

MITHRA PHARMACEUTICALS LEVE UN COIN DU VOILE SUR LES BESOINS ET LES ATTENTES DES FEMMES EN TERMES DE SANTE FEMININE

- Mithra Pharmaceuticals a mené une étude qualitative au moyen d'une plateforme collaborative en ligne¹ auprès de 870 femmes âgées de 16 à 68 ans venant de Belgique, de France, d'Allemagne et du Brésil.
- Une enquête sans précédent donnant aux femmes l'occasion d'échanger sur leurs expériences et leurs besoins en santé féminine à travers plus de 40.000 posts recueillis en à peine trois semaines.
- Plus qu'une société pharmaceutique, Mithra se veut être le partenaire des femmes soucieuses de leur santé, d'une part, mais aussi des professionnels de la santé féminine, en rendant accessibles les résultats et les enseignements de cette étude.

Bruxelles, Belgique, 07 janvier 2016 – Depuis sa création, Mithra Pharmaceuticals est *Inspired by women*² et travaille au quotidien à l'amélioration de la vie des femmes à travers ses projets de recherche et développement et grâce à des produits innovants et accessibles pour toutes. En 2015, Mithra a souhaité s'engager davantage auprès d'elles en menant une enquête unique à dimension internationale afin de mieux comprendre leurs besoins et leurs attentes en matière de santé :

- Qu'attendez-vous d'une société pharmaceutique exclusivement consacrée à la santé féminine ?
- Qu'est ce que la santé féminine selon vous ?
- Quelles sont vos plus grandes craintes en matière de santé féminine ?
- Qu'est ce que vous aimeriez dire à votre gynécologue ?
- Où trouvez vous l'information relative à votre santé ? Etes-vous satisfaite de l'information mise à votre disposition ? Le cas échéant, comment améliorer cette communication ?
- Quels sont les moments de votre parcours santé qui ont été déterminants et comment les avez vous appréhendés ? Quel rôle ont joué vos proches, votre médecin, votre pharmacien ?
- Quels nouveaux services et produits vous paraissent indispensables pour améliorer la santé des femmes demain ?

Objectifs

Cette enquête a rassemblé 870 femmes âgées de 16 à 68 ans à travers 4 pays : le Brésil, l'Allemagne, la France et la Belgique. Des marchés qui n'ont pas été choisis par hasard, puisqu'ils sont les marchés clés sur lesquels Mithra développe actuellement ses filiales.

¹ Le Women Consulting Board

² Inspirée par les femmes

François Fornieri, CEO de Mithra Pharmaceuticals : *Nous avons lancé cette enquête de grande envergure avec un double objectif : D'une part, mieux comprendre les marchés sur lesquels nous sommes établis. Nous réalisons que les habitudes et les préoccupations des femmes varient significativement d'un pays à l'autre. Il est donc essentiel d'entrer en contact avec ces femmes localement pour comprendre leurs besoins et leurs attentes et identifier les moyens d'y satisfaire au mieux. D'autre part, nous souhaitons donner la parole à ces femmes qui nous inspirent pour qu'elles puissent continuer à nous inspirer dans le futur tant à travers la diversification de notre portefeuille produits qu'à travers nos projets de recherche et de développement.*

Brigitte Thito, consultante en marketing stratégique chez Mithra Pharmaceuticals : *Sur cette plateforme en ligne, les femmes étaient libres d'échanger leurs expériences, leurs questions et leurs attentes. Nous avons créé un espace sur mesure sur lequel nous avons abordé et modéré leurs interventions sur leurs habitudes d'hygiène intime, leur contraception, la ménopause ou encore des sujets plus tabous comme les cancers féminins ou la sexualité. Après trois semaines intensives de partage et d'échanges, cette enquête a rassemblé plus de 40 000 posts allant de l'expérience individuelle au témoignage audiovisuel en passant par des groupes de discussions. Ces posts ont été analysés et triés afin d'en ressortir des statistiques et des résultats pertinents basés sur une compréhension approfondie des habitudes et des expériences personnelles des femmes.*

Quelques enseignements de cette étude

- **Les femmes veulent infléchir cette impression négative de devoir subir le parcours santé féminin**

Le parcours santé, pour les femmes, est perçu comme une expérience plutôt négative car souvent associé à un éventail de problèmes récurrents et souvent douloureux tels que les douleurs menstruelles, les infections urinaires et la migraine.

Les femmes interrogées sont en demande d'une approche holistique de leur santé (bien-être physique et bien-être moral) et veulent infléchir cette impression négative de devoir subir le parcours santé féminin. Lorsqu'elles abordent leur relation avec les professionnels de la santé, les femmes déplorent parfois être perçues comme 'la somme de leurs organes féminins'. Elles souhaitent des conseils personnalisés et aimeraient savoir à quoi s'attendre à chaque étape de leur vie, comment leur corps va changer car elles manquent souvent de connaissances détaillées. Elles pensent ainsi qu'une pratique positive et proactive de gestion de leur santé peut leur redonner un sentiment de contrôle et d'équilibre. Même si cette approche proactive ne permet pas nécessairement de contrer leurs douleurs physiques typiquement féminines.

- **Un système médical qui les 'hyper-médicalise'**

Dans tous les groupes d'âge et les pays analysés, le sujet le plus important pour les femmes reste de savoir vieillir en bonne santé. En Belgique les autres sujets d'intérêts les plus cités ont été les problèmes de sommeil, la maternité, la ménopause, la grossesse, le cancer du sein, les douleurs prémenstruelles et l'hygiène intime. En particulier concernant l'hygiène intime, certaines questions reviennent régulièrement. Est-ce que l'utilisation quotidienne de produits de soins féminins est une bonne chose? Que faire dans le cas de démangeaisons ou brûlure? Les gynécologues sont les

références essentielles pour les questions de santé vaginale car les femmes se plaignent de trouver des informations contradictoires sur le web.

Dans certaines phases critiques de leur vie de femme (surtout lorsqu'elles sont enceintes) les patientes ressentent un système médical qui les "hyper-médicalise" (il les réduit à un système reproductif qui fonctionne bien ou non). Il y a donc ici encore la manifestation d'un besoin de soutien personnalisé et holistique.

C'est parce qu'elles ressentent leur historique personnel comme un parcours rempli d'essais et d'erreurs, que les patientes montrent un intérêt très fort pour les conseils qui amélioreraient leur qualité de vie.

Témoignage Belgique : *Pour moi, il serait important d'expliquer aux jeunes femmes tous les cycles de la vie féminine (puberté, grossesse, ménopause ...); Il faut prévenir les femmes avec l'aide de témoignages, des risques qu'elles encourent afin qu'elles puissent mieux prendre soin de leur santé, être plus vigilantes. On doit leur dire d'oser parler, qu'elles ne doivent pas se sentir 'honteuses'.*

- **Les topics par tranche d'âge**

Au fil de leur vie, les femmes se trouvent confrontées à des moments critiques dans leur parcours santé :

- Les jeunes femmes (16-35 ans) sont préoccupées par leur contraception et le manque d'information claire et complète leur permettant d'identifier le contraceptif qui leur convient le mieux.
- Les femmes d'âge moyen (36-45 ans) font face à des questions quant à leur capacité à gérer plusieurs responsabilités tout en vieillissant en bonne santé. La peur de vieillir et l'arrivée de la ménopause est omniprésente dans leur quotidien.
- Les femmes plus âgées (46-68 ans) doivent faire face à la ménopause, aux changements de leur corps et aux malaises qu'elles ressentent. Libido, équilibre hormonal, ostéoporose et rétention d'eau, elles sont à la recherche de traitements et de thérapies efficaces pour accroître leur qualité de vie et continuer à vieillir en bonne santé.

Une mine d'informations à partager

Dans les prochaines semaines et les prochains mois, Mithra Pharmaceuticals aura l'occasion de passer à l'action en s'inspirant des commentaires et suggestions émis par son échantillon de femmes.

Pour Mithra, ce conseil consultatif a permis de réfléchir à de nouvelles approches que la société voudrait partager avec les gynécologues à travers une série de conférences.

Mithra annonce très prochainement le lancement d'un nouveau site web entièrement consacré aux questions de santé féminine et réalisé conjointement avec des professionnels de la santé.

Les autres initiatives prises concernent les solutions et services exprimés par ces femmes et qui permettront au département R&D de Mithra Pharmaceuticals de participer à l'amélioration de la santé des femmes de demain.

Pour recevoir le dossier de presse, veuillez contacter press@mithra.com

Pour plus d'informations, veuillez contacter:

Enquête Women Consulting Board

Brigitte Thito

Strategic Marketing Consultant

+32 494 54 61 73

bthito@mithra.com

Presse

Julie Dessart

Chief Communication Officer

+32 4 349 28 22

+32 475 86 41 75

press@mithra.com

Investor Relations

François Fornieri, CEO/ Steven Peters, CFO/ Julie Dessart, CCO/ Jean-Manuel Fontaine, PRO

+32 4 349 28 22

investorrelations@mithra.com

Pour vous inscrire à notre newsletter, consultez investors.mithra.com

A propos de Mithra

Fondée en 1999 par Mr François Fornieri et Prof. Dr. Jean-Michel Foidart, Mithra Pharmaceuticals SA, spin-off de l'Université de Liège, est une société pharmaceutique dédiée à la santé féminine. La mission de Mithra est d'accompagner et d'assister les femmes à chaque étape de leur existence, en améliorant ainsi leur qualité générale de vie. Dans cette optique, la Société aspire devenir un leader mondial de la santé féminine en développant, fabriquant et commercialisant des médicaments exclusifs, innovants et spécialisés ainsi que des produits génériques dans quatre sphères thérapeutiques de la santé féminine : la fertilité et la contraception, la ménopause et l'ostéoporose, les infections vaginales et les cancers.

Mithra compte un effectif total d'environ 85 personnes et est basée à Liège, en Belgique. Plus d'informations sur : www.mithra.com

Information importante

Ce communiqué contient des déclarations qui sont ou sont susceptibles d'être des « déclarations prospectives ». Ces déclarations prospectives peuvent être identifiées par le recours à une terminologie prospective, comprenant des mots tels que « croit », « estime », « prévoit », « s'attend à », « a l'intention de », « pourrait », « peut », « projette », « poursuit », « en cours », « potentiel », « vise », « cherche à » ou « devrait » et comprennent également des déclarations de la Société concernant les résultats escomptés de sa stratégie. De leur nature, les déclarations prospectives comportent des risques et des incertitudes et les lecteurs sont avertis du fait qu'elles ne constituent pas des garanties de résultats futurs. Les résultats effectifs de la Société peuvent différer sensiblement de ceux prédits par les déclarations prospectives. La Société ne s'engage pas à réviser ou mettre à jour publiquement les déclarations prospectives, sauf dans la mesure où la loi l'exige.