

LA VENTE EN LIGNE DE PRODUITS DE SANTÉ ET DE BIEN-ÊTRE DÉCOLLE

L'observatoire des e-pharmacies et e-parapharmacies que vient de publier Les Échos Études fournit tous les chiffres pour décrypter la nouvelle dynamique du e-commerce des produits de santé et de bien-être et identifier les futurs territoires de croissance des distributeurs et laboratoires. Cette étude fournit également les clés pour anticiper l'évolution à venir du jeu concurrentiel grâce à un panel exclusif de 40 sites marchands leaders en audience en France passés au crible de 20 indicateurs clés (activité, offre, trafic, services, communication...).

CROISSANCE EN VUE !

Les ventes en ligne de produits de santé, c'est-à-dire de médicaments d'automédication et de produits de parapharmacie, se sont élevées à environ 650 millions d'euros en 2022 selon les estimations des Echos Etudes. A la faveur de l'accélération des pratiques digitales des consommateurs, ce marché est en forte progression depuis la crise sanitaire. Les ventes devraient continuer de progresser au cours des prochaines années, mais la configuration du marché évoluera peu. Il se concentre, en effet, à plus de 95 % sur les produits hors monopole, la part des ventes en ligne des médicaments de prescription médicale facultative reste très faiblement développée en France, ne dépassant pas 1 %.

L'OFFICINE RESTE EN RETARD

La croissance du e-commerce des produits de santé est aujourd'hui tirée par



les grands opérateurs du secteur, qu'ils soient pures players de la e-parapharmacie comme Easypara et Atida ou e-shops de pharmacies d'officine tels NewPharma et PharmaGDD. Les officinaux sont aujourd'hui peu enclins à se positionner sur le e-commerce de produits de santé et affichent ainsi un retard certain en la matière. Seuls 4 % d'entre eux ont déclaré une activité de vente en ligne de médicaments de prescription médicale facultative. Les contraintes qui dissuadent leurs initiatives de création d'un commerce en ligne sont nombreuses : complexité technologique et logistique, activité chronophage et coûteuse, nombreuses obligations réglementaires... Les coûts techniques et logistiques peuvent, en effet, rendre le e-commerce plus difficilement rentable que leur activité traditionnelle. Seules les officines de taille importante qui proposent une large gamme, du stock et des tarifs attractifs peuvent espérer atteindre un retour sur investissement. En conséquence, nombre de pharmaciens ont renoncé à développer ce canal de vente. Certains précurseurs, qui s'étaient lancés au milieu des années 2010, ont même décidé de fermer leur site. Mais les pharmaciens poursuivent

leur engagement sur la voie de la digitalisation : ils s'orientent vers la e-réservation de médicaments et de produits de parapharmacie, le scan d'ordonnance et le click & collect qui s'inscrivent dans une politique de services et de fidélisation de leur clientèle, tout en répondant à leurs attentes en matière d'amélioration de leur expérience en pharmacie.

LA VENTE EN LIGNE DE PRODUITS DE SANTÉ EN 3 CHIFFRES CLÉS

650 M€

Taille du marché de la vente en ligne de produits de santé en 2022

Entre 7 et 9 %

Fourchette de croissance estimée du marché de la vente en ligne de produits de santé en 2023

4%

Part des pharmacies françaises ayant déclaré une activité de vente en ligne de médicaments de prescription médicale facultative

Sources : Estimations Les Echos Etudes (chiffres 1 et 2) et CNOP (chiffre 3)



Sommaire de l'étude

Synthèse : 15 pages pour aller à l'essentiel

La dynamique du marché français de la vente en ligne

- Le cadre réglementaire des e-pharmacies en France
- Circuit officinal : un retard marqué en matière de digitalisation du point de vente et de e-commerce
- Chiffres clés des segments de marché adressés par le e-commerce et valorisation du marché
- La segmentation et la typologie des acteurs du e-commerce

La cartographie : 40 sites leaders passés au crible

- La méthodologie de l'observatoire exclusif Les Echos Etudes

- Le Top 25 des sites marchands (les pures players, les pharmacies d'officine et les marketplaces)
- Le Top 15 des sites d'enseignes de pharmacies

Les stratégies gagnantes de la vente en ligne de produits de santé

- Sites leaders en audience : KPI's et leviers de développement
- Les stratégies numériques des e-commerçants

À PROPOS DES ECHOS ÉTUDES

Les Echos Études est le pôle d'expertise sectorielle du Groupe Les Echos, spécialisé dans la réalisation d'études de marché, d'analyses concurrentielles et de diagnostics d'entreprises. Nous accompagnons depuis plus de 25 ans les acteurs publics et privés dans la compréhension de leurs marchés, leurs réflexions stratégiques et la vision prospective de leur métier.

VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR UN EXTRAIT DE L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :

Service Client : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : etudes@lesechos.fr

Service Presse : Charlotte Saiman tél. 01 87 39 76 35 ou par mail : csaiman@lesechos.fr

La reproduction de tout ou partie de ce communiqué, sur quelque support que ce soit, est autorisée sous réserve de l'ajout de façon claire et lisible de la source « Les Echos Etudes ».