

Le marché français de la parapharmacie

Officines, grande distribution, enseignes spécialisées, vente en ligne :
quelle évolution du jeu concurrentiel à horizon 2020 ?

Une étude pour :

- Disposer des chiffres clés du réseau des parapharmacies
- Anticiper la transformation digitale du secteur
- Analyser l'offensive de la grande distribution emmenée par E.Leclerc
- Evaluer l'impact de la riposte du circuit officinal sur les positions concurrentielles
- Mesurer les ambitions des nouveaux entrants

L'étude de référence du circuit français des parapharmacies

Emmenée par E.Leclerc, la grande distribution investit massivement le marché de la parapharmacie

Le circuit des parapharmacies est tiré par les investissements de la grande distribution (E.Leclerc, Monoprix, Carrefour, Auchan, etc.) qui conquiert des parts de marché au détriment des chaînes spécialisées et des parapharmacies indépendantes. A tel point que les enseignes historiques ont disparu (Paraland-Beautéland, Euro Santé Beauté), exception faite de Paraphop. Le développement de la grande distribution sur le marché de la parapharmacie est d'autant plus ambitieux qu'il mêle une politique soutenue de croissance du parc de magasins et le passage à de nouveaux concepts plus attractifs dont les codes sont ceux de l'officine.

Un marché de plus en plus stratégique pour les pharmacies

Si les pharmacies restent leaders avec une part de marché d'environ 80 %, elles sont bien décidées à accroître leurs positions face à la grande distribution. Confrontés à un recul durable des ventes de médicaments remboursables, les pharmaciens doivent impérativement trouver de nouveaux relais de croissance en développant des marchés moins exposés aux mesures de régulation économique. L'officine investit ainsi massivement le marché des produits de parapharmacie via le développement de marques propres aux prix compétitifs et la place croissante des enseignes de pharmacies positionnées sur le hors-monopole.

Les nouveaux entrants risquent de bouleverser le jeu concurrentiel

Les chaînes de parfumeries cherchent à pénétrer le marché : Beauty Success se rapproche de Parashop et Séphora développe des corners de parapharmacie dans ses magasins en Espagne et n'exclut pas de faire de même en France. La révolution de la distribution de produits de parapharmacie est en marche...

La digitalisation du marché : un enjeu de taille

Le dynamisme de la vente en ligne de produits de parapharmacie suscite les convoitises des acteurs du secteur. Le développement de la vente en ligne combinant parapharmacie et automédication constitue à l'avenir l'un des moteurs de la croissance du réseau officinal. Les autres acteurs de la parapharmacie ne sont pas en reste : E.Leclerc a pénétré ce circuit en 2013 via des opérations de croissance externe et les pure players de la vente en ligne élargissent leur offre à la parapharmacie. Outre le développement du e-commerce, les acteurs traditionnels doivent digitaliser leurs points de vente pour en préserver la fréquentation. La parapharmacie ne restera pas à l'écart de la transformation digitale qui révolutionne le commerce de détail et les comportements d'achat des consommateurs.

Fiche technique de l'étude :

« Le marché français de la parapharmacie », à partir 2300 € HT - 130 pages – Décembre 2015

Pour en savoir plus sur l'étude : [cliquez ici](#)

Contacts

Elodie BERVILY-ITASSE

Tél : 01.49.53.89.26

ebervily@lesechos.fr

Relations presse Groupe Les Echos

Sarah KROICHVILI

Tél : 01.49.53.22.80

skroichvili@lesechos.fr

Qui sommes-nous ?

Les Echos Etudes est le pôle d'expertise sectorielle du groupe Les Echos.

Les Echos Etudes est le leader français des études sectorielles. Ses consultants publient chaque année une centaine d'études de marché. **Les secteurs couverts sont les suivants** : agroalimentaire, assurance, automobile, banque, biens de consommation, cosmétique, distribution, énergie, logistique, luxe, management, médico-social, pharmacie, tourisme, transport, sport. Chaque consultant est spécialisé par secteur.

Retrouver l'ensemble de nos études sur notre site Internet (www.lesechos-etudes.fr) et notre application mobile (www.m.lesechos-etudes.fr).