



Le marché du médicament hospitalier en France

Biosimilaires, services, coopérations... quels nouveaux leviers pour enrayer les pressions déflationnistes ?

Services et coopérations au cœur des défis pour pérenniser le médicament à l'hôpital

Nouvelle loi de santé, regroupements, objectifs d'efficience, régionalisation... l'hôpital change et les laboratoires pharmaceutiques doivent adapter leur mode de développement, sans quoi leurs positions et marges seront balayées. Stratégies de services et logiques collaboratives seront au cœur des modèles du futur pour répondre à trois enjeux :

- enrayer la baisse généralisée des prix et les risques croissants d'exclusion des marchés ;
- mettre en place un marketing « durable » axé sur l'amélioration des parcours de santé ;
- anticiper la révolution de l'e-santé, conditionnant, à terme, une reconfiguration complète de la chaîne de soins.

Une « révolution culturelle » indispensable pour rester en phase avec les établissements

Face à ces nouveaux défis, les dimensions logistiques et organisationnelles constituent des leviers déterminants pour mettre en place de nouvelles logiques collaboratives. De telles stratégies supposent toutefois une refonte culturelle des organisations visant à les inscrire clairement dans des démarches d'efficience opérationnelle et logistique. L'analyse des modèles déployés par les industriels spécialistes de l'hôpital (Baxter, B. Braun...) fournit à ce titre des indications précieuses. En valorisant leurs compétences dans ces domaines, ils ont réussi à établir un avantage concurrentiel décisif auprès des établissements.

Le décollage du biosimilaire va consacrer de nouvelles stratégies de portefeuille

Les portefeuilles produits ont également un rôle déterminant à jouer pour mettre en place des modèles de développement pérennes à l'hôpital. Pour concilier compétitivité et services, l'exploitation de synergies entre volumes et niches apparaît essentielle. Une logique qui est déjà au cœur des modèles des génériqueurs et des spécialistes du marché hospitalier. Ces stratégies sont à suivre de près pour les nombreux acteurs qui cherchent aujourd'hui à se positionner sur le segment en devenir des biosimilaires. Car, sur ce marché de « me-too », qui va bouleverser en profondeur les positions dans les années à venir, ressortiront vainqueurs les opérateurs ayant mis en place des modèles parvenant à concilier au mieux compétitivité tarifaire et services associés.

Coordonnée par Emmanuel Sève, cette étude de référence sur le marché du médicament hospitalier en France a nécessité plusieurs mois d'analyse et d'enquête et a mobilisé toutes les compétences et l'expertise de Precepta.

Cette étude est composée de 3 rapports écrits :

- Une **Synthèse Exécutive** destinée à stimuler votre réflexion. Elle est concise et percutante, et attire votre attention sur les éléments saillants d'évolution de l'activité. Elle met l'accent sur les facteurs de changement et leurs conséquences stratégiques.
- Le rapport **d'Analyse Stratégique** vous sensibilise aux enjeux et aux problématiques clés du secteur. Il vous présente l'évolution de la concurrence, décrypte les stratégies des opérateurs et cherche à déterminer les modèles économiques performants.
- Le rapport **Intelligence Data** vous fournit une information chiffrée, complète et structurée sur le marché, sa dynamique et sur les opérateurs.

Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'informations concernant cette étude dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette après l'avoir complété.

Emmanuel Sève
Directeur d'études
Precepta

Ces études pourraient également vous intéresser :

- Le marché français des biosimilaires
4CHE29 – Octobre 2014
- Les sociétés de recherche sous contrat (CROs)
4CHE30 – Octobre 2014



PRECEPTA ::)
GROUPE xerfi

Pour éclairer le changement et les stratégies innovantes, Precepta décrypte les inflexions de la concurrence et des business models sectoriels. Dans un monde en plein bouleversement technologique et dans une compétition mondialisée, notre vocation est de stimuler votre réflexion stratégique. Les études sont réalisées avec une ouverture d'esprit totale et la volonté de clarifier les enjeux des entreprises. Des centaines d'entretiens sont réalisés chaque année par nos experts auprès de dirigeants et de décideurs. Precepta, filiale du groupe Xerfi, a accumulé plus de 25 ans d'expérience dans l'analyse des entreprises et de la compétition sectorielle.

Le marché du médicament hospitalier en France

Biosimilaires, services, coopérations... quels nouveaux leviers pour enrayer les pressions déflationnistes ?

Cette nouvelle étude de référence propose une analyse complète et stimulante des enjeux stratégiques qui s'imposent aux acteurs du marché du médicament hospitalier (industriels, établissements...). Elle vous apportera des éléments de réflexion pour :

Anticiper les transformations de l'environnement du marché du médicament hospitalier à l'horizon 2018

Quels impacts anticiper des nouveaux instruments de régulation des prescriptions de médicaments à l'hôpital ? Comment la réorganisation du système de soins peut-elle bouleverser le marché et les canaux de transmission entre hôpital et soins de ville ? Comment évoluent les circuits et critères décisionnels consécutivement aux stratégies de rationalisation des approvisionnements au sein des établissements ? Quels défis pour les modèles promotionnels et les stratégies de market access des industriels ?

Evaluer les opportunités et menaces associées à la professionnalisation des achats au sein des établissements

La tendance à la mutualisation des achats s'accroît dans la sphère publique mais également dans les établissements de santé privés. Quelles marges et leviers d'efficacité sont à leur disposition ? Quels modèles de regroupement sont adoptés ? Quels sont les principaux défis posés ? Où en est l'informatisation du circuit du médicament au sein des établissements ? Quelles sont les menaces et les opportunités pour les industriels ?

Analyser les enjeux et stratégies des acteurs face à l'arrivée des biosimilaires

Quels sont les moteurs et freins spécifiques au développement du marché des biosimilaires à l'hôpital ? Les conditions sont-elles réunies pour favoriser leur diffusion rapide ? Comment les industriels se positionnent-ils ? Quels seront les leviers décisionnels et les axes de rassurance auprès des parties prenantes ? Quelles leçons tirer des premières générations de biosimilaires mises sur le marché ?

S'inspirer des nouveaux modèles collaboratifs entre industriels et acteurs de santé

Les industriels sont de plus en plus nombreux à chercher à se positionner comme des partenaires participant à l'amélioration de l'organisation des soins. Quelles sources d'intérêts convergents peuvent être définies avec les autres parties prenantes du système de santé ? Quels sont les axes d'innovation au service des acteurs de santé et de l'amélioration des parcours de soins des patients ? Quels sont les principaux écueils et les conditions à réunir ?



LA SYNTHÈSE EXÉCUTIVE

Destiné aux décideurs, ce document est volontairement concis, et met en relief les principaux enseignements à tirer de l'étude. Il a été conçu comme un document de travail pour stimuler la réflexion et préparer la prise de décision.

LE RAPPORT D'ANALYSE STRATÉGIQUE

1. LE NOUVEL ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ DU MÉDICAMENT HOSPITALIER

Les grandes tendances d'évolution de l'environnement du marché du médicament hospitalier.

Les enjeux posés par ces évolutions et les perspectives d'évolution à moyen terme du marché du médicament hospitalier.

- **Les fonctions stratégiques du marché hospitalier pour les industriels**
Hôpital et market access, liens entre hôpital et soins de ville, enjeux d'image
- **De nouveaux leviers pour réguler les dépenses et les prescriptions**
Réforme du contrat de bon usage (CBU), nouveaux mécanismes de régulation pour les médicaments de la liste « en sus » et rétrocedés, généralisation de la prescription en DCI et informatisation du circuit du médicament à l'hôpital public, charte de la promotion, accès au marché et paiement à la performance
- **Un renforcement du poids des acteurs dans les territoires**
L'évolution des fonctions, circuits et critères décisionnels du médicament hospitalier, la nouvelle loi de santé, la coordination des soins
- **L'hôpital au cœur de la nouvelle bataille du biosimilaire**
Les moteurs et freins au développement du marché des biosimilaires à l'hôpital, les perspectives du marché du médicament hospitalier à l'horizon 2018

2. LES GRANDS ENJEUX STRATÉGIQUES

Les relations entre établissements de santé, pouvoirs publics et industriels (rapports de forces, logiques partenariales).

Une grille de positionnement et des éléments de réflexion sur les transformations des modèles de développement des industriels.

- **Les opportunités et menaces associées à la professionnalisation des achats au sein des établissements**
Les leviers d'optimisation des achats dans les établissements et les défis associés, les objectifs du programme PHARE sur la période 2015-2017, la montée en puissance des groupements d'achats régionaux / territoriaux, les impacts anticipés des futurs GHT, la mutualisation des achats dans les établissements de santé privés, l'informatisation du circuit du médicament au sein des établissements, les enjeux logistiques et productifs pour les industriels
- **Les stratégies des acteurs face à l'arrivée des biosimilaires**
Les leviers décisionnels et les axes de rassurance auprès des parties prenantes, la typologie des acteurs et les modèles de développement des industriels, les leçons tirées des premières générations de biosimilaires mises sur le marché
- **Les axes collaboratifs entre industriels et acteurs de santé**
 - Les axes de création de valeur au service des décideurs clés : efficacité opérationnelle et réduction des risques, coordination professionnelle et financements, renforcement de l'activité et de l'attractivité des établissements
 - Les nouveaux partenariats entre industriels et acteurs de santé : plans d'action et partenariats gagnant-gagnant autour de l'efficacité des parcours de soins
 - Les défis clés : confiance des acteurs, enjeux organisationnels, place du collaboratif, transferts de compétences managériales et logistiques, savoir-faire industriels, RH et formation des équipes, intégration des NTIC...
 - Business cases (Baxter, Bayer, B.Braun, Pierre Fabre, Sanofi...)

LE RAPPORT INTELLIGENCE DATA

1. L'ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ

Les fondamentaux des politiques publiques structurant l'environnement du marché du médicament hospitalier.

- **La régulation des dépenses de médicament à l'hôpital**
 - Le financement des médicaments à l'hôpital : GHS, liste en sus, ATU
 - La régulation de la rétrocession et des régimes de prescription restreinte
 - Les outils de suivi et de contrôle des dépenses pharmaceutiques à l'hôpital
 - La réforme du système de sécurité sanitaire du médicament
- **L'optimisation des achats des établissements**
 - La politique d'efficience des achats
 - Le programme PHARE
- **La réorganisation de l'offre de soins**
 - La loi HPST et ses impacts sur le marché du médicament hospitalier
 - La loi de santé de 2015 et ses impacts attendus sur le secteur hospitalier

2. L'ANALYSE DU MARCHÉ

Les principales données de marché relatives au médicament hospitalier et à son environnement.

- **La structure du marché du médicament hospitalier**
 - Les poids des établissements au sein du marché du médicament (1998-2014)
 - Les classes thérapeutiques à l'hôpital (2014)
 - Les conditionnements en ville et à l'hôpital (2013)
 - Le poids des génériques à l'hôpital (2013)
 - Le poids des biosimilaires à l'hôpital (2009-2014)
 - La concentration du marché du médicament hospitalier (1988-2013)
- **L'évolution du marché du médicament hospitalier**
 - Les ventes de spécialités pharmaceutiques aux établissements (1999-2014)
 - La dynamique par segments (T2A, liste en sus, rétrocession, ATU) (2007-2014)
 - La croissance par axe thérapeutique (2003-2013)
 - Les molécules introduites sur le marché français à l'hôpital et en ville (1986-2014)
 - Les principaux médicaments vendus à l'hôpital (2013)
- **L'influence de l'hôpital sur le marché de ville**
 - Les dépenses de ville de médicaments sortis de la réserve hospitalière (2004-2013)
 - Les dépenses de ville de médicaments sur prescription hospitalière (2004-2013)
 - Les 50 principaux produits vendus en officines sur prescription hospitalière (2013)
 - Les 25 principaux produits rétrocedés (2013)

3. LES POSITIONNEMENTS ET MODELES DES INDUSTRIELS

Les grands modèles de développement des industriels du médicament leaders sur le marché hospitalier.

- **Les industriels leaders sur le marché du médicament hospitalier**
 - Les leaders et leurs parts de marché (2014)
- **La segmentation stratégique : positionner les industriels du médicament à l'hôpital et analyser leurs défis**
 - Les leaders d'innovation à la ville et à l'hôpital
 - Les spécialistes mondiaux de l'hôpital
 - Les spécialistes locaux de niche de l'hôpital
 - Les généralistes du générique à la ville et à l'hôpital

4. LES POSITIONNEMENTS ET MODELES DES GROUPEMENTS D'ACHAT

Les principaux groupements d'achats et de référencement des établissements (présentation, mode de fonctionnement, résultats, objectifs).

- **Les structures de regroupement des établissements publics**
 - AGEPS, Resah / Alliance-Groupements, Unicancer Achats, UniHA
- **Les centrales de référencement dans le secteur privé**
 - CACIC, CAHPP, Helpévia

5. LES ANNEXES

- **Les fondamentaux de la filière du médicament (produits, présentation de la filière, réglementation, acteurs)**
- **Le parc hospitalier en France (établissements, statuts, activités, acteurs)**



Informations complémentaires :
Sophie Ferreira
01.53.21.81.51
sferreira@xerfi.fr

EXAMEN DES FORCES EN PRESENCE

(Liste non exhaustive des opérateurs cités ou analysés)



www.precepta.fr

INDUSTRIELS

ABBOTT FRANCE
ABBVIE
ACCORD HEALTHCARE
ACTELION PHARMA.
FR.
AGUETTANT
ALEXION PHARMA
FRANCE
AMGEN
ARROW GENERIQUES
ASTELLAS PHARMA
ASTRAZENECA
B BRAUN MEDICAL
BAXTER
BAYER SANTE
BIOGEN IDEC FRANCE

BOEHRINGER ING.

FRANCE
BRISTOL-MYERS
SQUIBB
CELGENE
CHUGAI PHARMA
FRANCE
EISAI
FRESENIUS KABI
GENZYME FRANCE
GILEAD SCIENCES
GLAXOSMITHKLINE
HOSPIRA FRANCE
IPSEN PHARMA
JANSSEN
LEO
LFB BIOMEDICAMENTS

LILLY FRANCE

LUNDBECK
MERCK SANTE
MERCK SERONO
MSD-FRANCE
MYLAN
NOVARTIS PHARMA
NOVO NORDISK
PHARMA.
ORPHAN EUROPE
OTSUKA PHARMA.
FRANCE
PANPHARMA
PFIZER
PIERRE FABRE
RENAUDIN
ROCHE

SANDOZ

SANOFI FRANCE
SERVIER
STALLERGENES
SUN PHARMA
TAKEDA
TEVA LABORATOIRES
UCB PHARMA

CENTRALES DE REFERENCEMENT ET D'ACHAT DES ETABLISSEMENTS

AGEPS
ALLIANCE-
GROUPEMENTS
CACIC
CAHPP
GENERALE DE SANTE
GAM
HELPEVIA
RESAH
UNIHA
UNICANCER ACHATS

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT, COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Renseignez le code **5CHE27** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement en ligne par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude dès la finalisation du paiement en format pdf sur votre compte client Xerfi.com

**BON DE
COMMANDE**

à retourner à :

PRECEPTA groupe Xerfi 13-15, rue de Calais 75009 Paris
Téléphone : 01.53.21.81.51. / Email : commande@xerfi.fr

**ÉTUDE
COMMANDÉE**

Réf : **5CHE27 / PTA / INT**

Le marché du médicament hospitalier en France

Biosimilaires, services, coopérations... quels nouveaux leviers pour enrayer les pressions déflationnistes ?

INFORMATIONS CLIENT

Nom :

Prénom :

Fonction :

Société :

Adresse : _____

Code Postal :

Ville :

Adresse e-mail (en lettres capitales) : _____

Téléphone :

TVA Intra. :

N° SIRET :

MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE :

1 version papier

2 700 EUR HT
2 848,50 EUR TTC
(TVA 5,5%)

☐

1 version papier
1 version PDF

3 400 EUR HT
4 080,00 EUR TTC
(TVA 20%)

☐

Diffusion à 5
personnes
(1 version papier + PDF)
5 400 EUR HT
6 480,00 EUR TTC
(TVA 20%)

☐

MODE DE REGLEMENT CHOISI :

- ☐ dès réception de l'étude et de la facture
- ☐ par carte bancaire sur www.xerfi.com
- ☐ chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris
RCS Paris B 523 352 607 APE 6311Z TVA intracommunautaire : FR22523352607

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture
En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
Tarifs valables jusqu'au 31/03/2016

PRECEPTA ::
GROUPE **xerfi**