

2^E ÉDITION

L'Observatoire des enseignes de pharmacies

Services, MDD, approche phygitale, marketing relationnel, nouveaux espaces de vente... : les facteurs clés de succès du retail sont-ils suivis et applicables aux enseignes de pharmacies ?

#1

La réalité économique des enseignes et le degré de maturité des concepts en 2020

#2

Le positionnement des enseignes selon la taille des réseaux, les zones de chalandise investies, les volumes et la segmentation de leurs activités...

#3

La capacité d'adaptation des enseignes aux tendances de consommation et aux concepts gagnants de la distribution spécialisée

#4

15 portraits détaillés d'enseignes de pharmacies : chiffres clés, actualités et axes de différenciation

Observatoire réalisé en partenariat avec le GIE GERS et La Pharmacie Digitale





ÉDITO

COMMENT LES ENSEIGNES TRANSFORMENT-ELLES LE RÉSEAU OFFICINAL ?

Un paysage fragmenté, mais des concepts de plus en plus affirmés

27 réseaux revendiquent actuellement un positionnement d'enseigne. Si la plupart des concepts proposés ne sont pas encore arrivés au stade de maturité, trois positionnements s'affirment d'ores et déjà :

- Les méga-pharmacies, dont les officines membres dégagent en moyenne plus de 5 M€ de chiffre d'affaires annuel, positionnées sur le « smart low cost » et développant une offre large sur le hors monopole, la beauté et le bien-être : Pharmabest, Pharmacies Lafayette, Elsie Santé, Boticinal, Apothical et Monge Pharmacie,
- Les enseignes voulant rester compétitives sur la parapharmacie, valoriser le service et la dispensation pharmaceutique, tout en répondant aux nouvelles tendances de consommation : Médiprix et Aprium Pharmacie,
- La spécialisation dans les médecines naturelles et les produits de santé/beauté bio : Anton & Willem, Well & Well, et Pharm O' Naturel.

Les défis à relever : l'engagement client et la valorisation de la marque « enseigne »

Les enseignes de pharmacies doivent relever trois grands défis :

- Anticiper les attentes des patients/consommateurs selon les zones de chalandise et les spécificités des territoires : adaptation des services, traçabilité des produits et réponse aux aspirations de naturalité, expérience client online/offline sans couture...
- Accompagner les adhérents vers le e-commerce et les préparer aux risques de désintermédiation sur les activités hors monopole,
- Créer de véritables territoires de marque, par des concepts forts et différenciants, le développement des MDD, la fidélisation des clients, la personnalisation des services...

CRÉÉ EN 2017 PAR LES ECHOS ÉTUDES, L'OBSERVATOIRE DES ENSEIGNES DE PHARMACIES :

- > Mesure le poids des enseignes au sein du secteur officinal
- > Décrypte leurs stratégies d'expansion et de recrutement de nouveaux adhérents
- > Cartographie leur positionnement concurrentiel
- > Analyse chaque réseau revendiquant un positionnement d'enseigne, à travers une présentation synthétique de ses chiffres clés, de son identité et de ses orientations stratégiques

MÉTHODOLOGIE

- > 10 entretiens approfondis menés auprès de dirigeants d'enseignes
- > Analyse typologique des enseignes de pharmacies à partir des données de marché traitées par GERS DATA
- > Veille approfondie de l'actualité, des performances et des stratégies des enseignes

3 CHIFFRES À CONNAÎTRE

On dénombre **27** réseaux de pharmaciens revendiquant un concept d'enseigne.

Ces réseaux représentent **20 à 25 %** des pharmacies d'officine en 2020.

Le CA cumulé de leurs adhérents représente environ **30 %** de l'activité globale du réseau officinal.

Source : Les Echos Etudes

Les contributrices à l'Observatoire

Hélène Decourteix, associée fondatrice de la société de conseil La Pharmacie Digitale

Florence Thesmar, consultante senior spécialiste en économie de la santé

Notre partenaire : GIE GERS

Le GIE GERS est un Groupement d'Intérêt Economique au mode de gouvernance unique, créé par les entreprises de l'industrie pharmaceutique. Depuis plus de 40 ans, le GERS accompagne ses adhérents dans l'analyse des marchés et le pilotage de la performance. Il collecte les données de ventes réalisées sur le territoire français de façon exhaustive, en ville et à l'hôpital, sur les ventes des Produits de santé dans un but d'analyse, de conseil et de prise de décision auprès des parties prenantes du marché. Il est un tiers de confiance entre entreprises et pouvoirs publics, est l'acteur du suivi de la politique du médicament et la référence dans l'accord cadre LEEM/CEPS.

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

01 Les enseignements clés de l'étude

Ce qui définit une enseigne de pharmacies en 2020

Les promesses de transformation du réseau officinal et du métier de pharmacien d'officine

Palmarès, mapping concurrentiel et analyse du poids économique des enseignes

02 La réalité économique des enseignes de pharmacies en 2020

A quels enjeux répond le développement des enseignes de pharmacies ?

Le poids économique et le palmarès des enseignes de pharmacies

Les 5 positionnements des enseignes et leur poids respectif au sein du réseau officinal

La poussée des enseignes de méga-pharmacies

03 La réponse des enseignes aux 6 grandes tendances du retail et de la consommation

Les facteurs de succès de la distribution spécialisée sont-ils suivis et applicables aux enseignes de pharmacies ?

- > L'espace de vente comme lieu de vie
- > Offline et online : le parcours client « sans couture »
- > Les aspirations à la naturalité et au respect de l'environnement
- > La transparence et l'information des consommateurs
- > Le testing produit
- > La personnalisation des services et le DIY

Les réponses apportées par les chaînes de pharmacies anglo-saxonnes : benchmark des enseignes françaises avec Walmart Pharmacy, CVS Pharmacy et Boots Pharmacy

- > Comment ces chaînes s'adaptent-elles à la révolution du e-commerce et aux nouvelles organisations des soins primaires ?
- > En quoi sont-elles des sources d'inspiration pour les enseignes françaises ?

04 15 portraits détaillés d'enseignes de pharmacies : chiffres clés, orientations stratégiques et projets de développement



- | | | | |
|--------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------|
| • Alphega | • Boticinal | • Ma Pharmacie Référence | • Pharmacie Lafayette |
| • Anton & Willem | • Elsie Santé | • Médiprix | • Univers Pharmacie |
| • Apothical | • Giphar | • Pharmabest | • Well & Well |
| • Aprium Pharmacie | • Hello Pharmacie | • Pharmactiv | |

PÔLE PHARMACIE-SANTÉ des Echos Etudes

Smart Healthy Cities, Mars 2020

La santé à l'heure des territoires numériques, de l'intelligence artificielle et du Big Data

Thérapies numériques : vers une nouvelle catégorie de produits de santé ?, Février 2020

DTx, thérapies numériques, digiceutiques : que recouvrent ces solutions qui visent à combiner le meilleur du numérique et du médical pour offrir un nouveau mode de prise en charge ?

Les stratégies des GAFAM et des BigTech dans la santé, Décembre 2019

IA, IoT, MedTech, EHR, robotique, e-commerce : comment ces nouveaux acteurs envisagent-ils de révolutionner l'organisation et le financement des soins ?

Patient-Centric Approach and beyond-the-pill Strategy, Décembre 2019

Deliver real value: The time is now to move forward

Vous souhaitez disposer sur ce sujet d'une étude ad'hoc ou d'une analyse personnalisée ?

Une présentation orale des résultats de cette étude auprès de vos équipes ?

Contactez notre Service Clients :

Tél : 01 49 53 63 00 - Email : etudes@lesechos.fr

NOTRE OBSERVATOIRE DES ENSEIGNES DE PHARMACIES

- ✔ E-newsletter mensuelle sur l'actualité des enseignes de pharmacies
- ✔ Une interview chaque mois d'un dirigeant d'enseigne, d'un expert du retail et du e-commerce
- ✔ Des études multiclients réalisées chaque année sur la transformation du réseau officinal : économie de l'officine et évolutions du métier de pharmacien, développement des services pharmaceutiques, transformation numérique de l'officine, e-pharmacies...



LES OBSERVATOIRES
DES ECHOS ETUDES

COMMANDE DE L'ÉTUDE L'OBSERVATOIRE DES ENSEIGNES DE PHARMACIES

Version PDF

- Pour 1 utilisateur
3 150 € HT - 3 323,25 € TTC (TVA à 5,5%)*
- De 2 à 5 utilisateurs
4 095 € HT - 4 320,23 € TTC (TVA à 5,5%)*
- De 6 à 10 utilisateurs
4 725 € HT - 4 984,88 € TTC (TVA à 5,5%)*
- Plus de 10 utilisateurs* : Nous contacter

Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour
315 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.
Nombre d'exemplaires : _____

*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.

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 : _____

Version papier

- 3 150€ HT - 3 323,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible seulement avec l'achat de l'étude

Code mailing : A102INTEI

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 :

LesEchos
ÉTUDES

Service Clients - 10 boulevard de Grenelle - CS 10817 - 75738 Paris Cedex 15
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR