



Comment défendre l'économie de l'officine ?

**Analyse de la situation & recommandations
- Extraits -**

Novembre 2012



Smart Pharma Consulting

1, rue Houdart de Lamotte - 75015 Paris - France
Tel.: +33 6 11 96 33 78 - Fax: +33 1 45 57 46 59
E-mail: jmpeny@smart-pharma.com
Website: www.smart-pharma.com

Introduction

La situation économique difficile que traversent les officines conduit à s'interroger sur les solutions permettant de défendre leur économie

Contexte et objectif de l'étude

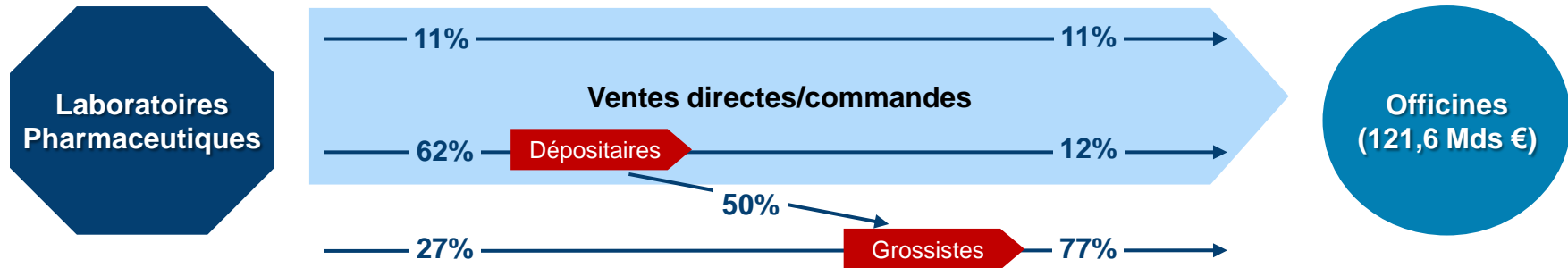
- Les politiques successives visant à maîtriser l'évolution des dépenses de santé ont pesé sur le chiffre d'affaires et la marge des officines
- Par ailleurs, la baisse du pouvoir d'achat des ménages tend à freiner les achats de produits non remboursés vendus en pharmacie
- Dans ce contexte, de nombreuses officines connaissent des difficultés économiques, comme l'a confirmé le rapport de l'IGAS publié en juin 2011
- Qu'en est-il de la situation économique actuelle des pharmacies d'officine françaises ?
- Quelles sont les principales évolutions du rôle et des missions des pharmaciens d'officines ?
- Comment les pharmaciens peuvent-ils améliorer l'économie de leurs officines ?

2. Analyse de la situation

1. La pharmacie d'officine dans la distribution du médicament

Les ventes directes des laboratoires ou de leurs dépositaires vers les officines représentent 23% du total des achats de médicaments en ville

Poids des ventes directes dans la distribution en ville (2011)



| Principaux dépositaires | | Principaux grossistes |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Indépendants spécialistes du médicament : <ul style="list-style-type: none"> – Aexxdis – CSP – Evrard DPE • Filiales de groupes de distribution intégrés spécialistes du médicament : <ul style="list-style-type: none"> – Edrapharm (CERP RRM) – Eurodep (CERP Rouen) – Movianto¹ (Celesio) – Directlog / Alloga (Alliance Boots) – Phoenix Pharma Dépositaire • Filiales de groupes de distribution intégrés non spécialistes du médicament : <ul style="list-style-type: none"> – Arvato Services Healthcare | <ul style="list-style-type: none"> • Groupements de pharmaciens : <ul style="list-style-type: none"> – Népentès – Giphar – Plus Pharmacie (Phoenix Pharma) – Groupe PHR • Laboratoires pharmaceutiques : <ul style="list-style-type: none"> – Sanofi – Laboratoires Aguettant – Laphal industries • Transporteurs : <ul style="list-style-type: none"> – Geodis – Pharmalog (Giraud) – Ducros express-Mory (groupe Caravelle) – Rhenus (ex-Wincanton) | <ul style="list-style-type: none"> • OCP (Celesio) PdM² : 34% • Réseau CERP PdM² : 29% • Alliance Healthcare (Alliance Boots) PdM² : 26% • Phoenix Pharma (Merckle Group) PdM² : 8% |

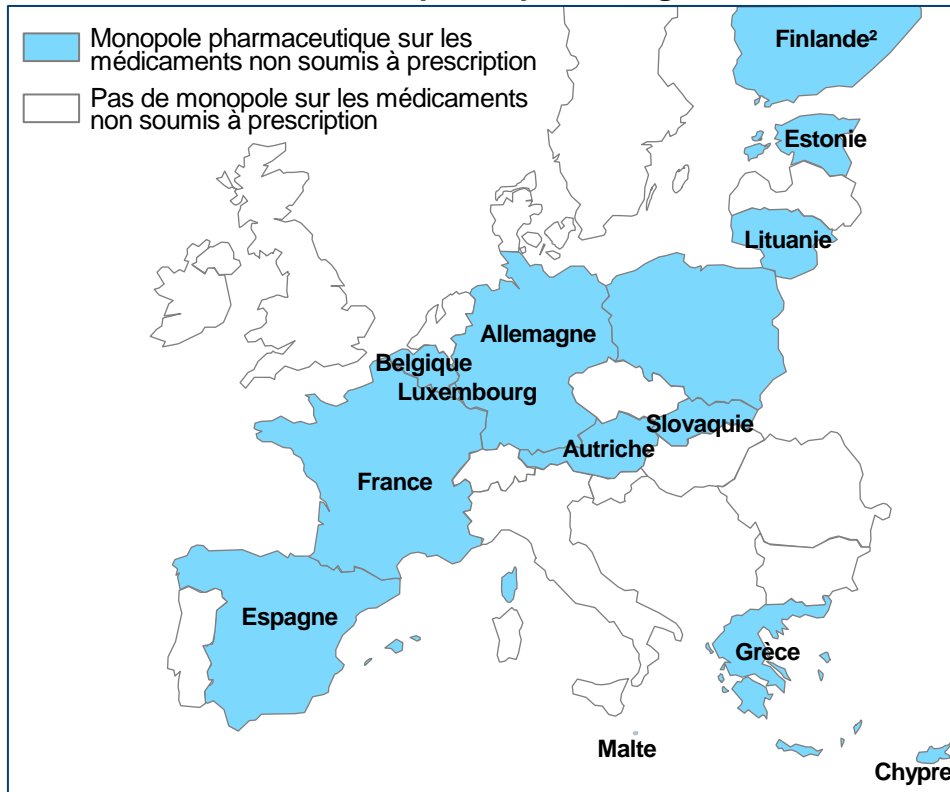
2. Analyse de la situation

2. Caractéristiques du modèle français

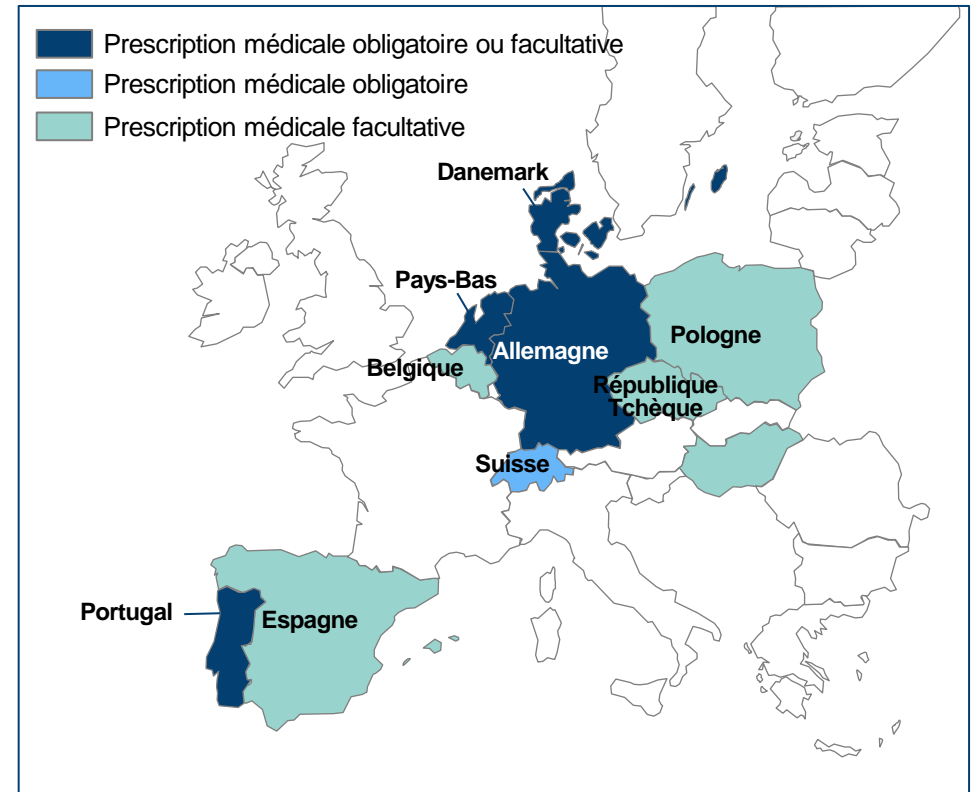
Tandis que certains pays européens ont des approches plus libérales, la France préserve le monopole des pharmaciens sur la commercialisation des médicaments

Libéralisation/monopole de la vente de médicaments en Europe

13 pays de l'UE maintiennent le monopole pharmaceutique sur les médicaments non soumis à prescription obligatoire¹ (automédication)



10 pays européens autorisent la vente en ligne de médicaments (au moins partiellement)



Source : CNOP/GPUE (mars 2012) – Le Quotidien du Pharmacien (26 avr. 2012)
d'après le CNOP – Analyses Smart Pharma Consulting

¹ Les compléments alimentaires, vitamines et produits à base de plantes (tisanes, etc.) ne sont pas retenus lorsqu'ils ne sont pas considérés comme des médicaments dans l'Etat membre

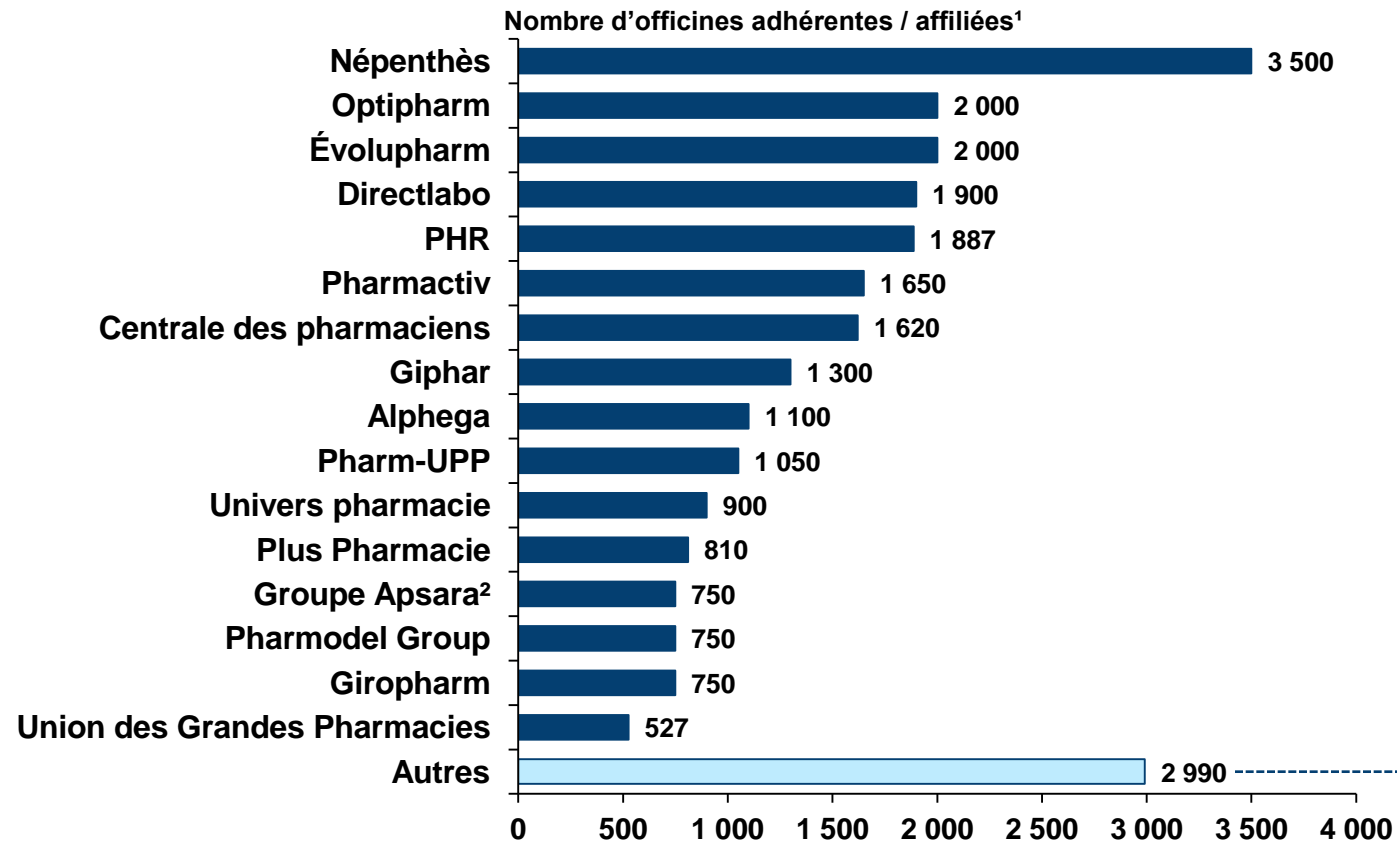
² Les substituts nicotiniques sont vendus en dehors des pharmacies en Finlande depuis 2006

2. Analyse de la situation

2. Caractéristiques du modèle français

Les officines sont regroupées au sein d'une trentaine de groupements de pharmaciens qui peuvent être régionaux, nationaux ou internationaux

Classement des groupements de pharmaciens et réseaux d'enseignes (2012)



| Autres groupements | Adhérents |
|---|-----------|
| Objectif Pharmacie | 456 |
| Univers SEL | 428 |
| DPGS (Développement Pharma Gestion Services) | 226 |
| Les pharmaciens associés | 210 |
| AEPK (Amicale des Etudiants et Pharmaciens Khmers) | 187 |
| APM (coopérative d'Achat des Pharmaciens de Méditerranée) | 176 |
| Cofisanté | 150 |
| Altapharm | 150 |
| Forum santé | 145 |
| IFMO (Initiative Française du Marketing Officinal) | 135 |
| Résonor | 120 |
| Socopharma | 100 |
| Pharmavenir | 90 |
| Ceido | 75 |
| Pharma Direct | 72 |
| Pharmacorp | 65 |
| Pharmacyal | 65 |
| HPI (Holding des Pharmacies Indépendantes) | 60 |
| Europharmacie | 50 |
| AGPF (Association des Grandes Pharmacies de France) | 30 |

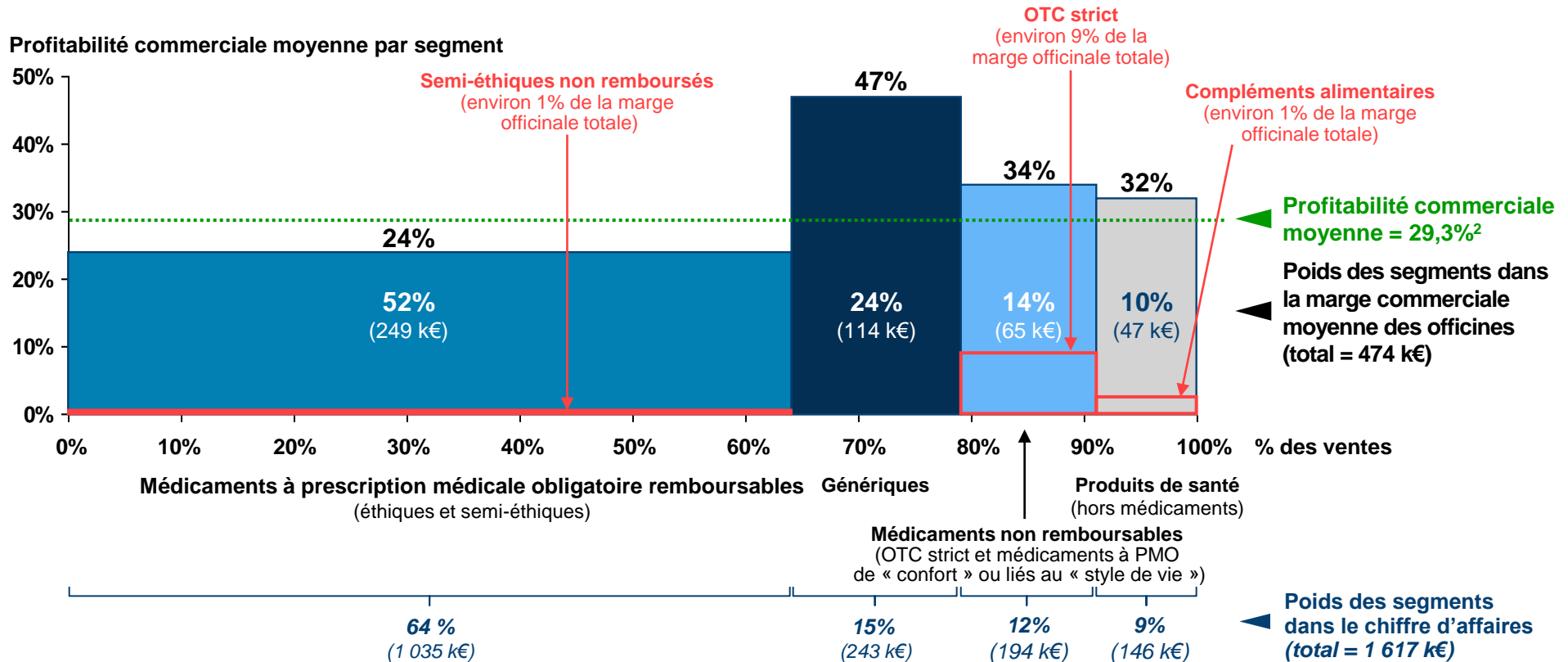
2. Analyse de la situation

3. L'économie de l'officine

Les médicaments remboursables représentent 79% des ventes et 76% des profits des officines; la substitution générique contribue à en optimiser la rentabilité

Structure économique de l'officine (2011)

Chiffre d'affaires annuel moyen d'une officine en 2011 : 1 617 K€ (prix public hors taxes)



PMO : Prescription médicale obligatoire

Source : GERS – IMS Health – Analyses Smart Pharma Consulting

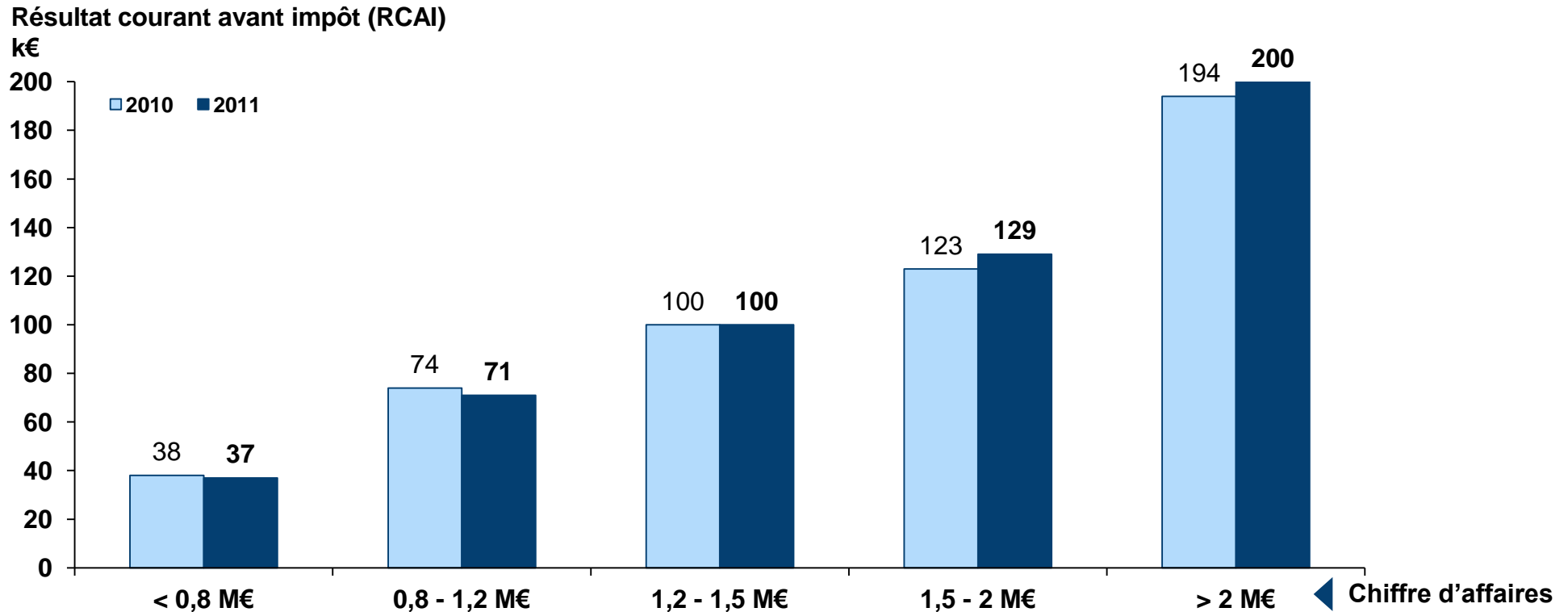
¹ Soit 52 K€ de marge par officine – ² Inclus rabais, remises et ristournes perçues

2. Analyse de la situation

3. L'économie de l'officine

Les disparités se creusent entre les officines, en raison de l'accroissement des prestations de services accordées par les fournisseurs aux plus grosses d'entre elles

Evolution du résultat courant avant impôt des pharmacies par tranche de CA (2011)



Analyse de 861 bilans exploitables et clôturés en 2011 (hors sociétés soumises à l'IS¹)

2. Analyse de la situation

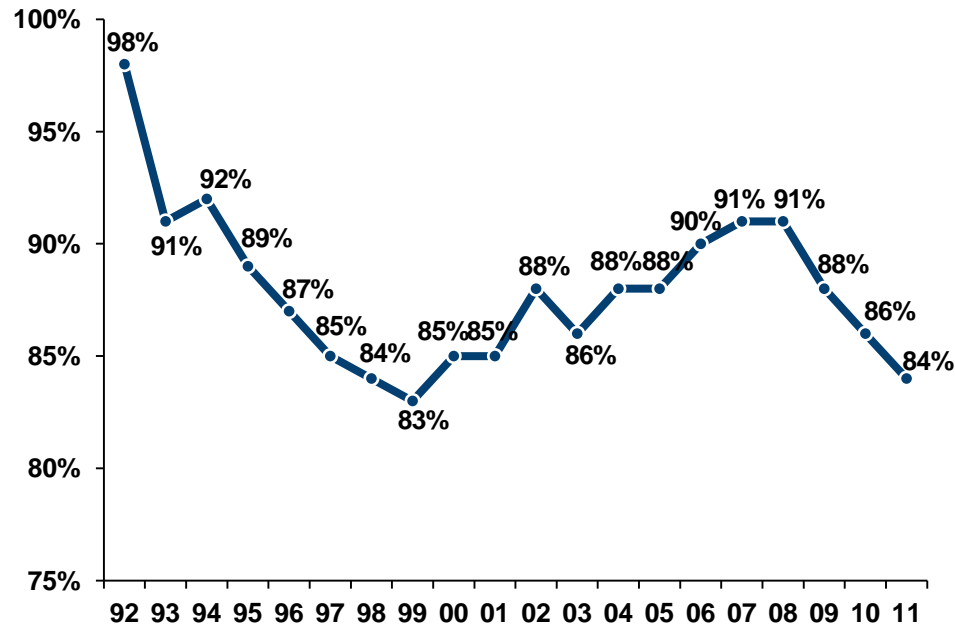
3. L'économie de l'officine

Après un rebond au cours des années 2000, le prix¹ moyen de cession des officines est de nouveau en baisse depuis 2009 – tendance qui affecte tous les types d'officines

Evolution du prix de cession des officines en France

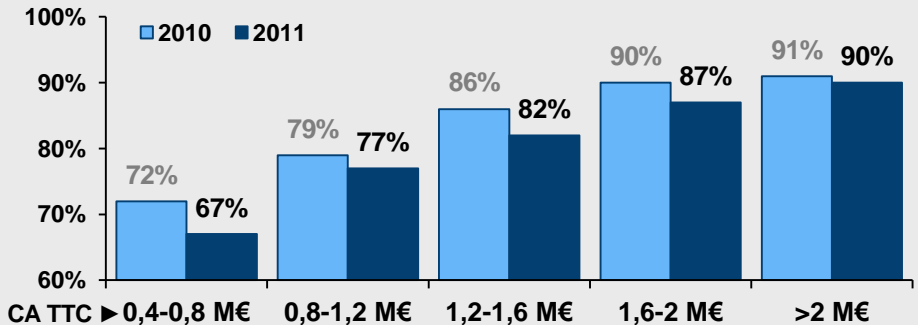
Evolution des prix de cession des officines (1992 – 2011)

Prix de cession en % du CA TTC

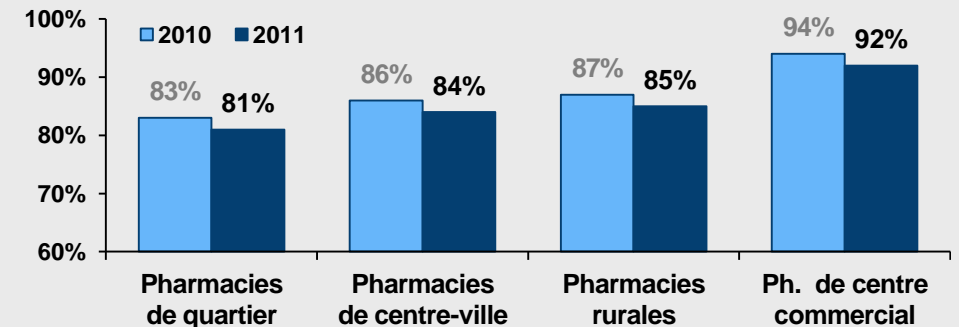


Evolution du prix de cession par type d'officines

Prix de cession en % du CA TTC



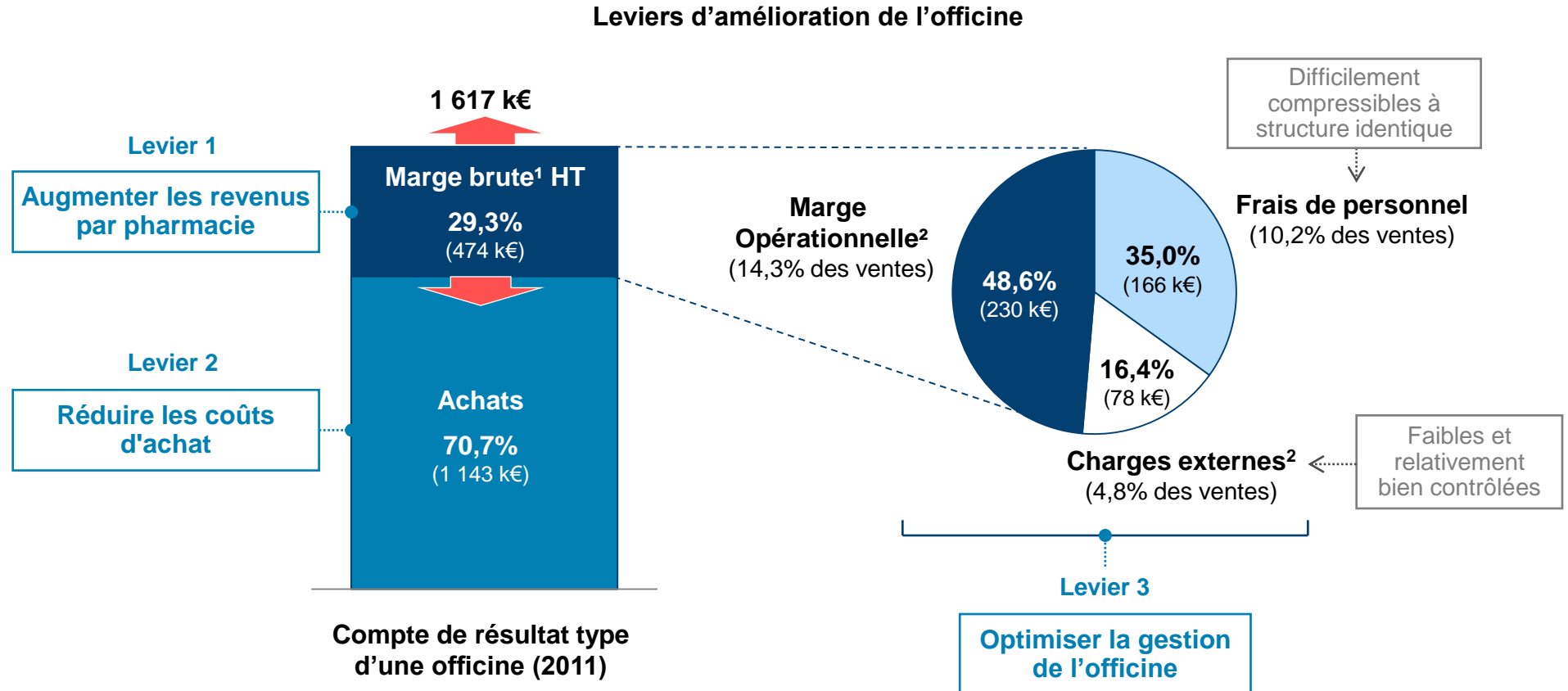
Prix de cession en % du CA TTC



3. Leviers stratégiques et impact attendu

L'optimisation de la performance économique des officines repose sur trois leviers principaux que les pharmaciens peuvent activer indépendamment

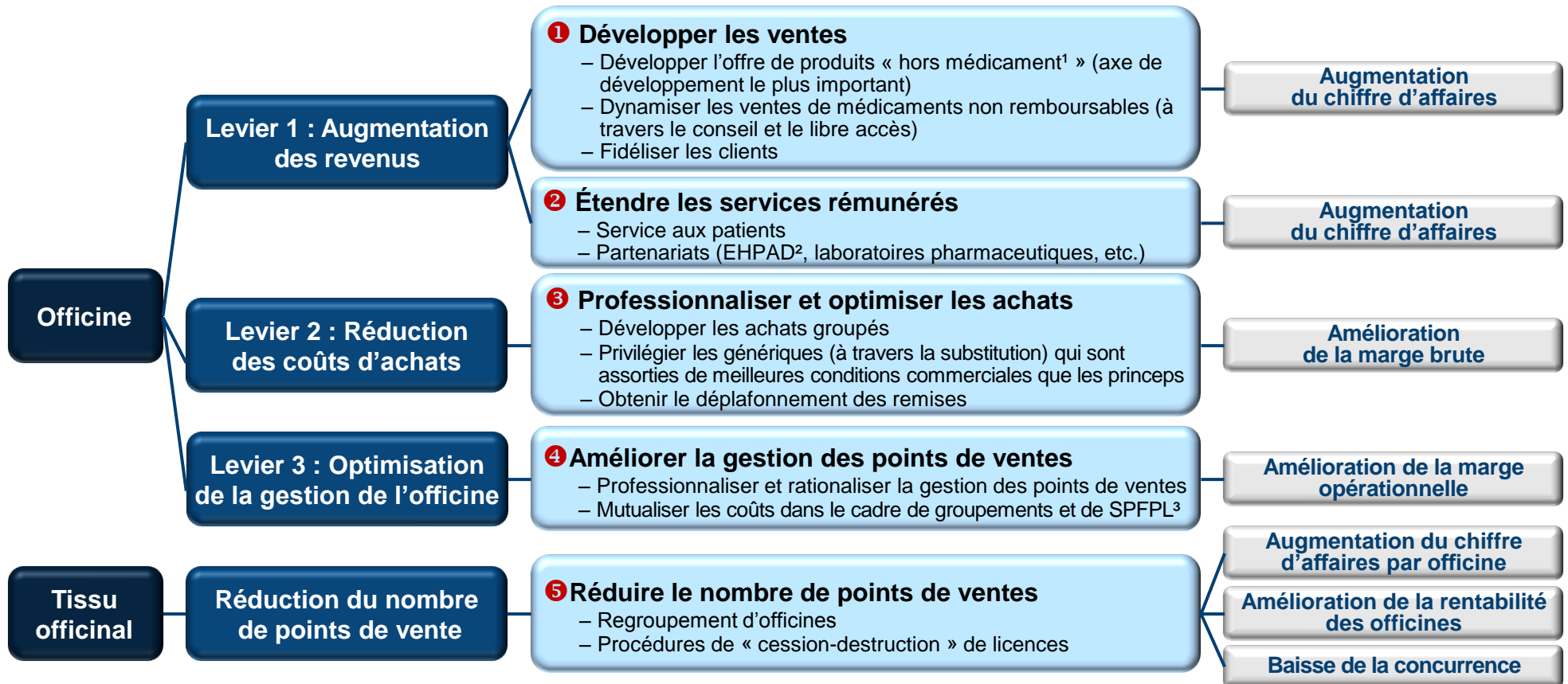
Principaux leviers d'amélioration de l'économie des officines (à l'échelle individuelle)



3. Leviers stratégiques et impact attendu

Le potentiel d'amélioration de la performance des officines est important, encore faut-il que les pharmaciens acceptent de redéfinir leur rôle et de se réorganiser

Leviers et solutions pour améliorer de l'économie des officines



4. Conclusion

Face à un contexte économique difficile, cinq solutions complémentaires s'offrent aux pharmaciens pour améliorer la rentabilité de leur officine

5 solutions pour défendre l'économie de l'officine (1/2)

1. Dynamiser les ventes à travers les médicaments non remboursables et le « hors médicament » :
 - Elargir l'offre de produits « hors médicaments » notamment sur les segments les plus rentables (hygiène, cosmétique, diététique)
 - Améliorer l'aménagement de l'officine (disposition des rayons, espace accès libre pour les médicaments OTC strict, espace vision, etc.) et le merchandising
 - Développer le conseil (de façon à fidéliser les clients et à augmenter les ventes de produits non prescrits)
 - Former l'équipe officinale au conseil et à la vente

2. Etendre les services rémunérés → Les pharmaciens devraient chercher à développer d'autres sources de revenus (non liés à la vente de produit) en proposant notamment des services rémunérés tels que :
 - Services aux patients : délivrance à domicile, accompagnement rémunéré des patients chroniques, mise à disposition des clients d'appareils de suivi de leur condition physiopathologique, etc.
 - Approvisionnement des EHPAD
 - Partenariats avec les laboratoires pharmaceutiques

3. Professionnaliser et optimiser leurs achats :
 - Regrouper les achats à travers des structures de regroupement à l'achat (SRA) et/ou des centrales d'achat pharmaceutique (CAP)
 - Suivi des recommandations du groupement de façon à augmenter le pouvoir de négociation

4. Conclusion

Face à un contexte économique difficile, cinq solutions complémentaires s'offrent aux pharmaciens pour améliorer la rentabilité de leur officine

5 solutions pour défendre l'économie de l'officine (2/2)

4. Améliorer la gestion des points de ventes :

- Optimiser la stratégie de marges et de prix
- Rationaliser l'activité et l'organisation des points de ventes
- Professionnaliser la gestion des officines
- Mener une démarche d'optimisation financière et comptable et évaluer les possibilités d'optimisation fiscale
- Etudier les possibilités de mutualisation des coûts à travers les groupements ou les SPFPL¹ (si ce type de structure était autorisé)

5. Réduire le nombre de points de ventes de façon à :

- Augmenter le chiffre d'affaires moyen
- Mieux absorber les coûts de gestion et de structure
- Eviter les effets négatifs d'une trop forte concurrence dans certaines zones de chalandise