

LE PETIT JOURNAL

— DE  PHARMACIE —

Le marché des compléments alimentaires à visée oculaire

période d'analyse 01/01/2018 au 31/12/2018

Janvier 2019 / n°02

Plusieurs pharmaciens nous ont demandé de faire une étude sur le marché de la vision- œil sècheresse oculaire - collyre - rayon yeux- contactologie

Il s'agit pour eux d'améliorer le référencement des produits dans leur officine

Quels sont les produits à référencer ?

Quelle est la dynamique des laboratoires ?

Faire de la data intelligence c'est faciliter la décision.

C'est ce que nous vous proposons...

Merci pour votre confiance

Maurice Belais

Président

Introduction

- ✓ Faisant parti des cinq sens de l'être humain, la vue et donc les yeux par lequel cette faculté est transmise demande une attention particulière pour fonctionner de la manière la plus optimale possible. Si le port de lunettes s'est généralisé depuis longtemps, certains traitements doux peu contraignants et moins connus peuvent améliorer la vie des patients et régler des problèmes de sensibilités oculaires telle que de la sécheresse des yeux ou la fatigue oculaire passagère.
- ✓ Les spécialistes sont unanimes, il est indispensable de surveiller le bon fonctionnement des yeux dès le plus jeune âge. Les jeunes parents sont habitués à utiliser du sérum physiologique pour nettoyer les yeux de leurs nourrissons, et bien que les problèmes ne soient plus forcément les mêmes avec l'âge, beaucoup de solutions existent continuer à hydrater de manière efficace les yeux et les préserver au mieux.

Alors, quels produits sélectionner pour vos clients ?

Le marché

Scope :

28

Nombre de Produits

14

Nombre de Laboratoires

+2,5 %

Evolution % CA HT

+1,1 %

Evolution % Quantité

Nous avons défini avec un pharmacien les produits relatifs .

Le marché concerne la vision - oeil sécheresse oculaire - collyre - rayon yeux- contactologie

C'est un marché qui est en légère croissance en valeur et en volume

Quels produits leaders et quels produits challengers choisir pour satisfaire la demande des clients ?

PDM des laboratoires

Laboratoire	PdM Qte	PdM CA	% Evolution en Quantité	% Evolution en CA H
DENSMORE	37,51%	28,06%	+9,8 %	+7,6 %
BAUSCH ET LOMB CHAUVIN	25,66%	33,05%	-4,3 %	-1,7 %
HORUS PHARMA	10,23%	11,17%	-8,8 %	-5,5 %
THEA PHARMA	7,58%	13,19%	+12,0 %	+11,4 %
EUROPHTA	3,63%	2,71%	-14,4 %	+4,9 %
VISUFARMA	3,58%	2,33%	-9,1 %	-7,5 %
VITALCO	3,45%	2,90%	+24,6 %	+25,5 %
SIDN	1,78%	1,58%	+23,6 %	+30,2 %
BIOCODEX	1,73%	0,88%	-15,7 %	-14,8 %
PILEJE	1,47%	1,13%	-1,9 %	-1,4 %
NOVARTIS PHARMA SA	1,42%	1,56%	-22,4 %	-16,4 %
DERGAM OLIGOCAPS	0,74%	0,97%	-9,1 %	-8,8 %
WELEDA	0,72%	0,25%	-6,5 %	-3,9 %
PHARMAVIE	0,49%	0,24%	-14,7 %	-12,8 %

Reco marketing

- Exposer des labo qui ont une forte PDM et ou une plus forte croissance de marché
- Pour les autres labo, le pharmacien doit réduire l'exposition pour proposer les produits qui se vendent le mieux

- ✓ 4 Laboratoires font plus de 80 % du marché
- ✓ **Densmore** et **Bausch et Lomb** sont les leaders et ont des positions opposées
 - ✓ Densmore avec 37% des volumes fait 28% du CA
 - ✓ Bausch et Lomb avec 25% des volumes fait 33% de CA
- ✓ **Densmore** et **Thea** font la croissance du marché.
- ✓ Bausch et lomb et Horus sont en recul

En résumé sur la PDM

- ✓ Si 4 laboratoires font plus de 80% du marché, les deux leaders **Densmore** et **Bausch et Lomb** représentent à eux deux 63% du marché en quantité et 61% en CA. Seulement, si c'est bien **Densmore** qui domine au niveau de la quantité avec 37.5% contre 25.6% pour son concurrent, en terme de chiffre d'affaire c'est **Bausch et Lomb** qui est en tête à 33% contre 28%. **Horus** et **Thea** se disputent la troisième place de la même manière avec plus de quantité pour le premier (10% contre 7%), et un chiffre d'affaire plus important plus important pour le second (13% contre 11%).
- ✓ En terme de croissance **Densmore** et **Thea** progresse respectivement de 10% et 12% en quantité et de 8% et 11.5% en CA tandis que **Bausch et Lomb** et **Horus** perdent du terrain. **Europhita**, **Visufarma** et **Vitalco** se tiennent tous les trois autour de 3.5% en quantité vendu chacun et de chiffre variant entre 2.9 et 2.3 points en CA, mais c'est bien **Vitalco** qui est le seul des trois à pouvoir se féliciter d'avoir une croisse de 25%.

Contribution au CA et à la marge

Laboratoire	Taux de Marge	% Poids CA HT	% Poids Marge	DN	CA HT Moyen par Pharma
BAUSCH ET LOMB CHAUVIN	22,7 %	33,05%	28,36%	85,6 %	639,82 €
DENSMORE	29,6 %	28,06%	32,84%	80,7 %	543,33 €
THEA PHARMA	15,7 %	13,19%	8,49%	27,5 %	255,28 €
HORUS PHARMA	28,8 %	11,17%	12,66%	70,4 %	216,21 €
VITALCO	31,2 %	2,90%	3,55%	40,8 %	56,24 €
EUROPHTA	23,8 %	2,71%	2,78%	23,4 %	52,42 €
VISUFARMA	31,6 %	2,33%	2,94%	29,9 %	45,02 €
SIDN	40,2 %	1,58%	2,58%	5,2 %	30,59 €
NOVARTIS PHARMA SA	28,1 %	1,56%	1,60%	15,0 %	30,20 €
PILEJE	32,2 %	1,13%	1,41%	9,8 %	21,78 €
DERGAM OLIGOCAPS	31,2 %	0,97%	1,20%	20,6 %	18,81 €
BIOCODEX	32,2 %	0,88%	0,93%	10,3 %	16,96 €
WELEDA	29,9 %	0,25%	0,26%	10,9 %	4,77 €
PHARMAVIE	43,4 %	0,24%	0,41%	1,4 %	4,62 €

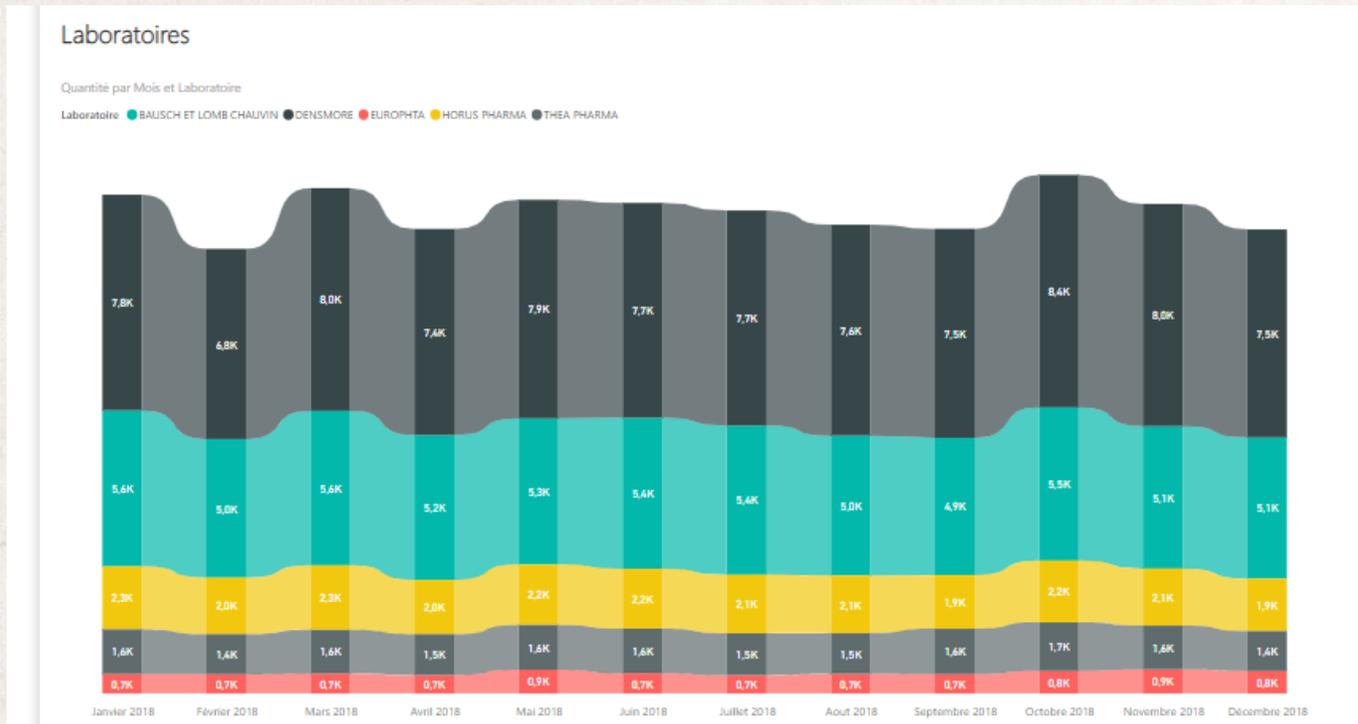
- **Reco marketing**
- La remise moyenne ne tient pas compte des RFA
- Avant la remise, regardez la rotation. A quoi sert une remise si le produit ne se vend pas ??

- ✓ La marge sur facture est de **25,6% en moyenne**
- ✓ Densmore génère en moyenne une marge supérieure de 15% par rapport aux autres laboratoires
- ✓ Bausch et Lomb ont une plus forte distribution numérique et sont les leaders en matière de CA par point de vente
- ✓ Thea présente une faible DN et une faible marge. Sur la DN cela signifie des clients très ciblés
- ✓ Sur la marge, elle est liée à de très importantes sorties sur des sites de ventes en ligne avec des marges très faibles sinon la marge est dans le marché

En résumé sur les marges et la contribution au CA

- ✓ Le taux de marge varient de 22.7% à 31.6% pour les 7 plus gros laboratoires avec une moyenne autour de 25.6%. Avec un poids de marge atteignant 32.8% **Densmore** se taille la part du roi sur les produits vendus **Bausch et Lomb** est moins gourmand avec 28.3% mais reste bien au dessus de **Horus** et **Thea** à 12.6% et 8.5% de poids de marge.
- ✓ En terme de distribution numérique c'est **Bausch et Lomb** qui est en tête à 85.6% suivi de **Densmore** à 80.7% et **Horus** à 70.4%.
- ✓ À noter la très faible distribution des produits **Thea** (27.5%), ce qui sous-entend des clients beaucoup plus ciblés.

Dynamique du marché



- ✓ La dynamique du marché permet de découvrir les tendances du moment
- ✓ Sur le graphe, on constate :
 - ✓ que chaque laboratoire tient bien ses PDM en volume

Hit parade des produits les plus vendus

Laboratoire	Marque	Nom du Produit	% de CAHT dans le marché
BAUSCH ET LOMB CHAUVIN	PRESERVISION	PRESERVISION 3 CAPS 180	19,34%
DENSMORE	SUVÉAL	SUVEAL DUO BTE 2 MOIS CAPS 60	17,29%
THEA PHARMA	NUTROF TOTAL	NUTROF TOTAL CAPS 180	13,19%
BAUSCH ET LOMB CHAUVIN	PRESERVISION	PRESERVISION 3 CAPS 60	11,84%
DENSMORE	MEMOPTIC	MEMOPTIC CPR 30	8,44%
HORUS PHARMA	MACULA-Z	MACULA Z COMPL ALIM CPR 120	7,14%
VITALCO	NEW NORDIC	BLUE BERRY CPR 60	2,90%
EUROPHTA	EUROPHTA	OFTAMAC PLUS CAPS 60	2,34%
HORUS PHARMA	NATUROPHTA	NATUROPHTA MACULA CAPS 60	2,10%
VISUFARMA	VISIOPREV	VISIOPREV DUO CAPS 60	1,77%
HORUS PHARMA	MACULA-Z	MACULA-Z COMPL ALIMENT CAPS 30	1,45%
PILEJE	PILEJE	VISIOBIANE PROTECT CAPS 30	1,13%
BAUSCH ET LOMB CHAUVIN	PRESERVISION	PRESERVISION LUTEINE CAPS 60	1,08%

• Reco marketing

- Les produits leaders occupent les 2/3 des étagères
- Lors de votre négociation, sélectionner prioritairement ces produits
- Attention : Les autres risquent d'occuper de la place pour un faible marché ou une faible rotation

- ✓ Ce hit parade des ventes représente 90% du marché et permet de savoir :
 - ✓ quels produits sélectionner lors de la visite de votre délégué
 - ✓ les références produits à mettre en priorité dans votre officine

Au niveau des produits

- ✓ **Bausch et Lomb** s'emparent de la première et quatrième place en produit vendu avec sa marque **Preservision** avec ses **Preservision 3 Caps 180** et **Preservision 3 Caps 60** à 19.3% et 11.8% de CA. **Densmore** le talonne par deux fois en seconde et cinquième position avec cette fois deux marques distinctes que sont **Suveal** et **Memoptic** vendant des produits éponymes pour 17.3% et 8.4% de CA.
- ✓ **Thea** sous sa marque **Nutroftotal** atteint la troisième place pour 13.2% de CA.
- ✓ **Horus** classe sous la marque **Macula-Z** son meilleur produit en sixième place pour 7.1% de CA avec.

Le coin du pharmacien : Comment lutter contre les yeux secs ?

Rougeurs, brûlures, fatigue oculaire et démangeaisons des yeux, vous avez peut-être les yeux secs.

En effet, lorsque la pellicule de larmes, qui recouvre nos yeux en permanence, disparaît, on éprouve une sensation très désagréable et inconfortable.

Nos larmes sont étalées sur notre cornée lorsque l'on cligne des yeux, aussi, lorsque nos clignements d'yeux ne parviennent pas à humidifier nos yeux, c'est que nous n'avons plus assez de larmes.

Les raisons en sont variées, le vieillissement, des médicaments inadaptés ou bien une maladie auto-immune.

Cela peut également être le fait de facteurs environnementaux extérieurs tels que la chaleur, le vent ou une atmosphère enfumée ou même climatisée.

Lorsque la sécheresse oculaire est importante on parle de kérato-conjonctivite. La production de larmes diminue avec l'âge, mais seul votre ophtalmologiste sera capable de faire le diagnostic des yeux secs.

Pour prévenir ce syndrome, **évitez de fumer, hydratez-vous correctement en buvant, vérifiez chauffages et climatiseurs, et protégez-vous du soleil et du vent avec des lunettes.**

Pour soulager les petites sécheresses, demandez conseil à votre pharmacien qui vous proposera **des collyres ou des gels de larmes artificielles pour vous soulager**. L'ophtalmologiste, peut aussi choisir d'obstruer les canaux lacrymaux et changer les médicaments qui vous provoquent ces effets secondaires. Demandez conseil à votre pharmacien.

**LE PETIT
JOURNAL**
— DE  PHARMACIE —

Ce dossier a été réalisé à partir

des données de la base de données OffiSanté. Toutes les données sont réelles et non-extrapolées
Pour coller au plus près de l'actualité, tous les résultats sont produits en date de fin du mois précédent

Contenus fournis par Sterling Pharma pour l'application mobile Conseil Santé .



Ce dossier a été réalisé par

Maurice Belais, Président de OffiSanté SAS; Chargé d'enseignement en marketing HEC & IAE Gustave Eiffel • **Chama BENNANI** Assistante marketing Digital •