**Neutraceutique et parapharmacie Xerfi**

**1**) Neutraceutique et aliments de santé, 04 2006, Precepta Xerfi

2) Parapharmacies, Xerfi 12 2010

--------------------------------------------------

**1) Neutraceutique et aliments de santé, 04 2006, Precepta Xerfi, 084 242 PREC A 25**

Ventes Neutraceutique et aliments de santé

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Année | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
| Ca M€ | 434 | 499 | 544 | 655 | 749 | 824 |
|  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| CANAL | VPC NET | Parapharmacies | GMS | Mag spécialisés | pharmacies |  |
| PDM en % | 6 | 9 | 11 | 15 | 59 |  |

Données 2004, IMS Health, fabricants, IRI secodip

**Ventes par promesses, en pharmacies**

Stress, 6%, cheveux, solaires, idem,

Peau 7%, ménopause 13%, toniques 17%, minceur 28%

**Innovation forte** (15 à 20% de produits nouveaux chaque année) et répandue,

brevetabilité quasi impossible

**SWOT : VPC vente en ligne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Forces**Offre importanteInformation à domicileClientèle fidélisée | **Faiblesses**Manque de légitimité médicaleCaractére licite des produits internet ?Peu d’info sur la composition des produits |
| **Opportunités**Essor internetRemise en cause du monopole pharmaceutique=> augmentation offre de santé | **Menaces**Pas de marques leader qui préferrent les circuits à forte caution médicaleFaibles barriéres à l’entrée |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Probabilité événements** | **faible** | **moyen** | **fort** | **commentaire** |
| Baisse officines |  |  | x | Réseau trop dense, vieillissement massif |
| Création de chaines de pharmacies |  |  | x | Pression de l’UE pour cela |
| Fin du monopole OTC |  | x |  | Soit voie médicalisée où le pharmacien prescritSoit voie commerciale, dans ce cas fin du monopole OTC (=> cout de distribution élevé des médicaments |
| Droit de prescription |  | x |  | Partiel, HPST |
| Elargissement du droit de substitution | x |  |  | Substitution incitée par des marges arrières plafonnées à 17% |
| Concentration des groupements d’achat |  |  | x | La réduction de leurs marges arrières va les concentrer |