HAL
open science

# La dématérialisation de la vente de médicaments : impact économique sur la profession et sur le patient

Matthieu Grégori

## To cite this version:

Matthieu Grégori. La dématérialisation de la vente de médicaments : impact économique sur la profession et sur le patient. Sciences pharmaceutiques. 2016. hal-01734231

**HAL Id: hal-01734231**

**https://hal.univ-lorraine.fr/hal-01734231v1**

Submitted on 14 Mar 2018

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNIVERSITÉ DE LORRAINE

AVERTISSEMENT

Ce document est le fruit d'un long travail approuvé par le jury de soutenance et mis à disposition de l'ensemble de la communauté universitaire élargie.

Il est soumis à la propriété intellectuelle de l'auteur. Ceci implique une obligation de citation et de référencement lors de l'utilisation de ce document.

D'autre part, toute contrefaçon, plagiat, reproduction illicite encourt une poursuite pénale.

Contact : ddoc-thesesexercice-contact@univ-lorraine.fr

LIENS

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 122. 4
Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 335.2- L 335.10
http://www.cfcopies.com/V2/leg/leg_droi.php
http://www.culture.gouv.fr/culture/infos-pratiques/droits/protection.htm

# UNIVERSITÉ DE LORRAINE

# 2016

---

## FACULTÉ DE PHARMACIE

# T H È S E

Présentée et soutenue publiquement

Le 29 avril 2016, sur un sujet dédié à :

# LA DÉMATERIALISATION DE LA VENTE DE MÉDICAMENTS

## Impact économique sur la profession et sur le patient

Pour obtenir

**Le Diplôme d'État de Docteur en Pharmacie**

Par **Matthieu GREGORI**

Né le 21 janvier 1988 à BRASILIA (BRÉSIL)

## Membres du Jury

| | | |
|---|---|---|
| **Président :** | **Francine Paulus** | **Doyen de la faculté de Pharmacie de Nancy**<br>**Maître de Conférences** |
| **Juges :** | **Alexandrine Lambert** | **Maître de Conférences, Faculté de Pharmacie, Nancy** |
| | **Sophie Pinel** | **Maître de Conférences, Faculté de Pharmacie, Nancy** |
| | **Laure Mallet** | **Pharmacien titulaire d'officine, Houdemont** |

**UNIVERSITÉ DE LORRAINE**
**FACULTÉ DE PHARMACIE**
**Année universitaire 2015-2016**

***DOYEN***
Francine PAULUS
***Vice-Doyen***
Béatrice FAIVRE
***Directeur des Etudes***
Virginie PICHON
***Conseil de la Pédagogie***
Président, Brigitte LEININGER-MULLER
***Collège d'Enseignement Pharmaceutique Hospitalier***
Président, Béatrice DEMORE
***Commission Prospective Facultaire***
Président, Christophe GANTZER
Vice-Président, Jean-Louis MERLIN
***Commission de la Recherche***
Président, Raphaël DUVAL

| | |
|---|---|
| ***Responsable de la filière Officine*** | Béatrice FAIVRE |
| ***Responsables de la filière Industrie*** | Isabelle LARTAUD,<br>Jean-Bernard REGNOUF de VAINS |
| ***Responsable de la filière Hôpital*** | Béatrice DEMORE |
| ***Responsable Pharma Plus ENSIC*** | Jean-Bernard REGNOUF de VAINS |
| ***Responsable Pharma Plus ENSAIA*** | Raphaël DUVAL |
| ***Responsable de la Communication*** | Marie-Paule SAUDER |
| ***Responsable de la Cellule de Formation Continue et individuelle*** | Béatrice FAIVRE |
| ***Responsable de la Commission d'agrément des maîtres de stage*** | Béatrice FAIVRE |
| ***Responsables des échanges internationaux*** | Bertrand RIHN |
| ***Responsable ERASMUS*** | Mihayl VARBANOV |

***DOYENS HONORAIRES***

Chantal FINANCE
Claude VIGNERON

***PROFESSEURS EMERITES***

Jeffrey ATKINSON
Jean-Claude BLOCK
Max HENRY
Gérard SIEST
Claude VIGNERON

***PROFESSEURS HONORAIRES***

Roger BONALY
Pierre DIXNEUF
Marie-Madeleine GALTEAU
Thérèse GIRARD
Michel JACQUE
Pierre LABRUDE
Vincent LOPPINET
Janine SCHWARTZBROD
Louis SCHWARTZBROD

***ASSISTANTS HONORAIRES***

Marie-Catherine BERTHE
Annie PAVIS

***MAITRES DE CONFERENCES HONORAIRES***

Monique ALBERT
Mariette BEAUD
Gérald CATAU
Jean-Claude CHEVIN
Jocelyne COLLOMB
Bernard DANGIEN
Marie-Claude FUZELLIER
Françoise HINZELIN
Francine KEDZIEREWICZ
Marie-Hélène LIVERTOUX
Bernard MIGNOT
Jean-Louis MONAL
Blandine MOREAU
Dominique NOTTER
Christine PERDICAKIS
Marie-France POCHON
Anne ROVEL

Maria WELLMAN-ROUSSEAU

| ***ENSEIGNANTS*** | *Section CNU** | *Discipline d'enseignement* |
|---|---|---|

***PROFESSEURS DES UNIVERSITES - PRATICIENS HOSPITALIERS***

| | | |
|---|---|---|
| Danièle BENSOUSSAN-LEJZEROWICZ | *82* | *Thérapie cellulaire* |
| Jean-Louis MERLIN | *82* | *Biologie cellulaire* |
| Alain NICOLAS | *80* | *Chimie analytique et Bromatologie* |
| Jean-Michel SIMON | *81* | *Economie de la santé, Législation pharmaceutique* |
| Nathalie THILLY | *81* | *Santé publique et Epidémiologie* |

***PROFESSEURS DES UNIVERSITES***

| | | |
|---|---|---|
| Christine CAPDEVILLE-ATKINSON | *86* | *Pharmacologie* |
| Joël DUCOURNEAU | *85* | *Biophysique, Acoustique, Audioprothèse* |
| Raphaël DUVAL | *87* | *Microbiologie clinique* |
| Béatrice FAIVRE | *87* | *Biologie cellulaire, Hématologie* |
| Luc FERRARI | *86* | *Toxicologie* |
| Pascale FRIANT-MICHEL | *85* | *Mathématiques, Physique* |
| Christophe GANTZER | *87* | *Microbiologie* |
| Frédéric JORAND | *87* | *Eau, Santé, Environnement* |
| Isabelle LARTAUD | *86* | *Pharmacologie* |
| Dominique LAURAIN-MATTAR | *86* | *Pharmacognosie* |
| Brigitte LEININGER-MULLER | *87* | *Biochimie* |
| Pierre LEROY | *85* | *Chimie physique* |
| Philippe MAINCENT | *85* | *Pharmacie galénique* |
| Alain MARSURA | *32* | *Chimie organique* |
| Patrick MENU | *86* | *Physiologie* |
| Jean-Bernard REGNOUF de VAINS | *86* | *Chimie thérapeutique* |
| Bertrand RIHN | *87* | *Biochimie, Biologie moléculaire* |

***MAITRES DE CONFÉRENCES DES UNIVERSITÉS - PRATICIENS HOSPITALIERS***

| | | |
|---|---|---|
| Béatrice DEMORE | *81* | *Pharmacie clinique* |
| Julien PERRIN | *82* | *Hématologie biologique* |
| Marie SOCHA | *81* | *Pharmacie clinique, thérapeutique et biotechnique* |

***MAITRES DE CONFÉRENCES***

| | | |
|---|---|---|
| Sandrine BANAS | *87* | *Parasitologie* |
| Xavier BELLANGER | *87* | *Parasitologie, Mycologie médicale* |
| Emmanuelle BENOIT | *86* | *Communication et Santé* |
| Isabelle BERTRAND | *87* | *Microbiologie* |
| Michel BOISBRUN | *86* | *Chimie thérapeutique* |
| François BONNEAUX | *86* | *Chimie thérapeutique* |
| Ariane BOUDIER | *85* | *Chimie Physique* |
| Cédric BOURA | *86* | *Physiologie* |
| Igor CLAROT | *85* | *Chimie analytique* |
| Joël COULON | *87* | *Biochimie* |
| Sébastien DADE | *85* | *Bio-informatique* |
| Dominique DECOLIN | *85* | *Chimie analytique* |
| Roudayna DIAB | *85* | *Pharmacie galénique* |
| Natacha DREUMONT | *87* | *Biochimie générale, Biochimie clinique* |
| Florence DUMARCAY | *86* | *Chimie thérapeutique* |
| François DUPUIS | *86* | *Pharmacologie* |
| Adil FAIZ | *85* | *Biophysique, Acoustique* |
| Anthony GANDIN | *87* | *Mycologie, Botanique* |
| Caroline GAUCHER | *86* | *Chimie physique, Pharmacologie* |
| Stéphane GIBAUD | *86* | *Pharmacie clinique* |
| Thierry HUMBERT | *86* | *Chimie organique* |
| Olivier JOUBERT | *86* | *Toxicologie, Sécurité sanitaire* |

| ***ENSEIGNANTS (suite)*** | *Section CNU** | *Discipline d'enseignement* |
|---|---|---|
| Alexandrine LAMBERT | *85* | *Informatique, Biostatistiques* |
| Julie LEONHARD | *86/01* | *Droit en Santé* |
| Christophe MERLIN | *87* | *Microbiologie environnementale* |
| Maxime MOURER | *86* | *Chimie organique* |
| Coumba NDIAYE | *86* | *Epidémiologie et Santé publique* |
| Francine PAULUS | *85* | *Informatique* |
| Caroline PERRIN-SARRADO | *86* | *Pharmacologie* |
| Virginie PICHON | *85* | *Biophysique* |
| Sophie PINEL | *85* | *Informatique en Santé (e-santé)* |
| Anne SAPIN-MINET | *85* | *Pharmacie galénique* |
| Marie-Paule SAUDER | *87* | *Mycologie, Botanique* |
| Guillaume SAUTREY | *85* | *Chimie analytique* |
| Rosella SPINA | *86* | *Pharmacognosie* |
| Gabriel TROCKLE | *86* | *Pharmacologie* |
| Mihayl VARBANOV | *87* | *Immuno-Virologie* |
| Marie-Noëlle VAULTIER | *87* | *Mycologie, Botanique* |
| Emilie VELOT | *86* | *Physiologie-Physiopathologie humaines* |
| Mohamed ZAIOU | *87* | *Biochimie et Biologie moléculaire* |
| Colette ZINUTTI | *85* | *Pharmacie galénique* |

***PROFESSEUR ASSOCIE***

| | | |
|---|---|---|
| Anne MAHEUT-BOSSER | *86* | *Sémiologie* |

***MAITRE DE CONFERENCES ASSOCIE***

| | | |
|---|---|---|
| Alexandre HARLE | *82* | *Biologie cellulaire oncologique* |

***PROFESSEUR AGREGE***

| | | |
|---|---|---|
| Christophe COCHAUD | *11* | *Anglais* |

**Disciplines du Conseil National des Universités* :

*80 : Personnels enseignants et hospitaliers de pharmacie en sciences physico-chimiques et ingénierie appliquée à la santé*
*81 : Personnels enseignants et hospitaliers de pharmacie en sciences du médicament et des autres produits de santé*
*82 : Personnels enseignants et hospitaliers de pharmacie en sciences biologiques, fondamentales et cliniques*
*85 ; Personnels enseignants-chercheurs de pharmacie en sciences physico-chimiques et ingénierie appliquée à la santé*
*86 : Personnels enseignants-chercheurs de pharmacie en sciences du médicament et des autres produits de santé*
*87 : Personnels enseignants-chercheurs de pharmacie en sciences biologiques, fondamentales et cliniques*
*32 : Personnel enseignant-chercheur de sciences en chimie organique, minérale, industrielle*
*11 : Professeur agrégé de lettres et sciences humaines en langues et littératures anglaises et anglo-saxonnes*

# SERMENT DES APOTHICAIRES

**Je jure, en présence des maîtres de la Faculté, des conseillers de l'ordre des pharmaciens et de mes condisciples :**

> **D'honorer ceux qui m'ont instruit dans les préceptes de mon art et de leur témoigner ma reconnaissance en restant fidèle à leur enseignement.**
>
> **D'exercer, dans l'intérêt de la santé publique, ma profession avec conscience et de respecter non seulement la législation en vigueur, mais aussi les règles de l'honneur, de la probité et du désintéressement.**
>
> **De ne jamais oublier ma responsabilité et mes devoirs envers le malade et sa dignité humaine ; en aucun cas, je ne consentirai à utiliser mes connaissances et mon état pour corrompre les mœurs et favoriser des actes criminels.**

**Que les hommes m'accordent leur estime si je suis fidèle à mes promesses.**

**Que je sois couvert d'opprobre et méprisé de mes confrères si j'y manque.**

**« LA FACULTE N'ENTEND DONNER AUCUNE APPROBATION, NI IMPROBATION AUX OPINIONS EMISES DANS LES THESES, CES OPINIONS DOIVENT ETRE CONSIDEREES COMME PROPRES A LEUR AUTEUR ».**

# Remerciements

**À mon président de thèse, Madame Paulus,**

Pour m'avoir fait l'honneur de présider ma thèse,

Pour votre enseignement de qualité pendant mes études,

Soyez assurée de ma profonde gratitude.

**À mon jury,**

Madame Lambert, merci d'avoir accepté de diriger ma thèse, d'avoir guidé pendant ces deux années de rédaction, d'être membre du jury et de votre enseignement de qualité au cours de mes études. Je suis honoré de votre présence.

Madame Pinel, merci d'avoir accepté d'être membre du jury, en tant qu'experte dans le domaine de la santé numérique. Je suis honoré de votre présence.

Madame Mallet, merci d'avoir accepté d'être membre du jury, de m'avoir aidé dans la réalisation de mon enquête, vous qui êtes une des premières pharmacies à avoir lancé votre site internet. Je suis honoré de votre présence.

**À madame Leonhard,**

Merci de m'avoir apporté une aide précieuse concernant la partie juridique de ma thèse et qui n'a malheureusement pas pu être présente le jour de ma soutenance.

**À ma mère**

Depuis le tout début, tu as toujours été là pour m'aider, me soutenir et me guider malgré les difficultés rencontrées. J'espère que tu es fière de la façon dont ton petit brésilien a grandi. Merci pour ton amour et pour les valeurs que tu m'as inculquées.

**À mon père**

Qui est venu me chercher au Brésil,

Qui m'a fait baigner dans l'univers de la pharmacie depuis tout petit,

Qui m'a transmis la passion de ce métier formidable,

Qui m'a transmis les valeurs du travail, de l'honnêteté, de l'entraide et du professionnalisme,

Je suis très fier d'être ton fils.

**À mes deux sœurs Catherine et Claire**

Merci pour votre amour sans faille et votre immense générosité,

Merci pour votre aide pour ma thèse,

Malgré les distances, nous resterons unis pour la vie.

**À mon frère**

J’ai pu grandir à tes cotés et devenir meilleur. Tu as toujours été là pour moi et je serai toujours la pour toi et ton petit Aaron. Merci pour tout ce que tu m’as apporté.

**À mes neveux et nièces : Augustin, Apolline, Jeanne, Louise, Eugénie, Chloé et Aaron**

Merci pour la joie que vous m’apportez quand je vous vois.

**À mon cousin Edouard,**

On s’est entraidé tout au long de ces six années d’étude, merci d’avoir été là.

**Je remercie toute ma famille pour leur soutien.** Une petite pensée particulière pour ma tante Dominique qui m’a beaucoup soutenu.

**À tous mes amis**, et particulièrement Charlotte, Prisca, Mathilde et Justine, avec qui j’ai passé toutes mes études. Merci pour votre aide précieuse.

**À Marie-Pierre,** merci pour votre aide apporté. Merci pour vos conseils avisés, vos remarques pertinentes et le soutien que vous m’avez apporté.

**À Antoine** qui m’a aidé à réaliser cette thèse, grâce notamment à son expertise juridique. Merci pour ton soutien sans faille et ta présence.

# TABLE DES MATIÈRES

**TABLE DES TABLEAUX** ..... **5**

**TABLE DES FIGURES** ..... **6**

**ABREVIATION ET ACRONYMES** ..... **7**

**INTRODUCTION** ..... **9**

**I. INCIDENCES ECONOMIQUES D'UN CADRE JURIDIQUE EN EVOLUTION SUR LA VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS** ..... **11**

A. UNE DIRECTIVE EUROPEENNE A L'ORIGINE D'UN LONG CHEMINEMENT JURIDIQUE ..... 11

*1. DocMorris : la première pharmacie souhaitant vendre des médicaments hors de son pays d'origine* ..... *11*

a. Méthode mise en place par DocMorris pour attirer les consommateurs en ligne ..... 11

b. La réaction protectionniste allemande face à cette attaque du monopole pharmaceutique ..... 12

*2. Arrêt de la Cour de justice de l'Union Européenne : une décision applicable à tous les états membres* ..... *12*

a. Question relative à la vente sur internet ..... 13

b. Question relative à la publicité ..... 16

*3. Après la victoire juridique, DocMorris confronté à de nouveaux enjeux réglementaires* ..... *17*

B. TRANSPOSITION PRECIPITEE DE LA DIRECTIVE EUROPEENNE EN DROIT FRANÇAIS ..... 18

*1. Ordonnance et décret adoptés en décembre 2012 visant à réduire la portée de la directive européenne* ..... *19*

*2. Transposition contestée* ..... *19*

a. Esprit de la loi française et premiers recours exercés devant le Conseil d'État ..... 19

b. Annulation prononcée par le Conseil d'État permettant un potentiel développement plus important ..... 20

c. Potentielle contestation sur la légalité des dispositions françaises face à la concurrence étrangère ..... 21

*3. Arrêté du 20 juin 2013 relatif aux bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique* ..... *22*

a. Développement de l'activité de vente en ligne et augmentation du nombre de pharmaciens adjoints ..... 22

b. Organisation, gestion et responsabilité du site assurés obligatoirement par un pharmacien ..... 23

c. Acheminement de la commande uniquement par voie postale ..... 24

d. Visibilité et publicité du site internet soumis à la déontologie ..... 24

e. Financement du site réservé aux pharmaciens d'officine ..... 30

f. Règles sur la délivrance et sur le stock de la pharmacie non adaptées à la nouvelle activité ..... 31

g. Consommation et santé publique strictement encadrées ..... 31

h. Conseils et prévention dématérialisés et adaptés pour maintenir le rôle du pharmacien ..... 32
i. Quantité de médicaments vendue réellement limitée par l'outil informatique ..... 33
*4. État de la législation sur la vente en ligne en mars 2016 ..... 34*
a. L'annulation de l'arrêté du 20 juin 2013 ..... 34
b. Réaction des autorités de santé ..... 35
**II. IMPACT ECONOMIQUE SUR LA PROFESSION DE PHARMACIEN ..... 37**
A. LE PERIMETRE DU MARCHE POTENTIEL DE LA VENTE EN LIGNE ..... 37
*1. L'Automédication en France et chez ses voisins européens ..... 37*
*2. Analyse comparée des marchés européens de vente en ligne ..... 39*
a. Analyse de la situation belge ..... 41
b. Analyse de la situation allemande ..... 42
c. Analyse de la situation anglaise ..... 42
d. Perspectives françaises ..... 43
B. LES TIMIDES DEBUTS DU MARCHE FRANÇAIS DE VENTE EN LIGNE ..... 43
*1. Situation du marché des médicaments de prescription médicale facultative avant la vente en ligne ..... 44*
*2. Les réticences de la profession face à cette nouvelle activité ..... 44*
*3. Arguments avancés par les « pro et les anti-la vente en ligne » ..... 45*
*4. Profil et bilan des premiers pharmaciens entrants sur le marché de la vente en ligne de médicaments ..... 47*
C. ANALYSE DU MARCHE FRANÇAIS ACTUEL ..... 48
*1. Délistage et croissance du marché potentiel de l'automédication ..... 48*
*2. Evolution des prix de l'automédication ..... 49*
*3. Croissance du nombre de sites de vente en ligne ..... 50*
*4. Répartition géographique des pharmacies ayant un site de vente en ligne ..... 52*
*5. Analyse du chiffre d'affaire généré par les sites de vente en ligne ..... 53*
D. ENQUETE AUPRES DES PHARMACIENS DEJA CONNECTES ..... 53
*1. Intérêt du sondage ..... 53*
*2. Méthode ..... 54*
*3. Résultats et interprétations ..... 56*
a. Profil de l'officine connectée ..... 56
b. Les vecteurs de développement du site de vente en ligne ..... 58
c. Qui sont les conso-patients des sites de vente en ligne ? ..... 60
d. Stratégie de développement utilisée par les pharmaciens connectés ..... 64
e. Des perspectives optimistes selon les pharmaciens connectés ..... 66
**III. IMPACT ECONOMIQUE SUR LA PATIENTELE ..... 71**
A. L'OPINION DES FRANÇAIS SUR LA VENTE EN LIGNE ..... 71
*1. Une attente plus que mesurée des français vis-à-vis de la vente en ligne ..... 72*

*2. Frilosité des « conso-patients » entrainant un développement très lent de l'activité* ..... *72*

B. LES CONDITIONS PREALABLE A LA DECISION D'ACHAT : LA SECURITE ET LA COMMUNICATION ..... 73

*1. Le contrôle préalable à l'ouverture d'un site* ..... *73*

*2. Une délivrance en ligne sécurisée* ..... *75*

C. COMPARAISON DES PRIX PRATIQUES EN OFFICINE ET SUR INTERNET ..... 77

*1. Comparaison des pratiques tarifaires des pharmacies en ligne* ..... *79*

*2. Offre de médicaments de prescription médicale facultative incomplète* ..... *84*

*3. Impact limité des frais de port* ..... *85*

*4. Des prix globalement moins élevés sur internet* ..... *88*

**CONCLUSION** ..... **93**

**ANNEXES** ..... **97**

**BIBLIOGRAPHIE** ..... **135**

# Table des Tableaux

TABLEAU I : CONFORMITE AU DROIT DE L'UE SELON LA CATEGORIE DU MEDICAMENT ..... 16
TABLEAU II : CALCUL DU NOMBRE D'ASSISTANTS D'OFFICINE OBLIGATOIRE (EN EQUIVALENT TEMPS PLEIN) EN FONCTION DU CA HORS TAXE EXPRIME EN MILLIONS D'EUROS [33] ..... 23
TABLEAU III : PART DE MARCHE DE L'AUTOMEDICATION EN VOLUME, EN EUROPE, EN 2013 ET 2014 [48] ..... 38
TABLEAU IV : REGULATION DU PRIX DES SPECIALITES EN AUTOMEDICATION EN EUROPE [48] ..... 39
TABLEAU V : ÉTAT DE LA LEGISLATION DE LA VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS POUR CERTAINS PAYS DE L'UE L'AYANT DEJA AUTORISEE [54] ..... 40
TABLEAU VI : PART DE LA VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS PAR RAPPORT AU CHIFFRE D'AFFAIRE GLOBAL DU MEDICAMENT DANS DIFFERENTS PAYS EUROPEENS EN 2013 [48] ..... 43
TABLEAU VII : CORRELATION ENTRE DELISTAGE ET VARIATION DE LA VALEUR DU MARCHE DE L'AUTOMEDICATION [48] ..... 49
TABLEAU VIII : NOMBRE DE PHARMACIENS REPONDANTS POUR CHAQUE QUESTION DU SONDAGE ..... 54
TABLEAU IX : LISTES DES SONDAGES D'OPINION CLASSES PAR ORDRE CHRONOLOGIQUE DE REALISATION ..... 71
TABLEAU X : SPECIALITES LES PLUS VENDUES EN PHARMACIE ENTRE JANVIER ET AOUT 2015 ..... 77
TABLEAU XI : COMPARAISON DES MEILLEURS PRIX RELEVES AVEC 3 METHODES DE RECHERCHE DIFFERENTES (PRIX EN EURO RELEVES ENTRE JUILLET ET AOUT 2015) ..... 79
TABLEAU XII : COMPARAISON DE L'ECART DE PRIX ENTRE LES TROIS SITES LES PLUS COMPETITIFS SUR INTERNET ET LES PRIX LES PLUS BAS EN LIGNE ..... 82
TABLEAU XIII : TABLEAU COMPARANT PLUSIEURS SITES DE VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS EN FONCTION DES CONDITIONS TARIFAIRES DE LIVRAISON ..... 87
TABLEAU XIV : COMPARAISON DE PRIX MINIMUM CONSTATE OFFICINE/INTERNET (EN EURO) ..... 88
TABLEAU XV : COMPARAISON DE PRIX MAXIMUM CONSTATE OFFICINE/INTERNET (EN EURO) ..... 89
TABLEAU XVI : COMPARAISON PRIX MOYEN CONSTATE OFFICINE/INTERNET (EN EUROS) ..... 90

# Table des figures

FIGURE 1 : SITE PHARMA-GDD.COM DANS SA VERSION VU SUR ORDINATEUR ..... 27
FIGURE 2 : SITE PHARMA-GDD.COM DANS SA VERSION VU SUR TELEPHONE MOBILE ..... 28
FIGURE 3 : BAS DE LA PAGE D'ACCUEIL DU SITE WWW.PHARMA-GDD.COM ..... 28
FIGURE 4 : PUBLICITE DE LA PAGE FACEBOOK DE LA PHARMACIE PLEMER ..... 29
FIGURE 5 : PAGE FACEBOOK DE LA PHARMACIE PLEMER AVEC LIEN VERS SON SITE DE VENTE EN LIGNE ..... 29
FIGURE 6 : PUBLICITE POUR LE SITE DE VENTE DE MEDICAMENTS DOCMORRIS ..... 30
FIGURE 7 : ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ACCREDITATIONS PERMETTANT L'OUVERTURE D'UN SITE DE VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS ..... 50
FIGURE 8 : REPARTITION DU DEVENIR DES DIFFERENTES ACCREDITATIONS POUR OUVRIR UN SITE DE VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS ..... 51
FIGURE 9 REPARTITION DES DEMANDES D'ACCREDITATION POUR OUVRIR UNE OFFICINE EN LIGNE EN FRANCE METROPOLITAINE (MAI 2015) ..... 52
FIGURE 10 : MOYENNE DU CA DES PHARMACIES POSSEDANT UN SITE INTERNET POUR L'ANNEE 2014 [48] ..... 53
FIGURE 11 : REPARTITION GEOGRAPHIQUE DES OFFICINES EN LIGNE (N=54) ..... 56
FIGURE 12 : REPARTITION EN FONCTION DU CA DES OFFICINES EN LIGNE (N=53) ..... 57
FIGURE 13 : SATISFACTION DE LA VISIBILITE DE LEUR SITE PAR LE REFERENCEMENT NATUREL ..... 60
FIGURE 14 : REPARTITION DE L'AGE DES PATIENTS FREQUENTANT LES SITES DE VENTE EN LIGNE DE MEDICAMENTS ..... 60
FIGURE 15 : REPARTITION DES CLIENTS EN FONCTION DE LEUR LOCALISATION GEOGRAPHIQUE PAR RAPPORT A LA PHARMACIE PHYSIQUE ..... 61
FIGURE 16 : NOMBRE DE SITES PROPOSANT UNE VERSION TRADUITE POUR CHAQUE LANGUE ETRANGERE ..... 62
FIGURE 17 : EST CE QUE LE PATIENT DE VOTRE OFFICINE EST AUSSI UN PATIENT VIRTUEL ? ..... 63
FIGURE 18 : CATEGORIES DE PRODUITS LES PLUS VENDUES EN LIGNE ..... 64
FIGURE 19 : PRIX PRATIQUES SUR INTERNET PAR RAPPORT A L'OFFICINE ..... 65
FIGURE 20 : LOGO DE L'ARS ..... 74
FIGURE 21 : LOGO DU MINISTERE DES AFFAIRES SOCIALES, DE LA SANTE ET DES DROITS DES FEMMES ..... 74
FIGURE 22 : LOGO DE L'ORDRE NATIONAL DES PHARMACIENS ..... 75
FIGURE 23 : LOGO EUROPEEN POUR LES SITES DE COMMERCE ELECTRONIQUE DE MEDICAMENTS AVEC DRAPEAU DU PAYS OU LE SITE EST BASE ..... 75

## Abréviation et Acronymes

| | |
|---|---|
| ABDA | **Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände** |
| AFIPA | **Association française de l'industrie pharmaceutique pour une automédication responsable** |
| AMG | **Arzneimittelwerbegesetz** |
| ANSM | **Agence nationale de sécurité des médicaments et des produits de santé** |
| ARS | **Agence Régionale de Santé** |
| CA | **Chiffre d'affaire** |
| CJUE | **Cour de justice de l'Union Européenne** |
| CSP | **Code de la santé publique** |
| CSP+ | **Catégories Socio-Professionnelles favorisées** |
| DAV. | **Deutscher Apotherkeverbanr** |
| FSPF | **Fédération des Syndicats Pharmaceutiques de France** |
| EAMPS | **European association of mail service pharmacies** |
| HWG | **Heilmittelwerbegesetz** |
| INSEE | **Institut national de la Statistique et des Études Économiques** |
| LEEM | **Les entreprises du médicament** |
| OMS | **Organisation Mondiale de la Santé** |
| OTC | **Over the counter** |
| PMF | **Prescription médicale facultative** |
| PMO | **Prescription médicale obligatoire** |
| RCP | **Résumé des caractéristiques du produits** |
| SEM | **Search Engine Marketing** |
| SEO | **Search Engine Optimization** |
| UE | **Union Européenne** |

# Introduction

L'Institut national de la statistique et des études économique (Insee) étudie l'économie de l'officine chaque année et son analyse est plutôt inquiétante : les pharmacies souffrent économiquement depuis une dizaine d'années, dans le sillage d'une sécurité sociale en constant déficit [1] [2]. Le modèle économique traditionnel de la pharmacie qui repose sur un chiffre d'affaire réalisé à 90% par le médicament remboursé, est amené à changer. Dans un contexte de baisse de prix des médicaments remboursés et de l'obligation de « génériquer », les autorités de santé tentent de déconnecter les prix de vente des médicaments du revenu des pharmacies. Ainsi, le nouveau mode de rémunération des pharmacies a commencé à être mis en place depuis janvier 2015, mais il ne suffira sans doute pas à assurer la pérennité économique des 22 401 officines françaises [3]. De plus, le monopole pharmaceutique n'a jamais été autant menacé, notamment avec les attaques répétées des lobbies des grandes et moyennes surfaces, Monsieur E. Leclerc en tête [4]. Cependant, la profession se mobilise et multiplie les initiatives pour maintenir le réseau pharmaceutique présent sur l'ensemble du territoire. Les actions des pharmaciens sont nombreuses, avec le développement de réseaux de pharmacies, la mutualisation de leurs coûts, les diminutions volontaires de marge sur les produits de parapharmacie et les médicaments de prescription médicale facultative. De même on peut citer les actions syndicales portées au niveau national comme le plan d'urgence Officine dévoilé par la FSPF et présenté en octobre 2015 [5].

Dans ce contexte défavorable pour une grande partie des acteurs de la pharmacie française, l'application d'une directive européenne de 2011 impose à l'État français de légiférer sur un nouveau mode de distribution des médicaments : la commande de médicaments par voie électronique [18]. Ce nouveau moyen de délivrance des médicaments est massivement rejeté par la profession et les autorités de santé. Le piratage, la contrefaçon, le manque de conseils pharmaceutiques, sont autant de points négatifs mis en avant pour contester l'application de la directive. Toutefois, le fait d'afficher les prix sur internet, de pouvoir les comparer et ainsi d'accentuer une concurrence déjà bien exacerbée entre les pharmacies, sont des éléments qui peuvent, à notre sens, bien plus inquiéter les titulaires de pharmacie. Les autorités de santé ne sont pas non plus très enclines à autoriser ce nouveau moyen de délivrance et au vu de la directive, elles possèdent une importante marge de manœuvre pour l'appliquer le plus strictement possible.

Néanmoins, pour une minorité de pharmaciens, cette nouvelle législation est considérée comme une aubaine destinée à étendre leur achalandage et entreprendre une nouvelle dynamique pour leur officine [58]. Quant aux patients des pharmacies, il se pourrait qu'ils soient les grands gagnants de la nouvelle législation. Les français en tant que e-consommateurs connaissent déjà les innombrables avantages du commerce électronique. Le domaine de la santé étant tout de

même spécifique, auront-ils la même facilité à commander un médicament comme un bien de consommation commun ?

Plusieurs thèses se sont intéressées à l'ouverture de la vente en ligne de médicaments, mais elles n'abordaient que légèrement l'impact économique sur la pharmacie et aucunement sur le patient [6] [7]. Ainsi, le parti pris de cette thèse est d'adopter un regard économique sur l'ouverture de la vente en ligne de médicament et de donner certaines clés pour en comprendre les enjeux. Grâce à une approche économique du cadre normatif, à une analyse statistique et au retour d'expérience des primo-entrants, l'ambition de cette étude est d'établir un état des lieux économique de ce nouveau marché pour en dresser les perspectives. Fort de cette approche, cette étude s'adresse en premier lieu aux pharmaciens qui souhaiteraient se lancer sur ce marché mais aussi aux patients qui souhaiteraient savoir s'il est économiquement rentable de changer leurs habitudes pour acheter leurs médicaments sur internet.

Dans une première partie nous réaliserons la revue historique de la réglementation européenne et française de la vente en ligne de médicaments. Mais au-delà d'une simple chronologie législative, il s'agit de démontrer les conséquences économiques que la législation induit.

Puis, dans une seconde partie nous évaluerons le potentiel du marché de la vente en ligne français en se basant sur les expériences étrangères qui ont, pour certaines, un recul historique supérieur à 10 ans. Dans cette même partie, nous établirons un premier état des lieux de l'impact économique de l'ouverture de la vente en ligne de médicaments, en interrogeant les pharmaciens ayant déjà adopté ce nouveau moyen de délivrance.

Enfin dans une troisième partie nous évaluerons l'impact économique de l'ouverture de la vente en ligne pour les français, tout en les aiguillant sur l'attitude la plus adaptée face à l'imposante offre de vente de médicaments en ligne.

# I. Incidences économiques d'un cadre juridique en évolution sur la vente en ligne de médicaments

Pour comprendre le changement profond que revêt l'ouverture de la vente en ligne de médicaments sur internet, il est important d'analyser le processus qui a amené cette modification de législation. Sur fond de droit européen, ce furent dix années de combat judiciaire entre les corporations de pharmaciens et de nouveaux acteurs qui souhaitaient faire sauter le verrou du monopole très règlementé de la pharmacie.

Comprendre le cheminement législatif, c'est aussi percevoir l'impact que la législation a sur l'économie de l'officine et apercevoir les potentielles évolutions de ce cadre normatif.

## A. Une directive européenne à l'origine d'un long cheminement juridique

La directive européenne qui a ouvert la vente de médicaments en ligne dans l'Union Européenne fait suite à une retentissante affaire juridique allemande : l'affaire DocMorris.

### 1. DocMorris : la première pharmacie souhaitant vendre des médicaments hors de son pays d'origine

#### a. Méthode mise en place par DocMorris pour attirer les consommateurs en ligne

DocMorris est une pharmacie néerlandaise située à Landgraaf, au sud-est des Pays-Bas, à cinq kilomètres de la frontière avec l'Allemagne. Profitant du boom d'internet, en 2000, l'officine physique décide de s'engager dans la vente de médicaments par internet soumis ou non à prescription, permise à l'époque par le droit néerlandais. DocMorris et son représentant légal Monsieur Jacques Wateral lancent leur site internet de vente de médicaments sous l'adresse «www.0800DocMorris.com».

Par la suite, la société a voulu augmenter son achalandage virtuel et a décidé de délivrer par correspondance les patients allemands. La société axe sa communication sur plusieurs points pour rassurer et attirer de nouveaux « consommateurs » [8] :

- possibilité de contacter un pharmacien en ligne à tout moment ;
- possibilité de joindre le responsable du site par téléphone ;
- anonymat garanti ;
- argument économique avec des prix pratiqués inférieurs à ceux des officines physiques ;

- confort de recevoir son traitement à domicile (notamment pour les affections longues durées) ;
- sécurité et respect des différentes législations, puisque les médicaments soumis à prescription dans le pays du « consommateur » ne sont délivrés que si celui-ci présente une ordonnance originale (envoyée par voie postale).

**b. La réaction protectionniste allemande face à cette attaque du monopole pharmaceutique**

La Deutscher Apotherkeverband (D.A.V.) est une association de pharmaciens allemands, membre de la Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände (ABDA), l'équivalent de l'ordre national des pharmaciens en France [9]. Cette association qui défend l'intérêt des pharmaciens allemands s'élève contre cette nouvelle pratique de dispensation en se basant sur l'Arzneimittelwerbegesetz (AMG), loi allemande sur les médicaments et la Heilmittelwerbegesetz (HWG), loi allemande relative à la publicité dans le secteur de la santé. Ces deux textes interdisent la délivrance de médicaments en dehors des officines physiques.

Cette contestation prend la forme d'un recours devant un tribunal de Francfort (Landgericht Franckfurt am Main). Cette affaire qui est un litige transfrontalier implique l'application du droit allemand qui est potentiellement en contradiction avec le droit de l'Union Européenne. C'est pourquoi le tribunal allemand suspend sa décision pour poser une question préjudicielle à la Cour de justice de l'Union Européenne (CJUE). La question préjudicielle est un recours classique qui permet à une juridiction nationale, lorsqu'elle a un doute sur la légalité de son droit national vis à vis du droit européen, de poser une ou plusieurs questions à la CJUE [10].

## 2. Arrêt de la Cour de justice de l'Union Européenne : une décision applicable à tous les états membres

Trois parties prennent part à cette procédure : la DAV qui défend l'intérêt des pharmaciens allemands, DocMorris représenté par Monsieur Wateral qui est à l'origine de la contestation et un ensemble de gouvernements européens (allemand, grec, français, irlandais, autrichien et la commission des Communautés Européennes) qui donne son point de vue sur l'affaire. L'intervention d'autant de gouvernements au sujet d'une question préjudicielle est suffisamment rare pour être soulignée. Elle atteste que la législation sur le médicament est d'une telle sensibilité que les États interviennent de leur propre chef pour faire valoir et protéger leur point de vue auprès de la CJUE.

La décision de la Cour est d'autant plus importante que la réponse donnée s'imposera à tous les États de l'Union. Le tribunal de Francfort interroge la CJUE sur plusieurs points et notamment sur la question de la libre circulation et la publicité des médicaments [11].

**a. Question relative à la vente sur internet**

Concernant la question « le fait de réserver la vente de médicaments exclusivement aux pharmacies d'un État-membre est-il contraire à la libre circulation des marchandises imposée par le droit de l'Union ? ».

**Position des demandeurs**

Pour les médicaments autorisés dans le pays concerné, les gouvernements européens et la DAV souhaitent une interdiction de la vente en ligne. Les arguments avancés par les États et l'association de défense des pharmaciens allemands, extrait de l'arrêt, sont par exemple :
« 80. À cet égard, tant l'Apothekerverband que les gouvernements allemand et autrichien estiment qu'il n'est pas possible d'assurer la protection de la santé de la population d'une manière moins restrictive des échanges intracommunautaires que celle appliquée en Allemagne, qui prévoit une interdiction totale de la vente par correspondance des médicaments dont la vente est réservée exclusivement aux pharmacies […]. »

« 85. En outre, la vente par correspondance de médicaments serait de nature à mettre en danger la survie des pharmacies traditionnelles. Tandis que les pharmacies commercialisant leurs produits par Internet pourraient se réserver «les morceaux de choix», à savoir certains segments économiquement intéressants, les pharmacies traditionnelles, liées par la pothekenbetriebsordnung (code de déontologie des pharmaciens allemands), seraient tenues par une série d'obligations coûteuses, notamment celles d'entretenir un assortiment complet de produits, de stocker une quantité minimale de médicaments et d'assurer un service de garde. Cela entraînerait une distorsion des conditions de la concurrence […]. »

« 87. Par conséquent, selon l'Apothekerverband, l'interdiction de vendre des médicaments par correspondance fait partie intégrante du système de sécurité sociale dont l'objectif est de garantir un approvisionnement en médicaments fiable, équilibré et accessible à toute la population à n'importe quelle heure. Elle ne pourrait pas être modifiée ou annulée de manière isolée sans remettre en question ledit système dans son ensemble. À cet égard, l'Apothekerverband invoque les considérations liées à la protection du système de sécurité sociale et du niveau équilibré du service médical et hospitalier, telles que développées par la Cour […] »

Ces arguments sont plutôt pertinents car la politique de santé publique et notamment celle qui concerne le commerce de médicaments ne peut pas se voir appliquer les mêmes règles de concurrence que les autres secteurs d'activités. Le monopole du pharmacien est souvent remis en cause mais les lobbies qui s'y attaquent, omettent souvent de rappeler toutes les obligations légales ainsi que la mission de service public que le pharmacien est contraint de respecter et ce même en dehors de tout intérêt économique : le code de déontologies des pharmaciens qui repris dans le code de la santé publique (articles R.4235-1 à R.4235-77).

En France, lorsque le débat s'est posé fin 2012, les syndicats de pharmaciens (USPO, FSPF et UNPF) et les instances nationales (Conseil National de l'Ordre des Pharmacien et l'ANSM) ont tous dénoncé les dangers de la mise en place de la vente en ligne de médicaments aux moments des consultations que réalisait la Ministre de la santé, avec les mêmes arguments qu'utilisaient l'État allemand et la DAV [7].

**Position du défendeur**

Il lui oppose divers arguments, extrait de l'arrêt, afin de défendre la délivrance du médicament par internet.
« 91. Les défendeurs au principal ajoutent que, lors de la commande par Internet, le client dispose de la possibilité de s'adresser au pharmacien par téléphone ou par écrit (par exemple, par courrier électronique). Ils précisent que le niveau du conseil ainsi délivré peut même être supérieur à celui du conseil pharmaceutique normal, donné en pharmacie en présence du client. »

« 99. En cinquième lieu, l'utilisation d'Internet n'engendrerait pas non plus de risques supplémentaires pour la santé ne pouvant être écartés que par une interdiction catégorique du commerce par correspondance de médicaments. En revanche, les possibilités techniques d'Internet, notamment celles permettant d'élaborer des contenus interactifs et adaptés individuellement au client concerné, pourraient être utilisées en vue d'assurer une protection optimale de la santé. »

« 100. En dernier lieu, l'interdiction en cause au principal ne saurait être justifiée du point de vue de la garantie économique d'un approvisionnement de la population en médicaments étendu et adapté aux besoins. À cet égard, les défendeurs au principal soulignent que, étant donné que toute «pharmacie virtuelle» doit être agréée en tant que pharmacie ouverte au public dans l'État membre où elle est établie, la possibilité de la vente par correspondance de médicaments ne devrait pas être comprise comme une alternative susceptible de faire concurrence aux pharmacies ouvertes au public, mais comme une offre complémentaire aux ventes de celles-ci. Étant lié par les

exigences nationales applicables dans l'État membre d'origine, il serait exclu que le «pharmacien virtuel» puisse se limiter à vendre une gamme de produits aux prix élevés. »

Certains pharmaciens français défendent aussi âprement l'ouverture de la vente en ligne de médicaments : les plus médiatiques étant Philippe Lailler, pharmacien à Caen et Cyril Tétart, pharmacien à Villeneuve d'Ascq. Leurs arguments sont les suivants : amélioration du pouvoir d'achat des français, disparité d'implantation des officines qu'internet pourra combler, confidentialité et sécurité maitrisées des sites français pour des conso-patients qui pratiquent déjà l'achat en ligne. Ils ressemblent évidemment à ceux avancés par DocMorris à l'époque [7].

Devant la CJUE, l'Avocat Général rend un rapport préalable à la décision de la Cour ; il y expose la solution que la Cour, selon lui, devrait adopter. Dans ses conclusions, il estime que l'interdiction de l'importation commerciale par correspondance de médicaments constitue une entrave à la libre circulation des marchandises et n'admet aucune justification à cette interdiction [12].

**Décision de la Cour**

La Cour ne suit pas les recommandations de son Avocat Général et décide de distinguer deux situations : les médicaments non autorisés dans le pays importateur et ceux autorisés [11]. Dans la situation des médicaments non autorisés dans le pays concerné, l'interdiction de leur importation est conforme au droit de l'Union. Une réponse inverse aurait pour effet d'aligner l'ensemble des législations sur la moins protectrice. Cette catégorie ne soulevait pas de difficulté particulière puisque l'ensemble des acteurs et même DocMorris se refusaient de délivrer des médicaments interdits dans le pays destinataire.

En revanche dans la situation des médicaments autorisés, la CJUE considère que la législation allemande est une mesure d'effet équivalent à une restriction quantitative, contraire aux Traités de l'Union Européenne (UE). En effet l'interdiction faite par la loi allemande est de nature à gêner davantage l'accès au marché des produits en provenance d'autres États membres. Toutefois une mesure d'effet équivalent à une restriction quantitative peut être en conformité avec le droit de l'Union si elle est valablement justifiée.

Pour conclure, aucune justification valable ne peut entraver la vente de médicaments non soumis à prescription sur internet. En revanche les médicaments soumis à prescription nécessitent un contrôle plus strict au regard du danger pour la santé et la vie des personnes. Et même dans certains cas cela peut engendrer un risque d'atteinte grave à l'équilibre financier du système de

sécurité sociale. La Cour a conscience des conséquences économiques de sa décision et ménage les États en leur accordant cette exception.

### b. Question relative à la publicité

Concernant la deuxième question posée : « une interdiction nationale de la publicité pour la vente par correspondance des médicaments est-elle conforme au droit de l'Union ? Et si oui, quelle interprétation faut-il avoir de la publicité au regard de certains éléments des sites ? », la CJUE opère le même raisonnement et distingue les mêmes catégories que lors de la première question :

- l'interdiction de la publicité des médicaments non autorisés est conforme ;
- l'interdiction de la publicité des médicaments soumis à prescription est conforme car c'est la transposition d'une mesure d'harmonisation communautaire posée par le code communautaire relatif aux médicaments à usage humain [13] ;
- l'interdiction de la publicité pour la vente par correspondance des médicaments non soumis à prescription est en revanche contraire au droit de l'Union. Puisque l'article 88 paragraphe 2 du code communautaire autorise la publicité des médicaments qui ne sont pas soumis à prescription. Au regard de ces arguments, la publicité pour la vente par correspondance de ces médicaments est elle aussi autorisée [11].

Pour résumer la décision prise par la CJUE concernant cette affaire, le tableau I indique ce que la Cour juge conforme ou non au droit de l'UE.

**Tableau I : Conformité au droit de l'UE selon la catégorie du médicament**

| Médicaments autorisés dans le pays concerné | | | | Médicaments interdits dans le pays concerné | |
|---|---|---|---|---|---|
| Soumis à prescription | | Non soumis à prescription | | Interdiction de Vente en ligne | Interdiction de Publicité |
| Conforme car justifiée | Conforme | Non conforme | Non Conforme | Conforme au droit européen | |

L'affaire DocMorris marque ainsi le début de l'obligation d'ouvrir le marché du médicament à la vente en ligne puisque l'ensemble des États européens doit se conformer à la décision de la CJUE. Cependant cet arrêt n'impose pas l'ouverture pure et simple de la vente en ligne de médicaments puisqu'il laisse aux États une certaine marge de manœuvre pour légiférer sur ce

nouveau mode de délivrance. Cette distinction est centrale et sera reprise par le législateur national français.

## 3. Après la victoire juridique, DocMorris confronté à de nouveaux enjeux réglementaires

Suite à sa victoire juridique contre les pharmacies allemandes, DocMorris continue de se développer et finit par attirer l'attention de Celesio AG, l'un des plus importants grossistes pharmaceutiques d'Europe. En 2007 le grossiste allemand rachète DocMorris pour près de 200 millions d'euros. Le PDG Fritz Oesterle pense que la libéralisation du marché allemand de la pharmacie est imminente tout comme celle d'autres marchés européens qui doivent appliquer la directive européenne de 2003 (il vise notamment la France). L'objectif de Celesio est de créer une franchise de pharmacies sous le nom DocMorris et ainsi contrôler à la fois l'approvisionnement et la délivrance de médicaments sur le marché physique et virtuel [14].

Entre temps, une nouvelle affaire judiciaire éclate en 2006 avec l'ouverture d'une pharmacie DocMorris à Sarrebruck (Allemagne). D'après le droit allemand (de même que le droit français) une pharmacie ne peut pas être ouverte et exploitée par une société. Cette action en justice, portée par les associations de pharmaciens allemands, va amener la CJUE à répondre à une nouvelle question préjudicielle. Le verdict est rendu le 19 mai 2009 : « la CJUE conclut que les libertés d'établissement et de circulation des capitaux ne s'opposent pas à une réglementation nationale qui empêche des personnes n'ayant pas la qualité de pharmacien de détenir et d'exploiter des pharmacies » [15]. Suite à cette décision DocMorris opte pour l'ouverture d'officines franchisées avec à leur tête un pharmacien indépendant et non plus employé. Il est à noter que l'UE n'opte pas toujours pour la décision la plus libérale qu'il soit. Certes la vente en ligne a été autorisée et va devoir être appliquée dans tous les États de l'UE mais les marges de manœuvre sont assez importantes pour permettre aux États de contrôler fortement cette nouvelle possibilité de délivrance.

En 2012, il y avait plus de 160 pharmacies franchisées DocMorris en Allemagne qui généraient 330 millions d'euros de chiffre d'affaire (CA). Cependant, en reprenant DocMorris, Celesio a subi une perte de 30% de sa clientèle dans son activité de grossiste répartiteur. En effet de nombreux pharmaciens allemands se sont sentis menacés par le développement d'une chaine de pharmacies contrôlée par leur grossiste et ont par conséquent boycotté le répartiteur. Ne voyant pas la législation au niveau des États européens arriver assez vite, Celesio décide de vendre DocMorris à Zur Ros AG un grossiste suisse pour 25 millions d'euros [16]. Avec cette acquisition Zur Ros AG qui est déjà le leader de la distribution de médicaments par internet en Suisse, développe son envergure européenne [17].

Aujourd'hui DocMorris revendique sur son site internet 2,5 millions de clients qui communiquent avec les 500 employés de la société dont 90 pharmaciens. La société développe aussi un système de conversation en direct pour que les pharmaciens puissent conseiller directement leurs « clients ». DocMorris est passé d'une pharmacie de quartier néerlandais à un acteur d'envergure européenne, leader dans plusieurs pays. Cet exemple montre comment les acteurs se comportent lorsque la législation est « permissive ». Ce précédent a probablement conduit le gouvernement français à encadrer plus strictement l'ouverture de la vente en ligne, afin de protéger le marché français des médicaments du développement de groupes similaires.

## B. Transposition précipitée de la directive européenne en droit français

Suite à l'affaire DocMorris et à la croissance importante du nombre de médicaments falsifiés vendus par internet en Europe, la Commission Européenne a proposé une directive pour harmoniser ces questions [18]. Une directive « fixe des objectifs à tous les pays de l'UE, mais laisse à chacun le choix des moyens pour les atteindre (voir la partie II.A.2 Analyse comparée des marchés européens de la vente en ligne). Par exemple et dans un tout autre registre, la directive sur le temps de travail fixe des périodes de repos obligatoires et impose une limite au temps de travail hebdomadaire autorisé dans l'UE. Il revient toutefois à chaque pays d'élaborer ses propres lois pour déterminer comment appliquer ces règles » [19]. Il convient de rappeler que la directive lie intimement la vente en ligne aux problèmes de la falsification des médicaments ; ce sera aussi la préoccupation majeure du législateur français.

En France, les pharmaciens, les représentants syndicaux, l'ordre national des pharmaciens et même les ministres de la santé qui se sont succédés étaient tous sceptiques quant à l'évolution du marché du médicament vers la dématérialisation de la délivrance. Ce refus presque unanime, motivé par la protection du monopole pharmaceutique français et des emplois afférents, explique que les textes adoptés se contentent d'appliquer la directive *a minima*. Nous pouvons regretter que ces résistances n'aient pas permis une réflexion plus globale sur les évolutions possibles de la profession. Cela aurait pu être l'occasion de revoir le parcours de prescription du médecin jusqu'au pharmacien. La prescription et les informations de santé utiles pourraient être enregistrées dans la carte vitale du patient. De la même façon, le dossier pharmaceutique serait enrichi de données supplémentaires telles que les allergies médicamenteuses où les dates de vaccination. Enfin les sites de pharmacie en ligne pourraient être le relais des campagnes de prévention des autorités de santé.

La directive 2011/62/UE du Parlement Européen et du Conseil avait pour date générale de fin du délai de transposition le 2 janvier 2013 et les textes français ont été adoptés fin décembre 2012. Cette transposition précipitée, est source de nombreuses contestations judiciaires auprès

des instances françaises, par quelques pharmaciens qui souhaitent développer rapidement cette nouvelle activité.

## 1. Ordonnance et décret adoptés en décembre 2012 visant à réduire la portée de la directive européenne

Dix ans après l'affaire DocMorris, le 19 décembre 2012, la Ministre de la santé Marisol Touraine publie dans l'empressement, l'ordonnance qui vient modifier les dispositions législatives du Code de la santé publique et du Code de la consommation.

Il convient de noter que dans l'avis n° 12-A-23 du 13 décembre 2012, l'Autorité de la concurrence soulevait divers problèmes liés à ce projet d'ordonnance dont notamment la nécessité d'une « modification de l'article L.5125-34 nouveau du code de la santé publique prévu par le projet d'ordonnance, afin de permettre aux pharmaciens de vendre en ligne, outre les produits qui ne sont pas des médicaments et dont ils font habituellement commerce, l'ensemble des médicaments non soumis à prescription, tout en laissant la possibilité aux autorités sanitaires d'interdire la vente en ligne de certains médicaments au cas par cas, pour des raisons objectives de santé publique » [20].

Ce point montre bien la volonté des autorités de santé de réduire au maximum les possibilités de vente en ligne des médicaments, même si cela va à l'encontre de l'esprit de la directive européenne. En effet l'ordonnance du 19 décembre 2012 ne suit pas l'avis de l'Autorité de la concurrence et limite le nombre de médicaments pouvant être vendu sur internet. Le 31 décembre 2012 le décret d'application est publié afin de modifier les dispositions réglementaires du Code la santé publique et mettre en conformité le droit français à la directive européenne du 8 juin 2011 [21]. Ce décret va immédiatement faire l'objet de recours juridiques.

## 2. Transposition contestée

### a. Esprit de la loi française et premiers recours exercés devant le Conseil d'État

Philippe Lallier, le premier pharmacien à avoir ouvert un site internet mettant à disposition des médicaments en France, décide de contester l'ordonnance du 19 décembre 2012 relative, entre autres, à la vente de médicaments en ligne. Il considère que la directive européenne n'est pas respectée dans son intégralité en pointant notamment l'article L. 5125-34 du Code de la santé publique qui exclut la possibilité de vendre les médicaments non soumis à prescription qui ne sont pas sur la liste de médication officinale.

Pour comprendre cette subtilité qu'introduit l'article, il faut comprendre comment s'organise la législation sur le médicament. Il existe deux grandes catégories [22] :

- Les médicaments de prescription médicale obligatoire (abrégé par la suite PMO), qui sont inscrits sur une liste spécifique (liste 1, 2 ou stupéfiants). Le pharmacien ne peut les délivrer que sur présentation d'une ordonnance. Ces médicaments sont conditionnés dans des boîtes comportant la mention « uniquement sur ordonnance » avec un encadré de couleur verte ou rouge.
- Les médicaments de prescription médicale facultative (abrégé par la suite PMF) qui peuvent être prescrits par le médecin, conseillés par le pharmacien ou demandés par le patient. A l'inverse des médicaments de PMO, ce sont des produits dont la toxicité est modérée, y compris en cas de surdosage et d'emploi prolongé.

Ces deux grandes catégories contiennent des médicaments qui sont remboursés et d'autres qui ne le sont pas. Pour les PMF, le Décret n° 2008-641 du 30 juin 2008 introduit une nouvelle sous-catégorie, une liste de médicaments disponibles en accès direct dans les officines de pharmacie qui est établie par l'ANSM [23]. Le patient peut choisir lui-même son médicament sans passer par le pharmacien ou ses collaborateurs. Cette catégorie de médicaments doit respecter les critères suivants [24] :

- ces médicaments, du fait de leurs indications thérapeutiques, peuvent être utilisés sans intervention d'un médecin pour le diagnostic, l'initiation ou la surveillance d'un traitement ;
- de plus, ils présentent une posologie, une durée prévue de traitement et une notice adaptées. Le conditionnement correspond à la posologie et à la durée prévue de traitement.

L'interdiction des PMO est légale du point de vue de la législation européenne puisque la directive 2011/62/UE laissait aux États la liberté de légiférer dans ce sens. Cependant l'ordonnance du 19 décembre n'autorise à la vente que les médicaments de médication officinale, soit une liste très restreinte de PMF. Le 14 février 2013, le juge des référés du Conseil d'État ordonne la suspension de l'exécution des dispositions de l'article L. 5125-34 du code de la santé publique en attendant la décision définitive du Haut Conseil. Il considère qu'il existe un doute sérieux sur le non respect du droit de l'Union Européenne [25].

### b. Annulation prononcée par le Conseil d'État permettant un potentiel développement plus important

Les juges du Conseil d'État rendent leur décision le 17 juillet 2013. Ils vont dans le sens du juge des référés en affirmant que les objectifs de la directive européenne sont détournés par la stricte rédaction de l'article L. 5125-34. L'excès de pouvoir est reconnu, ce qui a pour

conséquence d'annuler toute disposition visant à limiter la liste des médicaments non soumis à prescription à être vendus sur internet [26]. Cette décision de justice entraine d'importantes conséquences économiques pour les pharmaciens s'engageant dans la vente en ligne, puisque la gamme de spécialités pouvant être proposée à la vente sur internet se voit multiplier par 10, tout comme les potentiels bénéfices.

Pour savoir si le médicament est non soumis à prescription, il faut se rendre sur le site du Ministère de la santé dédié aux médicaments (http://www.sante.gouv.fr/medicaments,1969.html). Ce site est une base de données publique qui permet de consulter toutes les informations nécessaires sur tous les médicaments vendus en France en pharmacie. Après avoir sélectionné la spécialité qui nous intéresse, il faut cliquer sur l'onglet « résumé des caractéristiques du produit » (RCP) et enfin aller dans la rubrique « condition de prescription et délivrance » qui se trouve tout à la fin du RCP. Il n'existe pas de liste disponible regroupant tous les médicaments non soumis à prescription. Seule la liste des médicaments de médication officinale est disponible.

### c. Potentielle contestation sur la légalité des dispositions françaises face à la concurrence étrangère

L'autorité de la concurrence a dans son avis précité soulevé un probable non-respect de la directive européenne par l'ordonnance de transposition [20] :

« L'ajout de dispositions spécifiques mentionnant spécifiquement les opérateurs de sites Internet de vente de médicaments en ligne légalement établis dans d'autres Etats membres de l'Union européenne, et indiquant à quelles conditions ils pourront vendre des produits à des patients résidant sur le territoire français ; à cet égard, il conviendra de s'assurer que les opérateurs légalement implantés dans un Etat membre de l'Union européenne pourront vendre des médicaments en direction du territoire français, dès lors que les produits vendus respectent la législation française. »

La communication autour des sites internet de pharmacie française laisse penser que seuls ceux-ci sont autorisés à vendre des médicaments en France sur internet. L'utilisation d'un site d'origine non française et par conséquent non répertorié par le Ministère de la santé, n'assurerait aucune garantie quant à la provenance des médicaments [28]. Ainsi le patient-consommateur est poussé fort logiquement vers l'utilisation des sites exclusivement français adossés à une pharmacie physique française. Un site internet d'un autre pays de l'Union Européenne qui respecte toutes les dispositions françaises en vigueur est de ce fait stigmatisé comme potentiellement dangereux pour la santé et la sécurité des patients. Le décret français du 31 décembre 2012 pourrait tout à fait faire l'objet d'un recours de la part d'une pharmacie européenne

pour entrave au marché intérieur. L'accès au marché numérique français du médicament par des acteurs étrangers doit être pris en compte, voire anticipé par les pharmacies françaises.

### 3. Arrêté du 20 juin 2013 relatif aux bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique

L'arrêté du 20 juin 2013 du Ministre de la Santé et des Affaires Sociales venait poser les règles applicables à la vente de médicaments en ligne, notamment un ensemble de bonnes pratiques à adopter [29]. Il a été modifié une première fois après la décision du Conseil d'État du 17 juillet 2013 précitée, pour finalement être invalidé par le Conseil d'État le 16 mars 2015 (cf 4.a) [30], [31]. Cette invalidation ne se prononce pas sur le fond mais dénonce uniquement la forme : c'est pourquoi l'analyse des règles édictées reste opportune. Afin d'envisager les conséquences de l'invalidation du décret nous avons contacté le Ministère de la Santé. Madame Choma, sous-directrice de la politique des produits de santé et qualité des pratiques des soins, qui est en charge de la rédaction du nouvel acte, confirme que l'essentiel des dispositions seront maintenues dans la prochaine version du texte (l'annulation du décret et ses conséquences seront abordées au point I.B.4).

Le communiqué de presse de la ministre de la santé Marisol Touraine, montre la volonté du gouvernement d'encadrer le plus strictement possible la législation autour des pratiques de vente en ligne de médicaments [32]. Ainsi, seule la vente de médicaments non soumis à prescription est possible par l'intermédiaire d'un site en ligne lié à une officine physique. De plus seuls les sites agréés par les Agences Régionale de Santé (ARS) sont répertoriés, ils sont les seuls à être mis en avant (problème soulevé par le point I.B.2.c). L'arrêté du 20 juin 2013 imposait aux pharmaciens un ensemble de mesures qui n'était pas uniquement formel mais qui avait aussi d'importantes répercussions économiques pour l'officine. Ci-dessous sont présentées les mesures qui avait et qui auront un impact économique sur l'officine, lorsque le nouveau décret sera publié.

#### a. Développement de l'activité de vente en ligne et augmentation du nombre de pharmaciens adjoints

« La pharmacie dispose d'un personnel en nombre suffisant, possédant les qualifications requises et dont les responsabilités sont clairement définies.
Conformément à l'article L. 5125-20 du code de la santé publique et à l'arrêté du 1er août 1991 relatif au nombre de pharmaciens dont les titulaires d'officine doivent se faire assister en raison de l'importance de leur CA, un nombre suffisant de pharmaciens adjoints au regard du CA doit être prévu.

Ainsi, la composition de l'équipe officinale est adaptée en conséquence si le commerce électronique de médicaments mis en œuvre conduit à un développement de l'activité. »

**Tableau II : Calcul du nombre d'assistants d'officine obligatoire (en équivalent temps plein) en fonction du CA hors taxe exprimé en millions d'euros [33]**

| Nombre d'assistants obligatoire | France métropolitaine | Réunion et Mayotte | Guadeloupe et Martinique | Guyane | Saint-Pierre-et-Miquelon |
|---|---|---|---|---|---|
| **0** | Moins de 1,3 million | Moins de 1,638 million | Moins de 1,716 million | Moins de 1,742million | Moins de 1,755 million |
| **1** | Entre 1,3 million et 2,6 millions | Entre 1,638 million et 3,276 millions | Entre 1,716 million et 3,432 millions | Entre 1,742 million et 3,484 millions | Entre 1,755 million et 3,510 millions |
| **2** | Entre 2,6 millions et 3,9 millions | Entre 3,276 millions et 4,914 millions | Entre 3,432 millions et 5,148 millions | Entre 3,484 millions et 5,226 millions | Entre 3,510 millions et 5,265 millions |
| **1 supplémentaire** | Par tranche de 1,3 million | Par tranche de 1,638 million | Par tranche de 1,742 million | Par tranche de 1,742 million | Par tranche de 1,755 million |

Cette disposition impose clairement que l'activité sur internet ne soit pas une activité parallèle. En effet, elle doit pleinement être prise en compte dans l'organisation du personnel de l'officine. Ainsi toute hausse du CA, en raison de la vente sur internet, doit être prise en compte afin de respecter les seuils légaux d'assistants dans une officine [33]. L'impact économique n'est pas anodin puisqu'il peut potentiellement conduire à l'obligation d'embaucher un adjoint supplémentaire (les seuils légaux sont présentés dans le tableau II ci-dessus).

**b. Organisation, gestion et responsabilité du site assurés obligatoirement par un pharmacien**

« Les pharmaciens adjoints ayant reçu délégation d'un pharmacien mentionné aux 1° et 2° de l'article L. 5125-33 du code de la santé publique peuvent également participer à l'exploitation du site internet de l'officine de pharmacie.
Cette délégation est formalisée, par écrit, par le pharmacien titulaire ou le pharmacien gérant de la pharmacie mutualiste ou de secours minière. »

Cette disposition limite la gestion du site internet de l'officine aux seuls pharmaciens, excluant de fait les préparateurs. Cependant, en officine, le préparateur peut jouer un rôle dans l'organisation de la vente en ligne mais toujours sous le contrôle strict du pharmacien. La gestion du personnel est d'autant plus importante que l'activité de vente en ligne monopolise un pharmacien. Il pourrait être même envisageable qu'il y ait besoin d'un pharmacien supplémentaire sans que les seuils légaux aient été dépassés afin de combler l'absence de celui-ci, occupé à la gestion du site internet. Toutefois dans la pratique, il y a lieu de penser qu'un préparateur dédié puisse assurer la gestion du site internet sous la responsabilité d'un pharmacien contrôleur.

**c. Acheminement de la commande uniquement par voie postale**

« Le commerce électronique de médicaments se distingue de la dispensation à domicile, réglementée par les articles R. 5125-50 à R. 5125-52 du code de la santé publique. »

Encore une fois, l'arrêté essaie au maximum de restreindre le champ de possibilité de l'ouverture de la vente en ligne. La pharmacie reste le lieu central de la délivrance et le pharmacien ne peut pas délivrer en dehors de son officine sauf cas exceptionnels [34]. La sous-traitance de la délivrance à domicile est un risque que le législateur souhaite éviter. Cependant, est-il plus dangereux de délivrer une commande par un membre de l'équipe officinale à domicile que de faire sous-traiter la délivrance par le service postal ? C'est pourquoi à notre sens, il y a un manque évident de logique dans l'interdiction de délivrance à domicile.

De plus la délivrance à domicile permettrait une amélioration de la concurrence entre les officines d'un même lieu : objectif des pouvoirs publics actuels. Ce manque de concurrence revient souvent sur le devant de la scène médiatique comme par exemple lorsque l'ancien Ministre de l'économie Arnaud Montebourg remet en cause le monopole des professions réglementées françaises qu'il accuse de profiter de la situation pour s'enrichir au dépens des français [35].

**d. Visibilité et publicité du site internet soumis à la déontologie**

« La non-sollicitation de clientèle par des procédés et moyens contraires à la dignité de la profession (art. R. 4235-22 du code de la santé publique), qui suppose en conséquence une présentation neutre et objective de l'activité officinale.
La recherche de référencement dans des moteurs de recherche ou des comparateurs de prix contre rémunération est interdite.
Le respect des règles en matière de publicité (art. R. 4235-30 du code de la santé publique sur les caractéristiques de toute information ou publicité).

L’absence d’incitation à la consommation abusive de médicaments (art. R. 4235-64 du code de la santé publique). »

Le pharmacien ne peut pas faire la promotion de son officine physique, il ne peut pas inciter les patients à consommer des médicaments de médication officinale, son local doit rester le plus sobre possible, les vitrines doivent être utilisées pour faire passer des messages de santé publique ou mettre en avant des produits de parapharmacie. Ces règles qui sont plus ou moins respectées par les pharmacies françaises, ont donc été transposées à leur site internet.

Plusieurs difficultés peuvent tout de même apparaître et mettre à mal ces dispositions. Après l’ouverture d’un site, son référencement officiel se limite à la présence dans une liste fournie par des sites gouvernementaux : l'Ordre national des Pharmaciens et le Ministère des Affaires sociales et de la Santé [36], [37]. Cette liste présente les officines agréées par les différentes ARS régionales classées par région et sous classées par ordre alphabétique. On peut se demander alors comment va être dirigé le choix du patient pour telle ou telle officine sachant qu’aucun critère n’est mis en place à l’exception de la zone géographique d’appartenance de l’officine.

Cependant le patient-consommateur utilise des moteurs de recherche pour s’orienter sur internet. Ces moteurs de recherche fonctionnent de deux manières :

- un référencement naturel, aussi appelé Search Engine Optimization (SEO), qui permet grâce à un algorithme, de sortir les meilleures propositions en fonction des mots clefs tapés par l’internaute ;
- un référencement monétisé (interdit aux pharmacies), aussi appelé Search Engine Marketing (SEM) qui permet à certains acteurs avec des moyens financiers importants d’apparaître en première page, même devant les résultats de référencements naturels les plus pertinents.

En 2013 Synodiance, entreprise spécialisée dans la stratégie de création de trafic web, mobile et d’optimisation des performances de sites internet, a publié une étude qui montre le taux de clic ou click-through rate (CTR) des 2 premières pages du moteur de recherche Google [38]. Il y a 69% des personnes qui cliquent sur un des liens de la première page, 11% pour des résultats de la 2eme page et 5% pour des résultats de la 3eme page. Sachant que Google présente 10 résultats par page pour le SEO, on peut conclure tout de suite à la nécessité absolue de figurer en première page pour avoir une visibilité importante.

Les pharmaciens n’ont pas le droit d’utiliser le SEM et doivent maîtriser le SEO pour ne pas finir au-delà de la 3ème page du principal moteur de recherche Google qui est le plus utilisé en France avec 93,5% de part de marché [39].

En effectuant une recherche le 29 juillet 2015 avec pour mot clef « pharmacie en ligne », nous obtenons une première page Google qui s'organise en deux colonnes de résultats (Annexe 1) : la centrale qui donne des résultats obtenus par SEM et SEO et la colonne de droite qui est une colonne de résultat dédiée au SEM uniquement. En analysant la colonne centrale de résultats, nous remarquons que :

- Les 3 premiers résultats sont obtenus par SEM et ce sont des parapharmacies. Le fait d'utiliser le référencement monétisé permet à ces trois sites d'être placés devant des pharmacies en ligne.
- À partir du 4ème résultat, c'est le SEO qui est utilisé comme classement. Et là encore c'est une parapharmacie en ligne qui arrive à se placer devant les sites pharmacie proposant réellement des PMF.
- C'est à partir du 5eme résultat, qu'il y a réellement une pharmacie en ligne proposant des médicaments sans ordonnance. Les 6ème, 7ème, 10ème et 13ème résultats sont aussi des pharmacies en ligne.
- Les sites gouvernementaux listant les pharmacies ayant eu l'agrément pour ouvrir un site internet sont au 8ème, 9ème, 11ème et 12ème rang.

La colonne de droite ne référence aucune pharmacie en ligne. Sur la première page Google, 21 résultats sont proposés et seulement 5 correspondent réellement à un site de pharmacie en ligne (soit 24%). Au vu de ce chiffre et du CTR, on comprend vite l'intérêt pour un site de se situer sur la première page Google. La tâche est d'autant plus difficile que les parapharmacies utilisent les mêmes mots clefs que la pharmacie. Ce système de résultats tend à former des leaders naturels, très peu nombreux, qui seront les têtes de gondole des recherche avec les mots clefs « pharmacie en ligne ». Ainsi la grande majorité se partagera les miettes restantes de l'affluence liée à Google. Plus l'affluence est importante, plus le potentiel d'acheteurs est grand, c'est pourquoi l'impact économique lié à la visibilité sur internet et surtout sur Google est énorme. La loi ne peut pas réguler SEO pour mettre tous les sites internet de pharmacie sur un pied d'égalité, c'est pourquoi les pharmaciens en ligne doivent accorder une importance toute particulière à ce référencement et plus encore ils doivent tenter de l'optimiser. Cette optimisation doit passer par le respect des codes du référencement, à savoir :

- Avoir un site dont le contenu est conséquent, clairement présenté, permettant une navigation intuitive car le référencement prend en compte le nombre de pages du site, la fréquence de la mise à jour du contenu et l'utilisation optimale des mots clefs.
- La présence de liens renvoyant vers d'autres sites dont la qualité est reconnue. On peut imaginer avoir des liens de qualité présents sur son site renvoyant vers d'autres sites reconnus comme des sites gouvernementaux officiels, des sites de prévention de santé, des sites de laboratoires de parapharmacie.
- L'ancienneté du site est un facteur important dans la mesure où Google accorde plus de crédibilité à des sites existants depuis longtemps (prime aux primo-arrivants).

- Le trafic global que génère le site  car cela montre l'intérêt des internautes.
- L'aspect visuel et technique du site notamment le fait que celui-ci soit *responsive* c'est à dire qu'on puisse le consulter sur n'importe quel support (ordinateur, téléphone portable, tablette, télévision), le design s'adaptera (figure 1 et 2).

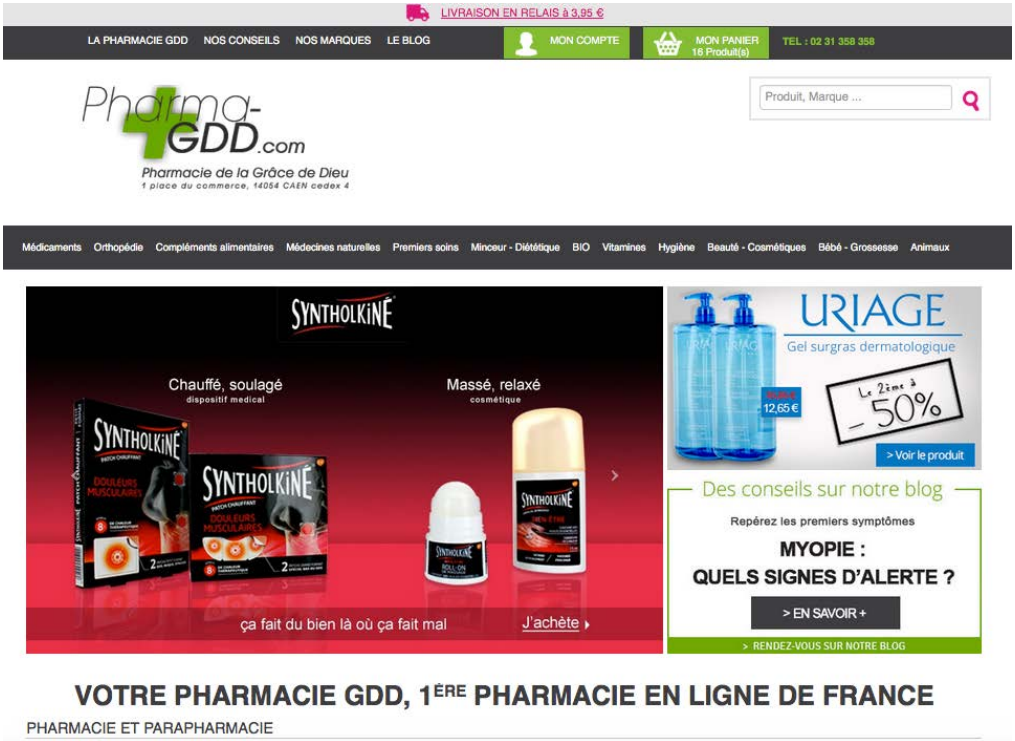



**Figure 1 : Site pharma-gdd.com dans sa version vu sur ordinateur**

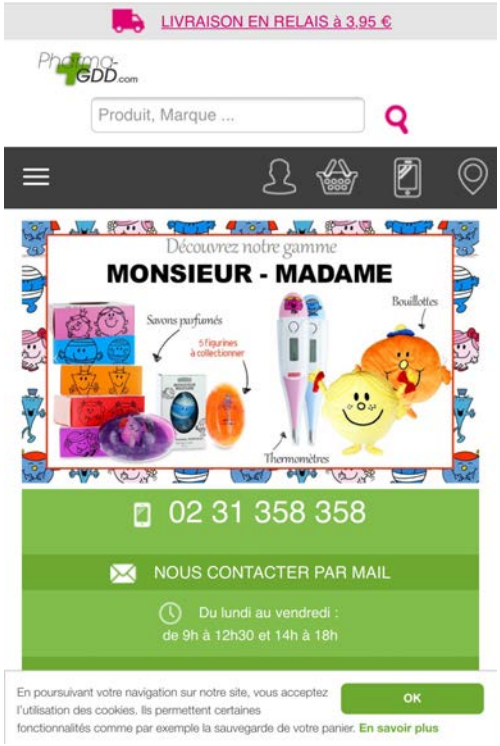



Figure 2 : Site pharma-gdd.com dans sa version vu sur téléphone mobile

Il est interdit pour une pharmacie française de faire la promotion de son site de vente en ligne. La présence du site internet sur les réseaux sociaux n'est cependant pas considérée comme de la promotion, ainsi ils sont nombreux à posséder des liens renvoyant vers Twitter, Facebook ou encore Google+ (Figure 3 : Suivez Nous).

Figure 3 : Bas de la page d'accueil du site www.pharma-gdd.com

En réalisant cette thèse nous avons été amenés à visiter tous les sites de vente en ligne existants en France ainsi que plusieurs sites étrangers. Nous avons pu constater par exemple l'apparition d'une publicité sur notre page Facebook promouvant la page Facebook d'une pharmacie en ligne française qui est en lien avec le site internet de vente de médicaments (figure 4 et 5).

Figure 4 : Publicité de la page Facebook de la pharmacie Plemer

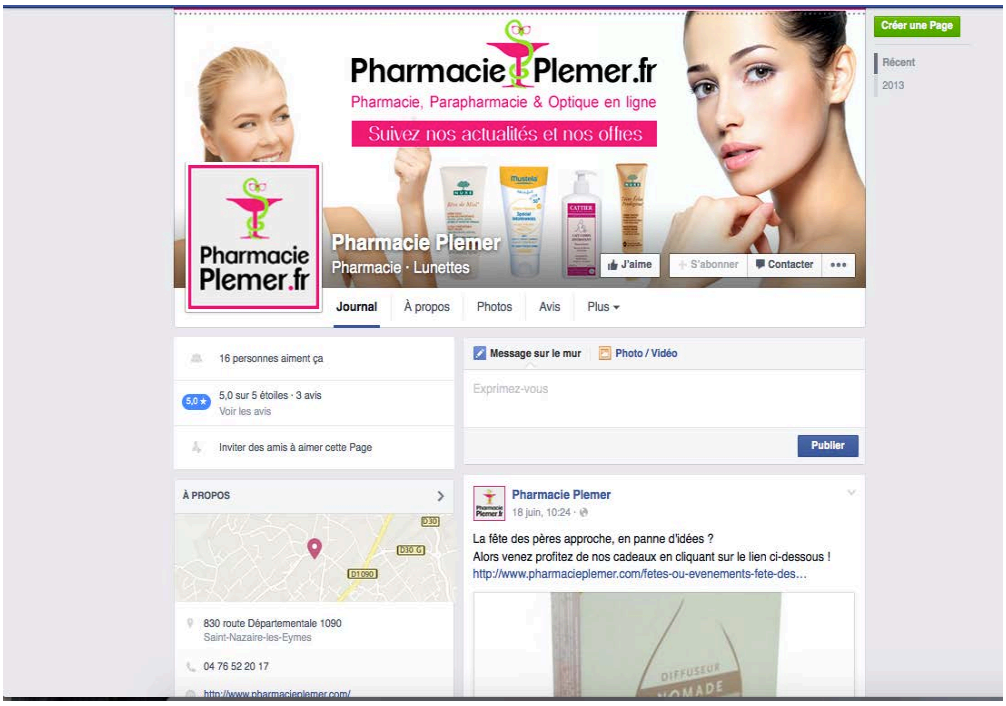



Figure 5 : Page Facebook de la pharmacie Plemer avec lien vers son site de vente en ligne

La présence de la page Facebook de la pharmacie dans « Pages suggérées » implique que celle-ci a utilisé le système de monétisation de publicité de Facebook.

Nous avons visité des sites de vente en ligne de médicaments étrangers comme Newpharma ou DocMorris [40], [41]. Ces sites ont la possibilité de faire de la publicité en ligne et ainsi lors de nombreuses navigations nous avons pu voir de la publicité pour ces sites (figure 6).

Figure 6 : Publicité pour le site de vente de médicaments DocMorris

Les sites étrangers ont un avantage certain car ils peuvent promouvoir leur site en utilisant tous les outils disponibles. Les sites français sont doublement pénalisés car ils arrivent beaucoup plus tard que leurs concurrents européens mais en plus ils ne peuvent pas rattraper leur déficit d'image par la communication.

### e. Financement du site réservé aux pharmaciens d'officine

« La création et l'exploitation du site internet ne doivent pas être financées, pour tout ou partie, par une entreprise produisant ou commercialisant des produits de santé mentionnés à l'article L. 5311-1 du code de la santé publique. »

Par cette règle, l'État souhaite maintenir séparées l'activité de production, l'activité de grossiste et l'activité de vente des médicaments aux patients. Il y aurait un risque évident de rupture d'égalité entre les officines, si certaines avaient leur site internet financé par l'industrie

pharmaceutique ou par des grossistes d'envergure nationale voir internationale (exemple DocMorris/Celesio au point I.A.3).

**f. Règles sur la délivrance et sur le stock de la pharmacie non adaptées à la nouvelle activité**

« La sous-traitance à un tiers de tout ou partie de l'activité de vente par internet est interdite, à l'exception de la conception et de la maintenance technique du site internet, qui ne peuvent cependant pas être confiées à une entreprise produisant ou commercialisant des produits de santé mentionnés à l'article L. 5311-1 du code de la santé publique.
La préparation des commandes liées au commerce électronique de médicaments, ne peut se faire qu'au sein de l'officine, dans un espace adapté à cet effet. »

On reste ici dans l'esprit de l'arrêté, à savoir que l'officine s'occupe de son activité de délivrance physique (exception pour les préparations magistrales) et dématérialisée. Elle ne peut les déléguer à aucune tierce entreprise. L'activité de délivrance par internet se doit de rester au sein même de l'officine, ce qui complique la tâche des groupements pharmaceutiques qui souhaitaient mutualiser leurs sites internet et leur site de stockage de médicaments. La mutualisation aurait permis la diminution des frais de gestion et la diminution par voie de conséquence des prix pratiqués sur leur site internet unique. Il conviendra de vérifier si cette règle sera maintenue dans le nouvel arrêté de bonne pratique de dispensation des médicaments par voie électronique adopté prochainement [42]. En effet c'est l'un des aspects de la loi le plus décrié par les acteurs de la vente en ligne et surtout par les groupements de pharmacie, 1001Pharmacies en tête [43].

**g. Consommation et santé publique strictement encadrées**

« Les éventuelles promotions sur les médicaments respectent les règles déontologiques auxquelles est soumis le pharmacien. Particulièrement, le pharmacien doit s'abstenir de tout acte de concurrence déloyale (art. R. 4235-21 du code de la santé publique). Il lui est interdit de solliciter la clientèle par des procédés et moyens contraires à la dignité de la profession (art. R. 4235-22 du code de la santé publique). Il ne doit pas, par quelque procédé ou moyen que ce soit, inciter ses patients à une consommation abusive de médicaments (art. R. 4235-64 du code de la santé publique). »

Tout comme à l'officine, le pharmacien gérant de son site internet ne peut pas réaliser de promotion ou encore inciter le patient à consommer des PMF. Les éventuelles promotions ne peuvent s'appliquer qu'aux produits de parapharmacie. Cependant le fait d'offrir les frais de port,

au-delà d'une certaine somme, est légal même si la commande n'est constituée que de PMF. N'est-ce pas une pratique permettant d'inciter à acquérir plus de médicaments que nécessaire, afin d'obtenir un prix plus attractif ?

### h. Conseils et prévention dématérialisés et adaptés pour maintenir le rôle du pharmacien

« Le pharmacien, dans son activité de dispensation du médicament, a un rôle d'information et de conseil du patient. L'information et le conseil délivrés sont pertinents et appropriés à la demande du patient. Le site est donc conçu de façon qu'aucun médicament ne puisse être vendu sans qu'un échange interactif pertinent ne soit rendu possible avant la validation de la commande. Une réponse automatisée à une question posée par le patient n'est donc pas suffisante pour assurer une information et un conseil adaptés au cas particulier du patient.
Certaines données à caractère personnel concernant le patient sont nécessaires au pharmacien pour que ce dernier s'assure de l'adéquation de la commande à l'état de santé du patient et qu'il puisse déceler d'éventuelles contre-indications. Ainsi, avant la validation de première commande, le pharmacien a la responsabilité de mettre en ligne un questionnaire dans lequel le patient doit renseigner son âge, son poids, son sexe, ses traitements en cours, ses antécédents allergiques et, le cas échéant, son état de grossesse ou d'allaitement. Le patient doit attester de la véracité de ces informations.
Le questionnaire est rempli lors de la première commande au cours du processus de validation de la commande. Si le questionnaire n'a pas été renseigné, aucun médicament ne peut être délivré. Le pharmacien procède ensuite à une validation du questionnaire, justifiant qu'il a pris connaissance des informations fournies par le patient, avant de valider la commande. »

Le système de dispensation par voie électronique essaie de se rapprocher le plus possible de la dispensation en officine. Le conso-patient doit renseigner un certain nombre d'informations personnelles afin de conclure l'achat. De plus un dialogue obligatoire doit s'instaurer entre le pharmacien et le patient, à chaque nouvel achat. Ces processus sont considérés comme très contraignants par certains pharmaciens, cependant d'autres pensent que la valeur ajoutée de ces échanges permet de justifier le monopole du pharmacien sur les PMF. Il est évident que s'il n'y avait pas cette étape nécessaire lors de l'achat sur internet de médicaments sans ordonnance, le lobby des grands acteurs de la vente en ligne aurait un argument de plus à faire valoir pour justifier de la non-importance du pharmacien dans la vente de PMF et donc légitimer la suppression du monopole pharmaceutique.

### i. Quantité de médicaments vendue réellement limitée par l'outil informatique

« La quantité maximale à délivrer recommandée est conforme à la durée du traitement indiquée dans le résumé des caractéristiques du produit (RCP). La quantité ne peut excéder un mois de traitement à posologie usuelle ou la quantité maximale nécessaire pour les traitements d'épisode aigu. La consultation médicale doit être recommandée si les symptômes persistent.
Les quantités doivent respecter la dose d'exonération indiquée pour chaque substance active concernée conformément à la réglementation en vigueur. Un dispositif est prévu pour permettre le blocage de quantités supérieures.
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. »

Comme à l'officine, les quantités de PMF achetées par un patient sont contrôlées. Cependant, dans la pratique peu de pharmacies refusent de vendre 20 boites de paracétamol à une seule personne. De plus même si c'était le cas, au vu du maillage national de pharmacies, il suffirait de changer d'officine pour pouvoir aisément contourner ce genre de limite. Ainsi, Internet est plus contraignant, car si on souhaite acheter une quantité importante de PMF du fait d'un prix attractif, le nombre sera limité automatiquement. Il est évidemment possible de faire plusieurs commandes sur le même site ou alors de changer de site, mais dans ce cas la facturation des frais de port freine ces possibilités.

Inversement, le fait de proposer pour la plupart des sites de vente en ligne un total au-delà duquel les frais de port sont gratuits, peut éventuellement pousser le conso-patient à réaliser une commande importante en une fois. Toutefois, il est tout à fait possible de ne commander qu'un seul médicament dans la mesure où la loi oblige à ce qu'il n'y ait pas de minimum. Cependant, il semble peu probable qu'un conso-patient veuille commander une seule boite de doliprane 1g à 1,94€ sachant qu'il y a 5,8€ de frais de port en moyenne à chaque commande et que le produit est reçu dans les 24 à 48h suivant la validation de la commande (thème développé au point III.C).

Nous rappelons qu'à la date de publication de cette thèse l'arrêté est annulé. Toutefois les points précédemment commentés présentent un vif intérêt puisque le nouveau décret reprendra très probablement l'ensemble de ces règles.

## 4. État de la législation sur la vente en ligne en mars 2016

### a. L'annulation de l'arrêté du 20 juin 2013

Plusieurs recours ont de nouveau été déposés devant le Conseil d'État attaquant à la fois le décret n° 2012-1562 du 31 décembre 2012 relatif à la lutte contre la falsification des médicaments et l'arrêté du 20 juin 2013 relatif à la dispensation de médicaments vendus en ligne [31]. Concernant le décret, c'est l'Association Française de l'Industrie Pharmaceutique pour une Automédication responsable (AFIPA) qui porte la contestation. L'AFIPA « représente les industriels qui produisent et commercialisent des produits de santé disponibles en pharmacie sans ordonnance » [44]. Ce lobby conteste notamment l'obligation de placer un dispositif anti-effraction et un identifiant unique sur chaque boite de médicament (avec ou sans prescription obligatoire). Cette demande est rejetée par le Conseil d'État car ces deux obligations sont autorisées par la directive européenne : « le législateur national peut étendre les mesures à tous les médicaments que ceux-ci soient avec ou sans prescription obligatoire » [18].

Concernant l'arrêté, trois plaignants dénonçaient un excès de pouvoir de la ministre et contestaient notamment les points 1, 2, 4 et 7 de l'annexe de l'arrêté. Le Conseil d'État annule l'arrêté car celui-ci met en place des principes de bonnes pratiques qui « excèdent le champ d'habilitation conféré au ministre » [45].

Entre juillet 2013 et février 2014, l'arrêté relatif aux bonnes pratiques de dispensation a fait l'objet de trois recours devant le Conseil d'État, l'un a été déposé par une personne dont l'identité n'est pas connue et les deux autres ont été déposés par les sociétés Gatpharm (pharmacie Silvestre - Pharmashopi, Domène) et Selarl Tant D'M (pharmacie de l'Ovalie, Montpellier).

Le Conseil d'État a décidé de joindre les trois recours pour rendre une unique décision le 16 mars 2015. Par cette décision, la Haute juridiction administrative annule l'arrêté du 20 juin 2013. Les juges reprochent à cet arrêté de ne pas respecter plusieurs articles du code de la santé publique dont l'article L. 5121-5, qui habilite le ministre de la santé à prendre un arrêté relatif aux bonnes pratiques uniquement. Le Conseil d'État considère que l'arrêté contesté ne se borne pas à déterminer les bonnes pratiques mais qu'il vient imposer des règles qui dépassent la délivrance pour venir régir l'ensemble du processus de vente. C'est notamment le cas des dispositions relatives à la protection des données personnelles (point 4) ainsi qu'à la facturation et aux réclamations (point 7).

Les juges administratifs utilisent un second fondement pour prononcer la nullité de l'arrêté de 2013. En effet, selon la directive 98/34/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 juin

1998, l'État aurait dû notifier à la Commission Européenne les dispositions de l'arrêté puisqu'il s'agit de normes techniques qui ne se bornent pas à transposer une directive européenne. Il s'agit d'une mesure destinée à informer l'Union Européenne de toutes les normes adoptées par les États membres pour s'assurer qu'il n'y ait pas de distorsion de concurrence entre les États de l'Union.

Ainsi, le Conseil d'État annule, avec effet immédiat, l'arrêté des bonnes pratiques pour non-respect de l'habilitation conféré au ministre par la loi et pour absence de notification à la Commission Européenne.

**b. Réaction des autorités de santé**

La vente en ligne de médicaments en France est, de ce fait, encadrée uniquement par le décret du 31 décembre 2012. Ainsi, la promotion de médicaments, la publicité des sites internet, la limitation des quantités vendues ne sont plus formellement interdits par la loi. Pour avoir plus d'explications sur la situation, nous contactons par téléphone le 1er juin 2015, madame Catherine Choma, sous directrice de la politique des produits de santé et de la qualité des pratiques des soins auprès de la Ministre des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes, qui était en charge de la rédaction de l'arrêté du 20 juin 2013 [46].

Madame Choma m'indique que l'arrêté invalidé par le Conseil d'État souffrait de « problème de base légale car il n'y avait aucune bonne pratique édictée dans le code de la santé publique (CSP) pour la vente en officine physique, alors que l'arrêté en instaurait pour la vente en ligne ». Le projet de loi de santé à venir prévoit de rétablir l'ensemble des bonnes pratiques de vente en ligne à deux trois exceptions. Elle réaffirme la volonté de la ministre Marisol Touraine d'être le plus strict possible sur la législation de la vente en ligne de médicaments. La sécurité du patient, l'interdiction de "*pure player*" (terme utilisé pour « désigner les entreprises œuvrant uniquement sur Internet » [47]), la volonté de prolongement de l'officine physique, le refus de vendre des médicaments de prescription médicale obligatoire (PMO) sur internet sont les grands axes maintenus pour le prochain cadre législatif. L'adoption du nouveau texte aurait dû se faire à la fin de l'année 2015 après l'examen du texte au Sénat puis la seconde lecture à l'Assemblée. Cependant suite aux nombreuses contestations envers la nouvelle loi de santé, le nouvel arrêté n'a toujours pas été publié. Enfin l'Autorité de la concurrence française et l'UE devront se prononcer sur sa conformité (ce qui n'avait pas été fait la première fois).

L'arrêté ayant été annulé, seules les dispositions de l'ordonnance et du décret en décembre 2012 sont applicables. Dès lors ce sont actuellement les seuls textes de référence qui encadrent moins strictement la vente en ligne de médicaments. Toutefois les grands principes posés par le code de déontologie des pharmaciens peuvent venir s'appliquer et éventuellement s'opposer à certaines pratiques qui pourraient voir le jour en l'absence d'un arrêté plus précis.

Une législation non stabilisée face à des intérêts divergents :

La législation autour de la vente en ligne n'est pas prête d'être stabilisée. Les joutes juridiques entre les acteurs dominants de la vente en ligne d'un côté et l'Ordre national des pharmaciens ainsi que le gouvernement actuel de l'autre ne font que commencer. Deux visions du futur de l'officine s'opposent clairement :

- celle de l'Ordre avec le souhait de garder un maillage officinal très important sur le territoire qui permet d'avoir un service pharmaceutique de qualité, alimenté par un réseau sécurisé et disponible tous les jours de l'année, à n'importe quelle heure (grâce au système de garde) ;
- celle des précurseurs de la vente en ligne, qui ont investi beaucoup de temps et d'argent dans le développement de plateformes fiables, qui souhaitent adapter la pharmacie à l'heure d'internet tout en étant de plus en plus compétitifs.

Entre ces deux visions, le gouvernement arbitre et au vu des faits actuels, se place plutôt du côté de l'Ordre. Mais que se passera-t-il lorsqu'il y aura un changement de ministre, voire de gouvernement ?

# II. Impact économique sur la profession de pharmacien

Comme expliqué dans la première partie, la vente en ligne de médicaments est intimement liée au bon vouloir des décisions politiques. Et, pour le moment, les décisions politiques et législatives limitent cette vente aux seuls PMF. Dès lors, d'un point de vue économique, l'impact de la vente en ligne de médicaments se voit confiné au secteur des PMF.

C'est pourquoi avant d'apprécier le marché de la vente de médicaments en ligne des années 2013 (partie B), 2014 et 2015 (partie C), il convient tout d'abord d'évaluer le marché actuel des PMF (partie A). Une fois cet état des lieux dressé, nous tenterons d'envisager les perspectives de développement du marché ainsi que l'intérêt économique qu'il peut représenter pour les pharmacies d'officines (partie D).

## A. Le périmètre du marché potentiel de la vente en ligne

Ainsi et pour le moment, la vente en ligne de médicaments en France est réservée aux PMF. Dès lors, que représente ce marché des PMF en France ? Quelles sont les situations étrangères ? Quelles perspectives peut-on envisager ?

### 1. L'Automédication en France et chez ses voisins européens

L'AFIPA publie le 3ème observatoire européen sur l'automédication [48]. Ce document analyse le marché de l'automédication en 2014, en France mais aussi dans plusieurs pays d'Europe (Allemagne, Belgique, Espagne, Italie, Pays Bas Royaume Uni et Suède). Les données recueillies prennent en compte l'ensemble des PMF c'est à dire :

- les PMF remboursables non remboursés à prix règlementé ;
- les PMF non remboursables à prix libres.

En 2014, la part de l'automédication en France représente en volume 15,4% du marché du médicament. C'est une légère baisse par rapport à 2013 (15,69%). Cette très faible évolution s'explique par le statu quo réglementaire entre 2013 et 2014, puisqu'aucun délistage de PMO n'a été effectué en 2014. Le délistage est une « procédure réglementaire mise en œuvre par le laboratoire pharmaceutique auprès des autorités d'enregistrement des médicaments qui consiste à faire sortir un principe actif de la liste de prescription médicale obligatoire » [49]. Ce médicament rentre alors dans la catégorie des médicaments disponibles sans ordonnance. Nous pouvons noter aussi que pour ces deux années, il y a une très faible incidence des pathologies hivernales :

- concernant la grippe, la saison 2013-2014 a connu une épidémie de faible intensité et de courte durée [50] ;
- concernant la gastro-entérite aiguë, la saison 2013-2014 a connu un nombre de cas plus élevé qu'en 2011-2012 mais bien plus faible que les épidémies de 2007 à 2010 [51].

Le délistage et la survenue d'épidémies saisonnières sont deux facteurs qui jouent sur l'automédication et donc sur le volume des ventes de PMF.

**Tableau III : Part de marché de l'automédication en volume, en Europe, en 2013 et 2014 [48]**

| Pays | Part d'automédication en 2013 (%) | Part d'automédication en 2014 (%) |
|---|---|---|
| **Espagne** | 8,71 | 11,7 |
| **Italie** | 12,35 | 12,3 |
| **France** | 15,69 | 15,4 |
| **Belgique** | 38,29 | 38,0 |
| **Pays-Bas** | 38,54 | 37,5 |
| **Suède** | 42,1 | 42,2 |
| **Allemagne** | 44,5 | 44,8 |
| **Royaume-Uni** | 55,7 | 57,8 |

En comparaison, certains pays européens tels que l'Espagne et l'Italie ont un taux d'automédication inférieur à celui de la France (3,1 à 3,7 points de moins). À l'inverse, les pays du nord de l'Europe ont une automédication bien plus élevée et notamment au Royaume Uni où celle-ci est 3,75 fois plus importante qu'en France. Ces disparités s'expliquent en partie par les différences de législation entre ces pays. Les facteurs importants sont notamment :

- le délistage de spécialités qui améliore mécaniquement le volume de vente de l'automédication (associé aux conseils du pharmacien) ;
- la prise en charge : plus il y a de PMF remboursés, plus le patient est tenté par le passage chez le médecin plutôt que l'automédication directe (exemple en Italie, aucun médicament de PMF n'est pris en charge, le taux d'automédication y est l'un des plus faible d'Europe).

Tableau IV : Régulation du prix des spécialités en automédication en Europe [48]

| Pays | Spécialités disponibles en automédication non remboursables | | Spécialités disponibles en automédication remboursables | |
|---|---|---|---|---|
| | Prix régulés | Prix libres | Prix régulés | Prix libres |
| **France** | Non | **Oui** | **Oui** | Non |
| **Allemagne** | Non | **Oui** | Non | **Oui** |
| **Belgique** | **Oui** | Non | **Oui** | Non |
| **Pays-Bas** | Non | **Oui** | Non | **Oui** |
| **Espagne** | Non | **Oui** | **Oui** | Non |
| **Italie** | Non | **Oui** | Il n'existe pas de spécialités disponibles en automédication remboursables en Italie | |
| **Suède** | Non | **Oui** | **Oui** | Non |
| **Royaume-Uni** | Non | **Oui** | **Oui** | Non |

En France, plusieurs raisons expliquent cette faible part de marché de l'automédication, et notamment :

- une bonne disponibilité des médecins (généralistes ou urgentistes) ;
- plus de 10.000 spécialités sont délistées mais 72% sont encore remboursées [52] ;
- bon niveau de prise en charge des médicaments en France qu'ils soient des médicaments de PMF ou de PMO ; « le reste à charge des ménages en santé parmi le plus bas d'Europe » avec 8% ;
- aucune volonté politique de favoriser l'automédication : aucun délistage effectué en 2014 (d'où une des raisons de la très faible évolution entre 2013 et 2014).

Ces spécificités du marché français, avec une automédication peu développée, montre que le marché potentiel de la vente en ligne de PMF est plutôt restreint. Cette faible taille du marché implique un faible potentiel de vente, et donc de rentabilité. Evidemment le marché de l'automédication étant tributaire de la volonté politique (comme démontré dans la partie 1), le contexte peut rapidement basculer pour devenir favorable au développement de l'automédication comme ce qui se passe en Espagne.

## 2. Analyse comparée des marchés européens de vente en ligne

La vente en ligne de médicaments se développe en France uniquement suite à l'obligation d'appliquer la directive européenne au droit français. Cependant certains pays européens n'ont

pas attendu cette obligation pour développer ce nouveau moyen de délivrance. S'intéresser à leur situation actuelle permet d'envisager quelle pourrait être la situation du marché français dans quelques années. Le tableau V répertorie la liste de certains pays de l'UE ayant déjà appliquée la directive 2001/83/CE concernant l'ouverture de la vente en ligne de médicaments. Il est possible de suivre les mesures nationales d'exécution en lien avec la directive qui sont communiquées par les 28 États membres [53].

**Tableau V : État de la législation de la vente en ligne de médicaments pour certains pays de l'UE l'ayant déjà autorisée [54]**

| Vente en ligne autorisée pour les médicaments de PMF uniquement et site adossé à une pharmacie physique | Vente en ligne autorisée pour tous les médicaments (PMF, PMO), si site adossé à une pharmacie physique | Vente en ligne autorisée pour tous les médicaments et pas d'officine physique obligatoirement adossée | Vente en ligne autorisée pour médicament sur ordonnance uniquement |
|---|---|---|---|
| **Irlande, Espagne, Belgique, Italie, Pologne, République tchèque, Slovaquie, Hongrie, Finlande et France** | Allemagne, Danemark, Portugal et Suède | Royaume-Uni et Pays-Bas | Suisse |

Il y a déjà 20 pays qui se sont mis aux normes des exigences européennes. Pour plus de sécurité, l'European Medicines Agency regroupe l'ensemble des sites gouvernementaux des États membres qui permettent d'accéder à la liste des sites légaux de vente en ligne de médicaments autorisés dans chaque pays. La Grèce, la Lituanie, le Luxembourg, la Roumanie, la Slovénie, l'Islande, le Liechtenstein et la Norvège sont les derniers États membres ne proposant pas encore de sites gouvernementaux regroupant les sites légaux de vente en ligne de médicaments [55].

Nous avons interrogé les instances européennes, par mail le 26 octobre 2015, sur le fait que la directive devait être appliquée avant le 2 janvier 2013 et que visiblement certains États membres n'avaient pas respecté ce délai. Voici la réponse qui nous a été formulée :

« Monsieur,

Nous vous remercions de nous avoir contactés.

Pour que chaque adhésion profite autant à l'Union qu'aux pays en cours d'adhésion, le processus d'élargissement doit être géré avec soin. Les pays candidats doivent démontrer qu'ils seront capables de remplir pleinement leur rôle d'État membre. Ils doivent, pour cela, s'assurer un vaste soutien populaire et veiller à être en conformité avec les normes politiques et techniques de l'Union européenne. Tout au long du processus, de la candidature à l'adhésion, l'Union applique des procédures d'approbation par paliers.

Pour en savoir plus, veuillez trouver via le lien ci-dessous les informations sur l'acquis communautaire et sur la manière dont les nouveaux pays doivent transposer la législation de l'UE :
http://ec.europa.eu/enlargement/policy/conditions-membership/index_en.htm (la page n'est pas disponible en français)
Quant à la transposition de cette directive, sachez qu'une "directive" est un acte législatif qui énonce un objectif que tous les pays de l'UE doivent réaliser. Toutefois, il appartient à chaque pays de décider comment :
http://europa.eu/eu-law/decision-making/legal-acts/index_fr.htm
Les mesures d'application nationales peuvent être vérifiées ici :
http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/NIM/?uri=celex%3A32011L0062
Nous espérons que ces informations vous seront utiles et restons à votre disposition pour toute question complémentaire.
Meilleures salutations »

Le précurseur européen est le Royaume Uni qui autorise dès 1999 l'ouverture de la vente en ligne de PMF et PMO ainsi que le développement de *pure player*. L'Allemagne autorise la vente en ligne en 2004 après l'affaire DocMorris, cependant elle n'autorise pas les *pure player*. Aujourd'hui plus d'une quinzaine de pays européens ont autorisé la vente en ligne, avec des différences règlementaires importantes, expliquées par la souplesse de la directive européenne (Tableau V).

**a. Analyse de la situation belge**

La Belgique possède une législation très proche de la nôtre concernant la vente en ligne de médicaments et le monopole officinal. Autorisé en 2009 par arrêté royal, on dénombre au 30 juin 2015, 209 pharmacies possédant une activité de vente en ligne sur un total de 4.985 pharmacies belges, soit 4,20% [56], [57]. En 2012 le CA des pharmacies belges s'établissait à 5,4 milliards d'euros et celui de la vente en ligne était de 26,5 millions d'euros soit 0,49%. Newpharma, leader de la vente en ligne en Belgique, accapare à lui seul 45% du CA total de la vente en ligne [58].

Après 5 ans d'ouverture de la vente en ligne de médicaments, on peut constater le faible engouement des belges pour cette méthode de délivrance malgré une automédication très importante qui aurait pourtant dû favoriser le développement de la vente en ligne. En outre, le marché tend à se structurer autour d'un acteur prédominant qui ne laisse que peu de place à ses concurrents.

### b. Analyse de la situation allemande

L'Allemagne a autorisé la vente en ligne de médicaments en 2004 suite à l'affaire DocMorris. Cependant, contrairement à la Belgique et à la France, la vente en ligne est autorisée pour tous les médicaments (PMF et PMO). Il y a 3.010 pharmacies allemandes (sur 20.900 soit 14,4% du réseau) qui vendent des médicaments sur internet. Le CA total de la vente en ligne représente 1,5 milliard d'euros (3,40%), à comparer aux 44,1 milliards d'euros de CA annuel de la pharmacie allemande. De plus, 59% du CA de la vente en ligne est réalisé par les PMF, soit 15 points de plus que l'automédication dans les pharmacies physiques. Le marché est dominé par une dizaine de sites internet avec en tête le leader historique DocMorris [59].

Autorisé depuis plus de 10 ans, le marché allemand de la vente en ligne de médicaments progresse chaque année (6% en 2012, 8% en 2013), mais il faut noter que le patient allemand a plus facilement recours à l'automédication et que tous les médicaments (PMO et PMF) sont vendus en ligne ; deux particularités majeures qui ne sont pas présentes en France.

### c. Analyse de la situation anglaise

Le Royaume Uni est le pays le plus libéral concernant la législation sur l'officine et sur la vente en ligne de médicaments. L'automédication n'est plus dans le monopole officinal, des chaines de pharmacie existent et les leaders de la vente en ligne sont des *pure player* n'ayant aucun lien avec des officines physiques. D'ailleurs il n'est même pas obligatoire d'être pharmacien pour posséder un site internet de vente de médicaments [6].

Ces plateformes internet de vente de médicaments ont même développé un système de consultation médicale : les patients sélectionnent leur pathologie ou leurs symptômes puis ils peuvent consulter un médecin à partir du site, qui leur prescrit les médicaments qu'ils peuvent ensuite acheter toujours sur le même site. Les sites les plus connus sont :

- http://www.chemistdirect.co.uk ;
- https://www.pharmacy2u.co.uk ;
- http://www.pharmacyfirst.co.uk ;

Malgré cette totale libéralisation du marché du médicament sur Internet et la possibilité d'obtenir à la fois sa prescription et son médicament sur une même plateforme internet, on remarque que le niveau de vente est égal à celui de l'Allemagne (8% pour les deux).

### d. Perspectives françaises

Avec une automédication très peu développée, une législation très stricte sur la vente en ligne, un réseau d'officines très dense, un système de garde qui permet la délivrance de médicaments toute l'année, à toute heure et le développement de pharmacies discounts depuis un certain nombre d'années, l'avenir de la vente en ligne en France ne semble pas florissant. Même dans les pays dans lesquels les conditions de vente sur internet sont idéales et où la vente en ligne est pratiquée depuis de nombreuses années, le CA des sites internet de pharmacie reste mineur par rapport au CA global des médicaments dans ces pays (Allemagne et Royaume Uni notamment) (Tableau VI).

**Tableau VI : Part de la vente en ligne de médicaments par rapport au chiffre d'affaire global du médicament dans différents pays européens en 2013 [48]**

| Pays | Internet (%) |
|---|---|
| **Allemagne** | 8 |
| **Belgique** | 7 |
| **Pays-Bas** | 3 |
| **Espagne** | / |
| **Italie** | / |
| **Suède** | 3 |
| **Royaume Uni** | 8 |

L'analyse du marché de la vente en ligne en 2013, 2014 et 2015 pour la France va montrer le peu d'intérêt actuel de la population pour ce type de délivrance et la croissance très faible de ce nouveau mode de délivrance.

## B. Les timides débuts du marché français de vente en ligne

Le journal économique les Echos est le premier à analyser le potentiel de la vente en ligne en France [58]. L'étude est réalisée avec deux partenaires : Celtipharm, société spécialisée dans le recueil de données de santé et le Gers, groupe d'intérêt économique de l'industrie pharmaceutique. Cette analyse porte sur les 11 premiers mois de l'année 2013. L'autorisation de vente en ligne étant intervenue fin 2012 et la publication des décrets d'application datant de juin 2013, il n'y avait alors pas le recul nécessaire pour évaluer un éventuel impact économique sur l'officine. Cependant les projections faites dans l'étude pour 2014 vont pouvoir être vérifiées grâce aux données obtenues auprès des officines en ligne tout au long des années 2014 et 2015.

## 1. Situation du marché des médicaments de prescription médicale facultative avant la vente en ligne

L'étude des Échos constatait entre 2008 et 2012, une baisse de 4 points concernant la valeur du marché des PMF remboursables en revanche, la valeur du marché des PMF non remboursables augmente de 5 points. Cet effet peut s'expliquer par les vagues de déremboursement réalisées pendant cette période (janvier 2008, septembre 2009 décembre 2011 et mars 2012). Au niveau du volume de vente, l'étude relevait l'effet inverse, avec une augmentation de 4 points des PMF remboursables et une diminution de 3 points des PMF non remboursables. Cet effet croisé entre valeur et volume est tout à fait logique, car il y a toujours une chute brutale de la consommation d'un médicament qui perd son statut de « médicament remboursé ». Entre 2012 et 2013 la vague de déremboursement a entrainé une chute de 41% du CA de ces spécialités (174 millions d'euros pour les 12 mois précédents le déremboursement et 103 millions pour les 12 suivants). En effet, les prescripteurs se reportent sur d'autres spécialités remboursées, souvent à la demande du patient, pour bénéficier d'un traitement remboursé. Dans le même temps, le prix du médicament, libre de toute entrave réglementaire, se voit augmenter de façon conséquente. Cette inflation du prix du médicament qui va être fixée librement par chaque pharmacie, est liée aux conditions commerciales conclues entre le laboratoire et le pharmacien.

Sachant que la vente en ligne en France n'inclut pas la délivrance de médicaments par ordonnance, une grande partie du marché de la PMF remboursable échappe aux sites de vente en ligne. Encore une fois le développement futur de la vente en ligne passe indirectement par la volonté politique de dérembourser ou non les PMF remboursables.

## 2. Les réticences de la profession face à cette nouvelle activité

Le nombre d'accréditations pour ouvrir un site de vente en ligne de médicaments a été multiplié par 10 entre avril et novembre 2013. C'est une croissance plutôt importante au vu des réticences constatées lors de la publication du décret de décembre 2012.

Fin 2013, l'étude des Échos tablait sur le fait que 10% du réseau allait ouvrir un site de vente en ligne. Il y aurait bientôt 2200 sites de vente en ligne de médicaments ouverts, soit un développement bien plus rapide qu'en Allemagne (15% du réseau est en ligne après 9 ans). Cependant, entre accréditation et ouverture effective de site, on constate une forte variation d'effectif. En effet, beaucoup d'officines font leur demande d'agrément sans pour autant ouvrir réellement leur site de vente en ligne. Les titulaires les plus prudents obtiennent l'agrément pour réagir plus vite en cas de réelle opportunité économique. Cet attentisme peut avoir pour effet de

rendre l'accès au marché plus difficile. Dans un secteur dominé par des acteurs déjà bien implantés, il est plus compliqué de conquérir des parts de marché. En Europe, les primo-arrivants sont aujourd'hui les leaders de leur marché national (DocMorris en Allemagne, New pharma en Belgique).

Un sondage a été fait auprès de 1058 pharmaciens titulaires (terrain on-line réalisé par Celtipharm au cours des mois de juillet et août 2013) et le résultat est sans appel : 89% des pharmaciens sont contre le principe de vente de médicaments en ligne [58].

Les deux premiers arguments avancés pour expliquer cette opposition sont la peur de perdre le monopole des médicaments de PMF, suivi de l'inquiétude sur l'accélération de la concurrence entre les officines et donc d'une diminution de la rentabilité. À l'inverse, il y a seulement 6% des titulaires qui pensent que c'est une opportunité pour gagner de la clientèle, et 4% qui pensent qu'il n'y aura aucune conséquence sur l'activité et l'organisation de l'officine. Dans le panel interrogé, seuls 28 avaient déjà créé leur site internet. L'argument principal qui les a menés à la création de leur site internet était la volonté d'augmenter le CA de leur officine par ce moyen.

La part de la vente en ligne dans leur CA restait faible puisque pour le moment 64% des répondants indiquaient que l'activité de vente en ligne représentait moins de 2% du CA total de l'officine. Le bilan pour ces 28 titulaires était très partagé : 39% pensaient qu'il est positif, 36% ne pensaient pas avoir assez de recul pour juger, 25% en tiraient un bilan négatif (activité chronophage et non rentable, site peu visible, temps de préparation des commandes trop long). Les arguments avancés dans le cadre de cette étude étaient presque tous d'ordre économique, ce qui montre bien que le titulaire pense qu'il y aura un impact économique sur l'officine qu'il soit positif ou négatif.

### 3. Arguments avancés par les « pro et les anti-la vente en ligne »

L'étude des Echos met en balance les différents arguments positifs ou négatifs liés à l'ouverture de la vente en ligne et avancés par les différents acteurs. Les arguments des « *pro-vente en ligne* » sont :

- Le potentiel énorme d'e-chalands français (31 millions de e-consommateurs dont 96% satisfaits par leur achat internet) et même d'e-chalands européens. Le lobby pour la vente en ligne European association of mail service pharmacies (EAMPS) estimait même qu'en 2011, en Europe, plus de deux millions de patients s'adressent chaque jour pour un conseil ou un achat, à un site de vente de médicaments [60].
- La possibilité de développer un portail multilingue à la manière de Newpharma en Belgique permettant de toucher tous les européens.

- Le secteur de la beauté et celui de la santé constituent le 7eme marché de la vente en ligne.
- La possibilité de développer deux formes de vente en ligne, le « *click and collect* » (c'est-à-dire la commande en ligne et la récupération de celle-ci à l'officine) et la réception à domicile (livraison par le service postal avec un délai d'acheminement compris entre 24 et 72h).
- La confidentialité des échanges est l'un des atouts majeurs de la vente en ligne. Cela permet aux patients les moins à l'aise au comptoir de commander leur traitement en toute sérénité sans avoir la sensation d'être écouté ou jugé.
- La possibilité de comparer les prix ; naviguer de site en site internet est bien plus simple pour trouver la meilleure offre financière plutôt que de visiter chaque pharmacie présente autour de chez soi.
- Accès à une offre plus large de produits ; grâce à l'accès à des centaines de sites de pharmacies qui proposeront certainement le produit recherché.

En revanche, certains arguments avancés sont plus contestables comme :

- La disponibilité 7j/7 24h/24 ; cette disponibilité est toute relative car la commande si elle est passée dans la nuit ne sera préparée puis expédiée que lorsque le pharmacien reviendra dans son officine. Puis il y aura le délai d'expédition postal qui peut aller de 24 à 72 heures en fonction de l'offre d'expédition choisie.
- Facilité pour les personnes à mobilité réduite ou habitant loin d'une officine ; cet argument est plus ou moins valable puisque les pharmaciens sont autorisés à délivrer à domicile quand la santé de la personne ne permet pas la venue à l'officine.
- Couverture des besoins de la population, y compris dans les zones rurales ; le maillage français de pharmacies actuellement est très important avec une pharmacie pour un peu moins de 3000 habitants, rares sont les zones où la pharmacie est difficile d'accès [61].
- Sécurité de la dispensation, grâce notamment à la possibilité de détecter automatiquement les interactions médicamenteuses ; si le pharmacien réalise bien son conseil et qu'il demande si le patient a un traitement actuel, la sécurité de la dispensation est aussi bien assurée en officine que sur internet.
- Développement d'un CA additionnel ; il faut surtout appréhender la rentabilité du site.

Par contre, pour les « anti-vente en ligne », l'autorisation d'ouvrir la vente en ligne est très négative pour la profession pour les raisons suivantes :

- Remise en cause de l'intérêt du conseil pharmaceutique en face-à-face : mais il sera remplacé par un échange électronique.
- Signal favorable à la remise en cause du monopole de distribution des médicaments d'automédication : il n'y a aucune remise en cause du monopole officinal puisque seules

les pharmacies pourront ouvrir un site de vente en ligne de médicaments.

- Canal de distribution pouvant favoriser l'entrée de produits illicites et contrefaits : argument valable mais si la communication autour des sites de vente en ligne de médicaments et l'éducation de la population sont bien réalisées, le e-patient saura où sont les sites fiables pour réaliser ses achats de médicaments en ligne.
- Densité du maillage actuel du réseau officinal ne nécessitant pas un dispositif de vente à distance : argument recevable.
- Remise en question du principe même du quorum par l'extension des zones de chalandise des e-pharmacies, qui s'étend de fait bien au-delà de leur zone d'activité : argument recevable.
- Risque de déstabilisation du réseau en renforçant l'intensité concurrentielle entre les officines : argument a priori peu recevable au vu des exemples européens (notamment Allemagne et Belgique).
- Risques éventuels de mésusage et de surconsommation : arguments non recevables car les mêmes risques existent à la pharmacie.
- Diminution des occasions de contact avec un professionnel de santé : argument en partie recevable car tout dépend comment le patient utilise les systèmes mis en ligne (discussions avec le pharmacien par mails interposés, possibilité de contact par téléphone).
- Délais de livraison incompatibles avec l'aspect curatif d'un traitement pour une pathologie aigüe : argument recevable.

Finalement, les deux parties ont des arguments qui s'entendent, cependant l'ouverture de la vente en ligne est inéluctable, et les points négatifs mis en exergue par les « anti-vente en ligne » devront être travaillés pour éviter la survenue d'éventuels problèmes.

### 4. Profil et bilan des premiers pharmaciens entrants sur le marché de la vente en ligne de médicaments

L'étude des Echos propose l'analyse de 76 officines ayant mis en place un site de vente de médicaments [58]. On constate que ces précurseurs sont plutôt de grosses officines avec par conséquent des capacités d'investissement importantes. Ces officines ont déjà une importante activité dans l'automédication, la diététique, les compléments alimentaires et la dermocosmétique. Cette importante activité en officine permet de proposer des prix compétitifs, et ainsi de mieux affronter la concurrence en ligne. Elles sont plutôt installées dans des grands centres urbains ou dans des centres commerciaux avec déjà un flux de client important. Le profil des premiers entrants est logique au vu des différentes contraintes liées au développement d'un site (à savoir la capacité d'investissement financier, la nécessité de faire face à une concurrence importante, le fait que l'activité soit chronophage pour les équipes …).

En revanche, l'activité générée par leur site semble rester très modeste en 2013 (4500€ de CA réalisé en 5 mois d'ouverture effective). En effet la publicité et la promotion des sites internet étant interdite, il est difficile de se constituer une clientèle virtuelle. Comment un client peut-il venir acheter un médicament sur un site internet alors qu'il ne connaît même pas son existence ? Un des points positifs de l'étude est que le panier moyen d'un acheteur virtuel est de 6 euros plus important que celui de l'officine physique. La motivation de la livraison gratuite à partir d'un certain montant peut expliquer cet écart. La très grande majorité des commandes effectuées en ligne sont expédiées à domicile (97%), le « *click and collect* » rencontre moins de succès qu'escompté.

Enfin trois segments de produits représentent 75% de l'activité en ligne : hygiène-cosmétologie, compléments alimentaires-diététique et rayon bébé. À voir si le segment de l'automédication peut trouver sa place dans le panier de l'acheteur en ligne, sachant que le PMF reste principalement utilisé lors de maladies aigües nécessitant une prise rapide pour soulager les symptômes.

L'étude conclue de manière plutôt optimiste quant au potentiel de développement de la vente en ligne car selon ses auteurs, de nombreux facteurs favorables sont réunis. Cependant la très grande majorité des titulaires d'officines sont réticents à développer ce nouveau mode de délivrance. L'analyse des données économiques de l'année 2014 et 2015 va permettre de vérifier les arguments de chacun et de donner une tendance sur le développement de l'activité de vente en ligne de médicaments avec des perspectives qui ne sont peut-être pas encore faciles à mesurer ou à appréhender au moment de l'étude.

## C. Analyse du marché français actuel

Au moment de l'étude des Échos, la vente en ligne en France n'est en place que depuis quelques mois. Nous allons analyser les débuts de ce nouveau marché à travers les chiffres de l'automédication à savoir le volume de vente ainsi que les prix pratiqués (partie 1 et 2), l'évolution du nombre de pharmaciens qui se sont engagés dans cette voie (partie 3), la répartition géographique de ces pharmacies (partie 4) et enfin l'évolution du chiffre d'affaire relevé mensuellement.

### 1. Délistage et croissance du marché potentiel de l'automédication

Le marché de l'automédication est en décroissance depuis 2013. Une spirale négative liée à deux hivers successifs particulièrement doux et au délistage d'une seule molécule en 4 ans (Esomeprazole en 2013). On remarque une bonne corrélation entre délistage de spécialités

pharmaceutiques et croissance du marché de l'automédication (Tableau VII). Ainsi avec 3 puis 2 molécules délistées en 2009 et 2010, le marché de l'automédication a augmenté pendant 4 années de suite (de 2009 à 2012).

**Tableau VII : Corrélation entre délistage et variation de la valeur du marché de l'automédication [48]**

| Année | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Variation du marché de l'auto-médication en valeur | / | +1,8% | +2,2% | +1,9% | +3,2% | -3% | -0,4% |
| Délistage | Racecadotril | Orlistat, Pantoprazole Levocabastine | Omeprazole Amorolfine | / | / | Esomepra zole | / |

Un marché de l'automédication peu dynamique et en décroissance en France est un handicap certain pour l'évolution du marché de la vente en ligne. Lors de l'analyse des chiffres de la vente en ligne de médicaments de 2014 et 2015, il faudra tenir compte de ce paramètre important.

## 2. Evolution des prix de l'automédication

Le prix moyen de l'automédication en France est l'un des plus bas d'Europe. En Décembre 2014, le prix moyen des médicaments de PMF non remboursables était de 5,86€ et pour celui des médicaments de PMF remboursables, il était de 2,51€. De plus la dispersion des prix entre les officines, se réduit depuis 13 ans et est passé de 0,67€ en 2001 à 0,41€ en 2014 [48].

Ce phénomène est lié à l'augmentation de la concurrence entre les officines qui s'effectue depuis quelques années. Le patient reste généralement fidèle à son officine de quartier quand il s'agit de PMO mais il est beaucoup plus attentif qu'avant quant aux prix des PMF non remboursables. De ce fait, les titulaires d'officine ont été obligés de modifier leur comportement sur les prix pratiqués pour les médicaments à marge libre. Deux facteurs ont accéléré cette concurrence exacerbée ; l'apparition de pharmacies dites « low cost » organisées en groupement et la nette baisse du pouvoir d'achat des français suite à la crise économique de ces dernières années.

Après l'automédication, la concurrence entre les pharmacies est un deuxième facteur qui va handicaper l'évolution de la vente en ligne ; en effet si le patient consommateur trouve près de chez lui une pharmacie qui pratique des prix bas, il y aura moins d'intérêt à commander en ligne. C'est un autre élément à ne pas négliger dans l'analyse des chiffres de la vente en ligne.

### 3. Croissance du nombre de sites de vente en ligne

Le nombre d'accréditations de sites de vente en ligne est en constante augmentation depuis la parution du décret de décembre 2012 (Figure 7). Cependant, il faut distinguer accréditation (les critères seront abordés dans la partie 3 de la thèse) et site de vente en ligne actif. En effet seulement 30 sites étaient actifs et proposaient de la vente de médicaments en 2013 puis 111 sites fin 2014 et 181 en mai 2015.

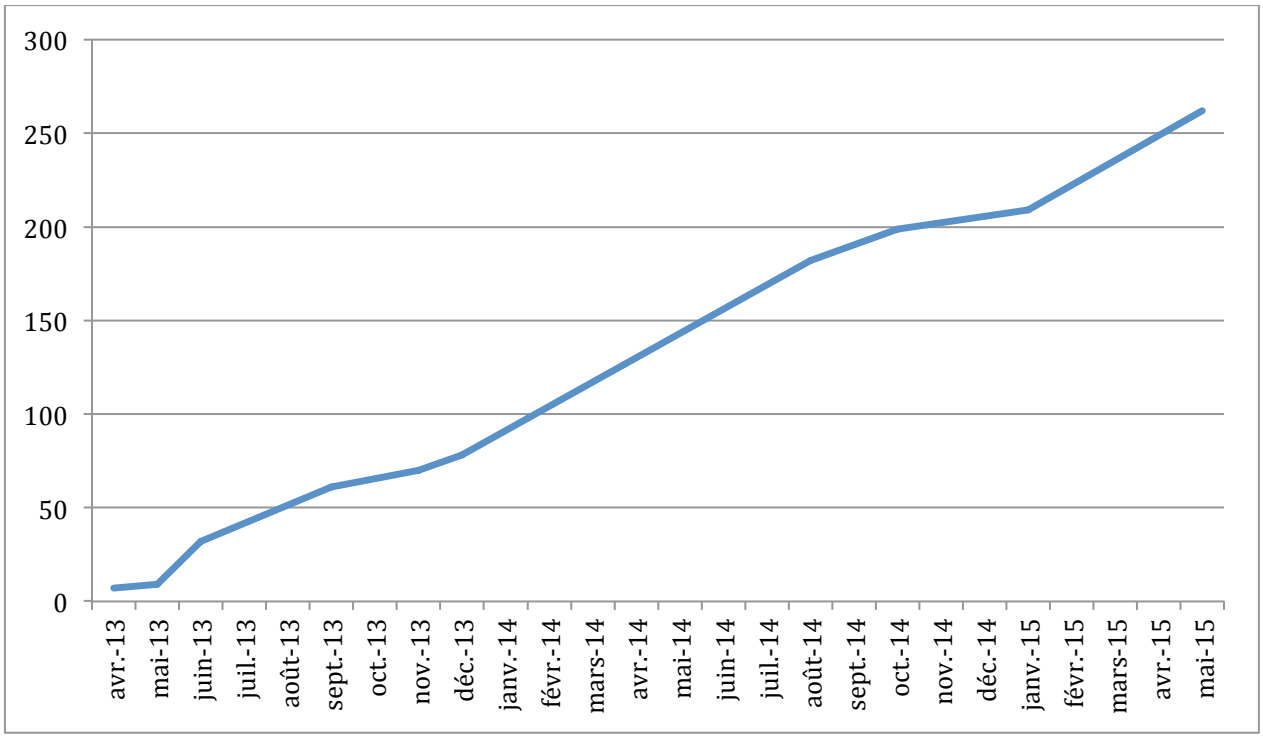



**Figure 7 : Évolution du nombre d'accréditations permettant l'ouverture d'un site de vente en ligne de médicaments**

Les perspectives de développement de la vente en ligne qu'établissait l'étude des Echos en 2013, sont très loin d'être atteintes. Il y a en France, en mai 2015, 262 accréditations pour 22303 officines soit 1,18% du réseau et donc très loin encore des 10% imaginés [61]. Parmi ces 262 accréditations, il y en a 81 qui ne correspondent pas à un site proposant des médicaments soit 30,9%. Parmi les sites actifs proposant des PMF (181), 89 ne font pas partie d'un groupement (soit 49,2%).

On dénombre 12 groupements qui ont une présence plus ou moins importante en ligne et utilisant différentes stratégies (Figure 8). Deux groupements n'utilisent que le « *click and collect* » : Forumsanté et Lafayette. Le réseau Lafayette qui possède le plus grand nombre de sites actifs ne s'est pas lancé dans la vente par voie postale. Les officines du groupement sont très fréquentées et la tactique du groupe est de faire venir l'e-consommateur dans son officine tout en lui faisant gagner du temps à la caisse.

Doctipharma est adossé à un nom de domaine et un site internet très connu dans le paysage de l'information santé sur internet. Pour l'instant une seule officine propose des médicaments en ligne mais le réseau est appelé à se développer très rapidement. Univers Pharmacie et Pharmactiv suivent le même chemin que Doctipharma. Ces 3 groupements attendent sûrement de voir l'évolution du marché avant de lancer l'ensemble de leur réseau dans la vente en ligne.

Me Soigner, Pharmarket et Giphar se développent plus rapidement mais ne dépassent pas les 10 officines en ligne. En revanche le groupe Pharmavie possède déjà plus d'une quinzaine de sites actifs et semble se développer très rapidement.

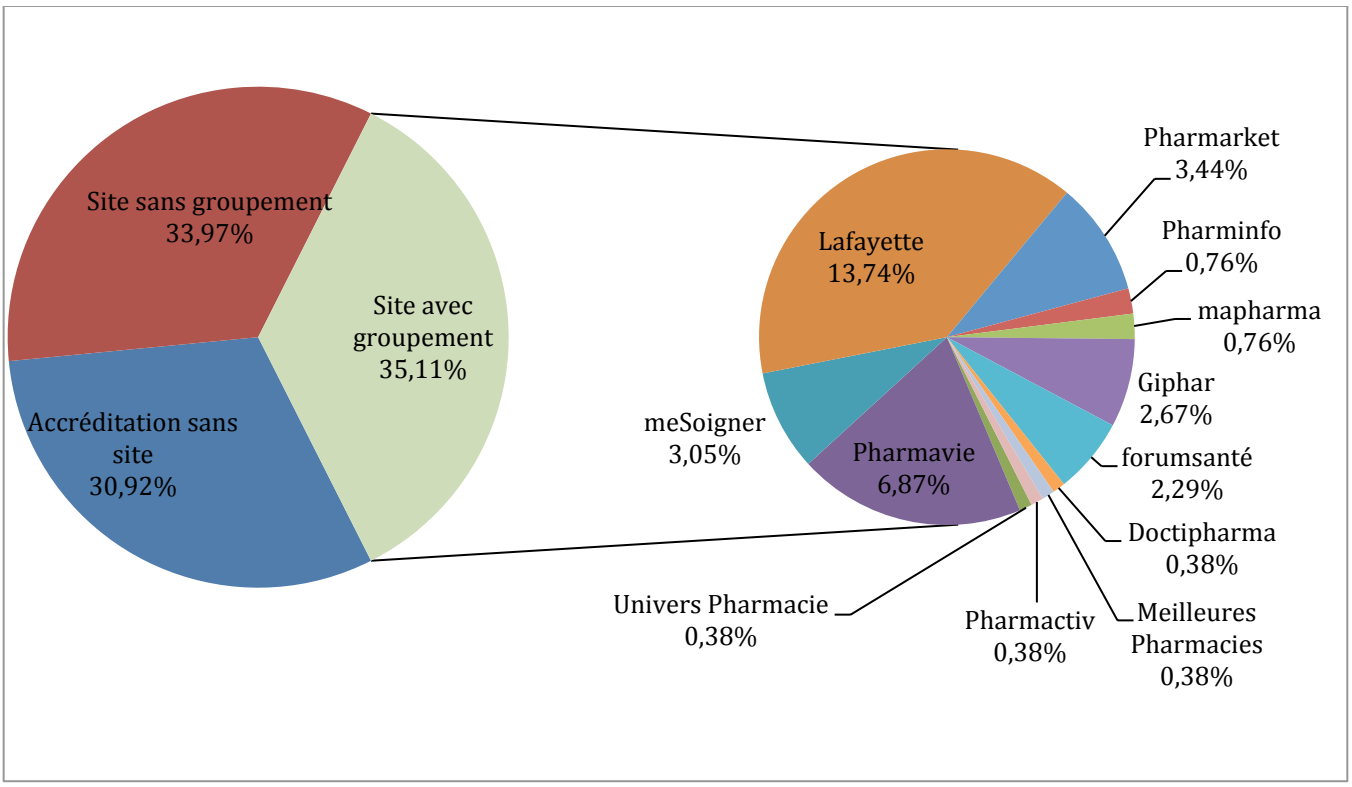



**Figure 8 : Répartition du devenir des différentes accréditations pour ouvrir un site de vente en ligne de médicaments**

## 4. Répartition géographique des pharmacies ayant un site de vente en ligne

On remarque que l'ensemble du territoire de la métropole est couvert par des officines qui souhaitent ouvrir un site de vente en ligne (Figure 9). Cependant il y a une forte concentration autour des grandes métropoles françaises et l'absence totale de pharmacies corses en ligne. Les DOM-TOM, la Martinique, la Réunion et la Guyane possèdent des officines ayant fait la démarche administrative pour ouvrir un site. Les régions qui comptent le plus de demande sont : Ile de France (36 demandes), Rhône-Alpes (32 demandes), Aquitaine (22 demandes) et Provence-Alpes-Côte d'Azur (20 demandes). On retrouve dans ces régions les plus grandes villes de France à savoir Paris, Marseille, Lyon et Bordeaux.

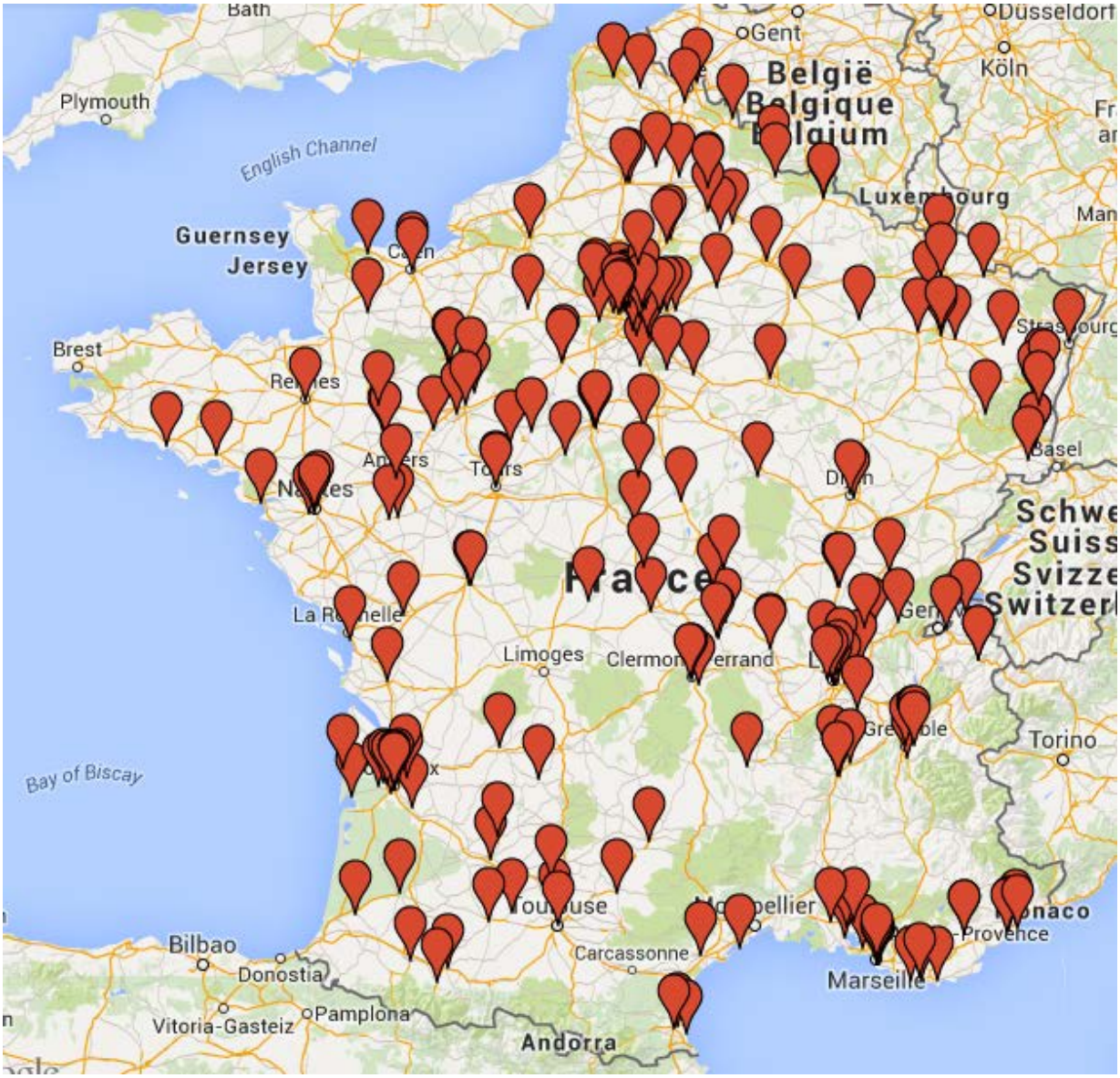



Figure 9 Répartition des demandes d'accréditation pour ouvrir une officine en ligne en France métropolitaine (mai 2015)

### 5. Analyse du chiffre d'affaire généré par les sites de vente en ligne

D'après les données de Celtipharm, le CA moyen annuel par site de vente en ligne en France s'est établi à 65.000€ TTC (Figure 10) [48]. Il faut ensuite étudier la part du PMF dans ce CA total de la vente en ligne ; le CA 2014 de toutes les pharmacies autorisées à vendre sur internet était de 4,5 millions d'euros TTC alors que le CA 2014 des PMF s'élevait à 300.000 euros TTC soit 6,7% du CA total de la vente en ligne. On peut aussi comparer ce CA de médicaments de PMF vendus en ligne au CA total de l'automédication en 2014 qui est de 2,115 milliards d'euros ; ce qui nous donne une part de marché équivalente à 0,014% de la vente totale de PMF en France en 2014.

Ces chiffres montrent bien le très timide début de la vente en ligne en France. Ensuite pour aller plus loin, il faudrait connaître la part de marché de chaque site. En effet il est fort probable que quelques acteurs monopolisent la majorité du secteur et que le reste des sites de vente en ligne récupèrent les miettes laissées.

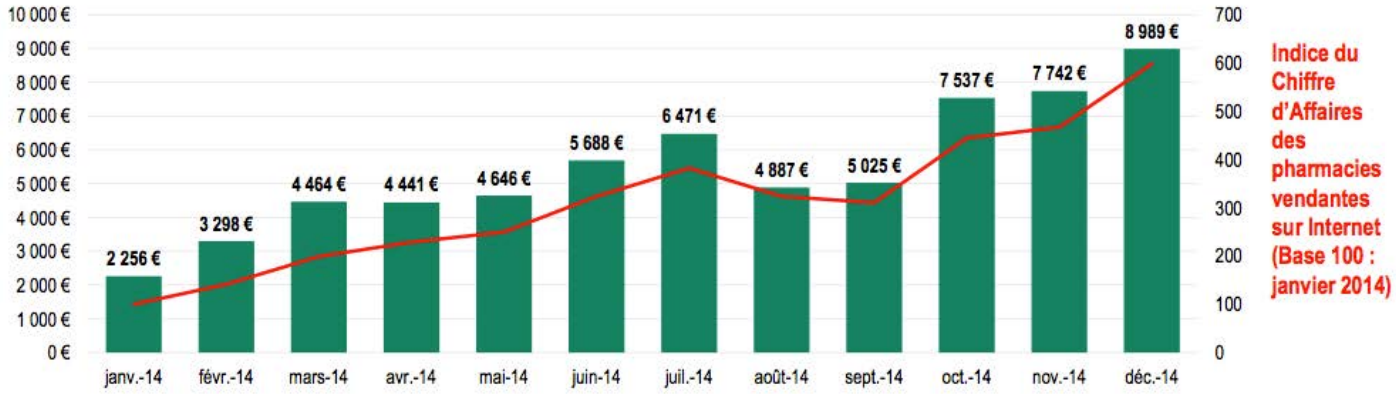



Figure 10 : Moyenne du CA des pharmacies possédant un site Internet pour l'année 2014 [48]

## D. Enquête auprès des pharmaciens déjà connectés

### 1. Intérêt du sondage

La vente en ligne de médicaments en France étant encore un sujet très récent, il n'existe que très peu de données permettant de voir quel est son impact économique sur l'officine. Ce tout jeune secteur est soumis à une rude concurrence, ainsi les pharmaciens connectés sont très réticents à parler de l'aspect économique de la vente en ligne. C'est pourquoi nous avons décidé de leur soumettre un questionnaire anonyme, leur garantissant ainsi une plus grande liberté de parole.

À travers cette enquête que nous avons réalisée via une plateforme internet, nous avons voulu définir le profil des officines lancées dans la vente en ligne, le profil de la e-patientèle, les moyens financiers et humains mis en œuvre, la politique de développement du site, les retombées pour l'officine.

## 2. Méthode

Au lancement du sondage, le 12 mai 2015, le site de l'Ordre des pharmaciens recensait 262 accréditations. Parmi toutes ces accréditations, nous avons ciblé uniquement les officines ayant un site actif et proposant des médicaments de PMF. Sur les 181 officines contactées (appel à l'officine, envoi d'un mail et deux relances mail), 55 ont répondu au sondage proposé, soit un échantillon de 30% des opérateurs visés. Ce taux de participation peut s'expliquer par deux raisons principales (évoquées en réponse de mail ou par téléphone) :

- sondage qui touche à l'économie de l'officine, donc sensible ;
- nombre de sondés n'ayant pas assez de recul pour répondre ; il faut donc prendre en compte que seulement 30 officines ont une expérience de 2 ans et 81 officines ont une expérience d'au moins 1 an.

Le sondage est composé de 52 questions dont 32 à choix simple ou multiple, 12 à réponse ouverte et 9 nécessitant une réponse chiffrée. Aucune question n'était obligatoire afin de permettre au plus grand nombre de répondre au questionnaire (Annexe 2). Nous préciserons le nombre de répondants (n) pour chaque question (récapitulé dans le tableau VIII).

**Tableau VIII : Nombre de pharmaciens répondants pour chaque question du sondage**

| Numéro de la question | Nombre de répondants |
|---|---|
| Question 1 | 54 |
| Question 2 | 54 |
| Question 3 | 50 |
| Question 4 | 50 |
| Question 5 | 50 |
| Question 6 | 42 |
| Question 7 | 53 |
| Question 8 | 54 |
| Question 9 | 30 |
| Question 10 | 30 |
| Question 11 | 49 |
| Question 12 | 49 |
| Question 13 | 30 |

| | |
|---|---|
| Question 14 | 55 |
| Question 15 | 34 |
| Question 16 | 38 |
| Question 17 | 50 |
| Question 18 | 53 |
| Question 19 | 44 |
| Question 20 | 39 |
| Question 21 | 47 |
| Question 22 | 44 |
| Question 23 | 30 |
| Question 24 | 30 |
| Question 25 | 35 |
| Question 26 | 40 |
| Question 27 | 40 |
| Question 28 | 40 |
| Question 29 | 54 |
| Question 30 | 50 |
| Question 31 | 32 |
| Question 32 | 30 |
| Question 33 | 52 |
| Question 34 | 35 |
| Question 35 | 49 |
| Question 36 | 32 |
| Question 37 | 39 |
| Question 38 | 39 |
| Question 39 | 32 |
| Question 40 | 52 |
| Question 41 | 32 |
| Question 42 | 32 |
| Question 43 | 38 |
| Question 44 | 45 |
| Question 45 | 45 |
| Question 46 | 32 |
| Question 47 | 46 |
| Question 48 | 55 |
| Question 49 | 49 |
| Question 50 | 32 |
| Question 51 | 44 |
| Question 52 | 32 |

L'enquête s'est étalée sur 77 jours et s'arrête le 27 juillet 2015. Elle aborde plusieurs thèmes : les caractéristiques de l'officine, les modalités de réalisation du site de vente en ligne, les caractéristiques des e-patients, les résultats économiques, le bilan du pharmacien sur son activité en ligne et les perspectives de développement.

## 3. Résultats et interprétations

### a. Profil de l'officine connectée

L'officine qui possède un site de vente en ligne se trouve majoritairement dans les villes de moyenne importance et les grands centres urbains (78%). Ainsi les officines en milieu rural sont très peu représentées alors que ce sont vraisemblablement les officines qui ont le plus besoin d'augmenter leur achalandage (13%).

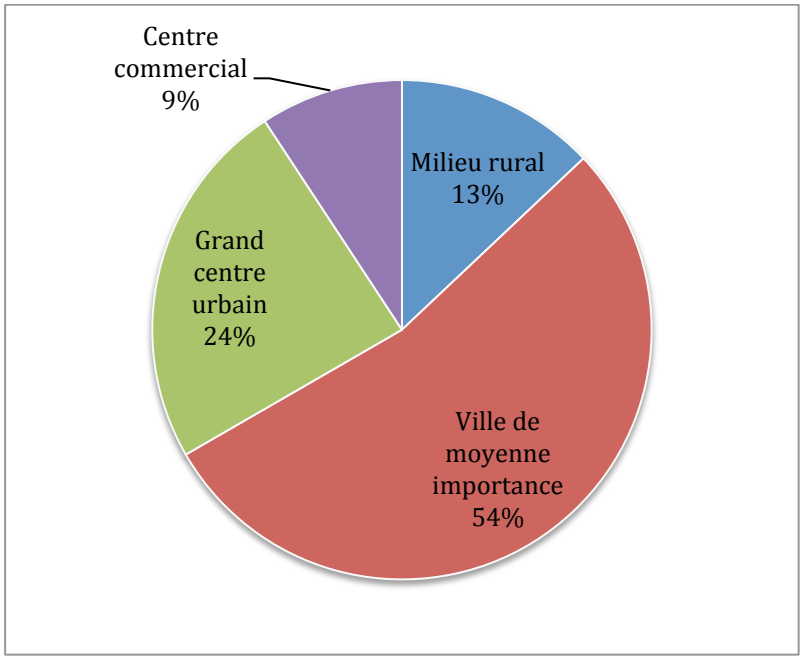



Figure 11 : Répartition géographique des officines en ligne (n=54)

Les officines à plus de 2 millions d'euros de CA sont largement majoritaires (64%), sachant que le chiffre d'affaire moyen d'une officine en France se situe autour de 1,550 à 1,7 millions d'euros. On a même presque la moitié des officines avec un CA qui dépasse les 3 millions d'euros. À noter aussi que la majorité des officines appartiennent à un groupement (73%).

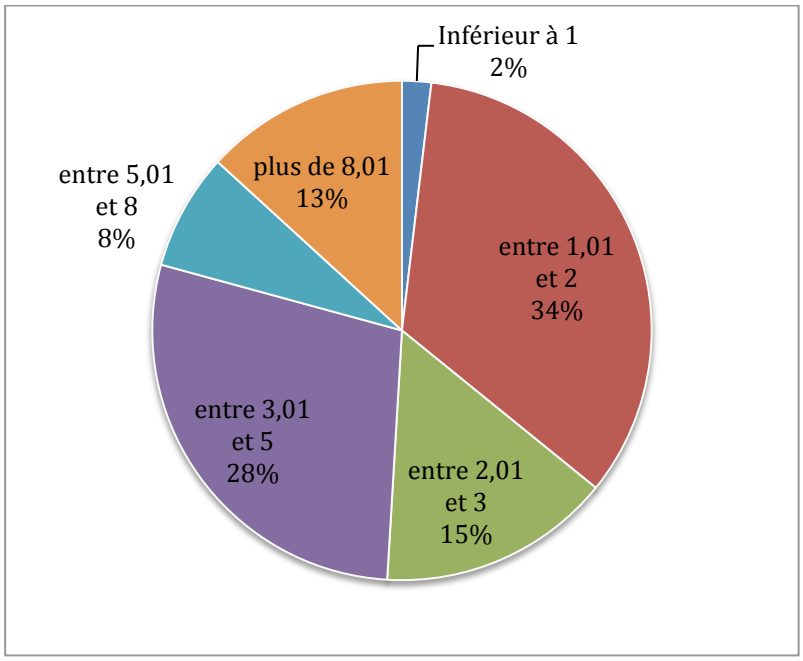



**Figure 12 : Répartition en fonction du CA des officines en ligne (n=53)**

L'officine en ligne se compose d'au moins 3 salariés mais généralement, dans trois quarts des cas, il y a plus de 6 salariés avec en moyenne 5 pharmaciens et 8 préparateurs (n=50).

Pour manager le site de vente en ligne (n=42), le titulaire de l'officine décide dans la majorité des cas de s'en occuper lui-même (55%). Dans les autres cas c'est plutôt une ou plusieurs personne(s) spécifiquement dédiées à l'activité de vente en ligne qui s'en occupent (38%). Il est possible d'imaginer que dans les cas restants, la vente en ligne est mineure et ne nécessite pas d'y assigner une personne en particulier. Enfin toutes les catégories d'âge semblent s'intéresser à la gestion de la vente en ligne (n=54) puisque 32% de responsables de site ont plus de 50 ans et 44% ont entre 36-49 ans. Les moins de 35 ans sont moins représentés (24%), ce qui paraît logique au vu des 46,6 ans de moyenne d'âge des pharmaciens [61].

Concernant le profilage de l'officine se tournant vers la vente sur internet, deux éléments ressortent clairement ; la taille (importante) et la situation géographique de l'officine (villes et grandes villes). Les autres résultats (chiffres d'affaire, nombre d'emplois) découlent de ces deux aspects atypiques de l'officine en ligne par rapport à l'officine physique moyenne en France. Si impact économique de la vente en ligne sur l'officine il y a, il semble toucher plus particulièrement les pharmacies de taille importante.

En effet les grosses officines possèdent plus de capacités d'investissement, ce qui permet de se lancer en premier sur le marché de la vente en ligne, sans attendre de voir l'évolution du marché. Les plus petites officines n'ont probablement pas les ressources humaines suffisantes (personnel limité) et financières (lourd investissement dès le départ et frais fixes mensuels) pour se

lancer dans une activité présentant peu de visibilité au niveau de la rentabilité économique. Est-ce que l'ouverture de la vente en ligne va favoriser les structures de taille importante et déstabiliser totalement le maillage national des pharmacies ? L'impact économique de la vente en ligne sur le réseau pourra être analysé avec une plus grande fiabilité uniquement dans quelques années.

**b. Les vecteurs de développement du site de vente en ligne**

Dans la majorité des cas (65%), la modernité est l'argument avancé par les titulaires qui ont décidé de développer leur site de vente en ligne de médicaments de PMF. La seconde raison n'est pas d'ordre financière (classée 3ème), mais l'objectif affiché est d'occuper la place avant que « d'autres » ne le fassent (30%) (n=35). Cette approche semble être l'expression des craintes actuelles de la profession, puisque les grandes et moyennes surfaces (GMS) sont de plus en plus attirées par le marché du médicament sans ordonnance, de même que les géants d'internet (Google, Amazon ...). Ces craintes semblent d'autant plus légitimes au vu des récents évènements ; Doctissimo lance des partenariats avec des officines en ligne [62]. Doctissimo est un site Web francophone consacré à la santé qui draine 8 millions de visiteurs par mois. Sa très grande popularité provient du fait qu'il propose des forums de discussions où les personnes parlent de leurs problèmes (santé ou autres) de manière anonyme [63]. Les officines affiliées à Doctissimo peuvent ainsi profiter de la publicité gratuite réalisée dans les médias au lancement du projet, puis profiter de la popularité importante du site et de ses forums santé. Il se crée une concurrence déloyale évidente que le législateur français voulait à tout prix éviter.

Les autres raisons qui sont évoquées pour permettre de franchir le pas de l'ouverture d'un site internet, sont la passion pour l'outil informatique et le développement de son site par son groupement.

Après s'être intéressé aux raisons qui ont poussé certains pharmaciens à ouvrir un site internet, le sondage invitait les titulaires à s'exprimer sur les questions administratives de l'ouverture d'un site.

Ainsi, en moyenne une demande d'agrément met 5 mois à aboutir (n=40). Cette dernière a d'ailleurs posé beaucoup de difficultés à de nombreux titulaires (60%). Les raisons de ces difficultés concernent surtout :

- La relation avec l'ARS et notamment la réalisation du dossier administratif papier. Il est étonnant de ne pas avoir la possibilité de faire une demande via internet surtout pour une demande d'ouverture de site en ligne.
- Les hébergeurs agréés de données de santé sont au nombre de 84 [64]. Beaucoup de pharmaciens indiquent qu'il est très compliqué de les contacter et que de ce fait les démarches administratives pour valider le dossier ARS sont longues et contraignantes.

Il est raisonnable de penser que cette situation de lenteur administrative ne peut que s'améliorer avec le temps et l'expérience acquise par les différents acteurs.

Pour la majorité (58%), l'appartenance à un groupement ne permet pas de faciliter la mise en place d'un site (n=54). Cependant, les pharmaciens qui ont ouvert leur site avec un groupement indiquent qu'il y a de nombreux avantages à procéder ainsi. Les avantages cités sont notamment : package de mise en service clé en main, mutualisation des frais, négociations avec les prestataires facilitées, meilleures conditions commerciales, nécessités administratives réduites, formation de l'équipe, hotline technique, mise à jour plus simple, diminution du besoin de main-d'œuvre ...

L'équipe est formée à la délivrance en ligne dans 73% des cas (n=52). Une formation qui passe en revue les bonnes pratiques de dispensation en ligne, la maitrise technique du site et le protocole de délivrance par voie postale. Le coût de cette formation et le temps qu'elle nécessite ne doivent pas être sous-estimés par les titulaires mais ils n'ont pas été chiffrés pour le moment.

Le chiffre d'affaires moyen annuel du site internet des sondés sur 2014 s'élève à 54 570€ (n=30). Un CA très proche de ce qu'annonçait Celtipharm dans le rapport de l'AFIPA en 2015. En revanche cette moyenne ne permet pas d'apprécier la grande disparité de revenus entre les différents acteurs. En effet le premier CA (250 000€) est 357 fois plus élevé que le dernier (700€).

Le coût mensuel moyen d'un site s'établit à 1 906€ avec encore une fois, une grande disparité entre le plus faible (10€) et le plus important budget (15 000€) (n=30). Il faut rapporter ce coût au CA moyen mensuel de l'officine en ligne qui est de 5 454€ en 2014. Ainsi le pourcentage du CA du site par rapport au CA total de l'officine reste en moyenne très faible pour 2014 (environ 3%).

L'ouverture de site dans une officine n'intéresse que peu les fournisseurs de celle-ci ; 73% des titulaires déclarent que les modalités d'achat n'ont pas changé (n=49). Pour le quart restant (23%), certains titulaires ont des meilleures conditions d'achat en raison de l'augmentation des volumes de ventes lorsque d'autres font valoir que « les fournisseurs n'appliquent pas les mêmes remises pour les produits vendus en ligne ».

Concernant la croissance du nombre de visiteurs - le nerf de la guerre de la vente en ligne - 52% des sites ont connu une augmentation de la fréquentation, alors que 43% ont subi une stagnation et 5% une baisse (n=39). Ces chiffres sont à mettre en lien avec la satisfaction de la visibilité de leur site sur les moteurs de recherche, qui est perçue comme mauvaise pour 44% des sondés (n=47). Cependant la majorité pense que le référencement naturel donne une bonne visibilité au site (point abordé en I.B.3.d).

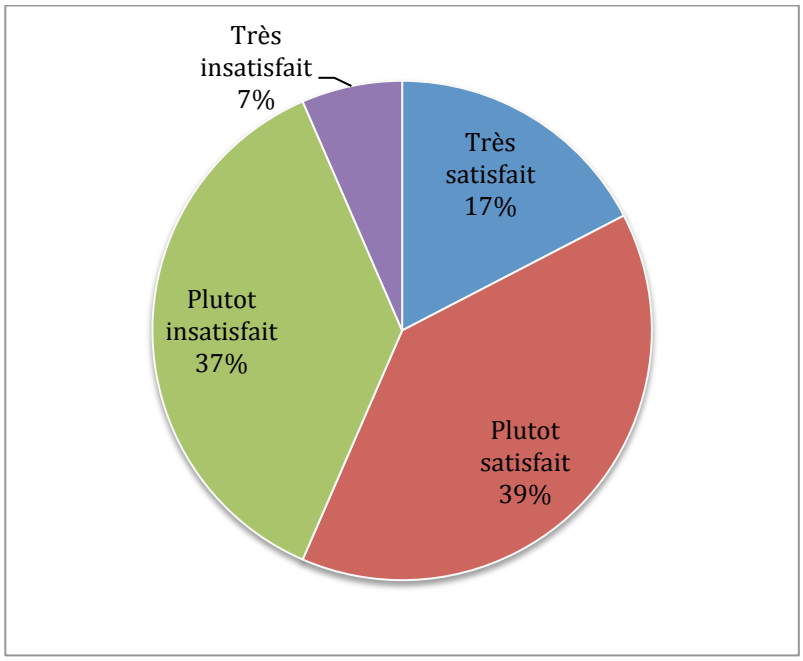



Figure 13 : Satisfaction de la visibilité de leur site par le référencement naturel

### c. Qui sont les conso-patients des sites de vente en ligne ?

L'âge moyen du patient passant commande sur les sites de vente en ligne de médicaments et constaté par les pharmaciens, est majoritairement compris entre 36 et 49 ans (n=34). Quant aux personnes de plus de 50 ans, elles sont vraiment très minoritaires (8%).

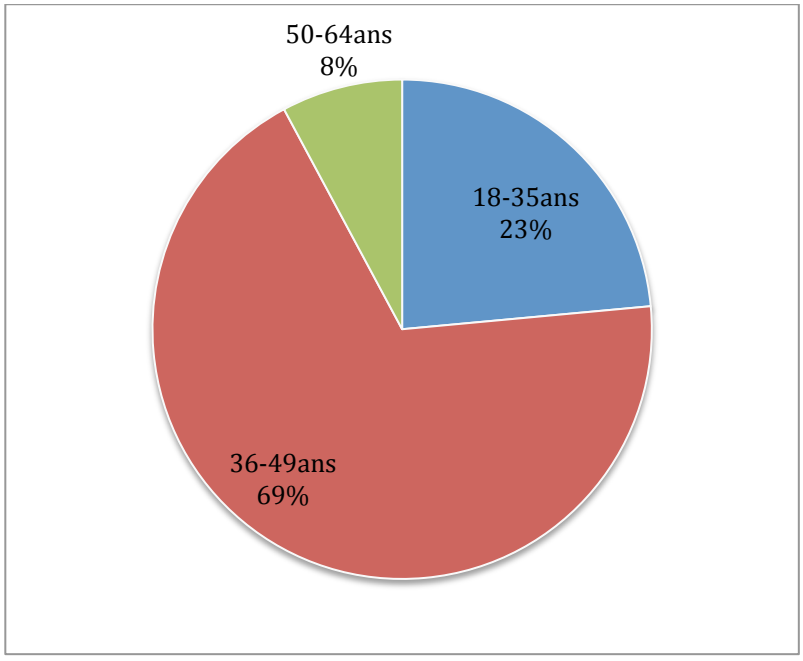



Figure 14 : Répartition de l'âge des patients fréquentant les sites de vente en ligne de médicaments

L'augmentation de l'achalandage est prometteuse puisque la majorité des patients virtuels fréquentant les sites de vente en ligne provient de la France (figure 15) (n=38). L'objectif premier de l'ouverture d'un site est atteint puisqu'il permet d'augmenter substantiellement le nombre potentiel de patients/clients. Malgré l'interdiction de promouvoir son site internet, il est tout de même possible de se faire connaître en dehors de sa commune grâce au référencement naturel.

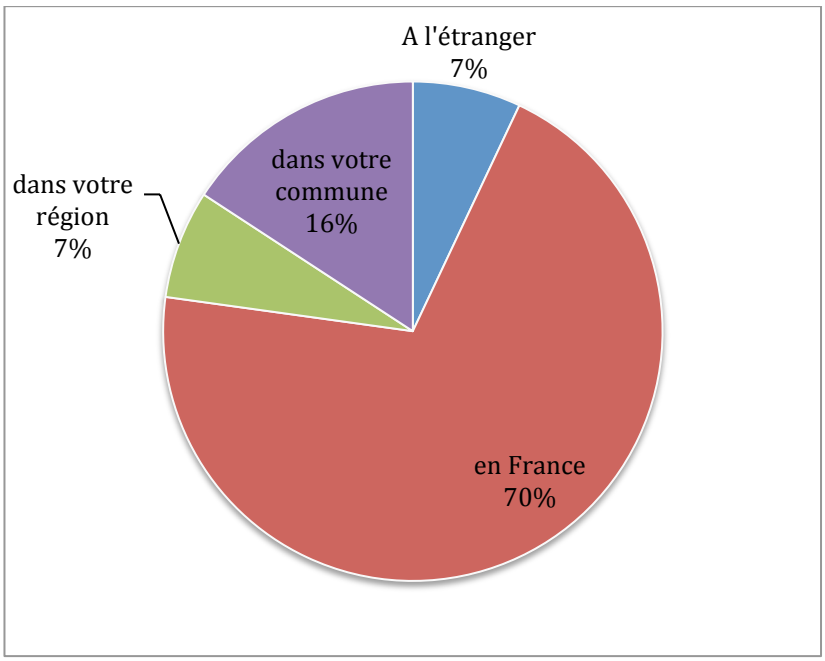



**Figure 15 : Répartition des clients en fonction de leur localisation géographique par rapport à la pharmacie physique**

À l'inverse les perspectives de la vente à l'international sont moins flatteuses. Les titulaires des officines en ligne n'ont peut-être pas pris conscience de l'importance de la vente en ligne hors de France. En effet seulement 15 sites sont accessibles dans d'autres langues que le français (figure 16).

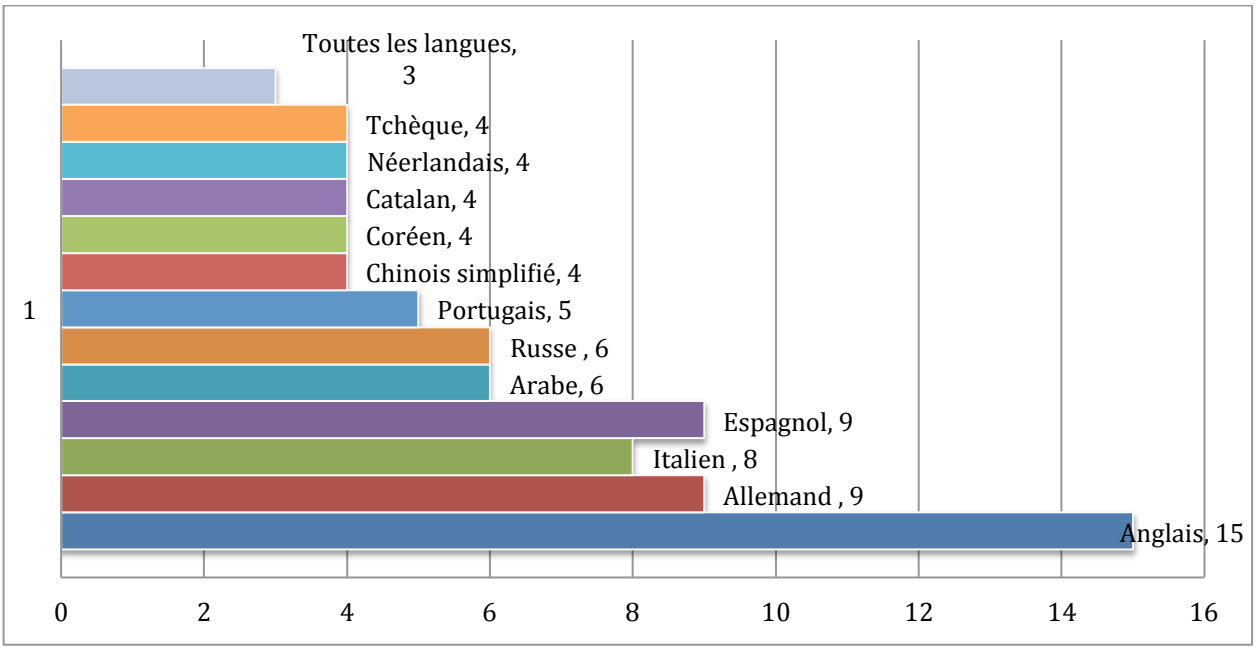



**Figure 16 : Nombre de sites proposant une version traduite pour chaque langue étrangère**

Cependant ce manque d'intérêt pour le développement à l'international peut s'expliquer par le fait que les PMF à l'étranger ont un conditionnement, un dosage ou encore une posologie différente en fonction des pays, même pour un médicament appartenant au même laboratoire. Par exemple la gamme Nurofen du laboratoire Reckitt Benckiser commercialise :

- en France : Nurofen flash 400 12 comprimés,
- en Belgique : Nurofen fast 400mg 20 gélules,
- en Angleterre : Nurofen express 624mg 24 comprimés
- et en Allemagne : Nurofen Immedia 400mg 24 comprimés

Le laboratoire qui commercialise la même marque de médicaments dans plusieurs pays différents, s'adapte aux pratiques de santé du pays et à sa législation, qui n'est pas uniforme en Europe.

L'exemple du Nurofen montre la stratégie commerciale d'un laboratoire international qui commercialise sa marque dans différents pays. Mais le problème grandit quand ce sont des laboratoires nationaux qui commercialisent une molécule sous un nom de marque. Ainsi chaque pays va avoir une marque différente pour un même principe actif. Par exemple le paracétamol est commercialisé en France sous plusieurs noms de marque dont Doliprane, Efferalgan et Dafalgan. Dans les autres pays européens ces marques ne sont pas présentes :

- en Allemagne il y a Tempil ;
- en Belgique c'est Algostase ;
- au Royaume Uni nous avons Panadol ;

- et pour finir nous avons Febrectal en Espagne.

Les conso-patients européens vont évidemment choisir les formes et marques de PMF qu'ils connaissent et qu'ils ont l'habitude d'utiliser, ce qui va forcément éloigner et atténuer la concurrence étrangère sur cette partie de la vente en ligne. L'objectif des décisions européennes et de la législation était de permettre de faire tomber les barrières de la délivrance par internet entre les pays membres, or dans la pratique, on en est bien loin.

En majorité le patient virtuel est étranger à l'officine physique (66%). Même si 34% des clients en ligne vont aussi directement à l'officine du site, aucun sondé n'a indiqué avoir vu sa fréquentation en officine physique baisser après l'ouverture de leur site (n=50).

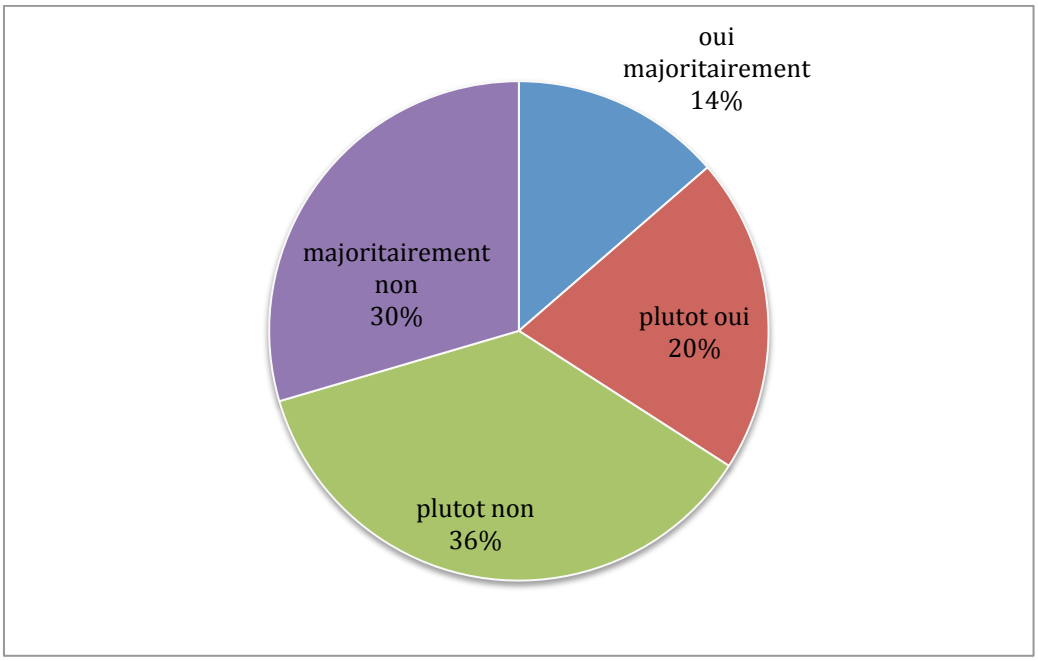



**Figure 17 : Est ce que le patient de votre officine est aussi un patient virtuel ?**

Selon les sondés (38%), c'est la catégorie des PMF qui est la plus vendue sur leur site (n=53). Il est suivi par la dermocosmétique (25%) et les compléments alimentaires (24%). Ce résultat est étonnant car l'enquête de l'AFIPA montrait que le médicament ne représentait qu'une faible part des ventes en ligne (environ 7% en valeur).

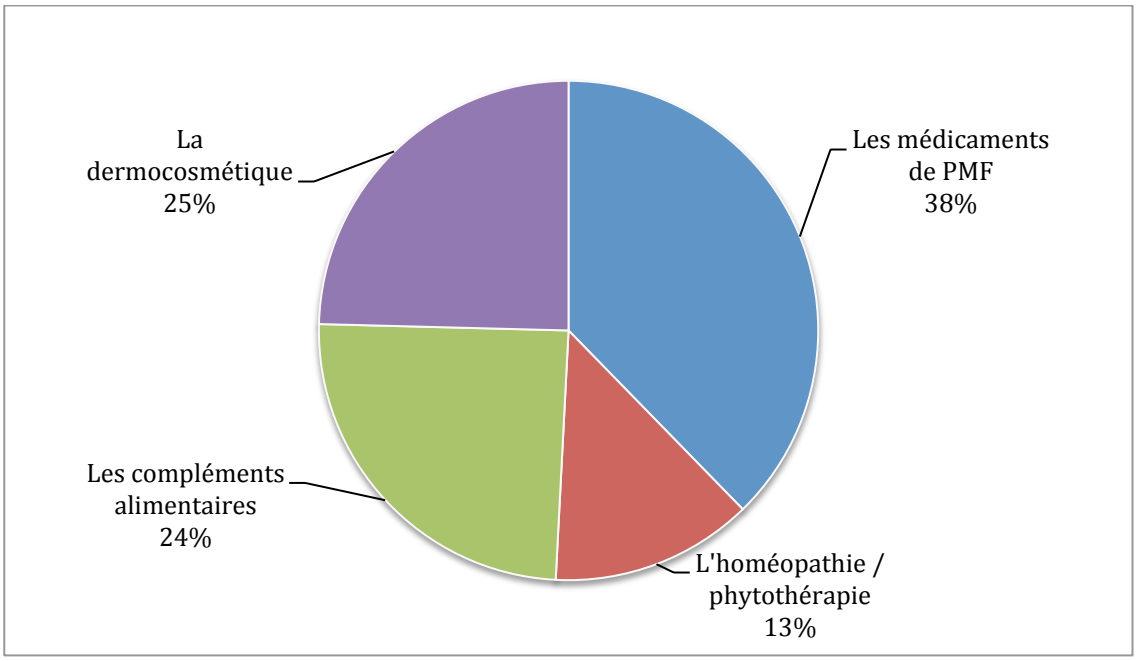



Figure 18 : Catégories de produits les plus vendues en ligne

Les pharmaciens sont une majorité à ne pas constater une augmentation du panier moyen du patient en ligne, lié à la gratuité des frais de port à partir d'un certain montant (n=44). En fonction des différents seuils de gratuité des frais de livraison, il se peut qu'il n'y ait pas d'influence sur le panier moyen d'un acheteur, surtout si ce seuil de gratuité est trop élevé.

### d. Stratégie de développement utilisée par les pharmaciens connectés

La politique de prix est pour 54% des sondés influencée par la cyber-concurrence (n=32). Le pharmacien peut décider d'adopter 4 stratégies concernant le prix des produits vendus sur son site par rapport aux prix pratiqués dans l'officine physique (Figure 19) :

- Tous les produits sont au même prix que ce soit en ligne ou dans la pharmacie physique. Le choix de cette stratégie peut s'expliquer par : des prix bas déjà pratiqués à l'officine, le choix de la rentabilité, ne pas réduire encore plus la marge ou encore le respect du patient de l'officine physique.
- Les produits vendus en ligne sont moins chers qu'en officine physique. Le choix de cette stratégie peut se justifier par la concurrence en ligne très rude tout en préservant sa marge hors ligne, principal levier pour se développer, fidéliser le client en ligne.
- Les produits vendus en ligne sont plus chers. C'est le choix le plus étonnant au vu de la concurrence en ligne et de la facilité pour comparer les prix mais ce choix reste largement minoritaire.
- C'est au cas par cas. Cela permet de proposer des promotions, de dynamiser les ventes, tout en gardant des produits à marge plus élevée.

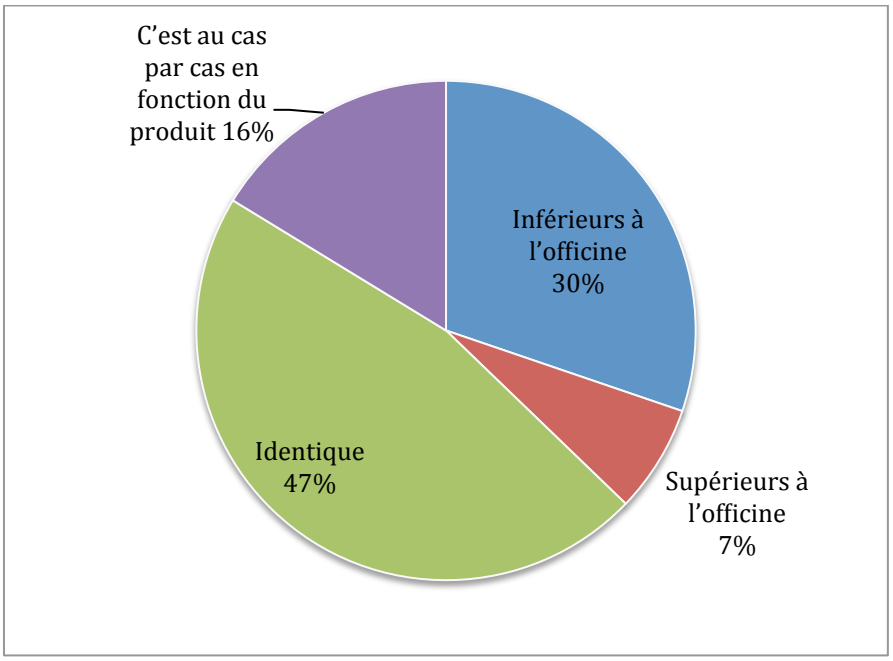



**Figure 19 : Prix pratiqués sur internet par rapport à l'officine**

La politique concernant les frais de port est aussi un enjeu important. En effet si les frais de port sont trop élevés, l'intérêt de l'achat en ligne en raison de prix bas diminue. Si les frais de port deviennent gratuits à partir d'un montant trop faible, la marge se réduit et le risque de manque de rentabilité s'accroit.

La moyenne des frais de port pratiqués en ligne par les officines ayant répondu s'élève à 5,8€ avec un prix allant de 0,1€ à 9,95€ (n=39). La gratuité des frais de port est possible en moyenne à partir de 68,3€ (avec un prix allant de 39,90€ à 150€). Dans la troisième partie nous développerons cet aspect de la stratégie des frais de port et nous verrons les conséquences que cela peut entrainer pour le e-patient.

Outre la politique de fixation de prix, d'autres axes de développement peuvent être envisagés. Les géants d'internet possédant une expérience énorme de la vente par correspondance et une notoriété inégalée, ont une puissance financière en rien comparable aux pharmacies d'officine françaises, aussi grosses soient-elles. La perspective d'une alliance n'est pourtant pas vue d'un bon œil par la profession. En effet cela pourrait remettre en cause le fameux monopole pharmaceutique, ainsi 91% sont opposés à l'arrivée de ces acteurs (Google, Amazon, Apple, Facebook, Doctissimo …). À peine 9% sont favorables, ce qui représente sûrement les titulaires ayant déjà des partenariats avec ces groupes (n=52).

La concurrence sur le marché en ligne du médicament risque d'être rude entre les pharmaciens et même de s'intensifier avec l'émergence de comparateurs en ligne comme Unooc, Comparsante, Comparpharma. L'opinion du pharmacien en ligne sur cette question est très

partagée. Certains voient une aubaine d'être mis en avant pour leur politique tarifaire quand d'autres le ressentent comme une pression supplémentaire face à une concurrence déjà exacerbée. On retrouve tout de même 39% de pharmaciens fournissant leur grille tarifaire à ces comparateurs (n=32).

La concurrence nationale est un enjeu important pour le titulaire se lançant dans l'aventure de l'officine en ligne, mais ces acteurs jouent sur le même pied d'égalité. En revanche, la concurrence européenne n'est prise en compte que par 46% des officines sondées (n=45). Cette concurrence, qui a beaucoup plus d'expérience dans le domaine, ne doit pas être prise à la légère par les officines françaises. En effet on relevait récemment qu'un tiers du CA du site belge NewPharma était réalisé en France soit 6 millions d'euros qui échappent déjà au site français (uniquement sur la parapharmacie car ils ne proposent pas encore la vente de PMF) [65] .

Les titulaires qui n'ont pas d'inquiétude concernant la concurrence étrangère, argumentent que les PMF vendus en France sont parmi les moins chers d'Europe, que le « made in France » sera privilégié par les consommateurs/patients et qu'il y aura des frais de port trop importants pour les sites venant de l'étranger. En revanche, les pharmaciens qui craignent cette concurrence, pensent qu'il va y avoir une concurrence déloyale avec des législations différentes pour chaque pays : le danger numéro 1 étant le référencement monétisé et la publicité interdits en France mais possible dans d'autres pays.

**e. Des perspectives optimistes selon les pharmaciens connectés**

Concernant la rentabilité du site, le bilan est plutôt mitigé pour le moment (n=32). En effet, 35% des titulaires qui ont répondu se déclarent déjà rentables. Il va surement falloir avoir plus de recul pour en conclure quant à la réussite ou non de la vente en ligne. Toutefois, tous les acteurs engagés ne pourront pas survivre sachant qu'il y a déjà plus d'une vingtaine d'abandons pour cause d'un manque de rentabilité. À titre d'exemple, un titulaire m'a indiqué n'avoir eu aucune commande sur son site en 3 mois d'existence ; il a donc décidé de le supprimer.

Cependant, il y a tout de même 77% des sondés qui sont satisfaits de l'ouverture de leur site internet de vente de médicaments (n=44). De plus, 38% des pharmaciens interrogés pensent qu'il va y avoir une croissance de leur site et que l'avenir de la profession se joue en ligne (n=46). Enfin 35% souhaitent la délivrance de médicaments de PMO par internet (n=49). Les autres étant majoritairement contre l'extension aux médicaments de PMO, nous constatons que même les plus avant-gardistes sont tout de même très conservateurs et ne souhaitent pas de changement radical pour leur profession.

Après 2 années et demie de pratique de la vente en ligne, les pharmaciens ayant lancé leur site de vente en ligne sont toujours partagés sur l'utilité de la vente en ligne (40%) (n=30).

Il y a tout de même 42% qui pensent que c'est une bonne chose avec plusieurs arguments :

- c'est un service en plus pour le patient ;
- c'est le prolongement naturel de la pharmacie ;
- la sécurité est garantie à la même hauteur qu'à l'officine ;
- c'est un nouveau moyen de croissance avec une augmentation de l'achalandage,
- cela permet de desservir les déserts médicaux ;
- cela satisfait une partie des personnes qui souhaitent avoir des prix bas et cela permet de diminuer l'attente dans les pharmacies.

Enfin, même en ayant ouvert un site de vente en ligne, 18% des sondés pensent que c'est une mauvaise chose car :

- casser les prix est mauvais pour l'officine ;
- l'image de l'officine est dégradée et réduite à un site de vente internet, la mise en œuvre d'un site est extrêmement complexe pour des non-initiés au domaine ;
- aucun intérêt financier à court, moyen et long terme (beaucoup vendent à prix coutant pour être compétitifs face aux grosses structures qui possèdent un modèle économique équivalent dans leur officine physique) ;
- le conseil est moins présent et moins efficace, le risque de surconsommation est beaucoup plus présent notamment avec le mécanisme des frais de port gratuits à partir d'une certaine somme ;
- la population est très mal informée sur le sujet et le pharmacien ne peut pas communiquer sur son site ;
- l'automédication est inutile au vu de son très faible taux en France et du maillage national de la pharmacie ;
- le risque de piratage est important ainsi que l'apparition de faux sites.

La question sur l'évolution de la législation de la vente en ligne a été abordée puisque l'arrêté définissant les bonnes pratiques de vente en ligne a été supprimé. Les pharmaciens émettent plusieurs souhaits pour continuer à développer leur site sans les lourdes contraintes qu'il y avait avant la décision du Conseil d'État (n=32).

La première d'entre elles est la suppression (ou modification) de l'obligation de s'adosser à un hébergeur de santé agréé par le Ministère de la santé. Mis à part l'hébergeur de santé qui semble poser beaucoup de problèmes à la fois techniques et financiers, les pharmaciens

souhaitent avoir moins de lourdeur administrative et s'étonnent par exemple que la constitution du dossier pour ouvrir un site de vente en ligne ne soit pas dématérialisée. Beaucoup souhaitent qu'il y ait une harmonisation de la législation au niveau européen pour éviter la distorsion de concurrence (sujet de préoccupation qui se retrouve dans de nombreux domaines). Certains souhaitent aussi avoir la possibilité de mettre en avant leur site (publicité, référencement) et de pouvoir communiquer autour de celui-ci. D'autres veulent supprimer les limitations quantitatives de produits qu'il est possible de commander. Beaucoup d'espoir pour dynamiser la rentabilité de leur site, mais visiblement les nouvelles bonnes pratiques vont être très proches des anciennes selon Madame Choma, sous directrice de la politique des produits de santé et de la qualité des pratiques des soins auprès de la Ministre des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes, qui est en charge de la rédaction de l'arrêté.

Pour se démarquer, les pharmaciens ne pensent pas que le seul argument de vente est le prix des PMF (qui reste cependant la raison principale de l'acheteur en ligne) (n=33). La partie parapharmacie de leur site, moins réglementée, peut être utilisée pour proposer de l'innovation : il faut proposer des gammes de produits niches ou très pointues, développer des partenariats avec les marques de dermocosmetique en créant des liens inter-sites. En revanche pour l'automédication, il n'y a pas beaucoup d'amélioration à réaliser, à part améliorer la quantité de références disponibles, et être compétitifs sur le prix et les frais de port proposés.

L'expérience utilisateur est aussi très importante : un site moderne, fluide avec un moteur de recherche interne au site performant, est essentiel et sans doute presque aussi important que le prix pratiqué.

---

Le marché potentiel de la vente en ligne en France est restreint avec notamment une pratique de l'automédication très peu ancrée dans les habitudes des français. Les exemples de pays où l'automédication est bien plus présente et où la vente en ligne de médicaments est déjà bien installée, sont nombreux. Cependant ils montrent, eux aussi, que les parts de marché des sites internet restent faibles alors même que les contraintes réglementaires sont beaucoup moins dures et la pratique de l'automédication bien plus importante. Contraintes réglementaires, frilosité de la profession et faible pratique de l'automédication sont autant de facteurs qui amènent à penser qu'il est peu probable que la vente en ligne connaisse une forte croissance à court ou moyen terme.

Le commerce électronique de médicaments semble profiter surtout aux grosses structures qui ont des réelles capacités d'investissement et des prix assez intéressants pour attirer les premiers curieux de ce nouveau mode de délivrance. La tendance est à la domination de quelques acteurs par pays, qui ont une taille critique, ce qui permet de combler les désavantages de la vente en ligne par rapport à l'achat en pharmacie traditionnelle.

Toutefois, les perspectives de la vente en ligne de médicaments ne sont pas toutes négatives. La digitalisation de plus en plus importante de la vie des patients, la communication et la pédagogie autour des sites par la profession et les autorités, les offres de plus en plus étoffées faites par les sites, la confiance acquise auprès de la patientèle virtuelle, vont permettre le développement de l'offre en ligne. Mais chaque pharmacie française ne pourra pas profiter de ce nouvel élan, dans la forme actuelle de la vente en ligne ; c'est-à-dire présenter un rayon virtuel de médicaments où seuls les prix peuvent discriminer les sites internet entre eux.

Le titulaire souhaitant développer cette activité doit vraiment avoir une vision claire de la façon dont il veut mener à bien son projet. A priori l'aide externe pour le développement d'un site de vente en ligne de médicaments est indispensable car il faut :

- proposer un site visuellement et techniquement au point.
- proposer un site couvrant aussi l'offre de parapharmacie.
- proposer un site vivant mis à jour très régulièrement.
- travailler sur sa notoriété internet permettant ainsi que sa visibilité sur les moteurs de recherche s'accroisse.
- surveiller l'e-concurrence, pour pratiquer des prix adaptés et proposer des services qui se démarquent.

Dès lors, si l'ouverture de la vente en ligne satisfait globalement les pharmaciens qui s'y sont engagés, en est-il de même pour les patients ?

# III. Impact économique sur la patientèle

Dans cette dernière partie nous allons nous intéresser à l'impact économique que peut avoir la vente en ligne sur le « conso-patient ». Dans un premier temps nous allons voir quelle est la perception du patient vis-à-vis de la vente en ligne depuis son ouverture (partie A) puis si la sécurité pour le patient est au rendez-vous (partie B). Ces deux parties sont indirectement liées à l'impact économique de la vente en ligne sur le patient puisque sans confiance ni sécurité, l'achat en ligne n'est pas possible. Enfin nous verrons si la vente en ligne est avantageuse pour le patient au niveau des prix pratiqués (partie C).

## A. L'opinion des français sur la vente en ligne

Plusieurs sondages menés par des groupes d'intérêts liés à la vente en ligne se sont succédés depuis l'ouverture de la vente en ligne fin 2012. Ils ont permis de mesurer l'engouement, les attentes et les craintes des français sur ce nouveau mode de délivrance.

Le tableau IX reprend les caractéristiques de ces différents sondages. À noter que l'ensemble des sondages utilise un échantillon d'individus de 18 ans et plus répartis sur le territoire national et représentatif de la France qui est constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de région de résidence et catégorie d'agglomération, selon les données INSEE du recensement actualisé.

**Tableau IX : Listes des sondages d'opinion classés par ordre chronologique de réalisation**

| Réalisé par | Réalisé pour | Date de réalisation | Échantillon | Contacté par |
|---|---|---|---|---|
| **OpinionWay** | Pharmacien Manager | 27 et 28 février 2013 | 1 002 individus | Internet |
| **Viavoice** | Groupe Pasteur Mutualité | Du 28 février au 1er mars 2013 | 1 007 individus | Téléphone |
| **LH2** | Metro | 22 et 23 mars 2013 | 968 individus | Téléphone |
| **Le Terrain** | Les Échos Études | Avril et mai 2013 | 1 069 individus | Internet |
| **Ifop** | Pharmarket.com | Du 27 au 31 mars 2014 | 1 002 individus | Internet |
| **Harris Interactive** | 1001pharmacies | Du 3 au 5 février 2015 | 1 040 individus | Internet |
| **Ipsos** | Doctipharma | Du 11 au 20 février 2015 | 1 000 individus | Internet |

## 1. Une attente plus que mesurée des français vis-à-vis de la vente en ligne

Une grande majorité des français (80%) utilise internet pour se renseigner sur leur santé. Cependant, l'activité en ligne ne se limite pas à la consultation d'informations puisque 41% d'entre eux ont déjà réalisé des achats de produits de parapharmacie [66].

L'opinion des français sur ce nouveau mode de délivrance est très partagée : Ils sont 42,5 % à avoir un avis négatif sur la question contre 43,3 % à penser que c'est une bonne chose [58]. Les arguments avancés par les réfractaires sont nombreux, tout à fait compréhensibles et permettent de constater la faiblesse de la communication entourant cette nouvelle activité. Ainsi 80 % craignent la contrefaçon, 69 % voient une menace pour l'emploi pharmaceutique, 39 % pensent même qu'il n'y aura pas de contrôle du pharmacien [66], [67]. Les personnes enclines à acheter leurs médicaments par internet voient plusieurs avantages non-négligeables : la baisse de prix générale des médicaments du fait d'une plus grande transparence sur internet (57 %), l'amélioration de l'accès aux médicaments (56 %), le gain de temps permis par la commande en ligne (46 %) et l'amélioration de la confidentialité (23 %) [67], [70].

## 2. Frilosité des « conso-patients » entrainant un développement très lent de l'activité

Au départ (fin 2012) ils étaient une majorité à envisager l'achat en ligne de médicaments (55 %). Deux ans plus tard, il est estimé qu'il y a un dixième de la population qui est passé à l'acte (l'estimation varie entre 6 et 13%). Les raisons de se désintéressement sont liées me semble-t-il à trois facteurs prépondérants :

- Le manque cruel de campagne de communication officiel de la part des instances dirigeantes qui sont de base résolument contre cette pratique.
- Le changement profond qu'entraine l'achat en ligne dans la manière de se soigner et d'aborder la santé.
- La vente en ligne a de nombreux aspects positifs qui sont dominés par ses points négatifs et surtout par la concurrence toute simple de la délivrance traditionnelle qui fonctionne très bien.

Les français sont clairs concernant la vente en ligne de médicaments : ils souhaitent que le système soit sécurisé, que les prix soient compétitifs et que le conseil pharmaceutique soit toujours présent. Cependant, tout ce qui est proposé par les sondés pour les convaincre d'acheter en ligne est déjà mis en place : site lié exclusivement à une pharmacie, paiement sécurisé, accréditation par les autorités de santé, click and collect, contact avec le pharmacien, confidentialité, livraison gratuite, rapidité de délivrance [68], [69], [70]. Nous allons d'ailleurs

montrer (partie B) comment la vente s'est-elle sécurisée à travers l'application des différents textes de loi.

## B. Les conditions préalable à la décision d'achat : la sécurité et la communication

La sécurité est une composante primordiale de la vente en ligne. Quand la vente en ligne est en lien avec la santé des personnes, la sécurité se doit d'être encore plus importante. Le conso-patient doit savoir que ses données de santé mais aussi ses données bancaires sont sécurisées et que cette sécurité est fiable. L'économie de la pharmacie en ligne repose sur ces deux aspects. Ainsi, quelles sont les protocoles imposés aux pharmaciens afin d'assurer la sécurité du patient, ses données de santé, les échanges patient-pharmacien et les achats ?

### 1. Le contrôle préalable à l'ouverture d'un site

Pour avoir la possibilité d'ouvrir un site de vente en ligne, il est nécessaire de respecter plusieurs prérequis qui sont fixés par le décret n° 2012-1562 du 31 décembre 2012. La demande d'ouverture de site est gérée par l'ARS de sa région qui reçoit tous les éléments nécessaires à l'identification du pharmacien titulaire, de l'officine et du site internet (Annexes 3).

Ce dossier doit comprendre :

- le formulaire de demande et le certificat d'inscription à l'Ordre des pharmaciens du pharmacien titulaire de l'officine ou gérant d'une pharmacie mutualiste ou de secours minière ;
- toutes les informations nécessaires pour identifier le site internet ;
- la description du site et de ses fonctionnalités permettant de s'assurer du respect de la législation et de la réglementation en vigueur ;
- le descriptif des conditions d'installation de l'officine prescrites par l'article R. 5125-9.

De plus l'instruction N° DGS/DSSIS/2014/172 du 28 mai 2014 relative à l'hébergement des données de santé dans le cadre de la dispensation par internet de médicaments à usage humain a été transmise aux directeurs généraux des ARS (Annexe 5). Elle précise « les critères d'appréciation de conformité de l'agrément de l'hébergement des sites de vente en ligne de médicaments ».

Pour pouvoir faire une commande sur un site de vente de médicaments, il faut renseigner son identité, ses coordonnées, mais aussi certaines données de santé (taille, poids, traitement en

cours, antécédents allergiques et médicaux). Ces données doivent donc être protégées et conservées par un hébergeur agréé par le Ministère de la santé. Le pharmacien doit choisir son hébergeur dans une liste spécifique présente sur le site de l'ASIP Santé [64].

Ensuite le titulaire doit notifier, preuve à l'appui, son autorisation d'ouverture au Conseil de l'Ordre des pharmaciens, pour que celui-ci tienne à jour une liste de l'ensemble des pharmacies ayant le droit d'ouvrir un site de vente en ligne de médicaments (Annexe 4). Cette liste est mise à disposition du grand public et accessible sur le site de l'Ordre des pharmaciens et le site du Ministère de la santé [28] [29].

L'ouverture d'un site de vente en ligne est très encadrée et permet de garantir un maximum de sécurité pour les futurs utilisateurs de ces sites. Tous les sites autorisés sont facilement identifiables car ils sont référencés sur des sites fiables (du Ministère de la santé et de l'Ordre national des pharmaciens) et ils doivent arborer les quatre logos présentés ci-dessous :

Figure 20 : Logo de l'ARS

Figure 21 : Logo du Ministère des affaires sociales, de la santé et des droits des femmes

Figure 22 : Logo de l'Ordre national des pharmaciens

Figure 23 : Logo européen pour les sites de commerce électronique de médicaments avec drapeau du pays où le site est basé

## 2. Une délivrance en ligne sécurisée

Les sites en ligne incluent plusieurs systèmes qui permettent de sécuriser la visite et l'achat du patient. La présentation des médicaments doit respecter certaines normes comme :

- la non-mise en avant de certains médicaments par rapport à d'autres ;
- la nécessité de mentionner l'indication thérapeutique, la posologie et la composition du médicament ;
- lors de l'ajout de médicaments dans le panier, la personne certifie qu'elle a pris connaissance du résumé des caractéristiques du produit (RCP). Puis, elle indique si elle connaît le médicament sélectionné ou si elle a besoin d'un conseil pharmaceutique.

Ensuite plusieurs étapes de validation sont imposées avant de finaliser l'achat :

- Choisir la quantité à commander (qui est limitée et varie en fonction du stock de l'officine et de la limite imposée par la loi, à savoir la quantité pour une posologie normale pour un mois).
- Une fois le panier validé, le formulaire santé contenant les données de santé du patient doit être vérifié puis validé (tout en certifiant l'exactitude des informations). Ce formulaire doit apparaître à chaque fois qu'il y a un achat de PMF.
- Avant de régler il faut accepter et reconnaitre avoir pris connaissance des conditions générales de vente et de l'absence de droit de rétractation dans le cas d'achat de médicaments.

- Choisir le mode de livraison proposé (envoi postal, *click and collect*).
- Enfin on procède au paiement sécurisé soit par carte (celui-ci est garanti par la banque de la pharmacie), soit par un autre moyen (paypal ...).

Tout comme à l'officine, l'incitation à la consommation de médicaments est interdite. Il n'est pas possible de mettre en place un forum de discussions sur le site. Si le pharmacien est sollicité pour un conseil, il répond grâce à la messagerie sécurisée, ou directement par téléphone.

Pour sécuriser la dispensation, le pharmacien de son côté doit consulter les données de santé fournies par le patient. En fonction de son traitement, de ses antécédents allergiques et médicaux il va pouvoir analyser le panier voulu par le patient et le valider ou non. Si une interaction ou une incompatibilité est détectée, la validation est suspendue et le pharmacien prend contact avec le patient pour régler le problème rencontré. Si toutes les informations présentées au pharmacien sont valides, il prépare la commande et l'expédie.

Les autorités de santé ont imposé un protocole de vente de médicaments sur internet assez lourd mais qui permet de sécuriser au mieux la délivrance de médicament malgré la non présence du pharmacien en face à face avec le patient. Le médicament en ligne est délivré dans les mêmes conditions qu'à l'officine. Cependant, une étape de la délivrance échappe tout de même au pharmacien : la livraison. Les différents services postaux (La Poste, UPS, TNT) assurent cette livraison. La chaine du médicament est donc brisée entre le pharmacien et son patient et les conditions de transport du médicament sont inconnues même si le risque semble minime.

Tout a été fait pour sécuriser au maximum l'achat de médicaments sur internet. Encore faut-il maintenant présenter aux français ces résultats. Le but de toutes ces mesures est d'assurer à l'acheteur potentiel qu'il a le même niveau de sécurité en ligne que s'il allait acheter ses médicaments en pharmacie. Cependant après plus de deux ans d'ouverture du commerce électronique de médicaments, les pharmaciens ne sont pas autorisés à communiquer sur le sujet, l'Ordre national des pharmaciens et le Ministère de la Santé résolument contre la vente en ligne, n'ont pas jugé utile de réaliser des campagnes d'information et de prévention sur l'achat en ligne de médicaments. L'Organisation Mondiale de la Santé estime que plus d'un médicament sur deux vendu sur internet est faux [67]. En France le circuit du médicament est plutôt bien sécurisé, ce qui met à l'abri le patient. La possibilité d'acheter sur internet introduit un nouveau danger, c'est pourquoi le conso-patient doit être informé de ce qui est possible d'acheter et où il est possible de le faire. Une campagne nationale de prévention et d'information semble absolument nécessaire et être le chainon manquant pour sécuriser entièrement le système de vente de médicaments par internet (déjà bien protégé). La personne qui cherche une offre légale de médicaments sur internet a beaucoup moins de chance de tomber sur un site illicite proposant des faux. Le risque de se

retrouver sur des faux sites de médicaments nait la plupart du temps de la volonté de certains de vouloir contourner la loi et de se procurer des PMO sans ordonnance sur internet.

## C. Comparaison des prix pratiqués en officine et sur internet

Pour le patient, la vente en ligne de médicaments a de nombreux atouts à faire valoir par rapport à la délivrance en officine. L'argument principal reste tout de même la possibilité de mettre en concurrence un grand nombre d'officines et de faire son choix en fonction du prix. En effet, malgré la tendance de fond opérée ces dernières années sur le marché de l'officine physique, qui a vu le développement de réseaux de pharmacies dit « discount », la comparaison de prix entre les officines reste difficile et cantonnée à l'échelle d'un quartier ou d'une ville.

Nous allons dans un premier temps comparer le prix des PMF sur internet pour voir quelles sont les offres les plus intéressantes et comment les trouver. Nous verrons ensuite quelle est l'offre de PMF sur chaque site et l'impact des frais de port sur une commande. Enfin nous comparerons l'offre en ligne avec l'offre à la pharmacie pour voir laquelle est le plus avantageuse.

Afin de réaliser l'étude des prix en ligne, nous avons établi une liste de spécialités pharmaceutiques à partir du top 10 des meilleures ventes de PMF non remboursables en pharmacie, listé chaque mois entre janvier et juillet 2015 et publié dans le journal Le Moniteur du Pharmacien (Tableau X) [68].

**Tableau X : Spécialités les plus vendues en pharmacie entre janvier et aout 2015**

| Nom de la spécialité | Indication thérapeutique | Classe thérapeutique |
|---|---|---|
| APAISYL 0.75% gel pour application locale (30g) | Traitement symptomatique local du prurit, en particulier piqûres d'insectes. | Antihistaminique pour usage local |
| ARNIGEL 45 g gel | Traitement local des bleus et des contusions survenant après un choc et en cas de fatigue musculaire. | Homéopathique |
| BEPANTHEN 5% pommade (100g) | Traitement des irritations de la peau, notamment des rougeurs des fesses du nourrisson | Protecteur cutané |
| BEROCCA SS SUCRE COMPRIME EFFERVESCENT 30 | Traitement des carences en magnésium et en cas de symptômes pouvant évoquer un manque de magnésium : irritabilité, fatigue passagère, troubles mineurs du sommeil, palpitations, crampes musculaires, fourmillements. | Association de vitamines et d'éléments minéraux |
| BIAFINEACT émulsion pour application cutanée (139,5 g) | Traitement des brûlures, des plaies superficielles non infectées et des rougeurs après radiothérapie | Protecteur cutané |
| BRONCHOKOD 5% adulte sans sucre solution buvable | Traitement de la toux grasse avec difficulté à cracher, notamment au cours des bronchites aiguës. | Mucolytique |

| | | |
|---|---|---|
| 250 ml | | |
| CITRATE BETAINE UPSA 2g citron sans sucre comprimé effervescent (20) | Traitement d'appoint des digestions difficiles (ballonnements, lenteur à la digestion). | Autres médicaments des voies digestives et du métabolisme hépatique |
| DAFLON 500MG COMPRIME 60 | Traitement symptomatique des jambes lourdes, impatiences et autres troubles en rapport avec une mauvaise circulation veineuse ou lymphatique et des crises d'hémorroïdes | Vasculaire et un veinotonique |
| DONORMYL 15MG COMPRIME SECABLE 10 | Traitement de l'insomnie | Antihistaminique à usage systémique |
| EFFERALGAN VITAMINE C 500mg/200mg comprimé effervescent (16) | Traitement de la fièvre et des affections douloureuses | Antalgique, antipyrétique associé à de la vitamine C |
| EFFERALGANTAB comprimé (8) | Traitement de la fièvre et des affections douloureuses | Antalgique et antipyrétique |
| EUPHYTOSE comprimé (120) | Traitement symptomatique des états anxieux et troubles du sommeil mineurs | Phytothérapie à visée sédative |
| FERVEX granules sachet (8) | Traitement de l'écoulement nasal, les éternuements, les larmoiements, les maux de tête et la fièvre associés aux rhumes et aux états grippaux | Association d'un antihistaminique d'un antipyrétique, antalgique et de vitamine C |
| FERVEX SANS SUCRE granules pour solution buvable sachet (8) | Traitement de l'écoulement nasal, les éternuements, les larmoiements, les maux de tête et la fièvre associés aux rhumes et aux états grippaux | Association d'un antihistaminique d'un antipyrétique, antalgique et de vitamine C |
| GINKOR FORT GELULE 60 | Traitement symptomatique des jambes lourdes, impatiences et autres troubles en rapport avec une mauvaise circulation veineuse ou lymphatique et des crises d'hémorroïdes | Vasculaire et un veinotonique |
| HUMEX RHUME JOUR NUIT COMPRIME 12 + GELULE 4 | Traitement des symptômes du rhume : nez bouché, écoulement nasal, maux de tête et/ou fièvre | Association d'un antipyrétique et antalgique, d'un vasoconstricteur décongestionnant et d'un antihistaminique |
| LYSOPAÏNE comprimé à sucer (2x18) | Traitement des maux de gorge peu intenses, d'aphtes et de petites plaies de la bouche | Association d'un antiseptique de la famille des ammoniums quaternaires et une enzyme |
| NUROFEN 400 mg comprimé (12) | Traitement de la fièvre, de la douleur et des crises de migraine chez l'adulte | Anti-inflammatoire non stéroïdien |
| NUROFENFLASH 400 mg comprimé (12) | Traitement de la fièvre, de la douleur et des crises de migraine chez l'adulte | Anti-inflammatoire non stéroïdien |
| ONCTOSE HYDROCORTISONE CREME 30G | Traitement des démangeaisons, des prurits, des piqûres d'insectes et d'autres animaux | Association d'un dermocorticoïde, un antihistaminique et un anesthésique local. |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 6 | Prévention et le traitement des états grippaux | Homéopathie |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 30 | Prévention et le traitement des états grippaux | Homéopathie |
| PRONTALGINE COMPRIME 18 | Traitement de la douleur | Association de deux antalgiques et de caféine |
| SPEDIFEN 400 mg comprimé (12) | Traitement de la fièvre, de la douleur et des crises de migraine chez l'adulte | Anti-inflammatoire non stéroïdien |
| STODAL sirop 200 | Traitement de la toux de l'adulte et de l'enfant | Homéopathique |

| | | |
|---|---|---|
| ml | | |
| STREPSILS MIEL CITRON PASTILLE A SUCER 24 | Traitement de l'angine, de mal de gorge de l'adulte et l'enfant et des aphtes | Association de deux antiseptiques locaux |
| VITAMINE C UPSA 1000 mg comprimé effervescent (20) | Traitement d'appoint de la fatigue passagère (asthénie fonctionnelle) | Métabolisme |
| ZYRTECSET 10 mg comprimé sécable (7) | Traitement des manifestations allergiques diverses : rhinite ou conjonctivite allergiques, urticaire | antihistaminique par voie orale |

## 1. Comparaison des pratiques tarifaires des pharmacies en ligne

La comparaison de prix entre les officines virtuelles est relativement simple à effectuer, cependant il existe plusieurs manières de procéder :

- soit effectuer directement une recherche Google avec le nom de la spécialité ;
- soit utiliser un comparateur de prix comme Eco-pharmacie, Unooc, PrixMédicament, Compapharma [69]–[72] ;
- soit visiter chaque site internet de la liste officielle des pharmacies en ligne et repérer ceux qui sont les plus compétitifs (Annexe 6).

Les trois méthodes ont été testées pour chacune des 28 spécialités sélectionnées afin de voir laquelle donne le prix le plus bas d'internet (Tableau XI).

**Tableau XI : Comparaison des meilleurs prix relevés avec 3 méthodes de recherche différentes (prix en euro relevés entre juillet et août 2015)**

| Nom de la spécialité | Meilleur référencement Google | Eco-pharmacie | Unooc | PrixMédicament | Compa pharma | Sur tous les sites de PMF adresse du site où l'on trouve ce prix |
|---|---|---|---|---|---|---|
| APAISYL 0.75% gel pour application locale (30g) | 3,60 | 3,26 | 2,95 | / | 2,98 | 2,50 https://pharmaciedelacitadelle08.pharminfo.fr |
| ARNIGEL 45 g gel | 2,90 | 2,55 | 2,48 | 2,90 | 2,47 | 2,40 http://www.pharmaciepolygone.com |
| BEPANTHEN 5% pommade (100g) | 6,09 | 5,90 | 5,90 | / | 5,49 | 4,98 http://www.pharmaciepolygone.com |
| BEROCCA SS SUCRE COMPRIME EFFERVESCENT 30 | 9,98 | 8,65 | 8,83 | 8,90 | 8,22 | 7,20 http://www.pharmaciepolygone.com |
| BIAFINEACT | 4,06 | 4,05 | 3,98 | / | 3,73 | 3,49 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| émulsion pour application cutanée (139,5 g) | | | | | | https://pharmacie-citypharma.fr |
| BRONCHOKOD 5% adulte sans sucre solution buvable 250 ml | 1,76 | 2,00 | 1,58 | / | 1,95 | 1,55 http://www.pharmacie-beaussier.fr |
| CITRATE BETAINE UPSA 2g citron sans sucre comprimé effervescent (20) | 2,49 | 2,34 | 1,94 | / | 1,89 | 1,67 http://pharmaciedesailes.pharmavie.fr |
| DAFLON 500MG COMPRIME 60 | 10,99 | 10,39 | 9,90 | 10,90 | 9,90 | 9,90 http://maboxsante.fr |
| DONORMYL 15MG COMPRIME SECABLE 10 | 1,70 | 1,65 | 1,55 | 1,80 | 1,38 | 1,40 http://www.pharmaciedulaurierlafayette.com |
| EFFERALGAN VITAMINE C 500mg/200mg comprimé effervescent (16) | 2,95 | 1,40 | 1,39 | 1,60 | 1,35 | 0,81 http://maboxsante.fr |
| EFFERALGANTAB comprimé (8) | 1,95 | 1,15 | 0,99 | / | 0,90 | 0,89 http://www.pharmacie-du-centre-albert.fr |
| EUPHYTOSE comprimé (120) | 5,45 | 5,19 | 5,35 | 5,20 | 4,99 | 4,90 http://www.pharmaciepolygone.com |
| FERVEX granules sachet (8) | 3,95 | 3,50 | 2,90 | 3,50 | 2,85 | 2,80 http://www.pharmaciepolygone.com |
| FERVEX SANS SUCRE granules pour solution buvable sachet (8) | 2,88 | 3,10 | 2,90 | 3,50 | 2,87 | 2,50 https://pharmaciedelacitadelle08.pharminfo.fr |
| GINKOR FORT GELULE 60 | 7,49 | 7,79 | 7,63 | 8,09 | 7,05 | 6,35 http://www.pharmacie-place-ronde.fr |
| HUMEX RHUME JOUR NUIT COMPRIME 12 + GELULE 4 | 3,39 | / | 3,18 | 3,69 | 3,18 | 3,18 https://mabonnesante.fr |
| LYSOPAÏNE comprimé à sucer (2x18) | 3,59 | 3,25 | 3,15 | 3,60 | 3,10 | 2,98 http://www.universpharmacie.fr |
| NUROFEN 400 mg comprimé (12) | 2,99 | 2,80 | 2,70 | 2,90 | 2,48 | 2,40 http://www.pharmaciepolygone.com |
| NUROFENFLASH 400 mg comprimé (12) | 3,39 | 3,02 | 2,90 | / | 2,79 | 2,60 https://pharmacie-citypharma.fr |
| ONCTOSE HYDROCORTISONE | 4,20 | 3,65 | 3,45 | 4,20 | 3,41 | 3,20 http://www.phar |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| CREME 30G | | | | | | maciepolygone.com |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 6 | 6,83 | 5,40 | 5,45 | 6,30 | / | 4,90 https://pharmaciedelagrandeposte.pharminfo.fr |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 30 | 20,94 | 19,87 | 19,84 | 22,90 | / | 19,07 http://www.pharmacie-casino.com |
| PRONTALGINE COMPRIME 18 | 3,30 | / | 3,54 | / | 3,3 | 2,98 http://www.pharmaciepolygone.com |
| SPEDIFEN 400 mg comprimé (12) | 2,72 | 2,08 | 2,09 | 2,10 | 2,09 | 1,90 http://www.pharmaciepolygone.com |
| STODAL sirop 200 ml | 4,95 | 3,90 | 3,35 | 4,20 | | 3,18 http://www.pharmaciejoorispeyrelafayette.com |
| STREPSILS MIEL CITRON PASTILLE A SUCER 24 | 6,71 | 3,90 | 3,56 | 4,20 | 3,59 | 3,10 http://www.pharmaciepolygone.com |
| VITAMINE C UPSA 1000 mg comprimé effervescent (20) | 3,66 | 2,30 | / | / | 1,82 | 1,82 http://www.pharmaciecroixmorinlafayette.com/ |
| ZYRTECSET 10 mg comprimé sécable (7) | 2,99 | 2,90 | 2,85 | / | 2,75 | 2,80 http://www.pharmaciepolygone.com |

Les meilleurs prix pratiqués sur internet se trouvent dans la dernière colonne du tableau XI. Pour les trouver, nous avons visité et vérifié le prix de chaque PMF sur chaque site existant au moment de la consultation (juillet/aout 2015). La liste des sites de pharmacies consultés et le prix des 28 PMF pour chaque site se trouvent en Annexe 6. Il n'y a que deux cas de figure où le prix de la dernière colonne n'est pas le plus avantageux : Donormyl 15mg comprimé sécable 10 et Zyrtecset 10 mg comprimé sécable 7. Cela s'explique par le changement de prix opéré par le site en ligne entre la première et la seconde consultation. Cette technique pour obtenir le prix le plus bas n'est pas aisée car il faut consulter les 181 sites existants. Cependant nous remarquons que certains sites possèdent le meilleurs prix pour plusieurs PMF :

- la pharmacie du Polygone à Montpellier avec 8 PMF au meilleur prix (pharmacie *click and collect* qui ne propose pas de livraison à domicile) [65] ;
- la pharmacie City-pharma à Paris avec 4 PMF au meilleur prix [74] ;
- la pharmacie de la Citadelle à Charleville-Mézières avec 3 PMF au meilleur prix [67].

Pour ces 3 sites, on va comparer le prix des 28 PMF par rapport aux prix les plus bas pratiqués sur internet, pour voir s'ils sont vraiment compétitifs (Tableau XII). À noter que le site de la pharmacie de la Citadelle ne possède pas toutes les références (25 sur les 28 PMF sélectionnés).

**Tableau XII : Comparaison de l'écart de prix entre les trois sites les plus compétitifs sur internet et les prix les plus bas en ligne**

| Nom de la spécialité | Prix le plus bas d'internet (€) | Pharmacie polygone (€) et écart avec le prix le plus bas | City-pharma (€) et écart avec le prix le plus bas | Pharmacie de la Citadelle (€) et écart avec le prix le plus bas |
|---|---|---|---|---|
| APAISYL 0.75% gel pour application locale (30g) | 2,50 | 2,90 (16%) | 3,50 (40%) | 2,50 (0%) |
| ARNIGEL 45 g gel | 2,40 | 2,40 (0%) | 3,60 (50%) | 2,49 (3,75%) |
| BEPANTHEN 5% pommade (100g) | 4,98 | 4,98 (0%) | 6,90 (38,55%) | 5,60 (12,45%) |
| BEROCCA SS SUCRE COMPRIME EFFERVESCENT 30 | 7,20 | 7,20 (0%) | 7,90 (9,72%) | / |
| BIAFINEACT émulsion pour application cutanée (139,5 g) | 3,49 | 3,80 (8,88%) | 3,49 (0%) | 4,50 (28,94%) |
| BRONCHOKOD 5% adulte sans sucre solution buvable 250 ml | 1,55 | 2,20 (41,94%) | 2,90 (87,1%) | 2,9 (87,1%) |
| CITRATE BETAINE UPSA 2g citron sans sucre comprimé effervescent (20) | 1,67 | 1,95 (16,77%) | 1,99 (19,16%) | 1,95 (16,77%) |
| DAFLON 500MG COMPRIME 60 | 9,90 | 10,40 (5,05%) | 9,95 (0,51%) | 13,90 (40,40%) |
| DONORMYL 15MG COMPRIME SECABLE 10 | 1,40 | 1,70 (21,43%) | 1,40 (0%) | 2,30 (64,29%) |
| EFFERALGAN VITAMINE C 500mg/200mg comprimé effervescent (16) | 0,81 | 1,60 (97,53%) | 1,59 (96,3%) | 1,38 (70,37%) |
| EFFERALGANTAB comprimé (8) | 0,89 | 1,20 (34,83%) | 1,29 (44,94%) | 0,95 (6,74%) |
| EUPHYTOSE comprimé (120) | 4,90 | 4,90 (0%) | 4,99 (1,84%) | 4,90 (0%) |
| FERVEX granules sachet (8) | 2,80 | 2,80 (0%) | 2,95 (5,36%) | 3,50 (25%) |
| FERVEX SANS SUCRE granules pour solution buvable sachet (8) | 2,50 | 2,80 (12%) | 2,95 (18%) | 2,50 (0%) |
| GINKOR FORT GELULE 60 | 6,35 | 7,80 (22,83%) | 7,20 (13,39%) | 8,50 (33,86%) |
| HUMEX RHUME JOUR NUIT COMPRIME 12 + GELULE 4 | 3,18 | 3,20 (0,63%) | 3,30 (3,77%) | / |
| LYSOPAÏNE comprimé à | 2,98 | 3,19 | 3,30 | / |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| sucer (2x18) | | (7,05%) | (10,74%) | |
| NUROFEN 400 mg comprimé (12) | 2,40 | 2,40 (0%) | 2,40 (0%) | 2,80 (16,67%) |
| NUROFENFLASH 400 mg comprimé (12) | 2,60 | 2,80 (7,69%) | 2,60 (0%) | / |
| ONCTOSE HYDROCORTISONE CREME 30G | 3,20 | 3,20 (0%) | 4,90 (53,13%) | 4,90 (53,13%) |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 6 | 4,90 | 5,20 (6,12%) | 4,99 (1,84%) | 5,60 (14,29%) |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 30 | 19,07 | 20,90 (9,6%) | 19,95 (4,61%) | 23,90 (25,33%) |
| PRONTALGINE COMPRIME 18 | 2,98 | 2,98 (0%) | 3,18 (6,71%) | 4,72 (58,39%) |
| SPEDIFEN 400 mg comprimé (12) | 1,90 | 1,90 (0%) | 2,50 (31,58%) | / |
| STODAL sirop 200 ml | 3,18 | 3,89 (22,33%) | 4,80 (50,94%) | 3,91 (22,96%) |
| STREPSILS MIEL CITRON PASTILLE A SUCER 24 | 3,10 | 3,10 (0%) | 3,50 (12,9%) | 4,40 (41,94%) |
| VITAMINE C UPSA 1000 mg comprimé effervescent (20) | 1,82 | 1,99 (9,34%) | 1,99 (9,34%) | 3,50 (92,31%) |
| ZYRTECSET 10 mg comprimé sécable (7) | 2,80 | 2,80 (0%) | 4,90 (75%) | 3,91 (39,64%) |
| Moyenne | 3,84 | 4,15 (12%) | 4,46 (16,25%) | 5,02 (30,73) |
| Ecart de moyenne | / | 0,31 | 0,62 | / |
| Écart-type | 3,70 | 3,87 | 3,67 | 4,91 |

Le site de la pharmacie du Polygone à Montpellier possède le moins d'écart avec les 29 prix de la liste les moins chers d'internet. Même si ce site ne regroupe que 8 prix références, l'écart moyen pour chaque PFM n'est que de 0,31€ (soit 12% de plus), c'est tout de même deux fois moins que le site de la pharmacie parisienne City-pharma (0,62€ soit 16,25%). Ces deux sites se détachent vraiment de la concurrence tant sur le plan du prix que sur l'esthétique et le nombre de spécialités proposées. Par contre, la pharmacie du Polygone à Montpellier est un site *click and collect*, elle ne va donc concerner que les habitants proches de Montpellier. C'est pourquoi nous conseillerons de préférence, pour l'achat uniquement de PMF, la pharmacie Parisienne City-pharma.

En recherchant le médicament directement sur Google (résultats présentés colonne 2 dans le tableau XI), nous avons relevé le prix du premier site proposant des PMF qui est donc le site avec le meilleur référencement. Cette méthode peut être utilisée si la personne est pressée et que le meilleur prix ne l'intéresse pas forcement. Il faut noter tout de même qu'il y a des écarts de prix importants allant de 7% à 265% de plus par rapport aux prix les moins chers constatés (Annexe 7).

L'utilisation d'un comparateur semble être le compromis idéal pour trouver le meilleur prix en un minimum de temps (résultats présentés colonne 3, 4 ,5 et 6 dans tableau XI). Compapharma qui est totalement gratuit, compare 79 pharmacies, 2 528 médicaments et 41 849 références de prix. Il est le plus performant pour trouver les meilleurs prix avec en moyenne un écart inférieur à 10% par rapport aux prix de référence (Annexe 8).

En second il y a Unooc, le pionner de la comparaison de médicaments, mais aussi de produits de parapharmacie (61961 produits référencés) [70]. Il est moins précis dans ses comparaisons (13% plus cher en moyenne que les prix de référence) car il couvre moins d'une vingtaine d'officines par produit (le site n'indique pas précisément le nombre de pharmacies qu'il référence). Cependant il se démarque de Compapharma grâce à plusieurs fonctionnalités très pratiques comme par exemple la possibilité de comparer le prix du médicament associé aux frais de port du site ou encore de voir quels sont les sites de pharmacie proches de chez vous (Annexe 9).

Eco-pharmacie qui référence 31 pharmacies se classe 3eme avec un écart de 20% par rapport aux meilleurs prix (Annexe 10). Enfin PrixMédicament est le moins performant avec un écart moyen dépassant les 27% par rapport aux prix de référence (Annexe 11). Il compare les prix sur internet mais aussi ceux en pharmacie. Le recueil de prix se fait de manière collaborative avec la participation à la fois des pharmaciens mais aussi des internautes.

## 2. Offre de médicaments de prescription médicale facultative incomplète

Parmi les 28 PMF que nous avons choisis, sur la base de leur volume de vente en officine, il n'y a que 6 sites internet qui les proposent tous. La pharmacie du Polygone à Montpellier est la plus compétitive, mais elle ne pratique que le *click and collect* [73]. La pharmacie parisienne City-pharma est seconde du classement bien qu'elle ne propose pas de gratuité des frais de port à partir d'un certain montant [74]. Se suivent ensuite, par ordre de compétitivité, le site de la pharmacie Veau à Tournus, le site lasante.net de la pharmacie du Bizet et le site parapharmadirect.com de la pharmacie du Drapeau à Dijon [76]–[78]. Le dernier site proposant les 29 PMF, moncoinsante.com de la pharmacie de la Fagne à Trélon, n'est vraiment pas compétitif avec une différence de 35€ par rapport à l'avant dernier, alors que les 4 autres se tiennent en moins de 11€ [79].

Comment expliquer que seulement 6 sites sur 181 proposent les 29 PMF les plus vendus en pharmacie ? En effet il est impossible de concevoir une pharmacie française qui ne propose pas à la vente des PMF tels que Biafineact, Zyrtecset, Onctose hydrocortisone,

Efferalgantab (ce sont les 4 PMF les moins présents sur les sites de pharmacie en ligne). Plusieurs hypothèses peuvent être avancées :

- La plus simple étant le manque de temps, de moyens humains ou financiers pour répertorier les quelques 5000 références de PMF autorisées à être vendues en ligne.
- Il est possible aussi que ce soit une stratégie commerciale mise en place par le pharmacien qui consisterait à proposer les PMF les plus vendus dans son officine et qui sont donc à un prix compétitif par rapport à celui qui est proposé sur internet.
- Certains pharmaciens nous ont parlé de possibles accords commerciaux qui pouvaient être conclus avec les laboratoires. Ceux-ci consisteraient à proposer des avantages financiers pour être par exemple la seule marque de paracétamol présente sur le site internet de la pharmacie. Les concurrents seraient ainsi évincés et le prix des PMF serait potentiellement encore plus intéressant. Cependant n'y aurait-il pas une forme de « mise en avant » camouflée ?

Le réseau de pharmacies Lafayette propose comme unique référence de paracétamol, le Doliprane 500mg comprimé effervescent. Bien évidemment dans toutes les pharmacies physiques du groupe les marques Efferalgan, Dafalgan et toute la gamme Doliprane sont présentes. Au vu des moyens du groupe, de la qualité du site en ligne et du nombre de références on peut écarter l'hypothèse d'un manque de moyen. Nous avons sollicité le groupe pour avoir une explication. La réponse fut brève et laconique, indiquant que le site était sans cesse en évolution pour proposer toujours plus de PMF. Dans tous les cas, si le conso-patient souhaite avoir un PMF précis, il suffit d'effectuer une recherche Google ou sur un site comparaison pour l'obtenir.

### 3. Impact limité des frais de port

Pour être compétitif, la pharmacie en ligne se doit de proposer des prix intéressants, à la fois par rapport aux concurrents sur internet, mais aussi par rapport aux pharmacies discounts qui sont de plus en plus nombreuses sur le territoire. Cependant pour le conso-patient, il faut faire attention aux frais cachés que sont les frais de port. Afin de mener une étude complète, il est apparu nécessaire de se pencher sur ce facteur et voir s'il avait un impact significatif sur un panier de médicaments acheté en ligne.

Pour les 120 sites proposant l'envoi postal de PMF, les frais de port moyens constatés s'élèvent à 5,75€ avec des prix allant de 2,49€ à 10€. Comme les sites internet marchands traditionnels, certains sites de vente en ligne de pharmacie proposent la livraison gratuite au-delà d'une certaine somme commandée. Ainsi, 61 sites proposent cette offre pour en moyenne un panier atteignant 62,65€ (nous allons de 35€ pour le plus compétitif à 150€ pour le moins

compétitif). Nous pouvons noter que les résultats obtenus lors de notre sondage (partie II) sont très proches des chiffres calculés ici : 5,80€ de frais de port et la gratuit au delà de 68,3€ en moyenne pour notre sondage.

Pour analyser l'impact des frais de port, nous avons choisi :

- De faire un panier inférieur à 35€ car le site de la pharmacie A&S Cuingnet situé à Lumbres dans le Pas de calais est le plus compétitif sur la gratuité des frais de port (soit à partir de 35€) [80]. Ainsi l'impact des frais de port sera constatable pour tous les sites sans tenir compte la gratuité au delà d'un certain montant.
- Les PMF suivants : Citrate de bétaine, Berocca, Lysopaine, Nurofen flash 400 et Daflon (ayant un prix moyen total sur internet de 33,03€) et qui sont les plus présents sur les sites de vente en ligne ce qui permet d'avoir un maximum de sites à comparer.
- D'éliminer les sites ne possédant pas ces 5 PMF à la vente.
- D'éliminer les sites proposant uniquement le *click and collect.*

Nous obtenons 63 sites internet de pharmacie à comparer sur les 181 sites proposant des PMF (Annexe 12). Entre le plus économique qui est le site de Citypharma à Paris et le plus cher qui est le site de la pharmacie Mechin à Milly la Forêt, il y a une différence de 19,65€. C'est une importante différence alors que notre panier est composé des 5 PMF parmi les plus vendus en officine. Le site ayant les frais de port les moins élevés (pharmacie du Bizet, située à Villeneuve d'Ascq) n'est que 10ième, mais le panier ne couterait finalement que 1,01€ de plus par rapport au site le plus compétitif. Entre le 1er et le 16ième site il n'y a qu'une différence inférieure à 2 € (soit 6,1% de plus par rapport au prix City-pharma), avec des frais de port allant de 2,49€ à 6,9€. La pharmacie parisienne City-pharma semble encore une fois être la plus compétitive sur la toile, cependant les concurrents comme Pharmarket, Universpharmacie ou encore Lasante.net proposent une offre très intéressante de gamme de prix, avec un choix très large. En l'état actuel du marché et pour effectuer ses achats de médicaments en ligne, à prix intéressant, nous vous conseillons de consulter ces sites en priorité.

Les frais de port sont un facteur à prendre en compte lorsqu'on souhaite effectuer un achat en ligne. Cependant, l'impact sur le prix final d'achat reste plutôt limité notamment sur les sites les plus compétitifs (exemple de City-pharma qui n'a pas le meilleur prix pour la livraison mais qui reste quand même le site le plus intéressant financièrement). De plus en fonction des quantités de PMF achetés, cet impact peut être encore plus limité du fait de la gratuité des frais de port. L'achat en ligne, pour qu'il soit vraiment intéressant, doit tout de même se faire avec un minimum d'achat. Même si la loi le permet et l'oblige, il serait étonnant de n'acheter qu'un PMF lors d'une commande.

Nous avons ensuite comparé 3 sites possédant les caractéristiques d'être soit le moins cher soit les plus cher sur la facturation des frais de port, soit d'avoir la somme la plus élevé soit la moins élevé pour offrir les frais de livraison. Ainsi nous verrons l'importance de bien choisir son site de pharmacie en ligne. Ces trois sites sont :

- http://pharma-z.com car il offre les frais de port à partir de 35€ soit la meilleur offre d'internet
- https://pharmacie-cenon-p4p.mesoigner.fr qui cumule la moins bonne offre de livraison (8€) et la valeur de la commande la plus élevée au delà de laquelle les frais de port sont offert (150€)
- https://lasante.net car la livraison est à 2,49€, soit la meilleur offre d'internet

Parmi les 29 PMF, nous avons comparé ceux qui étaient présents sur l'ensemble des 3 sites (Tableau XIII). En toute logique c'est bien le site Lasante.net qui est le plus avantageux et le site pharmacie-cenon-p4p.mesoigner.fr qui est le plus cher avec un écart un écart entre les deux sites qui s'élève à 20€. Les sites pratiquant des prix bas, semblent être aussi ceux qui facturent raisonnablement les frais de livraison et qui offrent même ces frais pour des paniers atteignant des sommes relativement abordables.

**Tableau XIII : Tableau comparant plusieurs sites de vente en ligne de médicaments en fonction des conditions tarifaires de livraison**

| Nom de la spécialité | http://www.pharma-z.com | https://pharmacie-cenon-p4p.mesoigner.fr | https://lasante.net |
|---|---|---|---|
| EFFERALGANTAB cp (€) | 1,5 | 1,8 | 1,15 € |
| EFFERALGAN VITAMINE C eff. (€) | 1,65 € | 2,00 € | 1,58 € |
| CITRATE BETAINE UPSA (€) | 3 | 3,2 | 2,49 € |
| NUROFEN 400 mg cp (€) | 3,75 | 3,7 | 2,99 € |
| NUROFENFLASH 400 mg cp (€) | 3,40 € | 3,95 € | 3,52 € |
| APAISYL 0.75% gel (€) | 4,15 | 4,8 | 3,59 € |
| FERVEX granules sachet (€) | 3,8 | 4,5 | 3,49 € |
| FERVEX SANS SUCRE granules sachet (€) | 4,2 | 4,9 | 3,49 € |
| LYSOPAÏNE (€) | 5,50 € | 5,90 € | 3,59 € |
| EUPHYTOSE (€) | 6,1 | 7,6 | 5,99 € |
| GINKOR FORT (€) | 11,5 | 10,5 | 7,99 € |
| Frais de port (€) | 5 | 9,9 | 2,49 € |
| Gratuit au delà de (€) | 35 | 150 | 45,00 € |
| Somme (€) | 48,55 | 52,85 | 39,87 |
| Avec frais de port (€) | **48,55** | **62,75** | **42,36 €** |

### 4. Des prix globalement moins élevés sur internet

Pour avoir une idée de la différence de prix pratiqués entre l'officine physique et le marché en ligne, nous avons relevé entre juillet et août 2015 l'ensemble des prix des 28 spécialités sur tous les sites de vente en ligne de médicaments opérationnels (liste des sites arrêtés en mai 2015). Concernant les prix en officines, ils nous ont été fournis par OSpharm, une société qui a mis au point un logiciel traitant quotidiennement les flux de ventes des officines adhérentes [81]. Pour chaque spécialité, nous avons récupéré le prix minimal, maximal et moyen constaté sur un échantillon de 5116 officines françaises pour ensuite les comparer aux prix relevés sur internet (tableaux XIV, XV, XVI).

**Tableau XIV : Comparaison de prix minimum constaté officine/internet (en euro)**

| Nom de la spécialité | Prix minimum en officine | Prix minimum sur internet |
|---|---|---|
| APAISYL 0.75% gel pour application locale (30g) | **2,23** | 2,50 |
| ARNIGEL 45 g gel | **1,84** | 2,40 |
| BEPANTHEN 5% pommade (100g) | **4,43** | 4,98 |
| BEROCCA SS SUCRE COMPRIME EFFERVESCENT 30 | **6,54** | 7,20 |
| BIAFINEACT émulsion pour application cutanée (139,5 g) | **0,11** | 3,49 |
| BRONCHOKOD 5% adulte sans sucre solution buvable 250 ml | **1,50** | 1,55 |
| CITRATE BETAINE UPSA 2g citron sans sucre comprimé effervescent (20) | 1,75 | **1,67** |
| DAFLON 500MG COMPRIME 60 | **8,64** | 9,90 |
| DONORMYL 15MG COMPRIME SECABLE 10 | **1,22** | 1,40 |
| EFFERALGAN VITAMINE C 500mg/200mg comprimé effervescent (16) | 1,40 | **0,81** |
| EFFERALGANTAB comprimé (8) | **0,85** | 0,89 |
| EUPHYTOSE comprimé (120) | **3,44** | 4,90 |
| FERVEX granules sachet (8) | **2,50** | 2,80 |
| FERVEX SANS SUCRE granules pour solution buvable sachet (8) | 2,64 | **2,50** |
| GINKOR FORT GELULE 60 | **5,00** | 6,35 |
| HUMEX RHUME JOUR NUIT COMPRIME 12 + GELULE 4 | **2,86** | 3,18 |
| LYSOPAÏNE comprimé à sucer (2x18) | **2,90** | 2,98 |
| NUROFEN 400 mg comprimé (12) | **1,95** | 2,40 |
| NUROFENFLASH 400 mg comprimé (12) | 3,00 | **2,60** |
| ONCTOSE HYDROCORTISONE CREME 30G | 3,40 | **3,20** |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 6 | *4,90* | *4,90* |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 30 | 19,08 | **19,07** |
| PRONTALGINE COMPRIME 18 | 3,13 | **2,98** |
| SPEDIFEN 400 mg comprimé (12) | 2,2 | **1,90** |
| STODAL sirop 200 ml | **2,88** | 3,18 |
| STREPSILS MIEL CITRON PASTILLE A SUCER 24 | **2,9** | 3,10 |
| VITAMINE C UPSA 1000 mg comprimé effervescent (20) | **1,67** | 1,82 |
| ZYRTECSET 10 mg comprimé sécable (7) | **1,45** | 2,80 |

Contrairement à ce que nous aurions pu penser, en majorité les prix les moins chers sont en pharmacie. En effet 66% des PMF (19 sur 29) qui ont le prix le plus bas sont issus des données d'OSpharm. Une seule spécialité est à prix égal sur internet et à l'officine (Oscillococcinum dose 6). Nous pouvons l'expliquer par le nombre très important de pharmacies participant au programme OSpharm. Il est fort probable que le meilleur prix concerne un produit d'appel à très faible marge voire quasi nulle. Toutes les pharmacies qui possèdent la spécialité au meilleur prix, n'ont en tout cas visiblement pas fait l'investissement d'un site internet.

**Tableau XV : Comparaison de prix maximum constaté officine/internet (en euro)**

| Nom de la spécialité | Prix maximum en officine | Prix maximum sur internet |
|---|---|---|
| APAISYL 0.75% gel pour application locale (30g) | 9,90 | **8,75** |
| ARNIGEL 45 g gel | 8,40 | **6,85** |
| BEPANTHEN 5% pommade (100g) | 14,95 | **10,95** |
| BEROCCA SS SUCRE COMPRIME EFFERVESCENT 30 | 19,95 | **14,80** |
| BIAFINEACT émulsion pour application cutanée (139,5 g) | *7,90* | *7,90* |
| BRONCHOKOD 5% adulte sans sucre solution buvable 250 ml | 7,10 | **4,50** |
| CITRATE BETAINE UPSA 2g citron sans sucre comprimé effervescent (20) | 5,95 | **5,15** |
| DAFLON 500MG COMPRIME 60 | 26,25 | **23,70** |
| DONORMYL 15MG COMPRIME SECABLE 10 | 4,95 | **3,55** |
| EFFERALGAN VITAMINE C 500mg/200mg comprimé effervescent (16) | 3,95 | **3,89** |
| EFFERALGANTAB comprimé (8) | 2,50 | **2,30** |
| EUPHYTOSE comprimé (120) | 12,20 | **9,90** |
| FERVEX granules sachet (8) | 8,00 | **5,95** |
| FERVEX SANS SUCRE granules pour solution buvable sachet (8) | 8,70 | **6,05** |
| GINKOR FORT GELULE 60 | 19,96 | **17,70** |
| HUMEX RHUME JOUR NUIT COMPRIME 12 + GELULE 4 | 8,50 | **7,20** |
| LYSOPAÏNE comprimé à sucer (2x18) | 10,20 | **8,40** |
| NUROFEN 400 mg comprimé (12) | 6,99 | **5,50** |
| NUROFENFLASH 400 mg comprimé (12) | 7,50 | **5,71** |
| ONCTOSE HYDROCORTISONE CREME 30G | 10,90 | **7,95** |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 6 | 13,90 | **9,90** |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 30 | 39,99 | **27,90** |
| PRONTALGINE COMPRIME 18 | 9,77 | **7,16** |
| SPEDIFEN 400 mg comprimé (12) | 7,05 | **5,05** |
| STODAL sirop 200 ml | 9,25 | **6,90** |
| STREPSILS MIEL CITRON PASTILLE A SUCER 24 | 9,75 | **6,95** |
| VITAMINE C UPSA 1000 mg comprimé effervescent (20) | 6,00 | **4,85** |
| ZYRTECSET 10 mg comprimé sécable (7) | 10,1 | **7,01** |

En revanche, la comparaison des prix maximums constatés est à l'opposé de celui des prix minimums. En effet 27 des 28 PMF proposés sur internet ont un prix maximum inférieur à celui des pharmacies du panel OSpharm (seul Biafinact émulsion pour application cutanée 139,5 g est au même prix). Ce sont plutôt les officines de taille importantes qui sont présentes en ligne (arguments développés page 47) : la très petite officine qui possède des prix très élevés sur les PMF non remboursés n'est pas présente en ligne et n'aurait aucun intérêt à l'être au vu de la concurrence.

**Tableau XVI : comparaison prix moyen constaté officine/internet (en euros)**

| Nom de la spécialité | Prix moyen en officine | Prix moyen sur internet (nombre de prix relevés en ligne) |
|---|---|---|
| APAISYL 0.75% gel pour application locale (30g) | 5,39 | 4,33 (105) |
| ARNIGEL 45 g gel | 4,63 | 3,60 (131) |
| BEPANTHEN 5% pommade (100g) | 8,28 | 7,28 (139) |
| BEROCCA SS SUCRE COMPRIME EFFERVESCENT 30 | 12,42 | 10,29 (145) |
| BIAFINEACT émulsion pour application cutanée (139,5 g) | 5,76 | 4,78 (75) |
| BRONCHOKOD 5% adulte sans sucre solution buvable 250 ml | 3,61 | 2,58 (101) |
| CITRATE BETAINE UPSA 2g citron sans sucre comprimé effervescent (20) | 3,51 | 2,67 (147) |
| DAFLON 500MG COMPRIME 60 | 14,09 | 12,26 (141) |
| DONORMYL 15MG COMPRIME SECABLE 10 | 2,51 | 2,09 (81) |
| EFFERALGAN VITAMINE C 500mg/200mg comprimé effervescent (16) | 2,51 | 2,17 (116) |
| EFFERALGANTAB comprimé (8) | 1,69 | 1,60 (93) |
| EUPHYTOSE comprimé (120) | 7,65 | 6,39 (141) |
| FERVEX granules sachet (8) | 4,72 | 3,80 (117) |
| FERVEX SANS SUCRE granules pour solution buvable sachet (8) | 4,91 | 3,88 (131) |
| GINKOR FORT GELULE 60 | 10,69 | 9,01 (130) |
| HUMEX RHUME JOUR NUIT COMPRIME 12 + GELULE 4 | 5,30 | 4,04 (125) |
| LYSOPAÏNE comprimé à sucer (2x18) | 5,22 | 4,10 (143) |
| NUROFEN 400 mg comprimé (12) | 4,01 | 3,32 (133) |
| NUROFENFLASH 400 mg comprimé (12) | 4,43 | 3,71 (142) |
| ONCTOSE HYDROCORTISONE CREME 30G | 5,99 | 4,62 (88) |

| | | |
|---|---|---|
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 6 | 7,67 | 6,37 (115) |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 30 | 26,59 | 23,3 (119) |
| PRONTALGINE COMPRIME 18 | 5,37 | 4,52 (95) |
| SPEDIFEN 400 mg comprimé (12) | 3,64 | 2,80 (60) |
| STODAL sirop 200 ml | 5,38 | 4,22 (122) |
| STREPSILS MIEL CITRON PASTILLE A SUCER 24 | 5,46 | 4,65 (119) |
| VITAMINE C UPSA 1000 mg comprimé effervescent (20) | 3,51 | 2,79 (107) |
| ZYRTECSET 10 mg comprimé sécable (7) | 4,81 | 3,69 (84) |

À propos de la moyenne de prix pratiqués sur internet et à l'officine, ce sont les sites de pharmacies qui sont les plus compétitifs et ceux sur tous les PMF sélectionnés. L'écart constaté peut varier énormément entre le prix moyen sur internet et celui en pharmacie, avec un minimum de 6% pour l'Efferalgantab jusqu'à 40% plus cher pour le Bronchokod 5% par rapport à la moyenne d'internet. Comme vu précédemment, ce sont plutôt les grosses pharmacies qui sont présentes en ligne. Pour se faire une place sur le marché en ligne, l'argument du prix bas est primordial, c'est pourquoi la moyenne de prix du marché en ligne est plus basse que celle du panel OSpharm qui regroupe 5116 pharmacies sur toute la France (et donc des pharmacies de toutes les tailles dont de très petites avec un très faible débit en PMF non remboursables et donc un prix très peu attractif).

---

Pour conclure, cette étude menée sur les prix montre que l'offre de PMF sur internet peut se révéler intéressante financièrement pour le patient, mais plusieurs prérequis avant l'achat sont nécessaires :

- La comparaison de prix se réalise à l'aide d'un comparateur. Bien qu'ils ne référencent pas toutes les pharmacies, ils proposent en général des prix plutôt compétitifs. Les pharmacies en ligne, comme les pharmacies physiques, ont des écarts de prix entre elles, certes moins importants, mais non négligeables quand même.
- Les petits achats ne sont pas du tout rentables, ils doivent donc être réalisés dans une pharmacie physique ou en *click and collect*. Le seuil à partir duquel l'achat en ligne est rentable est variable en fonction de l'offre proposée par les pharmacies autour de chez vous.

- La plupart des sites proposent l'achat de PMF et de produits de parapharmacie. Cette multi-offre permet d'atteindre plus facilement le seuil des frais de port gratuit.
- Outre le prix, il faut vérifier les conditions de frais de port qui peuvent rendre l'achat moins intéressant financièrement (effet plutôt limité au final mais à ne pas négliger).

Au final, il est intéressant financièrement d'avoir recours à un site de vente en ligne de médicaments mais la pharmacie traditionnelle reste tout à fait complémentaire avec l'offre en ligne puisqu'elle réalise la délivrance de PMO et la prise en charge immédiate des symptômes aigus des pathologies saisonnières.

# Conclusion

L'ouverture de la vente en ligne de médicaments a été imposée à la France par l'intermédiaire de la Directive 2011/62/UE. Cette législation n'était voulue par pratiquement aucune partie liée aux médicaments à savoir l'Ordre National des Pharmaciens, le Ministère de la Santé et même la grande majorité des pharmaciens. Ce rejet massif induit aujourd'hui une application de la législation européenne le plus strictement possible par la Ministre de la santé, de même qu'un faible engouement de la part des pharmaciens avec à ce jour moins de 200 sites actifs proposant des PMF. Enfin la communication sur le sujet est presque inexistante de la part de l'Ordre National des Pharmaciens.

Nous avons démontré que la législation pouvait avoir un impact économique significatif sur ce nouveau mode de délivrance des médicaments. Les contraintes réglementaires étaient et sont encore sources de nombreuses contestations juridiques. Les défenseurs français de la vente en ligne de médicaments ont réussi, à travers toutes leurs actions, à assouplir quelque peu la réglementation décidée fin 2012 mais le Ministère de la Santé souhaite assurer une sécurité maximale à la fois pour préserver la chaine de médicaments de la contrefaçon mais aussi protéger le patient souhaitant acheter des médicaments en ligne. C'est pourquoi le futur encadrement législatif risque de ne toujours pas satisfaire les pharmaciens pro-vente en ligne. La législation pourra éventuellement évoluer si les différentes parties liées au médicament le souhaitent, ce qui n'est pas du tout le cas à l'heure actuelle.

La vente en ligne est déjà bien ancrée dans les habitudes françaises mais l'appliquer au domaine de la santé est un gigantesque challenge qui nécessite un bouleversement majeur dans la manière de se soigner. Au vu des premiers bilans financiers, cette nouvelle pratique risque de prendre un certain temps avant d'être génératrice de revenus. Après plus de deux ans et demi d'ouverture de la vente en ligne, une majorité de sites ne sont pas encore rentables et le chiffre d'affaire généré est dérisoire par rapport à celui de l'officine. Il y a tout de même des sites internet de médicaments qui prospèrent grâce à une combinaison de facteurs essentiels pour ce nouveau marché : être un primo-arrivant, exposer son site sans utiliser la publicité, pratiquer des prix intéressants et posséder un portail de vente en ligne moderne et agréable à utiliser. Ces facteurs pourront permettre aux pharmaciens d'être présents sur la première page Google et ainsi profiter d'un plus grand flux d'internautes.

Enfin, nous avons pu voir que la moyenne des prix des médicaments sur internet est inférieure à la moyenne de ceux vendus en pharmacie traditionnelle. La disparité des prix entre sites est moins importante que celle constatée entre officines physiques. Malgré la présence de frais de port qui font augmenter le prix du panier en fin de commande, l'achat en ligne semble être

compétitif par rapport à l'achat en officine classique. Ces avantages financiers n'effacent évidemment pas les inconvénients de la vente par internet. L'achat en ligne de médicaments est conditionné par plusieurs prérequis s'il se veut intéressant : avoir un panier assez important pour que les frais de port soient négligeables voir inexistants (gratuité au-delà d'un certain montant), combiner l'achat de médicaments et de produits de parapharmacie si besoin, et enfin choisir un site légal qui propose des prix attractifs.

À l'heure actuelle, les sites internet de vente de médicaments se ressemblent tous beaucoup. Il y a évidemment des différences de design, d'ergonomie, de présentation, mais au final la quasi totalité des sites présentent une page d'accueil mettant en avant les produits éligibles à la publicité et aux promotions, des onglets catégoriels permettant de retrouver un type de produit et un moteur de recherche interne au site. Tous les sites sont finalement des catalogues virtuels de l'officine qui se démarquent à travers le visuel, le choix de médicaments, le choix de produits de parapharmacie et les prix pratiqués. Nous regrettons l'absence totale d'innovation dans les services proposés sur les sites en ligne. Cependant la santé étant très encadrée, les initiatives pour améliorer le système actuel sont rarement bien reçues par les autorités compétentes. Par exemple 1001pharmacies souhaitait proposer un service de livraison de médicaments à domicile : ce service qui ne plaisait ni à ses concurrents ni à l'Ordre des Pharmaciens a été interdit [82]. Le conservatisme est prôné par une majorité qui souhaite protéger la profession mais n'est-elle pas plutôt en train de la desservir en s'opposant à toute initiative permettant de faire évoluer le métier ? L'ubérisation de la pharmacie n'est pas encore d'actualité, mais la profession ne devrait-elle pas prendre les devants face aux futures menaces ?

L'amélioration du site de vente en ligne et la création de nouveaux services vont sans doute être les moteurs de la croissance de cette nouvelle activité. Plusieurs pistes peuvent être explorées pour améliorer l'expérience utilisateur :

- mieux orienter le patient dans le choix de son PMF en lui proposant des questions à choix multiples comme le pharmacien fait à l'officine pour proposer la meilleure molécule par rapport aux symptômes décrits ;
- mieux intégrer la pharmacie dans l'interface du site en ligne pour permettre aux patients d'avoir davantage d'informations sur les traitements pris, ceux à prendre et sur la disponibilité des produits vendus en pharmacie ;
- mieux informer les patients sur les communications de santé publiques menées par les autorités de santé.

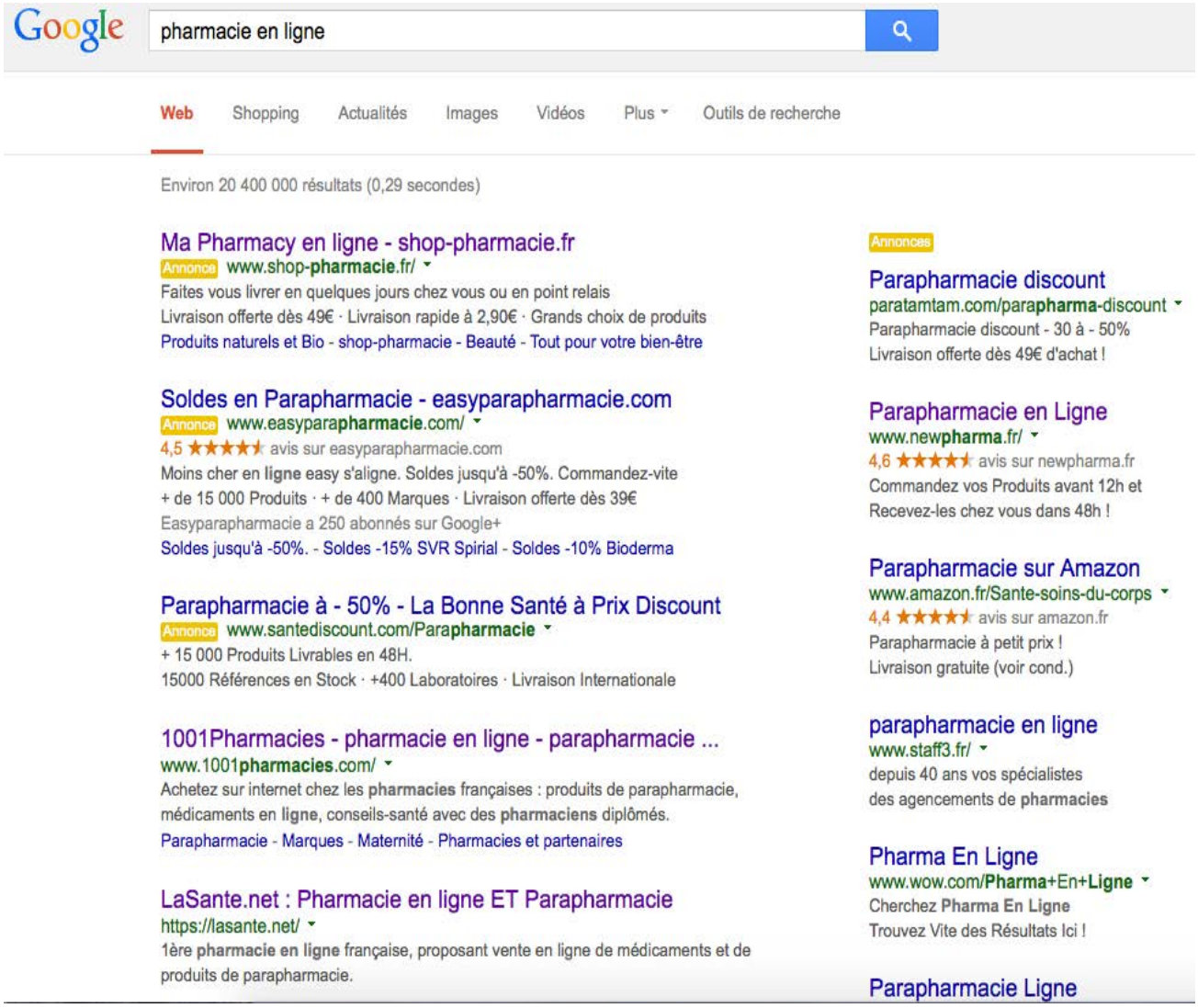
La e-santé se développe très rapidement et avec l'avènement des Smartphones et tablettes tactiles, elle peut être présente à chaque instant de notre vie. Les géants de la « high-tech » commencent déjà à développer des solutions qui permettent de suivre les paramètres biologiques

liés à notre santé comme par exemple les traqueurs d'activité, la mesure du pouls, la mesure de la tension, le suivi de la courbe de poids et demain il sera même possible de suivre sa glycémie en temps réel [83]. Le pharmacien ne doit pas manquer l'opportunité de s'inscrire dans ce futur ultra connecté et il doit surtout capitaliser l'expérience qu'il va acquérir avec la vente en ligne de médicaments pour envisager le futur de son métier.

L'ouverture de la vente en ligne est aujourd'hui à l'état embryonnaire. Son potentiel économique dans les conditions actuelles reste limité et seul quelques acteurs dominants peuvent en profiter pleinement. La vente en ligne de médicaments ne peut pas rester en l'état c'est-à-dire un simple « showroom » de médicaments où ce qui différencierait chaque site est le prix pratiqué. L'engagement dans la pharmacie connectée est un atout indéniable pour chaque titulaire, ce qui nous pousse à penser qu'il doit être adopté même si la rentabilité n'est pas présente au début. Son développement, maintenant, donnera aux pharmaciens l'opportunité d'être prêts si les évolutions imaginées sont mises en place demain. Le secteur de la pharmacie comme tous les autres secteurs, ne pourra pas échapper à la révolution numérique mais est-ce que la pharmacie saura s'y adapter et trouver sa place pour rester essentielle auprès des patients français ?

# Annexes

*Annexe 1 : Recherche Google obtenu en tapant les mots clefs « pharmacie en ligne »*



Pharmacie en ligne : Achat de médicaments en ligne et ...
www.doctipharma.fr/
Achat de médicaments en **ligne** et produits de parapharmacie en toute sécurité, vendus et expédiés par des **pharmacies** françaises.
Médicaments - Pharmacies en ligne - Promotions des pharmacies ... - Sexualité

Pharmarket - Pharmacie et parapharmacie en ligne
https://www.pharmarket.com/
Achetez sur internet vos médicaments et vos produits de parapharmacie préférés et faites-vous livrer à domicile par une **pharmacie** française.
Vous avez consulté cette page de nombreuses fois. Date de la dernière visite : 31/05/15

Vente en ligne de médicaments - Ministère de la santé
www.sante.gouv.fr/vente-en-**ligne**-de-medicaments.html
23 sept. 2013 - accueil du site > Le circuit du médicament > Vente en **ligne** de médicaments ... Le site doit être adossé à une officine de **pharmacie** physique.
Vous avez consulté cette page 4 fois. Dernière visite : 25/05/15

Sites autorisés pour la vente de médicaments sur Internet ...
www.sante.gouv.fr/sites-autorises-pour-la-vente-de-medicaments-sur-inte...
16 janv. 2015 - Liste des sites internet des officines de **pharmacie** autorisés par les ..... met en place son propre dispositif de vente en **ligne** de médicaments.

Pharmacie en Ligne & Parapharmacie, Pharmacie Veau
www.**pharmacie**veau.fr/
**Pharmacie en ligne** française à Tournus (71) - Livraison gratuite 24/48h en France et Belgique. **Pharmacie en ligne** discount pratiquant de nombreux prix bas.

site autorisé pour la vente en ligne de médicaments - Ordre ...
www.ordre.**pharmacie**n.fr/ecommerce/search
Aller directement au contenu. Ordre national des **pharmaciens** .... **PHARMACIE** SCHNEIDER · SABINE SCHNEIDER ... ALSACE. www.**pharmacie**-chatenois.fr.
Vous avez consulté cette page 2 fois. Dernière visite : 18/05/15

Vente de médicaments sur Internet en France - Le patient ...
www.ordre.**pharmacie**n.fr/.../Vente-de-medicaments-sur-Internet-en-Fran...
Dirigez-vous vers les sites autorisés de vente en **ligne** de médicaments. Pour la France,

search.1and1.com/Para**pharmacie+Ligne**
Consultez: Parapharmacie **ligne**.
Les Résultats sur search.1and1.com!

EXCOSUP Concours Pharma
www.excosup.fr/concours_**pharma**
Préparer & réussir son Concours
de PACES. Encadre facs Paris/IDF

Parapharmacie En Ligne
para**pharmacie**.chercheztrouvez.fr/
Top 4 Parapharmacie En **Ligne**
Trouvez Tout le Necessaire Ici!

Affichez votre annonce ici »

Belgique. **Pharmacie en ligne** discount pratiquant de nombreux prix bas.

site autorisé pour la vente en ligne de médicaments - Ordre ...
www.ordre.**pharmacie**n.fr/ecommerce/search
Aller directement au contenu. Ordre national des **pharmaciens** .... **PHARMACIE** SCHNEIDER · SABINE SCHNEIDER ... ALSACE. www.**pharmacie**-chatenois.fr.
Vous avez consulté cette page 2 fois. Dernière visite : 18/05/15

Vente de médicaments sur Internet en France - Le patient ...
www.ordre.**pharmacie**n.fr/.../Vente-de-medicaments-sur-Internet-en-Fran...
Dirigez-vous vers les sites autorisés de vente en **ligne** de médicaments. Pour la France, l'Ordre national des **pharmaciens** tient à jour la liste des sites français ...
Vous avez consulté cette page 3 fois. Dernière visite : 28/04/14

Pharmanco: Pharmacie en ligne - Parapharmacie en ligne ...
www.pharmanco.com/
**Pharmacie en ligne** et parapharmacie en ligne. Le site www.pharmanco.com est dédié à la vente en ligne de produits de parapharmacie ainsi que de ...

Recherches associées à pharmacie en ligne

| | |
|---|---|
| pharmacie en ligne **francaise** | pharmacie en ligne **belgique** |
| pharmacie en ligne **pas cher** | pharmacie en ligne **suisse** |
| pharmacie en ligne **cialis** | pharmacie en ligne **andorre** |
| pharmacie en ligne **viagra** | pharmacie en ligne **maroc** |

Goooooooooogle ›
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 **Suivant**

*Annexe 2 : Questionnaire proposé aux pharmaciens ayant obtenue l'agrément pour ouvrir un site de vente en ligne de médicaments*

# Ouverture de la vente en ligne sur internet

L'objectif de mon enquête est d'analyser la situation économique de l'officine en France suite à l'ouverture de la vente de médicaments par voie électronique. Cette étude est réalisée dans le cadre de ma thèse de fin d'étude. Elle est encadrée par :

- Madame Lambert, Directrice de thèse, Docteur en pharmacie, Responsable de la plateforme numérique de la Faculté de Pharmacie de Nancy
- Madame Paulus, Présidente de thèse, Docteur en pharmacie, Doyenne de la faculté de pharmacie de Nancy.

Toutes les informations recueillies seront traitées anonymement et exploitées de manière statistique pour dégager une analyse économique de la situation française des officines, quant à l'ouverture de la vente de médicaments par voie électronique.

Je tiens à vous remercier pour votre disponibilité et votre considération pour ma thèse. Les informations que vous me transmettez sont d'une aide capitale quant à la réalisation de mon projet.

*1) Quelle est la situation géographique de votre pharmacie ?*

- o ◯ Milieu rural
- o ◯ Ville de moyenne importance
- o ◯ Grand centre urbain
- o ◯ Centre commercial

*2) Appartenez-vous à un groupement*

- o ◯ Oui
- o ◯ Non

*3) Quel est le nombre de salariés dans votre officine*

- o ◯ Moins de 3 salariés
- o ◯ 3 à 5 salariés
- o ◯ 6 à 9 salariés
- o ◯ plus de 10 salariés

*4) Dans votre officine, quel est le nombre de pharmacien/pharmacienne (vous inclus) ?*

*5) Dans votre officine, quel est le nombre de préparateur/préparatrice ?*

*6) La gérance de votre site de vente en ligne est assurée par :*

- o Vous même
- o Une ou plusieurs personnes dédiées spécifiquement à cette activité
- o L'ensemble des employés de l'officine

*7) Quel est le chiffre d'affaire de votre officine au dernier bilan annuel (en million d'euros) ?*

- o inférieur à 1
- o entre 1,01 et 2
- o entre 2,01 et 3
- o entre 3,01 et 5
- o entre 5,01 et 8
- o plus de 8,01

*8) Le pharmacien responsable du site appartient à quelle tranche d'âge ?*

- o moins de 35 ans
- o 36-49
- o 50-64
- o Plus de 65 ans

*9) Quelle est le chiffre d'affaire annuel de votre site internet ?*

*10) Quel est le budget mensuel de fonctionnement du site ?*

*11) Est-ce-que vos principaux fournisseurs sont intéressés par votre nouveau mode de délivrance ?*

- o ◯ Oui
- o ◯ Non

*12) Si oui, de quelle manière s'y sont-ils impliqués ou intéressés ?*

*13) En pourcentage, que représente le chiffre d'affaire de votre site par rapport au C.A. de l'officine ?*

*14) Est ce que vous observez une diminution des ventes dans votre officine en raison de l'ouverture de votre site ?*

- o ◯ Oui
- o ◯ Non

*15) Le patient virtuel est en moyenne âgé de :*

- o ◯ 18-35ans
- o ◯ 36-49ans
- o ◯ 50-64ans
- o ◯ plus de 65 ans

*16) Votre patientèle virtuelle habite majoritairement :*

- o ☐ à l'étranger
- o ☐ en France
- o ☐ dans votre région
- o ☐ dans votre commune et aux alentours

*17) Le patient virtuel est-il aussi un patient physique de votre officine ?*

- o ◯ Oui majoritairement
- o ◯ Plutôt oui
- o ◯ Plutôt non

- o ◯ Majoritairement non

*18) Quelle catégorie de produits a le plus de succès sur votre site ?*

- o ☐ Les médicaments OTC allopathiques
- o ☐ L'homéopathie / phytothérapie
- o ☐ Les compléments alimentaires
- o ☐ La dermocosmétologie

*19) Pour éviter les frais de port, constatez vous une tendance du patient virtuel à acheter en plus grande quantité ?*

- o ◯ Oui majoritairement
- o ◯ Plutôt oui
- o ◯ Plutôt non
- o ◯ Majoritairement non

*20) Votre site internet connait plutôt*

- o ◯ Une croissance de la fréquentation
- o ◯ Une stagnation de la fréquentation
- o ◯ Une baisse de la fréquentation

*21) Êtes-vous satisfait de la visibilité de votre site internet sur les principaux moteurs de recherche ?*

- o ◯ Très satisfait
- o ◯ Plutôt satisfait
- o ◯ Plutôt insatisfait
- o ◯ Très insatisfait

*22) Quelle est votre stratégie pour améliorer votre visibilité sur internet ?*

*23) Selon vous, l'ouverture de la vente de médicaments par voie électronique est-elle une bonne chose ?*

- o ◯ Oui
- o ◯ Non
- o ◯ Avis partagé

*24) Pourquoi selon vous ?*

*25) Quelles sont les principales raisons qui vous ont poussé à développer ce nouveau mode de délivrance ?*

*26) Avez vous rencontré des difficultés lors des procédures administratives ?*

- o ◯ Oui
- o ◯ Non

*27) Si oui, quelles ont été ces difficultés ?*

*28) Suite à votre dépôt de dossier, combien de temps a mis l'ARS pour vous donner son agrément (en mois)?*

*29) L'appartenance à un groupement permet-elle de faciliter la mise en place d'un site ?*

- o ◯ Oui
- o ◯ Non
- o ◯ Non membre d'un groupement

*30) Si oui, de quelle manière ?*

*31) Que pensiez-vous de l'arrêté du 20 juin 2013 relatif à l'instauration de bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique ? **

- o ◯ Complètement adapté
- o ◯ Plutôt adapté
- o ◯ Plutôt inadapté
- o ◯ Complètement inadapté

- o Je ne connaissais pas cet arrêt

*32) Quelles étaient les mesures de l'arrêté qui vous semblaient les moins adéquates pour le développement de votre site ?*

*33) Est-il nécessaire de former l'équipe officinale sur ce nouveau mode de délivrance ?*

- o Oui
- o Non

*34) La décision d'ouvrir un site a été prise après avoir :*

- o Analysé les situations étrangères (notamment européenne)
- o Réalisé un sondage de la patientèle
- o Demandé des informations à des cabinets d'audit
- o Demandé des informations à l'ordre
- o Demandé des informations aux autorités publiques
- o Recherché des informations sur internet
- o Autre :

*35) Pour votre site de vente, les prix pratiqués sur internet sont en général :*

- o Inférieurs à l'officine
- o Supérieurs à l'officine
- o Identique
- o C'est au cas par cas en fonction du produit ?

*36) Pouvez-vous m'expliquer votre choix ?*

*37) À combien s'élèvent les frais de port de votre site en ligne ?*

*38) Les frais de port sont gratuits à partir de quel montant (en euros) ?*

*39) Votre politique tarifaire est-elle influencée par vos cyber-concurrents ?*

- o Oui
- o Non

*40) Que pensez vous de l'arrivée de grands acteurs d'internet sur le créneau de la pharmacie en ligne (Doctissimo, Amazon ....) ? **

- o Totalement pour
- o Pour
- o Contre
- o Totalement contre

*41) Que pensez vous des sites de comparaison de prix (www.unooc.fr www.prixmedicament.com www.compapharma.com www.comparsante.fr ....)*

*42) Fournissez vous votre grille tarifaire à ces sites de comparaison ?*

- o Oui
- o Non

*43) Voyez vous plutôt votre site comme :*

- o Un hobbie facultatif pour être dans l'air du temps
- o Un relais de l'officine pour votre patientèle physique
- o Un projet indispensable pour continuer à développer votre officine
- o Autre :

*44) Selon la législation européenne, il est possible de vendre des médicaments en France avec des sites étrangers. Etes vous inquiet de cette nouvelle concurrence européenne ?*

- o Oui
- o Non

*45) Pourquoi*

*46) Est ce que votre site est déjà rentable ?*

- o Oui
- o Non

*47) Misez vous beaucoup sur une croissance de vos ventes en ligne ?*

- o Oui
- o Non

*48) Pensez vous que l'avenir de la profession passe par la vente électronique ?*

- o ◯ Oui
- o ◯ Non

*49) Etes vous pour la dématérialisation totale de la délivrance (extension aux médicaments soumis à prescription obligatoire) ?*

- o ◯ Oui
- o ◯ Non

*50) Quelles seraient les améliorations à apporter à la législation actuelle pour améliorer l'expérience pharmacien/patient virtuel et ainsi apporter plus d'attractivité à la vente en ligne ?*

*51) Globalement êtes vous satisfait de l'ouverture de votre site ?*

- o ◯ Très satisfait
- o ◯ Plutôt Satisfait
- o ◯ Plutôt insatisfait
- o ◯ Très Insatisfait

*52) Pour conclure, quel est votre sentiment personnel sur la vente en ligne de médicaments (sans prendre en compte l'aspect économique du sujet) ?*

*Annexe 3 : Exemple de dossier à remplir par un pharmacien souhaitant ouvrir un site de vente en ligne de médicaments en Lorraine*

**DOSSIER-TYPE**
**DE DEMANDE D'AUTORISATION DE CREATION D'UN SITE INTERNET**
**DE COMMERCE ELECTRONIQUE DE MEDICAMENTS**

Le formulaire ainsi que les renseignements, engagements et documents sont transmis par voie postale, sous pli recommandé avec accusé réception, à l'adresse suivante :

**ARS LORRAINE - Service PDSB**
**3 boulevard Joffre**
**C.S. 80071**
**54036 NANCY CEDEX**

**COMPOSITION DU DOSSIER DE DEMANDE D'AUTORISATION**

**1/ Formulaire de demande** (Cf. : Annexe 1)

**2/ Certificat(s) d'inscription** à l'ordre des pharmaciens du (des) pharmacien(s) titulaire(s) de l'officine ou gérant(s) de la pharmacie mutualiste ou de secours minière

**3/ Description par le demandeur du site et de ses fonctionnalités permettant de s'assurer du respect de la législation et de la réglementation en vigueur** :

- le site doit comporter :

  - **toutes les informations nécessaires pour identifier le site internet** : (Cf. : Annexe 2)

  Ces informations doivent figurer dans une rubrique d'identification (ex : « mentions légales » ou « qui sommes-nous ? »).

  - les coordonnées de l'Agence Nationale de Sécurité du Médicament et des produits de santé (ANSM) : 143/147, bd Anatole France 93285 Saint-Denis Cedex – Tél : 01.55.87.30.00

  ( http://ansm.sante.fr/ )

  - les liens hypertextes vers :

✓ le site du ministère des Affaires sociales et de la Santé,
✓ le site de l'Ordre national des pharmaciens,
✓ la page du formulaire de déclaration de pharmacovigilance du site de l'ANSM.

Les liens et les coordonnées de l'ANSM seront 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 ? »

- le demandeur décrira :

  - les mises en garde générales affichées sur le site - exemples :

    « le médicament n'est pas un produit comme les autres », « lire attentivement la notice du médicament avant de le commander », « ne laissez pas les médicaments à la portée des enfants », « si les symptômes persistent, s'ils s'aggravent ou si de nouveaux symptômes apparaissent, demandez l'avis de votre médecin ou de votre pharmacien », « attention aux incompatibilités avec vos traitements en cours », « si vous avez besoin de plus d'informations et de conseils, contacter un pharmacien de notre équipe »…)

  - la présentation du médicament telle qu'elle apparaitra sur le site

  - les documents d'information (notice intégrale de la spécialité) et de conseils mis en ligne et/ou adressés aux patients, en fonction du type de médicament, de l'état (ex : femme enceinte ou allaitante, enfant), de la pathologie du patient et de ses traitements en cours.

- les modalités d'échanges d'informations et de conseils entre patient et pharmacien, notamment avant puis après dispensation (ex : messagerie, boite de dialogue, coordonnées téléphoniques de la pharmacie)
- l'espace privé dédié au patient, intitulé « Mon compte », et recensant notamment l'historique des commandes et l'intégralité de ses échanges avec le pharmacien

**4/ Engagements du demandeur :**

- au respect du Code de Déontologie, et tout particulièrement des articles R.4235-2, -10, -18, -22, -48, -62 et -64 du Code de la Santé Publique
- à la vente des médicaments non soumis à une prescription médicale obligatoire, sur un espace dédié du site
- à effectuer la déclaration CNIL spécifique à la vente de médicaments en ligne
- au contrôle effectif par un (des) pharmacien(s) des opérations réalisées
- au respect de l'intégrité des conditionnements (conditionnement primaire, boîte et notice) et envoi en colis scellé et banalisé
- à la dispensation de quantités de médicaments telles qu'elles n'incitent pas le patient à une consommation abusive de médicaments
- à la mise à jour des informations de santé, recommandations et mises en garde générales et spécifiques aux médicaments
- à l'affichage sur chaque page du logo commun mis en place au niveau communautaire dès qu'il sera défini

**5/ Seront joints :**

- la liste du personnel affecté à l'activité de vente en ligne
  *Il sera pris en compte la conformité du nombre de pharmaciens adjoints au regard du dernier chiffre d'affaires de l'officine, déclaré auprès de l'ARS*
- le cas échéant, la délégation d'exploitation du site internet à un pharmacien adjoint de l'officine
- Le cas échéant, l'identification de l'hébergeur de données qui doit être agréé pour l'hébergement de données de santé à caractère personnel par le ministère chargé de la santé (site esante.gouv.fr)
- les conditions générales de vente

**6/ Description des conditions d'installation de l'officine (article R.5125-9 du CSP)**

Le(s) demandeurs joindront le plan coté de la pharmacie, précisant l'emplacement des différentes activités de l'officine.

Le(s) demandeurs décriront les locaux et équipements affectés aux différentes étapes de l'activité de vente de médicaments par internet, depuis la commande jusqu'à un éventuel retour

| **Référentiels** |
|---|

Code de la Santé Publique (CSP) et notamment les articles L. 5125-33 à L. 5125-41 et R. 5125-71 à R. 5125-74
Bonnes Pratiques de Dispensation des Médicaments par voie électronique (à paraître)

**ANNEXE 1 :**

**FORMULAIRE DE DEMANDE D'AUTORISATION DE CREATION D'UN SITE INTERNET DE COMMERCE ELECTRONIQUE DE MEDICAMENTS**

| |
|---|
| Nom de la pharmacie : |
| Nom(s) du (des) titulaire(s) ou gérant(s) |
| Adresse (n°, voie, code postal, commune) : |
| Téléphone / Télécopie : |
| Courriel : |
| Adresse du site internet soumis à autorisation : |
| Officine issue d'un regroupement : OUI NON |

Date de la demande

Signature(s) du (des) titulaire(s) ou gérant(s)

Tampon de l'officine

**ANNEXE 2 :**

## A TITRE D'INFORMATION POUR LE DEMANDEUR
## INFORMATIONS NECESSAIRES POUR IDENTIFIER LE SITE INTERNET

Le site internet comporte *a minima*, les informations suivantes :

- la raison sociale de l'officine ;

- les noms et prénoms du ou des pharmacien(s) titulaire(s) ou du pharmacien gérant d'une pharmacie mutualiste ou de secours, et le cas échéant du ou des pharmacien(s) adjoint(s) ayant reçu délégation pour l'exploitation du site internet ;

- le numéro RPPS du ou des pharmacien(s)titulaire(s) ou du pharmacien gérant d'une pharmacie mutualiste ou de secours minière, et le cas échéant du ou des pharmacien(s) adjoint(s) ayant reçu délégation pour l'exploitation du site internet ;

- l'adresse de l'officine ;

- l'adresse de courrier électronique ;

- le numéro de téléphone et de fax / télécopie ;

- le numéro de licence de la pharmacie ;

- le numéro Siret ;

- le numéro d'inscription au registre du commerce et des sociétés ;

- le cas échéant, la dénomination sociale et les coordonnées de l'hébergeur du site internet ;

- le code APE (47.73 Z pour « Commerce de détail de produits pharmaceutiques en magasin spécialisé ») ;

- le numéro individuel d'indentification relatif à l'assujettissement à la taxe sur la valeur ajoutée (article 286 ter du code général des impôts) ;

- le nom et l'adresse de l'agence régionale de santé territorialement compétente.

L'accès à ces informations est « facile, direct et permanent » (art 19 de la Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique).

*Annexe 4 : Décision du directeur de l'ARS autorisant l'ouverture d'un site de vente en ligne de médicaments*

Agence Régionale de Santé
Haute-Normandie

Direction de la santé publique
Pôle Veille et sécurité sanitaires
Unité Sécurité pharmaceutique et biologique

Tél. : 02.32.18.32.22
Mél. : ars-hnormandie-pharmacie-labm@ars.sante.fr

Décision n° DSP 2015 023
Autorisant la création d'un site internet
de commerce électronique de médicaments adossé à une officine de pharmacie

LE DIRECTEUR GENERAL DE L'AGENCE REGIONALE DE SANTE
DE HAUTE-NORMANDIE

VU :

- Le code de la santé publique et notamment les articles L. 5125-33 à L. 5125-41 et R. 5125-70 à R. 5125-74 ;
- L'ordonnance n°2012-1427 du 19 décembre 2012 relative au renforcement de la sécurité de la chaîne d'approvisionnement des médicaments, à l'encadrement de la vente de médicaments sur internet et à la lutte contre la falsification des médicaments ;
- L'ordonnance n°365459 du juge des référés du Conseil d'Etat en date du 14 février 2013 portant suspension de l'article L.5125-34 du code de la santé publique tel qu'issu de l'ordonnance n°2012-1427 du 19 décembre 2012 ;
- Le décret n°2010-336 du 31 mars 2010 portant création des agences régionales de santé ;
- Le décret du 14 mars 2013 portant nomination de monsieur Amaury de Saint-Quentin en qualité de directeur général de l'agence régionale de santé de Haute-Normandie ;
- La demande d'autorisation, présentée par monsieur Cyrille Grenot, pharmacien titulaire de l'officine sise ZUP de la Grand Mare - Centre Commercial de la Lombardie 76000 Rouen, de créer un site internet de commerce électronique de médicaments dénommé www.pharmacieenlignerouen.com datée du 29 décembre 2015 et enregistrée le 15 janvier 2015, complétée par envoi en date du 17 mars 2015 ;
- La licence n°76#000411, délivrée le 20 février 1969 par le préfet de la Seine-Maritime, autorisant la création de l'officine de pharmacie actuellement exploitée par ce pharmacien ;

CONSIDERANT :

- Que monsieur Cyrille Grenot, de nationalité française, justifie être titulaire du diplôme de docteur en pharmacie délivré par l'université de Lille 2 le 7 juillet 1989 et être titulaire depuis le 29 mai 1996 de l'officine de pharmacie concernée ;
- Etre inscrit au tableau de la section A de l'ordre national des pharmaciens sous le numéro RPPS 10000769355 ;

- Que l'implantation de l'officine de pharmacie sise ZUP de la Grand Mare - Centre Commercial de la Lombardie 76000 Rouen, actuellement exploitée sous forme de SELARL et dont le nom commercial est « SELARL de pharmaciens d'officine de la Lombardie », a été régulièrement autorisée par arrêté préfectoral du 20 février 1969 et peut se prévaloir des prérogatives attachées à la licence n°76#000411 ;

- Que les éléments figurant au dossier déposé et complété par monsieur Cyrille Grenot permettent de considérer que l'exploitation du site internet www.pharmacieenlignerouen.com se fera en conformité avec les textes législatifs et réglementaires en vigueur ;

DECIDE:

ARTICLE 1er :

La demande présentée par monsieur Cyrille Grenot, pharmacien titulaire d'officine, en vue d'être autorisé à créer un site internet de commerce électronique de médicaments www.pharmacieenlignerouen.com adossé à la pharmacie qu'il exploite sise ZUP de la Grand Mare - Centre Commercial de la Lombardie 76000 Rouen, est acceptée.

ARTICLE 2 :

Toute modification des éléments figurant dans le dossier de demande d'autorisation ainsi que toute suspension ou cessation d'exploitation du site internet doit donner lieu à une déclaration immédiate au directeur général de l'agence régionale de santé de Haute-Normandie et au conseil régional de l'ordre des pharmaciens de Haute-Normandie.

ARTICLE 3 :

Tout manquement aux règles applicables au commerce électronique de médicaments pourra entraîner des sanctions admininstratives allant jusqu'à la suspension de la présente autorisation.

ARTICLE 4 :

La présente décision peut faire l'objet de l'un ou des deux recours administratifs suivants, dans les deux mois à compter de sa notification ou, pour les tiers, de sa publication :

- recours gracieux auprès du directeur général de l'agence régionale de santé de Haute-Normandie ;
- recours hiérarchique auprès du ministre chargé de la santé.

Un recours contentieux peut également être formé auprès du tribunal administratif de Rouen, dans un délai identique ou, après recours administratif, de deux mois à compter soit de la notification du rejet de ce dernier soit du terme d'une période de deux mois de silence de son destinataire.

ARTICLE 5 :

La Directrice de la Santé Publique de l'Agence Régionale de Santé de Haute-Normandie est chargée de l'exécution de la présente décision, qui sera publiée au recueil des actes administratifs de la préfecture de Seine-Maritime.

Fait à Rouen, le 19 mars 2015

Le Directeur Général

Amaury de SAINT-QUENTIN

*Annexe 5 : Directive du Directeur Général de la Santé concernant les hébergeur de données de santé*

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Ministère des affaires sociales et de la santé
Ministère du travail, de l'emploi et du dialogue social
Ministère des droits des femmes, de la ville, de la jeunesse et des sports

**Direction générale de la santé**
Sous-direction de la politique des produits de santé et de la qualité
*des pratiques et des soins*
*Bureau du médicament*

**Secrétariat général des ministères**
Délégation à la stratégie
des systèmes d'information de santé

Le Directeur général de la santé

Le Délégué à la stratégie des systèmes d'information de santé

à

Mesdames et Messieurs les Directeurs généraux des agences régionales de santé

INSTRUCTION N° DGS/DSSIS/2014/172 du 28 mai 2014 relative à l'hébergement des données de santé dans le cadre de la dispensation par internet de médicaments à usage humain

Date d'application : immédiate

**Validée par le CNP le 5 juin 2014 - Visa CNP 2014-93 (si ARS concernées)**
**Publiée au BO :** non
**Déposée sur le site circulaire.legifrance.gouv.fr** : non

| |
|---|
| **Catégorie :** directives adressées par le ministre aux services chargés de leur application. |
| **Résumé** : cette instruction précise aux ARS les critères d'appréciation de la conformité de l'agrément de l'hébergement des sites de vente en ligne de médicaments, en cas de recours à une prestation externalisée |
| **Mots-clés** : création de sites internet de vente de médicaments ; agrément de l'hébergement |
| **Textes de référence** : arrêté du 20 juin 2013, relatif aux bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique |
| **Circulaires abrogées** : - |
| **Circulaires modifiées** : - |
| **Annexes** : - |
| **Diffusion :** agences régionales de santé |

Comme suite au message du directeur général de la santé du 30 août 2013, à la réunion qui s'est tenue à la DGS avec les représentants des ARS le 12 septembre 2013 et à la présentation faite lors du séminaire des directeurs généraux du 19 et 20 septembre 2013, nous vous adressons de nouveaux éléments concernant la conduite à tenir au sujet de l'hébergement des sites internet de vente de médicaments à usage humain.

Ces nouveaux éléments ont été établis à la suite d'échanges avec la Direction des affaires juridiques (DAJ) des ministères sociaux relatifs aux dispositions applicables à l'hébergement des données de santé à caractère personnel recueillies par les officines de pharmacie dans le cadre du commerce électronique de médicaments.

## 1. Obligation de recourir à un hébergeur agréé

Les sites de commerce électronique de médicaments contiennent des données de santé à caractère personnel.

L'arrêté du 20 juin 2013 relatif aux bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique qui indique que des données de santé à caractère personnel sont collectées, précise que l'hébergement de ces données, c'est-à-dire l'externalisation de la conservation des données auprès d'un tiers, ne peut se faire qu'auprès des prestataires agréés pour l'hébergement de données de santé conformément aux dispositions des articles L.1111-8 et R.1111-9 et suivants du code de la santé publique.

Cet agrément est délivré par type de prestation. Au regard des caractéristiques de l'hébergement des données de sites de vente en ligne de médicaments, deux types de dossiers d'agréments aujourd'hui délivrés répondent aux exigences requises par les textes précités :

- un agrément pour une prestation visant explicitement l'hébergement de sites de vente en ligne de médicaments ;
- un agrément pour l'hébergement d'applications contenant des données de santé à caractère personnel, avec possibilité pour le patient d'accéder directement à l'application au moyen d'un dispositif d'authentification forte[1].

Afin d'éviter que la complexité du dispositif d'agrément des hébergeurs ne pénalise les pharmaciens désireux d'ouvrir de tels sites, cette note définit des critères à la fois clairs et pragmatiques permettant aux ARS, aux pharmaciens et aux hébergeurs d'analyser les contraintes d'agrément des prestations d'hébergement des sites déjà autorisés ou faisant l'objet d'une demande d'ouverture.

## 2. Traitement des dossiers de demande de création de sites de vente en ligne de médicaments par les ARS, avec hébergement de données.

### 2.1. Pour les sites internet déjà autorisés

Que l'hébergeur ne soit pas agréé ou qu'il ait été agréé antérieurement pour une autre prestation que la vente de médicaments par internet, le pharmacien doit produire dans les plus brefs délais un engagement de son hébergeur à déposer une demande d'agrément couvrant ce type de prestation (spécifiquement ou par une application de périmètre plus large assurant les fonctions requises).

[1] Ce moyen d'identification forte doit être délivré au patient à l'issue d'un processus d'enrôlement de nature à garantir son identité. Actuellement, le moyen d'authentification forte largement utilisé pour les accès des patients consiste à utiliser un identifiant/mot de passe associé à un code d'accès à usage unique (couramment appelé OTP : one time password) reçu par le patient par SMS ou messagerie électronique.

Un récépissé de dépôt de dossier de demande d'agrément couvrant une prestation d'hébergement de site de vente en ligne de médicaments délivré par l'ASIP Santé devra ensuite être transmis à l'ARS sous deux mois (le temps pour l'hébergeur de constituer un dossier).

A compter du dépôt du dossier de demande d'agrément, la décision d'agrément est délivrée dans un délai réglementaire maximal de huit mois. L'hébergeur est donc tenu de communiquer au pharmacien à l'issue de ce délai, la décision d'agrément délivrée par le ministre chargé de la santé, afin que le pharmacien puisse mettre à jour son dossier d'autorisation de site de vente en ligne de médicament auprès de l'ARS. A défaut de communication de la décision d'agrément à l'ARS par le pharmacien, une fermeture du site peut être prononcée conformément à l'article L. 5472-2 du CSP.

### 2.2. Pour les demandes de création de sites internet

Les dossiers de demande de création de sites de vente en ligne de médicaments doivent présenter un prestataire :

- soit titulaire d'un agrément visant explicitement l'hébergement de sites de vente en ligne de médicaments,
- soit titulaire d'un agrément d'hébergement d'applications contenant des données de santé à caractère personnel et avec possibilité pour le patient d'accéder directement à l'application au moyen d'un dispositif d'authentification forte.

Une liste spécifique des hébergeurs agréés pour ce type de prestation sera publiée sur le site internet de l'ASIP Santé (www.esante.gouv.fr) et régulièrement actualisée.

Nous vous invitons à nous faire part des difficultés éventuelles que vous pourriez rencontrer afin de dresser un bilan de la mise en œuvre de la présente note.

Le Délégué

Philippe BURNEL

Le Directeur général de la santé

Benoît VALLET

*Annexe 6 : Relevé des prix internet de 28 PMF (€) pour chaque pharmacie ayant obtenu un agrément d'ouverture de site de vente de médicaments en ligne*

| Nom de la pharmacie (PHIE) | Oscillo bte de 6 | Oscillo 30doses | Humex® Rhume jour/nuit | Strepsils® miel citron | Efferalgan® vit C | Daflon® 60cp | Lysopaïne® 36 | Bepanthen® pommade 5% 100g | Berocca® cp eff | Nurofenflash® 400 | Donormyl cp sec | Apaisylgel | Onctose hydrocortisone | Citrate de betaine | Prontalgine | Ginkor fort bte 60 | Efferalgantab 1g | Bronchokod 5% 250mL | Fervex sachet (8) | Fervex sans sucre (8) | Nurofen 400mg (12) | Stodal (200mL | Vitamine C UPSA effer (20) | Euphytose (120) | Spedifen 400mg (12cp) | zyrtecset 10mg (7cp) | Arnigel 45g | Biafineact (139,5g) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **PHIE DIETSCH** | 7,7 | | 5,4 | | | 12,6 | | 8,1 | | | | 4,7 | | 2,9 | 5,0 | 8,3 | | | | 5,3 | 3,6 | | 3,5 | | | | 4,5 | 5,8 |
| **PHIE SCHNEIDER** | 7,5 | 24,0 | 4,0 | 3,9 | 2,0 | 12,9 | 3,6 | | 11,0 | 3,5 | 2,2 | | | 3,5 | 4,5 | | | | 3,9 | 3,3 | 3,0 | 4,9 | | 5,5 | 4,0 | | | |
| **PHIE KOESSLER** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE ALMERAS** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DU HASENRAIN** | 5,6 | 23,8 | 4,1 | | 2,6 | 10,0 | 3,1 | 6,9 | 11,8 | 3,2 | 1,7 | 3,5 | | 3,6 | 4,9 | 8,4 | 1,0 | 3,2 | 4,5 | 2,9 | 3,0 | | | 5,5 | | | 4,8 | |
| **PHIE KUENTZ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DES VOSGES** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE MEUNIER** | 7,5 | 23,9 | 5,0 | 5,3 | 2,2 | 13,0 | 5,0 | 8,1 | 11,5 | 4,5 | 2,7 | 5,0 | 4,9 | 3,0 | 4,7 | 9,0 | 1,5 | 3,0 | 4,0 | 4,0 | 2,9 | 5,0 | 3,0 | 7,1 | 3,3 | 4,9 | 4,8 | 5,5 |
| **PHIE SCHWARTZ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE BUCHINGER** | | 21,0 | 3,4 | 4,5 | 1,5 | 9,9 | 3,0 | 5,6 | 8,9 | 2,8 | 1,5 | 3,2 | 4,0 | 1,9 | 3,3 | 7,5 | 1,1 | 2,0 | 3,0 | 2,9 | 3,0 | 4,2 | 2,3 | 5,8 | 2,9 | | 3,0 | 4,5 |
| **PHIE AKBARALY GOUDOUNECHE** | 6,1 | 23,9 | 4,0 | 4,6 | 1,9 | 11,2 | 3,5 | 9,0 | 9,8 | 3,9 | 2,1 | 3,7 | | 2,7 | 4,1 | 8,3 | 1,7 | 2,3 | 3,8 | 3,8 | 3,5 | 4,0 | 2,5 | 5,6 | 2,2 | | 3,0 | |
| **PHIE RIBOULEAU** | 6,1 | | 4,0 | 4,6 | 1,9 | 11,2 | 3,5 | 9,0 | 9,8 | 3,9 | 2,1 | | | 2,7 | 4,1 | 8,3 | 1,8 | 2,3 | 3,8 | 3,8 | 3,5 | 4,0 | 2,5 | 5,6 | 2,2 | | 3,0 | 4,5 |
| **PHIE LIGEOIX D'INCAU MATTHYS** | 6,1 | | 4,0 | 4,6 | 1,9 | 11,2 | 3,5 | 9,0 | 9,8 | 3,9 | 2,1 | | | 2,7 | 4,1 | 8,3 | | 2,3 | 3,8 | 3,8 | 3,5 | 4,0 | 2,5 | 5,6 | 2,2 | | 3,0 | |
| **PHIE AUDOUIT LECAT** | | 27,9 | 4,0 | 5,0 | 2,3 | 14,8 | 4,4 | 9,0 | 12,5 | 4,5 | 2,5 | 4,5 | | 3,0 | 5,2 | 9,9 | 1,7 | 3,6 | 4,8 | 5,0 | 3,9 | | 3,5 | 7,9 | 3,3 | 4,7 | 3,7 | 5,5 |
| **PHIE ISSARD** | | 21,0 | 5,2 | | 2,6 | 14,9 | 5,0 | 8,1 | 12,3 | 4,4 | 3,0 | 5,6 | | 3,4 | 5,3 | 10,5 | 1,7 | 4,2 | 4,5 | 5,0 | 4,0 | | 4,5 | 7,6 | 3,7 | 5,1 | 4,8 | 5,9 |
| **PHIE BOUDET BOUSQUET** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DU CENTRE** | | | | 5,5 | 2,5 | | | 8,5 | | 4,5 | 2,6 | 5,5 | | 3,4 | | 10,9 | 1,7 | 3,3 | 4,9 | 4,9 | 4,0 | | 3,5 | 7,9 | 3,5 | 4,5 | 4,5 | |
| **PHIE MOSNIER THOUMAS** | 8,5 | 27,9 | 4,9 | | 2,7 | 14,9 | 5,0 | 8,6 | 10,9 | 4,4 | | 5,5 | | 4,0 | | 10,9 | 1,7 | | 4,5 | 4,9 | 4,0 | | 3,9 | 7,9 | | | 4,9 | 7,9 |
| **PHIE LAGOUBIE** | 6,0 | 22,9 | 4,0 | 3,7 | 2,0 | 13,3 | 3,0 | 6,8 | 9,9 | 3,0 | 2,1 | 4,0 | 5,0 | 2,0 | 3,9 | 9,2 | 1,0 | 1,7 | | 3,6 | | 3,4 | 3,0 | 6,9 | 3,2 | 3,5 | 3,0 | 5,0 |
| **PHIE KAROUT CHABAN** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **PHIE BIREAU BENTEJAC** | 7,9 | 29,9 | 4,5 | | 1,9 | 16,3 | 4,9 | 6,9 | 10,9 | 4,4 | 2,8 | 4,9 | | 3,0 | 6,0 | 13,9 | 1,8 | 3,5 | 4,2 | | 3,9 | | 3,5 | 8,2 | 3,9 | | 5,5 | |
| **PHIE DES QUATRE PAVILLONS** | | 29,9 | 4,5 | | 2,0 | 13,5 | 5,9 | 8,0 | 11,9 | 4,0 | 2,4 | 4,8 | | 3,2 | 5,9 | 10,5 | 1,8 | 3,5 | 4,5 | 4,9 | 3,7 | | 3,4 | 7,6 | 3,5 | 3,9 | 3,9 | 5,5 |
| **PHIE RAYMOND JEANS WAUTIER** | | 29,9 | | | 2,8 | 16,3 | 6,0 | 8,9 | 14,5 | 4,8 | 2,8 | 6,0 | | 3,7 | 6,0 | 13,9 | 1,8 | 4,0 | 5,3 | 5,3 | 4,5 | | 3,8 | 8,2 | 3,8 | | 5,5 | |
| **PHIE DESMOULINS** | | | 5,0 | | 2,9 | 16,9 | 6,0 | 9,9 | 13,9 | | 3,1 | | | 4,0 | 6,0 | | | 3,5 | | | 5,5 | | 4,5 | 9,1 | 3,9 | | 5,0 | |
| **PHIE DUROUX** | 6,2 | 22,8 | 3,9 | 4,0 | | 12,0 | 4,0 | 7,0 | 9,7 | 3,6 | 1,8 | 3,8 | 3,9 | 2,2 | | 7,9 | | | 3,4 | 3,6 | 3,1 | 4,0 | 2,5 | 5,8 | | 3,0 | 3,0 | 4,2 |
| **GRANDE PHIE THERMALE LE FLEM** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE CLERC BOUZATS** | 7,9 | 29,9 | 5,6 | | 2,6 | 14,9 | 6,9 | 10,3 | 13,3 | | 2,9 | 5,5 | | 4,2 | 5,9 | 13,6 | | 3,5 | | | | | 4,0 | 8,7 | 3,9 | | 4,9 | |
| **PHIE PERRI COULERU** | 5,5 | 21,0 | 4,0 | 4,0 | | 11,0 | 3,3 | 6,0 | 8,8 | 3,4 | 1,7 | 3,8 | 4,0 | 2,3 | | 8,6 | | 1,9 | 3,4 | 3,4 | 3,0 | 3,7 | 2,4 | 5,5 | | 3,2 | 2,8 | |
| **PHIE DUFOURNIAUD** | 6,1 | 20,9 | 3,8 | 4,4 | | 12,0 | 3,7 | 6,5 | 9,8 | 3,8 | 1,7 | 3,6 | 3,9 | 2,3 | | 8,0 | | 2,0 | 3,5 | 3,5 | | 3,6 | 2,6 | 5,8 | | 3,2 | 2,8 | |
| **PHIE BRIGNOLI AGEL** | | | | 3,9 | | | 3,0 | 5,6 | 8,5 | 3,1 | | 3,4 | | 1,9 | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DES GRANDS HOMMES** | 6,5 | 21,0 | 3,7 | 4,5 | 1,7 | 11,0 | 3,9 | 6,7 | 10,2 | 3,8 | 1,9 | 4,0 | 4,0 | 2,5 | | 7,9 | 1,6 | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DESIR** | | | | | | | | | | | 2,5 | | 5,9 | 3,2 | 5,3 | 9,9 | 1,8 | 3,5 | 4,6 | | 3,8 | 4,9 | | 7,6 | 3,3 | | 4,7 | 6,1 |
| **PHIE GOULE** | 5,4 | 19,9 | 3,2 | 3,8 | 2,5 | 10,0 | 3,3 | 6,0 | 8,8 | 3,0 | 1,8 | | | 2,0 | 3,6 | 8,3 | 2,0 | | 3,5 | 3,5 | 2,5 | 3,4 | 2,3 | 5,3 | 2,1 | 2,9 | 2,5 | 6,0 |
| **PHIE GRAND** | | | | | 2,5 | 13,6 | 4,5 | | | | 2,0 | | | 2,7 | 4,4 | 10,2 | | | 5,2 | 5,6 | | | | | | 4,0 | | |
| **PHIE REBEIX** | | | 5,0 | | 2,3 | 14,0 | 5,0 | 7,0 | 11,0 | 3,1 | 2,3 | 5,0 | 5,0 | 3,0 | 5,5 | 10,0 | 1,7 | | | 4,9 | 3,7 | | 3,5 | 7,0 | 3,7 | | 4,5 | |
| **PHIE CHARVET BIGNON** | | | | | | | | | 11,9 | | | | | | | 8,9 | | | | | | | | | | | 3,9 | |
| **PHIE LAFAYETTE CENTRALE** | 5,9 | 19,9 | 3,9 | 4,2 | | 10,3 | 3,5 | 9,7 | 10,0 | 3,3 | 1,8 | 4,0 | 4,2 | 3,0 | | 7,2 | | 2,1 | 3,1 | 3,1 | 3,0 | 3,9 | 2,4 | 5,2 | | | 2,8 | 4,8 |
| **PHIE DUCHER REPUBLIQUE** | | | | 6,5 | 2,4 | 13,9 | 5,5 | | 12,0 | 4,9 | 2,5 | 4,9 | 4,9 | 3,5 | 5,5 | 10,5 | 1,9 | | 4,5 | 4,9 | 3,9 | 5,9 | | 7,9 | 3,5 | | 3,9 | |
| **PHIE GREIL GRANDE** | 5,9 | | 3,5 | | 1,5 | 10,3 | 3,5 | 5,7 | 9,0 | 3,5 | 1,2 | | | 1,7 | 3,2 | 8,0 | | 2,3 | 3,0 | 3,0 | 2,8 | 3,5 | 2,5 | 5,9 | 2,2 | | 2,8 | 4,0 |
| **PHIE BREUIL** | 5,6 | 20,0 | 3,5 | 4,1 | | 11,0 | 3,5 | 5,9 | 10,0 | 3,4 | 2,0 | 3,4 | 4,0 | 2,3 | | 8,0 | | 2,6 | 3,0 | 3,0 | | 3,6 | 2,3 | 5,2 | | 3,4 | 2,9 | |
| **EURL PHIE GONNIN MARCILLAT** | 5,6 | 20,0 | 3,9 | 4,2 | | 11,5 | 4,0 | 6,4 | 9,1 | 3,3 | 1.69 | | 4,0 | 2,2 | | 7,7 | | 2,3 | 4,0 | 3,6 | 2,8 | 3,9 | | 6,0 | | 3,2 | 3,0 | 4,4 |
| **PHIE DE LEBISEY** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE LAIR** | 5,6 | 21,0 | 3,3 | 4,0 | 1,5 | 11,6 | 3,6 | 6,0 | 8,8 | 3,3 | 1,8 | 3,5 | 5,0 | 2,3 | 3,6 | 8,2 | 1,0 | 2,5 | | 3,5 | 2,8 | 3,7 | 2,3 | 5,4 | 2,2 | 2,9 | | 4,2 |
| **PHIE GRIGNON NOTRE DAME** | 5,6 | 20,9 | 3,9 | 3,6 | 1,5 | 11,9 | 3,2 | 8,6 | 8,6 | 2,9 | 1,6 | 3,5 | 5,0 | 1,9 | 3,7 | 8,2 | 1,3 | 2,5 | | 3,5 | 3,1 | 3,4 | 3,2 | 5,4 | 2,4 | 2,9 | | |
| **PHIE LILTI** | 8,9 | 25,3 | 3,7 | | 1,8 | 12,8 | 4,7 | 7,6 | 11,0 | 4,4 | 2,1 | 3,6 | 3,6 | 2,4 | 4,3 | 11,1 | 1,1 | 1,7 | | 4,1 | 3,9 | 3,4 | 2,6 | 6,8 | | | 3,4 | 4,4 |
| **PHIE LAILLER** | 6,0 | 20,9 | 3,2 | 3,9 | 1,6 | 10,8 | 3,3 | 9,9 | 8,9 | 3,0 | 1,8 | 3,1 | 4,2 | 2,0 | 3,6 | 8,2 | 1,0 | 2,0 | 3,1 | 3,1 | 2,8 | 3,6 | 2,2 | 5,4 | 2,3 | | 2,9 | 4,1 |
| **PHIE BEAUSSIER** | | | | | 1,5 | 10,9 | 3,0 | 5,9 | 8,6 | 3,3 | | | | | | | | 1,6 | | 2,9 | 3,3 | 3,8 | | 5,5 | 2,7 | 5,0 | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **PHIE POUPINET** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DU BIEN ETRE** | | | | | 2,6 | 13,0 | 5,0 | 9,0 | 13,0 | 4,2 | 2,7 | 5,7 | 5,7 | 3,5 | 5,7 | | 1,8 | | 4,7 | 4,9 | 4,0 | | | 8,0 | 3,7 | 5,0 | 5,0 | 6,0 |
| **PHIE VENARD LEGRAND** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE MALOT** | 6,5 | 25,0 | 3,9 | 4,2 | 1,6 | 16,1 | 3,8 | | 10,4 | 3,6 | 2,8 | 3,5 | 4,2 | 2,7 | 4,6 | 9,7 | 1,5 | | | 3,8 | 3,5 | 4,3 | 2,5 | 7,2 | 3,0 | | | |
| **PHIE GRAND QUETIGNY** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE LAPETOULE VIEUSSENS** | 5,6 | 24,0 | 3,2 | | 2,0 | 10,0 | 5,0 | 6,6 | | 5,7 | 2,8 | 4,2 | 4,6 | 2,7 | 7,2 | 7,6 | 1,5 | | | 5,1 | | 4,0 | 3,9 | 7,0 | 4,4 | 5,5 | 4,5 | |
| **PHIE GRENIER** | 5,6 | 20,7 | 3,5 | 4,3 | 1,7 | 11,5 | 3,5 | 10,5 | 8,9 | 3,7 | 1,6 | 3,4 | 3,8 | 2,0 | 4,0 | 8,2 | 1,5 | 1,6 | 3,8 | 3,8 | 3,2 | 4,5 | 2,1 | 6,5 | 2,3 | 2,9 | 2,5 | 4,1 |
| **PHIE VEAU** | 5,5 | 20,0 | 3,2 | 4,2 | 1,4 | 11,2 | 3,7 | 6,4 | 9,7 | 3,2 | 1,6 | 3,9 | 4,0 | 2,3 | 4,0 | 8,5 | 0,9 | 2,2 | 3,0 | 3,4 | 2,9 | 3,4 | 2,4 | 6,9 | 2,4 | 2,9 | 2,9 | 3,9 |
| **PHIE VOISIN** | | | | 4,8 | 1,5 | 11,2 | 3,4 | 6,2 | 9,4 | 3,8 | 1,6 | 3,0 | 3,6 | 2,0 | | 7,9 | 1,2 | 1,9 | 2,9 | 2,9 | 3,4 | | | 5,9 | 2,4 | | 2,8 | 3,9 |
| **PHIE COUPET** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DUVAL GUIHARD** | 6,1 | 22,0 | 3,4 | 4,5 | | 11,9 | 3,5 | 6,3 | 9,0 | 3,4 | 1,7 | 3,6 | 4,0 | 2,3 | | 7,7 | | 2,0 | | 3,6 | 3,1 | 4,0 | 2,5 | 5,4 | | 3,0 | 3,0 | 4,0 |
| **PHIE MONTEAU FOUQUE** | | 23,5 | 4,0 | | | 12,0 | 3,6 | 6,0 | 9,3 | | 1,8 | 4,1 | | 2,0 | | 8,5 | | 2,2 | 3,4 | 3,7 | 3,0 | 4,0 | 2,5 | | | | 3,2 | 4,1 |
| **PHIE WERTHEIMER BIRAT** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE BRUNEAU VERRIER** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE NOUAILLE LEFRANC** | 5,4 | 19,9 | 3,2 | 3,8 | 2,5 | 10,0 | 3,3 | 6,0 | 8,8 | 3,0 | 1,8 | | | 2,0 | 3,6 | 8,3 | 2,0 | | 3,5 | 3,5 | 2,5 | 3,4 | 2,3 | 5,3 | 2,1 | 2,9 | 2,5 | |
| **PHIE DOUCET** | | | 4,5 | 5,0 | 2,8 | 11,9 | 4,0 | 7,9 | 8,8 | 3,4 | 2,0 | 5,5 | | 3,2 | 4,0 | 9,4 | 1,5 | 3,0 | | 4,0 | 3,1 | | | 6,0 | 3,0 | | | 4,1 |
| **PHIE POUZOLS** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE QUILICHINI BAILLARD** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE PURET MORAND** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE CUILLERIER** | | 24,9 | | 5,3 | 3,0 | 11,8 | | 8,8 | | 4,5 | | | | | 5,4 | 10,0 | | | | | | | | 8,5 | | | 4,3 | |
| **PHIE SPLF** | 6,0 | 21,0 | 3,4 | 4,8 | | 11,6 | 3,2 | 6,0 | 8,7 | | 1,8 | 3,1 | 3,4 | 2,0 | | 8,2 | | 1,9 | 3,4 | 3,4 | 2,9 | 4,0 | 1,8 | 5,3 | | | 3,0 | 4,4 |
| **PHIE SIMON** | 6,2 | 21,2 | 3,9 | 3,8 | 1,9 | 11,2 | 3,4 | 5,9 | 9,8 | 3,9 | 2,1 | | | 2,2 | 4,0 | 8,3 | 1,6 | 2,0 | 3,3 | 3,3 | 2,8 | 4,0 | 2,1 | 5,6 | 2,5 | 3,2 | 2,8 | |
| **PHIE PLEAU LEFER** | 5,3 | 20,5 | | 4,6 | | 11,5 | 3,9 | 6,0 | 9,8 | | 1,5 | 4,1 | 4,2 | 2,0 | | 7,9 | | 2,1 | 3,3 | 3,2 | | 4,0 | 2,1 | 5,7 | | 3,5 | 3,0 | |
| **PHIE KRIEF** | 6,7 | 24,3 | 4,2 | 3,9 | | 11,7 | 4,0 | 6,2 | 9,5 | 3,5 | 1,5 | | 4,6 | 2,0 | | 7,9 | | 2,8 | 3,7 | 3,7 | 3,1 | 4,0 | 2,1 | 6,2 | | | 3,0 | |
| **PHIE EMONET BROCHARD** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **SELARL PHIE DU MARCHE** | | | 4,9 | | | | | 7,4 | 11,3 | | 2,5 | 4,9 | 4,9 | 3,0 | | | 1,8 | | | | | | | | | | | |
| **PHIE FOSSIER VIDAL PEZ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE BILLIOT** | 5,9 | 22,3 | 4,0 | 4,6 | 1,9 | 12,0 | 4,1 | 6,5 | 9,8 | 3,9 | 2,0 | | | 2,7 | 4,0 | 8,3 | 1,0 | 2,4 | 3,9 | 3,9 | 3,5 | 4,4 | 3,0 | 5,9 | 2,9 | 3,6 | 3,5 | |
| **PHIE ALLEMANDOU** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **PHIE DECAUX** | 5,6 | 23,9 | | 4,4 | 1,4 | 13,9 | | 5,6 | | | 2,3 | 2,5 | 4,9 | 2,0 | 4,7 | 8,5 | 1,0 | 2,9 | 3,5 | 2,5 | 2,8 | 3,9 | 3,5 | 4,9 | | 3,9 | 2,5 | 4,5 |
| **PHIE BRIDE** | 5,4 | 21,3 | 3,9 | | | 11,0 | 3,8 | 6,0 | 8,8 | | 1,7 | | 4,0 | 2,2 | | | | 2,1 | 3,3 | 3,5 | | 3,8 | 2,3 | 5,3 | | 3,2 | 3,0 | 3,7 |
| **PHIE HUGARD TOURNIER** | 6,5 | 24,4 | 3,6 | 5,2 | | 12,1 | 4,1 | 6,8 | 9,5 | 3,7 | 1,9 | | 3,8 | 2,7 | | 8,5 | | 2,0 | 3,6 | 3,6 | 3,2 | 3,7 | 2,0 | 6,1 | | | 3,1 | |
| **PHIE PERRON BONNEFOY** | 5,6 | 20,7 | 3,4 | 4,9 | | 10,5 | 3,8 | 6,5 | 8,7 | 3,3 | 1,7 | | 3,9 | 2,2 | | 8,0 | | 2,5 | 3,3 | 3,3 | 2,8 | 3,7 | 2,4 | 5,9 | | 3,0 | 2,7 | 4,0 |
| **PHIE MITRAIL** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE BONJOUR** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE SIEGFRIED RICHER** | | | | | | | | | | | | | | 2,0 | | | | | 3,2 | 3,2 | | | | | | | | |
| **PHIE FABIEN** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DE CAYENNE** | | | 4,6 | 6,0 | 2,0 | | 8,4 | 11,0 | | 4,8 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE JOURDAIN OUDARD** | 5,4 | 19,9 | 3,2 | 3,8 | 2,5 | 10,0 | 3,3 | 6,0 | 8,8 | 3,0 | 1,8 | | | 2,0 | 3,6 | 8,3 | 2,0 | | 3,5 | 3,5 | 2,5 | 3,4 | 2,3 | 5,3 | 2,1 | 2,9 | 2,5 | |
| **PHIE GRIFFOND BOITIER MARCHAL** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE QUEÏNNEC** | 7,7 | 28,9 | | 6,0 | 2,8 | 14,9 | 5,2 | 8,9 | 12,9 | 4,7 | 2,7 | 5,7 | | 3,9 | | 11,9 | 1,7 | 4,5 | | 5,0 | 4,1 | 5,7 | 3,4 | 8,5 | | 6,9 | 4,9 | |
| **PHIE DE ALEXANDRIS** | 7,0 | 21,0 | 3,9 | 4,0 | | 10,0 | 3,6 | 6,3 | 9,5 | 3,8 | 1,9 | 3,7 | 4,0 | 2,5 | | 8,2 | | 2,2 | 3,5 | 3,5 | 3,3 | 4,5 | 2,4 | 5,5 | 2,1 | 3,0 | 3,7 | |
| **PHIE SAVOLDELLI** | | | 4,1 | | 2,0 | | | | 10,9 | 3,5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE FRAISSE MULERO** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE FORUM SANTE VAL D'EUROPE** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DESJARDIN VINCENT** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE JONCHERY** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE MECHIN** | 8,2 | 29,8 | 5,7 | 5,9 | 3,1 | 15,6 | 6,1 | 9,1 | 14,8 | 4,9 | 3,0 | 6,0 | 6,2 | 3,9 | 6,1 | 11,0 | 1,7 | 4,5 | | 5,4 | 4,7 | 6,2 | 4,2 | 8,5 | 3,8 | | 5,5 | 6,1 |
| **PHIE VIGNAL** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE ADENIS** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE GABRIEL - HUMEAU** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE FOURNET** | 9,9 | 29,9 | 4,9 | 5,6 | 2,9 | 12,9 | 5,5 | 7,9 | 11,9 | 4,5 | 2,9 | 5,9 | | 3,9 | 5,9 | 9,9 | 1,6 | 3,5 | 4,9 | 4,9 | 4,1 | 5,8 | 3,0 | 7,9 | 3,9 | 4,9 | 4,9 | 5,5 |
| **PHIE MERIENNE MOLLARD** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE HEBERT** | 7,9 | 26,9 | | | 2,9 | 14,3 | 4,9 | | 11,9 | | 2,6 | | | | 5,6 | 10,9 | | | | 4,9 | | 5,4 | 3,5 | 7,6 | | | 4,7 | 5,8 |
| **PHIE DRUBAY** | 6,5 | 19,9 | 3,9 | 4,3 | 0,8 | 9,9 | 3,6 | | 8,9 | 3,9 | 2,0 | 3,5 | 3,7 | 3,0 | 4,8 | 7,7 | 1,9 | | 3,7 | 3,7 | 3,0 | 4,5 | 2,3 | 5,7 | 2,1 | | 2,9 | 5,9 |
| **PHIE SANS** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE CHEVALIER** | 7,1 | 25,9 | 5,0 | | 2,6 | 15,9 | 5,1 | 9,0 | 12,0 | | 2,7 | 5,0 | 6,0 | 3,6 | 5,6 | 10,2 | 1,9 | | 4,0 | | | 5,0 | | 7,1 | | | 3,9 | |
| **PHIE ZEMIRO** | | | | | 1,4 | 10,5 | | | 11,0 | 2,8 | | 5,0 | | 1,9 | 3,3 | 9,9 | 1,7 | | | | 2,5 | 5,0 | | | 4,0 | 4,5 | 5,5 | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **PHIE BADIOU** | 6,5 | 24,5 | 4,5 | 4,5 | 2,5 | 12,5 | 4,2 | 7,3 | 10,9 | 3,9 | 2,5 | | | 3,3 | 4,9 | 9,9 | | | 3,9 | 4,5 | | 4,7 | | 6,9 | 3,1 | | 3,9 | |
| **PHIE GABIRAULT** | 5,4 | 19,9 | 3,2 | 3,8 | 2,5 | 10,0 | 3,3 | 6,0 | 8,8 | 3,0 | 1,8 | | | 2,0 | 3,4 | 8,3 | 2,0 | | 3,5 | 3,5 | 2,5 | 3,4 | 2,3 | 5,3 | 2,1 | 2,9 | 2,5 | 6,0 |
| **PHIE DO MINH TAM LE KHAC** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE SEBBAN** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE CHAPELIER CATALA** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE LEVY** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE JOUVE** | 8,1 | 25,9 | 5,0 | 5,6 | 2,3 | 14,0 | 6,0 | 9,1 | | 4,4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE ABITEBOUL** | 7,0 | 23,0 | 4,9 | 4,8 | 2,0 | 16,0 | 5,0 | 8,9 | 10,9 | 3,9 | 2,7 | 3,6 | | 3,2 | 5,0 | | 1,9 | | 4,9 | 4,9 | 3,5 | 4,5 | | 7,9 | 4,5 | 5,0 | 4,0 | |
| **PHIE JACQUILLAT** | | | 4,8 | 5,4 | 2,5 | 13,9 | 4,5 | 8,4 | 12,5 | 4,5 | 2,4 | 4,9 | 5,8 | 3,6 | 5,4 | 11,9 | 1,8 | 3,0 | 3,9 | 4,6 | 4,0 | 5,5 | 3,4 | 7,9 | 3,4 | 4,3 | 4,9 | |
| **PHIE ELALOUF SDIKA KNAFO** | 5,0 | 20,0 | 3,3 | 3,5 | 1,6 | 10,0 | 3,3 | 6,9 | 7,9 | 2,6 | 1,4 | 3,5 | 4,9 | 2,0 | 3,2 | 7,2 | 1,3 | 2,9 | 3,0 | 3,0 | 2,4 | 4,8 | 2,0 | 5,0 | 2,5 | 4,9 | 3,6 | 3,5 |
| **PHIE HERVE GAILLARD** | 8,0 | 24,9 | | 6,9 | 2,6 | 23,7 | 6,5 | 9,5 | | 4,0 | 3,2 | | | | 6,5 | 9,5 | 2,3 | 4,3 | 4,9 | 5,4 | 4,0 | 6,9 | | 8,5 | | | 5,4 | |
| **PHIE BESNAINOU** | 8,5 | 32,9 | 6,2 | 5,9 | 2,8 | 15,9 | | 9,8 | 12,9 | 4,8 | 2,8 | 6,8 | 7,2 | 4,0 | | 13,9 | 1,7 | | 4,9 | 4,9 | 4,1 | 6,9 | 4,4 | 7,9 | 4,9 | 5,9 | | |
| **PHIE SFEZ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DEMIREL** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE CLEMENT** | 6,5 | 21,0 | 3,9 | 4,7 | 2,0 | 11,0 | 4,2 | 7,8 | 10,0 | 3,6 | 1,8 | | 4,0 | 2,8 | | 8,0 | | | | 4,1 | 3,5 | 4,0 | | 6,7 | 3,0 | | 4,0 | 5,8 |
| **PHIE ENCAOUA** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE GIROT MULIER** | | 30,0 | 6,2 | 6,2 | 3,1 | | 6,2 | | 13,6 | 4,8 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE CONIGLIO** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE ABISROR** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE GALLET DE SAINT AURIN** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE SCHIES TAUZET CABRET MYON** | 6,9 | 25,6 | 4,0 | | 2,0 | | | 7,5 | 10,9 | 4,3 | 2,5 | 4,2 | | 3,0 | | | 1,5 | | 4,5 | 4,5 | 4,0 | 4,1 | | 6,5 | 3,2 | 3,5 | 3,2 | 4,8 |
| **PHIE CHARBIT** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE PRIOUX** | 6,0 | 22,8 | 4,0 | 5,2 | | 11,7 | 3,6 | 6,2 | 9,2 | 3,2 | 1,8 | 4,1 | 4,1 | 2,2 | | 9,8 | | 2,1 | 3,3 | 3,7 | 2,8 | 4,0 | 2,4 | 5,8 | | 3,2 | 3,2 | 3,8 |
| **PHIE ZERR ROCHER GERVAIS** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE SEDIAME** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE BENHAIM** | 5,9 | 19,9 | 3,2 | 4,0 | 1,6 | 10,9 | 3,6 | 7,0 | 10,0 | 2,8 | 2,4 | 5,0 | 5,5 | 2,5 | 3,6 | 8,2 | 1,8 | 2,0 | 2,9 | 2,9 | 2,9 | 3,9 | | 5,9 | 2,5 | 2,8 | 3,9 | |
| **PHIE WUHRLIN** | 5,5 | 19,9 | 3,3 | 4,9 | 1,4 | 12,5 | 3,2 | 5,9 | 8,9 | 3,0 | 1,7 | | 3,5 | 2,0 | 3,6 | 7,7 | 1,8 | 3,9 | 3,0 | 3,1 | 2,7 | 3,4 | 2,3 | 5,4 | 4,5 | 2,9 | 2,5 | 4,0 |
| **PHIE MAYER** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE BONASSOLI** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE POURTALET GALLET** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE CARRASCO** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE AUGER** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **PHIE MONTAGNIER GADAUD** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE CANET FABRESSE** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE PISTRE ANDRE** | 5,2 | 20,9 | 3,9 | 5,2 | | 11,0 | 3,5 | 6,2 | 9,1 | 3,3 | 1,5 | | 4,1 | 2,0 | | 7,5 | | 2,0 | 3,3 | 3,2 | 3,0 | 3,8 | 2,0 | 5,7 | | 3,2 | 3,0 | 4,0 |
| **PHIE MURATEL** | 5,9 | | 3,3 | 4,0 | 1,5 | 11,0 | 4,0 | | 8,5 | 3,0 | 1,7 | 3,7 | | 2,0 | 3,5 | 7,3 | | 2,0 | 3,0 | 3,4 | 2,7 | 4,0 | 2,0 | 5,7 | 2,2 | 3,6 | 3,0 | 4,5 |
| **PHIE NICOLAS ZOBOUYAN** | 5,2 | 20,9 | 3,2 | 3,1 | 1,6 | 10,4 | 3,2 | 5,0 | 7,2 | 2,8 | 1,7 | 2,9 | 3,2 | 2,0 | 3,0 | 7,8 | 1,2 | 2,2 | 2,8 | 2,8 | 2,4 | 3,9 | 2,0 | 4,9 | 1,9 | 2,8 | 2,4 | 3,8 |
| **PHIE BRU ROUSSEL TOMAS** | 5,5 | 20,0 | 4,0 | 3,9 | 1,9 | 11,2 | 3,5 | | | 3,3 | 1,5 | | | 2,4 | 4,1 | | 1,8 | 2,3 | 3,8 | 3,8 | 3,5 | 4,0 | 2,5 | 5,9 | 2,2 | | 3,1 | |
| **PHIE SANTINI LOSIO VALLE** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DE MAILLOLES** | 6,6 | 25,0 | 4,0 | 4,6 | 2,6 | 12,9 | 4,5 | 7,9 | 11,3 | 4,0 | 2,0 | 5,9 | 5,9 | 2,9 | 5,0 | 9,0 | 1,7 | 4,0 | 3,9 | 3,9 | 4,0 | 4,9 | 2,7 | 7,5 | 3,3 | 2,9 | | 5,0 |
| **PHIE CHATEL** | | | 5,9 | | 2,4 | | 3,5 | | 11,9 | 4,0 | 2,9 | 3,5 | 6,9 | 2,0 | 5,9 | 9,9 | 1,8 | | 4,9 | 4,9 | 3,5 | | | 5,9 | | | | |
| **PHIE THOMAS** | | | 4,1 | | 2,1 | 12,8 | 4,5 | 8,0 | 11,1 | 3,4 | 2,4 | 4,0 | 5,0 | 3,0 | 4,7 | 9,9 | 1,5 | | 4,2 | 4,2 | 3,1 | | | 7,2 | 3,0 | | 4,0 | 6,0 |
| **PHIE CERF** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE SAUTROT HERBINET** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE CLEMENT** | 7,0 | 26,9 | 4,1 | 4,8 | 2,0 | 13,9 | 4,5 | 8,0 | 13,4 | 4,4 | | 5,5 | | 3,1 | 5,2 | 7,2 | 1,1 | 2,9 | 5,0 | | | 4,9 | | 7,5 | 3,5 | | 6,9 | |
| **PHIE MALLET** | | | | | 3,9 | 11,9 | 4,0 | | 12,6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DU BOUCHOT** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DE SERRE** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE WALTER ANDERLINI** | 6,9 | 22,5 | 3,8 | 4,8 | 2,1 | 14,8 | 3,3 | 7,2 | 8,8 | 2,8 | 2,1 | 3,8 | 3,4 | 2,9 | 4,6 | 6,4 | 1,5 | 2,6 | 4,6 | 4,1 | 3,4 | 3,4 | 2,3 | 7,2 | 2,2 | | 2,5 | 5,3 |
| **PHIE ENTRAYGUES** | 5,6 | 21,4 | 4,1 | 4,4 | | 11,0 | 4,1 | 7,0 | 9,6 | 3,9 | 1,4 | | 4,2 | 1,9 | | 7,5 | | 2,0 | 3,1 | 3,1 | 3,0 | 3,7 | | 5,3 | | 3,0 | 2,8 | 3,8 |
| **PHIE DU MARCHE** | 6,2 | 22,0 | 3,7 | 4,2 | | 10,9 | 3,6 | 6,5 | 9,3 | 3,5 | 1,8 | 3,3 | 3,7 | 2,3 | | 7,9 | | 3,3 | 3,4 | 3,4 | 3,2 | 4,1 | 2,5 | 5,9 | | 3,0 | 3,3 | |
| **PHIE PAGET** | 6,8 | 23,9 | | | 2,5 | | | 8,7 | 9,9 | 4,0 | 2,5 | | | | | 10,0 | | | | | 3,8 | 6,0 | 2,8 | 7,3 | 4,0 | | 3,6 | |
| **PHIE LASSEUGUETTE** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE COMPEYRON** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE PEYRE JOORIS MUEL JONQUERES** | 5,4 | 20,3 | 3,6 | 3,8 | | 10,6 | 3,3 | 5,8 | 8,2 | 3,4 | 1,5 | 3,2 | 3,9 | 2,0 | | 7,2 | | 2,1 | 2,9 | 3,1 | 2,9 | 3,2 | 2,0 | 5,2 | | 3,0 | 2,5 | 4,0 |
| **PHIE GUINAUDY MILLERET** | 5,5 | 20,9 | 3,7 | 5,7 | | 11,0 | 3,4 | 6,0 | 9,1 | 3,3 | 1,9 | 5,5 | | | | 8,4 | | 2,7 | 3,7 | 3,7 | 3,0 | 4,0 | 3,6 | 5,5 | | | 3,5 | 3,7 |
| **PHIE LAFAYETTE DE L'HOTEL DE VILLE** | 5,0 | 21,0 | 3,3 | 4,1 | | 11,0 | 3,7 | 7,0 | 9,5 | 3,5 | 1,7 | 3,9 | | 2,2 | | | | 1,7 | | | 3,3 | 4,0 | 3,0 | 5,9 | | 3,2 | | |
| **PHIE PEYRE JOORIS** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **PHIE LAFAYETTE** | | | | | | | | | | | 1,8 | | 4,5 | 2,5 | | 8,6 | | | 3,7 | 3,7 | | 3,9 | 1,9 | 5,9 | | 3,5 | 3,5 | 4,6 |
| **PHIE VARICHON** | 6,0 | 22,5 | 4,0 | 4,1 | 1,9 | 11,2 | 3,7 | | | 3,7 | 1,7 | 3,5 | | 2,5 | 3,8 | 8,3 | | 2,2 | | | 3,2 | 3,9 | 2,3 | | 2,4 | 3,3 | 3,5 | |
| **PHIE DU BIZET** | 7,0 | 21,0 | 3,4 | 3,9 | 1,6 | 10,8 | 3,6 | 6,1 | 9,8 | 3,5 | 2,0 | 3,6 | 3,9 | 2,5 | 3,8 | 8,0 | 1,2 | 1,8 | 3,5 | 3,5 | 3,0 | 4,2 | 2,9 | 6,0 | 2,7 | 3,0 | 2,7 | 4,2 |
| **PHIE LOUVEGNIES** | 7,5 | 28,9 | 3,5 | 5,5 | 2,2 | 11,9 | 4,5 | 7,9 | 11,9 | 4,8 | 2,5 | 4,5 | 4,7 | 3,4 | 5,0 | 7,6 | 1,9 | 2,5 | 4,0 | 4,0 | 4,2 | 5,7 | 3,5 | 7,9 | 3,0 | 7,1 | 3,9 | 5,4 |
| **PHIE DRUON** | 5,9 | 22,4 | 3,6 | 3,8 | 1,6 | 12,7 | 3,6 | 7,7 | 10,7 | 3,6 | 2,8 | 3,7 | 4,2 | 2,3 | 4,4 | 9,0 | 1,2 | 1,8 | 3,3 | 3,4 | 3,2 | 3,7 | 2,3 | 6,6 | | | 3,0 | |
| **PHIE CUINGNET** | | | 4,0 | | 1,7 | | 5,5 | 7,2 | 9,5 | 3,4 | | 4,2 | 4,7 | 3,0 | | 11,5 | 1,5 | 2,9 | 3,8 | 4,2 | 3,8 | | | 6,1 | 2,9 | | | |
| **PHIE ROUZE** | 5,5 | 19,5 | 4,0 | 4,5 | 1,8 | 10,5 | 3,9 | 6,5 | 9,8 | 3,9 | 1,8 | | | 1,9 | 4,1 | 7,5 | 1,5 | 2,4 | 3,0 | 3,0 | 3,5 | 4,2 | 2,5 | 5,9 | 2,8 | 3,6 | 3,5 | |
| **PHIE BROCHET** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE HANON** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE LERIVEREND LANGOT** | | | | | 2,6 | 13,9 | 5,2 | 8,5 | 12,9 | 4,5 | 2,6 | 5,9 | 6,0 | 3,7 | 5,9 | 11,9 | 1,9 | | 4,9 | 5,0 | 4,0 | | | | 5,05 | 5,0 | 4,9 | |
| **PHIE FLOTTE** | | | | | 2,6 | 15,0 | | 9,9 | 9,9 | 4,5 | 1,5 | 3,5 | 6,0 | 1,9 | 5,5 | | | | 5,2 | 5,2 | 3,9 | | | 9,9 | | | 2,9 | |
| **PHIE CANET SERINET** | 5,4 | 19,9 | 3,2 | 3,8 | 2,5 | 10,0 | 3,3 | 6,0 | 8,8 | 3,0 | 1,8 | | | 2,0 | 3,6 | 8,3 | 2,0 | | 3,5 | 3,5 | 2,5 | 3,4 | 2,3 | 5,3 | 2,1 | 2,9 | 2,5 | |
| **PHIE FILLOUX** | 6,9 | 24,0 | 3,7 | 6,0 | 1,9 | 10,0 | 4,0 | 6,0 | 9,0 | 3,5 | 1,8 | 3,8 | 4,6 | 2,4 | 4,0 | 8,5 | 1,5 | 2,1 | 3,9 | 3,8 | 3,5 | 4,0 | 3,0 | 5,7 | 2,4 | 4,0 | 2,9 | 4,9 |
| **PHIE BELIARD COMMEIL** | 6,7 | 23,0 | 3,9 | 4,9 | 2,0 | 12,5 | 3,4 | 7,0 | 11,1 | 3,9 | 1,8 | 4,0 | | 3,1 | 3,5 | 8,0 | 1,6 | | 3,6 | 3,9 | 3,1 | 4,0 | 3,0 | 5,8 | 2,6 | | 4,0 | 4,6 |
| **PHIE RIBAULT** | 7,0 | 29,9 | 4,8 | 5,5 | 2,4 | 16,0 | 5,2 | 8,1 | 12,7 | 4,8 | 2,9 | 7,1 | | 4,1 | 6,2 | 11,5 | 2,0 | | 5,2 | | 4,0 | 5,1 | 3,0 | 8,1 | | | 5,7 | |
| **PHIE MONIN** | | | | 5,4 | 2,8 | | | 8,5 | 10,3 | 4,3 | | 5,8 | | 4,1 | | | 1,9 | 3,6 | | 5,4 | 4,1 | | 3,6 | 7,3 | | | | 6,0 |
| **PHIE PASQUIER LALANNE** | 6,1 | 21,9 | 3,5 | 3,9 | 2,2 | 10,8 | 4,8 | 6,4 | 10,0 | 3,0 | 2,3 | | 3,9 | 2,7 | | | 1,5 | | 3,7 | 3,3 | 2,8 | 3,7 | 3,8 | 6,4 | | | 3,4 | |
| **PHIE BISIAU** | 6,9 | 24,9 | 4,4 | 4,9 | 1,6 | 10,5 | 4,5 | 9,5 | 11,5 | 4,1 | 1,7 | 4,9 | | 2,5 | 4,9 | 9,9 | | | | 4,2 | 3,9 | 5,5 | | 7,5 | | | 3,9 | |
| **PHIE PEPIN** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE MAILLIART** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE ARNAUD DE FOIARD** | | | | | 2,0 | | 4,9 | | | 4,3 | 2,6 | 4,9 | | 3,6 | | 12,9 | 1,5 | | 4,9 | 4,9 | 3,8 | | | 7,5 | | | 4,8 | |
| **PHIE LAFAYETTE DE LA PAIX** | 5,9 | 21,9 | | 5,7 | | 12,2 | 3,5 | 6,6 | 10,2 | 3,3 | 1,8 | 3,7 | | 2,3 | | 8,5 | | 2,2 | 3,3 | 3,2 | 2,7 | 3,6 | 2,1 | 5,8 | 3,4 | | 3,0 | |
| **PHIE ELKIHEL** | 6,5 | 19,9 | 4,0 | 7,0 | | 12,2 | 3,4 | 5,9 | 9,9 | 3,7 | | 1,5 | 5,0 | 2,6 | | 7,1 | | 2,6 | 3,8 | 3,8 | 3,0 | 5,0 | 2,5 | 6,0 | | 4,0 | 3,8 | |
| **PHIE MAITRE** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE ARNAUD ANDRIAMISY** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE GOBRON** | 5,6 | 21,6 | 3,7 | 5,5 | | 11,0 | 3,5 | 6,0 | 8,9 | 3,5 | 1,5 | 3,8 | 4,2 | 1,9 | | 7,9 | | 2,0 | 3,1 | 3,1 | 2,8 | 3,7 | 2,0 | 5,3 | 1,9 | 3,2 | 2,8 | 3,8 |
| **PHIE LABARRIERE** | 5,4 | 19,9 | 3,2 | 3,8 | 2,5 | 10,0 | 3,3 | 6,0 | 8,8 | 3,0 | 1,8 | | | 2,0 | 3,6 | 8,3 | 2,0 | | 3,5 | 3,5 | 2,5 | 3,4 | 2,3 | 5,3 | 2,1 | 2,9 | 2,5 | |
| **PHIE DUBREUCQ SPIRE** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE RIZZATO VASSEUR** | 8,2 | 27,7 | 4,0 | 5,2 | 2,8 | 15,4 | 5,1 | 8,0 | 13,2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE CORCY** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE LEMAIRE CLARIS** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **PHIE THUILLIER** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE COUSSEMACQ MOUILLER** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE CARDO NUYTTEN** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE POIRET SAHBI** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE MERESSE** | 5,4 | 19,9 | 3,2 | 3,8 | 2,5 | 10,0 | 3,3 | 6,0 | 8,8 | 3,0 | 1,8 | | | 2,0 | 3,6 | 8,3 | 2,0 | | 3,5 | 3,5 | 3,5 | 3,4 | 2,3 | 5,3 | 2,1 | 2,9 | 2,5 | |
| **PHIE PLAQUIN** | 6,6 | 22,9 | | 4,9 | 1,8 | 10,9 | 3,2 | 6,0 | 9,9 | 3,9 | 2,0 | | 4,0 | 3,0 | 4,0 | 8,0 | 1,9 | 2,0 | 4,1 | 3,4 | 2,5 | 4,9 | 2,7 | 5,5 | | | | 4,0 |
| **PHIE DAUDRE** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DESCAMPS SCHRIEKE** | | | | | 1,5 | 14,5 | 3,3 | 7,0 | 8,7 | 3,9 | 1,8 | 3,2 | 7,9 | 1,9 | | 7,7 | 0,9 | 2,0 | 3,4 | 3,5 | 2,4 | 3,8 | | 5,0 | 2,3 | 3,0 | 3,0 | 4,2 |
| **PHIE DE L'ISLE** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE BOUCHE BESSE** | 5,4 | 21,3 | 3,8 | | | 11,0 | 3,8 | 5,9 | 9,0 | | 1,5 | | 4,0 | 2,2 | | 8,1 | | 2,1 | 3,3 | 3,2 | | 3,8 | | 5,5 | | 3,5 | 2,8 | 4,1 |
| **PHIE GENGEMBRE** | 5,4 | 21,3 | 3,9 | 5,0 | | 11,0 | 3,4 | 5,9 | 8,8 | 3,3 | 1,5 | 3,8 | | 2,0 | | 8,0 | | 2,1 | 3,3 | 3,3 | 2,9 | 3,8 | 2,3 | 5,5 | | 3,2 | 3,0 | 4,0 |
| **PHIE BLOIS** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHARMACIE GODARD** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE BOURON LEONARD** | | | | | 1,8 | 10,8 | | 6,0 | 9,8 | 3,4 | 2,0 | 4,0 | 5,0 | 2,4 | | 8,2 | 1,6 | 2,4 | 4,0 | 4,0 | 3,1 | 4,9 | | 5,9 | 2,8 | 4,0 | 3,2 | 4,7 |
| **PHIE DAVY** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE GRIZET SALAVERT** | 7,5 | 25,9 | 7,2 | 6,0 | 1,9 | 13,9 | 4,9 | | 12,9 | 4,5 | 1,6 | 3,6 | 3,5 | 2,2 | 4,0 | | 1,2 | 1,9 | | | 3,4 | 4,3 | | 6,5 | 2,4 | | 3,2 | 4,2 |
| **PHIE DEJEANTE** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **SELAS PHIE DE PARIS** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE LE PAPE** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE CARRERAS PAVE** | | | | | 2,6 | 14,5 | 5,8 | 8,9 | 12,9 | 4,5 | 2,7 | 6,0 | 5,9 | 3,6 | 5,9 | | 1,8 | | 5,0 | 5,0 | 4,0 | | | 8,0 | | | 4,9 | |
| **PHIE TERRAS HUGOT BARIOZ** | 5,4 | 19,9 | 3,2 | 3,8 | 2,5 | 10,0 | 3,3 | 6,0 | 8,8 | 3,0 | 1,8 | | | 2,0 | 3,6 | 8,3 | | | 3,5 | 3,5 | 2,5 | 3,4 | 2,3 | 5,3 | 2,1 | 2,9 | 2,5 | |
| **PHIE MARCHE** | 6,0 | 22,5 | 4,0 | 4,2 | 1,8 | 11,9 | 4,0 | 6,5 | 8,9 | 3,2 | 1,9 | 3,8 | 4,9 | 3,2 | 4,0 | 7,9 | 1,5 | 2,4 | | 3,5 | 2,8 | 3,9 | 3,0 | 5,9 | 3,0 | | 3,5 | 4,7 |
| **PHIE GUILLEMAUD** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE JAUSSAUD SPINOSA** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE SAYAG** | | 27,5 | | 5,5 | 2,6 | | 4,6 | 8,3 | 10,6 | 4,3 | 2,6 | | 5,0 | 3,0 | 5,3 | | 1,8 | 3,3 | | | 3,9 | 4,7 | 3,9 | 7,5 | 3,1 | 5,0 | 4,0 | 5,1 |
| **PHIE PIZZITOLA** | 6,0 | 19,1 | 4,0 | | 2,0 | | | 6,7 | | 3,3 | | 4,0 | | 2,2 | | 8,0 | 1,2 | 2,0 | | 4,4 | 3,0 | 4,0 | | 5,4 | | 2,9 | 2,7 | 5,0 |
| **SELARL PRADO DAVID PLAGE** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE RENAULT - GIANNONE - ABENHAIM** | 6,5 | 22,5 | 3,5 | 3,6 | 1,7 | 11,9 | 3,4 | 6,3 | 9,0 | 3,0 | 2,0 | 3,5 | | 2,4 | 3,6 | | 1,6 | 3,0 | 3,3 | 3,3 | 3,0 | 4,5 | | 5,5 | 2,6 | 3,0 | 3,2 | 3,9 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **PHIE SAINT BARTHELEMY** | | | | | | 11,0 | 4,0 | 7,8 | 10,0 | | 2,0 | | 4,0 | 2,0 | | 8,0 | 1,8 | 2,5 | 3,0 | 3,0 | 3,0 | | | 6,0 | | | 3,9 | |
| **PHIE MORINEAU** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE AILLAUD** | 6,1 | 21,9 | 3,9 | 4,2 | | 12,0 | 3,4 | 5,9 | | 3,3 | 1,7 | 3,8 | 4,1 | 2,3 | | 7,5 | | 2,1 | 3,3 | 3,5 | 2,8 | 3,9 | 2,3 | 5,5 | 1,9 | 3,2 | 3,0 | 3,8 |
| **PHIE PLEZ** | 6,2 | 22,9 | 3,7 | 3,8 | | 11,9 | 4,0 | 6,7 | 9,1 | 3,2 | 1,5 | | 3,8 | 2,2 | | | | | | | | | | | | | | 4,0 |
| **PHIE LECOLIER BLANC** | | | 3,3 | 3,5 | | 11,2 | 3,6 | 5,9 | 8,7 | 3,1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE CHENEL ROUX** | 7,9 | | 4,5 | 5,5 | 2,5 | 14,9 | 4,8 | 9,5 | 12,9 | 4,5 | | | | 2,2 | | 8,0 | | 2,0 | 3,5 | 3,5 | 2,9 | 3,9 | | 6,0 | | 3,7 | 3,0 | |
| **PHIE POINT** | | | | 4,2 | | | 3,6 | 6,0 | 8,9 | 3,3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE PREVOST GATTUSO** | 7,0 | 23,5 | | 4,5 | 3,0 | 13,9 | | 8,9 | 10,0 | 3,9 | | 4,5 | 8,0 | 4,0 | 6,0 | | 1,6 | 4,5 | 6,0 | 6,0 | 3,5 | 4,8 | 3,0 | | 4,0 | | 4,9 | |
| **PHIE DAUCHY** | 6,2 | 22,3 | 4,1 | 4,0 | | 11,8 | 4,0 | 5,9 | 9,2 | 3,5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DELIA LOMBARD** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE FERNANDEZ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE ESCANDE** | 5,4 | 19,9 | 3,2 | 3,8 | 2,5 | 10,0 | 3,3 | 6,0 | 8,8 | 3,0 | 1,8 | | | 2,0 | 3,6 | 8,3 | 2,0 | | 3,5 | 3,5 | 2,5 | 3,4 | 2,3 | 5,3 | 2,1 | 2,9 | 2,5 | 6,0 |
| **PHIE ANDREA** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DE NOYER** | 8,7 | 27,9 | 6,0 | 6,2 | 3,0 | 15,4 | 6,1 | 9,2 | 13,5 | 4,9 | 3,0 | 6,8 | 7,1 | 3,9 | 6,0 | 12,9 | 1,9 | 4,1 | 5,1 | | 4,5 | 6,1 | 4,0 | 8,2 | | 6,1 | 5,9 | |
| **PHIE COMBE** | 8,2 | 28,9 | 6,3 | 5,7 | 2,7 | 13,2 | 5,0 | 8,9 | 12,3 | 4,4 | 2,4 | 5,8 | 5,2 | 3,1 | 5,0 | 10,8 | 1,6 | 3,0 | 4,1 | | 4,0 | 5,5 | 3,7 | 7,7 | | 5,0 | 4,9 | |
| **PHIE BRAULT SCAILLET WEILL** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE LOR FIGON** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE PERALDI DABILLY** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE PANISSET** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **GRANDE PHIE DE VIZILLE** | | | | | | 10,9 | 5,0 | | | | 2,5 | 5,9 | 6,9 | 3,9 | | 8,9 | 1,9 | | 4,9 | 4,9 | 3,0 | 4,9 | | 6,0 | 3,5 | 4,9 | 4,0 | 6,9 |
| **PHIE DE CEYZERIAT** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DUFFEZ** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **SELARL DE L'ILE VERTE** | 5,4 | 19,9 | 3,2 | 3,8 | 2,5 | 10,0 | 3,3 | 6,0 | 8,8 | 3,0 | 1,8 | | | 2,0 | 3,6 | 8,3 | 2,0 | | 3,5 | 3,5 | 2,5 | 3,4 | 2,3 | 5,3 | 2,1 | 2,9 | 2,5 | 6,0 |
| **PHIE NESME** | 6,9 | 19,9 | 3,2 | 4,9 | 2,0 | 11,9 | 4,0 | 7,9 | 10,2 | 3,0 | 2,0 | 4,2 | 4,5 | 2,6 | 4,5 | | 1,4 | 3,4 | 3,7 | 3,7 | 3,0 | 4,9 | | 6,3 | 2,1 | 3,0 | 3,8 | |
| **PHIE FAVREAU** | 7,9 | 29,9 | | | 2,9 | 15,9 | | 8,5 | 12,5 | 4,3 | | 5,7 | | 3,9 | | 12,9 | 1,8 | 3,7 | | 5,5 | 3,9 | 5,5 | 4,5 | 7,6 | 3,3 | 4,9 | 4,9 | 5,9 |
| **PHIE SAVOYAT** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DE JACQUEMART** | 5,5 | 21,9 | 3,9 | | 1,5 | 11,2 | 3,9 | 6,9 | 9,9 | 3,1 | 2,4 | 3,0 | 3,9 | 3,0 | 4,0 | 8,4 | 1,9 | 1,9 | 3,4 | 3,4 | 3,6 | 4,0 | 2,4 | 6,3 | 2,4 | 2,9 | 2,5 | 5,0 |
| **PHIE JUNIER** | 7,5 | 20,9 | 4,0 | 4,2 | | 13,0 | 5,0 | 8,0 | 9,9 | | 2,1 | 4,2 | 4,5 | | | | | | | | | | | | | | | 4,6 |
| **PHIE DUBUET** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **PHIE PERARD BAUQUET** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE TARNAUD** | | 23,0 | 3,5 | 4,9 | 1,9 | | 3,5 | 6,0 | 9,5 | 3,5 | 1,9 | 3,5 | 4,0 | 2,5 | 3,4 | 8,0 | 1,5 | | 3,5 | 3,5 | 3,5 | 4,5 | 2,5 | 5,5 | 2,5 | 3,0 | 2,5 | 4,9 |
| **PHIE BERNARD** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DE LA GRANDE POSTE** | 4,9 | 23,9 | 3,9 | 3,9 | 1,8 | 10,9 | 3,6 | 6,3 | 8,9 | 3,2 | 1,8 | | 4,9 | 2,6 | 3,6 | 8,1 | 1,5 | | | | 3,0 | 3,9 | 2,9 | 5,2 | | | | |
| **PHIE ALLOUCH** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE EZNACK PRIEURET** | 5,6 | 20,2 | 3,9 | 4,0 | | 11,0 | 3,4 | 5,7 | 8,9 | 3,4 | 1,7 | 4,0 | 4,1 | 2,2 | | 7,7 | | 2,2 | 3,2 | 3,6 | 2,8 | 4,0 | 2,5 | 5,6 | 1,9 | 3,1 | 3,0 | 4,0 |
| **PHIE DU SAINT JEANNAIS** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE DU CENTRE** | | 29,9 | | 6,9 | 2,9 | | 5,9 | | 12,9 | 5,5 | | 5,2 | | 4,7 | | | 1,8 | | | | 4,9 | 5,9 | 4,9 | 9,3 | | | 5,4 | |
| **PHCIE FLORIT** | 5,8 | 21,0 | 3,4 | 3,6 | | 11,0 | 3,2 | 6,3 | 8,9 | 3,1 | 2,2 | 3,2 | 3,6 | 2,0 | | 8,0 | | 2,0 | 3,1 | 3,1 | 2,8 | 3,9 | 2,1 | 5,0 | | | 2,8 | 3,9 |
| **PHIE DE L'HOTEL DE VILLE** | | 22,7 | 3,9 | 4,5 | | 12,8 | 3,3 | | 10,9 | 3,9 | 2,0 | | 4,5 | 3,0 | | 9,9 | | 2,5 | 4,0 | 4,0 | 3,4 | 4,0 | 2,5 | 6,5 | | | 3,2 | |
| **PHIE NOIRARD MONCORGE** | 5,7 | 20,6 | 3,9 | 4,1 | | 11,5 | 3,3 | 6,0 | 8,9 | 3,2 | 3,3 | 3,7 | 3,9 | 2,8 | | 7,9 | | 2,0 | 3,5 | 3,7 | 2,7 | 3,2 | 2,8 | 5,5 | | 3,5 | 3,6 | 4,5 |
| **GRANDE PHIE DE LA PART DIEU** | 6,1 | 23,9 | 4,0 | 4,6 | 1,9 | 11,2 | 3,5 | | 9,8 | 3,9 | 2,0 | | | 2,7 | 4,1 | 8,3 | 1,8 | | 3,6 | 3,8 | 3,5 | 4,0 | 2,5 | 5,6 | 2,2 | 3,6 | | |
| **PHIE PLEMER CLAPOT** | 7,9 | 29,9 | 5,5 | 6,3 | 2,8 | 17,2 | | 9,5 | 13,1 | 5,2 | 3,6 | 8,8 | | 5,2 | 6,7 | 17,7 | 2,0 | 3,0 | | 6,1 | 4,6 | 5,9 | 4,5 | 9,2 | | | 4,6 | |
| **PHIE CARTIER** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **PHIE SILVESTRE BENECH** | | 24,9 | 3,9 | 5,5 | 1,6 | 10,9 | 4,5 | | 9,8 | 3,1 | 1,7 | 3,6 | 4,2 | 2,6 | 3,9 | 8,1 | 1,5 | 3,1 | 3,7 | 3,5 | 5,1 | 5,0 | 2,3 | 5,7 | 2,1 | | 4,6 | 6,5 |
| **PHIE BERNAUD** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

*Annexe 7 : Tableau comparant les meilleurs prix de PMF sur internet par rapport aux sites les mieux référencés sur Google*

| Nom de la spécialité | Meilleurs prix internet (€) | Prix du site le mieux référencé sur Google (€) | Écart (€) | Écart (%) |
|---|---|---|---|---|
| APAISYL 0.75% gel pour application locale (30g) | 2,50 | 3,60 | 1,10 | 44,00% |
| ARNIGEL 45 g gel | 2,40 | 2,90 | 0,50 | 20,83% |
| BEPANTHEN 5% pommade (100g) | 4,98 | 6,09 | 1,11 | 22,29% |
| BEROCCA SS SUCRE COMPRIME EFFERVESCENT 30 | 7,20 | 9,98 | 2,78 | 38,61% |
| BIAFINEACT émulsion pour application cutanée (139,5 g) | 3,49 | 4,06 | 0,57 | 16,33% |
| BRONCHOKOD 5% adulte sans sucre solution buvable 250 ml | 1,55 | 1,76 | 0,21 | 13,55% |
| CITRATE BETAINE UPSA 2g citron sans sucre comprimé effervescent (20) | 1,67 | 2,49 | 0,82 | 49,10% |
| DAFLON 500MG COMPRIME 60 | 9,90 | 10,99 | 1,09 | 11,01% |
| DONORMYL 15MG COMPRIME SECABLE 10 | 1,40 | 1,70 | 0,30 | 21,43% |
| EFFERALGAN VITAMINE C 500mg/200mg comprimé effervescent (16) | 0,81 | 2,95 | 2,14 | 264,20% |
| EFFERALGANTAB comprimé (8) | 0,89 | 1,95 | 1,06 | 119,10% |
| EUPHYTOSE comprimé (120) | 4,90 | 5,45 | 0,55 | 11,22% |
| FERVEX granules sachet (8) | 2,80 | 3,95 | 1,15 | 41,07% |
| FERVEX SANS SUCRE granules pour solution buvable sachet (8) | 2,50 | 2,88 | 0,38 | 15,20% |
| GINKOR FORT GELULE 60 | 6,35 | 7,49 | 1,14 | 17,95% |
| HUMEX RHUME JOUR NUIT COMPRIME 12 + GELULE 4 | 3,18 | 3,39 | 0,21 | 6,60% |
| LYSOPAÏNE comprimé à sucer (2x18) | 2,98 | 3,59 | 0,61 | 20,47% |
| NUROFEN 400 mg comprimé (12) | 2,40 | 2,99 | 0,59 | 24,58% |
| NUROFENFLASH 400 mg comprimé (12) | 2,60 | 3,39 | 0,79 | 30,38% |
| ONCTOSE HYDROCORTISONE CREME 30G | 3,20 | 4,20 | 1,00 | 31,25% |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 6 | 4,90 | 6,8 | 1,93 | 39,39% |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 30 | 19,07 | 20,94 | 1,87 | 9,81% |
| PRONTALGINE COMPRIME 18 | 2,98 | 3,30 | 0,32 | 10,74% |
| SPEDIFEN 400 mg comprimé (12) | 1,90 | 2,72 | 0,82 | 43,16% |
| STODAL sirop 200 ml | 3,18 | 4,95 | 1,77 | 55,66% |
| STREPSILS MIEL CITRON PASTILLE A SUCER 24 | 3,10 | 6,71 | 3,61 | 116,45% |
| VITAMINE C UPSA 1000 mg comprimé effervescent (20) | 1,82 | 3,66 | 1,84 | 101,10% |
| ZYRTECSET 10 mg comprimé sécable (7) | 2,80 | 2,99 | 0,19 | 6,79% |
| Total | 107,45 | 137,90 | 30,45 | |
| Moyennes | 3,84 | 4,93 | 1,09 | 42,94 |

*Annexe 8 : Tableau comparant les meilleurs prix sur internet par rapport au comparateur de prix en ligne Compapharma*

| Nom de la spécialité | Meilleurs prix internet (€) | meilleur prix Compapharma (€) | Ecart en euros | Ecart en % |
|---|---|---|---|---|
| APAISYL 0.75% gel pour application locale (30g) | 2,50 | 2,98 | 0,48 | 19,20% |
| ARNIGEL 45 g gel | 2,40 | 2,47 | 0,07 | 2,92% |
| BEPANTHEN 5% pommade (100g) | 4,98 | 5,49 | 0,51 | 10,24% |
| BEROCCA SS SUCRE COMPRIME EFFERVESCENT 30 | 7,20 | 8,22 | 1,02 | 14,17% |
| BIAFINEACT émulsion pour application cutanée (139,5 g) | 3,49 | 3,73 | 0,24 | 6,88% |
| BRONCHOKOD 5% adulte sans sucre solution buvable 250 ml | 1,55 | 1,95 | 0,40 | 25,81% |
| CITRATE BETAINE UPSA 2g citron sans sucre comprimé effervescent (20) | 1,67 | 1,89 | 0,22 | 13,17% |
| DAFLON 500MG COMPRIME 60 | 9,90 | 9,90 | 0,00 | 0,00% |
| DONORMYL 15MG COMPRIME SECABLE 10 | 1,40 | 1,38 | -0,02 | -1,43% |
| EFFERALGAN VITAMINE C 500mg/200mg comprimé effervescent (16) | 0,81 | 1,35 | 0,54 | 66,67% |
| EFFERALGANTAB comprimé (8) | 0,89 | 0,90 | 0,01 | 1,12% |
| EUPHYTOSE comprimé (120) | 4,90 | 4,99 | 0,09 | 1,84% |
| FERVEX granules sachet (8) | 2,80 | 2,85 | 0,05 | 1,79% |
| FERVEX SANS SUCRE granules pour solution buvable sachet (8) | 2,50 | 2,87 | 0,37 | 14,80% |
| GINKOR FORT GELULE 60 | 6,35 | 7,05 | 0,70 | 11,02% |
| HUMEX RHUME JOUR NUIT COMPRIME 12 + GELULE 4 | 3,18 | 3,18 | 0,00 | 0,00% |
| LYSOPAÏNE comprimé à sucer (2x18) | 2,98 | 3,10 | 0,12 | 4,03% |
| NUROFEN 400 mg comprimé (12) | 2,40 | 2,48 | 0,08 | 3,33% |
| NUROFENFLASH 400 mg comprimé (12) | 2,60 | 2,79 | 0,19 | 7,31% |
| ONCTOSE HYDROCORTISONE CREME 30G | 3,20 | 3,41 | 0,21 | 6,56% |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 6 | / | | | |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 30 | / | | | |
| PRONTALGINE COMPRIME 18 | 2,98 | 3,3 | 0,32 | 10,74% |
| SPEDIFEN 400 mg comprimé (12) | 1,90 | 2,09 | 0,19 | 10,00% |
| STODAL sirop 200 ml | / | | | |
| STREPSILS MIEL CITRON PASTILLE A SUCER 24 | 3,10 | 3,59 | 0,49 | 15,81% |
| VITAMINE C UPSA 1000 mg comprimé effervescent (20) | 1,82 | 1,82 | 0,00 | 0,00% |
| ZYRTECSET 10 mg comprimé sécable (7) | 2,80 | 2,75 | -0,05 | -1,79% |
| Somme | 80,30 | 86,53 | 6,23 | |
| Moyenne | 3,21 | 3,46 | 0,25 | 9,77% |

*Annexe 9 : Tableau comparant les meilleurs prix sur internet par rapport au comparateur de prix en ligne Unooc*

| Nom de la spécialité | Meilleurs prix internet (€) | Unooc (€) | Ecart en euros | Ecart en % |
|---|---|---|---|---|
| APAISYL 0.75% gel pour application locale (30g) | 2,50 | 2,95 | 0,45 | 18,00% |
| ARNIGEL 45 g gel | 2,40 | 2,48 | 0,08 | 3,33% |
| BEPANTHEN 5% pommade (100g) | 4,98 | 5,90 | 0,92 | 18,47% |
| BEROCCA SS SUCRE COMPRIME EFFERVESCENT 30 | 7,20 | 8,83 | 1,63 | 22,64% |
| BIAFINEACT émulsion pour application cutanée (139,5 g) | 3,49 | 3,98 | 0,49 | 14,04% |
| BRONCHOKOD 5% adulte sans sucre solution buvable 250 ml | 1,55 | 1,58 | 0,03 | 1,94% |
| CITRATE BETAINE UPSA 2g citron sans sucre comprimé effervescent (20) | 1,67 | 1,94 | 0,27 | 16,17% |
| DAFLON 500MG COMPRIME 60 | 9,90 | 9,90 | 0,00 | 0,00% |
| DONORMYL 15MG COMPRIME SECABLE 10 | 1,40 | 1,55 | 0,15 | 10,71% |
| EFFERALGAN VITAMINE C 500mg/200mg comprimé effervescent (16) | 0,81 | 1,39 | 0,58 | 71,60% |
| EFFERALGANTAB comprimé (8) | 0,89 | 0,99 | 0,10 | 11,24% |
| EUPHYTOSE comprimé (120) | 4,90 | 5,35 | 0,45 | 9,18% |
| FERVEX granules sachet (8) | 2,80 | 2,90 | 0,10 | 3,57% |
| FERVEX SANS SUCRE granules pour solution buvable sachet (8) | 2,50 | 2,90 | 0,40 | 16,00% |
| GINKOR FORT GELULE 60 | 6,35 | 7,63 | 1,28 | 20,16% |
| HUMEX RHUME JOUR NUIT COMPRIME 12 + GELULE 4 | 3,18 | 3,18 | 0,00 | 0,00% |
| LYSOPAÏNE comprimé à sucer (2x18) | 2,98 | 3,15 | 0,17 | 5,70% |
| NUROFEN 400 mg comprimé (12) | 2,40 | 2,70 | 0,30 | 12,50% |
| NUROFENFLASH 400 mg comprimé (12) | 2,60 | 2,90 | 0,30 | 11,54% |
| ONCTOSE HYDROCORTISONE CREME 30G | 3,20 | 3,45 | 0,25 | 7,81% |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 6 | 4,90 | 5,45 | 0,55 | 11,22% |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 30 | 19,07 | 19,84 | 0,77 | 4,04% |
| PRONTALGINE COMPRIME 18 | 2,98 | 3,54 | 0,56 | 18,79% |
| SPEDIFEN 400 mg comprimé (12) | 1,90 | 2,09 | 0,19 | 10,00% |
| STODAL sirop 200 ml | 3,18 | 3,35 | 0,17 | 5,35% |
| STREPSILS MIEL CITRON PASTILLE A SUCER 24 | 3,10 | 3,56 | 0,46 | 14,84% |
| VITAMINE C UPSA 1000 mg comprimé effervescent (20) | / | | | |
| ZYRTECSET 10 mg comprimé sécable (7) | 2,80 | 2,85 | 0,05 | 1,79% |
| Somme | 105,63 | 116,33 | 10,70 | |
| Moyenne | 3,91 | 4,31 | 0,40 | 12,62% |

*Annexe 10 : Tableau comparant les meilleurs prix sur internet par rapport au comparateur de prix en ligne Eco-pharmacie*

| Nom de la spécialité | Meilleurs Prix internet (€) | Eco-pharmacie (€) | Ecart en euros | Ecart en % |
|---|---|---|---|---|
| APAISYL 0.75% gel pour application locale (30g) | 2,50 | 3,26 | 0,76 | 30,40% |
| ARNIGEL 45 g gel | 2,40 | 2,55 | 0,15 | 6,25% |
| BEPANTHEN 5% pommade (100g) | 4,98 | 5,90 | 0,92 | 18,47% |
| BEROCCA SS SUCRE COMPRIME EFFERVESCENT 30 | 7,20 | 8,65 | 1,45 | 20,14% |
| BIAFINEACT émulsion pour application cutanée (139,5 g) | 3,49 | 4,05 | 0,56 | 16,05% |
| BRONCHOKOD 5% adulte sans sucre solution buvable 250 ml | 1,55 | 2,00 | 0,45 | 29,03% |
| CITRATE BETAINE UPSA 2g citron sans sucre comprimé effervescent (20) | 1,67 | 2,34 | 0,67 | 40,12% |
| DAFLON 500MG COMPRIME 60 | 9,90 | 10,39 | 0,49 | 4,95% |
| DONORMYL 15MG COMPRIME SECABLE 10 | 1,40 | 1,65 | 0,25 | 17,86% |
| EFFERALGAN VITAMINE C 500mg/200mg comprimé effervescent (16) | 0,81 | 1,40 | 0,59 | 72,84% |
| EFFERALGANTAB comprimé (8) | 0,89 | 1,15 | 0,26 | 29,21% |
| EUPHYTOSE comprimé (120) | 4,90 | 5,19 | 0,29 | 5,92% |
| FERVEX granules sachet (8) | 2,80 | 3,50 | 0,70 | 25,00% |
| FERVEX SANS SUCRE granules pour solution buvable sachet (8) | 2,50 | 3,10 | 0,60 | 24,00% |
| GINKOR FORT GELULE 60 | 6,35 | 7,79 | 1,44 | 22,68% |
| HUMEX RHUME JOUR NUIT COMPRIME 12 + GELULE 4 | / | | | |
| LYSOPAÏNE comprimé à sucer (2x18) | 2,98 | 3,25 | 0,27 | 9,06% |
| NUROFEN 400 mg comprimé (12) | 2,40 | 2,80 | 0,40 | 16,67% |
| NUROFENFLASH 400 mg comprimé (12) | 2,60 | 3,02 | 0,42 | 16,15% |
| ONCTOSE HYDROCORTISONE CREME 30G | 3,20 | 3,65 | 0,45 | 14,06% |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 6 | 4,90 | 5,40 | 0,50 | 10,20% |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 30 | 19,07 | 19,87 | 0,80 | 4,20% |
| PRONTALGINE COMPRIME 18 | / | | | |
| SPEDIFEN 400 mg comprimé (12) | 1,90 | 2,08 | 0,18 | 9,47% |
| STODAL sirop 200 ml | 3,18 | 3,90 | 0,72 | 22,64% |
| STREPSILS MIEL CITRON PASTILLE A SUCER 24 | 3,10 | 3,90 | 0,80 | 25,81% |
| VITAMINE C UPSA 1000 mg comprimé effervescent (20) | 1,82 | 2,30 | 0,48 | 26,37% |
| ZYRTECSET 10 mg comprimé sécable (7) | 2,80 | 2,90 | 0,10 | 3,57% |
| Somme | 101,29 | 115,99 | 14,70 | |
| Moyenne | 3,90 | 4,46 | 0,57 | 20,04% |

*Annexe 11 : Tableau comparant les meilleurs prix sur internet par rapport au comparateur de prix en ligne PrixMédicament*

| Nom de la spécialité | Prix de référence (€) | PrixMédicament (€) | Ecart en euros | Ecart en % |
|---|---|---|---|---|
| APAISYL 0.75% gel pour application locale (30g) | / | | | |
| ARNIGEL 45 g gel | 2,40 | 2,90 | 0,50 | 20,83% |
| BEPANTHEN 5% pommade (100g) | / | | | |
| BEROCCA SS SUCRE COMPRIME EFFERVESCENT 30 | 7,20 | 8,90 | 1,70 | 23,61% |
| BIAFINEACT émulsion pour application cutanée (139,5 g) | / | | | |
| BRONCHOKOD 5% adulte sans sucre solution buvable 250 ml | / | | | |
| CITRATE BETAINE UPSA 2g citron sans sucre comprimé effervescent (20) | / | | | |
| DAFLON 500MG COMPRIME 60 | 9,90 | 10,90 | 1,00 | 10,10% |
| DONORMYL 15MG COMPRIME SECABLE 10 | 1,40 | 1,80 | 0,40 | 28,57% |
| EFFERALGAN VITAMINE C 500mg/200mg comprimé effervescent (16) | 0,81 | 1,60 | 0,79 | 97,53% |
| EFFERALGANTAB comprimé (8) | / | | | |
| EUPHYTOSE comprimé (120) | 4,90 | 5,20 | 0,30 | 6,12% |
| FERVEX granules sachet (8) | 2,80 | 3,50 | 0,70 | 25,00% |
| FERVEX SANS SUCRE granules pour solution buvable sachet (8) | 2,50 | 3,50 | 1,00 | 40,00% |
| GINKOR FORT GELULE 60 | 6,35 | 8,09 | 1,74 | 27,40% |
| HUMEX RHUME JOUR NUIT COMPRIME 12 + GELULE 4 | 3,18 | 3,69 | 0,51 | 16,04% |
| LYSOPAÏNE comprimé à sucer (2x18) | 2,98 | 3,60 | 0,62 | 20,81% |
| NUROFEN 400 mg comprimé (12) | 2,40 | 2,90 | 0,50 | 20,83% |
| NUROFENFLASH 400 mg comprimé (12) | / | | | |
| ONCTOSE HYDROCORTISONE CREME 30G | 3,20 | 4,20 | 1,00 | 31,25% |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 6 | 4,90 | 6,30 | 1,40 | 28,57% |
| OSCILLOCOCCINUM GLOBULE DOSE 30 | 19,07 | 22,90 | 3,83 | 20,08% |
| PRONTALGINE COMPRIME 18 | | | | |
| SPEDIFEN 400 mg comprimé (12) | 1,90 | 2,10 | 0,20 | 10,53% |
| STODAL sirop 200 ml | 3,18 | 4,20 | 1,02 | 32,08% |
| STREPSILS MIEL CITRON PASTILLE A SUCER 24 | 3,10 | 4,20 | 1,10 | 35,48% |
| VITAMINE C UPSA 1000 mg comprimé effervescent (20) | / | | | |
| ZYRTECSET 10 mg comprimé sécable (7) | / | | | |
| Somme | 82,17 | 100,48 | 18,31 | |
| Moyenne | 4,57 | 5,58 | 1,02 | 27,49% |

*Annexe 12 : Tableau comparant le prix d'un panier de 6 PMF associé aux frais de port de chaque site*

| Adresse de site de pharmacie en ligne | Daflon | Lysopaïpe | Nurofen flash 400 | Citrate de betaïne | Berocca eff. | Prix frais de port | Somme | différence |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| https://pharmacie-citypharma.fr/ | 9,95 | 3,30 | 2,60 | 1,99 | 7,90 | 5,90 | 31,64 | / |
| https://paris-beaugrenelle.pharmarket.com/ | 9,96 | 3,30 | 2,99 | 1,95 | 8,80 | 4,93 | 31,93 | 0,29 |
| https://chateau-gontier.pharmarket.com/ | 9,96 | 3,30 | 2,99 | 1,95 | 8,80 | 4,93 | 31,93 | 0,29 |
| https://savigne.pharmarket.com/ | 9,96 | 3,30 | 2,99 | 1,95 | 8,80 | 4,93 | 31,93 | 0,29 |
| https://fargniers.pharmarket.com/ | 9,96 | 3,30 | 2,99 | 1,95 | 8,80 | 4,93 | 31,93 | 0,29 |
| https://draguignan.pharmarket.com/ | 9,96 | 3,30 | 2,99 | 1,95 | 8,80 | 4,93 | 31,93 | 0,29 |
| https://toulon.pharmarket.com/ | 9,96 | 3,30 | 2,99 | 1,95 | 8,80 | 4,93 | 31,93 | 0,29 |
| https://grenoble-nord.pharmarket.com/ | 9,96 | 3,30 | 2,99 | 1,95 | 8,80 | 4,93 | 31,93 | 0,29 |
| https://lasante.net/ | 10,78 | 3,59 | 3,52 | 2,49 | 9,78 | 2,49 | 32,65 | 1,01 |
| http://www.jevaismieuxmerci.com/ | 9,99 | 3,99 | 3,49 | 2,39 | 8,99 | 3,99 | 32,84 | 1,20 |
| https://43lpu.pharmarket.com/ | 9,96 | 3,30 | 2,99 | 1,95 | 8,80 | 6,16 | 33,16 | 1,52 |
| https://aigurande.pharmarket.com/ | 9,96 | 3,30 | 2,99 | 1,95 | 8,80 | 6,16 | 33,16 | 1,52 |
| https://montmorot.pharmarket.com/ | 9,96 | 3,30 | 2,99 | 1,95 | 8,80 | 6,16 | 33,16 | 1,52 |
| http://www.universpharmacie.fr/ | 9,93 | 2,98 | 2,78 | 1,92 | 8,89 | 6,90 | 33,40 | 1,76 |
| https://www.mapharma14.fr/ | 11,59 | 3,60 | 3,29 | 2,27 | 8,83 | 4,00 | 33,58 | 1,94 |
| https://www.pharma-gdd.com/ | 10,79 | 3,31 | 2,99 | 1,96 | 8,89 | 5,99 | 33,93 | 2,29 |
| http://www.pharmanco.com/ | 12,50 | 3,18 | 2,95 | 1,97 | 8,90 | 4,99 | 34,49 | 2,85 |
| https://www.mapharma61.fr/ | 11,89 | 3,15 | 2,90 | 1,94 | 8,63 | 6,00 | 34,51 | 2,87 |
| https://www.parapharmacie-express.com/ | 13,26 | 2,99 | 2,98 | 2,00 | 9,90 | 3,50 | 34,63 | 2,99 |
| https://pharmaciedelagrandeposte.pharminfo.fr | 10,90 | 3,60 | 3,20 | 2,60 | 8,90 | 5,50 | 34,70 | 3,06 |
| http://maboxsante.fr/ | 9,90 | 3,60 | 3,90 | 2,95 | 8,90 | 5,50 | 34,75 | 3,11 |
| http://pharmaciedelavenue.pharmavie.fr | 10,50 | 3,90 | 3,85 | 1,90 | 9,79 | 4,99 | 34,93 | 3,29 |
| http://www.pharmacieveau.fr/fr/index.php | 11,19 | 3,69 | 3,24 | 2,34 | 9,74 | 5,00 | 35,20 | 3,56 |
| http://www.pharmacie-prado-mermoz.com/ | 11,90 | 3,35 | 2,99 | 2,35 | 8,99 | 5,95 | 35,53 | 3,89 |
| http://www.parapharmadirect.com/ | 11,50 | 3,50 | 3,65 | 1,99 | 8,90 | 6,00 | 35,54 | 3,90 |
| http://www.pharmaduweb.fr/ | 10,90 | 3,55 | 2,79 | 2,45 | 9,99 | 5,90 | 35,58 | 3,94 |
| http://www.pharmacievoisin.fr/ | 11,20 | 3,40 | 3,75 | 1,95 | 9,40 | 6,00 | 35,70 | 4,06 |
| http://pharmacienour.pharmavie.fr/ | 11,19 | 3,49 | 3,85 | 2,69 | 9,79 | 4,99 | 36,00 | 4,36 |
| http://pharmacieriboulleau.pharmavie.fr/ | 11,19 | 3,49 | 3,85 | 2,69 | 9,79 | 4,99 | 36,00 | 4,36 |
| http://pharmacieriboulleau.pharmavie.fr/ | 11,19 | 3,49 | 3,85 | 2,69 | 9,79 | 4,99 | 36,00 | 4,36 |
| http://pharmaciesaintpierre.pharmavie.fr/ | 11,19 | 3,49 | 3,85 | 2,69 | 9,79 | 4,99 | 36,00 | 4,36 |
| http://www.pharmacie-du-centre-albert.fr/ | 14,50 | 3,31 | 3,90 | 1,86 | 8,70 | 3,90 | 36,17 | 4,53 |
| http://lebonremede.fr/ | 11,90 | 3,95 | 3,41 | 3,21 | 8,80 | 5,00 | 36,27 | 4,63 |
| http://www.illicopharma.com/ | 11,90 | 3,99 | 2,96 | 2,58 | 10,19 | 4,90 | 36,52 | 4,88 |
| http://www.pharmashopi.com | 10,90 | 4,45 | 3,05 | 2,60 | 9,80 | 5,99 | 36,79 | 5,15 |
| http://www.olibodi.com/ | 11,20 | 3,90 | 3,05 | 2,98 | 9,90 | 5,90 | 36,93 | 5,29 |
| https://www.pharma-medicaments.com/ | 10,50 | 4,50 | 4,10 | 2,50 | 11,50 | 3,90 | 37,00 | 5,36 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **https://www.drmarche.com/** | 11,90 | 3,99 | 3,20 | 3,20 | 8,90 | 5,95 | 37,14 | 5,50 |
| **http://www.wearepharma.com/** | 10,98 | 3,90 | 3,82 | 2,46 | 10,20 | 5,90 | 37,26 | 5,62 |
| **http://www.pharmacie-sante.com/** | 9,95 | 3,09 | 3,19 | 3,60 | 11,79 | 6,00 | 37,62 | 5,98 |
| **http://www.mon-pharmacien-conseil.com/** | 10,90 | 3,15 | 3,90 | 2,99 | 9,90 | 6,90 | 37,74 | 6,10 |
| **http://www.numeripharm.com/** | 12,73 | 3,62 | 3,63 | 2,27 | 10,67 | 5,00 | 37,92 | 6,28 |
| **http://www.pharmacie-place-ronde.fr/** | 14,83 | 3,28 | 2,80 | 2,88 | 8,84 | 5,92 | 38,55 | 6,91 |
| **https://www.pharmaciebailly.com/** | 10,95 | 4,15 | 3,60 | 2,75 | 9,99 | 7,18 | 38,62 | 6,98 |
| **http://www.parapromos.com/** | 12,50 | 4,20 | 3,90 | 3,30 | 10,90 | 3,90 | 38,70 | 7,06 |
| **https://www.soin-et-nature.com/** | 12,92 | 4,49 | 3,98 | 2,90 | 11,29 | 3,99 | 39,57 | 7,93 |
| **http://www.parapharmacie-du-soleil.com/** | 12,90 | 3,60 | 3,50 | 3,50 | 11,00 | 5,30 | 39,80 | 8,16 |
| **http://www.mapharmacienne.com/** | 12,50 | 3,35 | 3,90 | 3,05 | 11,14 | 5,95 | 39,89 | 8,25 |
| **http://www.notrepharma.com/** | 12,75 | 4,71 | 4,40 | 2,41 | 11,03 | 4,90 | 40,20 | 8,56 |
| **https://pharmaciedesmarronniers63.pharminfo.fr/** | 13,99 | 4,99 | 3,12 | 2,99 | 10,99 | 5,50 | 41,58 | 9,94 |
| **https://www.moncoinsante.com/** | 11,90 | 4,50 | 4,80 | 3,40 | 11,90 | 5,90 | 42,40 | 10,76 |
| **http://www.crisalide.fr/** | 16,12 | 3,81 | 3,59 | 2,67 | 10,40 | 5,90 | 42,49 | 10,85 |
| **http://www.pharmaservices.fr/** | 12,95 | 4,99 | 4,50 | 2,98 | 11,50 | 6,00 | 42,92 | 11,28 |
| **http://www.pharmacie-on-line.net/achat/** | 13,88 | 4,90 | 4,50 | 2,20 | 12,85 | 5,00 | 43,33 | 11,69 |
| **http://pouilly-sur-loire-mingeau.pharmacie-giphar.fr/** | 12,95 | 4,95 | 4,15 | 3,45 | 12,95 | 5,00 | 43,45 | 11,81 |
| **http://www.pharmacieetnature.com/** | 14,90 | 4,75 | 4,50 | 2,20 | 12,90 | 5,00 | 44,25 | 12,61 |
| **http://www.pharmacetik.com/** | 15,99 | 4,99 | 3,90 | 3,20 | 10,90 | 5,99 | 44,97 | 13,33 |
| **https://pharmacieclement.pharminfo.fr/** | 13,90 | 4,46 | 4,40 | 3,05 | 13,40 | 7,00 | 46,21 | 14,57 |
| **http://biot-carreras.pharmacie-giphar.fr** | 14,50 | 5,80 | 4,50 | 3,60 | 12,90 | 5,00 | 46,30 | 14,66 |
| **http://www.avantagepharma.com/** | 14,90 | 5,20 | 4,70 | 3,85 | 12,90 | 5,00 | 46,55 | 14,91 |
| **http://www.pharmacie-boissiere.com/content/1-livraison** | 13,90 | 4,50 | 4,50 | 3,60 | 12,50 | 8,50 | 47,50 | 15,86 |
| **http://www.monexpertsante.fr/** | 15,95 | 5,15 | 4,80 | 4,10 | 12,70 | 5,95 | 48,65 | 17,01 |
| **http://www.cap-pharma.fr/** | 15,60 | 6,10 | 4,90 | 3,90 | 14,80 | 5,99 | 51,29 | 19,65 |

## Bibliographie


[1] Insee, « Les pharmacies depuis 2000 - Mutations d'un secteur très réglementé ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1525.

[2] Sécurité sociale, « Chiffres et repères ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.securite-sociale.fr/Chiffres-et-reperes?type=presse.

[3] Ameli.fr, « Avenant n°5 à la convention nationale - Réforme du mode de rémunération des pharmaciens ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.ameli.fr/professionnels-de-sante/pharmaciens/votre-convention/convention-nationale-titulaires-d-officine/avenant-n-5-a-la-convention-nationale.php.

[4] Michel-Edouard Leclerc, « De quoi je me M.E.L. - La tribune de Michel-Edouard Leclerc - Santé », *Le blog de Michel-Edouard Leclerc*. [En ligne]. Disponible sur : http://www.michel-edouard-leclerc.com/category/combats/sante/.

[5] FSPF, « Plan d'urgence Officine ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.fspf.fr/fspf-services/breves/plan-urgence-officine.

[6] Les Echos Études, « La vente en ligne de médicaments », *Les Echos Études*. [En ligne]. Disponible sur : https://www.lesechos-etudes.fr/etudes/pharmacie-sante/vente-medicament-internet/.

[7] G. Guédon, « Etude de marché des sites de vente en ligne de médicaments et création d'un outil de suivi des sites » Thèse d'exercice en pharmacie. Angers : Université d'Angers, 2015. 100p. Disponible sur : http://dune.univ-angers.fr/fichiers/20071005/2015PPHA3480/fichier/3480F.pdf.

[8] Geoffroy R. et Schmidt T. « Vente de médicaments sur internet et nouvelles technologies dans l'exercice officinal en 2014 ». Thèse d'exercice en pharmacie. Grenoble. : Université Joseph Fourier. 140p. Disponible sur : http://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01158434.

[9] DocMorris, « Über DocMorris ». [En ligne]. Disponible sur : https://www.docmorris.de/docmorris/ueber-uns.

[10] Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände, « ABDA 2014 ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.abda.de/abda.html.

[11] EUR - Lex, « Le renvoi préjudiciel ». [En ligne]. Disponible sur : http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=URISERV:l14552.

[12] Cour de Justice de l'Union Européenne, « Affaire C-322/01 CJUE », *InfoCuria - Jurisprudence de la Cour de justice*. [En ligne]. Disponible sur : http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:62001CJ0322&from=FR.

[13] C. STIX-HACKL, « Avocat Général CJUE », *Recueil de jurisprudence 2003*. [En ligne]. Disponible sur : http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:62001CC0322&from=FR.

[14] Parlement européen et Conseil, « Code communautaire relatif aux médicaments à usage humain ». [En ligne]. Disponible sur : http://europa.eu/legislation_summaries/internal_market/single_market_for_goods/pharmaceutical_and_cosmetic_products/l21230_fr.htm.

[15] « CELESIO AG », *Wikipedia, the free encyclopedia*. 08-mai-2014. [En ligne]. Disponible sur : https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Celesio&oldid=607608886

[16] Cour de Justice de l'Union Européenne, « Arrêt de la CJUE du 19 mai 2009 », *InfoCuria - Jurisprudence de la Cour de justice*, 19-mai-2009. [En ligne]. Disponible sur : http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=78515&pageIndex=0&doclang=fr&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=492566.

[17] Spiegel Online, « Versandapotheke: Schweizer kaufen DocMorris », 25-oct-2012. [En ligne]. Disponible sur :

http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/pharmadiscounter-docmorris-wird-an-die-schweiz-verkauft-a-863490.html

[18] Zur Rose, « Etapes-clés du développment de Zur Rose ». [En ligne]. Disponible sur : http://zurrose.com/index.php?id=215&MP=66-62.

[19] IRACM, « La directive européenne 2011/62/UE « Médicaments Falsifiés ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.iracm.com/observatoire-thematique/la-directive-europeenne-medicaments-falsifies/

[20] Union Européenne, « EUROPA - Règlements, directives et autres actes législatifs ». [En ligne]. Disponible sur : http://europa.eu/eu-law/decision-making/legal-acts/index_fr.htm.

[21] Autorité de la concurrence, « Avis du 13 décembre 2012 relatif à un projet d'ordonnance et un projet de décret transposant la directive n° 2011/62/UE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2011 modifiant la directive n° 2011/83/CE instituant un code communautaire relatif aux médicaments à usage humain, en ce qui concerne la prévention de l'introduction dans la chaîne d'approvisionnement légale de médicaments falsifiés ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.autoritedelaconcurrence.fr/user/avisdec.php?numero=12A23.

[22] Ministère des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes, « Vente de médicaments sur Internet : les textes réglementaires ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.sante.gouv.fr/vente-de-medicaments-sur-internet-les-textes-reglementaires,13560.html..

[23] Ordre national des pharmaciens, « Le médicament - Le pharmacien », 17-sept-2015. [En ligne]. Disponible sur : http://www.ordre.pharmacien.fr/Le-pharmacien/Champs-d-activites/Le-medicament.

[24] « Décret n° 2008-641 du 30 juin 2008 relatif aux médicaments disponibles en accès direct dans les officines de pharmacie | Legifrance ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.legifrance.gouv.fr/eli/decret/2008/6/30/SJSP0808252D/jo/texte/fr.

[25] ANSM, « Médicaments en accès direct », 16-juin-2015. [En ligne]. Disponible sur : http://ansm.sante.fr/Dossiers/Medicaments-en-acces-direct/Medicaments-en-acces-direct/(offset)/0.

[26] Conseil d'état, « ORDONNANCE N°365459 ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.conseil-etat.fr/node.php?articleid=2849.

[27] Conseil d'état, « Vente en ligne de médicaments ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.conseil-etat.fr/Actualites/Communiques/Vente-en-ligne-de-medicaments.

[28] Ordre National des Pharmaciens, « Vente de médicaments sur Internet en France ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.ordre.pharmacien.fr/Le-patient/Vente-de-medicaments-sur-Internet-en-France.

[29] Ministère des Affaires sociales et de la Santé, *Arrêté du 20 juin 2013 relatif aux bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique*. [En ligne]. Disponible sur : http://www.sante.gouv.fr/vente-en-ligne-de-medicaments.html.

[30] Conseil d'état, « N°S 365317, 366195, 366272, 366468 ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.conseil-etat.fr/fr/selection-de-decisions-du-conseil-d-etat/m-l-et-autres.html.

[31] Conseil d'état, *Décision contentieuse du 16 mars 2015 : Vente de médicaments en ligne*. [En ligne]. Disponible sur : http://www.conseil-etat.fr/fr/selection-de-decisions-du-conseil-d-etat/m-l-et-autres.html

[32] Ministère des Affaires sociales et de la Santé, « Vente en ligne de médicaments - Les grandes lignes de la nouvelle réglementation ». [En ligne]. Disponible sur: http://www.sante.gouv.fr/vente-en-ligne-de-medicaments.html.

[33] Service-Public.fr, « Combien d'assistants d'officine doivent exercer auprès d'un pharmacien ? » [En ligne]. Disponible sur : http://vosdroits.service-public.fr/professionnels-entreprises/F2316.xhtml.

[34] Code de la santé publique, « Dispensation à domicile. » [En ligne]. Disponible sur : http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?idSectionTA=LEGISCTA000006196584&cidTexte=LEGITEXT000006072665&dateTexte=20140719.

[35] M. Damgé, « Professions réglementées, rentes, monopoles : à quoi Arnaud Montebourg s'attaque-t-il ? », *Le Monde.fr*, 11-juill-2014. [En ligne]. Disponible sur :

http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2014/07/11/professions-reglementees-rentes-monopoles-a-quoi-arnaud-montebourg-s-attaque-t-il_4455495_4355770.html

[36] Ordre National des Pharmaciens, « Rechercher un site autorisé pour la vente en ligne de médicaments ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.ordre.pharmacien.fr/ecommerce/search.

[37] Ministère des Affaires sociales et de la Santé, « Sites autorisés pour la vente de médicaments sur Internet ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.sante.gouv.fr/sites-autorises-pour-la-vente-de-medicaments-sur-internet,13563.html.

[38] V. Juhan, « Etude : les taux de clic par position dans Google.fr », *JDN*, 09-sept-2013. [En ligne]. Disponible sur : http://www.journaldunet.com/solutions/seo-referencement/seo-et-ctr-par-page-et-position-dans-google-fr.shtml.

[39] JDN, « Parts de marché des moteurs de recherche en France ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/parts-de-marche-des-moteurs-de-recherche-en-france.shtml.

[40] newpharma, « Para-pharmacie en Ligne France | Prix Bas & Livraison Gratuite dès 49€ ! » [En ligne]. Disponible sur : http://www.newpharma.fr/.

[41] DocMorris, « DocMorris - Meine neue Apotheke, Versand-Apotheke, Internet-Apotheke, Online-Apotheke ». [En ligne]. Disponible sur : https://www.docmorris.de/.

[42] Ministère des Affaires sociales et de la Santé, « La loi de santé », *Gouvernement.fr*. [En ligne]. Disponible sur : http://www.gouvernement.fr/action/la-loi-de-sante.

[43] lesechos.fr, « L'arrêté sur la vente en ligne attaqué au Conseil d'Etat ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.lesechos.fr/30/07/2013/LesEchos/21489-076-ECH_l-arrete-sur-la-vente-en-ligne-attaque-au-conseil-d-etat.htm.

[44] AFIPA, « Nos missions ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.afipa.org/6-afipa-automedication/451-l-afipa/452-nos-missions.aspx.

[45] *Conseil d'État, 1ère / 6ème SSR, 16/03/2015, 370072, Inédit au recueil Lebon*. 2015. Disponible sur : http://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriAdmin.do?idTexte=CETATEXT000030642893

[46] D. de l'information légale et Service-Public.fr, « Sous-direction de la politique des produits de santé et de la qualité des pratiques et des soins - Ministère des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes », 11-juin-2014. [En ligne]. Disponible sur : http://lannuaire.service-public.fr/services_nationaux/service-national_171539.html.

[47] « Définition pure player », *Wikipédia*. 15-sept-2015. [En ligne]. Disponible sur : https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Pure_player&oldid=118657232

[48] AFIPA, « 3ème OBSERVATOIRE EUROPEEN SUR L'AUTOMEDICATION ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.afipa.org/6-afipa-automedication/447-actualites/448-carrousel.aspx#cont1966.

[49] AFIPA, « Définition délistage ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.afipa.org/1-afipa-automedication/119-l-automedication-responsable/386-glossaire.aspx.

[50] InVS, « Surveillance épidémiologique et virologique de la grippe en France métropolitaine, saison 2013-2014 ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.invs.sante.fr/beh/2014/28/2014_28_1.html.

[51] Inserm/UPMC, « Réseau Sentinelles > France > Surveillance continue Diarrhée aigüe ». [En ligne]. Disponible sur : https://websenti.u707.jussieu.fr/sentiweb/?page=epidemies.

[52] ANSM, « Ventes de médicaments en France : le rapport d'analyse de l'année 2013 ». [En ligne]. Disponible sur : http://ansm.sante.fr/S-informer/Presse-Communiques-Points-presse/Ventes-de-medicaments-en-France-le-rapport-d-analyse-de-l-annee-2013-Communique.

[53] EUR - Lex, « Suivi des mesures nationales d'excution ». [En ligne]. Disponible sur : http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/NIM/?uri=celex:32011L0062.

[54] LEEM, « État de la legislation sur la vente en ligne de médicaments dans les pays de l'UE l'autorisant », 2011. [En ligne]. Disponible sur : http://www.leem.org/dossier/internet-pas-de-vente-de-medicaments-dans-l-attente-d-un-label-francais.

[55] European Medicines Agency, « Falsified medicines - Buying medicines online ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.ema.europa.eu/ema/index.jsp?curl=pages/regulation/general/general_content_000630.jsp&mid=WC0b01ac05808fd210.

[56] AFMPS, « Pharmacies Internet - Usage humain ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.fagg-afmps.be/fr/humain/medicaments/medicaments/distribution/pharmacies_ouvertes_au_public/Site_Internet_d_une_pharmacie/LstPharmacies/.

[57] AFMPS, « Site Internet d'une pharmacie - Belgique ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.fagg-afmps.be/fr/humain/medicaments/medicaments/distribution/pharmacies_ouvertes_au_public/Site_Internet_d_une_pharmacie/.

[58] C. Charlot, « Que rapporte la pharmacie sur le Web? », 2012. [En ligne]. Disponible sur : http://trends.levif.be/economie/high-tech/que-rapporte-la-pharmacie-sur-le-web/article-normal-211901.html.

[59] Pharmanalyses, « Ventes de médicaments par Internet en l'Allemagne : fréquentation des sites allemands », 2012. [En ligne]. Disponible sur : http://pharmanalyses.fr/ventes-de-medicaments-par-internet-en-lallemagne-une-lente-mais-progressive-ascension/

[60] IGAS, « Pharmacies d'officine : rémunération, missions, réseau ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/114000355/index.shtml.

[61] Ordre National des Pharmaciens, « La démographie des pharmaciens - Le pharmacien - Ordre National des Pharmaciens ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.ordre.pharmacien.fr/Le-pharmacien/Le-metier-du-pharmacien/La-demographie-des-pharmaciens.

[62] Les Echos, « Lagardère se lance dans la vente de médicaments en ligne avec DoctiPharma », *lesechos.fr*, 04-nov-2014. [En ligne]. Disponible sur : http://www.lesechos.fr/04/11/2014/lesechos.fr/0203912643542_lagardere-se-lance-dans-la-vente-de-medicaments-en-ligne-avec-doctipharma.htm.

[63] « Doctissimo », *Wikipédia*. 12-août-2015. Disponible sur : https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Doctissimo&oldid=117666308

[64] ASIP Santé, « Hébergeurs agréés de données de santé à caractère personnel ». [En ligne]. Disponible sur : http://esante.gouv.fr/services/referentiels/securite/hebergeurs-agrees.

[65] Le Figaro, « Le pharmacien en ligne Newpharma se renforce en France », *Le Figaro*, 26-nov-2014. [En ligne]. Disponible sur : http://www.lefigaro.fr/societes/2014/11/26/20005-20141126ARTFIG00269-le-pharmacien-en-ligne-newpharma-se-renforce-en-france.php

[66] Ifop et Pharmarket, « Les pratiques des Français en matière d'automédication et d'achat en ligne de médicaments ». [En ligne]. Disponible sur : http://www.ifop.com/?option=com_publication&type=poll&id=2596.

[67] OMS, « Médicaments faux/faussement étiquetés/falsifiés/contrefaits », *WHO*. [En ligne]. Disponible sur : http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs275/fr/.

[68] Le Moniteur des pharmaciens, « Les Revues », *Le Moniteur des pharmacie.fr*. [En ligne]. Disponible sur : http://www.lemoniteurdespharmacies.fr/revues/le-moniteur-des-pharmacies/univers.html.

[69] Eco Pharmacie, « Comparateur de prix des médicaments », *Eco Pharmacie*. [En ligne]. Disponible sur: http://www.eco-pharmacie.com/.

[70] Unooc, « Page d'accueil », *Unooc.fr*. [En ligne]. Disponible sur : http://www.unooc.fr.

[71] PrixMedicament, « Comparateur de prix des médicaments ». [En ligne]. Disponible sur :
http://www.prixmedicament.com/.

[72] Compapharma, « Comparateur de prix des médicaments ». [En ligne]. Disponible sur :
http://www.compapharma.com/.

[73] Pharmacie Polygone, « Page d'accueil ». [En ligne]. Disponible sur :
http://www.pharmaciepolygone.com/.

[74] Pharmacie Citypharma, « Médicaments - Achat en ligne ». [En ligne]. Disponible sur :
https://pharmacie-citypharma.fr/medicaments.html.

[75] Pharmacie de la Citadelle, « Page d'accueil ». [En ligne]. Disponible sur :
https://pharmaciedelacitadelle08.pharminfo.fr/.

[76] Pharmacie Veau, « Page d'accueil ». [En ligne]. Disponible sur :
http://www.pharmacieveau.fr/fr/index.php.

[77] LaSante.net, « Page d'accueil », *LaSante.net*. [En ligne]. Disponible sur :
https://lasante.net/.

[78] Parapharmaciedirect, « Page d'accueil ». [En ligne]. Disponible sur :
https://www.parapharmadirect.com/.

[79] MonCoinSanté, « Page d'accueil ». [En ligne]. Disponible sur :
https://www.moncoinsante.com/.

[80] Pharma-z, « Page d'accueil », *Pharma-Z*. [En ligne]. Disponible sur :
http://www.pharma-z.com.

[81] Ospharm, « Page d'accueil ». [En ligne]. Disponible sur :
http://www.ospharm.net/index.php.

[82] « Jurisprudences | Tribunal de grande instance de Paris Ordonnance de référé 08 août 2014 | Legalis.net ». [En ligne]. Disponible sur :
http://www.legalis.net/spip.php?page=jurisprudence-decision&id_article=4265.

[83] Sciences et avenir, « Lentille de contact pour diabétique : Novartis s'associe à Google ». [En ligne]. Disponible sur :
http://www.sciencesetavenir.fr/sante/20140117.OBS2854/lentille-de-contact-pour-diabetique-par-google-une-vraie-bonne-idee.html.

FACULTE DE PHARMACIE

UNIVERSITE DE LORRAINE

# DEMANDE D'IMPRIMATUR

Date de soutenance : 29 avril 2016

**DIPLOME D'ETAT DE DOCTEUR EN PHARMACIE**

présenté par : Gregori Matthieu

Sujet : Dématérialisation de la vente de médicaments : impact économique sur la profession et sur le patient

Jury :

Président : Mme Francine PAULUS, Maître de Conférences
Directeur : Mme Alexandrine LAMBERT, Maître de Conférences

Juges : Mme Sophie PINEL, Maître de Conférences
Mme Laure MALLET, Pharmacien

Vu,

Nancy, le 30.03.2016

Le Président du Jury

Directeur de Thèse

Mme Alexandrine LAMBERT

Vu et approuvé,

Nancy, le 31.03.2016

Doyen de la Faculté de Pharmacie de l'Université de Lorraine,

Béatrice FAIVRE
Vice-Doyen

*Francine PAULUS*

Vu,

Nancy, le - 5 AVR. 2016

Le Président de l'Université de Lorraine,

Université de Lorraine
Le Président

*Pierre MUTZENHARDT*
Pour le Président et par délégation
Le Vice-Président

Martial DELIGNON

N° d'enregistrement : 9121

**N° d'identification :**

## TITRE

# DÉMATERIALISATION DE LA VENTE DE MÉDICAMENTS
**Impact économique sur la profession et sur le patient**

**Thèse soutenue le 29 avril 2016**
**Par Matthieu Grégori**

**RÉSUMÉ :**

L'objet de cette thèse est de porter un regard économique sur l'ouverture de la vente en ligne de médicaments et de donner certaines clés pour en comprendre les enjeux.

À l'inverse de plusieurs pays européens, la vente en ligne de médicaments est autorisée en France seulement depuis janvier 2013. Cette possibilité fait suite à l'affaire DocMorris, qui a entrainé l'adoption de la directive européenne 2011/62/UE, imposant à tous les États membres de légiférer sur ce nouveau mode de délivrance. La France a pris le parti d'imposer un cadre juridique strict, en réponse à l'opposition de la majorité de la profession.

Au-delà d'une simple chronologie réglementaire, ce travail démontre que l'ensemble du modèle économique de la vente de médicaments en ligne et ses perspectives d'évolutions, sont tributaires du cadre réglementaire.

En complément de l'aspect juridique, une étude a été menée sur le retour d'expérience des primo-entrants. Les réponses apportées ont permis de mettre en lumière plusieurs constats. La mise en œuvre de la vente en ligne s'avère difficile en raison d'une réglementation sévère et d'un manque d'expérience des différents acteurs. En outre, seule une minorité de sites est rentable, ce qui contraste avec une satisfaction majoritaire de l'ensemble des sondés.

La vente de médicaments par internet est surtout censée profiter aux conso-patients. Un relevé détaillé d'un échantillon type de médicaments, réalisé sur la totalité des sites de vente en ligne permet d'affirmer qu'en moyenne les prix pratiqués en ligne sont plus compétitifs qu'en officine. Cependant de grandes disparités de prix existent aussi sur internet malgré une concurrence accrue, rendue possible par la comparaison des prix en ligne. En revanche, l'intérêt de la vente en ligne pour le patient peut être réduit en raison notamment du manque de disponibilité de certaines spécialités, des frais de port et délais de livraison.

**MOTS CLES : Vente en ligne, médicaments, internet, législation, patient, économie, officine**

| Directeur de thèse | Intitulé du laboratoire | Nature |
|---|---|---|
| Madame Lambert Alexandrine | Plateforme informatique santé | ☐ **Expérimentale**<br>☑ **Bibliographique**<br>☐ **Thème** |

| **Thèmes** | | |
|---|---|---|
| | **1 – Sciences fondamentales**<br>**3 – Médicament**<br>**5 - Biologie** | **2 – Hygiène/Environnement**<br>**4 – Alimentation – Nutrition**<br>**6 – Pratique professionnelle** |