

REVUE DE PRESSE

Octobre 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

Nouveau site professionnel pour Phoenix Pharma

The screenshot shows the homepage of the Phoenix Pharma professional website. At the top left is the logo "pharmaSITE" in red and black. To the right is a promotional banner for a magazine subscription: "ABONNEZ-VOUS ÉCONOMISEZ 20 € (10 numéros/an) cliquez ici". Below the logo is a red navigation bar with four categories: "Actualités", "Annonces emploi et transactions", "Économie et Législation", and "Thérapeutique", each with a downward arrow. Below the navigation bar is a breadcrumb trail: "Accueil > Actualités > Phoenix lance son nouveau site professionnel". To the right of the breadcrumb are social media icons for Twitter and a sign-up button "S'inscrire". A red banner below the breadcrumb reads "PHOENIX LANCE SON NOUVEAU SITE PROFESSIONNEL". Below this is a link "« Retour aux actualités »" and the date "15 Octobre 2012 - Actualité". The main heading is "Phoenix lance son nouveau site professionnel". The text below describes the new site's features, including access to stocks, commercial documents, and a partnership with VIDAL. At the bottom right, there are social sharing icons for Facebook, Twitter, Email, Print, and a plus sign.

pharmaSITE

ABONNEZ-VOUS ÉCONOMISEZ 20 € (10 numéros/an) cliquez ici

Actualités Annonces emploi et transactions Économie et Législation Thérapeutique

Accueil > Actualités > Phoenix lance son nouveau site professionnel

Suivre sur Twitter S'inscrire

PHOENIX LANCE SON NOUVEAU SITE PROFESSIONNEL

« Retour aux actualités » 15 Octobre 2012 - Actualité

Phoenix lance son nouveau site professionnel

Phoenix Pharma vient de lancer son nouveau site professionnel auprès de ses clients. Depuis le site institutionnel www.phoenixpharma.fr, chaque client muni de ses identifiants peut dorénavant avoir accès depuis le comptoir aux stocks de son agence, à ses documents commerciaux, aux promos en lignes, à des petites annonces officine et à de nombreuses actualités. Grâce à un partenariat historique avec le VIDAL, les internautes peuvent également consulter une vaste base documentaire de produits (monographies, interactions, équivalences étrangères...). Cette « V1 » est d'ores et déjà en pleine évolution et donnera dès le 1er semestre 2013 une version encore plus élaborée avec de nombreux services en lignes. Affaire à suivre...

Partager avec:



Notre filiale Plus Pharmacie

De grandes ambitions pour les MDD

Dentifrices et bains de bouche : MDD : Les grandes ambitions

Paru dans Pharmacien Manager, N° 121 du 05/10/2012

Rubrique : côté marchés

Sur-titre : MDD

Après Népenthès et sa marque Nep, d'autres groupements de pharmacie comme Plus Pharmacie (enseignes PharmaVie et Familyprix) ou Pharmodel ont également décidé de se positionner sur le buccodentaire. « Nos MDD ciblent à chaque fois des segments porteurs, explique Stéphanie Folléa, directrice marketing de Plus Pharmacie. Notre démarche est de proposer des produits de qualité à des prix inférieurs aux marques nationales. » Lancée en novembre 2011, la gamme B. Concept Hygiène buccodentaire compte huit produits (brosses à dents, dentifrices et solutions dentaires) auxquels vont s'ajouter quatre nouvelles références enfants ce mois-ci : brosses à dents et dentifrices sans paraben. Des outils d'aide à la vente (leaflets avec conseils d'hygiène buccodentaire et affiches) et un plan merchandising accompagnent la mise en place des produits. Chez Pharmodel Group, le lancement d'une gamme buccodentaire 25 % moins chère que les marques nationales a notamment pour objectif d'aller conquérir des consommateurs hors pharmacie. « Le buccodentaire constitue l'un des segments phares de l'officine, mais également des GMS, constate Rafaël Grosjean, président de Pharmodel Group. Il y a donc des parts à gagner sur le mass market. » Pour cela, l'enseigne a une recette : une gamme courte (4 brosses à dents et 2 dentifrices) sur les catégories phares du segment (gencives sensibles et protection des caries), lesquelles constituent 65 % des ventes. Pour soutenir le lancement : du merchandising, de l'animation sur le point de vente (promotions, lots de deux, échantillons, jeux-concours...), une communication dans le magazine grand public Pharmodel et sur le site Internet. 100 % des officines Pharmodel (soit 750 points de vente) devraient proposer la nouvelle gamme d'ici à 12 mois. Un bain de bouche complètera l'offre dans deux mois et trois autres références début 2013 « pour entrer dans le top-5 des sorties consommateurs des officines affiliées ».



Notre filiale Plus Pharmacie

L'impact de la loi HPST sur les groupements

ENSEIGNES 2012 : des goûts et des couleurs

NOM	CRÉATION	STRUCTURE JURIDIQUE	ACTIVITÉS PRINCIPALES	NOMBRE DE LAB. RÉFÉRENCÉS	NOMBRE D'AFFILIÉS	CA MINIMAL	DROIT D'ENTRÉE	COTISATION ANNUELLE	PRÉSENCE	RESPONSABLES	TÉLÉPHONE E-MAIL
ALPHEDA PHARMACIE	2001	SA	Accompagnement personnalisé pour l'accélération de la croissance de l'officine : approche éthique, dynamisation du point de vente, solutions achat et vente, prise en charge du patient. Objectif : faire la différence fait pour le pharmacien que pour le patient-consommateur	53	1100	1 million d'euros	2 500 euros	De 3360 à 4 560 euros HT selon le niveau d'engagement de l'adhérent	Nationale et européenne (8 pays 5 000 adhérents)	Hervé Thoraval (président) Laurence Bouton (directrice)	Tél. 01.40.80.23.00 a@alphedapharmacie.fr
ÉVOLUPHARM	2002	Association loi 1901	Centrales : achat, MDD, produits à la marque, référencement et génériques (avec génériques à la marque), Plate-forme logistique, communication, merchandising, formation	100	1 (objectif à 5 ans : 500)	Aucun	600 HT	1 200 euros HT	Nationale	Pascal Gellray (président) Jean-Pierre Chalot (vice-président)	Tél. 03.44.47.52.52 info@evolupharm.fr
FAMILYPRIX (PLUS PHARMACIE)	2007	SA	Concept, aménagement intérieur-extérieur, formation, aide à la gestion, démarche qualité, produits à la marque, référencement, achat plate-forme logistique, CAP	60	200	1,4 million d'euros	600 euros HT	1 968 euros HT	Nationale	Laurent Quiry (président) Philippe Benard (DG)	Tél. 01.45.21.00.47 info@pluspharmacie.fr
FORUM SANTE	1969	SA	Accueil, coaching sur site (formation, marketing officinal, organisation, management), agencement, communication, qualité	60	145	Aucun	Aucun	Licence Forum Santé : 400 euros HT/mois	Nationale (métropole + DOM)	François Ceyraud (P-DG) Dominique Debison (DG) Pierre-François Chauvliat (DG adjoint)	Tél. 01.46.34.32.52 communication@forumsante.fr
GIPHAR	1968	Association loi 1901 SA coopérative Sophar	Fabricant, laboratoire pharmaceutique, dépositaire, grossiste-répartiteur (médicaments humains et vétérinaires, matériel médical), CAP, MDD, centre de services à destination de la performance du point de vente : marketing, communication BtoB et BtoC, logiciels informatiques, institut de formation (présentiel et e-learning), conseillers en développement, merchandising, agencement, consumer mag, démarche qualité...	83	1 300	Aucun	Aucun	Sophar : 0,24 % du CA mensuel HT Giphar : 76 euros par an	Nationale	Jean-Michel Doppet (président)	Tél. 01.40.13.79.79
GIOPHARM	2000	Intégré à la SA Giopharm	Apporter une assistance adaptée à l'expansion de chaque officine en relevant l'expertise des pharmaciens	70	352	Aucun	Aucun	249 euros par mois	Nationale	Franck Yarneste (P-DG)	Tél. 01.49.79.98.58 contact@giopharm.fr
GLOBAL PHARMACIE (UNIVERS PHARMACIE)	2009	SAS	Achat, référencement, MDD, formation, géomarketing, audit, assurance qualité, exclusivité territoriale	85	10	Aucun	3 500 euros HT	199 euros HT par mois	Nationale	Daniel Buchinger (président) Maxime Lestienne (responsable adjoint) Frédéric Lamotte (directeur commercial)	Tél. 03.85.41.68.45 contact@globalpharmacie.fr
HPI (Holding de pharmacies indépendantes)	2008	SAS	Développement d'innovations cohérentes avec la vision médicalisée du métier de pharmacien, certification qualité ISO 9001, procédures des entreprises pharmaceutiques, optimisation du back-office, partage des bonnes pratiques, valorisation du capital investi dans les actions de HPI	14	60 (80 au capital)	Aucun	Achat d'actions pour 15 000 euros	Aucune	Nationale	Sébastien de Larminat (président comité stratégique) Maxime Meudebois (DG) Luc Seigneur (président société)	Tél. 0172.70.85.86 contact@hpi.com
NÉPENTHÈS MA PHARMACIE FAMILIALE	2008	SAS	Concept global d'enseigne : intérieur, extérieur, plan de communication annuel, opérations HPST, carte de fidélité, formation, NCP : 1 000 références	130	186	Aucun	Aucun	À partir de 100 euros par mois (contrat de 36 ou 48 mois)	Nationale	Christian Grenier (président) Camille Yammine (DG) Alexandre Aunis (directeur des opérations)	Tél. 06.30.48.79.97 info@nepenthes.net
OPTIMUM (PHARMACTIV)	2009	SAS	Centrale de référencement et d'achat, développement du point de vente, accompagnement sur les services clients, concept magasin, habilitation et démarche qualité, coaching personnalisé	39	370	Aucun	2 960 euros HT	3 840 euros HT	Nationale	Serge Carrier (DG) Guénola Gianfrasso (directrice réseau)	Tél. 01.49.38.73.20 contact@pharmactiv.com
PHARMANDPRICE (DIRECTLABO)	2007	Intégré à la SA DirectLabo	Promotions mensuelles, site Intranet pour gérer la signalétique des officines, site Internet, positionnement de prix juste	30	8	2 millions d'euros	5 000	800 euros par mois	Nationale	Yves Morvan (P-DG) Priscilla Labour (responsable enseigne et groupement)	Tél. 02.53.39.03.00 info@directlabo.fr
PHARMARÉFÉRENCE (GROUPE PHR)	2007	SAS	Concept point de vente, centrale de référencement, plate-forme d'achat avec promotion, laboratoire PHR Lab (génériques, OTC, MDD), formation, conseil à la vente, conseil de prescription	62	325	Aucun	Aucun	200 euros HT par mois soit 2 400 euros HT par an	Nationale	Lucien Benatant (président) Willy Hodin et Dominique Brasseur (directeurs)	Tél. 01.55.20.93.70 contact@groupephr.fr

Notre filiale Plus Pharmacie

L'impact de la loi HPST sur les groupements (suite)

PHARMARKET (COFISANTÉ)	2006	Intégré à la SA Cofisante	Enseigne complète (intérieur, extérieur, PLV, blouses, badges, sacs...), communication, certification ISO 9001, référencement, formation, animations, promotions, conventions annuelles, site Internet, réseaux sociaux, études économiques et sociales, publipostales et suivi de gestion	40	11	2 millions d'euros	Aucun	Aucune	Nationale	Nicolas Métaire	Jackie Panaget (directrice des ventes) au 01.41.43.05.90 jackie.panaget@cofisante.com
PHARMAVIE (PLUS PHARMACIE)	2004	SA	Concept aménagement intérieur et extérieur, formation, aide à la gestion, démarche qualité, produits à la marque, référencement, achat, plate-forme logistique, GMP	70	60	2 millions d'euros	2 100 euros HT	3 756 euros HT	Nationale	Laurent Guiry (président) Philippe Bernard (DG)	Tél. 01.45.21.00.47 info@pluspharmacie.fr
PHARMECO (DIRECTLABO)	2007	Intégré à la SA DirectLabo	Promotions mensuelles, site Intranet, pour gérer la signalétique des officines, site Internet, positionnement de prix juste	30	10	Aucun	2 000 euros	230 euros par mois	Nationale	Yves Morvan (P-DG) Priscilla Labour (responsable enseigne et groupement)	Tél. 02.53.89.03.00 info@directlabo.com
PHARMODEL	2007	SAS	Audit point de vente (étude clientèle, portefeuille de développement, etc.), intervention merchandising et politique promotionnelle in situ, paramétrage outils de pilotage et gestion, formations sur les RH, outils de gestion et politique d'achat, programme de formations trimestriels in situ des équipes officinales, (prise en charge du patient), programmes spécifiques « nutrition » et « officine expert » (entretiens santé sur 3 grandes pathologies), éléments d'enseigne (intérieur-extérieur), communication GP	75	508	1,9 million d'euros	4 750 euros	3 180 euros	Nationale	Rafael Grosjean (P-DG)	Tel. 01.53.34.81.30 contact@pharmodel-group.com
PROXIPHARMA NA PHARMACIE DE PROXIMITÉ (NÉPENTHÉS)	2008	SAS	Concept global d'enseigne : intérieur, extérieur, plan de communication annuel, opérations HPST, carte de fidélité, formation, NRP -1 000 références	130	164	Aucun	Aucun	À partir de 100 euros par mois (contrat de 36 ou 48 mois)	Nationale	Christian Grenier (président) Camille Yammine (DG) Alexandre Auzis (directeur des opérations)	Tél. 06.30.48.79.97 info@nepenthes.net
UNIVERS PHARMACIE	2003	SAS	Achat, référencement, MOU, formation, géomarketing, audit, assurance qualité, exclusivité territoriale	85	155	2,1 millions d'euros	3 500 euros HT + avance de trésorerie	Selon augmentation du CA	Nationale (métropole + DOM) + Suisse	Daniel Buchinger (président) Gaël Lévy (DG) Frédérique La mothe (dir. commercial)	Tél. 03.89.41.68.45 contact@universpharmacie.com
VIADYS (GROUPE PHR)	2002	SAS	Concept point de vente, centrale de référencement, plate-forme d'achat avec promotion, laboratoire PHR Lab (génériques OTC, MOU), formation, services à la vente, carnet de vaccination électronique, consultations diététiciennes et infirmières, carte de fidélité, accompagnement à la mise en place de la nouvelle convention, accompagnement complet et assistance personnalisée	62	309	Aucun	Achat d'une part GIE	200 euros HT par mois soit 2 400 euros HT par an	Nationale	Lucien Biennatan (président) Willy Hodin et Dominique Brasseur (directeurs)	Tél. 01.05.20.93.70 contact@groupephr.fr



Notre filiale Plus Pharmacie

L'impact de la loi HPST sur les groupements (suite)

Posture éducative. Pour Objectif Pharma, deux formations seront proposées à partir de novembre. L'une porte sur la conduite d'un entretien pharmaceutique, avec des mises en situation concernant le patient sous AVK. L'autre complète l'offre produits en cours par « *un concept pionnier pour une meilleure performance des soins, gage de fidélisation et levier de croissance économique pour l'officine* », commente le président du groupement, Jean-Pierre Dosdat. Là encore, les formations sont assurées en présentiel et en e-learning.

Le groupe PHR travaille également sur un module d'e-learning spécifique aux entretiens pharmaceutiques à mener avec des patients sous AVK. Il s'est d'abord intéressé au développement d'une formation à la communication vers les patients. « *Cette formation, déjà accessible aux médecins, est proposée sur inscription depuis le mois de juillet. Il est important d'offrir aux pharmaciens la possibilité de maîtriser la psychologie de la communication médicale* », insiste Lucien Bennatan.

Cofisanté propose des formations sur le suivi des AVK et de l'asthme, à la fois en présentiel, en officine et en e-learning. « *La principale difficulté que nous rencontrons c'est le manque de temps des officinaux pour se former, malgré un intérêt évident à renforcer leurs compétences* », signale le président de Cofisanté, Bruno Métairie. Giropharm a tout un panel d'outils et de services clés en main : formations d'une journée sur les AVK, e-learning et webconférences, guide d'entretien, communication auprès des médecins, soirées régionales sur le sujet, espace de confidentialité adapté aux entretiens pharmaceutiques, outils informatiques d'analyse et de recueil des informations...

Le groupement Les Pharmaciens Associés propose une formation sur le suivi des patients

de l'espace de façon à dégager un espace de confidentialité, avec différents niveaux de recommandations en fonction de la taille de l'officine.

Démarche qualité. Un concept existant chez Pharmactiv depuis 2008 et qu'il décline depuis 2012 en plusieurs adaptations en fonction de la taille des officines et de leur budget. En plus de l'espace de confidentialité, le groupement propose un meuble service santé à placer dans le front office, permettant de disposer différents documents en libre-service. Univers Pharmacie développe aussi les cabines d'entretien pharmaceutique, ainsi qu'un accompagnement des affiliés pour la mise en place des entretiens pharmaceutiques « *et tout ce qui concerne la loi HPST* ». Son président, Daniel Buchinger, précise ses projets : « *Répondre à toutes les missions issues de la loi HPST, à commencer par celles préconisées pour 2013 - asthmes, antivitamines K* ». D'autres missions suivront, notamment dans le suivi du diabète (mesure de l'hémoglobine glyquée).

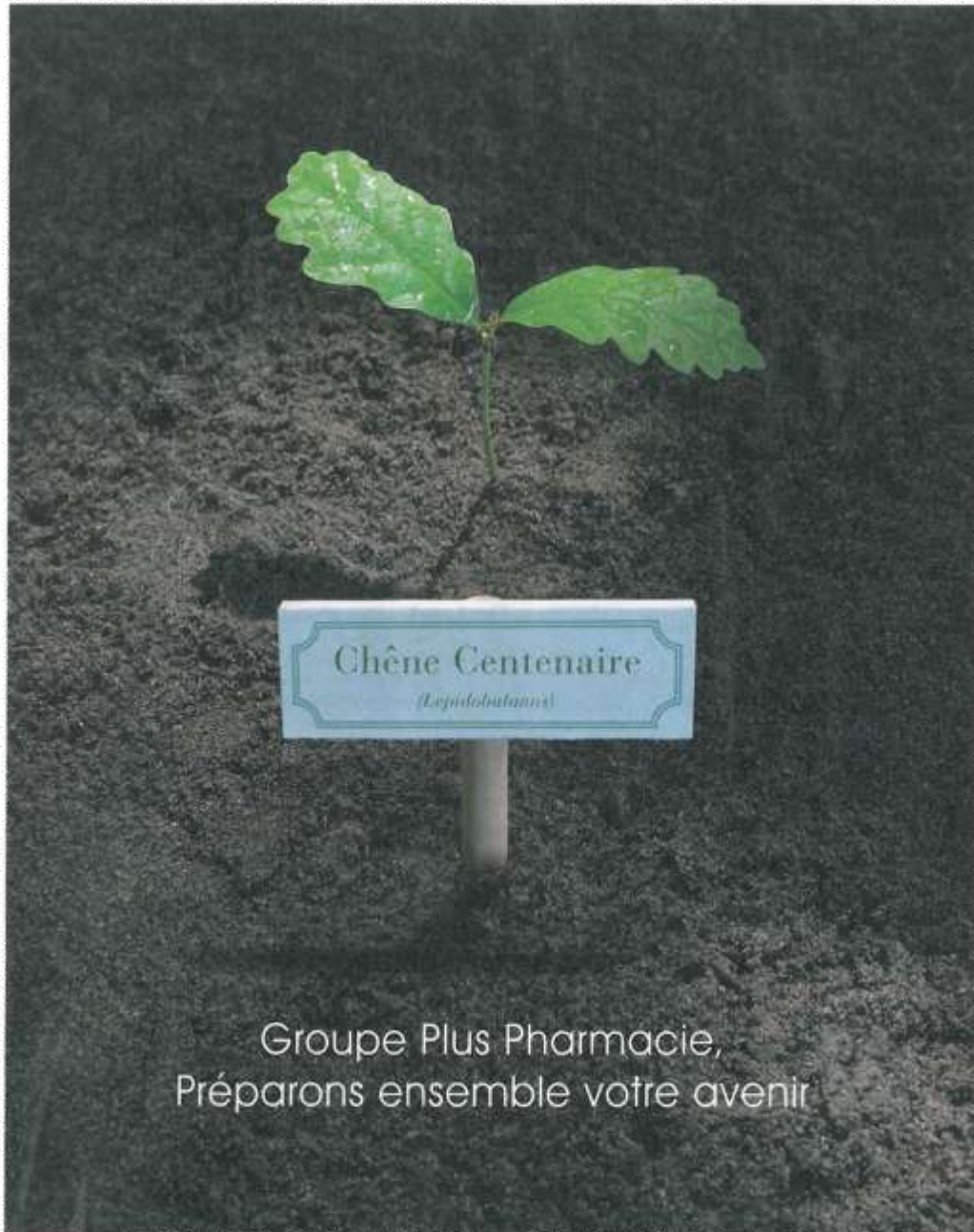
Les plus motivés peuvent se lancer dans la certification qualité, une reconnaissance forte de la qualité de l'acte, que préconisent **Alphéga Pharmacie, Plus Pharmacie, Forum Santé, HPI ou PHR**. « *Gipharm a déjà 154 pharmacies certifiées et près de 120 pharmaciens impliqués dans la démarche lancée début 2012. Une troisième vague sera effective en janvier 2013. Notre groupement est le plus impliqué dans la démarche qualité en nombre d'adhérents* », souligne Jean-Michel Cloppet. Chez Cofisanté, la démarche a été engagée il y a trois ans. Franck Vanneste, P-DG de Giropharm, se félicite « *d'avoir apporté le plus grand nombre de participants dans notre cohorte dès la première année de mise en œuvre de la certification avec 200 adhérents* ».

Quant à la société IFMO, elle « *propose une structuration de*



Notre filiale Plus Pharmacie

Publicité nouvelle charte graphique Plus Pharmacie



Groupe Plus Pharmacie,
Préparons ensemble votre avenir

Pour le GROUPE PLUS PHARMACIE préparer, créer, identifier et accompagner les jeunes villes qui seront plus tard des pôles forts et incontournables du succès des officines. Ainsi, créé en 1983, notre réseau dont la gouvernance est partagée avec nos pharmaciens en exercice, développe régulièrement des villes qui contribuent à la réussite des officines adhérentes : Pharmacie Familiale, la CAP en Ville, ISOMED... Pour en savoir plus ou adhérez, contactez-nous au : 01 45 21 00 47 ou sur notre site : www.pluspharmacie.fr



A l'initiative de PHOENIX PHARMACIE
LE TRAVAIL DE L'OFFICINE PHARMACIE EN 2012