



La dynamique des e-pharmacies en France et en Europe

Pure players de la e-pharmacie, généralistes du e-commerce et enseignes de pharmacies :
quelles sont leurs stratégies pour développer la vente en ligne de médicaments
et autres produits de santé ?

Une étude pour

#1

Identifier

les acteurs européens et français qui investissent le e-commerce des médicaments et des autres produits de santé

#2

Comprendre

leurs stratégies de développement, leurs modèles économiques et les évolutions technologiques de leurs plates-formes

#3

Appréhender

la vente en ligne comme un levier de croissance et de différenciation pour les pharmaciens d'officine indépendants

#4

Anticiper, à l'heure

de la Covid-19, les nouvelles tendances de consommation et les perspectives du e-commerce dans la distribution des produits de santé

En partenariat avec



WWW.LESECHOS-ETUDES.FR



ÉDITO

LA VENTE EN LIGNE DE MÉDICAMENTS, DISPOSITIFS MÉDICAUX ET PRODUITS HORS MONOPOLE : UNE NOUVELLE DONNE POUR LES PHARMACIENS ET LES PATIENTS ?

Les e-pharmacies : un paysage concurrentiel et hétérogène

Depuis une dizaine d'années, la vente en ligne de produits de santé attire un nombre croissant d'acteurs, aux profils hétérogènes : plates-formes d'envergure européenne, pour la plupart d'origine belge, suisse et néerlandaise (Newpharma, Zur Rose, Shop Apotheke, PharmaMarket, Médi-Market, Pharmasimple...), e-pharmacies créées par des pharmaciens indépendants (pharma-gdd, lasante.net en France...) ou adossées à des enseignes de pharmacies (powersanté de Boticinal ou pharmacielifayette.com par exemple). Un secteur de plus en plus concurrentiel sur lequel lorgnent les géants du e-commerce. Comme Amazon, dont les ambitions sur le marché du médicament sont toutefois freinées par des réglementations européennes diverses, plus ou moins favorables aux pharmacies en ligne.

Notre étude dresse une cartographie précise des acteurs qui investissent le canal du e-commerce, tant en France qu'au niveau européen. Elle analyse leurs stratégies de croissance et leur modèle économique (mix produit, services de e-santé associés, approche multicanal, alliances et opérations de croissance externe).

L'épidémie de covid-19 : un accélérateur de la vente en ligne et de ses services associés

2020 est une année d'accélération exceptionnelle de la vente en ligne, notamment en France. Entre janvier et juillet 2020, le e-commerce a vu ses ventes progresser dans l'Hexagone de près de 25 % par rapport à l'année dernière. L'univers Hygiène-Santé-Beauté est l'un de ceux qui progresse le plus (+ 123 % en avril et + 86 % en mai dernier), alors même que les pharmacies physiques sont restées ouvertes pendant le confinement. Signe que cette crise accélère des tendances profondes de consommation. Une distribution omnicanale devient un atout et répond à de réels besoins dans certaines circonstances et pour certains patients.

Notre étude analyse en quoi la crise sanitaire va accélérer les usages numériques dans la santé et favoriser le recours aux e-pharmacies.

Le retard français : deux visions de la pharmacie s'opposent

En France, les vifs débats autour de l'article 34 de la loi ASAP illustrent l'opposition entre deux visions de la pharmacie. L'assouplissement des conditions réglementaires de la vente en ligne revient à donner une marge de liberté à certains pharmaciens et à certaines enseignes qui souhaitent développer cette activité, et ce à une échelle encore impossible sur notre territoire. Ce serait donc permettre aux e-pharmacies françaises de changer de taille et d'entrer dans l'ère de l'omnicanal. Mais est-ce encore envisageable, face au retard accumulé par le réseau officinal français et aux fortes réticences des instances ordinales et syndicales ?

Notre étude analyse les défis et les conditions à réunir pour favoriser le développement des e-pharmacies en France.

LES + DE L'ÉTUDE

- > **Une cartographie** des e-pharmacies présentes en Europe et en France.
- > **10 entretiens qualitatifs** menés auprès de e-pharmaciens, enseignes de pharmacies et industriels investissant dans la vente en ligne.
- > **Un benchmark** du parcours client sur 10 sites de e-commerce, à partir d'une grille d'une dizaine de critères.

LES AUTEURS

- > **Hélène Decourteix**, directrice de La Pharmacie Digitale, société de conseil spécialisée en e-santé qui intervient particulièrement sur la transformation numérique des organisations. Elle accompagne les partenaires de l'officine dans l'élaboration de leur stratégie numérique et la mise en place de services clients innovants.
- > **Hélène Charrondière**, directrice éditoriale du pôle Pharmacie-Santé des Echos Etudes, analyse les évolutions du secteur de la santé depuis 30 ans. Elle travaille plus spécifiquement sur la révolution numérique de ce secteur (IoT, télémédecine, Big data, intelligence artificielle, blockchain, e-pharmacies...) et son impact sur l'organisation des soins et la distribution des produits de santé.

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

Synthèse et enseignements clés de l'étude

Les perspectives des e-pharmacies en Europe et en France

Les axes stratégiques des e-pharmacies leaders

Les défis lancés aux pharmaciens indépendants, les conditions à réunir pour se lancer sur ce canal de distribution

01 E-pharmacies : état des lieux en Europe

Le cadre réglementaire européen et la diversité des réglementations nationales relatives à la vente en ligne des médicaments et des produits de santé hors monopole

Les chiffres clés du e-commerce et de la vente en ligne des produits de santé en 2019-2020

La part du e-commerce sur les marchés de la pharmacie (prescription et automédication) et des produits hors monopole

Les e-pharmacies et les places de marché leaders dans les principaux pays européens

Focus sur les initiatives d'Amazon

Les stratégies mises en place : mix produit, parcours clients, services de e-santé associés, approche multicanal, alliances et opérations de croissance externe

02 Les e-pharmacies françaises : un canal encore marginal

Les spécificités du cadre réglementaire français et les propositions d'assouplissement de la loi ASAP

Les raisons du « retard » français, les réticences des pharmaciens d'officine

La e-pharmacie à la française : les pure players et la e-réservation en pharmacie

La cartographie et les acteurs présents sur la vente en ligne de médicaments et de produits de santé en France

Les stratégies adoptées par les groupements et les enseignes de pharmacies

Les prestataires spécialisés : les éditeurs de solutions web, les logisticiens et les sociétés de coursiers partenaires des pharmaciens

03 Les défis du e-commerce et des e-pharmacies

Les conditions d'un modèle économique pérenne

La maîtrise des données et la personnalisation des offres

La qualité du parcours client/patient – Benchmark de 10 sites de e-commerce, réalisé à partir d'une grille d'une dizaine de critères

Les nouvelles technologies au service de l'expérience client, la révolution à venir du commerce vocal

04 Les impacts et les opportunités pour les laboratoires pharmaceutiques et les fabricants

Les enjeux d'image, de notoriété et de e-reputation

Les enjeux commerciaux et la maîtrise de leurs circuits et canaux de distribution

Le difficile équilibre entre pharmacies "physiques", e-pharmacies et sites en propre

Les enjeux clés de la logistique du e-commerce



Les principales e-pharmacies et les sites présentés dans l'étude

- Amazon
- Cocooncenter
- Easypharmacie
- Europa Apotheke
- Lasante.net
- Medi-Service
- Mycare.de
- Newpharma
- Pharmacielafrayette.com
- Pharma-gdd
- PharmaMarket
- Pharmarket
- Pharmsimple
- Powersanté (Boticinal)
- Santediscount
- Shop Apotheke
- Zur Rose Group (dont DocMorris, Doctipharma et PromoFarma)

PÔLE PHARMACIE-SANTÉ des Echos Etudes

Télémedecine et télésoin : la crise sanitaire ouvre de nouvelles perspectives, Décembre 2020
L'épidémie de Covid-19 va-t-elle durablement modifier les usages et les pratiques des patients et des professionnels de santé ?

La stratégie d'Amazon dans la santé, Novembre 2020
Vers un acteur de santé à part entière ?

Pharma 4.0 : transformation numérique de la production et de la supply chain, Octobre 2020
Comment moderniser la production et la supply chain d'une filière hautement réglementée ?
La crise va-t-elle accélérer la digitalisation de la chaîne pharmaceutique ?

La blockchain : quel potentiel dans le secteur de la santé ? Septembre 2020
Échanges des données de santé, optimisation des essais cliniques, traçabilité des produits et modernisation de la supply chain

L'observatoire des enseignes de pharmacies, Juin 2020
Services, MDD, approche phytigitale, marketing relationnel, nouveaux espaces de vente... :
les facteurs clés de succès du retail sont-ils suivis et appliqués ?

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 EXPERT



Hélène CHARRONDIÈRE

Directrice du pôle
Pharmacie-Santé

hcharrondiere@lesechos.fr

Tél. : 01 49 53 63 00

Retrouvez-la sur  

COMMANDE DE L'ÉTUDE LA DYNAMIQUE DES E-PHARMACIES EN FRANCE ET EN EUROPE

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

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 : _____

*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

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

- 2 950€ HT - 3 112,25 € 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 : A129INTEI

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