

# UNE TYPOLOGIE DES CONSOMMATEURS DE SANTÉ

Déborah Wallet-Wodka, UPMC, 105 bd Raspail, 75006  
Paris, 0650306805, [deborah.wallet-wodka@upmc.fr](mailto:deborah.wallet-wodka@upmc.fr)

# 1. DU PATIENT AU CONSOMMATEUR ?

# Les changements de l'univers de la santé

- Points de départ :
  - Déremboursements
  - Automédication
  - OTC en libre service
  - Génériques
  - Franchises
  - Nouvelles sources d'information (Internet)
  - Emergence des nouveaux produits de santé (médecines alternatives)

# Vers un « consommateur » de santé ?

## Problématique :

- ▣ Le patient est-il prêt à devenir un membre actif de sa santé, est-il prêt à devenir un consommateur ?
- ▣ Peut-on considérer les patients comme homogènes et si non qui sont les individus les plus prêts à « consommer » de la santé ?

## 2. UNE ÉTUDE EXPLORATOIRE SUR LE COMPORTEMENT DE SANTÉ FRANÇAIS

# L'étude qualitative

- Echantillon de 77 personnes, dont 45 femmes et 32 hommes, 52 en villes et 25 ruraux, 29 entre 18-35 ans, 23 en 36-55 ans et 25 56 ans et plus.
- Entretiens semi-directifs centrés entre 30 et 45 mn avec guide d'entretien autour de plusieurs thèmes :
  - Avis sur la santé en général et la SS en particulier
  - Consommation de médicaments et comportement du patient
  - Confiance dans les acteurs de la santé
  - Recherche d'information santé
  - Rapport aux produits de santé
  - Caractéristiques individuelles (anxiété, implication,...)

# Les principaux résultats de l'étude qualitative

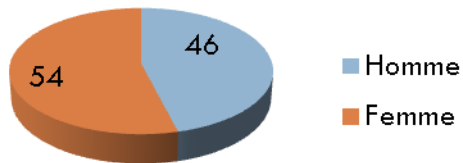
- Disparités très fortes entre la campagne et la ville sur les produits de santé et la vision du système de santé
- Mise en évidence de personnes clairement expertes comparées à une majorité de répondants très peu impliqués dans la santé, même les malades
- Les variables individuelles identifiées sont confirmées en particulier l'âge et l'anxiété
- Résultat purement exploratoire :
  - Les répondants connaissent bien les produits et services de santé, ils les consomment un peu moins et les apprécient encore moins.

# 3. L'ENQUÊTE

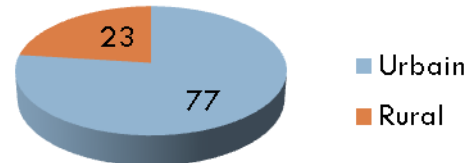


# L'enquête : présentation de l'échantillon, 654 répondants

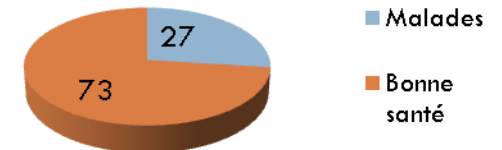
Sexe



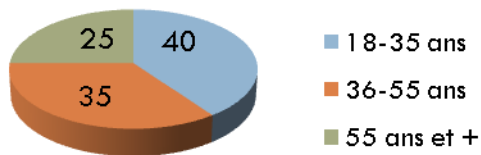
Habitat



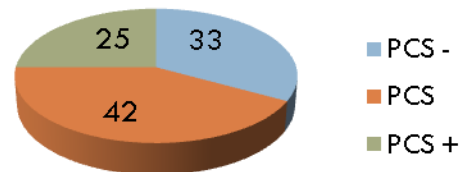
Maladie réelle



Age

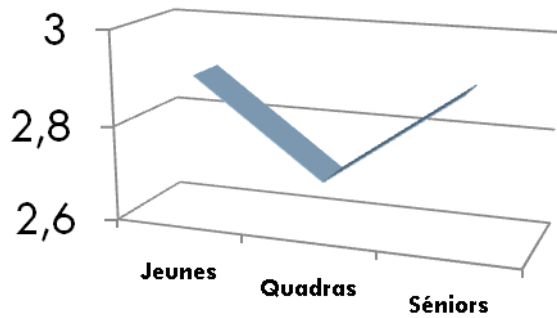


PCS

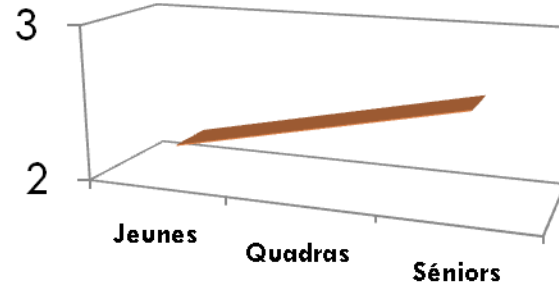


# Des jeunes « cools », des seniors anxieux et des quadras inquiets

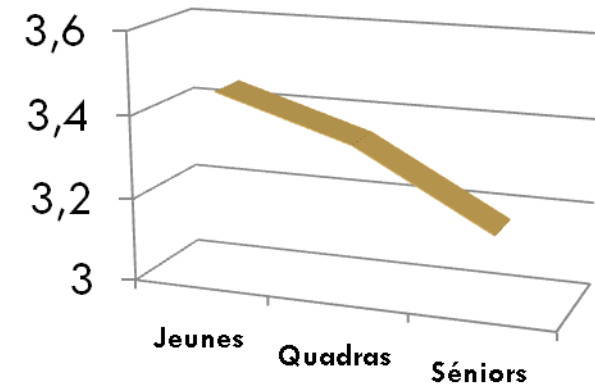
**Avis sur la SS (/5)**



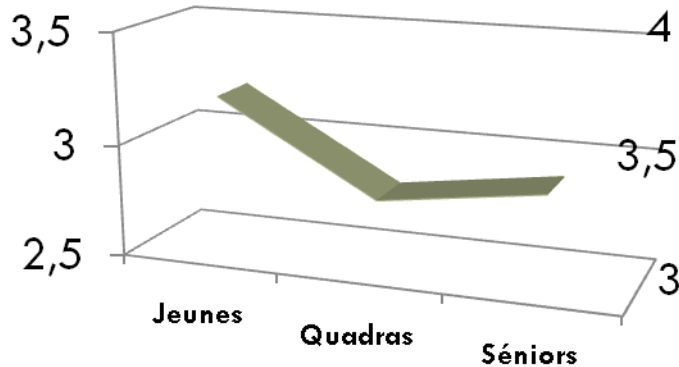
**Anxiété (/5)**



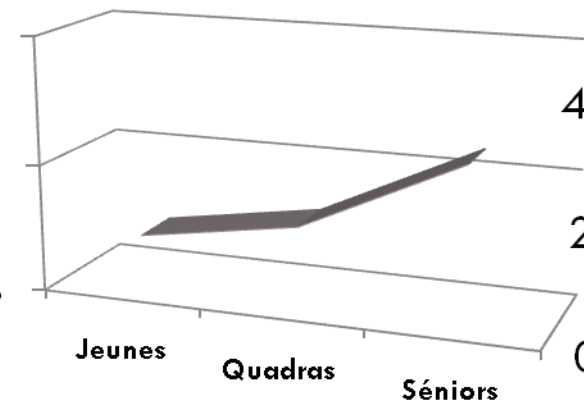
**Automédication (/5)**



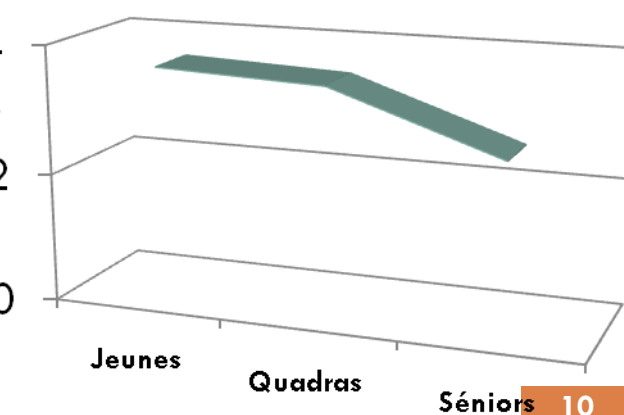
**Favorables au marques de médicaments**



**Observance (/5)**

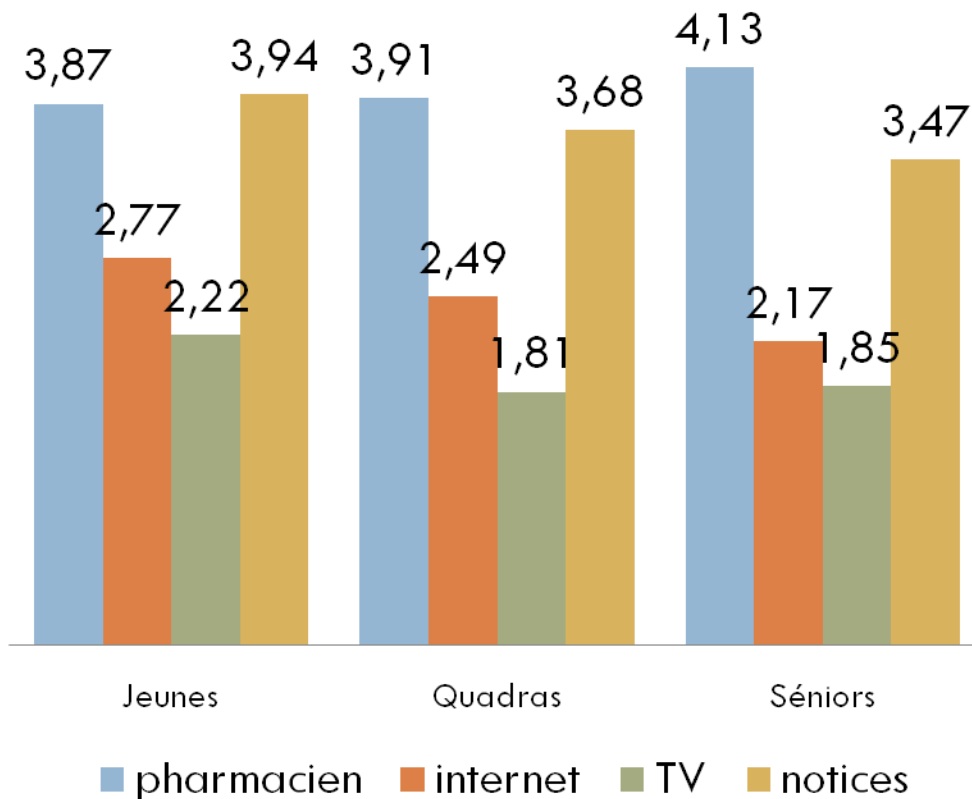


**Médecines alternatives**



# Des jeunes « cools », des séniors anxieux et des quadras inquiets

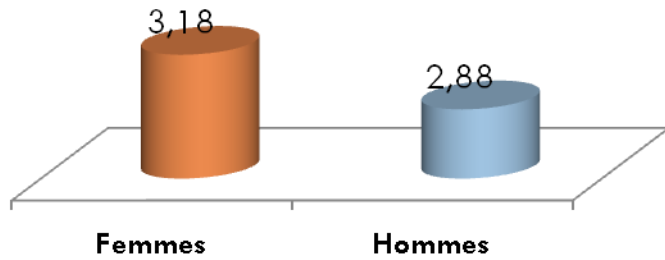
Confiance envers les sources d'information santé



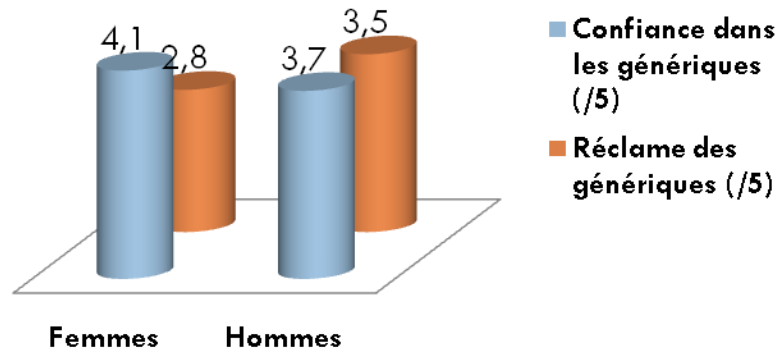
- Les jeunes recherchent de l'information en général
- Les quadras pour eux
- Les séniors pour leur proches

# Des femmes plus impliquées mais plus paradoxales

## Connaissances marques de médicaments (/5)

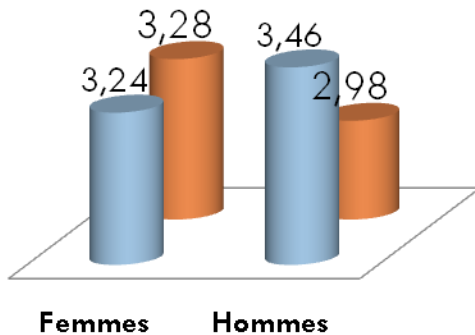


## Rapport aux génériques

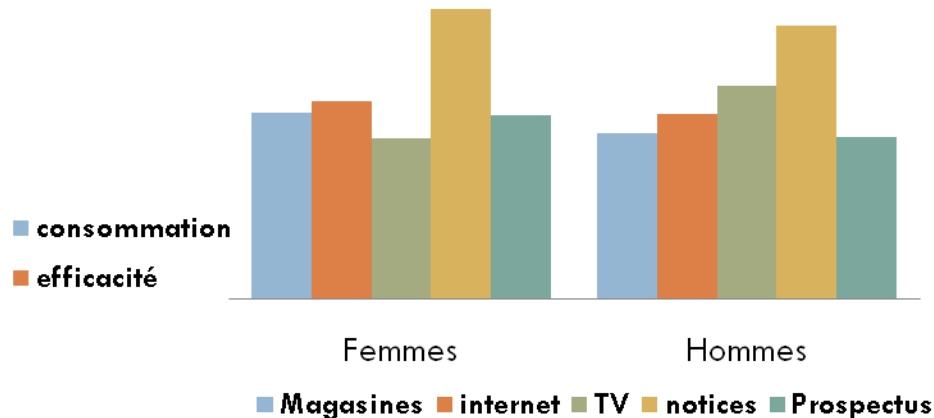


Les femmes consomment plus de médicaments / jour (1,8 vs 1,3)

## Rapport aux médecines alternatives



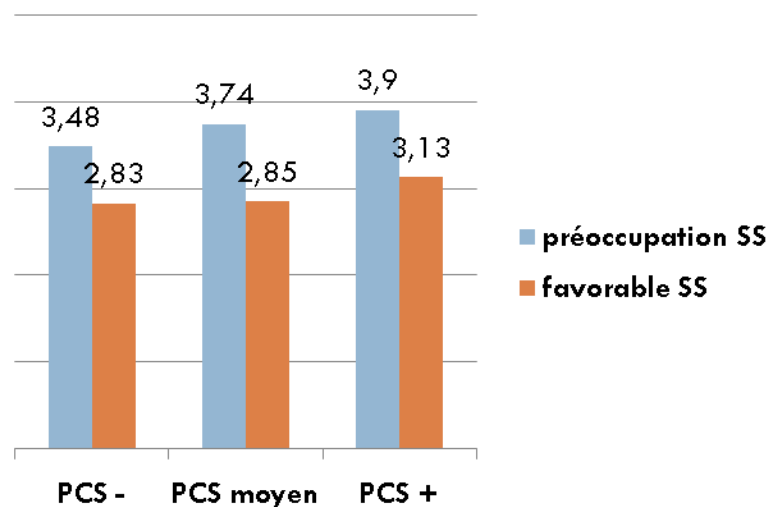
## Confiance envers les sources d'information santé



Les femmes font plus confiance au pharmacien

# Des PCS+ plus « consommateurs »

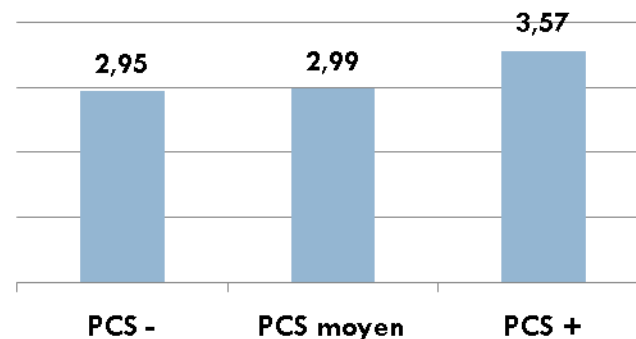
Les PCS + plus préoccupés mais plus favorables



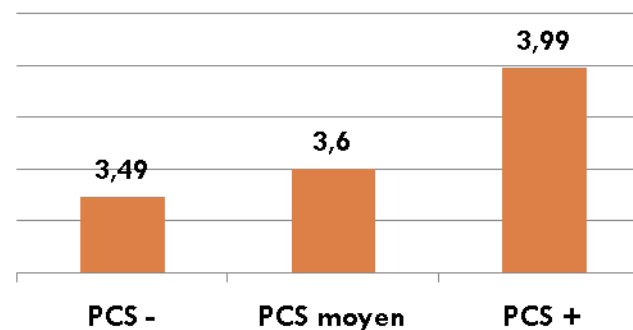
- Les PCS - pensent que le déficit de la SS est dû aux assurances, pour les PCS + ce sont les patients
- La solution réside dans les génériques pour les PCS -, dans les comportements individuels pour les PCS +

Les plus riches sont plus consommateurs

## Connaissance des marques

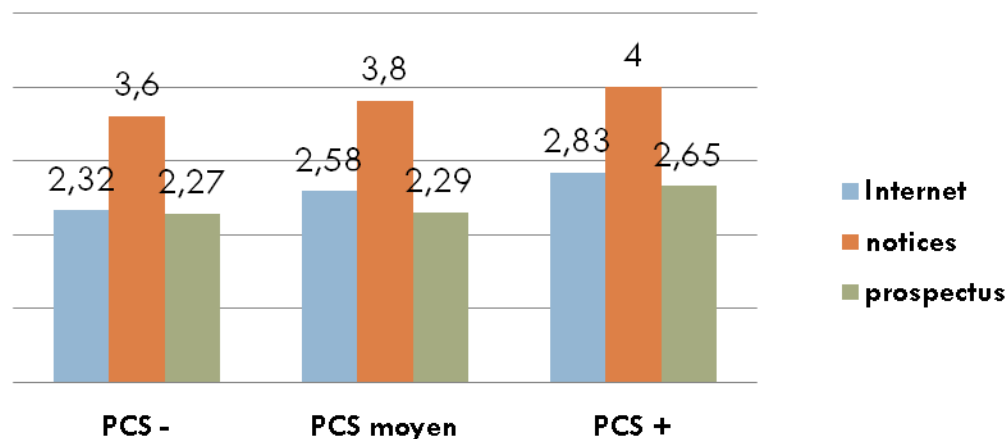


## Consommation d'alicaments



## Des PCS+ plus « consommateurs »

### Confiance dans les sources d'information

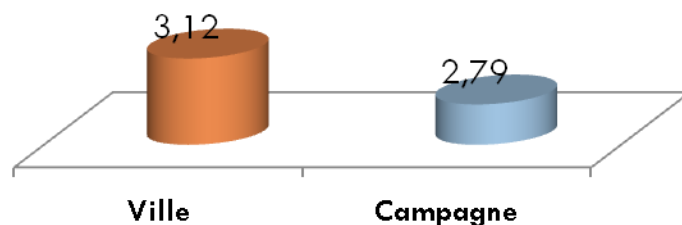


- Les PCS + recherchent plus d'informations générales, les autres pour eux
- PCS + plus impliqués dans la santé en tant que produit de consommation

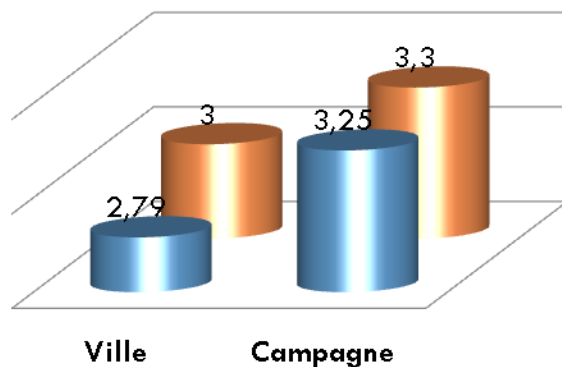
# Des citoyens plus détachées

## Disparités dans la consommation de produits de santé

### Connaissances marques de médicaments (/5)



### Médecines alternatives

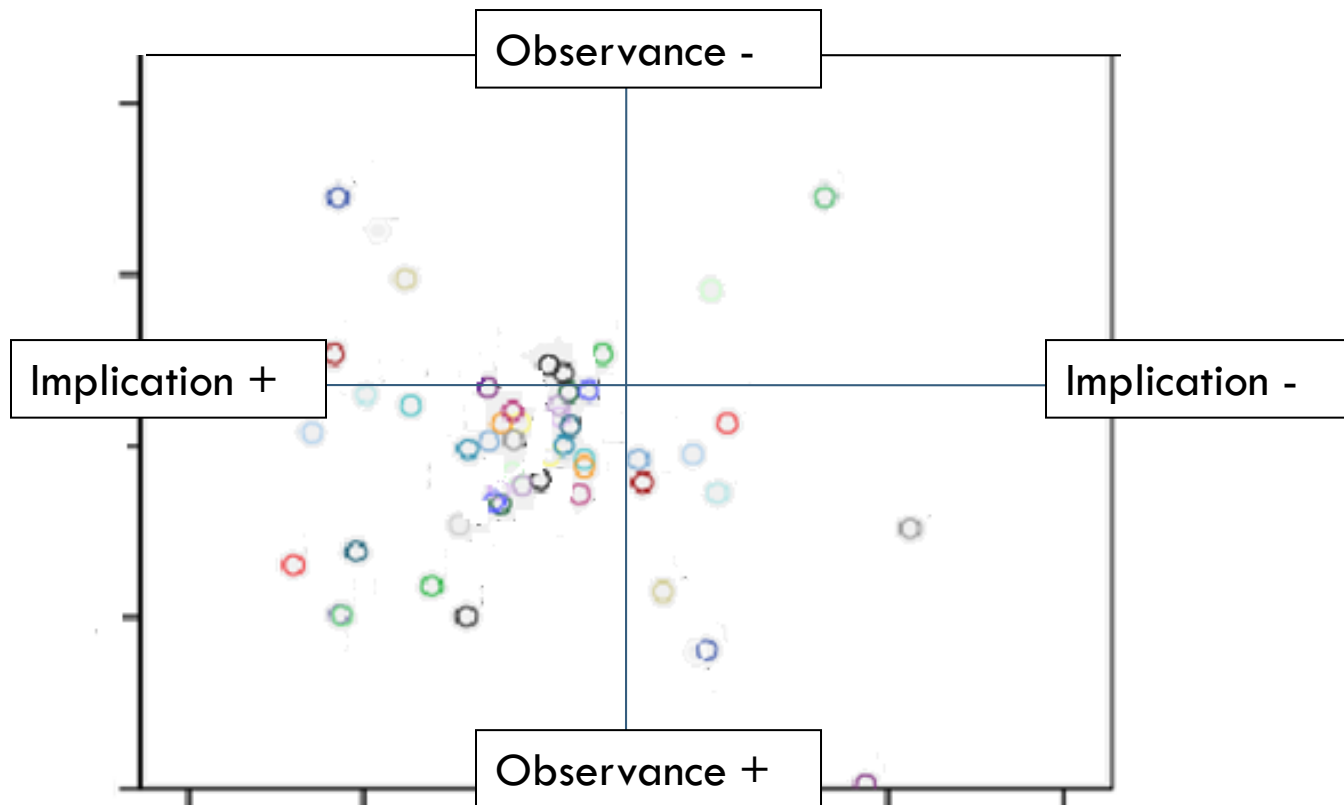


■ Consommation ■ efficacité

## Des ruraux plus anxieux

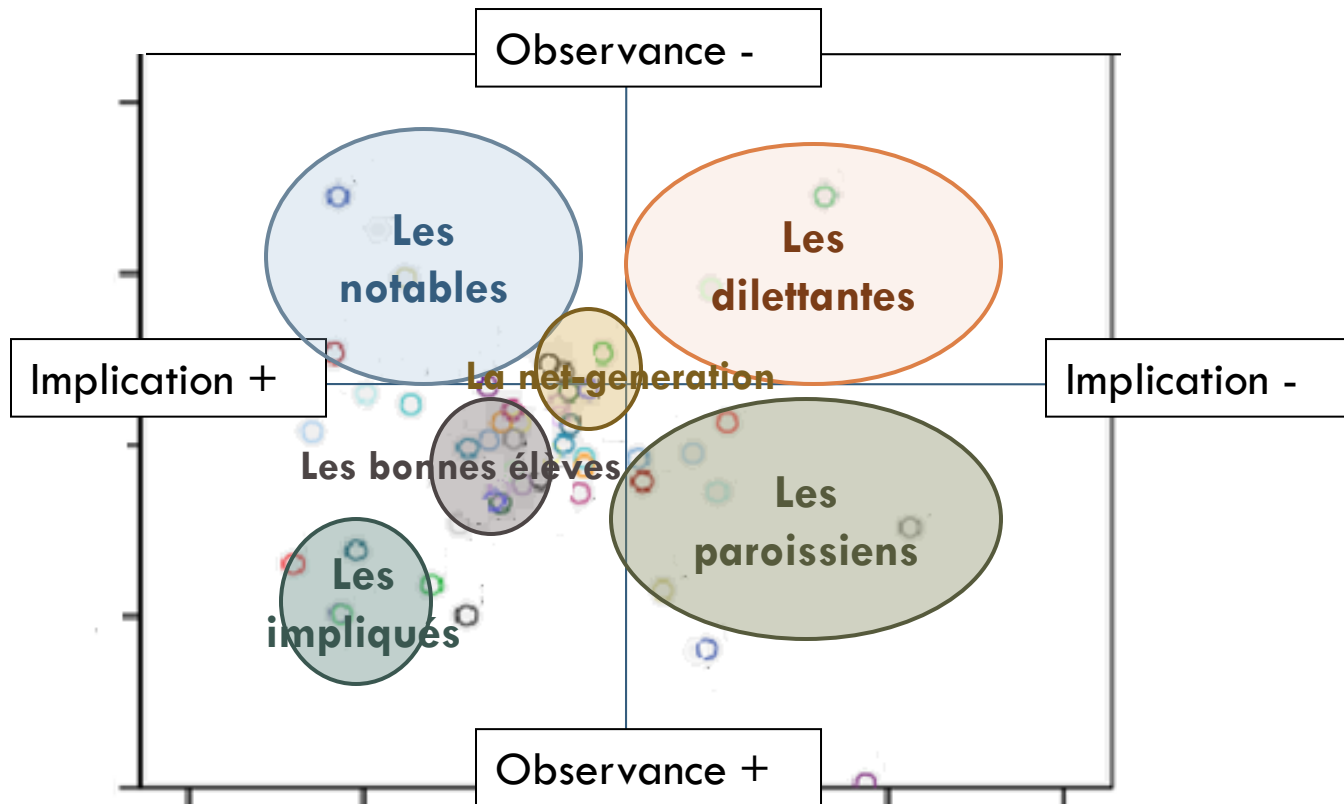
- 2,51 vs 2,36 (/5) au niveau de l'anxiété liée à la santé pour les ruraux
- Plus de médicaments / jour (2,27 vs 1,4)
- On se fie plus aux proches à la campagne et beaucoup moins aux médias
- L'avis est plus défavorable sur le système de santé à la campagne (2,68 vs 2,93/5)

# Résultat de l'analyse des correspondances multiples sur les variables de l'échantillon





# Les types de consommateurs de santé



## Les notables 14%

- ▣ PCS+
- ▣ Experts
- ▣ Peu anxieux
- ▣ Favorables mais préoccupés
- ▣ Automédication
- ▣ Recherche d'information
- ▣ Sensibles marques et pubs
- ▣ Solution déficit dans les comportements individuels

## Les paroissiens 13%

- ▣ Agés
- ▣ Ruraux
- ▣ Anxieux
- ▣ Industrie responsable du déficit de la SS
- ▣ Confiance médecins
- ▣ Bonne hygiène de vie
- ▣ Pas confiance médias
- ▣ Favorables aux génériques
- ▣ Anti-marques

## Les impliqués 9%

- ▣ Pathologies chroniques
- ▣ Recherche des infos pour eux et en général
- ▣ Connaissance des autres médecines et praticiens
- ▣ Très experts
- ▣ Solutions au déficit ne sont pas individuelles
- ▣ Grande consommation de médicaments journalière

## Les dilettantes 19%

- ▣ Hommes
- ▣ Sains
- ▣ Mauvaise hygiène de vie
- ▣ Contre les médecines alternatives
- ▣ Pas observants
- ▣ Pas confiance dans le pharmacien mais dans le médecin
- ▣ Pas de recherche d'info
- ▣ Hermétiques à la pub

## Les bonnes élèves 17%

- ▣ Femmes
- ▣ Ville
- ▣ Confiance dans les médecines alternatives mais ne consomment pas
- ▣ Observantes
- ▣ Confiance dans les pharmaciens
- ▣ Consomment des génériques mais ne font pas confiance réellement

## La net-génération 22%

- ▣ Jeunes
- ▣ Recherches d'informations générales ponctuelles
- ▣ Confiance dans les médias
- ▣ Pro marques
- ▣ Impact de la prévention
- ▣ Favorables à la gestion de la santé
- ▣ Non préoccupés par le déficit
- ▣ Pas confiance dans les génériques

- Etude à plus grande échelle pour quantifier les types d'individus dans la population française
- Etude plus ciblée des comportements individuels de santé par type de consommateur identifié
- Possibilité d'isoler des types de consommateurs et de tester les campagnes, .....pour un marketing préventif plus efficient