COMMUNIQUÉ DE PRESSE

En 30 ans, le retour des Médicaments Non Utilisés (MNU) en officine est devenu une pratique courante chez nos concitoyens.

La nouvelle étude REMEDE (REliquat MEDicaments non Employés) menée en 2022 par Cyclamed avec l'institut CSA et validée par l'Etat (DGPR et ADEME), révèle un taux de collecte de 70 % de la quantité de MNU détenus au sein des foyers français (Métropole + DROM-COM).
Parallèlement, les gestes écocitoyens continuent de se développer avec le tri au domicile, la séparation des emballages vides, des étuis et notices, avant le retour des MNU en officine.
Enfin, l'usage du médicament est de plus en plus raisonné par les professionnels de santé et les patients.

Sur le plan national (métropole et Outre-mer), la quantité des MNU récupérée dans les 21 000 pharmacies d'officine reste stable autour des 9 500 tonnes (9 415 tonnes en 2022), soit 139 grammes/habitant en 2022. Cela correspond à 2,3 boites/habitant en 2022.

La nouvelle étude REMEDE, menée en présentiel auprès de 1 000 foyers de métropole et d'Outre-mer, révèle que, l'armoire à pharmacie en métropole contient 1 358 grammes de médicaments/foyer avec une part de 36 % de MNU et en Outre-mer de 1 514 g/foyer avec une part de 47 % de MNU. Le gisement total de MNU est de 13 443 tonnes en 2022 sur lequel Cyclamed a collecté 9 415 tonnes de MNU, ce qui donne un taux de collecte de 70 %, correspondant à l'objectif fixé pour 2024 du cahier des charges d'agrément de l'éco-organisme.

Depuis près de 18 ans, les ventes de médicaments à usage humain ne cessent de diminuer, alors que la population croît et vieillit. Les professionnels de santé et la patientèle ont acquis de nouveaux comportements en faveur du bon usage du médicament. Ces bons comportements se traduisent par les efforts significatifs par nos concitoyens pour effectuer un tri affiné, en séparant, au domicile, les emballages vides, les étuis et notices pour un recyclage matière dans le tri sélectif, avant de rapporter leurs MNU en pharmacie. Parmi ceux qui rapportent leurs MNU en pharmacie, 86 % d'entre eux mettent l'emballage totalement vide au contact du médicament dans le tri sélectif.

Le « réflexe Cyclamed » est ancré, selon l'étude BVA 2023, qui précise la fréquence du retour des MNU dans l'année : 8 Français sur 10 (83 %) déclarent rapporter au moins 1 fois/an leurs MNU en pharmacie. La préservation de l'environnement est la motivation première (pour 80 % des personnes sondées) puis vient celle de la sécurité sanitaire (68 %). Pour la troisième année consécutive, le 1er mode de connaissance du dispositif est le pharmacien (40 %), avant la télévision (33 %), grâce au dialogue entre l'équipe officinale et la patientèle. Ces résultats obtenus par tous les acteurs (particuliers et professionnels de santé) sont le reflet de la mobilisation de chacun, d'une communication multicanale pour renforcer l'engagement de nos concitoyens en faveur de la protection de l'environnement et de la sécurité sanitaire. Pour sensibiliser tous les publics, trois campagnes de sponsoring à la télévision sont prévues (tout le mois de juin / sept-oct. / nov-déc ; parallèlement, des campagnes digitales avec 2 animations seront diffusées sur YouTube et 160 médias.

Pour toucher un public plus jeune, Cyclamed a choisi de faire appel à un relai original avec le journaliste Jamy (Gourmaud). Avec sa communauté « Epicurieux », des vidéos pédagogiques et ludiques sur différentes thématiques seront diffusées jusqu'à fin 2023 sur les réseaux sociaux (Facebook, TikTok, Instagram, LinkedIn et bien sûr YouTube).

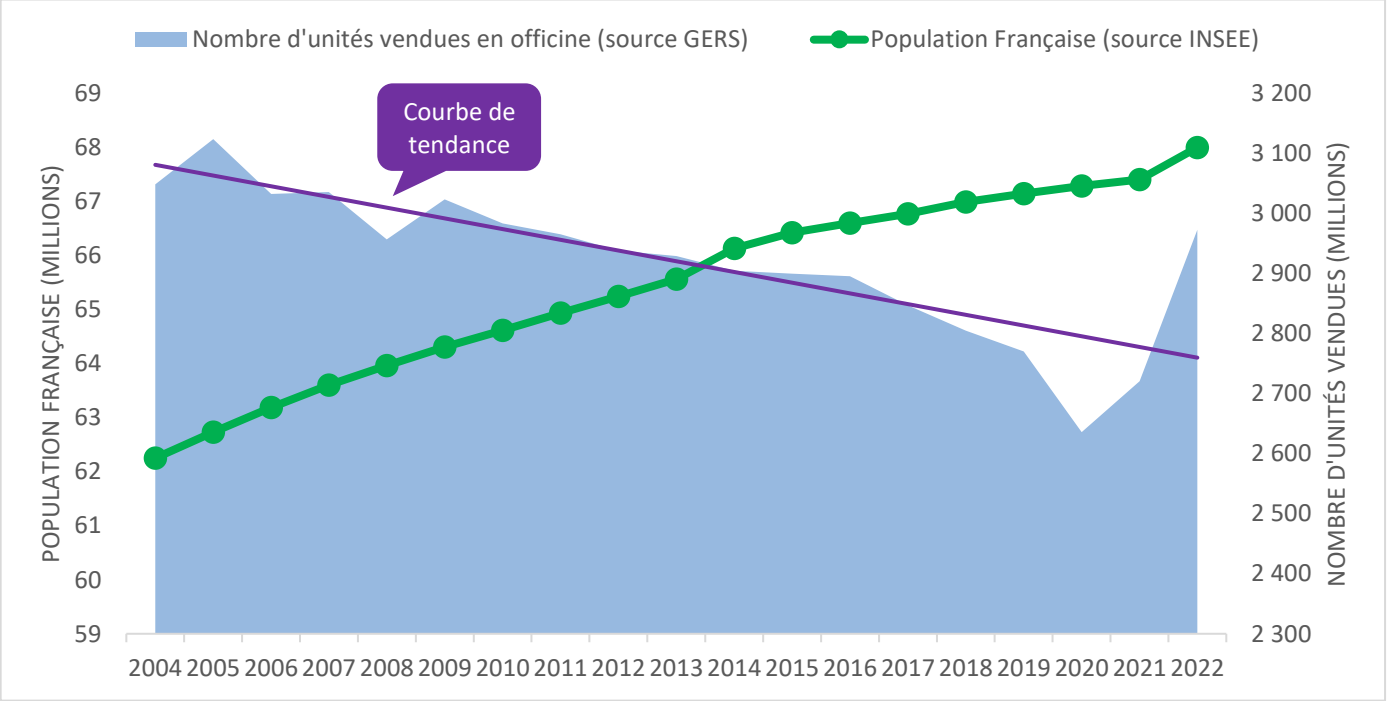
Paris, le 15 juin 2023

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

2022 : Une reprise des ventes de médicaments, un tri affiné en hausse, une stabilité de la collecte des Médicaments Non Utilisés (MNU) en pharmacie

Avant et pendant la crise sanitaire de la Covid en 2020, les ventes unitaires de médicaments en pharmacie d'officine étaient en baisse constante, malgré l'augmentation de la population française et son vieillissement. On constate une reprise des ventes de médicaments en 2021 et 2022.

Dans ce contexte, la collecte de MNU en pharmacie reste néanmoins stable. L'usage du médicament est de plus en plus raisonné par les professionnels de santé et les patients. En outre, le tri affiné réalisé au domicile des particuliers se développe encore avec la séparation des emballages vides, étuis et notices des médicaments en faveur du tri sélectif et du recyclage matière (cf : Etude sociologique BVA 2023).



Sur le plan national (métropole et Outre-mer), la quantité des MNU récupérée dans les 21 000 pharmacies d'officine reste stable autour des 9 500 tonnes (9 415 tonnes en 2022, correspondant à 139 grammes/habitant en 2022). Cela correspond à 2,5 boites/habitant en 2022.

La collecte des MNU présente des disparités régionales relativement limitées, à l'instar des autres déchets ou produits récupérés par les différents éco-organismes. En effet, certaines régions urbaines, celles isolées géographiquement et les DROM-COM sont en dessous de la moyenne nationale. D'autres facteurs (niveau de vie, âge de la population, traitement des déchets, etc.) peuvent expliquer une influence sur cette collecte.

Régions	**Tonnages MNU**			**MNU en g/hab**		
	2020	**2021**	**2022**	**2020**	**2021**	**2022**
AUVERGNE - RHONE - ALPES	1 085	1 062	1015	136	131	124
BOURGOGNE - FRANCHE - COMTE	476	469	455	171	168	163
BRETAGNE	484	484	459	145	144	135
CENTRE - VAL - DE - LOIRE	425	434	404	166	170	157
CORSE	47	44	45	138	127	129
GRAND - EST	908	927	877	164	168	158
HAUTS - DE - FRANCE	1 085	1 078	1047	181	180	175
ILE DE FRANCE	1 370	1 352	1313	112	110	106
NORMANDIE	543	522	490	164	158	148
NOUVELLE - AQUITAINE	963	955	897	161	158	147
OCCITANIE	958	948	900	162	158	148
PAYS - DE - LA - LOIRE	629	623	596	166	162	154
PROVENCE - ALPES - COTE - D'AZUR	830	817	796	164	161	155
TOTAL METROPOLE	**9 803**	**9 715**	**9295**	**151**	**149**	**142**
GUADELOUPE	29	26	23	77	68	60
MARTINIQUE	23	22	21	62	63	59
GUYANE	19	13	11	66	46	38
LA REUNION	79	56	62	92	66	71
MAYOTTE*	/	/	4	/	/	12
SAINT MARTIN	/	3	/	/	72	/
TOTAL OUTRE - MER	**150**	**118**	**120**	**69**	**54**	**55**
TOTAL FRANCE	**9 953**	**9 833**	**9415**	**149**	**146**	**139**

NB : les / dans le tableau correspondent aux années sans retour de MNU en métropole pour y être valorisés par incinération, en raison d'un tonnage trop faible.

Quelques baisses sont à noter pour les territoires des DROM-COM (hors Martinique) en raison des problématiques majeures survenues sur l'exportation des déchets gérés par les éco-organismes vers la métropole. La Martinique en a été épargnée en raison du traitement local des réceptacles de collecte des MNU via l'unité de valorisation énergétique locale : « La Martiniquaise ».

Des campagnes de communication adaptées pour les chaines de TV leaders en Outre-mer et des actions de sensibilisation menées sur place par des facilitateurs mandatés par Cyclamed auprès des différentes parties prenantes (grand public, pharmacies d'officine, grossistes-répartiteurs, collectivités locales, autorités, milieux scolaires, etc.) permettent de mieux faire connaître le dispositif et de favoriser le retour des MNU dans les officines.

L'étude REMEDE

Depuis 2010, Cyclamed mandate un cabinet spécialisé pour réaliser une enquête auprès de nos concitoyens afin de connaitre le gisement potentiel de Médicaments Non Utilisés (MNU) présent au sein des foyers français. Conscient des évolutions sociales, sociétales, démographiques et des méthodes d'investigation, Cyclamed et l'Université de Grenoble ont fait évoluer la méthodologie d'enquête pour apporter des résultats toujours plus précis …

REMEDE (**RE**liquat **MED**icaments non **E**mployés), est une nouvelle étude, validée par l'Etat (DGPR) et l'ADEME, conduite en présentiel, auprès de 1 000 foyers répartis en métropole et en Outre-mer.

La méthodologie de cette étude étant nouvelle, toute comparaison avec des résultats d'études antérieures ne peut être faite.

L'objectif de cette enquête, qui sera réalisée tous les 2 ans, est d'avoir la meilleure vue possible du potentiel de MNU détenus par les foyers français, à même d'être captés par la filière REP Cyclamed.

Les résultats montrent que à un moment donné, l'armoire à pharmacie au sein des foyers contient en métropole pour 1 358 g de médicaments /foyer avec parmi ceux-ci 36 % de MNU et en Outre-mer c'est 1 514 g/ foyer de médicaments avec 47 % de MNU.

Le gisement global de MNU pour l'ensemble de la population française est ainsi de 13 443 tonnes et en 2022 Cyclamed a collecté 9 415 tonnes de MNU, soit un taux de collecte de 70 % ce qui correspond à l'objectif imposé par le cahier des charges d'agrément de Cyclamed pour 2024.

LE RETOUR DES MNU EN OFFICINE TRES ANCRE ET LE TRI AFFINE DES EMBALLAGES DE MEDICAMENTS EN PROGRESSION

Etude sociologique BVA 2023 auprès du grand public

L'étude barométrique auprès du grand public sur les comportements en matière du tri et du retour en pharmacie des Médicaments Non Utilisés (MNU) des particuliers a été menée par l'Institut **BVA** en online du 22 février au 3 mars 2023, auprès d'un échantillon de 2 361 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Des comportements en matière de retour des MNU très ancrés

De façon plus précise en 2023, Cyclamed a cherché à savoir quelle était la fréquence du dépôt des MNU en pharmacie dans l'année.

Auprès de l'ensemble de nos concitoyens, 83 % des Français déclarent déposer leurs Médicaments périmés ou Non Utilisés (MNU) chez le pharmacien avec une fréquence établie de :

- 31 % : 1 fois par an
- 26 % : environ 2 à 3 fois par an
- 18 % : 2 à 3 fois par mois
- 7 % : 1 à 2 fois par semaine

Cet acte est davantage ancré auprès des 50-64 ans (89 %), 65 ans et plus (90 %).

Quelles sont les motivations invoquées ?

La « préservation de l'environnement » est la première motivation, pour 80 % des personnes interrogées. Elle est partagée avec la « sécurité sanitaire » par 68 % des Français. Ce geste permet effectivement d'éviter les risques d'ingestions accidentelles de médicaments par les enfants ou les confusions médicamenteuses par les seniors.

Enfin, 51 % des Français qui rapportent leurs MNU en pharmacie, sont guidés par leur volonté de protéger, autant les deux, à la fois l'environnement et la sécurité sanitaire domestique.

<u>Un tri affiné des médicaments et des emballages en forte progression</u>

Depuis plusieurs années, Cyclamed incite les particuliers à effectuer, au sein de leur domicile, un tri affiné. Cette séparation des emballages vides de médicaments de leurs étuis et notices mis dans le tri sélectif permet un recyclage matière, avant de rapporter les MNU chez le pharmacien.

Parmi ceux qui rapportent leurs MNU, ce geste atteint le score de 64 % (dont 40 % de « toujours »). Cette habitude est plus marquée auprès des 18-24 ans et dans certaines régions : Pays de la Loire (72 %), Bourgogne (72 %), Languedoc-Roussillon / Midi Pyrénées (71 %) et auprès des CSP + (70 %).

A noter que pour les autres citoyens, 32 % seraient prêts à le faire et notamment par les 50-64 ans (36 %), les habitants de communes de 20 000 à 100 00 habitants (36 %), les retraités (36 %), l'Auvergne/Rhône-Alpes (38 %). Les 4 % restants ne séparent pas les emballages et ne sont pas prêts à le faire.

Parmi ceux qui rapportent leurs MNU en officine, il est intéressant de constater que 86 % des Français mettent l'emballage totalement vide au contact du médicament qui le protégeait dans le tri sélectif (ex : blister, flacon, collyre vide…).

Pour les produits de parapharmacie, achetés par 58 % des Français, en pharmacie, 49 % des citoyens les jettent bien dans leur poubelle d'ordures ménagères, une fois utilisés ou périmés, et 47 % des Français les rapportent à tort chez leur pharmacien.

En cas de doute, Cyclamed a mis sur son site Internet (www.cyclamed.org) un moteur de recherche pour bien identifier les médicaments des autres produits de santé ou d'hygiène.

Une notoriété élevée qui se développe grâce aux pharmaciens

7 Français sur 10 déclarent connaître Cyclamed (65 %).

Le premier mode de connaissance est le pharmacien, à hauteur de 40 %, 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.

La télévision est le deuxième mode de connaissance pour 33 % (vs 30 % en 2022) de ceux qui connaissent le dispositif. Les autres modes sont représentés par les animations dans les salles d'attente des médecins (14 %), les retombées médiatiques rédactionnelles avec des émissions ou reportages TV (13 %), l'entourage (10 %) et Internet ou les réseaux sociaux (8 %) …

Le caractère utile du dispositif est indéniable, puisque 97 % des Français trouvent « le dispositif indispensable ou utile. En effet, ils considèrent que l'action de Cyclamed contribue à :

- Eviter que les médicaments finissent dans les décharges (97 %) ;
- Eviter les risques de pollution de l'eau (95 %) et à protéger l'environnement (95%) ;

- Limiter les risques d'intoxication (93 %) et éviter un mauvais usage au sein du foyer (94 %).

Pour la valorisation énergétique (sujet plus technique), 8 Français sur 10 (75 %) savent désormais que les MNU éliminés en toute sécurité dans le dispositif Cyclamed, produisent également de l'énergie (par incinération) pour éclairer et chauffer des milliers de logements ou des établissements publics.

Le « réflexe Cyclamed » : un geste acquis

L'intention de continuer à rapporter leurs médicaments reste particulièrement élevée. En effet, au sein des 83 % de Français qui déposent leurs MNU en pharmacie, 98 % ont l'intention de continuer à le faire. De plus, parmi les 17 % de Français qui ne rapportent jamais leurs MNU, une hausse est à noter, puisque 82 % (vs 76 % en 2022) ont l'intention à l'avenir de le faire. Une volonté plus marquée chez les cadres et dans les communes rurales.

De même, l'étude révèle que parmi les 36 % de Français qui déposent leurs MNU en pharmacie sans mettre préalablement leurs étuis et notices dans le tri sélectif du domicile, 91 % ont l'intention d'effectuer ce tri affiné dans l'avenir.

On peut penser que la nouvelle info-tri médicament obligatoire, connue par 1 Français sur 4, permettra à l'avenir, grâce à cette signalétique, d'améliorer ce tri, car elle permet d'informer et d'expliquer les bonnes consignes de tri.

De même, 9 Français sur 10 (85 %) contre 81 % en 2022, savent que les pharmaciens ont l'obligation de collecter les MNU.

Ainsi, le rôle des équipes officinales dans la communication de proximité est devenu prépondérant et reconnu par le grand public.

POUR UN TRI AFFINE DES MNU : UNE COMMUNICATION MULTICANALE

Un message simple pour nos concitoyens : Les emballages vides, étuis en carton et notices dans le tri sélectif de leur commune, avant le retour des Médicaments périmés ou Non Utilisés (MNU) en pharmacie.

Cyclamed, l'éco-organisme, ré-agréé de 2022 à fin 2027, en charge de la collecte et de la valorisation énergétique des Médicaments Non Utilisés (MNU) développe une stratégie 360° en fonction des différents publics, tout au long de la journée. Sa communication, utilisant des médias complémentaires notamment digitaux, a pour but d'expliciter les enjeux et le fonctionnement pour inciter au geste de tri affiné réalisé par les particuliers au sein du domicile : à savoir l'identification et le retour uniquement des MNU à usage humain en pharmacie d'officine, sans les autres produits de santé ou de parapharmacie. Les emballages vides, étuis en carton et notices font l'objet d'un recyclage matière en étant mis dans le tri sélectif.

UNE COMMUNICATION ECO-CITOYENNE POUR TOUS

En 2023, Cyclamed a choisi d'assurer une présence médiatique auprès de l'ensemble de nos concitoyens avec de nouveaux médias complémentaires et des nouvelles actions. Ainsi, tout au long de la journée, pour toutes les tranches d'âges, l'association sensibilise aussi les plus jeunes consommateurs de médicaments plus irréguliers.
Dans les DROM-COM, des actions de proximité sont menées par des facilitateurs sur place, en complément de nos campagnes de sponsoring sur les chaines TV leaders en Outre-mer.

Un plan média multicanal :

- 1/ La télévision, avec des nouveaux billboards (spots) en sponsoring pour une couverture grand public très large en métropole et Outre-mer
- 2/ Un partenariat original avec Jamy qui a conduit à la réalisation de vidéos « pédagogiques »
- 3/ Une présence sur les réseaux sociaux avec notamment une campagne digitale en VOL (vidéo online), avec la diffusion de deux vidéos d'animation pour expliquer le tri de son armoire à pharmacie et la valorisation énergétique obtenue grâce aux MNU rapportés en pharmacie.
- 4/ Une politique de partenariat active

1/ Télévision

Quatre nouveaux spots (billboards) de sponsoring à la télévision ont été lancés en début d'année, en métropole et dans les DROM-COM.

Tournés en plan serré, ces films très courts incitent au retour des Médicaments périmés ou Non Utilisés en pharmacie.

Tantôt, une mère de famille, tantôt un jeune père, tantôt une seniore, ou les trois réunis, s'adressent aux téléspectateurs, les yeux dans les yeux, pour donner leur témoignage d'acteurs écocitoyens et les raisons pour lesquelles ils ont choisi de s'engager et de convaincre ceux qui n'ont pas encore acquis le « réflexe Cyclamed ».

Voix off de la version avec les 3 acteurs réunis reprenant l'ensemble des messages des 3 autres spots : *« Je trie et je rapporte mes médicaments non utilisés en pharmacie ; Je participe à la protection de l'environnement ; pour mieux protéger mes petits-enfants, je rapporte mes médicaments non utilisés en pharmacie ».*

Media-planning TV en **métropole** sur France 2 et France 5, TFX, TF1 SF, RMC Story/ RMC Découverte, BFM TV, C8, Cstar, W9.

2023 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**
9 janvier au 24 février (Chiffres certifiés)	153 millions certifiés	23 millions certifiés
Du 30 mai au 30 juin (Chiffres prévisionnels)	119 millions estimés	18 millions estimés
Septembre - octobre (Chiffres prévisionnels)	84 millions (estimés)	16 millions (estimés)
Novembre-décembre (Chiffres prévisionnels)	153 millions (estimés)	23 millions (estimés)
TOTAL	**509 millions estimés**	**80 millions estimés**

<u>Une attention particulière pour les DROM/COM</u>

En parallèle des chaînes nationales de la métropole, 3 vagues TV ont été prévues sur les chaines leaders en Outre-mer (Guadeloupe 1ère, Martinique 1ère, Guyane 1ère, Mayotte 1ère et Antenne Réunion) correspondant aux campagnes de la métropole :

- Du 16 janvier au 10 février 2023 (4 semaines) : 2,7 millions de contacts certifiés auprès des mères de famille et 9,3 millions de contacts auprès des seniors de +50 ans.
- Du 5 au 30 juin (4 semaines) : 2,1 millions de contacts certifiés auprès des mères de famille et 7 millions de contacts auprès des seniors de + 50 ans
- En septembre-octobre 2022 (4 à 8 semaines) : 2,6 millions de contacts estimés auprès des mères de famille et 9,2 millions de contacts estimés auprès des seniors de + 50 ans.

2/ <u>Jamy et la communauté « Epicurieux » : un relai original de nos messages sous forme de vidéos</u>

L'association a souhaité allier « savoir et pédagogie » avec Jamy Gourmaud. En tant que journaliste et animateur TV, Jamy est un passeur de savoir et un conteur d'histoires populaires. Il exerce depuis 1993, soit déjà 30 ans, comme l'existence de Cyclamed en 2023.

5 vidéos, pédagogiques et ludiques, réalisées par Jamy, permettront d'informer sur différentes thématiques à travers les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn et bien sûr YouTube)

- Que faire de vos médicaments non utilisés ? (12 juin)
- En France, consomme-t-on beaucoup de médicaments ? (27 juillet)

- Ne jetez pas vos médicaments n'importe où ! (24 octobre)
- Des médicaments pour faire de l'énergie (21 novembre)
- Comment bien conserver vos médicaments ? (12 décembre)

L'objectif de ces vidéos est de donner aux écocitoyens les bons conseils de tri des médicaments et promouvoir les enjeux de l'adoption du geste écocitoyen du retour des Médicaments périmés ou non.

« Epicurieux », c'est une présence sur les réseaux sociaux auprès de 5,6 millions d'abonnés, avec une communauté très engagée. La personnalité de Jamy est très appréciée et particulièrement par les jeunes : 98 % des 15-24 ans qui le connaissent disent l'apprécier.

3/ : Campagne digitale sur YouTube et médias digitaux

De façon complémentaire à nos campagnes TV, Cyclamed a choisi de sensibiliser un public plus jeune qui regarde moins ce média. Ainsi, dans le courant du second semestre 2023, trois vagues de vidéo online sont prévues sur YouTube et 160 médias digitaux à forte visibilité. Elles se dérouleront pendant 4 semaines, en juin, septembre/octobre, novembre/décembre. Les internautes peuvent donc être sensibilisés à tout moment, tout au long de la journée.

Ces deux animations, pédagogiques et ludiques, s'adressent à toutes les tranches d'âge. Elles mettent l'accent sur l'importance du tri de son armoire à pharmacie et font connaitre la valorisation énergétique des MNU permettant d'éclairer et de chauffer des milliers de logements.

A travers son écosystème numérique, site Internet et les 4 principaux réseaux sociaux, Cyclamed continue d'assurer de l'information de proximité et développe sa communauté éco-responsable déjà bien engagée.

En proposant des contenus éditoriaux variés, en lien avec l'actualité, le site 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/milieux associatifs et scolaires, ainsi qu'aux médias. En plus des kits de sensibilisation destinés à la patientèle des officines, un kit de supports digitaux est nouvellement créé à l'attention des entreprises du médicament pour qu'elles puissent relayer différents contenus auprès de leurs collaborateurs et le grand public. Le site permet d'accéder à une information complète et pratique. Il contribue notamment à distinguer, grâce au moteur de recherche, les médicaments des autres produits de santé et d'hygiène.

Un nouveau quiz en ligne permet de tester ses connaissances.

En plus des informations sur le fonctionnement, les bonnes pratiques du tri affiné, les résultats quantitatifs et qualitatifs de l'éco-organisme, l'association répond quotidiennement aux interrogations et suggestions variées des internautes.

4/ Des partenariats de plus en plus engageants et engagés

Avec le groupe Vyv, 1er acteur mutualiste de santé et de protection sociale en France, ce partenariat a été renouvelé en 2022 pour une durée de 3 ans. Des temps forts tout au long de l'année : journée mondiale de l'eau (mars 2023), journée mondiale de l'environnement (5 juin), semaine de réduction des déchets (novembre 2023) …

Des actions de communication sont menées vers le grand public pour inciter à bien ranger son armoire à pharmacie familiale et au retour des MNU à l'officine.

Différents supports ont été créés en partenariat pour renforcer la prévention : un serious game (je-trie-mes-produits-sante.fr), un guide sur le Bon usage du médicament, des affiches, divers articles et contenus digitaux sur les différents sites Internet du groupe.

D'autres actions de sensibilisation sont menées avec le Cespharm/ Conseil National de l'Ordre des Pharmaciens, l'Association Nationale des Préparateurs en Pharmacie (ANPPO) qui met à la disposition des pharmaciens l'ensemble de nos supports (affiches, flyers, spot TV, vidéos d'animation…
Nos différentes vidéos sont diffusées tout au long de l'année dans leurs boucles des programmes « la minute santé publique ».

De nouveaux partenariats sont en cours avec des entreprises du médicament : Viatris, Sanofi, Teva…

Enfin des formations auprès des étudiants des facultés de pharmacie ou en environnement continuent d'être dispensées dans toute la France (Marseille, Strasbourg, Montpellier, Metz).

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

Nous poursuivons en 2023 la campagne du Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires, l'Ademe et d'autres éco-organismes. Cette année, elle porte sur la signalétique obligatoire qui sera apposée sur tous les produits : « l'info-tri ». Un des 3 spots TV met l'accent sur l'info-tri médicament. Elle est prévue d'octobre à décembre 2023 en métropole et Outre-mer pour sensibiliser le grand public en état de trier (15 à 80 ans).

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 avec une valorisation énergétique, la sécurité sanitaire domestique et le bon usage du médicament.