

Le marché de l'automédication à l'horizon 2019

Entre dérégulation et encadrement des marques : quelles perspectives pour les laboratoires ?

Le groupe Xerfi vient de publier la 6^e édition de son rapport sur le marché de l'automédication. Alors que le contexte réglementaire n'a jamais été aussi incertain, notre étude vous propose une analyse inédite du marché et du jeu concurrentiel selon deux scénarios : la dérégulation de la distribution vs l'encadrement renforcé des marques. Entre la percée des génériques et des alternatives non médicamenteuses, l'essor des marques ombrelles, le tournant du *selfcare* ou encore les menaces réglementaires, le rapport vous présente les stratégies des acteurs historiques et les perspectives du marché à l'horizon 2019. Un bilan des ventes sur 8 grands segments ainsi qu'un observatoire des performances de 100 sociétés du secteur vous sont également proposés.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour stimuler votre réflexion. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com

Avec le code étude 7CHE26

Alexandre Boulègue
Directeur Xerfi France

Le marché de l'automédication à l'horizon 2019

Entre dérégulation et encadrement des marques : quelles perspectives pour les laboratoires ?

Édition avril 2017
200 pages

Consolidation, dynamisation des marques et pari du *selfcare* seront-ils payants ?

La pénétration des génériques et le succès des alternatives non médicamenteuses font office de détonateurs sur le marché de l'automédication. Les acteurs historiques se repositionnent en conséquence à vitesse accélérée pour consolider et dynamiser leurs marques : extension des gammes, axe naturalité, segmentation des publics, marketing catégoriel, innovations d'usage ou encore relance de marques « endormies ». En s'inscrivant délibérément au sein du champ élargi du *selfcare* (compléments alimentaires, dispositifs médicaux), les marques OTC se sont ouvertes de réelles opportunités. Mais ces stratégies, qui fragilisent le monopole officinal, pourraient bien faire totalement basculer les conditions de marché. Plus que jamais, deux scénarios doivent être envisagés : celui d'une dérégulation de la distribution ou, inversement, celui d'un encadrement renforcé des marques. Dans ce contexte incertain, **quelles sont les menaces et opportunités pour les différents profils d'acteurs ? Et quelles sont les réelles perspectives de croissance du marché de l'automédication d'ici 2019 ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché, segment par segment, et notre scénario prévisionnel exclusif d'ici 2019**
Décryptage détaillé des déterminants du marché : pratique de l'automédication, effets périmètre (déremboursements), concurrence des dispositifs médicaux et des compléments alimentaires... Analyse des dynamiques en cours sur les 8 principaux segments de l'automédication et scénario exclusif sur l'évolution du marché à l'horizon 2019.
- **Le décryptage des enjeux et défis clés du marché**
L'anticipation des risques réglementaires, la défense des positions face aux génériques et aux MDD, le repositionnement au sein du marché élargi du *selfcare*, l'amélioration du dialogue avec les patients consommateurs, l'accompagnement de la professionnalisation du circuit officinal, l'essor du e-commerce.
- **Une grille d'analyse du jeu concurrentiel et notre vision sur les changements à moyen terme**
Panorama complet de la concurrence sur 28 segments de marché en 2017, décryptage des rapports de forces concurrentiels, présentation détaillée des leaders et analyse prospective du jeu concurrentiel (ensembles stratégiques, opportunités et menaces, etc.).

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Precepta vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du jeu concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

Xerfi vous propose son analyse ainsi que sa vision prospective du marché de l'automédication à l'horizon 2019. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte les comportements et interactions des différentes parties prenantes du marché (laboratoires, génériqueurs, pharmaciens, autorités publiques, patients consommateurs, médecins, organismes complémentaires) ainsi que la dynamique des marchés concurrents (compléments alimentaires, dispositifs médicaux...).

Table des matières et contenu de l'étude

LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention sur les grands facteurs de mutation en cours sur le marché de l'automédication. Notre analyse insiste ensuite sur les leviers de croissance ainsi que sur les facteurs clés de succès et les freins à lever pour concrétiser le potentiel du marché. Enfin, la synthèse vous aide à mieux appréhender le jeu concurrentiel et son évolution probable à moyen terme.

1. LES 7 ENJEUX ET DÉFIS CLÉS

- Anticiper les risques réglementaires
- Défendre ses positions face aux génériques et aux MDD
- Se repositionner au sein du marché élargi du *selfcare*
- Améliorer le dialogue avec les patients consommateurs
- Accompagner la professionnalisation du circuit officinal
- Composer avec l'essor du e-commerce
- Tirer parti de la fragmentation du secteur

2. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ DE L'AUTOMÉDICATION

1. L'ANALYSE DES DÉTERMINANTS DU MARCHÉ

- Le pouvoir d'achat des ménages
- La pratique de l'automédication
- L'environnement épidémiologique
- Les effets périmètre (déremboursements / délistages)
- Les mises sur le marché et la communication

2. LE MARCHÉ DE L'AUTOMÉDICATION

- Les spécificités du marché français étayées par des comparaisons européennes (2015)
- L'évolution des marchés OTX et OTC en prix publics (2008-2016)
- L'évolution des prix de l'OTC (2014-2016)

3. LES SEGMENTS THÉRAPEUTIQUES

- Décryptage de l'évolution des ventes des 8 principaux segments de l'automédication (2010-2016) : voies respiratoires, antalgie, voies digestives, dermatologie, circulation, vitamines et minéraux, antitabac, sédatifs et tranquillisants

- Dynamiques comparées des marchés concurrents dans les dispositifs médicaux et les compléments alimentaires

4. NOTRE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL À L'HORIZON 2019

- Les perspectives d'évolution des ventes

3. LE JEU CONCURRENTIEL

1. LES FORCES EN PRÉSENCE

- Les leaders mondiaux du marché en 2016
- Les leaders du marché en France et l'évolution de leurs positions (2012-2016)
- Les forces en présence par segment : principales marques de médicaments en concurrence sur 28 axes thérapeutiques

2. LE POSITIONNEMENT DES ACTEURS

- La typologie des acteurs : Big Pharma, géants de la grande conso, spécialistes de la santé grand public, laboratoires indépendants, spécialistes des médecines douces, génériqueurs, distributeurs
- Les portefeuilles d'activités dans et en dehors de l'automédication
- Les axes de spécialisation

3. LES FORCES CONCURRENTIELLES

- Les substituts : la pression des alternatives remboursables et non médicamenteuses par axe thérapeutique
- Les clients finaux : les critères de marque et de prix dans les comportements d'achat
- La distribution : les opportunités et menaces autour de l'officine, la typologie des groupements et les forces en présence dans le e-commerce
- Les nouveaux entrants : la pénétration des génériques conseil et des MDD
- Les pouvoirs publics : les impacts de la politique de santé sur les prix et sur la dynamique du marché
- La rivalité entre concurrents : la compétition sur le terrain des marques
- Les OCAM : les initiatives en lien avec l'automédication

LE JEU CONCURRENTIEL

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du jeu concurrentiel actuel sur le marché. Une multitude de profils d'acteurs y sont présents, parmi lesquels les Big Pharma, les laboratoires familiaux, les spécialistes des médecines douces, les génériqueurs, les multispécialistes des produits de grande consommation ou encore les intermédiaires de la distribution. La complexité des comportements d'achat et l'organisation de la distribution offrent des leviers multiples de différenciation ou de spécialisation pour les PME du secteur.

LES AXES DE DEVELOPPEMENT

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement des laboratoires OTC : intensification des efforts publicitaires, efforts en matière de R&D, réorganisations des gammes, relance de marques « endormies », redéploiement à l'international et les services différenciant, etc. En phase d'investissement et encore largement composé d'indépendants, le secteur constitue un terrain prolifique pour les opérations capitalistiques et de consolidation.

4. LES AXES DE RÉFLEXION STRATÉGIQUE

- L'innovation : efforts de R&D, axe naturalité, praticité d'usage, segmentation de publics, etc.
- Les marques ombrelles : extension de marques sur de nouvelles indications et de nouveaux champs du *selfcare*
- Les stratégies promotionnelles et de communication : structure et évolution des investissements en marketing et communication des laboratoires
- Les stratégies d'accompagnement et d'échange soutenues par les outils numériques
Étude de cas : Expanscience / Piasclédine
- Les stratégies d'internationalisation
Études de cas : Cooper / Vemedia, Pierre Fabre
- La croissance externe, le financement et les réorganisations en 2016-2017

5. LE JEU CONCURRENTIEL À MOYEN TERME

- Les scénarios concurrentiels : dérégulation de la distribution vs encadrement renforcé des stratégies de marques
- Les facteurs de risques et défis clés des différents ensembles stratégiques

4. LES INDICATEURS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de plus de 87 sociétés du secteur à travers les fiches synthétiques de chacune des entreprises (informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société) et des tableaux comparatifs selon 5 indicateurs clés. Les données présentées portent sur la période 2011-2015.

5. LES FICHES D'IDENTITÉ DES PRINCIPAUX ACTEURS

- | | |
|----------------------------|--------------------------------|
| • SANOFI | • RECKITT BENCKISER HEALTHCARE |
| • BOIRON | • GSK SANTÉ GRAND PUBLIC |
| • UPSA | • COOPER |
| • J&J SANTE BEAUTE | • MERCK MÉDICATION FAMILIALE |
| • PIERRE FABRE HEALTH CARE | |
| • BAYER HEALTHCARE | |

LES PRINCIPAUX GROUPES CITÉS DANS L'ÉTUDE

- | | | |
|----------------------|---------------------|----------------------|
| • ARKOPHARMA | • IPSEN | • PFIZER |
| • BAYER | • JOHNSON & JOHNSON | • PIERRE FABRE |
| • BIOCDEX | • LABCATAL | • PROCTER & GAMBLE |
| • BMS / UPSA | • LEHNING | • RECKITT BENCKISER |
| • BOIRON | • MAYOLY SPINDLER | • SANOFI |
| • BOUCHARA RECORDATI | • MELISANA | • SERVIER / BIOGARAN |
| • COOPER | • MERCK KGAA | • TEVA |
| • EXPANSCIENCE | • MYLAN / MEDA | • TONIPHARM |
| • GENEVRIER | • NOVARTIS / SANDOZ | • URGO |
| • GSK | • OMEGA PHARMA | • ZAMBON |

LES PRINCIPALES SOCIÉTÉS DONT LES COMPTES SONT TRAITÉS DANS L'ÉTUDE (*)

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| • AGUETTANT | • DUCRAY | • MYLAN |
| • ALCON | • EFFIK | • NEGMA |
| • ALFA WASSERMANN PHARMA | • EISAI | • NEPENTHES |
| • ALK ABELLO | • ELERTE | • NOGUES |
| • ALLERGAN FRANCE | • EREMPHARMA | • NORDIC PHARMA |
| • ALLIANCE PHARMA FRANCE | • EVOLUPHARM | • NORGINE PHARMA |
| • ALMIRALL | • EXPANSCIENCE | • NOVARTIS SANTE FAMILIALE |
| • ARKOPHARMA | • GALDERMA | • OMEGA PHARMA FRANCE |
| • ARROW GENERIQUES | • GENEVRIER | • PFIZER SANTE FAMILIALE |
| • BAILLEUL | • GIFRER BARBEZAT | • PHR LAB |
| • BAILLY-CREAT | • GLAXOSMITHKLINE SANTE GRAND PUBLIC | • PIERRE FABRE |
| • BAUSCH ET LOMB FRANCE | • GRIMBERG | • PIERRE FABRE DERMATOLOGIE |
| • BAYER HEALTHCARE | • GRUNENTHAL | • PIERRE FABRE SANTE INFORMATION |
| • BESINS INTERNATIONAL | • H2 PHARMA | • PROCTER & GAMBLE PHARMACEUTICALS FRANCE |
| • BIOGARAN | • HEPATOUM | • RANBAXY PHARMACIE GENERIQUES |
| • BIOPROJET PHARMA | • HORUS PHARMA | • RECKITT BENCKISER HEALTHCARE FRANCE |
| • BOEHRINGER | • HRA PHARMA FRANCE | • RENAUDIN |
| • INGELHEIM FRANCE | • INNOTECH INTERNATIONAL | • ROTTAPHARM |
| • BOIRON | • IPSEN PHARMA | • SANOFI-AVENTIS FRANCE |
| • BOUCHARA - RECORDATI | • JOHNSON & JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE | • SERVIER |
| • BROTHIER | • LABCATAL | • SODIA |
| • CENTRE SPECIALITES PHARMACEUTIQUES | • LABORATOIRES LEHNING | • SOFIBEL |
| • CHAUVIN | • MAYOLY SPINDLER | • TEVA SANTE |
| • CHIESI | • MEDA PHARMA | |
| • COOPER | • MELISANA PHARMA | |
| • CRISTERS | • MENARINI FRANCE | |
| • DAIICHI SANKYO FRANCE | • MERCK MEDICATION FAMILIALE | |
| | • MOLNLYCKE HEALTH CARE | |

(*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMÉDIATEMENT**,
COMMANDEZ directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **7CHE26** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISÉES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Le marché des compléments alimentaires à l'horizon 2018**
6IAA45 – Décembre 2016
- **Le marché du diabète à l'horizon 2020**
7CHE30 – Mars 2017

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



BON DE
COMMANDE

A retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris

Téléphone : 01 53 21 81 51

Email : commande@xerfi.fr

Réf : 7CHE26 / PTAX

INFORMATIONS CLIENT

Nom :

Prénom :

Fonction :

Société :

Adresse :

Code postal :

Ville :

Adresse email :

Téléphone :

TVA Intra :

N° SIRET :

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
Tarifs valables jusqu'au 30/04/2018 (TVA 20,0%).

Le marché de l'automédication à l'horizon 2019

Entre dérégulation et encadrement des marques :
quelles perspectives pour les laboratoires ?

Version papier (classéur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
2 500,00 € HT	2 400,00 € HT	2 795,00 € HT
2 637,50 € TTC	2 880,00 € TTC	3 354,00 € TTC



MODE DE RÈGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur www.xerfi.com
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris
RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607