

REVUE DE PRESSE

Avril 2012



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

Le Répartiteur qui s'implique chaque jour à vos côtés

PHOENIX Pharma dans la presse

Phoenix Pharma, partenaire des étudiants

>> Coup de pouce

Grossistes et étudiants : opération séduction

Les grossistes-répartiteurs ne ménagent pas leurs efforts pour rester connectés avec les étudiants durant leurs études. Tour d'horizon des services et aides développés pour la nouvelle génération.



© PHOENIX

La plupart des grossistes ont créé des plates-formes Internet dédiées aux petites annonces. Une mine pour les étudiants en quête d'emploi.

L'un des services les plus appréciés des étudiants est l'aide que les grossistes leur proposent pour trouver un stage ou un emploi. Les principaux répartiteurs ont en effet développé des plates-formes Internet dédiées aux petites annonces, visant à faciliter leur insertion professionnelle pendant et après leur cursus. Ce service est bien connu des potards, qui y ont massivement recours : « Je n'ai pas trouvé mieux pour une recherche d'emploi », confirme Anna, aujourd'hui jeune diplômée. Je dépose une annonce sur les sites des principaux grossistes pour multiplier mes chances. Et ça marche. »

Une efficacité dont témoignent les chiffres de fréquentation de ces sites. « Sur le site d'Alliance Healthcare, 1 257 offres et 1 941 annonces de recherche d'emploi et de stage ont été postées en 2011. Et en février dernier, 4 000 visites uniques ont été comptabilisées », indique Emma Callus, consultante pour le groupe. Et les autres grossistes ne sont pas en reste. Chez Phoenix, le site Internet se double d'une version papier. « Nous glissons dans les caisses de livraison les demandes d'emplois des étudiants. Ils ont ainsi encore plus de chances de toucher les titulaires », révèle Sophie Nicolas, responsable marketing du groupe. Chez Astera, ce sont 4 361 demandes d'emploi qui ont été déposées par les étudiants

l'année dernière. L'OCP dispose également depuis un peu plus d'un an d'un blog qui propose offres d'emploi ou informations sur la vie de l'entreprise.

« Nous sommes présents sur toutes les rencontres de l'Association nationale des étudiants en pharmacie de France (Anegf), où nos experts interviennent sur des thématiques différentes », indique Isabelle Thierri, chargée des relations publiques à l'OCP. Les grossistes répondent en effet souvent présent lors des assemblées générales et des congrès de l'association, où ils donnent des conférences dans leurs domaines de compétences : la gestion, le management, le marketing... Des interventions qui ont pour but de pal-

« En plus de notre site Internet, nous glissons dans les caisses de livraison les demandes d'emplois des étudiants. Ils ont ainsi encore plus de chances de toucher les titulaires. »



Sophie Nicolas, Phoenix

lier le manque de cours dispensés dans les facultés sur ces thèmes. Les étudiants, eux, apprécient : « Nous n'avons des cours de gestion qu'en sixième année, et tout y est abordé de manière succincte. Ou trop théorique. Il est appréciable de profiter de l'expérience concrète des grossistes », admet Anna.

Une expertise en gestion et en management

Phoenix propose ainsi des ateliers autour du géomarketing, du merchandising ou de la gestion du back-office. « Des sujets intéressants pour les étudiants qui ont en tête, à moyen ou à long terme, de s'installer », estime Sophie Nicolas. Certains grossistes se rendent même jusque dans les facultés. « Nous intervenons sur demande des professeurs de gestion, par exemple, dans sept facultés », explique Joffrey Blondel, de la société Iai-pharm, autre filiale d'Astera. Et pas ques-

PHOENIX Pharma dans la presse

Phoenix Pharma, partenaire des étudiants



OCP
Pharma

LE BLOG QUI RECRUTE

Parce que votre talent n'attend pas

» La formation en "e-learning" est arrivée

Les métiers de la répartition

Entreprise du secteur pharmaceutique, nous recrutons régulièrement des pharmaciens pour des postes de commerciaux ou pour d'autres fonctions supports et logistiques. Une interview vidéo a été réalisée pour le site internet destinés aux pharmaciens "Pharmag" afin que les étudiants en pharmacie puissent découvrir les différents métiers que l'on peut exercer et connaître les évolutions de carrière à l'OCP. Découvrez-là en cliquant sur l'image ci-dessous :

Bénédicte Kérou-Troch
Directrice de développement de l'OCP Pharma

Facebook Twitter LinkedIn

Réseaux sociaux, sites Internet, blogs, interventions dans les facultés : les grossistes multiplient les canaux d'information et de fidélisation.

tion pour la coopérative Astera de dispenser des cours traditionnels : « Nous proposons aux étudiants des mises en situation, des études de cas. »

Les répartiteurs sont aussi là pour épauler le jeune pharmacien lorsqu'il souhaite « sauter le pas » et acheter. Maxime, installé en Lorraine, reconnaît le rôle central qu'ils peuvent jouer dans les transactions : « Leurs commerciaux, au niveau local, connaissent très bien le marché. Ils mettent donc facilement en contact acheteurs et vendeurs. Même si j'ai finalement trouvé ma pharmacie par un autre biais, j'ai pu apprécier l'aide que les grossistes peuvent apporter dans la recherche de la pharmacie idéale. »

L'accompagnement du futur titulaire... et partenaire ?

Mais certains grossistes vont plus loin, en proposant un véritable « package » à ceux qui veulent s'installer. C'est le cas de l'OCP qui propose la formule « Demain je m'installe » (voir encadré) ou pour Astera, avec sa formation dédiée intitulée « L'école du futur installé ».

Participation aux congrès, parrainage de guides pratiques, édition de revues, dons de blouses avec le logo de l'entreprise... tous les moyens pour communiquer sont utilisés par les grossistes. Si la proximité avec les étudiants est au cœur de leurs préoc-

cupations, c'est évidemment dans le but de les fidéliser. « Notre démarche auprès des étudiants est de les soutenir pendant leurs six années d'études, leur faire connaître nos compétences et savoir-faire en espérant qu'ils seront ensuite nos clients ou collaborateurs », confirme Isabelle Thierr. Même conclusion chez Astera : « Nous espérons, bien entendu, que les étudiants deviendront sociétaires de la coopérative, grâce à la qualité de l'aide que nous leur aurons apportée. »

Mais si les grossistes espèrent séduire des clients, ils cherchent aussi des collaborateurs, qu'ils peinent à trouver en raison du peu de place donnée aux métiers de la répartition du-

rant le cursus pharmaceutique. Ils accueillent donc volontiers des stagiaires avec, à la clé, la possibilité d'une embauche. Chez Phoenix, on réfléchit même à la création d'une université... « Nous voudrions proposer une sorte de "parcours d'entreprise", explique Sophie Nicolas. Chaque année, nous accueillerions un petit nombre d'étudiants pour leur faire découvrir les métiers de la répartition. »

Une politique de « donnant-donnant »

Maxime, le jeune installé, se dit pragmatique : au moment de faire son choix, il reconnaît avoir regardé avant tout qui lui proposait les meilleures remises... et ne s'est pas senti particulièrement fidélisé, malgré l'aide qu'il avait pu recevoir lors de la recherche de son officine. Et pour de nombreux étudiants, le rôle des grossistes-répartiteurs se résume encore bien souvent à livrer des boîtes ou à fournir le code d'un nouveau médicament, comme en témoigne Sarah, inscrite en sixième année officine à Nancy : « Lorsque j'ai besoin d'un renseignement sur un produit, l'appeler est mon premier réflexe ». Alors, volages, les étudiants ou juste mal informés ?

Pour Guillaume, en cinquième année à la faculté de Rennes et vice-président partenaire de l'Anepf, entre les grossistes et les étudiants, « c'est du donnant-donnant. Ils ont besoin de nous et nous avons besoin d'eux, pour le sponsoring notamment. » Et si les étudiants ne lui semblent pas forcément réceptifs à « l'opération séduction » des grossistes, il est certain cependant que « si un grossiste devenait moins visible par les étudiants, il se pénaliserait lui-même très lourdement ».

Une chose est sûre : de la recherche d'un stage ou d'un emploi à l'aide à l'installation, les services proposés aux étudiants par les grossistes répartiteurs sont bien réels et peuvent s'avérer de précieux coups de pouce. Encore faut-il les connaître... Alors, gardez l'œil ouvert !

HÉLOÏSE RAMBERT, PHARMACIENNE

III « DEMAIN, JE M'INSTALLE ! »

Ça y est, c'est décidé, vous voulez vous installer ! Vous avez même repéré la pharmacie idéale. L'OCP peut vous aider à analyser la situation de l'officine et à construire un plan financier adapté via un stage d'une journée. L'objectif est d'apporter des astuces pour l'installation : comment choisir la bonne officine, bâtir un projet ou s'assurer de sa viabilité. A la clé, analyse de la santé financière de la pharmacie (chiffre d'affaires, marge, nombre de clients) et de l'environnement local (concurrence, perspective d'évolution...). Il aide aussi à l'établissement d'un plan de financement sur mesure, en apportant ses connaissances et compétences techniques, et à la préparation du dossier que le pharmacien présentera à la banque pour mettre toutes les chances de son côté. Ce stage est offert pour tout projet d'installation avec l'OCP, payant dans le cas contraire.

Pour plus de renseignements : jesouhaiteminstaller@ocp.fr

Notre filiale Plus Pharmacie

Compte rendu du Congrès de Berlin (1)

Article paru dans *Le Moniteur des pharmacies* n°2929 du 14 Avril 2012,
Ainsi que dans *le Quotidien du pharmacien* n°2912 du 5 Avril 2012

Publi-reportage

Plus Pharmacie, Congrès de Berlin.

Accueillant à Berlin plus de 600 adhérents invités au 29^{ème} Congrès annuel de PLUS PHARMACIE, Laurent CuiRY, Président du groupement, a rappelé les thèmes clés des 3 journées: **Réussir et Entreprendre ensemble, Innover, Apporter des solutions concrètes.**



Mr Laurent CUIRY
Président Directeur Général de PLUS PHARMACIE

Entreprendre et Réussir ensemble, souligne-t-il, "est la raison d'être du groupement. Celle-ci se traduit notamment par la forme de sa gouvernance, associant à la fois les Présidents de région, les Administrateurs, l'équipe centrale de PLUS PHARMACIE dont la force vient en relation quotidienne avec les officines". Plusieurs étapes marqueront 2012 ; il s'agit en particulier mais pas exclusivement du lancement du "Club Plus Pharmacie", où seront partagées les expériences, les forces vives, les expertises diverses qui renforcent la gouvernance ainsi que les arbitrages du Groupement. Il rappelle "le bénéfice logistique que représente pour PLUS PHARMACIE d'être adossé à PHOENIX Pharma, leader Européen de la répartition. Dans un contexte économique extrêmement perturbé, la valorisation de notre Expertise en Pharmacie et en Vie moins chère doit se poursuivre. Développons nos enseignes ainsi qu'une image et une performance reconnues sur le marché, participons aux actions destinées à l'obtention de la rémunération ad hoc."

L'officine doit de plus en plus agir en Entreprise.

Cela ne l'empêchera pas de tenir son rôle et sa raison d'être, capitaux dans la chaîne de santé et la dispensation. Puisque son métier évolue, elle doit disposer de meilleurs indicateurs d'entreprise, une Business Intelligence, qui fournit de nouveaux tableaux de bord de l'officine, au quotidien". Il invite les "Plus Pharmaciens" à changer de point de vue, à saisir les opportunités de la

HPST, même si celle-ci peut sembler dérangeante ou incertaine et assure que: "Quelles que soient les difficultés d'une actualité dense en cette période électorale, soyons certains que PLUS PHARMACIE demeure leader en France, et le restera: notre énergie y est toute consacrée."

ouverture à moins de 25%." La crise et désertification sont là, tentons d'en faire une opportunité. D'autres éléments prennent de l'importance, « le développement de nouvelles activités, un certain droit de prescription pour le pharmacien, l'éducation thérapeutique, le portage, la réalisation de tests et bilans sanitaires, les

"Et si la crise était une chance pour notre profession?"

Professeur émérite d'économie et gestion de la santé à l'ESSEC, Gérard Viens ne craint pas de poser de manière provocante la question : la crise est là, nul ne peut le nier. Elle impacte l'économie de notre pays, donc la pharmacie, d'autant que celle-ci est intimement liée à la maîtrise des dépenses de santé. Mais elle peut aussi être l'occasion d'une remise à plat du système, d'une réflexion globale. Quel impact a la crise sur l'exercice officinal ? Une pression sur le prix des spécialités ; sur la rémunération des génériques ; sur la prescription, renforcement des CAPI et PAP ; pression sur les prix de l'OTC et de la parapharmacie Et "la remise en cause du modèle économique de l'officine, sûrement !" La désertification médicale entraînera-t-elle "une accélération de la fermeture de certaines officines ? Des délocalisations, des regroupements ? Et l'obligation de changer de mode opératoire... En réalité, estime Gérard Viens, "tout cela est une bonne nouvelle !" Il faut selon lui "faire sauter les contraintes réglementaires - les trois piliers de notre exercices datent de 1947." Il suggère de se rapprocher des modèles européens : ouverture du capital (pour de nouveaux modes d'investissement) et regroupe-



vaccinations, les réseaux de santé (comme animateur)." Parmi les voies de réflexion, le Pr Viens cite : susciter la création ou rejoindre des maisons de santé pluridisciplinaires, développer internet. Il rappelle qu'en Allemagne existent des pharmacies virtuelles mais encadrées. En Belgique, c'est 1% des pharmacies autorisées (non prescription seulement). En Hollande est présent DocMorris, la vente de tous les médicaments est autorisée, y compris pour les pure players (je entreprises sans pharmacies réelles). Au Royaume-Uni, tous les médicaments sont accessibles, avec une bellisation des fournisseurs. Dans notre pays, "il y a des rigidités, mais le rapport IGAS de juin 2011 est encourageant. Il traite des pharmacies d'officine, de la rémunération, des missions, des réseaux. Et fait 37 recommandations, dont : les nouveaux services comme le renouvellement des prescriptions, le dépistage, l'entretien d'accompagnement des patients chroniques, le bilan des médicaments sur prescription médicale, la réalisation des tests angine, la préparation des doses à administrer (PDA) sur prescription médicale, la dispensation à domicile. Mais aussi la rémunération : versement d'un honoraire (à l'ordonnance ; à la ligne ; pour les médicaments particuliers), la

PHOENIX
PHARMA

A company of PHOENIX group
Le répartiteur qui s'adapte chaque jour à vos clients.

Notre filiale Plus Pharmacie

Compte rendu du Congrès de Berlin (2)

rémunération à l'acte des nouveaux services avec prise en charge par l'assurance maladie. Quant au nombre d'officines, l'objectif serait de : tarir la création d'officines (augmenter les quotas, gel de 10 ans) ; encourager les regroupements en allongeant la période de protection et en les autorisant en tout point du territoire. Côté capital, le rapport envisage la possibilité de multipropriété sans limitation ainsi que l'ouverture à des non pharmaciens. La crise, souligne Gérard Viens, "augmente la pression sur le médicament donc sur la pharmacie." C'est pourquoi la mise en place d'autres rémunérations, de nouvelles activités" sont essentielles pour la performance de l'officine. A travers la fin du tripode sur lequel son organisation s'appuie, la pharmacie française se rapprochera du modèle européen." Il faut, conclut-il, "envisager la pharmacie comme centre de santé."

PHARMAVIE et FAMILYPRIX: deux enseignes, des outils et des services performants !

Pour optimiser les résultats de chaque officine et pour anticiper les modes de rémunération le groupement propose plusieurs types d'outils et de services.

Le référencement et les achats, des conditions commerciales et RFA annuelles : plus de 70 laboratoires référencés, un plan annuel d'actions promotionnelles. En 2011, les RFA versées aux adhérents ont augmenté de 20% par rapport à 2010. La plateforme MyLab offre et assure le suivi de plus de 2 500 références. Elle enregistre une moyenne de 600 commandes par jour.

Les MDD Plus Pharmacie, ISOMED et B Concept sont des produits exclusivement destinés aux Adhérents avec un positionnement dynamique, plus de 200 références et une couverture de 26 % du répertoire générique avec 114 présentations.

L'accompagnement du patient et les nouvelles missions de la loi HPST. Plusieurs solutions d'accompagnement sont à la disposition des pharmaciens adhérents. Concernant le dépistage du risque cardio vasculaire (DRCV), 660 personnes ont été formées. Près de 300 pharmacies sont équipées du Cardiochek PA. C'est aussi le "100% coaching diététique" avec un logiciel scientifique en ligne pour accompagner les clients ; un suivi nutritionnel personnalisé est assuré, avec un programme d'activité sur mesure. Un réseau de diététiciennes libérales contribue à animer les pharmacies si elles en expriment le souhait.

L'animation du point de vente, plusieurs initiatives sont à rappeler: Le développement du Générateur de PLV qui constitue un relais de toutes les opérations PLUS PHARMACIE ainsi que les leaflets promotionnels, opérations prix dynamiques sur des produits leaders ou exclusifs du réseau, les bons de réduction et opérations spécifiques. Pharmaclip qui permet de disposer d'une campagne clé en main tous les mois ; 400 pharmacies sont équipées. Enfin le Magazine Pharmavie/ Familyprix qui compte 5 numéros par an, diffusés à 175 000 exemplaires.

Une politique de prix peut être mise en place, c'est une politique nationale de prix qui contribue à dynamiser l'image de l'officine, sur des produits incontournables. Un merchandising opérationnel - 150 journées Merchandising réalisées en 2011 - et une Communication / image. L'accent a été

mis également sur les façades et le concept. Le taux d'équipement en façade de l'enseigne Pharmavie atteint aujourd'hui 85%, et 30% pour ce qui concerne le concept global. L'officine adhérente bénéficie d'autres outils: attente téléphonique personnalisée, un site web adhérent... Si l'officine souhaite s'agrandir, déménager, le groupement propose aussi une aide à la gestion, et à la transaction d'officine : Plus Transaction Conseil apporte des réponses adaptées en toute indépendance pour céder ou acquérir une officine aux meilleures conditions.

La qualité paie, c'est prouvé !

La certification collective iso 9001 QMS est un autre chantier important. En 2011, 131 pharmacies se sont inscrites dans la démarche de certification collective ISO 9001. L'investissement dans la démarche qualité se révèle payante, c'est ce que démontre une récente enquête clientèle, menée en Octobre 2011 dans 108 officines inscrites dans la démarche ISO 9001. 10 325 témoignages de consommateurs ont été recueillis: Il s'en dégage une satisfaction globale de 8,5/10 chez les jeunes de moins de 35 ans et qui dépassent les 9/10 chez les seniors de plus de 70 ans:

La qualité de l'accueil dans les officines Plus Pharmacie est plébiscitée par 79 % des sondés. On enregistre un gain de 3 points en clients très satisfaits dans les pharmacies ayant adopté le concept d'agencement de l'enseigne, dans les thèmes suivants : Sur l'aspect intérieur, aspect extérieur et services proposés, l'enquête de satisfaction a permis de mettre en lumière les attentes des consommateurs, notamment en terme de temps d'attente, de confidentialité et de nouveaux services. Résultat pour les MDD, selon les gammes, on a constaté une distribution numérique (DN en augmentation de 40 à 60 %. L'objectif sur 2012 est de parvenir à une DN à 100% sur les principales gammes de MDD : La position du laboratoire B Concept est plus que satisfaisante : 19ème rang sur 464 laboratoires*.

Le dernier mot du Président

L'avenir est à l'action concrète et à l'intelligence collective. L'appui local et national sur l'expertise de PLUS PHARMACIE y contribuera encore en 2012. Grâce aux moyens et services élaborés, orientés vers l'officine et le patient, en appui sur les investissements qui sont réalisés pour développer la plate-forme, les actions tendent vers l'accompagnement de l'officine, pour mieux l'aider à se développer et à faire croître sa valeur ajoutée, dans tous les domaines. La fidélité à l'enseigne et à PLUS PHARMACIE permet d'Entreprendre et Réussir ensemble. Gardons à l'esprit que l'énergie dégagée par notre groupement est supérieure à la somme des énergies individuelles. Notre réussite se poursuivra par le respect de notre gouvernance, de nos engagements, individuels et collectifs.

(*marché des compléments alimentaires : statistiques IMS de Juin 2011).



PHOENIX
TRADING

A company of PHOENIX group
Le partenaire qui s'engage chaque jour à vos côtés.