

REVUE DE PRESSE

Avril 2013



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

Les projets de PHOENIX Pharma

➤ PHARMACIENS Campagnes anti-Leclerc

Reconnaissons-le, E. Leclerc a fait fort dans sa dernière pub visant à réclamer la vente de médicaments dans ses parapharmacies. « On marche sur la tête. » Le leitmotiv des spots TV interpelle. En réponse, l'Ordre vient de lancer une campagne de communication dans toutes les officines « Gardons les pieds sur terre », expliquant « qu'il ne suffit pas d'être pharmacien pour vendre des médicaments ». De son côté, le syndicat USPO organise une pétition « Je soutiens mon pharmacien », affiches « Votre pharmacien, c'est

beaucoup plus qu'un diplôme en blouse blanche » à l'appui. Mais la riposte ne s'arrête pas là. PHR mène aussi le combat et n'hésite pas à accuser directement. « Mensonges », tel est le titre des affiches distribuées à ses 2 200 adhérents. Last but not least, la Fedmed (fédération des pharmaciens

méditerranéens) prend le taureau par les cornes de l'humour. Et diffuse sur le site www.monpharmacienjenaibesoin.fr cinq spots dont l'un des scénarios imagine la promo de médicaments en GMS. Avec cependant une force de frappe médiatique largement en deçà de celle de Michel-Édouard...

ML

➤ RECRUTEMENT Majordome Santé vous aide

Après avoir piloté son officine pendant près de dix ans, Muriel Darniche a créé Majordome Santé, une société de conseil centrée sur trois problématiques : l'organisation et le pilotage des projets de maison de santé, mais aussi le recrutement. « Un recrutement professionnel fait gagner du temps et limite

les risques de mauvais casting », explique la Vendéenne, basée à Nantes. La consultante sélectionne des candidats dans son fichier de pharmaciens et de préparateurs « selon leur profil et le projet de l'entreprise » puis organise des entretiens concentrés sur une demi-journée. Son objectif : répondre aux

besoins de remplacement au pied levé, en CDI ou CDD, mais aussi aux demandes de temps partiel. Pour ces dernières, elle propose le service d'un groupement d'employeurs. Une façon d'intégrer une compétence à dose mesurée, avec un personnel qui ne soit pas dans la précarité.

F. C.



➤ GROUPEMENTS Les bébés à la fête

Pour Pharmactiv et Giropharm, le mois de mars fut celui des bébés ! L'ensemble du réseau Pharmactiv a reçu un dispositif complet pour animer le point de vente : vitrine, affichettes prix, vitrophanies, guirlandes, réglottes, cadeaux à remettre aux mamans... L'équipe a bénéficié préalablement d'une formation technique sur les produits partenaires de l'opération. C'est aussi l'occasion de communiquer sur le Service Santé proposé toute l'année par le groupement : le suivi de la future et jeune maman. Chez Giropharm, l'opération « Le quotidien avec bébé » propose des conseils et astuces pour mieux vivre les premiers mois de son nouveau-né. Les parents peuvent ainsi se procurer dans les officines du groupement une brochure conseils avec la pharmacie idéale des tout-petits.

P. C. C.

➤ PHOENIX PHARMA De grands projets

Avec une marge brute de 94 millions d'euros (en progression + 2 %) et un chiffre d'affaires de 1,5 milliard d'euros (+0,5 %), l'année 2012 signe pour le groupe Phoenix Pharma France la reprise de la croissance. Cité répartition, « nous sommes actuellement numéro 5 du marché français, mais ce n'est pas une finalité ! » considère Laurent Cuijy président de Phoenix. L'ouverture, le 1^{er} avril, d'une agence à Toulouse, vient renforcer le maillage régional. La création d'un « magasin de transfert » national est prévue cette année, pour gérer plus facilement la demande croissante

de génériques. Le groupement Plus Pharmacie lui, vise 1 000 adhérents d'ici deux à trois ans (770 actuellement). Avec le parti pris de développer ses enseignes et ses MDI 43 nouveautés figurent au calendrier 2013 parmi les gammes B Concept, Pharmaprix et les génériques Isomed (25 M€ de CA annuel sur 48 DCI, source GERS). Enfin, Irylab, filiale de Phoenix Pharma depuis un an, poursuit plus que jamais ses activités de dépositaire et de plateforme pour les groupements et SRA. Et capitalise sur l'essor de la centrale d'achat pharmaceutique, en progression de 20 % actuellement.

ML

La redressement de PHOENIX Pharma

Actualité

81

C'est le pourcentage de Français qui ne se voient pas acheter de médicaments sur Internet, selon un sondage réalisé par l'institut LH2 pour le journal gratuit Metro. 74% des sondés craignent que les produits y soient de moins bonne qualité, voire contrefaits.

53

C'est, en centimes d'euros, le forfait à la boîte que le directeur de la Cnam propose de transformer en honoraires de dispensation.

TÉLÉX

La campagne « Mensonges » de PHR
Suite aux tentatives répétées de banalisation du médicament et de sa dispensation, le groupe PHR a vivement réagi en lançant une campagne intitulée « Mensonges ! ». Après les 2 200 pharmaciens adhérents, c'est au tour de la presse de relayer cette campagne choc qui dément une série d'affirmations : « Un diplôme est suffisant pour être compétent » : FAUX ; « Toujours moins cher et sans risque, c'est possible » : FAUX.

Pétition. L'USPO se mobilise pour sauver la pharmacie



Vente de médicaments sur Internet, prix en baisse, attaques répétées de Leclerc, désertification médicale, fragilité du réseau, suppression de la vignette... Pour alerter le grand public des dangers qui guettent la pharmacie française, l'USPO a lancé une campagne de communication dans les 23 000 officines de l'Hexagone. Pour l'occasion une affiche a été distribuée. Elle est accompagnée d'une pétition « Je soutiens mon pharmacien », également disponible sur le site www.uspo.fr. « Nous sommes les laissés-pour-compte du système de soins français », tonne Gilles Bonnefond, président du syndicat, qui dénonce par ailleurs les « mesures destructrices du PLFSS 2013 pour la profession. » « On nous parle d'évolution du métier, de nouvelles missions, de compétences professionnelles élargies mais rien ne se passe. On a l'impression que le gouvernement a pris la profession en grippe. Aujourd'hui, notre dernier recours est de sensibiliser notre patientèle à la dégradation du réseau. »

Phoenix Pharma renoue avec la croissance

Malgré un environnement économique tendu pour l'ensemble de la répartition, Phoenix Pharma France a maintenu son cap de croissance en 2012. Le groupe annonce une stabilisation de son chiffre d'affaires autour de 16 milliards d'euros, soit un recul de seulement 0,5 % par rapport à 2011. Mieux, sa marge brute a atteint 94 millions d'euros, soit 2 % de plus qu'en 2011.

« La gestion des pénuries et des ruptures de stocks de médicaments devient le quotidien du pharmacien d'officine. Cette situation rend l'exercice de plus en plus difficile, sachant que toute interruption de traitement pour un patient, même très momentanée, peut avoir des incidences graves. »

Philippe Liebermann, vice-président de la Fédération des syndicats pharmaceutiques de France (FSPF)

Distribution : le guide de bonnes pratiques de l'UE

Dans un réseau de plus en plus complexe, l'Union européenne vient de publier les nouvelles lignes directrices de la distribution en gros des médicaments à usage humain. Stockage, étiquetage, transport ou réception des médicaments, ce guide entend accompagner les acteurs de la distribution dans leur activité et empêcher l'arrivée de médicaments falsifiés.

LE SONDAGE PHARMA/CELTIPHARM

Les campagnes de communication et vous...

Comment jugez-vous les campagnes visant à redorer l'image du pharmacien ?

<input type="radio"/> Utiles	66 %
<input type="radio"/> Insignifiantes	12 %
<input type="radio"/> Courageuses	11 %
<input type="radio"/> Inutiles	8 %
<input type="radio"/> Déterminantes	3 %

Quel est, selon vous, le plus grand danger pour la profession ?

<input type="radio"/> Les offensives de Leclerc	34 %
<input type="radio"/> La vente en ligne	32 %
<input type="radio"/> La baisse des prix	15 %
<input type="radio"/> La restructuration du réseau	9 %
<input type="radio"/> Les déremboursements	9 %
<input type="radio"/> La suppression de la vignette	1 %

Peuvent-elles avoir un impact sur le grand public ?

<input type="radio"/> Oui	71 %
<input type="radio"/> Non	29 %



Étude réalisée par le département gestion de call center de Celtipharm, sur un échantillon représentatif stratifié de 400 officines françaises sélectionnées dans sa base de données (du 13 au 22 mars 2013).

PHOENIX Pharma dans la presse

PHOENIX Pharma et les étudiants

Phoenix Pharma parraine la 44ème promotion de l'IESEG

■ CATEGORIE : REGION ■ CRÉÉ LE MARDI 2 AVRIL 2013



Les 311 étudiants de la 44ème promotion de l'IESEG recevront le 30 mars prochain leur diplôme des mains de Laurent Cuiry, Président de PHOENIX Pharma S.A.S., Pierre Giorgini, Président-Recteur de l'Université Catholique de Lille, Marc Delozanne, Président du Conseil d'Administration IESEG et Jean-Philippe Ammeux, Directeur de l'IESEG.

Le parrainage de cette 44ème promotion marque une nouvelle étape dans le partenariat entre PHOENIX Pharma et l'IESEG. Ce partenariat se traduit notamment par :

- le recrutement de jeunes diplômés et de stagiaires dans les différentes directions de l'entreprise ;
- des interventions de collaborateurs du Groupe dans les enseignements et sur des ateliers liés au projet professionnel ;
- la participation de cadres aux « Professional Advisory Boards », réunions régulières entre professeurs et professionnels pour changer sur les programmes de l'IESEG et les faire évoluer en fonction des besoins du marché ;
- la participation aux jurys d'admission de l'IESEG ;
- le développement de programmes de formation continue avec des professeurs de l'IESEG pour les collaborateurs de PHOENIX Pharma ;
- le naming d'un amphithéâtre sur le campus de Paris-La Défense.

Ce partenariat est un exemple de l'engagement du Groupe PHOENIX Pharma pour renforcer ses liens avec les écoles de commerces, les écoles d'ingénieurs et les universités afin de faire connaître ses métiers d'encadrement et les parcours professionnels possibles dans l'entreprise.

A propos de l'IESEG : Créée à Lille en 1964, membre de l'Université Catholique de Lille, de la Conférence des Grandes Ecoles et de la FESIC, l'IESEG fait partie aujourd'hui des meilleures Ecoles de Management en France. L'école a récemment reçu l'accréditation internationale EQUIS. Le diplôme Grande École, visé par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, délivre le grade de Master. L'enseignement peut être suivi en anglais pendant les 5 années du programme. Dans tous les cas les 3 dernières années du programme sont totalement enseignées en anglais. L'IESEG propose également des programmes de type MSc (MSc in International Business et MSc in Fashion Management) pour un public international. L'activité de formation continue, en croissance rapide, est déployée, comme l'ensemble des programmes, sur les 2 campus de l'école, Lille et Paris – La Défense. L'école compte 84% d'étrangers parmi ses professeurs permanents et bénéficie d'un réseau de plus de 200 universités partenaires dans 51 pays. L'IESEG est, avec HEC, la seule école de Management française dont le centre de recherche (IESEG Research) est intégré à un laboratoire du CNRS.

A propos de PHOENIX Pharma : PHOENIX Pharma France est le 4ème répartiteur français avec 8% de parts de marché. Les grossistes répartiteurs sont le lien indispensable entre l'industrie pharmaceutique et les pharmaciens ; ils garantissent le bon approvisionnement quotidien des pharmacies et, par conséquent, la délivrance des médicaments et produits de santé aux patients. Fort d'un réseau de 22 agences, PHOENIX Pharma France livre quotidiennement près de 3 200 officines. L'entreprise, qui réalise un chiffre d'affaires de 1,7 milliard d'euros et emploie près de 1 300 personnes, est également l'actionnaire majoritaire du groupement d'officines PlusPharmacie et répond aux besoins des laboratoires pharmaceutiques grâce à sa branche dépositaire Ivrylab. PHOENIX Pharma France est la filiale française du groupe allemand PHOENIX. Leader européen de la répartition pharmaceutique avec 18 % de parts de marché, PHOENIX réalise un chiffre d'affaires consolidé de 22 milliards d'euros et compte plus de 23 000 collaborateurs à travers 23 pays.

Dans le cadre du parrainage de la 44ème promotion de l'IESEG, Laurent Cuiry, président de Phoenix Pharma, revient sur le métier de son entreprise et sa recherche de compétences et savoir-faire auprès des étudiants de l'IESEG. Un propos illustré par l'intervention de Anne-Lise Miar (promotion 2012), recrutée tant que chef de projet marketing au sein de Phoenix Pharma. (Extrait du site Youtube IESEG channel)