



# PHOENIX PHARMA


*Le Répartiteur qui s'implique  
chaque jour à vos côtés*

## REVUE DE PRESSE

*Février 2011*



A company of PROSIS group  
Le répartiteur qui s'implique chaque jour à vos côtés.



## PHOENIX Pharma dans la presse

**4 parutions dans la presse professionnelle consacrées à PHOENIX Pharma suite à la conférence de presse donnée par Laurent Cuiry le 31 janvier dernier, présentant la nouvelle stratégie de développement de l'entreprise.**

**-Le Moniteur des Pharmacies: Phoenix Pharma France en pleine renaissance**

**-Impact Pharmacien: Phoenix Pharma France affiche ses ambitions à l'horizon 2013 pour ses 3 métiers**

**-Revue Pharma: Phoenix renaît de ses cendres**

**- Pharmaceutiques: Phoenix Pharma reprend son envol**

**L'inauguration de l'agence d'Ollioules à l'honneur dans la presse: un article de Var Matin lui est dédié**



## PHOENIX Pharma dans la presse

*Le Moniteur des pharmacies n° 2868 du 12  
Février 2011*



Laurent Cuiry, président de Phoenix Pharma France : « L'ouverture de nouvelles agences est probable d'ici l'année 2013. »

**Paru dans Le Moniteur des Pharmacies, N° 2868 du 12/02/2011**

**Rubrique :** Entreprise

**Auteur(s) :** Stéphanie Bérard

### **Phoenix Pharma France en pleine renaissance**

Après avoir touché le fond, **Phoenix Pharma** sort la tête de l'eau. « Depuis deux ans, l'entreprise a passé son temps à tenter de régler sa situation financière », confie Laurent Cuiry, président de la filiale française d'un groupe de répartition dont la situation financière est désormais assainie. « Nous venons de définir des orientations stratégiques à l'horizon 2013 en restant sur nos cœurs de métier », poursuit Laurent Cuiry.

A commencer par l'activité de répartiteur boostée par le rachat de la CERP Lorraine en 2008. Avec 80 % du territoire couvert, **Phoenix Pharma** souhaite créer plus de lien avec les pharmaciens, d'abord en musclant son centre d'appel et en augmentant de 15 % le nombre de commerciaux sur le terrain. « L'ouverture de nouvelles agences est probable d'ici l'année 2013 », prédit Laurent Cuiry.

### **Donner plus de visibilité à Plus Pharmacie**

En avril, le répartiteur prévoit aussi le relookage de son site Internet et le lancement d'un portail professionnel en septembre comprenant une base documentaire pour les officinaux. Autre maillon du groupe, l'activité dépositaire devrait également bénéficier d'une marque spécifique.

Enfin, le groupe compte sur Plus Pharmacie, dont il détient 61,7 % des parts, pour être présent sur les enseignes. Plus Pharmacie, qui compte 865 pharmaciens, est désormais prêt à « actionner des leviers pour devenir une enseigne forte », explique Bernard Dutres, son nouveau président, qui s'apprête d'ailleurs à lancer une campagne de communication grand public le mois prochain.

# PHOENIX Pharma dans la presse

*Impact Pharmacien n°282 du 9 au 15 Février 2011*

## DISTRIBUTION

### Phoenix Pharma France affiche ses ambitions à l'horizon 2013 pour ses trois métiers

Challenger en France, Phoenix Pharma aborde les trois années à venir avec une nouvelle stratégie de développement plaçant la relation client au cœur de ses préoccupations. Fort du refinancement du groupe qui a restauré sa trésorerie, Phoenix Pharma France entend s'inscrire dans une nouvelle dynamique de croissance s'appuyant sur ses trois métiers. Côté répartition, Phoenix Pharma France se fixe un

objectif de part de marché de 8,5% en 2011. Côté déposition, le groupe entend accompagner le développement de ses clients laboratoires et créera une entité à part entière, à travers une nouvelle marque.

Côté groupement enfin (Phoenix Pharma détient 61,67% du capital de Plus Pharmacie), le plan à trois ans prévoit notamment, autour d'enseignes fortes (PharmaVie et Familyprix), de

favoriser les synergies au niveau de la force commerciale, des achats et des activités de répartition et de logistique pour permettre aux adhérents (865 à ce jour) d'optimiser leur outil de travail.

Le groupement se donne pour objectif environ 1 100 pharmaciens PharmaVie (contre 800 actuellement) et autant de pharmacies Familyprix (contre 200 actuellement). ■ D. M.



A company of PROPHIS group  
Le récepteur du médicament change tout à vos côtés.

# PHOENIX Pharma dans la presse

**Stratégie**

*Revue pharma n°75 du 20 Février 2011*

## Phoenix renaît de ses cendres

**Après quelques années marquées par de graves difficultés financières, Phoenix Pharma France, filiale française du groupe allemand Phoenix, a présenté sa nouvelle stratégie de développement pour les trois années à venir. Un plan stratégique, porté par une assise financière restaurée, et marqué par le développement conjoint des trois métiers du groupe : répartition, déposition et groupement.**

Côté répartition, l'intégration de la CERP Lorraine Répartition (600 personnes, 14 sites, 803 millions d'euros de chiffre d'affaires) a constitué une étape importante dans l'évolution de Phoenix Pharma, tant par la taille de l'entreprise acquise que par les enjeux stratégiques d'un tel rapprochement. Avec désormais 22 agences desservant 80 % du territoire, le groupe se fixe un objectif de part de marché de 8,5 % en 2011. Cette acquisition a, par ailleurs, amené le groupe à repenser sa structure commerciale. Déclinée en six régions, cette nouvelle organisation fait désormais le choix d'une présence régionale accrue, qui s'accompagne d'un renforcement de la force de vente (+ 15 % des effectifs).

### **La déposition à la conquête de nouvelles parts de marché**

Véritable levier de croissance pour l'entreprise, la déposition sera très prochainement une entité à part entière, associée à une nouvelle marque pour augmenter la visibilité de cette activité. Parmi les actions engagées, Phoenix Pharma France entend augmenter la capacité d'entreposage en fonction des besoins des clients et n'exclut pas de futures acquisitions.

### **Plus Pharmacie, proximité renforcée avec les pharmaciens**

Présent sur le marché français grâce à deux enseignes (PharmaVie et Familyprix), Plus Pharmacie compte aujourd'hui 865 pharmacies. Phoenix Pharma, qui détient 61,67 % du capital, a prévu, à horizon 2013, de favoriser les synergies



Laurent Cuiry

au niveau de la force commerciale, des achats et des activités de répartition et logistique. Une plate-forme logistique permettra ainsi d'assister les pharmaciens dans leurs besoins.

### **Une communication renforcée**

Refonte du site institutionnel, création d'un portail professionnel, assistance téléphonique... pour conduire à bien ces changements, Phoenix Pharma France entend renforcer sa communication. « Phoenix Pharma France dispose aujourd'hui des meilleurs atouts pour conduire à bien sa stratégie de croissance et se fixer de nouvelles ambitions, pour maîtriser son avenir et devenir un acteur incontournable sur un marché de la santé en plein mouvement », indique Laurent Cuiry, président de Phoenix Pharma France. ■

# PHOENIX Pharma dans la presse

*Pharmaceutiques du 1<sup>er</sup> février 2011*

## Distribution pharmaceutique : Phoenix Pharma reprend son envol



Touché, mais pas coulé... Un peu plus de deux ans après la crise de 2008, le groupe allemand Phoenix revient sur le devant de la scène et développe une stratégie croisée sur ses métiers de prédilection.

Le 31 janvier dernier, les responsables de la filiale française du répartiteur allemand Phoenix Pharma ont présenté leur nouvelle stratégie de développement. Fort de l'acquisition (finalisée) de la CERP Lorraine et de l'entrée au capital du groupement Plus Pharmacie, Phoenix Pharma France veut désormais s'implanter durablement dans le paysage hexagonal de la distribution pharmaceutique. Durement frappé par la crise économique et financière en 2008, le leader européen du secteur (18 % de parts de marché) avait également dû faire face au brutal décès de créateur, Adolf Merckle. Essentiellement financée par la dette, l'entreprise familiale (Phoenix Group) avait alors plongé. Aujourd'hui dirigée par Ludwig Merckle, le fils du défunt fondateur, elle refait progressivement surface.



# PHOENIX Pharma dans la presse

*Suite de l'article de Pharmaceutiques du 1<sup>er</sup> février 2011*

## **Un refinancement vital**

L'an dernier, Phoenix Pharma s'est attaché à retrouver des bases financières saines, *via* un refinancement complet du groupe (crédit syndiqué, injection de fonds propres, émission d'obligations, etc.). Une stratégie qui les a notamment conduit à céder le génériqueur Ratiopharm à Teva durant l'été 2010 pour 3,625 milliards d'euros. « Nos comptes sont maintenant équilibrés et nos problèmes de trésorerie sont résolus, affirme Laurent Cuiry (en photo), président de Phoenix Pharma France. Nous pouvons donc repartir à la conquête de nouvelles parts de marché sur nos métiers de prédilection. » A savoir, la répartition, la déposition et la gestion de pharmacies.

## **Objectif 2013**

Sur ces trois segments, ses dirigeants ont mis au point une stratégie croisée avec des objectifs fixés à l'horizon 2013. Lors des trois prochains exercices, Phoenix Pharma France s'est donné pour mission d'investir dans les moyens techniques et humains, de conquérir de nouvelles parts de marché, mais aussi de développer les synergies avec le groupe Plus Pharmacie et ses deux enseignes (PharmaVie et Familyprix), dont il détient 61,67 % des parts.

Pour rappel, Phoenix Pharma a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 22 milliards d'euros en 2010.

**Jonathan Icart**



## PHOENIX Pharma dans la presse

Inauguration de l'Agence PHOENIX Pharma à Ollioules

*Var Matin du 20 février 2011*

**ESSOR COMMERCIAL**

# Phoenix Pharma se dévoile



(Photo J. L.)

La soirée portes ouvertes organisée par la société Phoenix Pharma a attiré la foule, en fin de semaine : près de deux cents pharmaciens des Bouches-du-Rhône, du Var et des Alpes-Maritimes ont visité l'installation. Pour l'occasion, Jean-François Michot, directeur régional, a reçu le président du groupe, Laurent Cury, venu du siège de Créteil, et le personnel de l'antenne du Puget-sur-Argens.

L'agence ollioulaise, en place depuis 2009 et qui dispose de 9 000 m<sup>2</sup>, dont 4 200 d'entrepôt, est en effet un modèle d'installation moderne, où l'informatique tient une place prépondérante. Et pour cause : 8 millions d'euros ont été investis pour réaliser cet établissement.

**RPM**



A company of PROPHIE group  
LE RÉCÉPTEUR DU BÉNÉVOLE CHAQUE JOUR À VOS CÔTÉS.



## Notre filiale: Plus Pharmacie

**Le groupement Plus Pharmacie, présent également à 4 reprises dans la presse ce mois-ci suite à la conférence de presse du 31 janvier 2011:**

- **Présentation des ambitions du nouveau président pour le groupe**
- **Campagnes de prévention grand public**
- **Formations des équipes officinales**
- **Applications Appstore pour ses clients**

**- Moniteur des Pharmacies:**

▪ **Plus Pharmacie va passer du groupement à un mode enseignes**

▪ **Trois applications mobiles à exploiter**

**- Pharmacien Manager: Plus Pharmacie part en campagne**

**- Impact Pharmacien: Rayon bébés: comment surfer sur la vague de natalité**



## Notre filiale: Plus Pharmacie

### Stratégie du nouveau président: produits à la marque, formations des équipes, campagnes de prévention et de dépistage, communication grand public

*Moniteur des Pharmacies n° 2870 du 26 février 2011*

« Plus Pharmacie va passer du groupement à un mode enseigne »

Paru dans **Le Moniteur des Pharmacies**, N° 2870 du 26/02/2011

**Bibliothèque :** Cahier I

**Rubrique :** Entreprise

**Auteur(s) :** Stéphanie Bérard

**Bernard Doutres vient de prendre la tête du groupement Plus Pharmacie et de ses deux enseignes, PharmaVie et Familiprix. Projets de développement, prévention, communication..., le nouveau P-DG répond aux questions du « Moniteur ».**

« *Le Moniteur des pharmacies* » : Vous venez de prendre la présidence de Plus Pharmacie. Quel axe de développement envisagez-vous ?

**Bernard Doutres :** Mon objectif est de créer une vraie stratégie d'enseigne. En 2011, Phoenix Pharma, qui détient une majorité du capital de Plus Pharmacie, a adhéré à mes projets d'investissement afin de monter l'enseigne en puissance. Pour cela, je souhaite rassembler autour de Plus Pharmacie des officinaux qui jouent le jeu. Ils doivent adhérer, dans leurs points de vente, aux valeurs incontournables de Plus Pharmacie : les produits en MDD, notre marque de génériques Isomed, une façade et un agencement aux couleurs de l'une des deux enseignes du groupement, mais aussi la participation aux campagnes de prévention et de dépistage que nous menons. Les pharmacies qui n'intégreront pas ces règles du jeu sortiront de fait. Car, cette année, nous passons d'un mode groupement à un mode enseigne.

*Comment comptez-vous créer la différence avec les autres enseignes ?*

Nous pouvons faire la différence en personnalisant l'application des nouvelles missions du pharmacien. Par exemple, nous allons cette année mettre l'accent sur le dépistage des maladies cardiovasculaires. Pour cela, nous avons mis au point un logiciel permettant de faire le test de Framingham et d'évaluer les risques cardiovasculaires à un horizon de dix ans. Nous travaillons avec une équipe de l'hôpital Georges-Pompidou, à Paris, pour interpréter ces résultats et déceler les personnes bien portantes qui sont à risque. Pour cet accompagnement, nous avons créé un protocole pour les officines. Il nécessite une formation obligatoire pour deux personnes d'un même point de vente, un contrôle de bonne utilisation des tests et l'existence d'un espace confidentiel. Les équipes officinales signent une charte où elles s'engagent notamment à effectuer le test une à deux fois par semaine. Cela permet de suivre des patients régulièrement tous les six mois. Actuellement, 200 pharmaciens ont été acceptés pour ce protocole. Le logiciel est testé dans dix officines et, le 1<sup>er</sup> mars, il sera étendu à toutes les pharmacies acceptées pour le protocole.

*Avec cette démarche de prévention, vous vous intégrez quand même à la politique du Collectif des groupements sur le dépistage cardiovasculaire ?*

Oui, car nous ne voulons pas faire cavalier seul. Notre groupement, qui a commencé ce projet début 2009, cherche simplement à mettre la barre plus haut sur les méthodes et les moyens employés sur nos points de vente.



A company of PROPRIS group  
Le récepteur du médicament chez vous c'est nous.

# Notre filiale: Plus Pharmacie

## Suite de l'article du Moniteur des Pharmacies



Bernard Doutres : « Je veux fédérer autour de Plus Pharmacie des officinaux qui jouent le jeu. »

*Vous avez créé un cabinet de formation spécialisé dans la nutrition. Comment envisagez-vous de valoriser cette spécialisation pour Plus Pharmacie ?*

Dès le 1<sup>er</sup> mars, nous allons proposer aux adhérents de vendre des coffrets sur la nutrition (« 100 % coaching diététique »). Pour un prix public de 35 euros, ils proposeront un abonnement d'un an sur un site Internet permettant de visualiser les apports nutritionnels et de recevoir des menus plus adaptés et des conseils pour maintenir un poids de forme. Les équipes pourront alors suivre les personnes en surpoids par le biais de ce coffret, disponible dans les pharmacies du groupement après le 18 mars. Ensuite, j'envisage de décliner ce principe à d'autres problématiques de santé.

*Quelle communication grand public sera développée ?*

Le 1<sup>er</sup> mars, nous initions une campagne de communication grand public par le biais d'une chronique quotidienne dans « Les conseils d'Amélie » sur les radios nationales. Ce sont des séquences de 90 secondes qui passeront pendant un mois et dans lesquelles les enseignes de Plus Pharmacie sont citées. Cette campagne est relayée dans les points de vente par un livret conseil pour les mamans et 18 fiches sur les problématiques de santé liées au bébé. Au-delà de la communication sur le groupement, j'espère que cette campagne permettra de faire monter davantage le niveau de compétences des équipes officielles

Parcours

En 1993, Bernard Doutres faisait partie de l'équipe fondatrice de Plus Pharmacie aux côtés de Joseph-Philippe Benwaïche. En parallèle, il a géré trois officines importantes, dont la dernière à Montpellier vendue en 2003. En 2000, un désaccord avec la stratégie menée le conduit à vendre ses parts, mais sans quitter complètement le groupement. Puis Bernard Doutres crée Echoform, un cabinet de formation en diététique pour les officines du groupement. En 2009, Phoenix Pharma lui propose la direction de Plus Pharmacie.



## Notre filiale: Plus Pharmacie

### Plus Pharmacie lance une campagne grand public à la télévision et à la radio sur la prise en charge des bébés

*Pharmacien Manager n°104 Février 2011*

SERVICES : Plus Pharmacie part en campagne

Paru dans Pharmacien Manager, N° 104 du 01/02/2011

Rubrique : l'actualité

Auteur(s) : M.L.

Sur-titre : SERVICES

Il n'aura pas fallu longtemps à Bernard Doutres, à la tête du groupement Plus Pharmacie depuis novembre dernier, pour repartir sur les chemins de la communication grand public. La nouvelle campagne PharmaVie démarre début mars, d'abord en radio puis en télévision. Objectif : mettre en avant le service à valeur ajoutée. Cette campagne portera sur la prise en charge des bébés. Au-delà de la démarche publicitaire, l'enseigne tient à former les équipes officinales et à leur apporter des outils de référence pour mieux conseiller les mamans. **« Tous nos adhérents doivent avoir la même qualité de discours »**, insiste Bernard Doutres qui tient à communiquer sur les valeurs de son réseau (à savoir le service et l'expertise des équipes) pour se différencier.



A company of PROPHIS group  
Le fabricant qui s'occupe chaque jour de vos soins.

## Notre filiale: Plus Pharmacie

*Impact Pharmacien n°284 du 23 février au 1<sup>er</sup> mars 2011*

### RAYON BÉBÉS : COMMENT SURFER SUR LA VAGUE DE NATALITÉ



#### Côté groupements : ce qu'ils proposent

◀ **Plus Pharmacie** va, en mars, mettre en route une campagne télévisée et radio autour du bébé. Un call center sera à la disposition des mamans. « Une jeune maman est une cliente très captive pendant les 6 premiers mois du bébé. C'est pendant cette période que le pharmacien devra démontrer ses compétences, l'attractivité des prix et disposer d'un grand choix de produits », annonce Bernard Doutres, P-DG de Plus Pharmacie.



A company of PROPRIS group  
Le récepteur du stimulus chaque jour à vos côtés.

## Notre filiale: Plus Pharmacie

### Une nouvelle application sur I-phone (déjà citée dans la presse le mois dernier

*Le Moniteur des Pharmacies n° 2870 du 26 Février 2011*



#### TROIS APPLICATIONS MOBILES À EXPLOITER

Paru dans **Le Moniteur des Pharmacies**, N° 2870 du 26/02/2011

Bibliothèque : Cahier I

Rubrique : Entreprise

Auteur(s) : Virginie Saurel

**Pharmacies de garde, information sur des médicaments, expédition d'ordonnances... Les applications mobiles se sont multipliées ces derniers mois. Que proposent-elles ? Revue de détails.**

1 Prolonger le dialogue avec l'équipe

Groupements et SSII proposent aux patients des informations pratiques sur leur pharmacie visant à renforcer le lien avec l'équipe officinale.

#### • Du côté des groupements

Depuis novembre 2010, Plus Pharmacie propose aux clients de ses deux enseignes Pharmavie et Familiprix d'adresser leurs ordonnances au pharmacien en la photographiant afin qu'il la prépare, mais aussi de suivre le calendrier vaccinal de toute la famille. L'application est gratuite et téléchargeable à partir de l'application Appstore de leur téléphone. Les clients des deux enseignes peuvent aussi y repérer, grâce à la géolocalisation de l'iPhone, l'officine la plus proche. Pharmodel vient de lancer un bouquet de services sur iPhone et iPod Touch, envoyant aux patients des informations pratiques sur la pharmacie de garde et les officines situées à proximité. Pour prolonger le dialogue avec l'équipe, l'application du groupement met en place un suivi du calendrier vaccinal, une aide à la prise quotidienne de la pilule ainsi qu'un calcul de l'IMC.

Enfin, PHR propose, avec iPharmacien, son application iPhone, d'expédier une ordonnance à renouveler à son pharmacien et de bénéficier d'un module d'aide à l'observance des traitements. Les officines du groupement suivent, actuellement, plus de 850 traitements par ce biais. L'application permet aussi à un patient de trouver l'officine et le défibrillateur le plus proche et d'accéder aux numéros d'urgence santé. Elle a déjà été téléchargée plus de 15 000 fois.

2 Informer sur les produits