

REVUE DE PRESSE

Mai 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

Bilan sur PHOENIX Pharma et sa stratégie à moyen terme

LAURENT CUIRY, PRÉSIDENT DE PHOENIX PHARMA

« Il n'y pas d'autre choix que de répercuter la diminution de rémunération sur l'officine »

Les acteurs de la distribution du médicament sont à un tournant et doivent changer de stratégie pour se différencier. **Phoenix Pharma** mise sur la formation et les services. Entretien avec Laurent Cuiry, son président.

LE MONITEUR : La répartition estelle en crise ?

LAURENT CUIRY : C'est un métier difficile tant au niveau économique que réglementaire. La profession est sur le fil du rasoir car elle ne dispose que d'une marge de manœuvre très limitée pour se développer en raison de charges importantes qui pèsent sur elles.

Comment se porte Phoenix Pharma ?

Le groupe va financièrement beaucoup mieux et a renforcé sa position de leader sur le marché européen au cours de ces deux dernières années. Notre activité de répartition se redresse depuis plusieurs mois. Mais il lui faudra encore un peu de temps avant de redevenir positive.

Nous avons dû faire face à d'importantes difficultés et nombreux sont ceux qui nous avaient condamnés. Ainsi, en France, les pertes du groupe ont été réduites de 50 % entre 2010 et 2011. Nous recherchons le point mort en 2012/2013.

Notre objectif est d'atteindre 10 % de parts de marché d'ici quatre ans, contre environ 8 % cette année. Nous comptons aussi développer notre couverture territoriale grâce à l'ouverture de nouvelles agences et plus d'intelligence logistique.

Vous avez durci les conditions commerciales...

Oui, c'était nécessaire. La répartition n'a pas d'autre choix que de répercuter la diminution de rémunération – liée à la baisse imposée que l'on appelle « nouvelle marge » – sur l'officine. A titre d'exemple, **Phoenix Pharma** est touchée à hauteur de 6 millions d'euros. Pour amortir cette perte de marge réglementaire, la société a mis à plat l'organisation de sa politique d'achat et d'approvisionnement, géré plus efficacement la disponibilité des stocks, optimisé ses références et poussé le volume de ventes avec les officines afin de minimiser la variation des niveaux de remises.

PHOENIX Pharma dans la presse

Bilan sur Phoenix Pharma et sa stratégie à moyen terme (2)

Quel est l'état d'esprit des pharmaciens ?

Leur stress s'est intensifié car leurs résultats se fragilisent, sans compter que les conditions de mise en œuvre des nouvelles missions sont encore incertaines. Le métier vit actuellement un vrai bouleversement. Sur le terrain, nous observons de la part des titulaires un niveau de désarroi parfois important.

Que préconisez-vous pour aider les pharmaciens ?

Chez **Phoenix Pharma**, notre stratégie est d'apporter un savoir-faire de valeur supplémentaire en accompagnant notamment le besoin de formation des équipes officinales. Notre université **Phoenix et Plus Pharmacie**, qui sera accessible à toutes les officines clientes, devrait proposer d'ici fin 2013 des formations diplômantes de niveau universitaire pour les titulaires aussi bien que pour tous les collaborateurs de la pharmacie. Un catalogue de formations sera proposé. Par ailleurs, pour développer et maintenir un lien de confiance étroit, **Phoenix Pharma** travaille depuis deux ans sur la clarté et la transparence de ses documents commerciaux et sur la qualité de ses factures aux pharmaciens.

Outre la formation, quel modèle de partenariat envisagez-vous de développer avec l'officine ?

Phoenix Pharma doit représenter un soutien fort pour la logistique de la pharmacie. Dans cet objectif, nous lançons, avant l'été, un site professionnel auquel les pharmaciens peuvent se connecter. Ils pourront accéder en temps réel à une quantité d'informations professionnelles, consulter et éditer l'état de leurs achats, visualiser leurs stocks, commander... L'idéal serait de permettre aux équipes officinales de se concentrer sur le conseil et la vente. Dans cet esprit, les pharmacies devraient s'appuyer sur notre logistique pour « oublier » le back-office.

PHOENIX Pharma dans la presse

L'avenir de la répartition pharmaceutique en France

www.usinenouvelle.com

L'USINE NOUVELLE

Nouveau!

L'INFO 24/7

INDUSTRIE EXPLORER

INDICES & COTATIONS

L'EXPO PERMANENT

Actualités, archives, fiches entreprise

RECHERCHER

ACCUEIL SECTEURS RÉGIONS QUOTIDIEN DES USINES ECONOMIE CLOUD ET DATA GALERIES PHOENIX

Accueil > Pharmacie

Imprimer

Les distributeurs de médicaments à la diète

Par Gaëlle Fleitour - Publié le 18 mai 2012, à 14h14

Pharmacie / Biotechnologies, Le choix de la rédaction



© D.R. - Leem

Les temps sont durs en France pour les acteurs de la répartition pharmaceutique. Leur métier? Acheter les médicaments aux laboratoires pour les revendre aux pharmaciens.

Numéro deux derrière l'allemand OCP, le groupe britannique Alliance Boots vient d'accuser une chute de 3% de ses revenus dans l'Hexagone en 2011, relégués à 5,6 milliards d'euros. Et s'apprête à fermer trois centres français de distribution, où travaillaient près de 150 salariés qui devraient être reclassés.

Les raisons ? Elles seraient de deux ordres: les mesures du gouvernement pour limiter la consommation et le prix des médicaments, et la

compétitivité croissante sur le marché de la répartition. Car les big pharmas viennent les concurrencer sur leur terrain, en vendant directement aux pharmaciens. Quant au futur... "Je ne m'attends pas à des améliorations, estime Omella Barra, responsable mondiale de la division de distribution pharmaceutique d'Alliance Boots. Je pense que le marché va rester atone, et j'attends de voir les mesures que pourrait prendre le nouveau gouvernement." Car même si ces problématiques sont communes à toute l'Europe, la France est le premier marché pour cette division du groupe, connu aussi pour ses points de vente au Royaume-Uni alliant médicaments et produits de la vie quotidienne.

DES MARGES DIVISÉES PAR DEUX

Les difficultés sont les mêmes pour l'allemand Phoenix, numero trois de la répartition en France. En 2011, il a enregistré un chiffre d'affaires légèrement en baisse de 1,6 milliards d'euros, et des pertes de 10 millions. "A cause des pressions de l'Etat pour contenir les dépenses de santé et des contraintes de tracabilité qu'on nous impose, la différence entre nos prix de vente et nos prix d'achat a été divisée par deux", Laurent Cuiry, président de Phoenix France. Résultat: une marge brute réduite à 5%.

VIVE LA DIVERSIFICATION

Pour préparer l'avenir, ces entreprises ont un unique credo: la diversification. En proposant des services aux pharmaciens, tout d'abord, pour optimiser leurs achats, se faire conseiller... Mais aussi, en offrant des prestations aux laboratoires pharmaceutiques: call-centers, aide au lancement de produits, forces commerciales... Chez Alliance Boots, on mise aussi sur son propre portefeuille de marques, avec des dermo-cosmétiques, des pansements et même des médicaments génériques au design original fabriqués par les grands laboratoires génériqueurs. Les industriels n'ont qu'à bien se tenir !

L'usine nouvelle 18/05/2012

PHOENIX
LABORATOIRES

A company of PHOENIX group
Le répartiteur qui s'attaque chaque jour à vos coûts.

Notre filiale Plus Pharmacie

Philippe Besnard, nouveau directeur général de Plus Pharmacie

A compter du 11 juin, c'est Philippe Besnard qui va occuper le poste de directeur général de la SA Plus Pharmacie dont Laurent Cuiry conserve la présidence.



Docteur en pharmacie, Philippe Besnard a occupé entre autres les fonctions de directeur général de Dakota Pharm, puis différentes fonctions de management liées au marché du générique et de l'OTC chez Sanofi avant de devenir directeur des opérations Officines et Génériques. **Sa mission et ses priorités seront « de piloter les projets que plus Pharmacie développe et de porter sur le terrain une réflexion partagée avec le conseil d'administration, accompagnant concrètement l'évolution rapide des métiers de l'officine pour les enseignes Pharmavie et Familyprix ».**

Patrick GUETTA