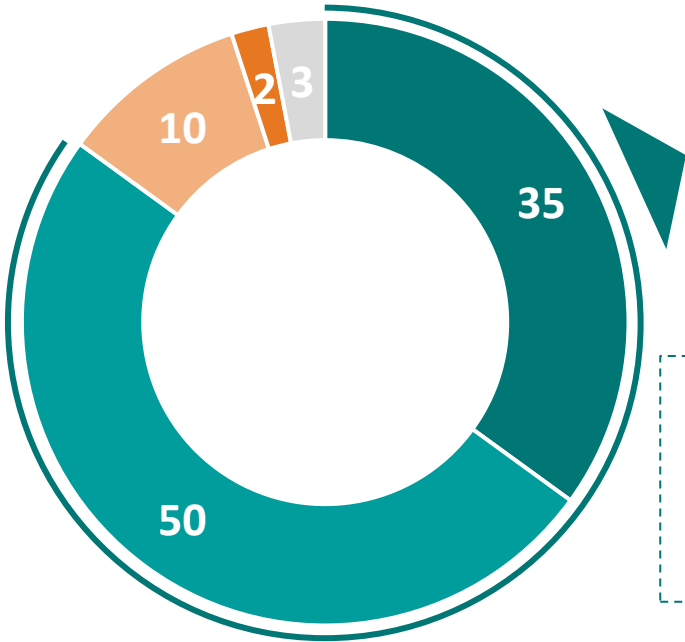
Non plutôt pas

Non pas du tout

Ne sait pas / Ne prend jamais de médicament

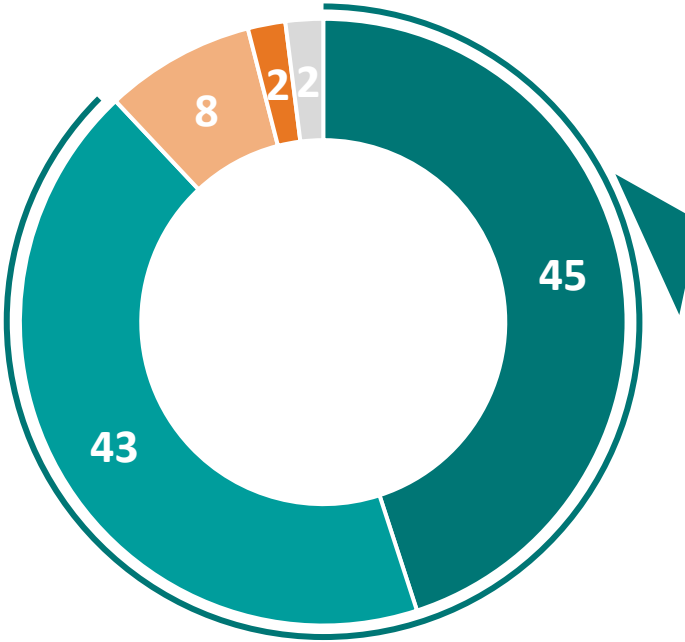
Base : Ensemble (1008)

Base : Souffrant d'une ALD ou ayant un proche souffrant d'une ALD (346)



OUI
85%

90% de ceux qui prennent des médicaments tous les jours
90% des plus de 60 ans contre 75% des moins de 35 ans

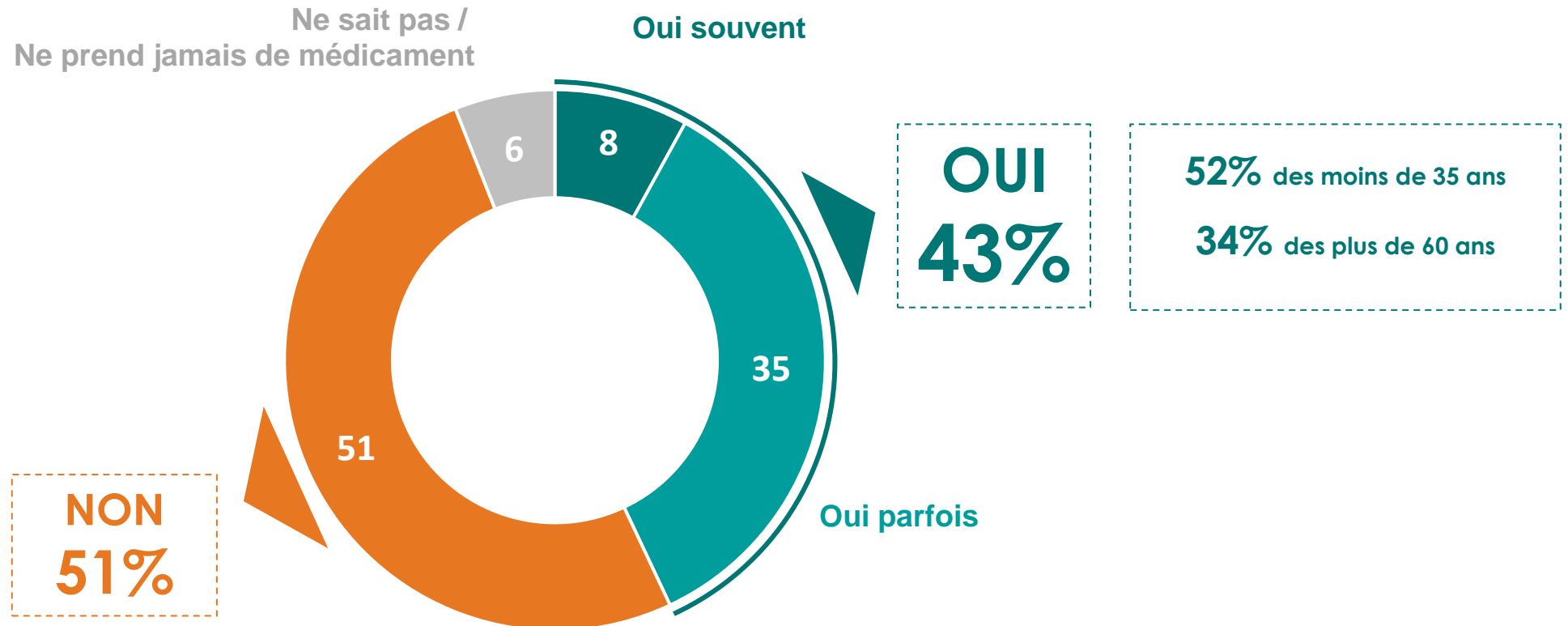


OUI
88%

des Français qui sont touchés par une ALD

43% des Français ont déjà interrompu un traitement en cours sans avoir consulté leur médecin ou leur pharmacien, et davantage encore chez les jeunes

Vous est-il arrivé d'interrompre ou de suspendre un traitement en cours sans en avoir discuté avec votre médecin ou votre pharmacien ?
Base : Ensemble (1008)

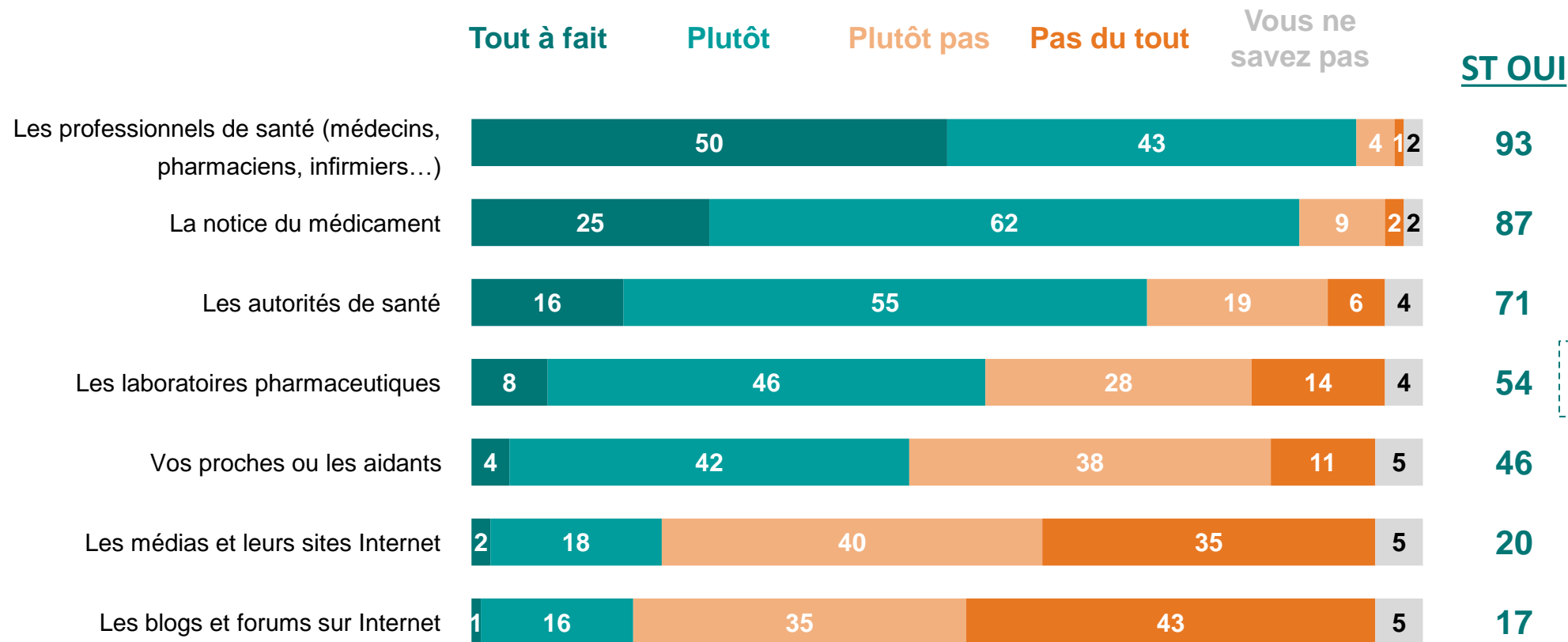


Les professionnels de santé et la notice du médicament sont jugés les plus fiables pour informer sur le bon usage des médicaments.

Plus de la moitié des Français jugent également fiables les EdM

Pour chacune des sources suivantes, la jugez-vous fiable pour vous informer sur le bon usage du médicament ?

Base : Ensemble (1008)



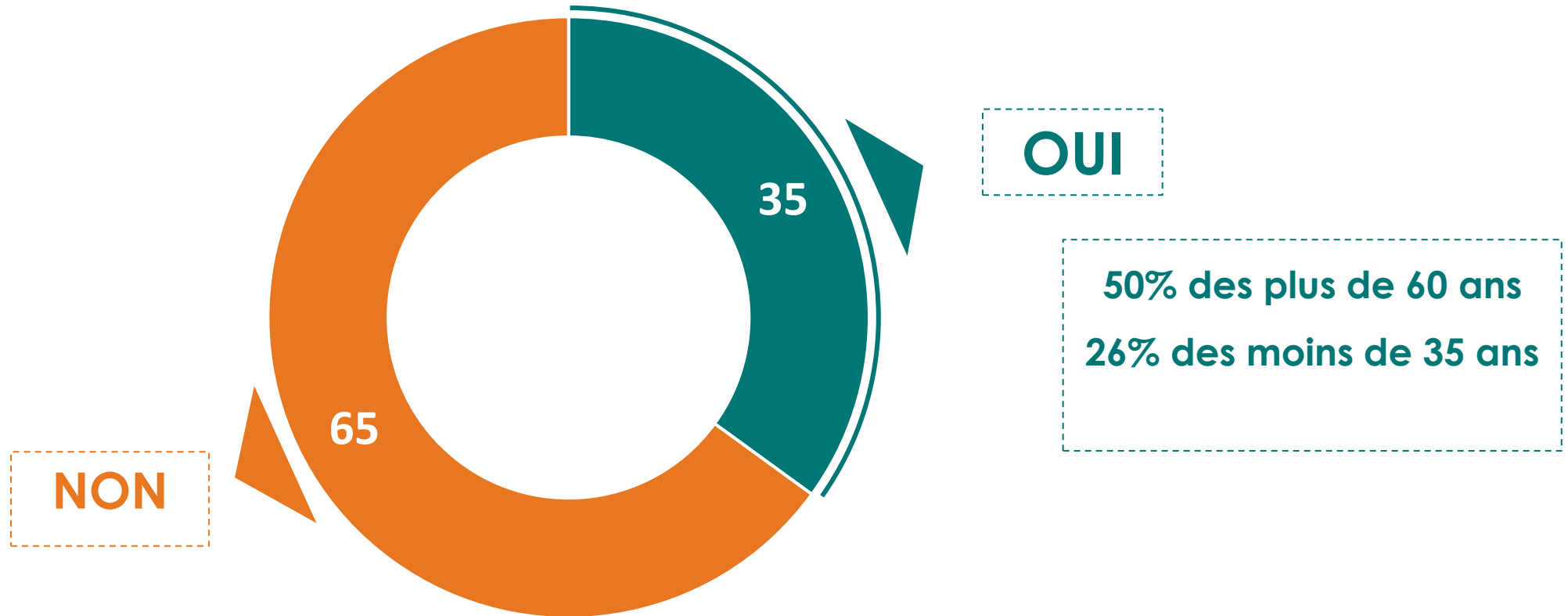
71% des 18-24 ans

Pas de différence de scores selon qu'on soit touché ou non par une Affection Longue Durée.

Plus d'un tiers des Français touchés par une Affection Longue Durée dont 50% des plus de 60 ans contre 26% des moins de 35 ans.

Vous-même ou l'un de vos proches souffre-t-il d'une ou plusieurs Affection(s) de Longue Durée (ALD) ?

Base : Ensemble (1008)





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), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **M**arket **R**esearch,

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](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

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.