

## LABORATOIRES DE PHYTO ET D'AROMATHÉRAPIE

# Porteurs de croissance

EN EXCLUSIVITÉ, *PROFESSION PHARMACIEN* DÉVOILE LES ATTENTES DES OFFICINAUX VIS-À-VIS DES LABORATOIRES D'AROMATHÉRAPIE ET DE PHYTOTHÉRAPIE DÉCRYPTÉES PAR L'ÉTUDE PHARMA'SCOPE 2019. ET LE TOP 3 DES FOURNISSEURS SELON 29 INDICATEURS CLASSÉS EN SIX FAMILLES.

PAR JULIETTE SCHENCKERY ■

« Les fournisseurs ont compris qu'il faut passer par le pharmacien pour conseiller les produits »

MAHER KASSAB,  
DIRECTEUR DE  
GALLILEO BUSINESS  
CONSULTING



### Gallileo Business Consulting

Fondé en 2001, ce cabinet d'études et de conseil est spécialisé dans le domaine de la santé. Il dispose de pôles d'expertise sur les marchés de la pharmacie, de l'optique, de l'audioprothèse et du dentaire.

Quête de naturalité, engouement pour le bio, intérêt croissant des consommateurs et des pharmaciens pour les segments en plein boum de l'aromathérapie et de la phytothérapie portent le développement des laboratoires du secteur. Pour analyser les attentes des officinaux face à leurs fournisseurs, Gallileo Business Consulting renouvelle, pour la troisième année consécutive, son étude Pharma'Scope Aromathérapie/phytothérapie. Celle-ci complète le volet consacré à l'OTC (voir *Profession Pharmacien n°151 de janvier 2020*). Elle est réalisée selon les mêmes modalités : près de 600 pharmaciens représentatifs de la diversité des officines sont interrogés sur la notoriété et l'image de marque de sept de leurs fournisseurs de produits de phytothérapie et/ou aromathérapie\* au travers de 29 critères regroupés en six grandes familles liées aux produits, à la marque, au représentant, à la politique de prix et aux conditions commerciales, aux services et à l'accompagnement, et à l'excellence opérationnelle. « Comme dans le secteur de l'OTC, cette étude a pour objectif, en faisant remonter les avis des pharmaciens, de permettre aux fournisseurs de mesurer comment ils sont perçus pour appuyer sur les bons leviers de progression », explique Maher Kassab, directeur de Gallileo Business Consulting.

La performance moyenne, telle qu'évaluée par les pharmaciens,

s'élève en 2019 à 6,3 sur 10, en augmentation par rapport aux deux années précédentes où cette note plafonnait à 6. « Cette évolution confirme des relations pérennes entre pharmaciens et laboratoires », souligne Maher Kassab. Deux indicateurs sont mieux évalués que la moyenne globale : la visite du représentant (7,1) et l'excellence opérationnelle (6,8) avec peu d'écart de notation selon les laboratoires. Comme pour les laboratoires d'OTC, les officinaux apprécient l'accompagnement de leur représentant. En revanche, deux indicateurs sont moins bien notés que la moyenne : les services et l'accompagnement (5,8), et la marque (6,1). Sur ces critères, les différences entre les laboratoires sont beaucoup plus marquées avec jusqu'à 3,5 points d'écart. « Les attentes sont fortes sur toute la dynamique promotionnelle : accompagnement au merchandising, outils d'aide au conseil, formations... de façon à faciliter la vente », analyse Maher Kassab. Ces domaines créent la différence entre les propositions des fournisseurs. « Certains ont compris qu'il faut passer par le pharmacien conseil pour vendre les produits. La communication uniquement vers le consommateur n'est pas suffisante », constate Maher Kassab.

Les variations vont jusqu'à 3 points sur les indicateurs concernant le produit dont l'appréciation dépend fortement des lancements et innovations, très

porteurs de demande des patients. « Une forte attente existe aussi sur les prix car les secteurs sont très concurrentiels », ajoute Maher Kassab. Et les autres circuits de distribution accentuent également la pression.

« Ce segment est porteur ; des entreprises investissent beaucoup dans le circuit officinal comme Arkopharma ou Pileje », remarque le directeur de Gallileo Business Consulting. En témoin les modifications dans le Top 3 de 2019 (*voir infographie ci-dessous*). « On observe une nette progression de Pranarom et Arkopharma qui entrent dans ce palmarès chacun sur plusieurs items », note Maher Kassab. Arkopharma figure dans le Top 3 de toutes les familles d'indicateurs. Pileje s'y maintient, sauf dans la catégorie « Politique de prix et conditions commerciales ». Lehning et Phytosun en sont sortis. Naturactive et Puressestiel ne sont présents sur ce podium que dans un domaine. ■

\*Arkopharma, Lehning, Naturactive, Phytosun, Pileje, Pranarôm, Puressestiel

## Les 29 indicateurs évalués répartis en 6 macro-indicateurs

- ➔ **Le produit**
  - Qualité et efficacité des produits
  - Fréquence des innovations
  - Pertinence des innovations
  - Innovations de rupture
- ➔ **La marque**
  - Image de marque des produits auprès des médecins
  - Notoriété des produits auprès des consommateurs
  - Communication grand public du laboratoire
  - Produits faciles à conseiller par le pharmacien
- ➔ **La visite du représentant**
  - Fréquence de visite du représentant
  - Durée de visite adéquate
  - Stabilité du représentant
  - Amabilité, sympathie, joignabilité du représentant
  - Confiance accordée au représentant
  - Expertise du représentant
  - Bonne compréhension du pharmacien et de sa situation
  - Qualité et intérêt des visites réalisées
- ➔ **La politique de prix et les conditions commerciales**
  - Pertinence des conditions commerciales
  - Prix intéressants pour les consommateurs
  - Politique de reprise des invendus
  - Marge réalisée avec le laboratoire
  - Relation du laboratoire avec votre groupement
- ➔ **Les services et l'accompagnement**
  - Formations délivrées par le laboratoire
  - Outils d'aide au conseil
  - Meubles et présentoirs
  - Dynamique promotionnelle
  - Accompagnement au merchandising
  - Mise en place de programmes d'accompagnement et de suivi patients
- ➔ **L'excellence opérationnelle**
  - Qualité du service commandes et livraisons
  - Service clients au téléphone

## Le Top 3 des laboratoires spécialisés en aromathérapie et phytothérapie

Évaluation de la performance moyenne des laboratoires OTC sur les 6 macro-indicateurs.

	Note moyenne (ensemble des 29 indicateurs évalués)	Le produit	La marque	La visite du représentant	La politique prix et les conditions commerciales	Les services et l'accompagnement	L'excellence opérationnelle
Moyenne ensemble des laboratoires	6,3	6,3	6,1	7,1	6,3	5,8	6,8
<b>Arkopharma</b>	Top 3	Top 3	Top 3	Top 3	Top 3	Top 3	Top 3
<b>Lehning</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Naturactive</b>	-	-	-	Top 3 2018	Top 3	-	Top 3 2018
<b>Phytosun</b>	Top 3 2018	Top 3 2018	-	Top 3 2018	Top 3 2018	Top 3 2018	Top 3 2018
<b>PiLeJe</b>	Top 3	Top 3	Top 3	Top 3	-	Top 3	Top 3
<b>Pranarôm</b>	Top 3	Top 3	-	Top 3	Top 3	Top 3	Top 3
<b>Puressestiel</b>	-	-	Top 3	-	-	-	-

Question : Sur l'activité OTC de chacun des laboratoires, pour chaque thématique, attribuez-lui une note comprise entre 1 et 10

■ 2018 et 2019 ■ Entrée en 2019 ■ Sortie en 2019

Source : Gallileo Business Consulting - Pharma'scope - Édition 2019