

SANTÉ ET BIEN-ÊTRE : L'ENGOUEMENT POUR LA PHYTOTHÉRAPIE S'ACCÉLÈRE



Quelles stratégies gagnantes pour capter la croissance du marché de la santé au naturel à l'horizon 2025 ?

Avec le succès des promesses santé et bien-être et l'avènement d'une offre 100 % personnalisée, le marché de la phytothérapie est en profonde mutation. Les experts des Echos Etudes décryptent les stratégies des nouveaux entrants qui font bouger les lignes de la phytothérapie et vous livrent leur pronostic chiffré de croissance du marché à l'horizon 2025. Cette étude analyse également l'impact de la crise du Covid-19 sur les ventes de produits de phytothérapie.

Médicaments et compléments alimentaires à base de plantes sont en plein boom

Le marché de la phytothérapie est en forte croissance. A l'officine, les ventes sont soutenues par la bonne dynamique des compléments alimentaires et de l'automédication à base de plantes. En croissance de 6 % à fin octobre 2020, le marché des compléments alimentaires génère

plus d'1 milliard d'euros de chiffre d'affaires annuel en pharmacie. Trois indications dominent largement le marché : la digestion, la gestion du stress et du sommeil et la vitalité. Depuis le confinement, ce sont les promesses immunité et voies respiratoires qui nourrissent la croissance du marché en pharmacie.

Nouvelles offres, nouvelles cibles, nouvelles promesses

Ce dynamisme attise les convoitises des laboratoires pharmaceutiques qui développent de nouveaux produits à base de plantes ou repositionnent leur offre d'automédication, seuls ou via des rachats (Sanofi, Pierre Fabre, Lehning, Biogaran, Ipsen, Genevrier...). Les spécialistes de la phytothérapie et des compléments alimentaires (Arkopharma, PiLeje, Havea Group, Forte Pharma...), de leur côté, élargissent leurs gammes, se positionnent sur des promesses santé très ciblées et développent une offre bio

et éco-responsable. Enfin, de nouveaux entrants cherchent à casser les codes du marché avec des offres personnalisables (Cuure, Epycure...) ou misent sur la traçabilité et la qualité de leurs ingrédients (Nutri&Co...).

L'officine creuse l'écart

Le marché français de la phytothérapie, caractérisé par une distribution multicanale, est dominé pour moitié par les pharmacies. Les ventes de produits de santé au naturel progressent rapidement dans ce circuit où le pharmacien joue pleinement son rôle de conseil et de prescripteur. La phytothérapie est désormais à la base de nouveaux concepts d'enseignes, à l'instar de Well & Well, d'Anton & Willem et de Pharm'O Naturel. Les autres distributeurs élargissent leur offre et cherchent à se différencier pour concurrencer la position dominante des pharmacies et leur prendre des parts de marché : magasins bio, parapharmacies, enseignes spécialisées sur la naturalité, sites de e-commerce généralistes ou pure-players de la phytothérapie on-line, grande distribution alimentaire... Tous veulent profiter du dynamisme de ce marché mais leurs performances sont très inégales.

Avec le succès des promesses santé et bien-être et l'avènement d'une offre 100 % personnalisée, le marché de la phytothérapie est en profonde mutation. Les experts des Echos Etudes décryptent les tendances structurantes de consommation qui font bouger les lignes de la phytothérapie et vous livrent leur pronostic chiffré de croissance du marché à l'horizon 2025.

43 %,

Part des Français consommant des compléments alimentaires et des produits de santé naturels pour renforcer leur immunité et leurs défenses naturelles (+ 3 points entre janvier et mai 2020).

Source : Synadiet-OpinionWay, juin 2020

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

01 La dynamique du marché français de la phytothérapie et des compléments alimentaires

La naturalité, un nouveau paradigme de consommation

Quels impacts de la crise sanitaire sur la consommation de produits de phytothérapie ?

Valorisation du marché de la phytothérapie et dynamique du marché par segment

- > Compléments alimentaires et médicaments OTC à base de plantes : des ventes en fortes croissances
- > Focus sur des autres segments porteurs : aromathérapie, algotherapie, apithérapie, probiotiques...

Exclusivité Les Echos Etudes : les perspectives croissance du marché à l'horizon 2025

02 Analyse du marché par circuits de distribution

Le circuit officinal : un marché où le pharmacien joue pleinement son rôle de conseil

- > Fortement légitime sur ce marché grâce à son rôle de prescripteur, la pharmacie truste la moitié des ventes et gagne des parts de marché
- > Spécialisation, expertise, développement de marques propres, merchandising dédié... : certaines enseignes de pharmacies ont pleinement pris le virage du naturel

Un marché très disputé chez les autres distributeurs : magasins bio, parapharmacies, e-commerce, grande distribution alimentaire...

- > Quelles offensives pour profiter de la manne de la phytothérapie et prendre des parts de marché à l'officine ?

03 Les forces en présence : un accroissement de l'intensité concurrentielle

Exclusivité Les Echos Etudes : un panel de 50 laboratoires et industriels

Benchmark des principaux acteurs présents sur le marché de la phytothérapie

Chaque acteur fait l'objet d'un business case présentant ses chiffres clés, son portefeuille de produits, sa stratégie de croissance et ses perspectives.

04 Les stratégies de croissance des fabricants

Élargissement des gammes et positionnement sur de nouvelles promesses santé ciblées

Enfants et jeunes adultes : des nouvelles cibles en conquête

Cap sur le bio et l'éco-responsabilité

Offres personnalisées, abonnement, box... : les nouveaux entrants cassent les codes



Élodie BERVILY-ITASSE

Directrice éditoriale
ebervily@lesechos.fr

"Depuis plus de 15 ans, je suis les évolutions du secteur de la santé et du bien-être à travers la réalisation de nombreuses études multiclients et ad'hoc, menées pour le compte d'industriels, d'opérateurs du secteur et des autorités de santé. Economiste et ingénieur de formation, je bénéficie d'une expertise solide dans l'analyse des modèles économiques et des résultats financiers des professionnels du secteur de la santé (EHPAD, cliniques, hôpitaux, laboratoires d'analyses médicales, cabinets dentaires, etc.)."

VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR UN EXTRAIT DE L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :

Service Client : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : etudes@lesechos.fr

Service Presse : Charlotte Saiman tél. 01 87 39 76 35 ou par mail : csaiman@lesechos.fr

La reproduction de tout ou partie de ce communiqué, sur quelque support que ce soit, est autorisée sous réserve de l'ajout de façon claire et lisible de la source « Les Echos Etudes ».

Les Echos

ÉTUDES