

Le rôle du risque associé à l'achat des médicaments et des variables sociodémographiques dans l'acceptation des médicaments génériques

Mme Lakhdar Houaria Ibtissem

Doctorante en stratégie marketing et développement concurrentiel des firmes

Université d'Oran2 Mohamed BENAHMED

Faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion

Le médicament n'est pas un produit industriel et commercial comme les autres, il est l'*élixir*, le baume qui vous arrache à la maladie et à la souffrance. De ce fait, il est porteur non seulement d'une problématique scientifique, Industrielle et commerciale, mais aussi d'une dimension sociale importante qui pèse autant, sinon plus, sur la politique pharmaceutique des pays.⁵²

Face à l'invasion des médicaments génériques du marché pharmaceutique algérien perçus depuis quelques années comme la solution idéale pour la réduction de la facture des produits pharmaceutiques et une alternative à leur importation, le consommateur les considère comme des médicaments de qualité inférieure ce qui crée des préjugés négatifs et des méfiances.

L'objectif de ce papier est d'étudier le comportement du consommateur algérien envers les médicaments génériques tout en se basant sur quatre thèmes majeurs : pouvant expliquer les attitudes des patients, les

⁵² mohammedwadiezerhouni, Lasma el alami el fellousse, Vers quelle politique du médicament pour le Maghreb ? L'Institut de Prospective Économique du monde Méditerranéen (Ipemed) le 30 septembre 2013

connaissances et croyances individuelles ; le lien avec le prescripteur de la mise en confiance du patient ; le risque associé à l'achat des médicaments génériques et l'influence des variables sociodémographique dans l'acceptation des médicaments génériques.

Mots clefs : Comportement du consommateur, médicament générique, risque perçu, variables sociodémographiques.

Abstract:

Faced with the invasion of generic drugs in the Algerian pharmaceutical market seen in recent years as the ideal solution for reducing the bill of pharmaceutical products and an alternative to their importation, the consumer considers them as substandard drugs which creates negative prejudices and mistrust.

The objective of this paper is to study the behavior of the Algerian consumer towards generic drugs while being based on four major themes that can explain patients' attitudes towards generics, individual knowledge and beliefs; the link with the prescriber of the patient's confidence; the risk associated with the purchase of generic drugs and the influence of socio-demographic variables in the acceptance of generic drugs.

Keywords :

Consumer behavior, generic drug, perceived risk, sociodemographic variables.

1) Introduction :

Considérée comme une industrie de référence avec une croissance remarquable, le secteur pharmaceutique

se trouve de nos jours confronté à plusieurs défis. Ce dernier est caractérisé par deux principaux aspects : médical par rapport à la recherche et développement, et économique relatif à la production des produits de première nécessité (le médicament).

Ce secteur a comme caractéristique d'être très réglementé par les pouvoirs publics. Il existe des mesures de contrôle de la fabrication, la mise sur le marché d'un produit nécessite une autorisation, les produits sont protégés par des brevets, la publicité est très encadrée et les prix sont réglementés⁵³.

Aujourd'hui, les dépenses du système de santé des pays ne cessent d'augmenter d'une façon marquante. Celles-ci croissent régulièrement en raison de la combinaison de plusieurs facteurs, notamment l'accroissement de la population et l'évolution de la pyramide des âges, l'aspiration au bien-être, le rapide accroissement des maladies modernes ainsi que l'importante couverture sociale et la généralisation du tiers payant⁵⁴.

Pour faire face à cette croissance des dépenses, les états tentent de trouver des solutions touchant divers aspects du système de santé: amélioration des systèmes d'assurances, nouvelles formes organisationnelles (réseaux), contrôle de la densité médicale, planification hospitalière et modification du système de prix des médicaments.

⁵³ Philippe Abecassis, Nathalie Coutinet, Caractéristiques du marché des médicaments et stratégies des firmes pharmaceutiques, horizons stratégiques, 2008/I N°7, p2.

⁵⁴ mohammedwadiezerhouni, I asma el alami el fellousse, Vers quelle politique du médicament pour le Maghreb ? L'Institut de Prospective Économique du monde Méditerranéen (Ipemed) le 30 septembre 2013 p13

L'une des solutions utilisée par les pouvoirs publics afin de restreindre les dépenses de santé et de réduire le déficit budgétaire de la sécurité sociale est l'apparition des médicaments génériques.

On entend alors par *«spécialité générique d'une spécialité de référence, celle qui a la même composition qualitative et quantitative en principes actifs, la même forme pharmaceutique et dont la bioéquivalence avec la spécialité de référence est démontrée par des études de biodisponibilité appropriées⁵⁵»*. Voici donc la définition actuelle du médicament générique.

Les génériques sont des versions reproduites des médicaments dits «princeps», ils sont identiques ou équivalents à ces derniers et peuvent être produits après expiration du brevet, ou en l'absence de brevet.

Le marché des génériques est comparable sur bien des points au marché des princeps. Pourtant, deux caractéristiques les opposent. La première concerne l'organisation de l'offre qui, par structure, n'est plus monopolistique mais concurrentielle. Toutefois, puisque les molécules vendues en génériques sont « anciennes », la concurrence entre firmes ne porte pas sur le développement de nouveaux produits mais sur leur capacité à les produire à un coût faible. En second lieu, les médicaments génériques sont par nature peu innovants, ce qui se traduit par un prix de vente inférieur d'au moins 40 % à celui du princeps associé. C'est donc principalement sur les mécanismes de détermination des

⁵⁵L'article L. 5121-1 du Code de la santé publique

prix que le marché des génériques diffère de celui des princeps.⁵⁶

Malgré un prix relativement raisonnable, les médicaments générique n'arrivent toujours pas à s'imposer sur le marché pharmaceutique algérien, les patients portent souvent leurs choix sur la molécule mère, Et les considèrent comme des médicaments de qualité inférieure ce qui crée des préjugés négatifs et des méfiances. Ceci pourrait être dû à plusieurs facteurs entre autre le manque des connaissances du patient sur ces médicaments.

Notre recherche s'inscrit dans un cadre de réflexion et se propose d'analyser le comportement du consommateur algérien envers le médicament générique.

Est-ce que l'achat des médicaments générique est considéré comme un achat risqué ?, Est-ce que l'acceptation de ces médicaments est influencée par les variables sociodémographiques ?

I. Les déterminants à l'achat d'un médicament générique :

Le médicament est un bien qui présente certaines caractéristiques de différenciation par rapport aux produits de grande consommation, C'est un produit utile pour la santé et présente un risque inhérent plus élevé que les autres produits.

Dans la décision d'achat des médicaments interviennent plusieurs acteurs (les pouvoirs publics, les

⁵⁶ Philippe Abecassis, Nathalie Coutinet, Caractéristiques du marché des médicaments et stratégies des firmes pharmaceutiques, horizons stratégiques, 2008/I N°7, p34.

industries pharmaceutiques, les assurances maladies, les médecins, pharmaciens et le consommateur).

Concernant plus spécifiquement les médicaments génériques, certaines variables influencent d'une manière directe ou indirecte l'intention d'achat.

Variables		Auteurs
perception	qualité	Bearden et Mason (1978), Carroll et al. (1988), Podulka et al. (1989), Wolfgang et Perri (1991), Palagyi et Lassanova (2008), Sansgiry et al. (2005), Toverud et al. (2011)
	sécurité	Bearden et Mason (1978), Carroll et Jang (1981), Carroll et al. (1988), Sansgiry et al. (2005), Heikkila et al. (2011)
	Efficacité	Bearden et Mason (1978), Carroll et Jang (1981), Tootelian et al. (1988), Shepherd (1988), Lambert et al. (1980), Carroll et al. (1988), Wolfgang et Perri (1991), Himmel et al. (2005), Heikkila et al. (2011), Kjoenniksen et al. (2006), Hakonsen et al. (2009), Hakonsen et al. (2011), Sansgiry et al. (2005)
Expérience extérieure		Wolfgang et Perri (1991), Rozano et al. (2009), Babar et al.

		(2010), Kobayachi et al. (2011) ; Quinatal et Mendes (2012), Heikkila et al. (2007)
Sévérité de la maladie, condition médicale		Ganther et Kreling (2000), Vallès et al. (2003), Babar et al. (2010), Decollogny et al. (2011), Chong (2011), Quinatal et Mendes (2012), Shrank et al. (2009)
Variables sociodémogr aphiques	Age	Shepherd (1988), Wolfgang et Perri (1991), Bearden et Mason (1979), Lambert et al. (1980), Heikkila et al. (2011), Decollogny et al. (2011), Shrank et al. (2009), Babar et al. (2010) , Figueiras et al. (2008)
	Gen re	Shrank et al. (2009) ; pour Heikkila et al. (2011)
	reve nus	Wolfgang et Perri (1991), Shrank et al. (2009), Farfan-Portet et al. (2012), Lambert et al. (1980)
	Nive au d'ét ude	Hakonsen et al. (2009), Babar et al. (2010), Farfan- Portet et al. (2012), Quinatal et Mendes (2012)
Information, conseil, proposition du pharmacien et/ou du médecin		Mason et Bearden (1980), Caroll et al. (1988), Podulka et al. (1989), Ganther et Kreling (2000), Heikkila et al. (2007, 2011), Hassali et al. (2005), Kjoenniksen et al. (2006), Vallès et al. (2003), Al-Gedadi et al.

	(2008), Ladha (2007), Ringuier et al. (2008), Shrank et al. (2009), Quinatal et Mendes (2012), Rozano et Gomez (2009)
Incitations financières	Bearden et Mason (1978) ; Bearden et Mason et Smith (1979), Mason et Bearden (1980), Carroll et al. (1988), Ganther et Kreling (2000), Heikkila et al. (2007, 2011), Kjonniksen et al. (2006), Palagyi et Lassanova (2008), Decollogny et al. (2011), Farfan-Portet et al. (2012), Quinatal et Mendes (2012)
Risque perçu	Bearden et Mason (1978), González et al. (2003), Rozano et Gomez (2009), Rozano, Gomez et Diaz (2009)

Le tableau 1 résume les différentes variables citées dans la littérature qui influencent les consommateurs lors de l'achat de médicaments génériques.

Tableau 1 : Les principaux déterminants à l'achat de médicaments génériques du point de vue du consommateur⁵⁷

II) Le rôle du risque associé à l'achat des médicaments et des variables

⁵⁷ Widiiane FERCHAKHI, Jean-Jack CEGARRA , L'influence du capital marque sur le risque perçu de la substitution d'un médicament de marque par un médicament générique : proposition d'un modèle, 13th internationalcongress marketing trends ISBN 978-2-9532811-2-7, jan 2014, page 4-5

sociodémographiques dans l'acceptation des médicaments génériques :

Le médicament générique se définit comme une spécialité présentant la même composition qualitative et quantitative en principes actifs que le produit princeps. C'est essentiellement la démonstration que le médicament générique présente un profil pharmacocinétique superposable au médicament princeps qui assoie le statut du générique.⁵⁸

Si les médicaments génériques sont équivalents au médicament princeps dans leur action thérapeutique, ce dernier dispose tout de même d'un élément de différenciation essentiel: sa marque⁵⁹.

1- Méthodes :

Afin de mettre en évidence les attitudes et croyances et valider les facteurs influençant l'achat de médicaments génériques. Nous avons opté pour une approche qualitative.

Il s'agit d'une étude exploratoire qui s'appuie sur deux méthodes, une enquête directe auprès de 50 sujets. Et une autre en ligne auprès de 82 sujets, Un questionnaire comprenant quinze questions fermées a été utilisé. L'étude a été réalisée dans quatre villes algériennes différentes : Oran, Tlemcen, Sidi bel Abbes, Ain Témouchent.

⁵⁸ l'article 10.2. De la directive européenne 2001/83/CE

⁵⁹ E. Combe et H. Haug, Les laboratoires pharmaceutiques face à la concurrence des génériques: quels enjeux pour l'antitrust?, Concurrence n°1, 2006, Doctrines, p. 47.

Les personnes interrogées appartiennent à des catégories socioprofessionnelles très variées (sans emploi, étudiant, actif, retraité, etc.)

Les questions posées concernaient surtout l'évaluation des connaissances des sujets de l'enquête sur les médicaments génériques, leurs sources et degré d'information, leur avis vis-à-vis du médicament générique et leur utilisation de ces médicaments.

Le questionnaire contenait principalement des questions fermées. Pour les personnes interrogées qui ne connaissaient pas les médicaments génériques, nous leur avons donné la définition et nous leur avons demandé leur avis sur ces médicaments. L'analyse de contenu a été faite manuellement. Elle s'est matérialisée à travers une analyse thématique avec tri, classement et catégorisation des thèmes identifiés.

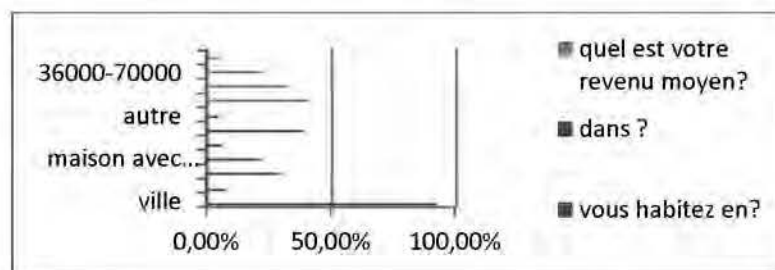
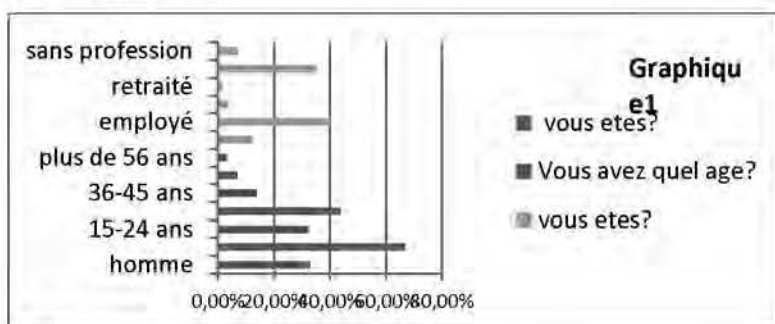
2- Résultats et discussion:

La réussite de la politique du générique se joue sur la propension du consommateur final à accepter la substitution. La présente enquête nous révèle quatre thèmes majeurs pouvant expliquer les attitudes des patients face aux génériques :

- 1) les connaissances et croyances individuelles;
- 2) le lien avec le prescripteur de la mise en confiance du patient ; un professionnel non convaincu génère un patient soucieux ;
- 3) le risque associé à l'achat des médicaments génériques et
- 4) l'influence des variables sociodémographique dans l'acceptation des médicaments génériques.

Données sociodémographiques :

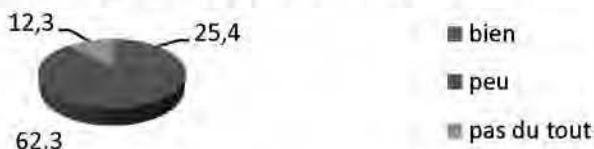
La majorité des questionnés (43,8%) étaient âgés de 25 à 35 ans, les plus de 56 ans ne représentaient que 3,1%. Les femmes dans cette étude représentaient 66,9%. La majorité des personnes questionnées vivaient en ville (92,3%) majoritairement dans des appartements et des villas 38,5% et 29,2%. Les employés et les étudiants représentaient la tranche la plus importante, respectivement 40% et 35,4%. Les interrogés avec un revenu entre 19000 et 35000 représentaient le pourcentage le plus élevé avec (40,8%). Voir les graphiques 1,2,



Connaissance des médicaments génériques :

Presque le quart (25,4%) des sujets de l'étude estimaient bien connaître les médicaments génériques. tandis que plus que la moitié (62,3%) déclare reconnaître peu ces derniers. Voir le graphique 3.

graphique3:
de manière générale, diriez vous que...

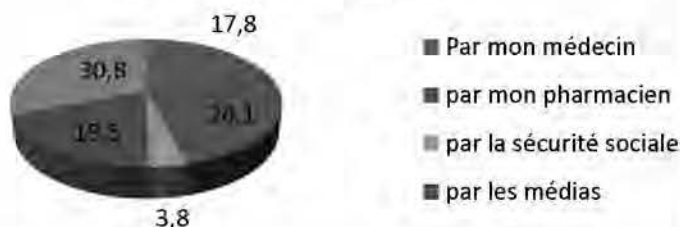


Un nombre de (12.3%) des interrogés n'étaient pas familiers avec le terme générique. Ce taux s'explique par l'implication des pharmaciens et médecins dans la sensibilisation et l'information à l'utilisation des médicaments génériques.

Information sur les médicaments génériques

La source d'information la plus citée était la famille et les amis, les médecins et les pharmaciens étaient respectivement en 2ème et 3ème position. Les médecins et les pharmaciens ont un rôle clef à jouer qui est de bien informer leurs patients sur l'intérêt de l'utilisation des médicaments génériques mais il faut qu'ils soient eux aussi motivés par les génériques. Voir le graphique 4

graphique4:
par quel moyen?



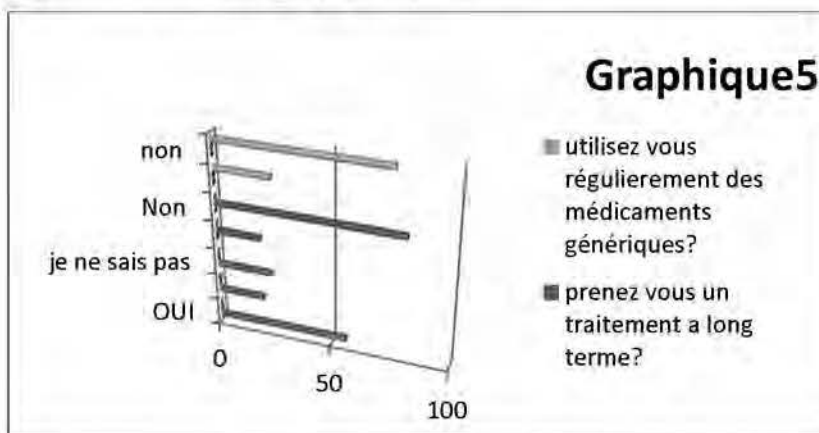
Les utilisateurs de soins, et de médicaments en particulier, disposent depuis le début des années 1990

d'une quantité d'informations de plus en plus importante et de plus en plus précise. Le principal vecteur de la vague d'information à laquelle ont été soumis les patients est Internet⁶⁰.

Utilisation des médicaments génériques

Sur les 116 sujets qui connaissaient les médicaments génériques, (56,2%) les médecins prescrivaient les médicaments génériques pour eux.

(19,2%) des interrogés suivaient un traitement à long terme, et (24,6%) prennent des médicaments génériques régulièrement. voir le graphique 5



Attitudes des consommateurs vis-à-vis de médicaments génériques

La plupart des sujets (43,8%) qui utilisaient les médicaments génériques le font sur prescription du médecin, (36%) des cas sur le conseil des pharmaciens,

⁶⁰ Philippe Abecassis, Nathalie Coutinet, Caractéristiques du marché des médicaments et stratégies des firmes pharmaceutiques, horizons stratégiques, 2008/1 N°7, p18.

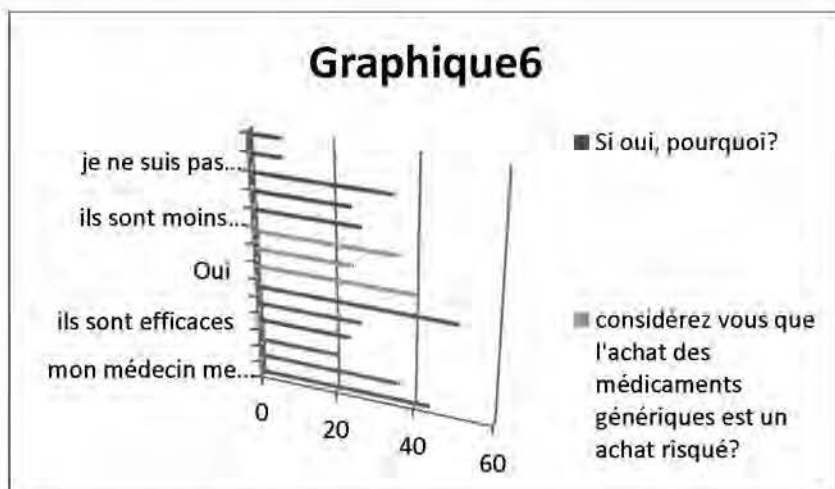
alors que (20,2%) des cas seulement faisaient la demande eux même. Voir le graphique 6

Les médicaments génériques ont été utilisés principalement en raison de leur coût qui est bas (50,5%), (26,2%) trouvaient que ces médicaments sont bien tolérés, et (23,3%) des cas trouvaient ces médicaments efficaces.

Environ 24,5% des sujets ne considèrent pas que l'achat des médicaments génériques est un achat risqué, alors que 39,7% pensent le contraire, et ceci pour diverses raisons: ils ne font pas confiance à ces médicaments (34,2%), les considèrent inefficaces (26,6%), ils ont des effets secondaires (24,1%).

Parmi les patients utilisant les génériques seulement 46,42% des patients estimaient qu'ils étaient moins chères, environ 32,14% trouvaient ces médicaments bien tolérés, et 21,42% pensaient qu'ils sont efficaces.

Environ 62,12% des interrogés connaissant les génériques ne l'utilisaient pas et ceci pour diverses raisons: ils ne font pas confiance à ces médicaments (39,13%), Ils sont inefficaces (27,53%), ils ont des effets secondaires (20,08%) et ils ne sont pas d'accord avec le principe (7,42%). On remarque une méfiance concernant la qualité du médicament générique de la part des questionnés.



Les inactifs qui sont les plus susceptibles d'avoir un faible revenu et qui devaient être donc les consommateurs les plus importants de ces produits étaient moins familiers avec les génériques, seulement 22.22% de cette catégorie connaît ces médicaments.

On remarque que cette situation est due au manque de culture pharmaceutique et a l'absence de l'information étatique sur la question.

Les cadres supérieurs, les étudiants et les employés connaissaient mieux les médicaments génériques. Ceci est du fait du niveau d'éducation élevé qui leur permet de s'informer.

Les cadres supérieurs dont plus que la moitié (60%) âgés de 46-55 ans, majoritairement des femmes (60%) , presque la totalité vivent en ville (93,33%) dans des villas (53.33%) et des bâtiments (40%), leurs revenu moyen est entre 36000-70000 (46.66%), et presque la moitié des questionnés pensent que l'achat des médicaments génériques n'est pas un achat risqué.

Cette acceptation du générique est motivée par le niveau d'éducation élevé et l'expérience acquise en matière de soin.

Les employés dont la majorité (67.30%) des jeunes de 25-34 ans , les femmes dans cette catégorie représentent (63.46%), principalement ils vivent en ville (88.46%) dans des appartements (40.38%) et des villas (26.92%), plus que la moitié (61.53%) perçoivent un revenu moyen entre 19000-35000, et presque la moitié des employés(55.76%) pensent que l'achat des médicaments génériques est un achat risqué pour 3 raisons principales : 41.37% ils sont moins efficaces, 37.93% je n'ai pas confiance et 20.68%ils ont des effets secondaires.

Les étudiants dont la majorité (80%) âgés de 15-24 et dont les femmes représentent (75.55%), presque la totalité (97.77%) vivent en ville, (37.77%) dans des bâtiments,(28.88%) dans des villas et (26.66%) dans des maisons avec jardins. La majorité de ces étudiants (77.77%) perçoivent un revenu moyen moins de 18000 et plus que la moitié (66.66%) pensent que l'achat des médicaments génériques est un achat risqué pour les raisons suivantes : je ne suis pas d'accord sur le principe 17.85%, 32.14% ils ont des effets secondaires, 28.57% je n'ai pas confiance, 21.42% ils sont moins efficaces.

Malgré le niveau intellectuel, des employés et des étudiants, ils appréhendent des différences qui pourraient exister entre le générique et le princeps.

Quant à la sécurité sociale, elle était rarement citée par les patients interrogés alors qu'elle a un rôle primordial d'information des patients sur les médicaments génériques.

L'analyse des entretiens nous a permis de vérifier que certains interviewés qui s'intéressent à la qualité, l'efficacité et la sécurité des médicaments perçoivent un risque envers les médicaments génériques.

L'enquête a démontrée aussi qu'il ya contradiction entre le fait que la frange aisée (cadres supérieurs) de la population accepte le générique, alors que celle des moins aisée (employés, étudiants, sans professions) le considère comme un achat risqué.

Conclusion

La politique pharmaceutique est une politique spécifique en matière de produit, de marché et d'entreprise. Cette spécificité est due à son rôle très difficile qui est de concevoir, de contrôler et de vendre des produits qui ont un impact sur la santé des consommateurs.

La réussite de la politique de substitution par un générique se résume au comportement final du consommateur potentiel : achète-t-il ou non ? Son acceptation dépend de son profil ainsi que des informations dont il dispose, sur le coût et les résultats obtenues.

Référence :

Mohammed wadie zerhouni, L. asma el alami el fellousse,
Vers quelle politique du médicament pour le Maghreb ?
L'Institut de Prospective Économique du monde
Méditerranéen (Ipemed) le 30 septembre 2013

Philippe Abecassis, Nathalie Coutinet, Caractéristiques
du marché des médicaments et stratégies des firmes
pharmaceutiques, horizons stratégiques, 2008/I N°7.

L'article L. 5121-1 du Code de la santé publique

Widiane FERCHAKHI, Jean-Jack CEGARRA , L'influence
du capital marque sur le risque perçu de la substitution
d'un médicament de marque par un médicament
générique : proposition d'un modèle, 13th in-
ternationalcongress marketing trends ISBN 978-2-
9532811-2-7, jan 2014

L'article 10.2. De la directive européenne 2001/83/CE

E. Combe et H. Haug, Les laboratoires pharmaceutiques
face à la concurrence des génériques: quels enjeux pour
l'antitrust?, Concurrence n°1, 2006, Doctrines.