

**LE PETIT
JOURNAL**
— DE  PHARMACIE —

Le marché de l'orthopédie

Période d'analyse : Juillet 2018– Juin 2019

Juin 2019- n°11

Le marché de l'orthopédie représente moins de 1% des achats de la pharmacie moyenne est pourtant au cœur des préoccupations des acheteurs des pharmacies et des groupements de pharmaciens.

L'orthopédie valorise la pharmacie par

- ✓ un acte de conseil métier*
- ✓ relation client personnalisée*
- ✓ De l'innovation dans les produits et les matériaux tout en respectant leur cahier des charges*

C'est un marché mature avec des acteurs historiques (Thuasne, Gibaud), des acteurs plus récents (DJO, ORLIMAN) et de nouveaux acteurs les groupements et des laboratoires qui diversifient leur gammes (Cooper, Hartmann, Lohmann et Rauscher, BSN ...).

Quels sont les laboratoires du marché ?

Quels sont les produits à référencer

Quelles sont les marges des produits ?

Pour faciliter vos échanges, voilà les résultats de l'étude de ce marché basé sur les 12 derniers mois. Faites le bon choix

Merci pour votre confiance

Maurice Belais

Président

Le marché

Scope :

11,58K

Nombre de Produits

68

Nombre de Laboratoires

-6,5 %

Evolution % CA HT

-3,6 %

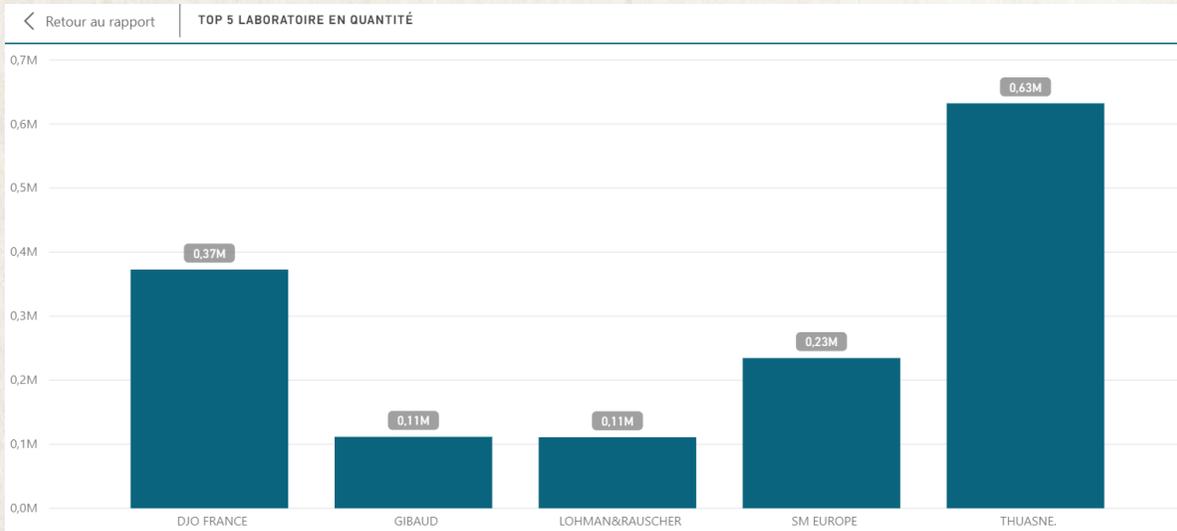
Evolution % Quantité

- ✓ Nous avons pris en compte le marché de l'orthopédie
- ✓ Dans ce marché, il y a 68 laboratoires qui commercialisent au total 11 580 produits.

Sur la période de Juillet 2018 à Juin 2019, ce marché a évolué de :

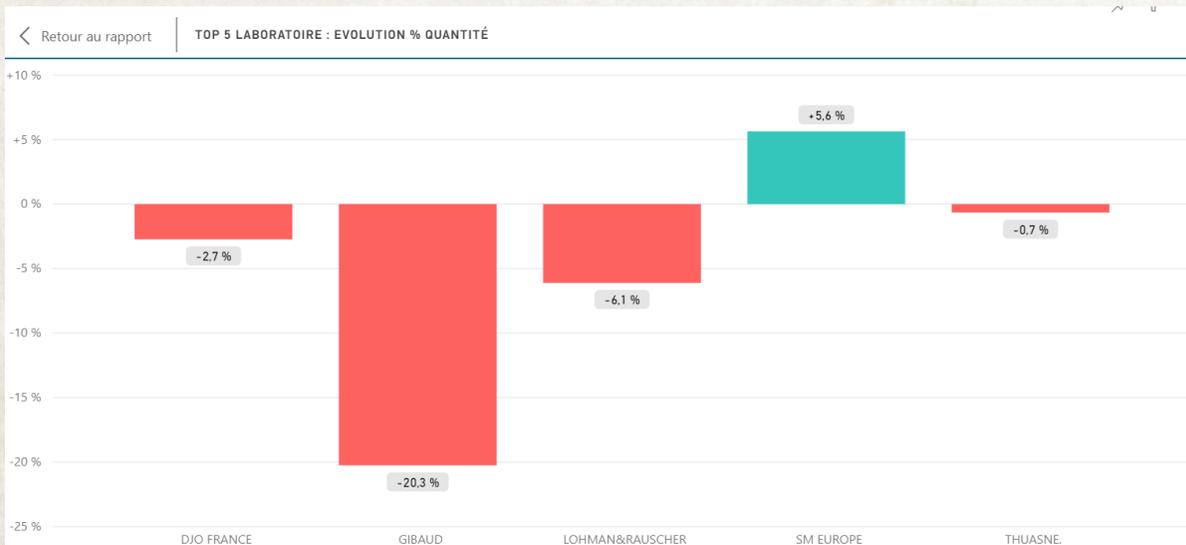
- ✓ - 6,5 % en valeur
- ✓ - 3,6 % en volume
- ✓ Le marché est en décroissance plus rapide sur les prix que sur les volumes?

PDM ET EVOLUTION en volume



✓ **L'analyse** du bilan des 12 derniers mois de vente en volume donne 5 laboratoires leaders

- ✓ Thuasne
- ✓ DJO
- ✓ SM Europe
- ✓ Gibaud
- ✓ Lohmann



✓ **L'évolution** de leur activité en volume montre 2 éléments :

- ✓ La croissance de
 - ✓ SM Europe
- ✓ La forte baisse des autres laboratoires et particulièrement celle de
 - ✓ Gibaud
 - ✓ Lohmann

PDM des laboratoires et évolutions

Laboratoire	PdM Qte	PdM CA	Evolution % Quantité	Evolution % CA HT
THUASNE.	35,19%	34,50%	→	-0,7 % → -3,0 %
DJO FRANCE	20,75%	21,13%	→	-2,7 % → -7,7 %
SM EUROPE	13,06%	13,14%	↑	+5,6 % ↑ +0,3 %
GIBAUD	6,21%	6,69%	↓	-20,3 % ↓ -19,1 %
LOHMAN&RAUSCHER	6,18%	5,59%	→	-6,1 % → -8,5 %
COOPER	4,75%	4,56%	↓	-13,3 % ↓ -13,4 %
MILLET INNOVATION	2,65%	1,65%	↑	+9,2 % ↑ +7,9 %
MEDISPORT	1,64%	1,52%	↑	+14,4 % ↑ +10,8 %
HARTMANN LAROCLETTE	1,36%	1,18%	↓	-19,7 % ↓ -22,5 %
MEDI FRANCE	0,94%	1,04%	↓	-12,4 % ↓ -12,1 %

- **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

La croissance du marché en volume est **-3,6%**

On constate:

- ✓ Dans les laboratoires leaders SM Europe se développe bien
- ✓ Le fort développement de petits laboratoires Millet et Médisport

La marge et la distribution numérique (DN)

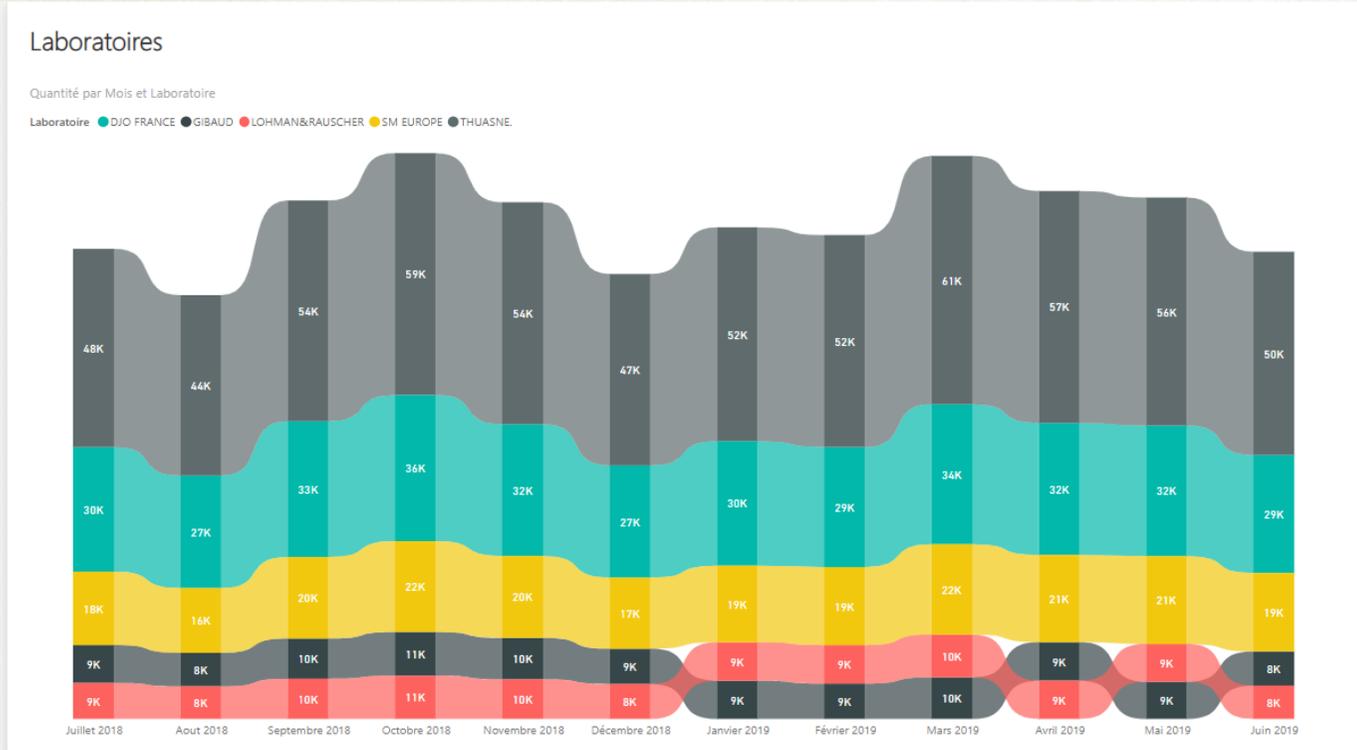
Laboratoires		Taux de Marge	DN	CA HT Moyen par Pharma
THUASNE.	↓	38,77 %	99,1 %	4 964,93 €
DJO FRANCE	→	41,63 %	97,7 %	3 041,47 €
SM EUROPE	↑	43,90 %	57,4 %	1 890,50 €
GIBAUD	↓	37,71 %	78,4 %	962,76 €
LOHMAN&RAUSCHER	↑	45,92 %	37,8 %	804,51 €
COOPER	↑	47,42 %	38,2 %	656,88 €
MILLET INNOVATION	↓	32,50 %	82,0 %	238,17 €
MEDISPORT	↑	57,91 %	6,5 %	218,55 €
BAUERFEIND	↓	35,67 %	31,6 %	172,96 €
HARTMANN LAROCLETTE	↑	44,49 %	16,0 %	170,30 €

- **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 est de **41,2 % en moyenne**
- ✓ SM Europe confirme son développement en offrant des conditions commerciales supérieures au marché

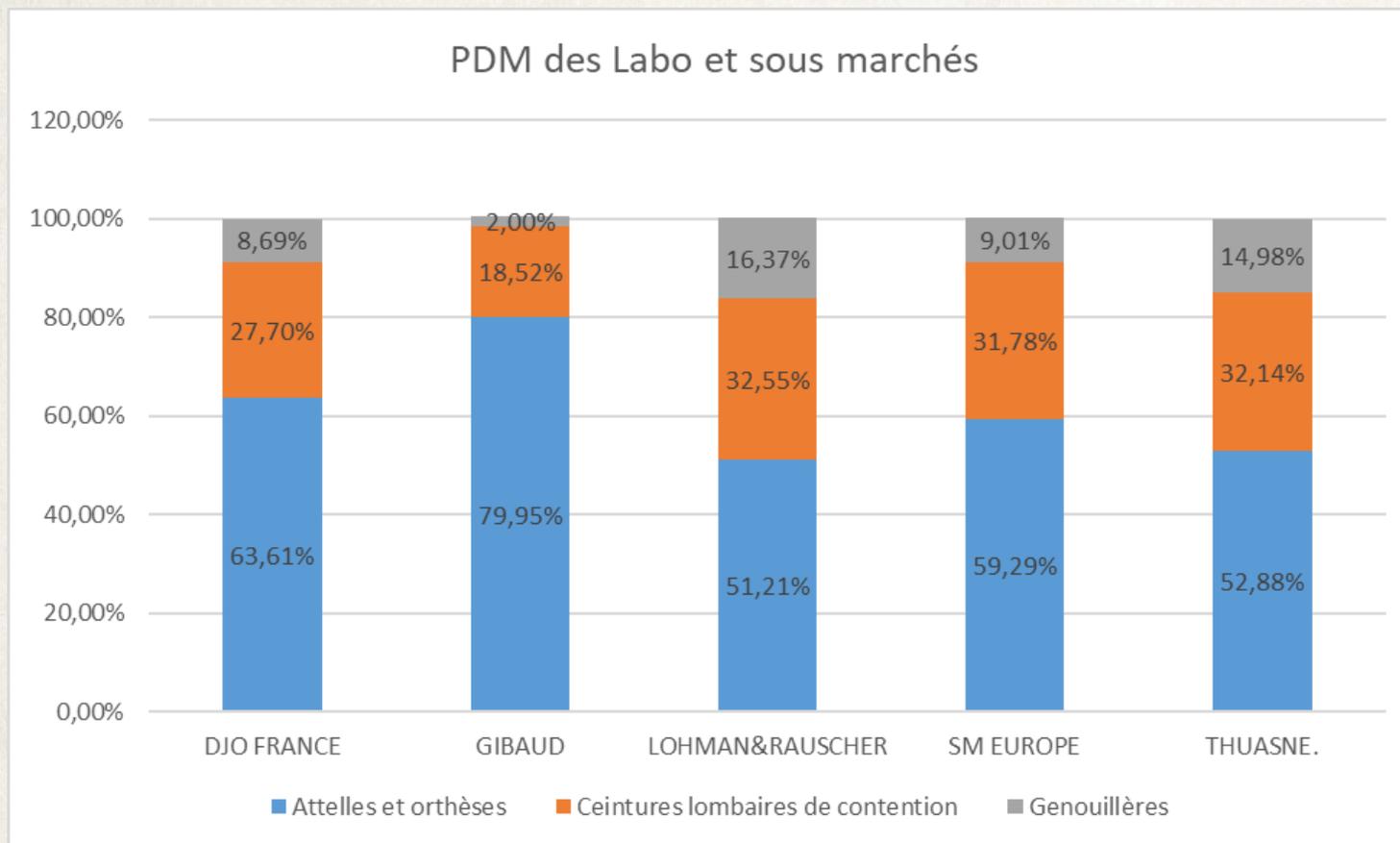
Thuasne est présent à 99% dans le marché avec un CA par pharmacies 3,5 fois supérieur à la moyenne des laboratoires

Dynamique du marché



- ✓ La dynamique du marché permet de découvrir les tendances du moment en nombre d'unités vendues
- ✓ si un laboratoire annonce 30 % de PDM, est-ce qu'il tient sa position toute l'année.
- ✓ Sur le graphe, on constate que les 3 leaders tiennent bien leur PDM

Poids des sous marchés par laboratoire



- ✓ Le graphe permet de voir les PDM par labo et sous-marchés par labo
- ✓ Ainsi Gibaud sur représente les attelles et Orthèses dans son portefeuille de produits

Hit parade des produits les plus vendus

Laboratoire	Marque	Nom du Produit	%TG CA
THUASNE.	MANU IMMO	ORTH POIGNET MANUIMMO PRO GRIS T2	0,83%
THUASNE.	LOMBACROSS ACTIVITY	C/LOMBACROS ACTIVITY G2 NOIR T4	0,73%
THUASNE.	THUASNE	C/LOMBAMUM TU 82-125CM	0,72%
THUASNE.	DYNASTAB	CHEV MALLEO DYNASTAB BOA GRIS 2	0,63%
SM EUROPE	ORLIMAN	ATTEL POUCE NEO RHIZO CONF AMBI TU	0,59%
DJO FRANCE	POROSTRAP	C/DONJOY POROSTRAP H26CM NOIR L	0,56%
THUASNE.	LOMBACROSS ACTIVITY	C/LOMBACROS ACTIVITY G2 NOIR T5	0,49%
THUASNE.	RHIZOIMMO	ORTH POUCE RHIZOIMMO D1	0,48%
THUASNE.	MANU IMMO	ORTH POIGNET MANUIMMO PRO GRIS T1	0,45%
THUASNE.	MANU IMMO	ORTH POIGNET MANUIMMO PRO GRIS T3	0,44%
THUASNE.	LIGACAST AIR +	CHEVIL LIGACAST AIR+ BLAN/BLEU TU	0,44%
DJO FRANCE	POROSTRAP	C/DONJOY POROSTRAP H26CM NOIR M	0,44%
SM EUROPE	MEMOFORME	ATTEL CHEVIL MEMOFORME STANDARD	0,44%
THUASNE.	RHIZOIMMO	ORTH POUCE RHIZOIMMO G1	0,43%
SM EUROPE	ORLIMAN	ATTEL POIGNET NEOSOFT DROIT TU	0,42%

• 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 9% de PDM
- ✓ Il 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

L'orthopédie est un produit technique et qui nécessite un conseil personnalisé.

Pour le pharmacien c'est un moment privilégié pour faire un acte métier et développer sa relation client.

Les laboratoires innovent pour faciliter ce conseil.

Ils développent de nouveaux produits et services pour faciliter cette relation.

Investissez et développez cette relation client, c'est le capital de votre officine que vous cultiverez.

**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 •