Les marocaines ont acheté pour 200 MDH de pilules contraceptives en 2012

Compte Test - 2013-02-27 18:46:00 - Vu sur pharmacie.ma

Les dernières statistiques de la direction de la planification familiale du ministère de la santé révèlent que les marocaines ont une prédilection pour la contraception orale. En effet, sur les 67,4% des femmes en âge de reproduction utilisant un contraceptif, plus des deux tiers prennent la pilule. L'enquête sur la population et la santé familiale réalisée par le ministère de la santé en 2011 révèle par ailleurs un taux de pénétration encore très timide des autres moyens contraceptifs, notamment le dispositif utérin (stérilet) avec une part de 4% et les moyens traditionnels comme l'allaitement (10%). Préservatifs, ovules et autres crèmes contraceptifs sont d'une utilisation insignifiante.

Les femmes préfèrent donc la pilule comme moyen principal qu'elles jugent «bon à plusieurs égards, notamment pour la facilité d'utilisation et le prix peu élevé», dit-on au ministère de la santé.

Les ventes de pilules ont totalisé un chiffre d'affaires de 200,4 MDH en 2012 contre 188,5 millions en 2011, soit une progression de 6,4%. En volume, le marché a absorbé 14,1 millions de boîtes l'an dernier contre 13,65 millions une année auparavant. Ces données communiquées par l'IMS ne concernent bien sûr que le marché privé de la pilule. Sur le marché public, le ministère de la santé dit ne pas disposer d'estimation précise. Il souligne que la moitié des femmes utilisant la pilule s'approvisionnent auprès du public. Selon le ministère de la santé, la consommation moyenne annuelle est de 15 boîtes par femme.

L'offre est assez large puisque près d'une trentaine de marques sont commercialisées. La plus en vue est Microdiol de Cooper Pharma avec 3,1 millions de boîtes vendues en 2012 contre un peu plus de 3 millions une année plus tôt. Elle est suivie de Minidril de Wyeth fabriquée sous licence par Maphar avec 2,65 millions de boîtes. Au troisième rang arrive Microgynon 30 de Bayer HC, fabriqué par Polymédic, autre marque connue des femmes, avec 2,6 millions d'unités en 2011 et 2,3 millions en 2012. Par contre, Sothema a sensiblement amélioré son score avec des marques fabriquées sous licence MSD (Mercilon, Cerazette et gracial). En 2012, il en a commercialisé 1,29 million d'unités, en hausse de 40,4%. Sa part de marché est ainsi montée de 6,7% à 9,2%.