

## Parapharmacie

# Les tendances du marché favorables à l'officine

Le marché des produits de parapharmacie continue à se transformer sous l'effet de la digitalisation. Face à l'offensive de la grande distribution sur la vente en ligne de ce segment, les pharmaciens investissent la Toile, développent les marques propres et choisissent des positionnements tranchés.

● Premier marché attaqué et gagné par Leclerc à la fin des années 1980, la parapharmacie reste un segment stratégique disputé par des acteurs variés. Malgré tout, l'officine détient 76 % des parts d'un marché qui s'élève à 4,4 milliards d'euros en 2015, soit un chiffre d'affaires de 3,35 milliards d'euros (9,6 % du chiffre d'affaires officinal). Les grandes et moyennes surfaces (GMS) occupent 14,7 % des parts de marché avec 660 millions d'euros de chiffre d'affaires, dont la moitié pour les seules parapharmacies Leclerc. Les chaînes de parapharmacie et les parapharmacies indépendantes représentent 5,2 % des parts de marché, et la vente en ligne 4,1 %.

### Jeu concurrentiel

Les pharmaciens veulent regagner du terrain. Confrontés à un recul durable des ventes de médicaments, ils ont besoin de nouveaux relais de croissance qui ne seront pas affectés par les mesures de régulation économique. D'après l'enquête\* menée par Les Échos Études et parue en décembre, « l'officine investit massivement le marché des produits de parapharmacie via le développement de marques propres aux prix compétitifs » et les enseignes de pharmacie se positionnent de plus en plus « sur les prix bas ou le bien-être ». De plus, les officinaux renforcent leur position sur Internet. Un passage obligé pour faire face aux GMS qui développent leur offre de parapharmacie aussi bien dans leur parc de magasins que sur la Toile, Leclerc et Carrefour en tête. Les pharmaciens gardent l'avantage de pouvoir



Les comportements d'achat évoluent en faveur du circuit officinal

vendre à la fois des références de parapharmacie et des médicaments à prescription médicale facultative (PMF). Une combinaison que Les Échos Études jugent comme « l'un des moteurs de la croissance du réseau officinal ».

Rien n'est pour autant gagné sur le moyen terme, la dynamique des GMS étant fortement motivée par l'espoir d'une future évolution réglementaire libéralisant le marché de l'automédication. Leclerc n'a pas caché cette conviction lorsqu'il a lancé son site le 10 mai dernier. Néanmoins, Les Échos Études sont optimistes : « Le leadership de l'officine sur ce marché laisse présager une bonne résistance du réseau sur celui de l'automédication en cas de levée du monopole. » Par ailleurs, la concurrence passe aussi par « les pure players de la vente en ligne (Amazon, Atrium Santé racheté par Parashop en mai 2016, easyparapharmacie, Santé Discount qui a repris Comptoir Santé en 2016) qui élargissent leur offre ». Ce n'est pas tout, soulignent Les Échos Études, car il faut aussi « compter sur l'arrivée sur le marché français des spécialistes de la vente en ligne de médicaments et de produits de parapharmacie d'Europe du Nord au catalogue large et à la politique de prix agressive tels Neupharma, VitaZita/Farmaline, shop-pharmacie et PharmaSimple ». Pour le cabinet d'études, ce « développement tous azimuts de la e-parapharmacie risque bien de bouleverser le jeu concurrentiel en place ». Et l'acteur le plus menacé n'est pas l'officine, mais la parapharmacie (indépendante ou en chaîne), en perte de vitesse.

Hors officine, la parapharmacie bénéficie de 860 points de vente physique dont les trois-quarts sont détenus par les GMS. Sur Internet, 600 sites sont répertoriés, dont 500 sont issus de l'officine et 356 autorisés à vendre des médicaments. Mais « seules les officines de taille importante pouvant proposer une large gamme, du stock et des tarifs attractifs réussissent sur Internet ». Les plus gros peuvent réaliser jusqu'à 1,5 million d'euros de chiffre d'affaires annuel, avec 5 000 transactions par mois (en vente directe ou via une place de marché). Pour sortir son épingle du jeu, Les Échos Études recommandent au pharmacien de répondre aux besoins exprimés par les Français (offre de services comme la préparation d'ordonnance scannée et livraison à domicile) tout en jouant sur son atout majeur : le conseil officinal qui apporte « réassurance et caution médicale ». Ils rappellent la récente étude de Kantar Worldpanel pour le compte de la Fédération des entreprises de la beauté (FEBEA) qui conclut que « les comportements d'achat de produits d'hygiène et de beauté évoluent en faveur du circuit officinal », ce dernier bénéficiant de nouveaux acheteurs, d'une hausse du panier moyen et de la fréquence des achats.

● Mélanie Mazière

\* Parapharmacies et e-parapharmacies : enjeux et perspectives de la digitalisation du marché de la parapharmacie. Étude réalisée par Élodie Bervily-Itasse, expert du secteur santé et médico-social pour Les Échos Études.

## En bref

**Académie de pharmacie**  
Claude Vigneron,  
président



Le Pr Claude Vigneron est, depuis le 4 janvier et pour un an, le nouveau président de l'Académie nationale de pharmacie. Pharmacien et hématologue, cet ancien interne des hôpitaux de Nancy détient, entre autres titres et diplômes, celui de docteur d'État ès sciences pharmaceutiques et d'agrégé d'hématologie. Il a précédemment occupé les postes de vice-président de l'Académie, de doyen de la faculté de pharmacie de Nancy et de président de la Conférence des doyens des facultés de pharmacie. Ce pionnier de la formation continue est également membre correspondant de l'Académie nationale de médecine. « Depuis le 1<sup>er</sup> janvier, l'Académie (nationale de pharmacie, NDLR) n'est plus une association mais une personne morale de droit public à statut particulier placé sous la protection du président de la République, a-t-il rappelé lors de son discours d'intronisation. Je serai donc le premier président de cette nouvelle entité, ce que je considère bien entendu comme un honneur particulier mais aussi comme une obligation, une occasion ou une exigence à adapter l'Académie à notre temps. » Pour le nouveau président, l'académisme doit résolument rimer avec dynamisme.

**Zolpidem**  
Bientôt classé  
stupéfiant

Les médicaments à base de zolpidem (Stilnox et génériques) administrés par voie orale devront bientôt respecter une partie de la réglementation des stupéfiants : à savoir, prescription sur ordonnance sécurisée, nombre d'unités de prise indiqué en toutes lettres, pas de chevauchement de délivrance. En revanche, l'ordonnance comportant du zolpidem n'aura pas à être exécutée dans la limite des trois jours suivant sa date d'établissement. Cette décision a été prise en raison d'un risque de pharmacodépendance, d'abus et d'usage détourné. Ces nouvelles dispositions entreront en vigueur 90 jours après la publication de l'arrêté.

**Communication**  
L'Ordre passe  
au 2.0

Un nouveau dispositif de communication avec les pharmaciens, plus interactif et plus réactif, a été mis en œuvre au début de l'année par l'Ordre national qui utilise désormais Twitter, son site et, dès mai prochain, une application mobile, pour diffuser en continu les informations professionnelles. Les pharmaciens sont incités à abonder le flux par leur témoignage et par leur retour d'expérience sur [dircom@ordre.pharmacien.fr](mailto:dircom@ordre.pharmacien.fr). Enfin, la lettre mensuelle électronique devient bimensuelle, et ce dès le 15 janvier.

## Produit par l'armée à Florence

### Du cannabis dans des officines italiennes

Par décret ministériel, signé en 2015, les pharmacies italiennes peuvent vendre du cannabis produit dans les laboratoires militaires de Florence. Une décision importante selon de nombreux médecins partisans des thérapies antidouleurs à base de cannabis.

● Depuis le 1<sup>er</sup> janvier, le cannabis cultivé à Florence dans l'Établissement chimique pharmaceutique de l'armée italienne est commercialisé dans les pharmacies. Selon la direction du centre de production, quelque 2 400 spécialités seront ainsi expédiées dans les officines autorisées à vendre du cannabis italien d'ici à la fin du mois de février.

Un événement important qui met un point final à des années de polémiques. Pour les médecins qui défendent l'utilisation du cannabis, il s'agit d'une victoire importante. Pour les partisans de la tolérance zéro, dans un pays où la consommation et la culture pour usage personnel de marijuana sont encore passibles d'une amende et d'une peine de prison, c'est en revanche une défaite cuisante. « Cette plante utilisée en toute illégalité depuis des décennies pour calmer des douleurs, apaiser des spasmes et réduire les nausées, sera vendue pour soigner l'anxiété, l'insomnie et les effets colla-

téraux de la chimiothérapie et les contractures musculaires dues à la sclérose en plaques », explique le Dr Paolo Pagano, titulaire d'une officine situé dans le centre de Rome.

Selon les directives du ministère de la Santé, le coût du gramme de cannabis *made in Italie* sera pour le patient d'une quinzaine d'euros. Les officines autorisées par le ministère de la Santé, recevront des flacons dans une boîte scellée. Elles devront transcrire la quantité de la livraison sur un registre spécial selon la loi italienne sur la vente de stupéfiants en pharmacie. Chaque patient devra présenter une ordonnance pour obtenir la quantité de cannabis prescrite par son médecin traitant. Compte tenu des besoins des patients selon une étude prévisionnelle effectuée par le ministère de la Santé, l'Établissement chimique pharmaceutique militaire de Florence, le seul producteur et fournisseur autorisé en Italie, devra en produire quelque 100 à 120 kg en 2017. « Nous voulons tripler le volume de production d'ici à 2018 et atteindre les 300 kg par an afin de répondre à la demande des patients en Italie », confie le colonel Antonio Medica, directeur du centre de production militaire de Florence. Pour l'heure, un seul type de cannabis est produit dans les laboratoires militaires, le « FM2 », avec une concentration moyenne en THC de 5 à 8 % et un taux de CBD de 7,5 à 12 %. ● Ariel F. Dumont

La réponse du comité d'experts

Question

« Un bébé de 4 mois présente des oxyures. Que penser de la prescription suivante ? Fluvermal : 1/2 c à J1 et 1/2 c à J2. »

Réponse

« La prescription de flubendazole est possible : il n'est pas contre-indiqué à cet âge et, de toute façon, il agit sur les oxyures eux-mêmes et eux seuls, dans la lumière intestinale, sans passer dans le sang de façon significative. Ce schéma posologique n'est pas conforme à celui du RCP, qui préconise, s'agissant d'une oxyurose, un traitement à J1 pour éliminer les parasites présents, puis une nouvelle administration 2 à 3 semaines plus tard pour couper court à une éventuelle réinfestation par des oeufs (restés sous les ongles, par exemple). À noter que l'entourage devrait être traité également. »  
Dr Catherine Dejean, pour le Comité d'Experts

À noter : les réponses apportées n'engagent que leurs auteurs. Elles ont vocation à éclairer le lecteur mais n'ont aucun caractère opposable dans l'éventualité d'une démarche juridique

Interrogez nos experts sur :  
[www.lequotidiendupharmacien.fr](http://www.lequotidiendupharmacien.fr)