

NOUVEAUTÉ



LE MARCHÉ DE LA PARAPHARMACIE OFF-LINE ET ON-LINE

Facteurs clés de succès et gisements de croissance
pour 2022-2025

Découvrez dans cette étude :

- ▶ Une valorisation exclusive du marché de la parapharmacie et de la e-parapharmacie et de sa dynamique de croissance
- ▶ L'effet accélérateur de la crise et de l'arrivée de nouveaux acteurs sur la croissance des ventes et la digitalisation du marché
- ▶ L'évolution des comportements de consommation et l'attrait pour la prévention et la santé au naturel
- ▶ Les stratégies et les ambitions des nombreux acteurs qui arrivent sur le marché



MARKET SIZING

Une valorisation
exclusive des ventes
de produits
de parapharmacie
en magasin et en ligne

LesEchos

ÉTUDES

LA PARAPHARMACIE NE CONNAIT PAS LA CRISE



Elodie Bervily-Itasse

Directrice Editoriale



@ElodieBervily

La crise sanitaire a entraîné l'explosion de la vente en ligne de produits de parapharmacie qui a ainsi gagné plusieurs années de croissance en 2020. La dynamique et les perspectives prometteuses de ce marché attirent de nouveaux acteurs aux origines variées : plates-formes européennes (Zur Rose/DocMorris, Médi-Market, Pharmasimple, Newpharma, Shop Apotheke, PharmaMarket...), e-pharmacies d'enseignes physiques (Pharmacie Lafayette, Powersanté/Boticinal ...) qui viennent concurrencer les pure players nationaux aux positions bien établies (SantéDiscount, easyparapharmacie...). Les géants du e-commerce, Amazon en tête, ne sont pas en reste développent leur offre. La course à la taille critique est désormais lancée et le marché va se concentrer.

Du côté de la distribution physique de produits de parapharmacie, qui représente encore l'essentiel du marché, la crise a également accéléré la croissance, aussi bien à l'officine que dans les réseaux dédiés (chaînes de parapharmacie et espaces para de la grande distribution).

Par l'ampleur de son maillage territorial et la confiance que lui accordent les clients, l'officine reste leader. Les pharmaciens ont massivement investi le marché via les marques propres, la place croissante des enseignes positionnées sur la parapharmacie et le développement du e-commerce. Mais force est de constater que le circuit n'a pas totalement fait sa révolution digitale... Les chaînes spécialisées, de leur côté, devraient retrouver de la vigueur avec l'apparition de nouveaux acteurs aux ambitions fortes : opérateurs étrangers, grossistes-répartiteurs et même officinaux !

Une étude réalisée en partenariat avec 



DONNEES DE PANEL

Un partenariat exclusif avec Gers Data pour les données détaillées de ventes de produits de parapharmacie à l'officine



INTERVIEWS

Des entretiens avec des acteurs clés du marché pour récolter de la data et enrichir nos analyses de la réalité du terrain



BUSINESS CASES

Des analyses d'entreprises et d'initiatives qui illustrent le positionnement et les stratégies des différents acteurs



Plan de l'étude

Aller à l'essentiel : synthèse de l'étude et enseignements clés

01. La dynamique du marché français de la parapharmacie

Taille du réseau des points de vente physiques et cartographie des sites de vente en ligne en 2021

Valorisation exclusive du marché français des produits de parapharmacie off-line et on-line et impact de la crise sur les ventes

Analyse par segments : des évolutions contrastées à l'officine

02. Consommation : des comportements nouveaux depuis la crise sanitaire

Un consommateur expert, en quête de transparence

Un attrait croissant pour la prévention, la santé au naturel et une sensibilité prix renforcée

03. Distribution multicanale : parts de marché et chiffres clé par circuit

L'officine : le circuit renforce ses positions grâce aux stratégies offensives de quelques enseignes

E-commerce : en plein boom grâce à la crise du Covid

Grande distribution alimentaire : un circuit en chute libre

Chaînes de parapharmacies et indépendants : un bilan en demi-teinte

04. Stratégies des principaux distributeurs

Les pharmacies, leaders du marché en off-line mais un retard certain en matière de e-commerce

La vente en ligne : un circuit qui monte en puissance et qui se concentre

La grande distribution : le multicanal comme facteur clé de succès de demain ?

Les chaînes de parapharmacies : de nouveaux acteurs à la manœuvre

L'offensive d'acteurs européens sur le marché français du off et on-line : quelles perspectives ?

L'expérience client, le positionnement prix et l'efficacité logistique : au cœur des stratégies digitales

Côté fabricants, les DNVB cassent les codes en matière de e-commerce



PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

Acteurs étudiés

- Points de vente physique : espaces parapharmacie des officines, réseaux de parapharmacies de la grande distribution, chaînes de parapharmacies, magasins indépendants
- E-commerce : sites de vente en ligne de produits de parapharmacie

Produits et services analysés

- Produits de santé hors monopole
- Services off-line et on-line



QUI SOMMES-NOUS ?

Depuis plus de 30 ans, **Les Echos Etudes** aide les décideurs à anticiper les tendances de leur marché et capter de nouvelles opportunités d'affaires.

Tendances émergentes, scénarios prospectifs, valorisation de marchés, data inédites : nos études vous permettent de prendre un temps d'avance !

Découvrez, également, nos offres sur-mesure pour :

- vous accompagner dans la mise en œuvre de votre plan stratégique : estimation de potentiel, positionnement d'offre, insights consommateurs...
- valoriser votre expertise et répondre à vos enjeux de communication grâce à nos baromètres et études co-brandées.

CES ETUDES POURRAIENT ÉGALEMENT VOUS INTÉRESSER :

- ▶ **Le marché français de la phytothérapie.** Quelles stratégies gagnantes pour capter la croissance du marché de la santé au naturel à l'horizon 2025 ?
- ▶ **Le marché français de l'aromathérapie.** Le nouvel eldorado de la santé au naturel.
- ▶ **Les nouveaux défis de la pharmacie d'officine.** Impact de la crise de la Covid-19, nouveaux services pharmaceutiques, transformation numérique et montée en puissance des enseignes.

Bon de commande

Le marché de la parapharmacie off-line et on-line

Version PDF

- Pour 1 utilisateur*
2 950 € HT - 3 112,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs*
3 835 € HT - 4 045,93 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs*
4 425 € HT - 4 668,38 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs*, nous contacter

Version papier

- 2 950 € HT - 3 112,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 295 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Nombre d'exemplaires :

Option présentation orale de l'étude par l'expert auprès de vos équipes.

- Pour une présentation personnalisée, nous vous proposons un accompagnement sur-mesure.

Contactez nous au 01.49.53.63.00
Email : etudes@lesechos.fr

Coordonnées de l'utilisateur final

(Si plusieurs utilisateurs, nous communiquer leurs coordonnées accompagnées de ce bon de commande)

Nom : Prénom :

Fonction : Société :

Adresse :

Tél. : E-mail :

Facturation

Société :

Adresse :

Contact :

Règlement

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47 Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date :/...../..... Signature :

* L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective. En complétant ce formulaire, j'accepte les conditions générales de ventes et d'utilisation qui sont disponibles sur le site www.lesechos-etudes.fr.