



Le secteur de la parapharmacie et des OTC en Espagne

Actualisation 30 octobre 2007

© MINEFE – DGTPE

Prestation réalisée sous système de management de la qualité certifié AFAQ ISO 9001

1. Données globales

1.1 Présentation du secteur

Les dépenses pharmaceutiques du SNS ont atteint 13 Mds € en 2006, soit 29% de plus que l'année précédente.

La parapharmacie est un terme générique qui regroupe tous les articles de soin qui, bien que n'appartenant pas à la catégorie des médicaments, sont consommés pour le bien-être et le soin des personnes. Entrent dans cette définition les produits de soin (cosmétiques, hygiène et beauté), les produits sanitaires (bandes, sparadraps, gazes, pansements, protection contre l'incontinence), l'orthopédie, la phytothérapie, l'homéopathie, les produits de diététique...

En 2006, les groupes qui ont connu la plus forte croissance sont les médicaments dédiés à l'équilibre émotionnel (+16,7%) et ceux destinés aux traitements de nausées (+12,7%).

Les OTC (*EFP* en espagnol : Spécialités Pharmaceutiques Publicitaires) sont des médicaments destinés à la prévention ou au traitement de pathologies qui ne nécessitent ni diagnostic médical, ni ordonnance. Ils ne sont pas remboursés par la Sécurité Sociale espagnole. Pour cette raison et contrairement aux médicaments obtenus sur prescription, leur prix est libre. Ils ne peuvent être dispensés pour l'instant qu'en pharmacie mais peuvent faire l'objet d'une publicité avec l'aval du Ministère de la Santé.

1.2 Croissance du secteur de la parapharmacie, stagnation des OTC

En 2006, les marchés de l'industrie pharmaceutique et de la parapharmacie ont connu les hausses respectives de 7,2% et 9,8% par rapport à 2005. La parapharmacie représentait à elle seule 2,64 Mds € de chiffre d'affaires. Le marché des OTC a terminé l'exercice 2006 avec une croissance de 2% et un chiffre d'affaires de 596 M€.

Les produits respiratoires (45 M. d'unités vendues), analgésiques (20,6 M. d'unités vendues), de l'appareil digestif (19,2 M. d'unités vendues), dermatologiques (18,6 M. d'unités vendues) sont les plus vendus.

Évolution des secteurs parapharmacie et OTC par rapport au total du secteur pharmaceutique

	2004		2005		2006	
	M. €	%	M. €	%	M. €	%
Parapharmacie	2 352	16	2 465	19,1	2 636	19,6
OTC	593	4,8	600	4,6	596	4,4
Spécialités pharmaceutiques	9 491	79	9 776	76,1	10 222	76
TOTAL Pharmacie	12 436	100	12 841	100	13 454	100

12,5 M. d'espagnols ont déjà pris des compléments nutritionnels. 51% d'entre eux les prennent pour combattre la fatigue et 19% contre le stress.

L'Espagne fait partie des pays européens qui consomment le moins de médicaments sans prescription. En effet, selon l'ANEFP (*Association Nationale des Spécialités Pharmaceutiques Publicitaires*) qui représente 95% du marché des médicaments OTC, ce secteur représente actuellement entre 4 et 5% du marché pharmaceutique total en Espagne (contre une moyenne de 20% pour les autres pays européens).



Ramenée aux chiffres globaux du secteur pharmaceutique, la part des produits de parapharmacie représente 16,6% des exportations et 17% des importations.

Source: DATACOMEX

1.3 Commerce extérieur

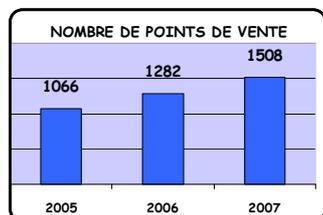
En 2006, les exportations espagnoles de produits de parapharmacie représentaient 493,5 M€ tandis que les importations s'élevaient à 694,1 M€. La balance commerciale présentait donc un déficit de 200,6 M€. Les trois premiers fournisseurs de produits de parapharmacie sont la France (37%), suivie de l'Allemagne (16%) et de l'Italie (13%). Le Portugal est le premier client pour les produits de parapharmacie (26%). Partenaire traditionnel, la France figure au second rang des pays destinataires (16%), devant l'Allemagne (11%).

2. Structure de la filière

Leaders du marché OTC

Groupe Pharmaceutique	PDM (%)
BAYER	14,6
MC NEIL IBERICA	7,1
BOEHRINGER ING	6,9
PFIZER CHC	6
URIACH AQUILEA	4,6
NOVARTIS	3,9
CINFA	3,8
RECKITT	
BENCKISER	3,6
LACER	3,3
MEDA AB	2,6
AUTRES	43,6
Total	100

Source: ANEFP 2007



Source: Mundofranquicia 2007

2.1 L'offre en parapharmacie

La distribution du marché des OTC et de la parapharmacie se caractérise par la forte présence des laboratoires étrangers, par des grossistes peu concentrés, et enfin par une vente de détail majoritairement contrôlée par les pharmacies. Les entreprises françaises occupent une place non négligeable avec des nombreuses filiales, parmi lesquelles: SANOFI-AVENTIS, PIERRE FABRE, SERVIER, BOIRON, ARKOPHARMA, IPSEN. Pour ce qui concerne les laboratoires espagnols, les leaders restent catalans.

2.2 Canaux de distribution

Dans un contexte de libéralisation du secteur, les produits de parapharmacie sont désormais disponibles en pharmacie traditionnelle, grandes surfaces et dans les établissements de parapharmacie franchisés. En 2006, on dénombrait en Espagne environ 20 741 officines de pharmacies, soit en moyenne une officine pour 2 156 habitants. Cependant, leur distribution géographique est très inégale.

L'Espagne compte environ 90 grossistes-répartiteurs de produits pharmaceutiques, dont 31 coopératives. Bien que leur nombre diminue du fait de la concentration des groupes de distribution, le marché espagnol reste un des plus atomisés en Europe. Les 5 premiers grossistes se partagent 50% du marché des médicaments et sont regroupés autour de centrales d'achat.

Le marché espagnol compte 9 enseignes franchisées en diététique et parapharmacie. Ces activités commerciales sont loin de connaître le même succès qu'en France, en particulier sous l'effet des droits d'entrée élevés que doivent payer les franchisés. Malgré ces barrières sectorielles, la parapharmacie connaît une croissance à deux chiffres. En 2007, elle compte 2 592 employés, 1 508 points de vente privés et franchisés (+18% par rapport à 2006) et réalise un chiffre d'affaires sectoriel de 243 M€, en croissance de 15% par rapport à 2006.

3. Cadre légal

Début 2002, les compétences en matière de santé ont été transférées aux Communautés autonomes. Chacune d'entre elles dispose d'un catalogue de prestations et de produits pris en charge par la sécurité sociale.

La Directive 92/96/CEE définit les deux catégories de médicaments; avec ou sans ordonnance.

La Directive sur la publicité des médicaments 92/98/CEE régit la promotion des médicaments qui ne nécessitent pas de

3.1. Cadre national

La loi de garantie et d'usage rationnel des médicaments et produits sanitaires, approuvée le 29 juin 2006 remplace la loi 25/1990, dite du Médicament. Les principales orientations de ce texte sont les suivantes :

- La baisse de 20 % du prix des médicaments commercialisés en Espagne pendant une période supérieure à 10 ans, sous réserve de respecter certaines conditions.
- La promotion des médicaments génériques.
- L'introduction d'un nouveau système de « prix de référence ».
- L'autorisation de vente de produits OTC grâce à Internet par les pharmaciens.

3.2. Directives européennes

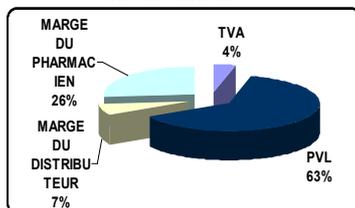
Les professionnels du secteur demandent une harmonisation de la législation espagnole avec la norme européenne. Cette dernière, plus souple facilite la commercialisation des produits OTC par l'intermédiaire des chaînes de distribution alimentaire. A contrario, la législation espagnole plus rigide restreint la distribution des OTC aux pharmacies.



prescription.

4. Perspectives du marché

Composition du prix d'un médicament



Source : El Periódico, 10/2007

Des sociétés telles que le Groupe catalan URIACH ont choisi de créer une filiale consacrée aux produits OTC.

Les laboratoires et coopératives travaillent de plus en plus sous marque blanche. Cette tendance représente une opportunité pour les fabricants français qui cherchent un distributeur en Espagne. Le médecin tend à perdre du pouvoir au profit du pharmacien que consulte de plus en plus la clientèle concernée. Si les marges des pharmaciens sont en moyenne de 26,4%, celles de la parapharmacie sont de l'ordre de 40 à 50%.

L'intérêt de la grande distribution pour les OTC est d'autant plus inquiétant pour les pharmaciens que les grandes surfaces représentent une concurrence sérieuse en termes de prix. La consommation croissante de ces produits d'automédication via cet intermédiaire induirait une économie directe de la facture pharmaceutique du système de santé de 12%. L'automédication pourrait générer une économie indirecte grâce à la décongestion des centres de Santé.

L'absence d'harmonisation fiscale au niveau européen complique la mise en œuvre d'une stratégie communautaire. Si l'Espagne applique un taux de TVA de 3,8% aux produits OTC (un des plus bas en Europe), d'autres pays comme l'Allemagne pratiquent un taux de 13,8%.

5. Organismes officiels

DIRECCIÓN GENERAL DE FARMACIA Y PRODUCTOS SANITARIOS

www.msc.es

☞ Paseo del Prado, 18-20, Planta baja - 28014 MADRID
☎ +34 901 400 100 - ☎ +34 915 964 480
Courriel : oiac@msc.es

INSTITUTO NACIONAL DE GESTIÓN SANITARIA

www.ingesa.msc.es

☞ Alcalá, 56 - 28071 MADRID
☎ +34 913 380 055 - ☎ +34 913 380 375
Courriel : comunicacionaesan@msc.es

AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS

www.agemed.es

☞ P.E. de las Mercedes, C/ Campezo 1, edif 8. - 28022 MADRID
☎ +34 902 510 100 - ☎ +34 918 225 127
Courriel : sdaem@agemed.es

6. Associations professionnelles

FARMAINDUSTRIA

Asociación Nacional Empresarial de la Industria Farmacéutica

www.farmaindustria.es

☞ Association Nationale de l'industrie pharmaceutique
Serrano, 116 - 28006 MADRID
Tel : +34 915 159 350 Fax : +34 915 637 380
Courriel : farmaindustria@farmaindustria.es

ANFP

Asociación de Especialidades Farmacéuticas Publicitarias

www.anefp.org

☞ Association nationale des spécialités pharmaceutiques publicitaires
Villalar, 13, 1º - 28001 MADRID
☎ +34 914 353 569 - ☎ +34 914 355 723 / 915 759 775
Courriel : anefp@serconet.com

AFEPADI

Asociación Española de Fabricantes de Preparados Alimenticios Especiales, Dietéticos y Plantas Medicinales

www.afepadi.org

☞ Association espagnole des Fabricants de Préparations Alimentaires spéciales, Produits Diététiques et Plantes médicinales. 60 adhérents qui représentent 70% du marché
C/ Aragón, 208-210 Ático 4ª - 08 011 BARCELONA
☎ +34 934 548 725 - ☎ +34 934 513 155
Courriel : afepadi@afepadi.org

7. Salons



INFARMA

www.infarma.es

☞ *Congrès des officines de pharmacie*

Organisateurs du salon : INTERALIA

Prochaine édition : 28 Février, 1^{er} et 2 Mars 2009

Lieu : Barcelone

☎ +34 934 161 466

☎ +34 934 150 095

Courriel : ferias@interalia.es

EXPOVITAL

www.exovital.net

☞ *Salon de l'herbodététique, santé, produits naturels et écologiques*

Organisateur du salon : INTERALIA

Prochaine édition : 7, 8, 9 Mars 2008

Lieu : Madrid

☎ +34 934 161 466

☎ +34 934 150 095

Courriel : ferias@interalia.es

EXPO ECOSALUD

www.exosalud.net

☞ *Salon de la santé et de la qualité de vie, des produits naturels et écologiques*

Organisateur du salon : INTERALIA

Prochaine édition : 8, 9, 10 Mai 2009

Lieu : Barcelone

☎ +34 934 161 466

☎ +34 934 150 095

Courriel : ferias@interalia.es

Congrès COFMANEFP

www.cofmanefp.org

Organisateur du congrès : COFMANEFP

Prochaine édition : 20, 21, 22 Février 2008

Lieu : Madrid

☎ +34 915 769 711

☎ +34 915 767 958

Courriel : jornadas.efp@recol.es

Pour aller plus loin

Guide répertoire des distributeurs de produits de parapharmacie, OTC et nutrition santé en Espagne



La première partie de ce guide est consacrée à un panorama du secteur de la parapharmacie et des OTC. Cette synthèse est enrichie de 233 fiches de présentation des principaux importateurs et distributeurs sélectionnés pour leur intérêt envers les produits français. Ce guide est un produit d'information et d'aide à la prospection commerciale. On notera la grande diversité des opérateurs mentionnés dans ce guide ; laboratoires, coopératives pharmaceutiques, grossistes/répartiteurs, sociétés spécialisées en produits cosmétiques, diététiques, en orthopédie ou matériel d'autodiagnostic commercialisés par le canal parapharmacie. **Pour en savoir plus, cliquez ici.**

Copyright

Tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse de la Mission Economique de Barcelone (adresser les demandes à barcelona@missioneco.org).

Clause de non-responsabilité

La ME s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour, et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, elle ne peut en aucun cas être tenue responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer des conseils personnalisés qui supposent l'étude et l'analyse de cas particuliers.



Auteur : Mission Économique

Adresse : Avinguda Sarrià 102-106, planta 11

08017 Barcelona - ESPAGNE

Rédigée par : Adrien LEPERT

Revue par : Pierre LIGAVAN

Date de parution : 30/10/2007

Version originelle : 14/07/2006