

# PHOENIX PHARMA

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

*Janvier 2012*

## REVUE DE PRESSE



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

# PHOENIX Pharma dans la presse

## L'avenir de la répartition pharmaceutique vu par Laurent CUIRY , président de Phoenix Pharma

**Celtipharm**  
.com

*l'internet 100% pharmacien*

lundi 30 janvier 2012

Accueil

Entre vous

A l'officine

De vous à eux

Contact

Entretiens Carnet 56 secondes

56 secondes

### Interviews

- Daniel BUCHINGER, président d'Univers Pharmacie
- Thierry BARTHELME, président de l'UTIP
- Philippe RANTY, président d'Actavis

### Entretiens

- Amélie BERTIN-MOUROT, Directrice Etincelle IDF
- Pr Damien BONNET, cardiologue à l'Hôpital Necker
- Céline DENEUX, Chef de produits Elancyl France

Dernière mise à jour vendredi 04 nov. 2011

## Laurent CUIRY, Président de Phoenix Pharma



### Comment voyez-vous l'avenir pour les grossistes-répartiteurs ?

Difficile économiquement. Non pas en termes de service car les répartiteurs, Phoenix Pharma en particulier, assurent le niveau de services qu'attendent les officines. Par contre, nous avons une pression de plus en plus forte sur la rentabilité. Certains d'entre nous souffrent énormément. Le nouveau mode de rémunération des répartiteurs qui interviendra en janvier mettra encore plus de pression en coûtant près de 60 millions d'euros. Nous avons déjà beaucoup de difficulté à avoir une activité rentable, et nous commencerons l'année avec une taxe supplémentaire. En revanche, en termes de services, notre métier est très important car il garantit la disponibilité du produit, le niveau de services, l'intégrité de la chaîne de santé, des réponses pratiques aux pharmaciens et aux officines. Nos niveaux de services sont de plus en plus élaborés. Si le métier de répartiteur devait s'arrêter, la santé en France en souffrirait et plus directement la capacité des officines à survivre dans un environnement où elles ont besoin, pour des problématiques de trésorerie, d'une solution alternative qui, au final, correspond au modèle que nous avons aujourd'hui. Gardons donc notre modèle, ses objectifs de nouveaux de services, et celui de service public. Ne tuons pas notre métier par une baisse de la rémunération, même si il est bien évident que nous devons contribuer aux comptes de l'Etat.

**PHOENIX**  
Pharma

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

# PHOENIX Pharma dans la presse

## Braquage d'un livreur PHOENIX: un an après

La Marseillaise, le 4 janvier 2012

**Un an après.** Le 1er février 2011, les salariés de Phoenix Pharma (Ollioules) débrayaient par solidarité avec un collègue.

## Sécurité des livreurs : « De petites avancées »

■ « C'est la deuxième fois seulement que nous nous mettons en grève », soulignait une salariée de Phoenix Pharma, dans l'entreprise depuis plus de 20 ans comme la grande majorité des salariés de la plate-forme d'Ollioules de cette société de répartition de produits pharmaceutiques. Elle tenait ainsi à faire mesurer l'émoi qui régnait ce 1er février 2011, date à laquelle les personnels ont décidé de débrayer par solidarité avec l'un de leurs collègues.

Ce dernier, réputé « sérieux » et « dans la boîte depuis 1988 », occupe le poste de chauffeur et vient d'écoper de trois jours de mise à pied après s'être fait voler, fin décembre, fourgon et cargaison, dans un quartier de Marseille considéré comme « sensible » par l'ensemble des livreurs. Il s'avérait que les malfaiteurs avaient simplement besoin d'un véhicule pour un braquage, ce dernier sera ainsi retrouvé brûlé un peu plus tard, tandis que son chargement qui avait été auparavant abandonné est récupéré le lendemain... par le chauffeur lui-même.

La direction générale (basée à Créteil) décidera de la punition alors que la direction du site

s'était prononcée pour un simple avertissement parce que l'employé n'a pas respecté la consigne suivante : « Il n'a pas mis les clés dans sa poche ».

Le mouvement aura pour conséquence une révision de la sanction : Celle-ci sera au final ramenée à deux jours de mise à pied, inclus dans la période de congés maladies que le chauffeur, se sentant « largué », s'étaient faits délivrer. Mais il aura surtout permis de pointer les carences en matière de sécurité des livreurs : « On ne transporte pas des bonbons », rappelaient-ils.

Muriel Liccia, déléguée syndicale (FO) s'interrogera également sur « l'attribution du mandat social : Qui décide ? Qui fait quoi ? ».

### « On arrive à discuter »

Un an après, sur cette dernière question, les choses semblent s'être clarifiées avec un fonctionnement qui, selon elle, « convient mieux ». « Nous avons changé de directeur, ça a bien remué », indique la syndicaliste avant de préciser : « Nous sommes restés longtemps sans directeur, aujourd'hui nous en avons un par intérim qui vient deux jours par semaine. Mais

on arrive à discuter, on dialogue, c'est important ».

Et au sujet de la sécurité des chauffeurs, « il y a de petites avancées », poursuit-elle. Elle cite par exemple la mise en place de casiers dans lesquels ils peuvent laisser leurs affaires personnelles avant de partir en tournée. (Pour mémoire : portefeuille, papiers, clés du domicile, etc. du livreur dépouillé avaient été emportés avec le camion par les malfaiteurs).

Muriel Liccia ajoute que les salariés ont à présent l'ordre formel de « laisser le véhicule s'ils sont braqués »... Ils doivent toutefois l'avoir verrouillé et détenir la clé. Mais en cas de besoin, « le responsable d'exploitation est désormais disponible à tout moment (les litraisons s'effectuant très tôt le matin, ndr), ce qui n'était pas le cas avant ».

« Il y a encore des choses à faire », admet la déléguée syndicale. Elle évoque « une idée » qui rassurerait les livreurs, celle d'équiper les camions afin que ceux-ci puissent être localisés en permanence. « On sait bien, de toute façon, qu'on ne peut pas avoir un flic derrière chaque camion ».

LAURENCE ARTAUD



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

# PHOENIX Pharma dans la presse

## Notre filiale PlusPharmacie

### LE MONITEUR DES PHARMACIES

Paru dans Le Moniteur des Pharmacies: N° 2917 du 28/01/2012

Le Moniteur des Pharmacies - 2012

Rubrique : Actualités

Auteur(s) : Magali Clausener

### PUBLICITÉ

#### Les applications iPhone de Plus Pharmacie illégales

Le 3 janvier dernier, le tribunal de grande instance de Paris a jugé que les campagnes de communication de Plus Pharmacie étaient illicites. Il a aussi condamné le groupement pour son application iPhone. Un jugement qui devrait remettre en question certains services proposés par les groupements.

L'Ordre a une nouvelle fois gagné un procès l'opposant à un groupement et visant des campagnes de promotion. Le 3 janvier, le tribunal de grande instance (TGI) de Paris a en effet tranché : les campagnes diffusées en 2009 et 2011 par Plus Pharmacie qui promouvaient l'enseigne **PharmaVie**, avec le slogan « Experts en pharmacie et en ve moins chère », sont bien publicitaires et, par conséquent, illicites. L'application iPhone, lancée en janvier 2011, est également jugée illicite, car publicitaire. Le TGI relève que cette application « permet de rechercher, non la pharmacie la plus proche, mais uniquement la pharmacie du groupement la plus proche », ce qui constitue une « violation de l'article R. 5125-29 du Code de la santé publique ». Cet article (voir encadré) stipule notamment qu'un groupement ne peut faire de la publicité en faveur des pharmacies adhérentes et qu'aucune publicité ne peut être faite par un groupement auprès du public.

#### Une frontière ténue entre information et publicité

Plus Pharmacie n'est pas le seul groupement à proposer des applications iPhone ou à inviter la patientèle à se connecter sur Internet. Quelle est alors la frontière entre l'information et la publicité ? Pour Isabelle Adenot, présidente du Conseil national de l'ordre des pharmaciens, « la question est de savoir si c'est à l'avantage du patient ou pas », sachant que les 22 500 officines constituent « un réseau unique, présent sur toute la France, avec des pharmaciens définis par leur diplôme, dont certains peuvent être sous enseigne ». En clair, la géolocalisation proposée par des applications doit comporter l'ensemble des pharmacies mais peut indiquer leur appartenance à un groupement.

En revanche, la réponse est moins évidente en ce qui concerne le suivi vaccinal ou l'observance de traitement. « Si un patient est prévenu de la fin de son traitement, c'est complètement différent d'un message lui disant qu'il doit venir chercher son vaccin à la pharmacie. Il faut que le message soit de l'information », explique Isabelle Adenot. Quant à la possibilité d'envoyer son ordonnance au pharmacien pour qu'il la prépare, on peut penser qu'une telle application tend vers la publicité. En effet, le TGI de Paris cite cette possibilité dans son jugement concernant l'application iPhone de Plus Pharmacie : « les clients pouvaient également scanner leur ordonnance et l'envoyer au pharmacien pour qu'il la prépare ». Autre exemple : la possibilité de créer un dossier personnel de santé sur le site Internet d'une pharmacie spécifique serait de la sollicitation de clientèle, puisqu'elle y oriente la personne ciblée. En outre, certaines applications ou services peuvent mixer à la fois l'information pure et simple et des informations portant uniquement sur une ou des pharmacies définies. La frontière peut donc être ténue. La présidente de l'Ordre ne partage pas cet avis : « Le Code de la santé publique est suffisamment clair. Il ne peut pas préciser des technologies particulières – ce qui serait difficile compte tenu de l'évolution technologique – mais donne des principes ».

#### Ces millions pour dire qu'X est meilleur qu'Y

Et si l'on aborde la situation économique difficile des pharmacies, qui pourrait expliquer le renforcement de la concurrence au sein du réseau, Isabelle Adenot ne mâche pas ses mots : « Pour faire de la publicité qui passe, il faut un certain temps d'écoute. Cela représente des milliers d'euros. La profession a-t-elle des milliers d'euros pour dire que X est meilleur qu'Y ? Il faut savoir ce que l'on veut. Les pharmaciens veulent-ils être des professionnels de santé ou des commerçants ? »

#### Article 5125-29

« La décision du Conseil d'Etat rendue le 12 juin 1998 nous a éclairés sur cette question de la publicité. On peut faire de la publicité en faveur des officines mais dans des conditions restrictives », commente Olivier Saumon, avocat de l'Ordre. Cette décision fait suite à une demande d'annulation du décret du 14 juin 1996, qui introduisait dans le Code de la santé publique un article fixant les conditions dans lesquelles la publicité en faveur des officines de pharmacie est autorisée. Cette demande émanait de plusieurs groupements. Plus Pharmacie, Giphar et Giropharm. Ils considéraient notamment que cet article violait l'article 10 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales. Ce qu'a rejeté le Conseil d'Etat, comme il a rejeté la demande d'annulation.



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

# Notre filiale PlusPharmacie

La campagne de promotion de l'enseigne  
PlusPharmacie et l'Ordre des pharmaciens

## PROFESSION PHARMACIEN

Le magazine de formation et d'information du pharmacien



ABONNEMENT

ACTUALITÉS

DÉJÀ PUBLIÉS ▼

LA REVUE

BOUTIQUE

### COMMUNICATION

Jeudi, 26 Janvier 2012 17:18



## L'Ordre obtient gain de cause

Le conseil national de l'ordre des pharmaciens a remporté son bras de fer contre le groupement Plus Pharmacie.

Celui-ci avait lancé en octobre 2009 et réitéré en mars 2011 une campagne de promotion sur son enseigne, dont les adhérents seraient « experts en pharmacie et en vie moins chère ». Une campagne qui lui a donc valu une assignation par l'ordre des pharmaciens. Dans le cadre de ce contentieux, Plus Pharmacie avait posé au TGI de Paris une question préjudicielle sur la légalité des dispositions interdisant la publicité aux groupements de pharmaciens. Cette interdiction porte atteinte à la liberté d'expression, estimait-il. En mars 2011, le TGI a rejeté cette demande et a finalement retenu le caractère publicitaire des messages diffusés, par un jugement du 3 janvier dernier. L'application iPhone permettant de rechercher les pharmacies du groupement les plus proches a également été relevée par les juges. Le groupement est condamné à payer un euro de dommages et intérêts et 6000 euros au titre des frais de procédure. L'Ordre est donc confirmé par la justice, après la décision rendue en novembre 2010 par le TGI de Paris sur le contentieux qui l'opposait au groupement Giphar.



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

# Notre filiale PlusPharmacie

## Communication des groupements : Plus pharmacie persiste et signe

26/01/2012 | Profession, Groupements-Enseigne, Communication



Suite à sa condamnation par le Tribunal de grande instance de Paris (TGI) pour ses campagnes publicitaires d'octobre 2009 et mars 2011 (cf. [Impact pharmacien n°320](#)), le groupe Plus Pharmacie a décidé de ne pas baisser les bras. Si « sur le fond l'objectif demeure le même : les adhérents de PlusPharmacie demeurent des experts en pharmacie et vie moins chère », le **groupement fait part « de son intention d'étudier avec les équipes de communication et juridiques » la forme la plus appropriée pour « reprendre la parole en 2012 ».**

Patrick GUETTA



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