

Santé - Sondage Ipsos sur la prévention et les autotests :

Les Français privilégient une santé de plus en plus préventive et se disent favorables à une meilleure accessibilité aux outils de dépistage

24 août 2018 - L'accès au dépistage n'est pas toujours aisé en France : centres éloignés, prix rédhibitoires, délais longs pour obtenir un rendez-vous ou suivre un parcours de soins complet, etc.. Pourtant, il existe déjà sur le marché français une solution simple et rapide : les autotests. Près d'une quinzaine d'entre eux sont disponibles, mais uniquement en pharmacie. Les Français sont pourtant très favorables à ce qu'ils soient proposés également en parapharmacie, selon les résultats de l'étude Ipsos menée pour E.Leclerc.

Acteur majeur de la parapharmacie à travers son réseau de 264 enseignes spécialisées dans toute la France, l'enseigne revendique un accès plus large à ces dispositifs et interpelle sur une meilleure prévention des individus.

Les Français conscients de la nécessité d'une meilleure prévention

52% des Français ont déjà entendu parler des autotests, notamment pour des pathologies comme le diabète, le VIH, mais aussi pour l'ovulation. D'ailleurs, près d'un quart d'entre eux (23%) a déjà utilisé un autotest. Pour autant, la majorité des Français a une mauvaise connaissance de l'ensemble des autotests disponibles sur le marché et des pathologies qu'ils permettent de détecter. Ainsi, 71% des Français déclarent qu'ils ne connaissent pas l'étendue de l'offre d'autotests proposée en pharmacie, parmi lesquels on trouve des autotests pour le diabète, les allergies, ou encore le cholestérol.

Pourtant, dès l'instant qu'ils sont informés de ces autodiagnostic, une grande partie des Français considère qu'il est urgent de sensibiliser la population. Les autotests permettraient selon eux :

- d'obtenir un premier dépistage rapide et facile d'accès pour éviter la transmission de certaines pathologies (47%),
- de sensibiliser aux risques que représentent certaines pathologies et à la solution que représentent les autotests pour contrôler plus efficacement sa santé (34%),
- de sensibiliser les Français aux bénéfices individuels des autotests pour prendre conscience précocement d'un risque pour sa santé (31%).

Les Français très favorables à la vente des autotests en parapharmacie pour un meilleur dépistage

L'accès à une gamme de produits de plus en plus large mais aussi l'accès à une meilleure prévention fait partie du combat historique de E.Leclerc en matière de santé et d'hygiène.

Ainsi, depuis le milieu des années 1980, le militantisme de l'enseigne a permis aux parapharmacies E.Leclerc d'ouvrir des rayons centrés sur les produits d'hygiène (couches pour bébé, cotons tiges, crèmes hydratantes...), de commercialiser des produits dits « frontière » (vitamine C, eau oxygénée ou encore aspartame) ou plus récemment, de lancer les premiers tests de grossesse à 1 euro. Le mouvement E.Leclerc poursuit le combat pour les consommateurs et souhaite proposer des autotests dans l'ensemble de son réseau de parapharmacies. Une solution adéquate pour les Français, très favorables à l'extension de leur commercialisation à travers ce canal de distribution.

En effet, **8 Français sur 10 (85%) se disent aujourd'hui favorables à la vente des autotests en parapharmacie sous contrôle d'un docteur en pharmacie** et 70% d'entre eux déclarent avoir confiance dans la fiabilité d'un autotest acheté via ce canal.

Les atouts identifiés par les Français sont nombreux et indéniables pour ce canal de commercialisation :

- Facilité d'accès (90%)
- Rapidité d'accès (89%)
- Dépistages plus précoces (87%)
- Dépistages plus fréquents (86%)

Si demain la vente d'autotest en parapharmacie sous le contrôle d'un docteur en pharmacie était autorisée, **79% des Français déclarent qu'ils seraient prêts à acheter leur autotest via ce canal de commercialisation.**

Une prise de conscience précoce d'un risque pour sa santé permet d'être mieux soigné. E.Leclerc souhaite répondre à cet enjeu de santé publique et revendique le droit de vendre des autotests dans ses parapharmacies pour simplifier et rendre accessible le dépistage (tout en étant encadré par des docteurs en pharmacie à même de prodiguer les conseils utiles).

Méthodologie : étude menée par IPSOS pour E.Leclerc auprès d'un échantillon représentatif de 1004 individus âgés de 16 ans et plus, interrogés online du 23 avril au 3 mai 2018.

A propos des parapharmacies E.Leclerc

Fort d'un réseau de 264 parapharmacies dans toute la France et d'un site e-commerce (parapharmacie.leclerc.com), E.Leclerc propose depuis 1988 une offre santé accessible à tous, dans la lignée de son combat historique pour favoriser le pouvoir d'achat. Les Parapharmacies E.Leclerc ont réalisé un chiffre d'affaires de 400 millions d'euros.

A propos du Mouvement E.Leclerc

Avec 681 magasins et 541 adhérents en France, E.Leclerc est leader de la distribution en France. L'enseigne a réalisé un chiffre d'affaires de 37,3 milliards d'euros (hors carburant) en 2017. Le leadership de l'enseigne est confirmé par une part de marché de 20,4 %. Ces performances résultent d'une politique menée depuis la création du Mouvement E.Leclerc en 1949 : son combat au quotidien pour des prix bas et un modèle économique unique, reposant sur une organisation décentralisée, coopérative et participative. Les adhérents du Mouvement E.Leclerc, entrepreneurs indépendants, partagent une même mission : permettre à chacun de vivre mieux en dépensant moins, grâce à des initiatives innovantes et responsables, en pratiquant les prix les plus bas à qualité comparable. Acteurs de la vie locale, au plus près du terrain, ces adhérents investissent de façon durable afin de faire des centres E.Leclerc des lieux qui répondent aux besoins de leurs clients et défendent leur pouvoir d'achat au quotidien.

Contacts presse

E. Leclerc : 01 80 18 18 10 – e.leclerc@agencebabel.com