

# REVUE DE PRESSE

Mars 2014



A company of PHOENIX group

# PHOENIX Pharma dans la presse

## Des avancées majeures chez Phoenix

### Des avancées majeures chez Phoenix

APRÈS UN PASSAGE à vide pour le groupe allemand, entre crise financière et disparition brutale de son fondateur Adolf Merckle, Phoenix renaît de ses cendres. Le refinancement complet du groupe et la cession de ratiopharm à Teva en 2010, ont permis à la firme de reprendre pied.

Son chiffre d'affaires net sur 9 mois, à fin octobre 2013, s'élève à 16,2 milliards d'euros, soit une progression de 2,8 % comparée à la même période en 2012. Un chiffre tiré vers le haut grâce aux résultats obtenus en Allemagne par le leader européen. En France néanmoins, le chiffre d'affaires recule de

12 % à 1,4 milliard. « *Nous avons pris un peu de retard dans notre plan de retour à l'équilibre car nous sommes confrontés, chaque année, à de nouvelles mesures d'économie pour la Sécurité sociale. Mais nous sommes confiants quant au rétablissement de nos comptes* », précise Laurent Cuiry, président de Phoenix Pharma.

Les objectifs fixés il y a trois ans sont aujourd'hui atteints, que ce soit en termes d'investissements dans les moyens techniques et humains – rachat de la CERP Lorraine notamment – ou le développement de synergies avec le groupe Plus

Pharmacie et ses enseignes. Il a aussi lancé son offre de formations Phoenix Université, ainsi que la plus grande base documentaire Phoenix Référence.

Phoenix Pharma réfléchit actuellement à la possibilité pour le groupe Plus Pharmacie d'endosser un statut supplémentaire : celui de courtier. Le groupe finalise son offre multicanal avec le développement d'un site d'e-commerce pour les adhérents Pharmavie et anticipe un futur où le capital des officines pourrait s'ouvrir en France. Comme Phoenix l'a fait dans les pays où cela est possible, il y a fort à parier qu'il s'y investira aussi en France.

6 - LE QUOTIDIEN DU PHARMACIEN - N° 3081 - LUNDI 31 MARS 2014 - [www.lequotidiendupharmacien.fr](http://www.lequotidiendupharmacien.fr)

# PHOENIX Pharma dans la presse

**FamilyPrix disparaît, vive Pharmavie !**

ENSEIGNES PLUS PHARMACIE

## FamilyPrix disparaît, vive Pharmavie !

**Le groupement Plus Pharmacie met en place une nouvelle stratégie tournée vers l'enseigne. Pour améliorer son efficacité, il n'en garde qu'une, qui devient aussi la marque référence du groupe : Pharmavie.**

POUR PHILIPPE BESNARD, directeur du groupe Plus Pharmacie, le passage à une seule enseigne forte qui deviendra la marque quasiment unique du groupement est une évidence. « Aujourd'hui, les pharmacies ont des activités commerciales privées de facteur de différenciation puisqu'elles ne peuvent pas communiquer, alors que 80 % de leur activité est identique (les mêmes produits au même prix) et tout se joue sur la différence sur les prix des 20 % restant. Pourtant, elles bénéficient d'un véritable professionnel de santé. Or les consommateurs ne connaissent pas les enseignes de pharmacie. » Le groupe-

ment fait donc le choix d'une seule marque référence sur laquelle il faudra communiquer, après l'avoir doté d'un univers particulier et d'un « contenu fort et différenciant ». Une marque-enseigne, marque-produits, déclinée dans le concept magasin et les produits à la marque : Pharmavie.

Le groupe conserve sa marque *corporate* Plus Pharmacie, utilisée dans le cadre des échanges B to B. Côté enseignes, FamilyPrix, qui compte près de 200 adhérents, devient Pharmavie Essencia aux côtés de Pharmavie et ses 600 affiliés. Pour les produits, les génériques à la marque Iso-med deviennent Iso-med Pharmavie, tandis que les gammes B.Concept, BéBé et bioconcept passent sous les couleurs Pharmavie. Seule la marque PharmaPrix reste inchangée et permet de conserver une offre axée sur des petits prix. « Le but est de continuer à proposer une offre large à des prix compétitifs, mais nous ne sommes pas



Une nouvelle stratégie d'enseigne

des hard discounters et misons sur une vraie prise en charge en termes de santé. Pour paraphraser un grand pétrolier, je ne veux pas qu'on vienne chez Pharmavie par hasard », ajoute Philippe Besnard.

**E-commerce.** Les premières pharmacies au nouveau concept devraient apparaître dans les tout prochains mois, l'objectif étant que l'ensemble de 780 adhé-

rents à Plus Pharmacie arbore les couleurs de la nouvelle enseigne début 2016.

Seule ombre au tableau, l'incapacité toujours bien réelle, aussi bien pour les pharmaciens que pour leurs groupements et enseignes, de communiquer vers le grand public. En attendant de pouvoir faire davantage, le groupe a mis en place, à l'attention des usagers, un site Internet central : [www.pharmavie.fr](http://www.pharmavie.fr). En outre, il finalise actuellement une offre d'e-commerce de médicaments pour ses adhérents. « La plateforme Web a été développée par des professionnels d'Internet et elle est conforme à 100 % avec l'arrêté. Nous avons deux partis pris, à savoir que c'est le stock de la pharmacie proposant des médicaments en ligne qui doit tourner, et non celui d'une pharmacie théorique derrière laquelle se trouve le groupement. Et tout le monde ne souhaite pas se lancer dans la vente en ligne de médicaments, donc le module d'e-commerce sera déployé à ceux qui le veulent : 140 adhérents sont déjà partants », souligne Philippe Besnard. Le premier site d'une officine Pharmavie devrait voir le jour fin mars ou début avril.

> MÉLANIE MAZIÈRE

Le quotidien du Pharmacien – 31 mars 2014