***COMMUNIQUÉ DE PRESSE***

**Le « réflexe Cyclamed » du retour des Médicaments Non Utilisés**

# Un geste ancré malgré la crise de la Covid

**Afin de préserver les professionnels de santé et surtout les équipes officinales très exposées à un quotidien déjà complexe pendant les confinements imposés en mars, mai, fin octobre, mi-décembre 2020, Cyclamed a déployé des messages pour inciter les patients à faire le tri de leur armoire à pharmacie familiale et d'attendre la fin des confinements pour rapporter leurs Médicaments Non Utilisés (MNU) à la pharmacie. Les citoyens ont mis en acte cette demande, en réduisant de 50 % le dépôt des MNU à l'officine durant ces périodes. En 2020 et 2021, malgré la crise de la Covid et grâce à l'engagement de tous, dès la reprise des messages incitant au retour des Médicaments Non Utilisés (MNU), celui-ci a été effectué par 9 Français sur 10, selon les études barométriques BVA, en 2020 & 2021, permettant à Cyclamed de jouer pleinement son rôle d'éco-organisme.**

Pour la quatrième année consécutive, la quantité des MNU est en baisse passant de 10 675 tonnes en 2019 à 9 953 tonnes en 2020, correspondant à 149 grammes/habitant en 2020 (soit – 7% par rapport à 2019). Cette baisse, en corrélation avec la continuité de la régression des ventes de médicaments, dans un contexte où, pourtant, la population croît et vieillit, est révélatrice d'un nouveau comportement de tous les professionnels de santé et de la patientèle en faveur du bon usage du médicament. Moins 1 % tous les ans depuis près de 15 ans et presque – 5% en 2020, en lien avec la crise sanitaire : moins de pathologies, moins de visites à l'officine en raison des confinements, moins de prescriptions en raison de la diminution des visites médicales. Mais cette diminution est également le résultat des efforts accomplis par nos concitoyens pour effectuer un tri affiné, en séparant, au domicile, les emballages en carton et notices en papier pour un recyclage matière dans le tri sélectif, avant de rapporter leurs MNU en pharmacie. Ce geste continue de progresser, car il est dorénavant réalisé par 54 % des sondés (vs 51 % en 2020), selon l'étude barométrique de BVA en 2021. Une autre étude (SODAE 2020) menée sur le contenu des cartons Cyclamed confirme cette amélioration qualitative (MNU sans leurs emballages en carton et notices) à + 6 %.

A noter que les territoires d'Outre-mer (hors la Martinique qui a été confinée à 2 reprises comme en métropole) sont les seuls à enregistrer une évolution de l'ordre de + 10 % par rapport à 2019, grâce aux actions de sensibilisation menées par nos facilitateurs sur place.

Le « réflexe Cyclamed » est acquis, selon l'étude BVA 2021 : 86 % des Français déclarent rapporter leurs MNU en pharmacie et 51 % les rapportent systématiquement. Cet acte est particulièrement ancré auprès des plus de 65 ans (93 %), des habitants en milieu rural (93 %). Pour la seconde année consécutive, le 1er mode de connaissance du dispositif est le pharmacien (42 %) grâce au dialogue entre l'équipe officinale et la patientèle, puis la télévision (35 %).

Cette mobilisation et ces résultats de tous les acteurs de la chaine du médicament sont le reflet d'une communication sans cesse innovante pour continuer l'engagement fort de nos concitoyens en faveur de la sécurité sanitaire et de la protection de l'environnement. Dans le second semestre, des campagnes sont prévues à la télévision, à la radio et, pour la 1ère fois, en affichage dynamique dans plus de 3 000 salles d'attente de médecins généralistes et spécialistes.

Cyclamed, en 2020, c'est : seulement 4 permanents, 21 141 officines, 195 grossistes-répartiteurs, 192 entreprises du médicament ; 50 Unités de Valorisation Energétique partenaires.

*Le 15 juin 2021*

Contact : Bénédicte NIERAT. Responsable communication
Tel direct : 01 46 10 97 51 ou 06 81 30 56 37 benedicte.nierat@cyclamed.org

**Les résultats quantitatifs**

# 2020 : L'effet de la crise sanitaire sur la collecte des Médicaments Non Utilisés en pharmacie.

**La crise sanitaire de la Covid 19 a eu un impact sur la baisse des tonnages collectés en 2020. Les confinements imposés en mars, mai et fin octobre, mi-décembre, ont ralenti le retour des Médicaments Non Utilisés (MNU) dans les officines. Il est important de signaler que Cyclamed a réalisé des campagnes de communication pendant les périodes de confinement pour inciter les patients à faire le tri de leur armoire à pharmacie familiale et d'attendre la fin des confinements pour rapporter leurs MNU à la pharmacie. Cette consigne avait pour raison d'être de préserver les professionnels de santé qui avaient à faire face à une situation complexe au quotidien.**

**Ainsi, pour la quatrième année consécutive, la quantité de Médicaments Non Utilisés (MNU) est en baisse passant de 10 675 tonnes en 2019 à 9 953 tonnes en 2020, correspondant à 149 grammes/ habitant en 2020 (soit - 7 % par rapport à 2019). Cette baisse, en corrélation avec la continuité de la régression des ventes de médicaments (- 4 % en 2020), dans un contexte où, pourtant, la population croît et vieillit, est révélatrice d'un nouveau comportement de tous les professionnels de santé en faveur de son bon usage par les patients. Cette diminution est également le résultat des efforts accomplis par nos concitoyens pour séparer, chez eux, les emballages en carton et les notices en papier pour les mettre dans le tri sélectif à des fins de recyclage matière, avant de rapporter leurs MNU en pharmacie.**

## Le médicament, un usage de plus en plus raisonné :

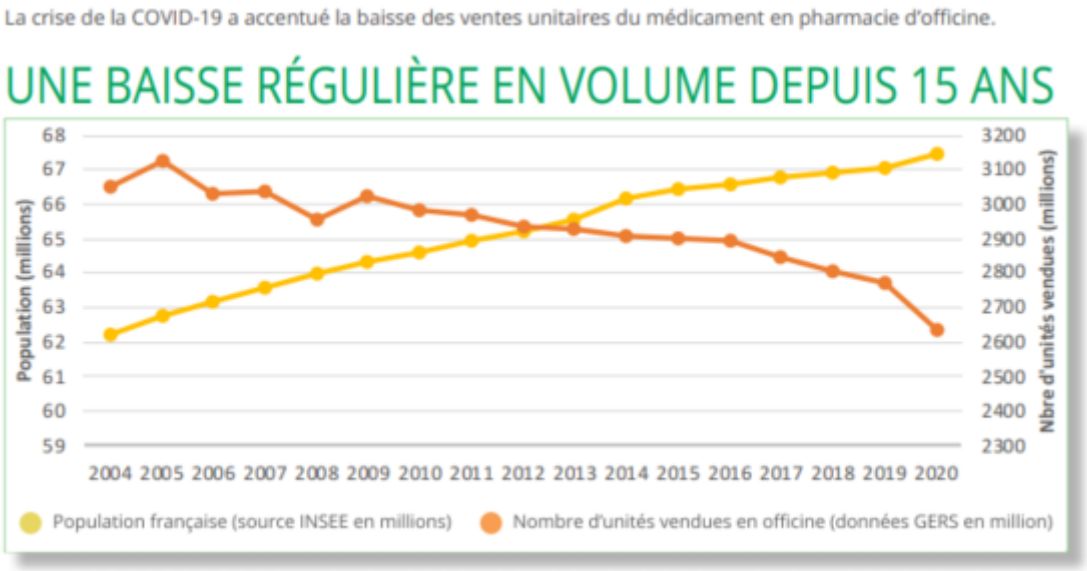
Depuis près de 15 ans les ventes unitaires de médicaments, à usage humain, ne cesse de diminuer, environ 1% par an dans les pharmacies d'officine, auquel s'ajoute une baisse plus forte de 4 % en 2020, en lien avec la crise sanitaire de la Covid 19.

Rappelons que le contenu en médicaments de l'armoire à pharmacie familiale baisse aussi, tout en sachant que la population française se développe et que le nombre de seniors, particulièrement consommateurs de médicaments est en hausse (plus de 5 millions d'habitants et son âge moyen s'est élevé).

Cette baisse constante en volume des médicaments vendus dans les pharmacies d'officines est liée :

- Aux campagnes efficaces sur le bon usage du médicament, développées notamment par les Autorités de santé et les entreprises du médicament,
- A une diminution des lignes de médicaments sur les ordonnances des prescripteurs (médecins…) avec la dispensation optimisée par les pharmaciens,

- A la transformation des marchés du médicament (disparition de certaines classes de produits à SMR (Service Médical Rendu) insuffisant, apparition de nouvelles classes thérapeutiques, optimisation des présentations (combi thérapies…),
- Au développement du marché des compléments alimentaires et dispositifs médicaux,
- A une meilleure observance par les patients.




<u>2020 : Confinements et MNU</u>

Durant les confinements, les citoyens ont acheté nettement moins de médicaments, comme le montre la baisse des ventes de plus de 4 % en 2020 évoqué précédemment.

En ce qui concerne le retour des MNU, les Français ont respecté les consignes, délivrées par Cyclamed, d'attendre la fin des confinements pour les rapporter en pharmacie. Les résultats quantitatifs de la collecte des MNU en pharmacie sont donc en adéquation avec cette situation exceptionnelle.

La collecte est donc en baisse, d'environ 7 %, car nos concitoyens réalisent de plus en plus le tri affiné, en rapportant leurs MNU à la pharmacie, en ayant mis préalablement les emballages en carton et notices en papier dans le tri sélectif pour un recyclage matière.

Entre 2016 et 2020, les études de caractérisation réalisées par la société d'étude SODAE indiquent une diminution significative des emballages (en carton et notices en papier) sur les 4 dernières années à environ – 61 %. Le geste de tri affiné s'installe de plus en plus et progresse dans les habitudes (cf : Etude BVA 2021).

Résultats de la collecte des MNU par région en tonnages et en grammes / habitant en 2020 :

| Régions | Tonnages MNU | | MNU en g/hab | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2019 | 2020 | 2019 | 2020 | Évolution 2019 / 2020 |
| Auvergne Rhône-Alpes | 1 141 | 1 085 | 143 | 136 | -5 % |
| Bourgogne Franche-Comté | 541 | 476 | 194 | 171 | -12 % |
| Bretagne | 543 | 484 | 163 | 145 | -11 % |
| Centre Val de Loire | 446 | 425 | 174 | 166 | -5 % |
| Corse | 48 | 47 | 141 | 138 | -2 % |
| Grand Est | 1 020 | 908 | 185 | 164 | -11 % |
| Hauts-de-France | 1 150 | 1 085 | 192 | 181 | -6 % |
| Île-de-France | 1 466 | 1 370 | 120 | 112 | -7 % |
| Normandie | 576 | 543 | 174 | 164 | -6 % |
| Nouvelle-Aquitaine | 1 040 | 963 | 174 | 161 | -7 % |
| Occitanie | 1 020 | 958 | 173 | 162 | -6 % |
| Pays de la Loire | 666 | 629 | 176 | 166 | -6 % |
| Provence-Alpes-Côte d'Azur | 881 | 830 | 174 | 164 | -6 % |
| **France Métropolitaine** | **10 540** | **9 803** | **163** | **151** | **-7 %** |
| Outre-Mer | 135 | 150 | 63 | 69 | 10 % |
| **France Métropolitaine et Outre-Mer** | **10 675** | **9 953** | **159** | **149** | **-7 %** |

<u>Les DROM :</u>

Les territoires d'Outre-Mer (hors Martinique) sont les seuls à enregistrer une évolution positive de l'ordre de 10 % des quantités collectées en 2020 comparé à 2019 :

- Guadeloupe : + 13%,
- Martinique : - 18%,
- Guyane : + 41%,
- La Réunion : + 18%

Les réalisations sur place par nos facilitateurs en Outre-mer et le renforcement des actions de communication et de sensibilisation auprès des différentes parties prenantes (grand public, grossistes-répartiteurs, pharmacies d'officine, collectivités, etc.) pour mieux faire connaître le dispositif, ont permis de favoriser le retour des MNU dans les officines.

(La Martinique a été le seul territoire d'Outre-Mer en 2020 à avoir été confiné à deux reprises comme en Métropole. Les messages d'information, relayés pendant ces périodes pour inciter le grand public à effectuer le tri des MNU chez soi et ne les rapporter qu'à la fin du confinement, ont été diffusés sur le territoire et respectés par les Martiniquais.

**Etude sociologique 2021 auprès du grand public**

# UN RETOUR DE PLUS EN PLUS AFFINE DES MNU EN OFFICINE ET UNE CONNAISSANCE EN FORTE HAUSSE GRACE AUX PHARMACIES

Chaque année, depuis 1995, l'Institut **BVA** mène une étude barométrique auprès du grand public sur les comportements en matière du tri des différents produits et des Médicaments Non Utilisés (MNU). L'étude a été effectuée auprès d'un échantillon de 2 364 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Elle a été menée online du 25 février au 7 mars 2021.

*Que retenir de cette étude 2021 ?*

## Des comportements en matière du tri affiné des MNU de plus en plus ancrés

Qui dépose ?

9 Français sur 10 (soit précisément 86 %) déclarent déposer leurs Médicaments Non Utilisés (MNU) chez le pharmacien, dont 51 % les rapportent systématiquement.

Parmi eux, 81 % indiquent que c'est toujours la même personne, au sein du foyer, qui se charge de cette action.

Ce geste du retour des MNU en officine est particulièrement ancré auprès des retraités, des plus de 65 ans (93 %). Sur le plan géographique, il est particulièrement effectué par les habitants en milieu rural (93 %), en Bretagne (91 %) et en Centre Val de Loire (91 %).

Cette année, la « protection de l'environnement » est la motivation qui progresse le plus : pour 38 % des personnes (vs 31 % en 2020). Dans une moindre mesure, 14 % le font pour « assurer la sécurité sanitaire » et éviter ainsi les risques d'ingestions

accidentelles de médicaments par les enfants ou les confusions médicamenteuses par les seniors. Enfin, 43 % des Français qui rapportent leurs MNU en pharmacie, sont guidés par leur volonté de préserver à la fois l'environnement et la sécurité sanitaire domestique.

Le tri affiné progresse :

Dans la continuité des précédentes études, il est intéressant de constater la nette progression de la séparation des emballages en carton et notices en papier aux fins de recyclage via le tri sélectif, avant de rapporter les MNU chez le pharmacien. Le score atteint 54 % cette année (vs 51 % en 2020). Cette habitude est plus marquée auprès des moins de 35 ans (66 %), des femmes (55 %), dans les régions rurales (59 %) et auprès des cadres (58 %).
Ce geste de tri écologique, effectué au domicile des particuliers, devrait dans l'avenir se déployer, puisque 41 % des autres Français seraient prêts à le faire, auprès des 50-64 ans (45 %), ou les 35 ans et plus (44 %).

L'étude constate cette année une hausse des achats en officine des produits de parapharmacie pour 76 % des Français (vs 73 % en 2020). Ces produits de parapharmacie sont jetés à 47 % dans la poubelle d'ordures ménagères et 36 % les rapportent à leur pharmacien.

## Quelle notoriété, quel mode de connaissance et intérêt du dispositif ?

7 Français sur 10 connaissent Cyclamed (67 %).
Pour la seconde année consécutive, le premier mode de connaissance est le pharmacien, à hauteur de 42 %, grâce au dialogue entre l'équipe officinale et la patientèle et aux différents supports de communication mis à la disposition des pharmacies en métropole et Outre-mer : tampon-encreur, affiche, flyer, vitrophanie, animation, spot…

La télévision, apparait comme le deuxième mode de connaissance : pour 35 % de ceux qui connaissent le dispositif. Les autres modes de connaissance sont représentés par les retombées médiatiques rédactionnelles de nos points presse nationaux et régionaux : 12 % (émissions ou retombées TV, articles de presse écrite (11 %), site Internet et réseaux sociaux (10 %, vs 7 % en 2020), la radio (7 %) …

Le caractère utile du dispositif est indéniable, puisque 95 % des Français trouvent « le dispositif indispensable » (68 %) ou utile (27 %). En effet, ils considèrent que l'action de Cyclamed contribue à :

- Protéger l'environnement (93 %) et éviter les risques de pollution de l'eau (92 %).
- Eviter un mauvais usage au sein du foyer (89 %) et limiter les risques d'intoxication (87 %).
- Les ¾ des Français (75 %) savent que les MNU éliminés proprement dans le dispositif fournissent également de l'énergie (par incinération) pour éclairer et chauffer des logements ou établissements publics.

## Le « réflexe Cyclamed », un geste acquis

Enfin, l'intention de dépôt auprès des Français continue d'être élevée. En effet, auprès des 86 % de Français qui déposent leurs MNU en pharmacie : 98 % ont l'intention de continuer à le faire. De plus, parmi les 18 % de Français qui ne rapportent pas encore ou rarement leurs MNU, 75 % ont l'intention à l'avenir de le faire.

Ces résultats confirment une adhésion très large et de plus en plus engagée en faveur de la protection de l'environnement. Ils montrent une fidélisation de la patientèle au retour des MNU en pharmacie avec un tri affiné au domicile, sans leurs emballages en carton et notices en papier qui doivent rejoindre le tri sélectif, pour ne rapporter en officine que les médicaments, sans les produits de parapharmacie.

**La communication**

**UN PLAN MEDIA AU SERVICE DU TRI AFFINE DES MNU :**

**Les emballages en carton et notices dans le tri sélectif de sa commune, avant le retour des Médicaments périmés ou Non Utilisés en pharmacie**

L'éco-organisme en charge de la collecte et de la valorisation énergétique des Médicaments Non Utilisés (MNU) développe sa communication en faveur d'un geste de tri affiné au sein du domicile réalisé par les particuliers. Cette action incite à l'identification et au retour uniquement des MNU, à usage humain, puis à leur dépôt en pharmacie d'officine, sans les autres produits de santé ou de parapharmacie. Les emballages en carton et notices en papier peuvent faire l'objet d'un recyclage matière s'ils sont mis dans le tri sélectif.

2020 et 2021 sont des années singulières avec la crise de la Covid-19. Cyclamed a adapté ses messages et ses moyens de communication, en délivrant des conseils pour ranger son armoire à pharmacie familiale et assurer la collecte des MNU en tenant compte des directives gouvernementales et des contraintes sanitaires et environnementales.

## UNE COMMUNICATION ECO-CITOYENNE POUR TOUS

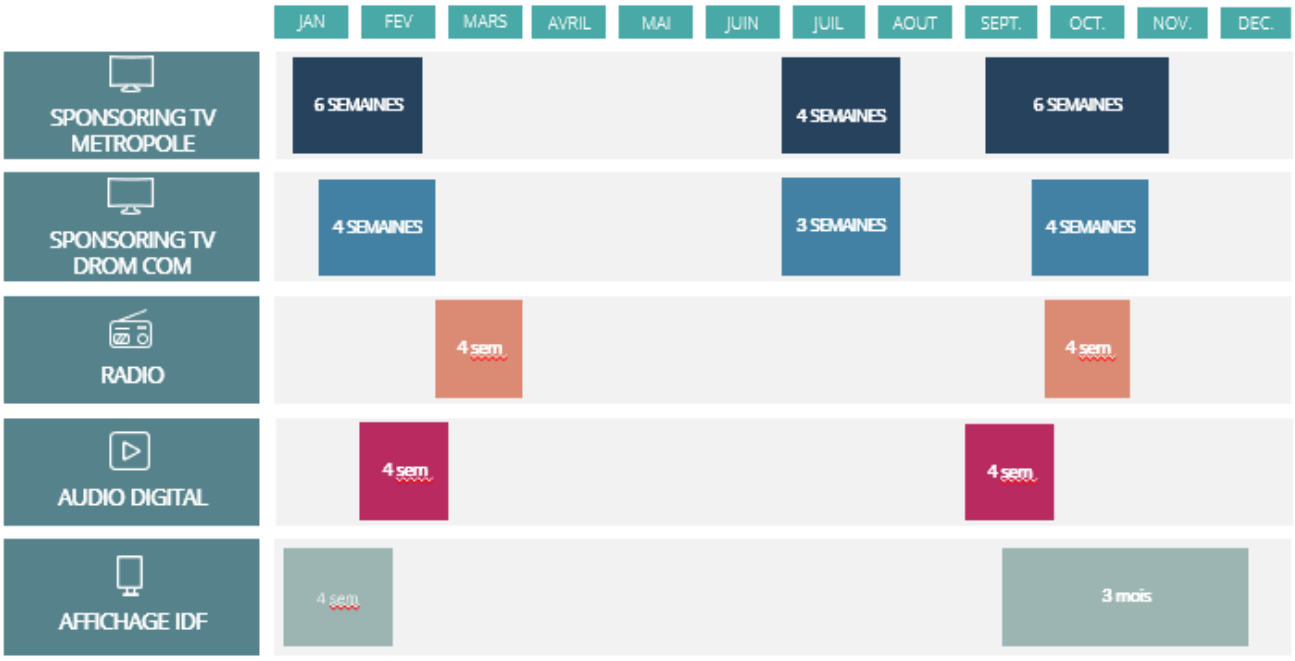
. Pendant la crise sanitaire, en 2020, nos messages et dates de campagnes TV, radio et d'affichage ont été décalées en lien avec les périodes de confinement. Le message initial classique sur le retour des MNU en pharmacie sans les produits de parapharmacie a évolué (en mars) pour délivrer « 10 conseils pour ranger son armoire à pharmacie familiale » et éviter que les Français se rendent en pharmacie uniquement pour rapporter les MNU. Même si les pharmacies d'officine sont restées ouvertes et que la collecte ne s'est jamais arrêtée, il était primordial de protéger tous les intervenants du dispositif de collecte.

Les messages actualisés avec des supports adaptés, tout au long des périodes de confinement / déconfinement, ont été largement relayés dans le cadre de notre communication grand public et au sein de l'ensemble de la profession pharmaceutique à travers nos propres médias (site Internet, réseaux sociaux) et ceux des autorités, des structures ordinale ou syndicale et de la presse professionnelle.

. En 2021, la crise sanitaire persiste. Au-delà de cette communication particulière liée à la Covid-19, Cyclamed a choisi cette année d'assurer une présence médiatique, tout au long de la journée, pour toutes les tranches d'âges, afin d'atteindre des consommateurs de médicaments plus irréguliers (jeunes) ou des territoires encore faiblement participatifs au retour des MNU (ex : DROM COM).

Ainsi, nos choix de médias en 2021 sont :
De façon complémentaire au long de la journée :

- La télévision en sponsoring pour une couverture grand public très large
- La radio en sponsoring pour une meilleure affinité
- La radio digitale pour une écoute attentive (choix de l'émission ou du podcast) et délivrer un message long et pédagogique
- L'affichage dynamique dans les salles d'attentes des médecins et des professionnels de santé
- Le digital (site Internet et médias sociaux)




## 1/ Télévision :

Le billboard (film court de 6-7 ou 8 secondes), par son format, facilite la mémorisation et conseille de bien trier pour rapporter les MNU en pharmacie (sans les produits de parapharmacie).

Voici le media-planning TV en métropole :

| **2021**<br>Vagues de sponsoring sur les chaines hertziennes et de la TNT | **Nombre de contacts auprès des + 50 ans** | **Nombre de contacts auprès des femmes responsables d'achat avec enfant** |
|---|---|---|
| **12 janvier au 21 février**<br>(Chiffres certifiés) | 168 millions certifiés | 28 millions certifiés |
| **Juillet (4 semaines)**<br>(Chiffres prévisionnels) | *35 millions (estimés)* | *10 millions (estimés)* |
| **Septembre -octobre -novembre (10 semaines)**<br>(Chiffres prévisionnels) | *60 millions (estimés)* | *18 millions (estimés)* |
| **TOTAL** | **263 millions** | **56 millions** |

**Une attention particulière pour les DROM/COM :**

En parallèle des chaînes nationales de la Métropole, 3 vagues TV seront diffusées sur les chaines leaders en Outre-mer (Guadeloupe 1ère, Martinique 1ère, Guyane 1ère, Mayotte 1ère et Antenne Réunion) aux dates prévisionnelles suivantes de :

- Janvier- février 2021 (4 semaines)
- Juillet 2021 (3 semaines)
- Octobre 2021 (4 semaines)

D'autre part, des facilitateurs en Outre-mer pour la Guadeloupe, St Martin, Martinique, La Réunion, ont été mandatés, afin de disposer de relais de proximité auprès des professionnels de santé, des institutionnels (ARS, délégations ordinales et syndicales des pharmaciens…) pour mener des actions de sensibilisation auprès du grand public, avec le soutien des collectivités et médias locaux.

**2/ Radio : en deux vagues**

Ce media, à forte audience matinale, permet de sensibiliser d'autres publics, jeunes et actifs, intéressés par la santé et la prévention.

- Du 1er mars au 11 avril 2021 : plus de 6 millions de contacts sur :
  France Inter « Grand bien vous fasse » ; France Info : « C'est ma santé » et « Le billet sciences » ; Europe 1 : « Sans rendez-vous » et « Santé bien être ».
- En octobre (4 semaines), une nouvelle vague prévoit 5 millions de contacts auprès des femmes responsables d'achat avec enfants.

**3/ L'audio digital :**

Après un test réussi en octobre/novembre 2020, Cyclamed poursuit cette année avec deux autres vagues en audio digital. Un message pédagogique long est diffusé auprès de nouvelles cibles, plus jeunes, de plus en plus habituées à écouter leurs émissions sélectionnées en streaming, Replay ou en podcast.
La première campagne annuelle s'est déroulée du 1er au 28 février et a permis de sensibiliser 4,2 millions de personnes.
La prochaine vague est prévue en septembre (4 semaines) pour obtenir une même audience.

**4/ Une première : l'affichage dynamique dans les salles d'attente des médicaux généralistes et des professionnels de santé :**

Pour la première fois, Cyclamed communiquera en fin d'année, pendant 3 mois, pour sensibiliser les patients dans les salles d'attente des médecins. Avec 30 minutes d'attente en moyenne avant la consultation, ces personnes constituent une audience particulièrement attentive pour être réceptives aux messages sur le tri et le retour des médicaments non utilisés à la pharmacie. Le taux de mémorisation est beaucoup plus élevé. Deux animations (de 20 secondes) sur 2 500 écrans dynamiques, présents chez 3 000 médecins en ville permettront de sensibiliser près de 7 millions de personnes. Nous avons choisi un réseau essentiellement urbain (76 %), car la patientèle citadine, un peu moins écocitoyenne dans le tri de l'ensemble des produits ou déchets, a besoin d'être davantage sensibilisée.

**5/ La communication digitale en plein essor pour développer les conseils sur le tri affiné :**

A travers son écosystème numérique (site Internet et réseaux sociaux), Cyclamed souhaite assurer la visibilité, la proximité et le développement de sa communauté écocitoyenne responsable qui est particulièrement engagée. L'écosystème digital se veut fluide et pour cela s'articule autour de son site et de sa présence sur les réseaux sociaux avec des lignes éditoriales spécifiques.
Le site Internet www.cyclamed.org s'adresse au grand public et comporte des accès dédiés aux professionnels de santé (officinaux, grossistes-répartiteurs, entreprises du médicament), aux collectivités locales et à la presse. Continuellement actualisé et mis à jour, il permet d'accéder à une information complète et pratique. Il permet notamment de différencier, grâce au moteur de recherche et en un simple clic, les médicaments des autres produits de santé et d'hygiène. En plus des informations sur le fonctionnement et des résultats quantitatifs et qualitatifs de l'éco-organisme agréé par les Pouvoirs Publics, l'association répond quotidiennement aux courriels variés des internautes.

**6/ Des partenariats originaux :**

Des partenariats nombreux avec des acteurs diversifiés : entreprises du médicament, collectivités locales et territoriales, facultés de pharmacie, mutuelles, associations.

Deux exemples :

**Avec le groupe Vyv, 1er groupe mutualiste de France :**
Ce partenariat permet de mener conjointement des actions de communication grand public et vers les professionnels de santé. Deux temps forts sont prévus en 2021 : en juin pour inciter à bien ranger son armoire à pharmacie familiale et en novembre, lors de la semaine européenne de réduction des déchets. Différents supports dédiés sont mis à la disposition pour renforcer la prévention, ainsi que la sécurité environnementale et domestique liée aux médicaments (guide sur le Bon usage du médicament, affiches et flyers, jeu interactif : je-trie-mes-produits-sante.fr).

**Collecte GAIA avec la Fondation du souffle**
Cette opération, menée depuis plusieurs années, a pour objectif de promouvoir le retour des « inhalateurs à bout de souffle » des patients, issus de leurs traitements de l'asthme et de la Bronchopneumopathie chronique obstructive (maladie pulmonaire). Un kit de supports de communication est diffusé aux pneumologues, médecins généralistes et pharmaciens : affiches, flyers et pastilles autocollantes vertes pour les apposer sur les ordonnances. Dans le courant du second semestre, une vidéo sera aussi diffusée dans les salles d'attente de plus de 3 000 médecins généralistes.

**7/ Des actions de sensibilisation avec les autorités et d'autres éco-organismes**

Nous poursuivons en 2021 la campagne grand public « 3 R, les bonnes habitudes : pour Réduire, Réutiliser, Recycler » du Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire, l'Ademe et d'autres éco-organismes. Elle se déploie en métropole et en Outre-mer.

## FOCUS : LES ACTEURS DU DISPOSITIF

**Des Comités d'Orientations Opérationnelles (COO) en région**

Ces réunions régionales permettent de réunir nos partenaires locaux et régionaux : Conseil Régional de l'Ordre des Pharmaciens (CROP), responsables syndicaux de pharmaciens, grossistes-répartiteurs,

entreprises du médicament, prestataires, autorités (Ademe, ARS, représentants de collectivités locales, observatoires de déchets), les associations de consommateurs et de patients… Ces réunions sont suivies d'un point presse régional pour sensibiliser et informer localement le grand public.

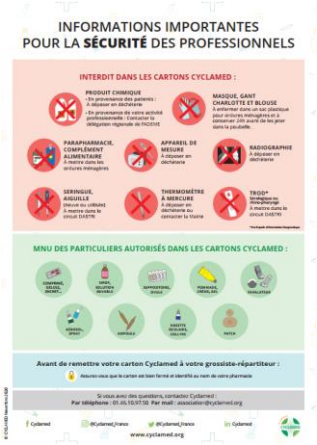
Pour 2021, nos réunions COO et points presse régionaux se déroulent (en présentiel et/ou en visio) : Poitiers, Marseille, Lyon, Montpellier, Clermont-Ferrand, Corse, Caen, Strasbourg, Rennes, Nancy.

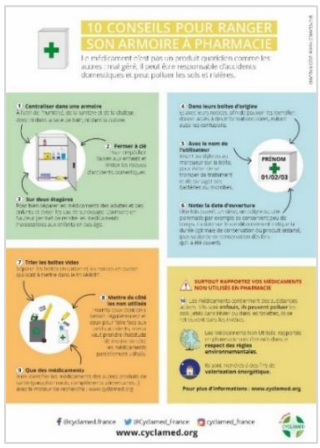
**<u>Des supports de communication mis à la disposition des officinaux :</u>**

Pour accompagner l'équipe officinale dans ses missions quotidiennes et son action pédagogique, Cyclamed a doté en 2020 toutes les officines françaises (métropole et Outre-mer) d'un tampon-encreur pour apposer cette mention sur les ordonnances ou autre document officinal.

Je protège notre planète,
je rapporte mes médicaments
à la pharmacie
*Cyclamed.org*

Différents autres supports de communication sont mis à la disposition des pharmacies (affiches, flyer, animation…) pour donner les conseils de tri à la patientèle, avant le retour des MNU à l'officine. Certaines, destinées aux équipes officinales, informent sur « la charte qualité sécurité de Cyclamed » et sur les produits acceptés ou refusés dans le cadre du dispositif en donnant les filières d'élimination appropriées. Ils ont tous pour objectif d'aider les professionnels du médicament à être proactifs dans ce service auprès de leur patientèle.



*Cyclamed : une communication qui met l'accent sur une démarche de qualité et de sécurité, en s'appuyant sur les trois valeurs fortes de notre éco-organisme : la protection de l'environnement, la sécurité sanitaire domestique et le bon usage du médicament.*

# LES FRANÇAIS ET LEURS MÉDICAMENTS NON UTILISÉS (MNU)

SOURCE : ÉTUDE BAROMÉTRIQUE BVA MARS 2021*

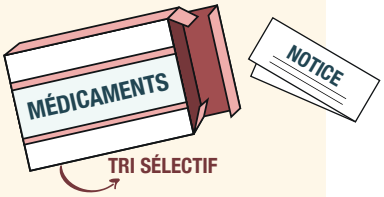
**95 %** DES FRANÇAIS TROUVENT LE DISPOSITIF CYCLAMED INDISPENSABLE OU UTILE.

le réflexe CYCLAMED

**86 %** DES FRANÇAIS DÉCLARENT DÉPOSER LEURS MÉDICAMENTS NON UTILISÉS EN PHARMACIE.

**54 %** DES FRANÇAIS SÉPARENT DÉJÀ LES BOÎTES EN CARTON DES MÉDICAMENTS POUR LE TRI SÉLECTIF AVANT LE DÉPÔT EN PHARMACIE.

(VS 51 % EN 2020)




**41 %** SONT PRÊTS À LE FAIRE.

PARMI CEUX QUI NE RAPPORTENT PAS LEURS MNU,

**75 %** ONT L'INTENTION DE LE FAIRE (VS 67 % EN 2020)

*ETUDE BVA MARS 2021 AUPRÈS D'UN ÉCHANTILLON DE 2364 PERSONNES.