

DOSSIER GROUPEMENTS 2012

Les clés de la réussite en réseau

Tout comme les organisations professionnelles et les syndicats, les groupements et les enseignes ont un rôle à jouer dans le développement des nouvelles missions. Ils l'ont bien compris et la plupart ont anticipé la mise en place d'actions de prévention et de dépistage. Outre leur capacité à s'assurer des compétences de leurs adhérents pour se lancer dans ces nouvelles missions, ces réseaux sont avant tout un soutien méthodologique et financier. Afin de réussir ce tournant, la profession cherche à gagner du temps à tout niveau pour dégager des plages horaires consacrées aux nouvelles missions. Là encore, les groupements ont pour avantage de mutualiser les fonctions logistiques, achats, gestion, administration, management, et peuvent apporter un certain nombre de compétences dans ces domaines.

■ ALPHEGA PHARMACIE

« Avant même la loi HPST, nous avons été les premiers à mettre en place le suivi du patient diabétique à l'officine, rappelle Laurence Bouton, directrice du premier réseau européen de pharmaciens indépendants. Nous sommes aussi l'un des plus actifs au niveau du dépistage cardio-vasculaire. » Afin de satisfaire aux exigences de la convention pharmaceutique signée en avril dernier, Alphega

Pharmacie propose des outils d'aide à la substitution. Les équipes sont aussi formées à la loi HPST, à la convention pharmaceutique et, depuis septembre, des formations sur les AVK et l'entretien pharmaceutique leur sont proposées. Les adhérents peuvent bénéficier des services du réseau pour aménager un espace de confidentialité et sa signalétique, ainsi que la communication dédiée aux nouvelles missions sur le point de vente.

■ ALTAPHARM

Le groupement accompagne ses adhérents dans leurs nouvelles missions « en proposant un référencement ciblé de partenaires spécialistes, notamment de l'autodiagnostic et du générique ». Ainsi, la convention soulignant l'importance pour les patients de plus de 75 ans d'utiliser une seule marque de générique afin d'éviter les risques de confusion, Altapharm a choisi un partenaire générique unique « commercialisant un maximum de conditionnements trimestriels ». « Le réseau travaille activement sur la forme que devraient prendre les entretiens pharmaceutiques », précise Fabrice Guignonnet, responsable d'Altapharm.

■ APM

Le groupement du Languedoc-Roussillon travaille actuellement sur l'accompagnement aux nouvelles missions qu'il va mettre en place pour ses adhérents.

■ CEIDO

Le Centre européen d'intérêt et

de développement de l'officine « travaille sur la mise en place d'une démarche complète autour des nouvelles missions, intégrant formation des équipes et procédures de prise en charge, au sein d'un espace réadapté », indique Christian-Eric Mauffré, président du réseau.

■ COFISANTÉ

(enseigne PHARMARKET)

« Depuis trois ans, nous avons engagé les pharmaciens Cofisanté dans la démarche qualité ISO 9001/QMS Pharma, c'est assez lourd mais cela prépare parfaitement aux nouvelles missions », remarque le président, Bruno Métairie. Le groupement participe déjà au dépistage des risques cardio-vasculaires mis en place par le Collectif des groupements et il va proposer des formations spécifiques aux AVK et à l'asthme, disponibles en présentiel, sur site et en e-learning.

■ DIRECTLABO (enseignes PHARMANDPRICE et PHARMECO)

Chez Directlabo, les pharmaciens sous enseignes Pharmandprice et Pharmeco bénéficient de formations et d'animations autour des missions définies par la loi HPST. Un programme de formation est en cours de développement sur la prise en charge de certaines pathologies comme les brûlures ou la migraine. Le groupement cherche de nouveaux partenaires pour réaliser des animations et/ou des brochures d'information sur des thèmes de santé publique.

■ DPGS

« La loi HPST est importante pour le devenir et la crédibilité de notre profession. Si elle est bien appliquée, elle demeure le moyen le plus efficace pour montrer que nous sommes de vrais professionnels de santé », lance Jean-Claude Pothier, président de Développement Pharma Gestion Services.

Le groupement compte sur l'aide des industriels pour proposer des solutions d'accompagnement aux nouvelles missions, tout comme pour les outils de communication, tels que la PLV sur l'asthme ou le diabète.

■ EUROPHARMACIE

Le groupement organise des actions commerciales adossées à des produits permettant une communication éthique. Par exemple, une action sur les antalgiques avec l'aide d'un laboratoire comme UPSA permet d'aborder le thème de la douleur. Dans ce cadre, un décor de communication spécifique au thème choisi est installé, ainsi qu'une vitropharmacie « Demandez conseil à votre pharmacien expert de santé ». « Nous souhaitons aussi impliquer tous les adhérents dans le suivi de la vaccination », précise Jean-Luc Tomasini, président d'Europharmacie.

■ ÉVOLUPHARM

Évolupharm fait le choix d'un travail main dans la main avec le Collectif national des groupements de pharmaciens d'officine (CNGPO), notamment avec la mise en place du dépistage cardio-vasculaire. D'autres opérations

de prévention sont menées au sein du groupement, pour lesquelles l'adhérent peut bénéficier de certains produits à la marque dans l'autodiagnostic, notamment dans des pathologies comme l'hypertension artérielle ou l'hypercholestérolémie. « Le suivi des AVK va commencer début 2013, nous réfléchissons aussi bien au sein du Collectif des groupements, que chez Evolupharm pour accompagner au mieux les pharmaciens », signale Pascal Geffray, le président.

■ FORUM SANTÉ

Forum Santé propose un accompagnement à ses adhérents dans le cadre des nouvelles missions depuis 2009, par la mise en place d'un « concept service », de formations spécifiques et d'une communication patients clés en main. « Les nouvelles missions du pharmacien s'inscrivent totalement dans notre démarche et les valeurs de notre enseigne. Nous avons bâti un plan d'action marketing et communication sur les entretiens Forum Santé, spécifiquement pour l'enseigne, et qui est déployé dans chaque officine et simultanément sur notre site Web », expose Diane Schakowskoy, chargée de la communication. Par ailleurs, Forum Santé s'inscrit dans une démarche de certification via le protocole de qualité ISO 9001/QMS Pharma.

■ GIPHAR

« Les nouvelles missions de dépistage et de prévention n'ont rien de nouveau pour Giphar, qui a été pionnier en la matière », rappelle le président, Jean-Michel Cloppet. En effet, les rendez-vous santé et les campagnes annuelles de sensibilisation ne datent pas d'hier, et des formations, à destination des équipes et des titulaires, sont prévues à chaque campagne, permettant au pharmacien Giphar d'être une référence sur la question traitée.

À chaque opération de dépistage, les données collectées auprès des patients sont anonymisées et compilées, de façon à évaluer l'implication des adhérents et leurs résultats. « Nos pharmaciens sont motivés. À tel point qu'un partenaire qui a mis à leur disposition un module e-learning sur les pathologies respiratoires a été dépassé par le nombre de connexions. » L'information sur les différentes campagnes est relayée en interne à tous les niveaux (national, régional, local), par tous les moyens, ainsi que vers le grand public.

■ GIOPHARM

Le congrès qui s'est tenu à Lyon en juin dernier a donné l'opportunité au groupement de présenter les détails de la convention à ses adhérents, complété cet été par la diffusion d'un Giromémento qui résume les fondamentaux et synthétise les réponses aux questions les plus fréquentes. Giopharm a aussi mis sur pied un forum pour échanger sur le sujet et sur lequel Franck Vanneste, P-DG, répond à toute question. Tout un dispositif est déployé dès à présent pour faire face aux exigences de la convention, en pre-

REUSSIR LE CHANGEMENT c'est d'abord l'envisager comme une vraie source d'opportunités.

C'est imaginer et construire la pharmacie de demain : une ENTREPRISE DE SANTÉ PERFORMANTE car experte et dotée de services innovants pour le patient client.



Pharmodelgroup
réussir le changement

Notre réseau avec ses 780 officines connaît une croissance inédite depuis 11 ans. Probablement parce que notre totale indépendance nous oblige à la performance !

Réussissons le changement dès aujourd'hui grâce à des moyens innovants, efficaces et professionnels développés par Pharmodelgroup, le réseau des services.

contactez-nous : 01 53 34 81 30
contact@pharmodel-group.com

mier lieu sur les AVK : formations présentielle, e-learning ou Web conférences ; fourniture d'un guide d'entretien pour les patients sous AVK et de divers outils de suivi ; soirées régionales consacrées à la loi HPST, la convention et les AVK ; redéploiement du concept point de vente avec un espace de confidentialité ; outils informatiques d'analyse et de recueil des informations patients. Un panel d'outils similaires sera bientôt mis en place sur le thème de l'asthme.

LES PHARMACIENS ASSOCIÉS

Le groupement Les Pharmaciens Associés développe cinq axes d'accompagnement du pharmacien dans ses nouvelles missions. Pour répondre au suivi du patient sous AVK, il propose une

> MÉLANIE MAZIÈRE

→ SUITE PAGE 20



Les idées des groupements et des enseignes affluent lorsqu'il s'agit de communiquer sur les nouvelles missions au sein de l'officine

GROUPE PHR (groupement PHR RÉFÉRENCE, enseignes PHARMARÉFÉRENCE et VIADYS)

« Dès 2002, le groupe PHR a donné l'impulsion décisive pour une nouvelle officine : la pharmacie services », rappelle le président, Lucien Bennatan. Les entretiens pharmaceutiques sont déjà une réalité dans les pharmacies du groupe, complétés par les services de diététiciennes et d'infirmières. L'objectif ? Participer aux actions d'éducation à la santé, proposer des conseils et des prestations pour améliorer ou maintenir l'état de santé des patients et faire de l'officine « un espace légitime pour les actions de dépistage et de prévention ». Afin d'accompagner les officinaux dans leurs nouvelles missions, PHR a engagé un audit de chaque pharmacie pour déterminer les améliorations possibles, les facteurs de croissance, etc., de façon à proposer des solutions personnalisées et leur permettre de « tirer le meilleur parti de l'enveloppe honoraires de la convention ». Par ailleurs, le groupe PHR met à disposition une formation spécifique à la communication aux patients depuis le mois de juillet et travaille sur un module e-learning sur le suivi des patients sous anticoagulants oraux.

HPI

D'une part, la Holding de pharmaciens indépendants accompagne les officines dans leur certification qualité HPI/ISO 9001 et, d'autre part, normalise et valide la procédure des entretiens pharmaceutiques. Plus globalement, HPI « développe et teste des innovations cohérentes avec une vision médicalisée du métier de pharmacien ».

IFMO

C'est avant tout par le biais de la certification Qualipharm « démarche Pharmaciens Pionniers » appliquée aux nouvelles missions, que le groupe IFMO (Initiative française du marketing officinal) accompagne ses adhérents dans le cadre de la loi HPST et de la convention pharmaceutique.

De plus, un module prêt à l'emploi disponible sur le site qualipharm.fr permet au pharmacien de mettre en place et de structurer les rendez-vous pharmaceutiques sur l'éducation aux gestes d'automesure de la tension artérielle. « Un kit de communication vers le grand public informe des démarches qualité en place dans les officines, ainsi que des rendez-vous possibles », précise l'IFMO.

PLUS
d'accompagnement
et de conseil

Pour **MULTIPLIER**
les atouts de votre officine
et favoriser sa croissance

+ 1,4 %* d'augmentation du chiffre d'affaires ordonnance, près de **2 fois** celle du marché.

* Sans effet pour le réseau Alphega Pharmacie (Eronome C&I) et CSRP pour le marché pharmacie - comparaison 2010/2011 (1^{er} semestre)

+ 92 %** de nos adhérents sont très satisfaits de l'accompagnement de leur Consultant Point de Vente.

** Enquête de satisfaction réalisée auprès de 543 adhérents - juillet 2011

ALPHEGA PHARMACIE, 1^{ER} RÉSEAU DE PHARMACIENS INDÉPENDANTS EN EUROPE, MET SES VALEURS ET SON EXPERTISE AU SERVICE DE LA CROISSANCE DE VOTRE OFFICINE.

Pour toute information, www.alphega.fr/contact.php

UNE SOLUTION

ENSEIGNES 2012 : des goûts et des couleurs

NOM	CRÉATION	STRUCTURE JURIDIQUE	ACTIVITÉS PRINCIPALES	NBRE DE LAB. RÉFÉRENCÉS	NOMBRE D'AFFILIÉS	CA MINIMAL	DRIT D'ENTRÉE	COTISATION ANNUELLE	PRÉSENCE	RESPONSABLES	TÉLÉPHONE E-MAIL
ALPHEGA 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 tant pour le pharmacien que pour le patient-consommateur	53	1 100	1 million d'euros	2 500 euros	De 3 360 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 alphega@alliance-healthcare.fr
ÉVOLUPHARM	2012	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 Geffray (président) Jean-Pierre Chulot (vice-président)	Tél. 03.44.47.52.52 info@evolupharm.fr
FAMILYPRX (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 Coiry (président) Philippe Besnard (DG)	Tél. 01.45.21.00.47 info@pluspharmacie.fr
FORUM SANTÉ	1989	SA	Achat, coaching sur site (formation, marketing officinal, organisation, management), agencement, communication, qualité	80	145	Aucun	Aucun	Licence Forum Santé : 400 euros HT/mois	Nationale (métropole + DOM)	François Leyraud (P-DG) Dominique Delisson (DG) Pierre-François Charvillat (DG adjoint)	Tél. 01.40.94.32.52 communication@forumsante.fr
GIPHAR	1968	Association loi 1901 SA coopérative Sogiphar	Fabricant, laboratoire pharmaceutique, dépositaire, grossiste-réparateur (médicaments humains et vétérinaires, matériel médical), CAP, MDD, centrale 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	Sogiphar : 0,24 % du CA mensuel HT Giphar : 75 euros par an	Nationale	Jean-Michel Clappet (président)	Tél. 01.40.13.79.79
GIROPHARM	2000	Intégré à la SA Giropharm	Apporter une assistance adaptée à l'expansion de chaque officine en révélant l'expertise des pharmaciens	70	162	Aucun	Aucun	249 euros par mois	Nationale	Franck Yanneke (P-DG)	Tél. 01.49.79.98.58 contact@giropharm.fr
GLOBAL PHARMACIE (UNIVERS PHARMACIE)	2009	SAS	Achat, référencement, MDD, formation, opération marketing, audit, assurance qualité, exclusivité territoriale	85	10	Aucun	3 500 euros HT	199 euros HT par mois	Nationale	Daniel Buchinger (président) Maxime Lesienne (responsable adjoint) Frédéric Lamothe (directeur commercial)	Tél. 03.89.41.60.45 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 entretiens 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 Mendelsahn (DG) Luc Seigneur (président société)	Tél. 01.72.71.85.86 contact@hpsias.com
NÉPENTHÈS MA PHARMACIE FAMILIALE	2008	SAS	Concept global d'enseigne : intérieur, extérieur, plan de communication annuel, opérations HPST, carte de fidélité, formation, NEP : 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 Yaminine (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, labellisation et démarche qualité, coaching personnalisé	39	370	Aucun	2 980 euros HT	3 840 euros HT	Nationale	Serge Carrier (DG) Guénola Biangrassio (directrice réseau)	Tél. 01.49.18.73.20 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 Latour (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, 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	325	Aucun	Aucun	200 euros HT par mois soit 2 400 euros HT par an	Nationale	Lucien Benaton (président) Wilky Rodin et Dominique Brasseur (directeurs)	Tél. 01.55.20.93.70 contact@groupephr.fr
PHARMARNET (COFISANTE)	2010	Intégré à la SA Cofisante	Enseigne complète (extérieur, intérieur, PLV, blouses, badges, sacs...), communication, certification ISO 9001, référencement, formation, animations, promotions, conventions annuelles, site internet, réseaux sociaux, études économiques et sociales, prévisionnelles et suivi de gestion	40	11	2 millions d'euros	Aucun	Aucun	Nationale	Nicolas Méfairie	Jackie Panayot (directrice des ventes) au 01.41.43.05.90 jackie.panayot@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, CAP	70	610	2 millions d'euros	2 100 euros HT	3 756 euros HT	Nationale	Laurent Coiry (président) Philippe Besnard (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	250 euros par mois	Nationale	Yves Morvan (P-DG) Priscilla Latour (responsable enseigne et groupement)	Tél. 02.53.39.03.00 info@directlabo.com
PHARMODEL	2007	SAS	Audit point de vente (étude clientèle, potentiels 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	Rafaël Grosjean (P-DG)	Tél. 01.53.34.81.30 contact@pharmodel-group.com
PROXIPHARMA MA PHARMACIE DE PROXIMITÉ (NÉPENTHÈS)	2008	SAS	Concept global d'enseigne : intérieur, extérieur, plan de communications annuel, opérations HPST, carte de fidélité, formation, NEP : 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 Yaminine (DG) Alexandre Aunis (directeur des opérations)	Tél. 06.30.48.79.97 info@nepenthes.net
UNIVERS PHARMACIE	2003	SAS	Achat, référencement, MDD, formation, opération marketing, 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) Frédéric Lamothe (dir. commercial)	Tél. 03.89.41.60.45 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, MDD), formation, services à la vente, carnets 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 GE	200 euros HT par mois soit 2 400 euros HT par an	Nationale	Lucien Benaton (président) Wilky Rodin et Dominique Brasseur (directeurs)	Tél. 01.55.20.93.70 contact@groupephr.fr