

Enquête sur le commerce en ligne de produits ou services liés à la santé

RAPPORT DE LA FONDATION HEALTH ON THE NET

ENQUETE MENEES DE MAI 2016 A SEPTEMBRE 2017

Objectif de l'enquête

- ▶ Avec l'apparition et l'augmentation des sites de commerce de santé en ligne, et l'engouement des utilisateurs d'Internet qu'ils suscitent, nous souhaitons aujourd'hui comprendre s'il est utile que la Fondation encadre les commerces en ligne liés à la santé (qu'ils soient de produits ou de services) avec des recommandations spécifiques.

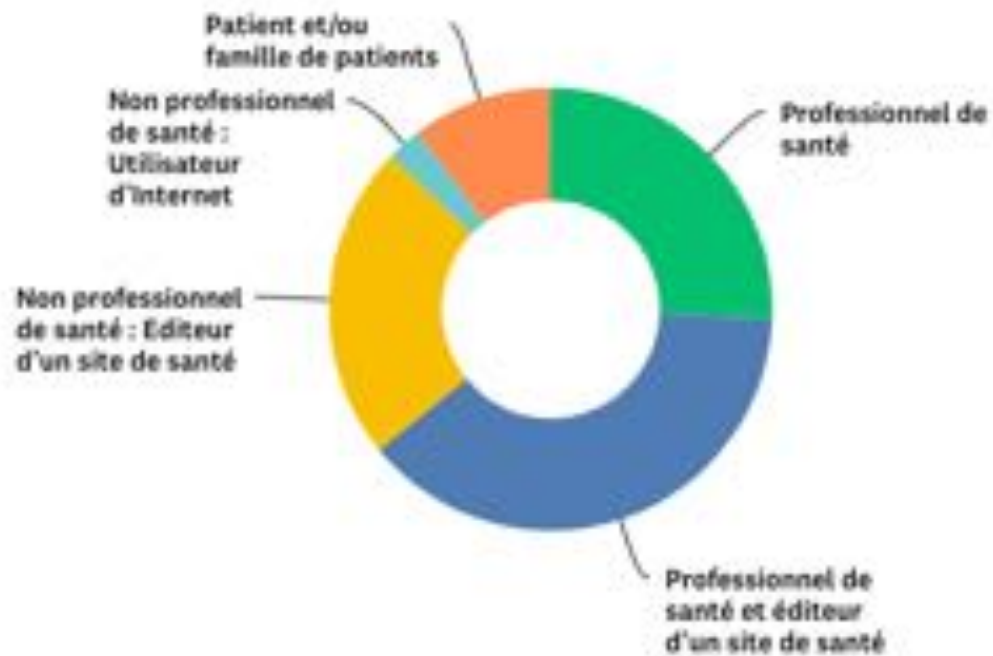
Déroulement et participation

- ▶ Nous avons réalisé une enquête en français et en anglais, composée de 33 questions, en ligne depuis mai 2016.
- ▶ L'enquête a été diffusée sur la page Facebook de la Fondation, à travers deux newsletters et par le biais de quelques emails.
- ▶ La réalisation et l'analyse de l'enquête ont été faites grâce à la plateforme Survey Monkey.

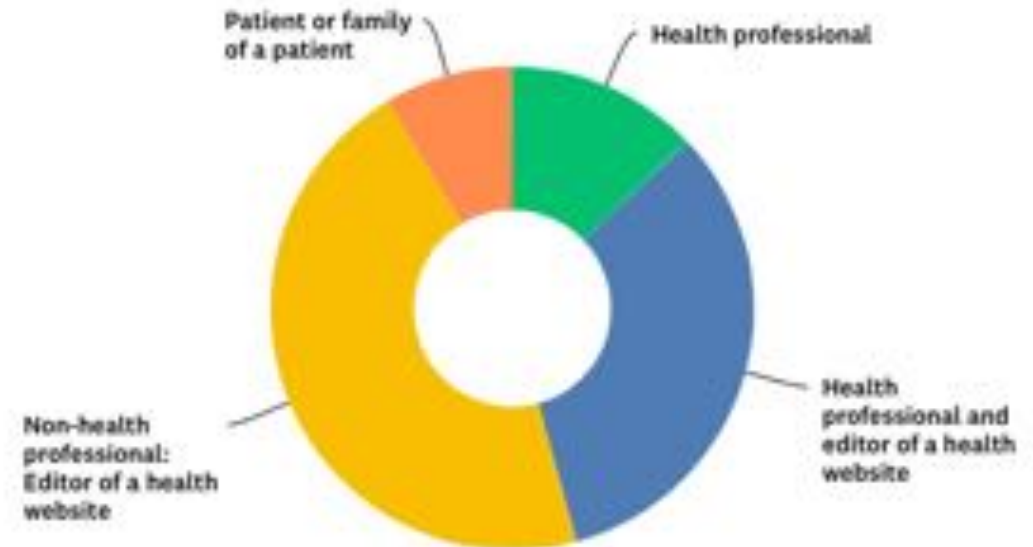
- ▶ La version française de l'enquête a recueilli 39 réponses.
- ▶ La version en anglais en a recueilli 75.

Analyse des résultats - Profils

Enquête en français



Enquête en anglais



La majorité des personnes ayant participé à l'enquête sont des professionnels de santé éditeurs de sites web.

Analyse des résultats – Commande Eshop

- ▶ La majorité des répondants a déjà commandé sur un eshop (80 sur 114 participants), pour les raisons majoritaires suivantes :
 - ▶ Disponibilité,
 - ▶ Prix moins élevé,
 - ▶ Confort d'achat et de livraison.
- ▶ Nous constatons que la majeure partie des répondants (professionnels de santé), commandent sur Internet, ce qui signifie qu'ils sont demandeurs de ce type de service.
- ▶ Les produits commandés sont, dans l'ordre : des livres, de la para-pharmacie, du matériel médical, des produits d'examen, des médicaments sans ordonnance.

Analyse des résultats – Evaluation Eshop

- ▶ Pour l'enquête en version française, 8 répondants sur 15 indiquent que le e-shop proposait d'évaluer la commande et le service proposé.
- ▶ Pour la version en anglais, 32 répondants sur 57 ont fourni cette réponse.
- ▶ Cela se fait majoritairement par le biais d'une notation simple, et de commentaires.
- ▶ L'avis n'a pas forcément été publié sur le site (pour la moitié d'entre eux).

Analyse des résultats – Potentiels problèmes

- ▶ 64 répondants sur 72 n'ont pas rencontré de problème particulier suite à la commande passée sur un eshop.
- ▶ Les répondants ayant rencontré un problème citent les suivants :
 - ▶ Problème de livraison (3 répondants)
 - ▶ Publicité mensongère (2 répondants)
 - ▶ Produit de mauvaise qualité (2 répondants)

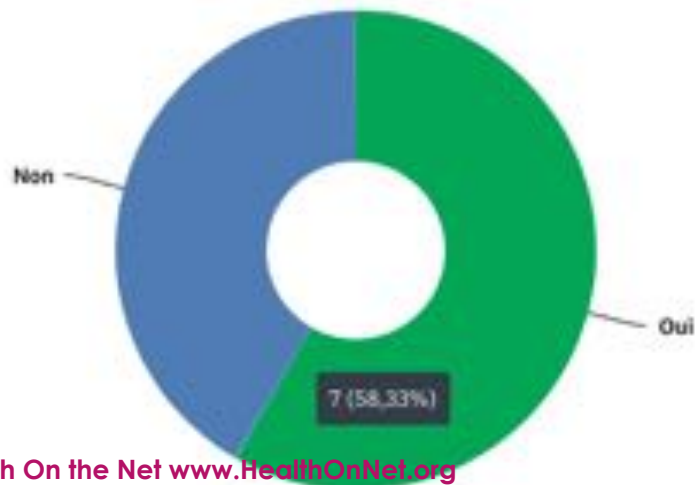
Analyse des résultats – Données personnelles

- ▶ Les données personnelles transmises sont celles nécessaires à un achat et une livraison : coordonnées bancaires, adresse, nom, email.
- ▶ La majorité des répondants n'a pas transmis d'informations médicales.
- ▶ La majorité des répondants n'a pas fait attention au fait que le site donne ou non des informations relatives au respect de la confidentialité des données transmises.

Analyse des résultats - Produits

- ▶ 41 répondants sur 58 a eu la possibilité d'avoir des informations sur la composition des produits achetés.
- ▶ La majorité d'entre eux a vérifié l'origine des produits, très peu ont consulté des forum.

Enquête en français



Enquête en anglais



Analyse des résultats - Certification

► Sites qui pourraient être certifiés par le HONcode :

▼ Vendant ou louant des dispositifs médicaux	68,00%	17	Enquête en français
▼ Vendant des cosmétiques	32,00%	8	
▼ Vendant des produits alimentaires	28,00%	7	
▼ Vendant du contenu d'information type brochures, livres	72,00%	18	
▼ Vendant des services de soins à domicile	44,00%	11	
Nombre total de participants : 25			

Enquête en anglais	▼ Those selling or leasing medical devices	86,36%	38
	▼ Those selling cosmetics	27,27%	12
	▼ Those selling food products	34,09%	15
	▼ Those selling information, such as brochures or books	52,27%	23
	▼ Those selling home care	43,18%	19
Nombre total de participants : 44			

Analyse des résultats - Certification

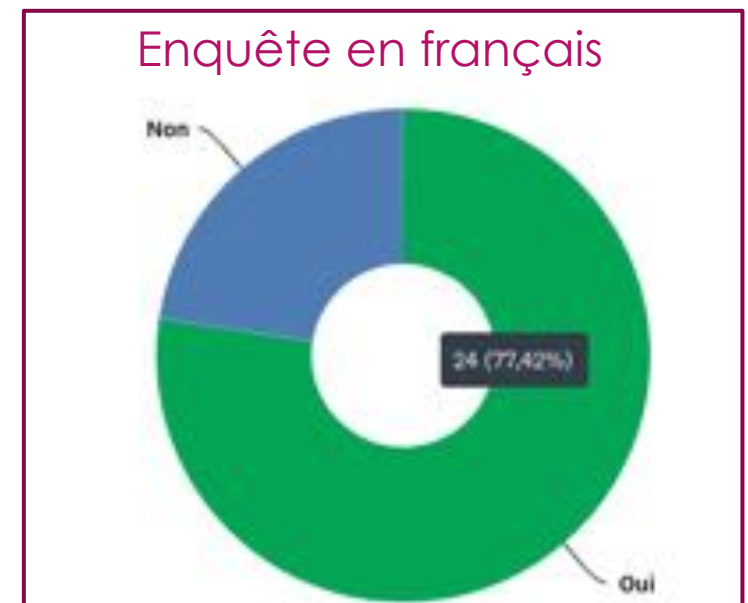
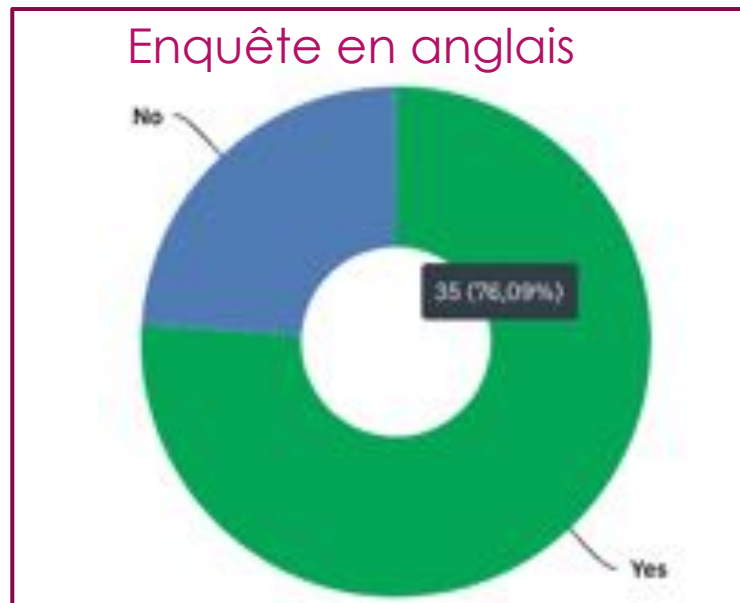
- ▶ Ceux qui ne souhaitent pas voir la Fondation certifier ce type de sites (15 répondants commentent cette question) donnent les raisons suivantes :
 - ▶ Cela entacherait la neutralité de HON,
 - ▶ Cela s'éloignerait de la mission première de HON,
 - ▶ Cela semble impossible à contrôler,
 - ▶ Cela s'apparenterait à de la publicité pour ces shops.
- ▶ Ceux qui envisagent que HON puisse certifier ces sites (42 répondants au total) ne peuvent pas pour autant donner de manière de fonctionner ou d'encadrement particulier.

Analyse des résultats - Télé médecine

- ▶ Une grande partie des répondants connaît la télé médecine, mais ne l'a jamais utilisée.
- ▶ Pour ceux l'ayant utilisée, ils en sont satisfaits et ont trouvé cela aidant.
- ▶ La confidentialité des données semble être abordée dans ce type de services.
- ▶ Les qualifications des professionnels de santé ont pu être vérifiées dans la majorité des cas (9 sur 14) , mais ce chiffre devrait être plus haut par souci de transparence et de sécurité.

Analyse des résultats - Téléconseil

- ▶ La grande partie des répondants ne connaît pas le téléconseil (16 sur 27) et ne l'ont jamais utilisé (8 sur 11).
- ▶ La majorité (75% anglais et français confondus) pense que la Fondation devrait certifier ce service.



Conclusion

- ▶ Il ressort de cette enquête (certainement un peu trop longue car les répondants n'ont pas tous pris la peine de répondre dans sa totalité), que les eshop et la télé-santé sont des axes importants de la vie actuelle.
- ▶ Il paraît important pour la majorité des répondants que ces services soient mieux encadrés, sans pour autant savoir réellement comment. Comme pour tout nouvel outil ou toute nouvelle méthode de travail, il convient de trouver la bonne manière de procéder afin que cela soit efficace.

Conclusion

- ▶ Beaucoup d'entre eux se posent néanmoins la question de la place de la Fondation dans cet encadrement de sites internet type eshop, craignant pour la perte de crédibilité de la certification actuelle.
- ▶ Nous pouvons nous demander si cette enquête ne présente pas un biais tel que le fait qu'un certain nombre de répondants possèdent un site de santé certifié par le HONcode et ne veut donc pas que la certification atteigne des sites de vente en ligne. Au contraire, un autre biais pourrait être le fait que certains sont des professionnels de santé souhaitant faire du téléconseil, et donc obtenir une certification HONcode.

Conclusion

- ▶ Il convient également de constater que la composition ou l'origine des produits ne sont pas suffisamment vérifiés et affichés (environ la moitié des répondants s'y intéressent); et qu'il est donc important que cela soit plus transparent et ainsi moins dangereux.
- ▶ L'inquiétude qui ressort suite à l'analyse de cette enquête est telle que nous nous posons la question de savoir si, sans certification de ce type de sites, les utilisateurs ne pourront se fier qu'aux notations proposées par les services d'évaluation "basiques", ou plus dangereux, au référencement très courant dans les moteurs de recherche, mettant en avant des sites n'étant pas forcément de confiance et de qualité.

Clancy and al. has demonstrated that popular websites can be of low quality and that patients "lack adequate information to assess the potential for commercial bias". Clancy, A. A., Hickling, D., Didomizio, L., Sanaee, M., Shehata, F., Zee, R., & Khalil, H. (2017). Patient-targeted websites on overactive bladder: What are our patients reading?. *Neurourology and urodynamics*.