

Stratégie de spécialisation : Parashop, plus glamour, moins pharmacie

QUESTIONS

1. *Quels sont les leviers de la stratégie de spécialisation de l'entreprise Parashop.*
2. *D'après-vous, cette stratégie est-elle pertinente ?*

Éléments de réponses.

Question 1 :

Parashop détient un avantage concurrentiel certain dans le secteur de la parapharmacie. Ce positionnement repose sur différents avantages de marché :

- *l'expérience de l'entreprise (connaissance des clients, connaissance de la culture du secteur, avantage du premier entrant, etc.)*
- *la notoriété (l'image de marque forte)*
- *la maîtrise de la distribution (réseau de distribution en propre, etc.)*

Ces avantages de marché permettent à Parashop d'apparaître comme la chaîne spécialisée de la parapharmacie. L'enseigne détient ainsi un véritable avantage concurrentiel dans son secteur.

Cette spécialisation a pendant longtemps permis à Parashop d'avoir une position dominante. Néanmoins, cette situation semble évoluer.

Question 2 :

La stratégie de spécialisation de Parashop avec un recentrage sur les produits de beauté semble un choix stratégique pertinent. L'analyse des cycles de vie et de l'environnement concurrentiel du secteur de la parapharmacie et de la beauté et du bien-être fait apparaître des différences importantes.

Il existe en effet aujourd'hui une très forte incertitude sur le secteur de la parapharmacie (nouvelles réglementations) et un environnement concurrentiel qui se durcit avec par exemple le développement de la parapharmacie dans les grandes surfaces.

Au contraire, le secteur de la beauté et du bien-être semble se maintenir et se développer et peut permettre un nouveau cycle de croissance. Le secteur semble moins touché par la crise et les dépenses des ménages se maintiennent. Le marché de la beauté a en effet bien résisté à la dégradation de la consommation dans l'Hexagone et signé une progression de 3% en 2012 grâce au dynamisme du parfum et du maquillage (source : Challenge¹).

¹ <http://www.challenges.fr/economie/20120207.CHA0899/les-francais-continuent-de-depenser-pour-leur-beaute.html>