

LE PETIT JOURNAL

— DE  PHARMACIE —

Le marché des lingettes bébé

Période d'analyse: Avril 2018 - Mars 2019

Avril 2019- n°5

Le bébé, ce petit être qui mérite toute notre tendresse.

En fait, la peau de bébé est plus délicate et physiologiquement différente de celle d'un enfant plus âgé ou d'un adulte en terme de structure, de composition et de fonction.

Quels produits choisir pour conseiller au mieux les parents ?

Avec quels laboratoires travailler ?

Quels sont les produits à référencer ?

Quelles sont les marges des produits ?

Voilà les résultats de l'étude du marché des lingettes de bébé

Merci pour votre confiance

Maurice Belais

Président

Le marché

Scope :

178

Nombre de Produits

47

Nombre de Laboratoires

-1,1 %

Evolution % CA HT

-1,6 %

Evolution % Quantité

✓ Nous avons pris en compte le marché des lingettes de bébé

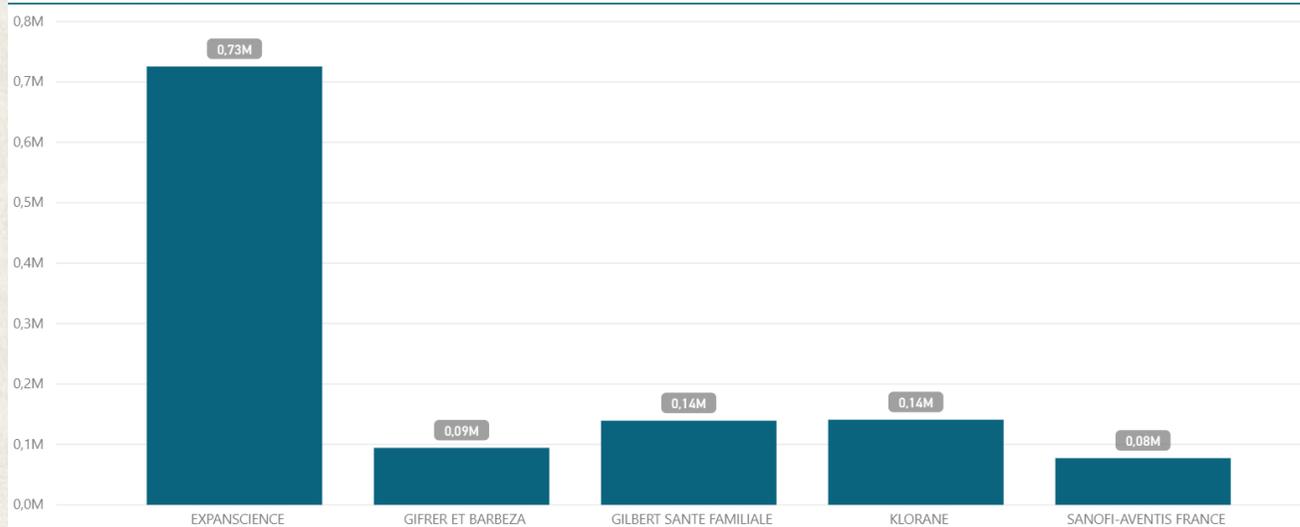
Sur la période d'avril 2018 à Mars 2019, ce marché a évolué de :

✓ - 1,1 % en valeur

✓ - 1,6 % en volume

✓ Le marché est en léger déclin, qui sont les gagnants, qui sont les perdants ?

PDM ET EVOLUTION



✓ 5 laboratoires dominent le marché avec une PDM très importante du laboratoire Expanscience

✓ 1 laboratoire est en croissance :

✓ laboratoire Gilbert

✓ 4 laboratoires sont en perte de vitesse :

✓ Expanscience

✓ Gifrer

✓ Klorane

✓ Sanofi

PDM des laboratoires

Laboratoire	PdM Qte	PdM CA	Evolution % Quantité	Evolution % CA HT
EXPANSCIENCE	48,28%	42,84%	↓	-8,8 %
KLORANE	9,38%	8,99%	↓	-17,7 %
GILBERT SANTE FAMILIALE	9,27%	15,49%	↑	+49,2 %
POLIVE ALLOGA FRANCE	8,34%	5,88%	↑	+45,1 %
GIFRER ET BARBEZA	6,28%	7,82%	↓	-22,5 %
SANOFI-AVENTIS FRANCE	5,15%	7,02%	↓	-29,0 %
PROCTER GAMBLE PHARM	1,56%	1,28%	↑	+22,6 %
EVOLUPHARM	1,53%	0,89%	↓	-10,7 %
IPRAD	1,29%	1,19%	↓	-12,8 %
LABO DERMATO URIAGE	1,25%	1,63%	↑	+29,3 %

- **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

Nous avons isolé les 10 premiers laboratoires
 Ils font plus de 90% des quantités vendues

✓ On constate que les laboratoire **Gilbert et Polivé** sont en forte croissance, et ce au détriment de **Klorane et Gifrer**

La marge et la DN

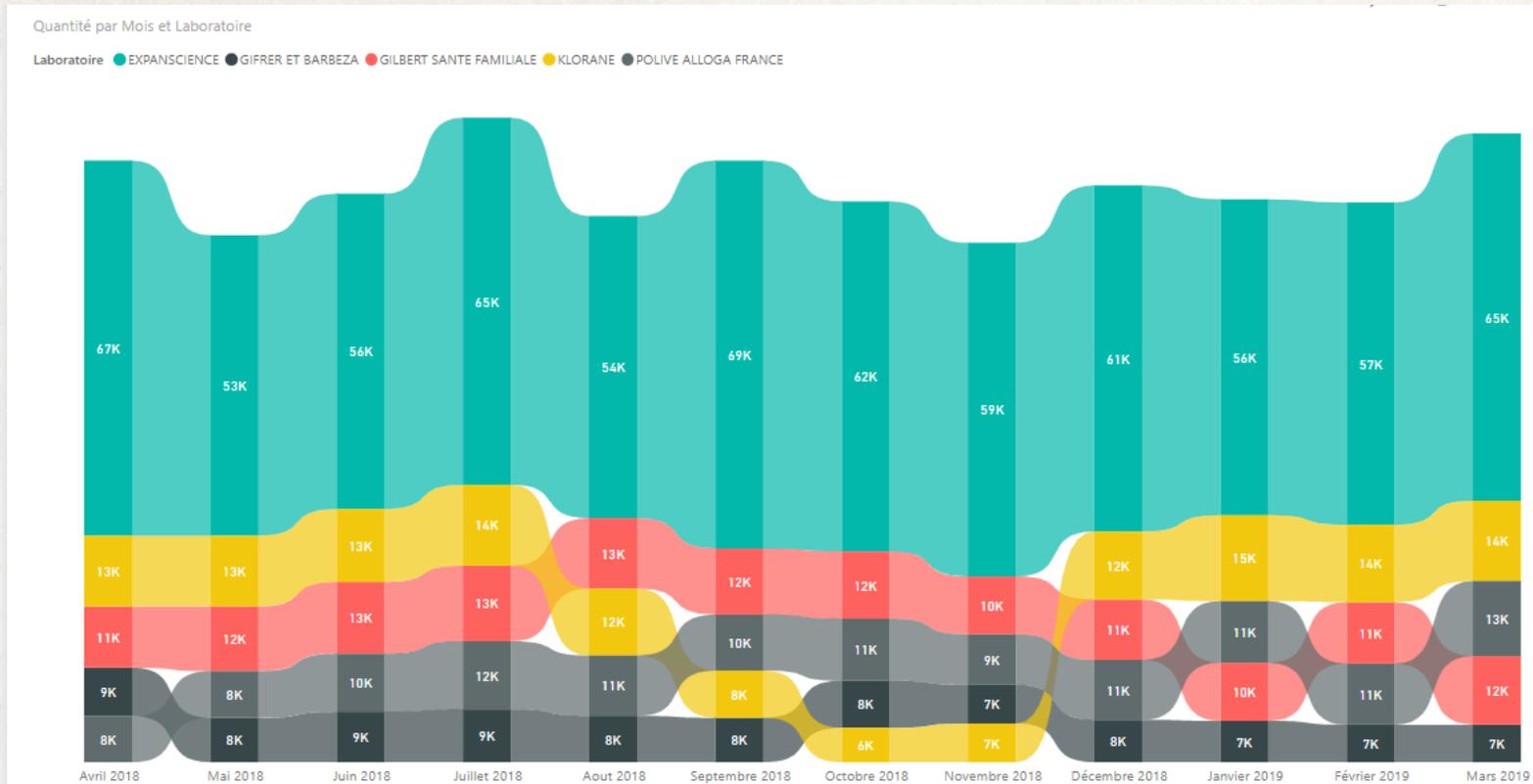
Laboratoire	Taux de Marge	DN	CA HT Moyen par Phar	
EXPANSCIENCE	↓	19,6 %	72,4 %	482,43 €
GILBERT SANTE FAMILIALE	↑	24,5 %	54,3 %	174,40 €
KLORANE	↑	23,1 %	36,4 %	101,22 €
GIFRER ET BARBEZA	↑	28,7 %	50,8 %	88,05 €
SANOFI-AVENTIS FRANCE	↓	19,3 %	60,3 %	79,05 €
POLIVE ALLOGA FRANCE	↑	24,1 %	24,4 %	66,18 €
LABO DERMATO URIAGE	↑	25,2 %	13,8 %	18,36 €
BIODERMA	↑	23,4 %	29,9 %	14,48 €
PROCTER GAMBLE PHARM	↑	33,1 %	16,8 %	14,42 €
COOPER	↑	28,0 %	14,1 %	13,52 €
IPRAD	↑	30,7 %	27,4 %	13,36 €

- **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 **22,5% en moyenne**
- ✓ Avec une marge de 24,5 %, le laboratoire Gilbert n'a pas une politique de remise très agressive par rapport à la moyenne du marché
- ✓ Et pourtant il se développe plus vite que les autres laboratoires

Dynamique du marché



- ✓ La dynamique du marché permet de découvrir les tendances du moment; si un laboratoire annonce 30 % de PDM, est-ce qu'il tient sa position toute l'année.
- ✓ Sur le graphe, on constate la tension entre les laboratoires challengers qui fait bouger les positions des PDM

Hit parade des produits les plus vendus

Laboratoire	Marque	Nom du Produit	%TG CA HT
EXPANSCIENCE	MUSTELA	MUSTELA BB LINGET NETT PN DEVIDX70	17,97%
EXPANSCIENCE	MUSTELA	MUSTELA BB LING DERMAPAIS PARF 70	11,30%
GILBERT SANTE FAMILIALE	WATERWIPES	WATER WIPES LINGET BB 100% 4X60	8,75%
GILBERT SANTE FAMILIALE	WATERWIPES	WATER WIPES LINGETTE BB X60	6,35%
GIFRER ET BARBEZA	GIFRER	GIFRER LINGETTE NET BB 70	5,75%
POLIVE ALLOGA FRANCE	DODIE	DOD LINGET NETT DERM/APAIS3EN1 X70	4,44%
KLORANE	KLORANE	KLORANE BB LINGET NETT DOUCEUR 70	4,13%
EXPANSCIENCE	MUSTELA	MUSTELA BB LING DERMAPAIS PARF 70.	2,76%
EXPANSCIENCE	MUSTELA	MUSTELA BB LINGET PEAU SENSIBLE 70	2,63%
SANOFI-AVENTIS FRANCE	MITOSYL	MITOSYL LINGETTE CHANGE 72	1,98%
KLORANE	KLORANE	KLORANE BB LINGET NETT DOUCE 70	1,96%
SANOFI-AVENTIS FRANCE	MITOSYL	MITOSYL LINGETTE CHANGE 72 X3+1OFF	1,83%
EXPANSCIENCE	MUSTELA	MUSTELA LINGETTE HULE OLIVE 50	1,56%
EXPANSCIENCE	MUSTELA	MUSTELA BB LINGETTE NETT S/RINC X4	1,54%
KLORANE	KLORANE	KLORANE BB LINGET EPAIS 70U X3+1	1,51%

• 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 75% 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

Le coin du pharmacien

Enfants : pourquoi il faut protéger leur peau ?

La peau des enfants, encore en construction, est beaucoup plus fragile que celle des adultes, notamment face aux méfaits des rayons UV. Une seule solution : les protéger.

- Plus fine, elle est sujette à des dommages cellulaires plus profonds.
- Dotée d'un système pigmentaire peu développé, elle ne bénéficie d'aucun système d'auto-défense (qui participe, chez l'adulte, à la protection de la peau contre les UV).

C'est pourquoi, les enfants doivent être parfaitement protégés, encore plus que les adultes.

- **80% de l'exposition aux UV au cours d'une vie a lieu avant 18 ans.**
- **1 personne sur 55 née en 2008 développera un jour un mélanome.**

Pourquoi ?

En vacances, un tiers des enfants passe en moyenne **15 heures par semaine en maillot de bain au soleil** : c'est beaucoup trop. Surtout quand on sait que l'eau et le sable réfléchissent 30% des UV.

Les coups de soleil et agressions cellulaires profondes causent des dommages irréversibles et fragilisent la peau à long terme (accélération du vieillissement cutané, et une **augmentation du risque de développer plus tard un cancer de la peau**).

**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 •