

LE PETIT JOURNAL

— DE  PHARMACIE —

Etude du marché des capsules pour inhalation

Campagne Pérubore

Octobre 2018/ n°49

Les laboratoires font de la publicité dans les journaux professionnels...

*Nous avons isolé la campagne des produits à inhaler de la campagne **Perubore***

Comment se comporte ce marché ?

Quelle est sa dynamique?

Quels sont les produits achetés par les consommateurs ?

Comment développer de la croissance de ce marché?

L'exploitation et la préparation des données facilitera votre décision.

C'est ce que nous vous proposons...

Merci pour votre confiance

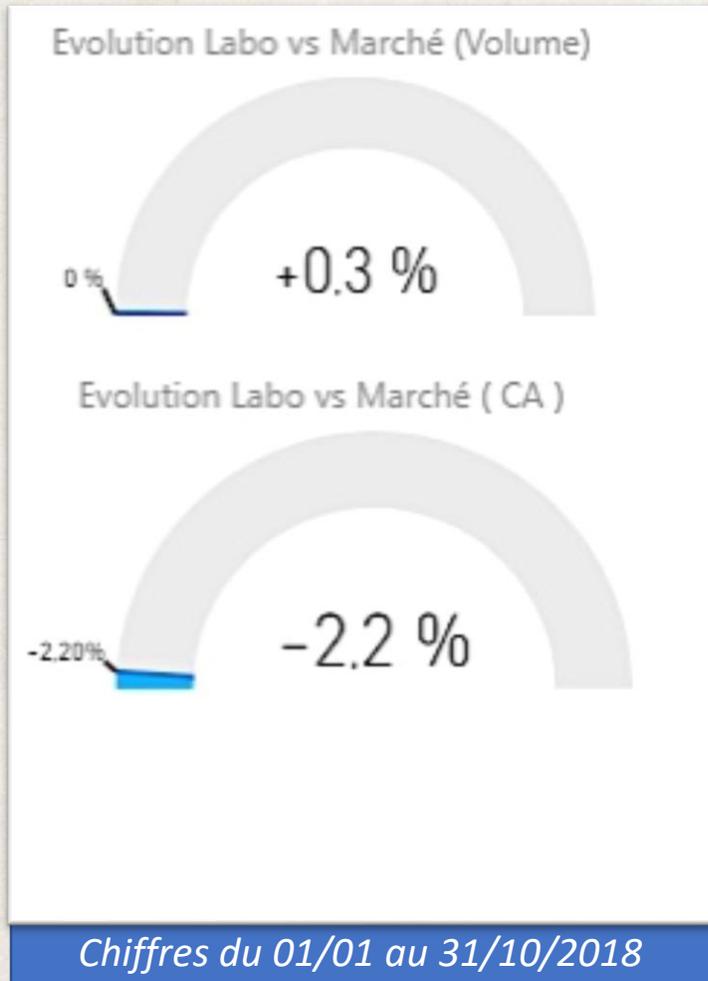
Maurice Belais

Président

Introduction

- ✓ Avec le retour du froid qui s'annonce et la saison de l'épidémie de grippe qui peut arriver à tout moment, le recours des consommateurs aux capsules pour inhalation est en plein boom, mais quels sont les leaders du marchés et le Vicks véritable produit star est-il toujours le plus à même de séduire les consommateurs ?
- ✓ Créé à la fin du XIXème siècle en Caroline du Nord, le Vicks a connu un succès mondial au moment de la vague de froid de 1917 et 1918 et l'épidémie de grippe allant avec. Les bataillons de soldats américains l'employaient en masse pour lutter contre le froid et ont su popularisé ce remède auprès de leurs alliés français et anglais. Un siècle plus tard les capsules pour inhalation sont toujours utilisé pour conserver la chaleur corporel et lutter contre les désagréments là où l'hiver est le plus rude.
- ✓ Le marché des capsules pour inhalation contient très peu de variété de produits avec seulement 25 références différentes dans les officines, ceux-ci sont d'ailleurs produits par 12 laboratoires seulement, le marché a progressé en volume de vente de janvier à octobre de +0.3%, en valeur le marché tombe à -2.2% sur la même période, ce marché est globalement assez stable et évolue peu.

Le marché



✓ Ce marché est composé de 25 produits différents distribués par 12 laboratoires

Sur la période de Janvier à Octobre, ce marché a évolué de

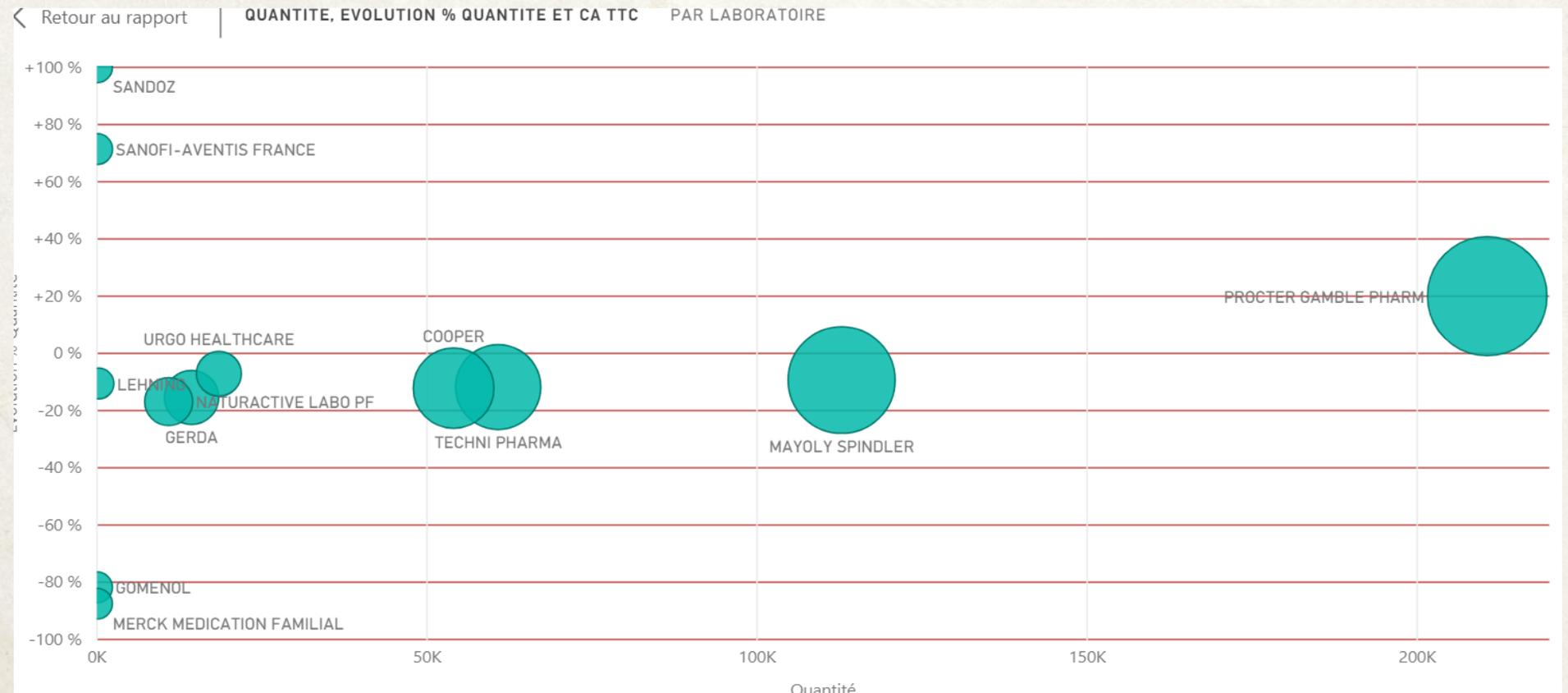
✓ +0,3 % en volume

✓ -2,2% en valeur

✓ C'est un petit marché qui évolue peu

Evolution des ventes en volume et en taux de croissance

- ✓ 2 acteurs majeurs occupent 2/3 du marché, (**P&G** est en croissance et **Mayoly** en perte de vitesse)
- ✓ 2 laboratoires challengers **Techni pharma** et **la Cooper** représentent 25% de PDM. Ils sont aussi en décroissance
- ✓ Les autres laboratoires n'ont pas de positions significatives



Evolution des ventes en volume et en taux de croissance

Laboratoire	PdM Qte	Evolution % Quantité		Evolution % CA HT		Performance Labo vs Marché
PROCTER GAMBLE PHARM	43,68%		+20,0 %		+20,7 %	▲▲
MAYOLY SPINDLER	23,39%		-9,3 %		-8,9 %	▼
TECHNI PHARMA	12,61%		-11,8 %		-10,7 %	▼
COOPER	11,21%		-12,2 %		-11,0 %	▼
GERDA	2,97%		-15,4 %		-14,6 %	▼
NATURACTIVE LABO PF	2,25%		-16,9 %		-16,3 %	▼
URGO HEALTHCARE	3,83%		-7,1 %		-4,7 %	▼
LEHNING	0,05%		-10,5 %		-7,5 %	▼
SANOFI-AVENTIS FRANCE	0,00%		0,0 %		0,0 %	▲▲
GOMENOL	0,00%		0,0 %		0,0 %	▼
SANDOZ	0,00%		0,0 %		0,0 %	▲▲
MERCK MEDICATION FAMILIAL	0,00%		0,0 %		0,0 %	▼

- ✓ 4 laboratoires représentent 91% de PDM
- ✓ La croissance de ce marché est générée par P&G
- ✓ P&G se développe très fortement sur ses concurrents

- Reco marketing
- Exposer des laboratoires qui ont une forte PDM et ou une plus forte croissance de marché
- Pour les autres laboratoires, le pharmacien doit réduire l'exposition pour proposer à ses clients les produits qui se vendent le plus.

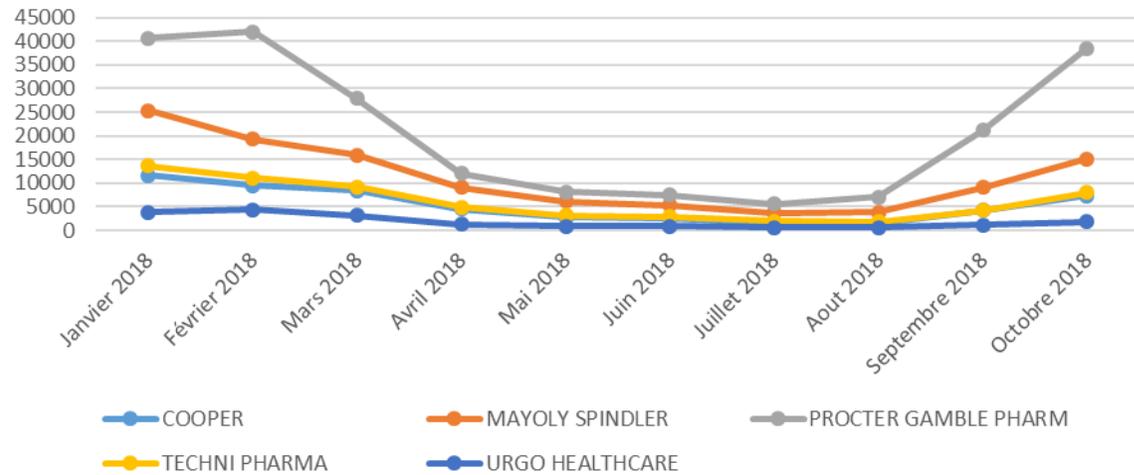
En résumé sur la PDM

- ✓ Plus de 2/3 du marché est détenu par seulement deux laboratoires que sont **Procter & Gamble (P&G)** et **Mayoly**, si le premier qui se place en numéro 1 avec **43.68%** de PdM voit ses ventes progresser en quantité de 20%, son challenger qui prend **23.39%** de PdM voit ses ventes chuter de 9.3% entre janvier et octobre.
- ✓ **Techni Pharma** et **La Cooper** représente à eux deux près d'1/4 des PdM avec une courte avance pour le premier à 12.61% de PdM contre 11.21% pour le second, les deux perdent un peu plus de 11% de vente sur la période de l'étude.
- ✓ Au total ces 4 laboratoires détiennent **91%** de part de marché.

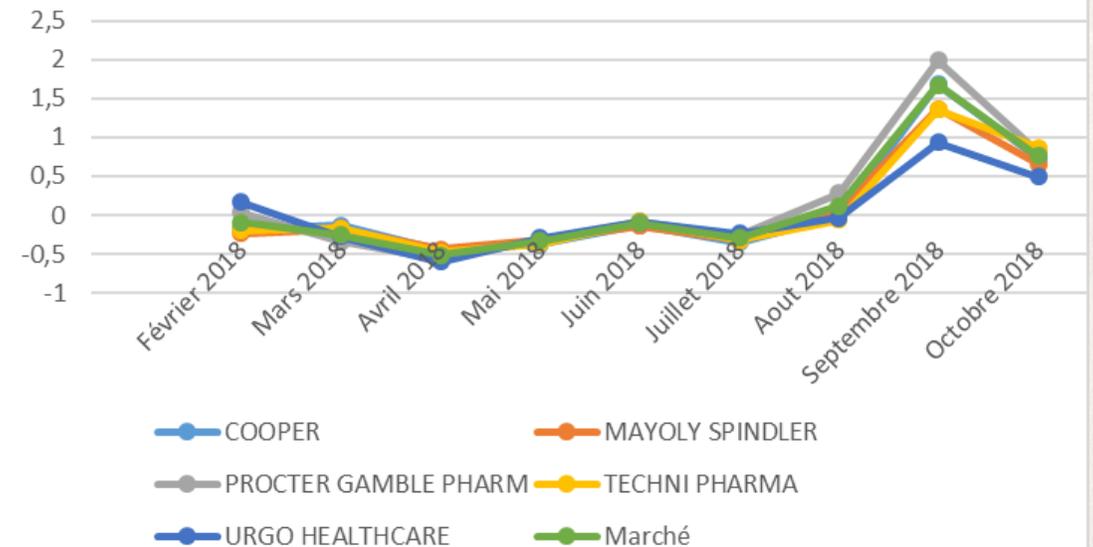
Dynamique du marché par laboratoires

- ✓ La dynamique du marché permet de découvrir les tendances du moment
- ✓ Il s'agit de mesurer d'un mois à l'autre l'évolution des ventes par laboratoires
- ✓ Sur le graphe, on constate :
 - ✓ La croissance importante de Procter en valeur absolue et sur le marché
 - ✓ Sur les derniers mois, la croissance de Procter est largement supérieure au marché

Dynamique du marché en volume



Dynamique du marché en taux d'évolution



- Reco marketing
- Augmenter l'exposition des laboratoires leaders car ils occupent le marché
- Augmenter l'exposition dès lors que des laboratoires ont une croissance plus rapide que le marché

Analyses par les marges

Laboratoire	Part du CA dans le	Part de la marge	TAUX DE	
	Marché	dans le marché	MARGE	
PROCTER GAMBLE PHARM	↑	33% ↑	31% →	30%
MAYOLY SPINDLER	↑	26% ↑	28% ↑	33%
TECHNI PHARMA	→	16% →	15% →	29%
COOPER	→	14% →	16% ↑	36%
GERDA	→	5% ↓	4% →	27%
NATURACTIVE LABO PF	→	4% ↓	4% ↑	32%
URGO HEALTHCARE	→	3% ↓	3% →	30%

- 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 pour les laboratoires est de 30 % moyenne.
- ✓ Les marges pratiquées par les laboratoires sont dans le marché. Ce que l'on constate c'est que **Mayoly** amplifie sa PDM et sa contribution à la marge du marché.
- ✓ La meilleure contribution à la marge de Mayoly provient de **meilleures conditions commerciales offertes aux pharmaciens par le laboratoire.**

Hit parade des produits les plus vendus

Laboratoire	Famille - Nom du Produit	PDM
PROCTER GAMBLE PHARM	VICKS INHALER TUB 1ML	43%
MAYOLY SPINDLER	PERUBORE INHALATION CAPS 15	23%
TECHNI PHARMA	CALYPTOL INHALANT AMP 5ML 10	13%
COOPER	BALSOLENE SOL INH 100ML	11%
URGO HEALTHCARE	HUMEX INHALER TAMPON 1	4%
GERDA	ESSENCE ALGERIENNE INH FL 20ML	3%
NATURACTIVE LABO PF	AROMASOL SOL INH 45ML	2%

- 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 les principaux produits du marché et permet savoir :
 - ✓ les références produits à mettre en priorité dans votre officine pour vos clients
 - ✓ Ou quels produits sélectionner lors de la visite de votre délégué

Au niveau des marges

- ✓ La marge sur facture se tient autour de **30%** en moyenne, **P&G** est pile **dans la moyenne avec 30% de marge**, tandis que **Mayoly** qui souhaite se replacer par rapport à son concurrent monte à **33% de marge** et **La Cooper** à **36%**.

Au niveau des produits

- ✓ Seulement **7 produits différents** se partagent **99% des ventes** de capsules pour inhalation, si le **Vicks Inhaler de P&G** reste le produit de référence avec **43% de ventes**, **Mayoly se place à 23% de ventes** avec le **Perubore** tandis que **Techni Pharma** vend son **Calyptol** à hauteur de **13%** et **La Cooper** ferme le top 4 avec le **Balsolene** pour **11% de ventes**.
- ✓ Ces 4 produits représentent 90% des ventes de Capsules.

**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,

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 • **Morgan Cohen** Journaliste