

Visiteur médical / Visiteuse médicale

Attaché médico-pharmaceutique/Attachée médico-pharmaceutique, Délégué de laboratoire/Déléguée de laboratoire, Délégué médical/Déléguée médicale, Visiteur médical hospitalier/Visiteuse médicale hospitalière, Visiteur médical/Visiteuse médicale



Représentant de l'industrie pharmaceutique, le visiteur médical fait le lien avec les professionnels de santé amenés à prescrire des médicaments. Sa mission : informer ces derniers sur les produits dont il assure la promotion.

 Statut d'exercice : **salaré**

 Niveau de formation requis : **bac + 3**

DESCRIPTION DU MÉTIER

Un commercial qui ne vend pas

En première ligne face aux professionnels de santé, le visiteur médical assure la promotion d'un ou de plusieurs produits pour le laboratoire pharmaceutique dont il dépend. Mais, attention ! S'il cherche à convaincre son interlocuteur de prescrire sa dernière innovation plutôt qu'une autre, il n'a pourtant rien à vendre. Une charte lui interdit même de donner des échantillons aux praticiens. Par ailleurs, un changement en profondeur de la profession est à l'étude, prônant une intervention non plus individuelle des visiteurs mais collective au sein des hôpitaux.

Une information de qualité

Il doit être capable de répondre aux questions de ses divers interlocuteurs sur la tolérance, l'efficacité, la posologie de ses produits... Les informer sur de nouvelles études ou indications. S'il n'est pas un auxiliaire paramédical, son activité s'inscrit dans le Code de la santé. Après sa visite, il rédige un compte rendu qu'il transmet à son directeur régional. En relayant les observations du corps médical sur d'éventuels effets secondaires, il favorise le dialogue entre le corps médical et l'industrie pharmaceutique.

Des connaissances à jour

Pour suivre l'actualité de ses produits, il s'appuie sur les plaquettes de communication de son laboratoire et participe à des séminaires de formation. Son information est établie dans un cadre strict, dans l'intérêt des patients. Il s'adapte aussi à la politique commerciale de son labo en se rendant à des réunions de secteurs animées par les responsables régionaux.

COMPÉTENCES REQUISES

Commercial et persuasif

La concurrence est vive entre les laboratoires pharmaceutiques : des millions sont en jeu. Les meilleurs atouts du visiteur médical restent son aptitude à argumenter et ses qualités relationnelles. Sans pour autant passer en force ou inciter outre mesure. Tenace, dynamique, il sait prendre des initiatives et faire preuve de rigueur et de méthode dans ses présentations aux médecins. Une bonne résistance physique et nerveuse s'impose.

Du goût pour les sciences

Les médicaments ne sont pas tout à fait des produits comme les autres. Son intérêt pour les produits à caractère scientifique et médical doit rester constamment en éveil. Ce qui implique de se former tout au long de sa vie professionnelle pour rester crédible auprès des professionnels de santé. La fameuse AMM (autorisation de mise sur le marché), il connaît bien...

EMPLOI ET SECTEUR D'ACTIVITÉ

Salaire

Salaire du débutant

A partir de 1840 euros brut par mois, hors primes

Intégrer le marché du travail

Une profession en perte de vitesse

On compte 12 000 visiteurs médicaux. Une profession jeune, puisque 70 % d'entre eux ont moins de 50 ans. Cependant, avec les nombreux plans sociaux dans les laboratoires, et la diminution du nombre de médecins généralistes, les effectifs sont en diminution depuis quelques années.

Des bassins d'emploi

La situation de l'emploi présente de fortes disparités régionales. Les laboratoires sont surtout concentrés en Ile-de-France (15 % des emplois), Rhône-Alpes, Côte d'Azur, le Centre et la Haute-Normandie. Il est plus facile de débiter en région parisienne et dans le Nord de la France que dans le Sud.

Une fonction tremplin

Après quelques années, un professionnel peut devenir délégué auprès des médecins spécialistes à l'hôpital. Il peut aussi gravir les échelons et devenir directeur régional pour encadrer une équipe de visiteurs médicaux ou encore évoluer dans l'entreprise vers le marketing ou la publicité.

OÙ L'EXERCER

Des horaires chargés

Le visiteur médical voit en moyenne 5 à 6 clients par jour, à leur cabinet, à leur officine ou à l'hôpital, selon le cas.

Son carnet de rendez-vous est donc souvent chargé. Ses horaires sont irréguliers, car il doit s'adapter aux contraintes horaires des praticiens. Sans oublier le temps passé dans les salles d'attente.

Une grande autonomie

Responsable d'un secteur géographique, il passe beaucoup de temps à sillonner les routes. Un avantage : il travaille seul et gère lui-même sa tournée. Ses interlocuteurs ? Médecins, chirurgiens-dentistes, vétérinaires, praticiens hospitaliers, mais aussi pharmaciens d'officine pour les produits délivrés sans ordonnance. Il peut se spécialiser dans un secteur médical.

La course aux résultats

Comme tout commercial, il est soumis à une très forte pression : mise en concurrence permanente et course aux résultats. Le plus souvent salarié d'un laboratoire pharmaceutique, il travaille parfois pour une société prestataire de services. Il est alors « multicarte ».

LES ÉTUDES

L'accès à la profession est réglementé. Deux voies de formation possibles : des licences professionnelles en 1 an, accessibles après un bac + 2 ou une formation de 9 à 12 mois, reconnue au RNCP, également proposée après un bac + 2 par des organismes habilités. Le titulaire peut alors obtenir sa carte professionnelle. Celle-ci est délivrée par le CPNVM à la demande de l'employeur lors de la première embauche, et renouvelée chaque année à l'initiative de l'entreprise. Autre parcours possible : exercer en tant que Délégué pharmaceutique pendant 3 ans, avant d'obtenir le titre de Visiteur médical par la VAE.

Bac + 3	Durée standard	En France
Licence pro mention métiers de la promotion des produits de santé	1 an	Dans 2 établissements

Sources : Onisep 07.2025 ©francescoridolfi-stock.adobe.com