WEB

La distribution pharmaceutique

Les stratégies pour renforcer l'attractivité économique de l'officine à l'horizon 2020

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur la distribution pharmaceutique. Celle-ci s'attache à analyser les différents leviers à la disposition des officines pour renforcer leur attractivité économique et renouveler leur modèle d'affaires. Elle dresse également un état des lieux de l'innovation multicanal et de la transition numérique du secteur, et décrypte les évolutions du jeu concurrentiel en cours et à venir : l'accélération de la restructuration du réseau officinal, le rôle croissant des enseignes, les enjeux du service et de la relation client dans l'évolution de la filière.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.

Téléchargez immédiatement cette étude sur Xerfi.com

Avec le code étude 6DIS81

Emmanuel Sève
Directeur d'études
Precepta

WEB

La distribution pharmaceutique

Les stratégies pour renforcer l'attractivité économique de l'officine à l'horizon 2020

Edition Juin 2016
200 pages

D'un nouveau mode de rémunération à un nouveau modèle économique

Les atouts spécifiques des pharmaciens n'ont peut-être jamais autant été « convoités », car ils apparaissent comme des experts en mesure de jouer un rôle essentiel de légitimation et d'accompagnement dans des activités clés du futur que sont notamment l'e-santé et la silver économie. A travers l'extension de leur rôle d'acteur de santé publique (diagnostic, dépistage, accompagnement, etc.), mais également auprès des acteurs des secteurs des produits de santé et des objets connectés, et également des organismes complémentaires et des acteurs de la prise en charge à domicile. De nouvelles opportunités se dessinent ainsi, à rebours de la guerre des prix dans laquelle une part croissante du réseau officinal s'engage. Mais elles nécessitent d'appréhender le service comme un véritable levier de performance, au-delà des seules sources de financement direct par l'assurance maladie. Dès lors, **quels nouveaux leviers envisager pour renforcer l'attractivité économique de l'officine ? Comment l'innovation multicanal peut-elle y participer ? Et quelles implications en attendre sur la recomposition du jeu concurrentiel dans la filière ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse des leviers pour renforcer l'attractivité économique de l'officine**

  Opportunités et menaces associées au nouveau modèle de rémunération de l'officine, analyse prospective sur les débouchés et les leviers de redéploiement autour de l'e-santé et de la silver économie, grille de lecture synthétique exclusive sur les modèles de développement envisageables, leviers de performance par le service, défis organisationnels et culturels, etc.

- **L'état des lieux sur l'innovation multicanal et sur la transition numérique**

  Décryptage du nouveau jeu concurrentiel dans la vente et la réservation en ligne de médicaments, avantages comparés des plateformes de groupements et des marketplaces, essor du marketing d'enseigne autour des innovations multicanal, réussites de sites en ligne indépendants.

- **La refonte du jeu concurrentiel dans la filière**

  Analyse de l'évolution des rapports de forces entre les industriels et la distribution, décryptage des positions et des stratégies de 16 acteurs clés de la filière de distribution (grossistes-répartiteurs, groupements de pharmaciens), segmentation stratégique exclusive des groupements de pharmaciens.

WEB

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Precepta vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du jeu concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

NOS PREVISIONS

Xerfi vous propose son analyse ainsi que sa vision prospective de la distribution pharmaceutique à l'horizon 2020. Il en ressort que deux grands facteurs vont accentuer les fractures économiques au sein de la filière : d'un côté, les nouvelles formes prises par l'innovation thérapeutique et, de l'autre, l'intensification de la concurrence sur les marchés les plus porteurs de la pharmacie. Malgré la refonte de leur mode de rémunération, les pharmaciens s'exposent à un fort risque de décrochage s'ils se cantonnent à l'attentisme.

Table des matières et contenu de l'étude

SYNTHESE & CONCLUSIONS STRATEGIQUES

Cette synthèse attire l'attention sur les facteurs de risques pesant sur l'attractivité économique du réseau officinal. Notre analyse insiste ensuite sur les conditions pour transformer en véritable modèle économique la mue amorcée avec la refonte du mode de rémunération de la pharmacie. Enfin, la synthèse vous aide à mieux appréhender les enjeux de l'e-santé, nouveau cadre dans lequel la stratégie de service d'une pharmacie doit désormais nécessairement être envisagée.

MARCHÉ ET CONCURRENCE

1. LES PERSPECTIVES D'ACTIVITÉ DE LA DISTRIBUTION PHARMACEUTIQUE

1. LES DETERMINANTS DE L'ACTIVITÉ DE LA FILIÈRE
- Les mesures de maîtrise des dépenses de médicaments
- La refonte de la rémunération des pharmaciens
- L'évolution de la structure du marché du médicament
- Les reconfigurations de l'offre de soins

2. L'ACTIVITÉ DES ACTEURS
- L'activité et les performances des pharmacies (2004-2015)
- L'activité et les performances des répartiteurs (2008-2015)

3. L'ANALYSE PAR SEGMENT DE MARCHÉ
- Médicament remboursable : du produit au résultat
- Générique : les leviers de relance du marché
- L'automédication « responsable », rempart du monopole
- Les activités hors médicament, différenciateur clé des performances des pharmacies

2. LE DIAGNOSTIC CONCURRENTIEL ET LES LEVIERS DE DÉVELOPPEMENT

1. LE DIAGNOSTIC SUR L'ENVIRONNEMENT
- Les facteurs de reconfiguration de la filière
- L'anticipation des impacts du numérique dans la santé
- Le diagnostic sur l'attractivité économique de l'officine

2. RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ ÉCONOMIQUE DE L'OFFICINE
- L'optimisation de la chaîne de valeur de l'officine : optimiser les achats et la chaîne d'approvisionnement, gagner des parts de marché, développer les marchés de diversification, faire évoluer le métier, diminuer les coûts de structure
- Les modèles de développement pour l'officine à partir d'une grille de lecture exclusive

3. RENOUVELER LE MODÈLE D'AFFAIRES DE LA PHARMACIE PAR LES SERVICES ET LA RELATION CLIENT
- Les leviers de performance par le service
- Les leviers de développement autour de l'e-santé et de la silver économie
- Les défis financiers, organisationnels et culturels : l'optimisation des investissements, l'adaptation du management de l'officine, l'adhésion des patients et des partenaires

4. STRUCTURER LES LOGIQUES D'ENSEIGNE
- La typologie des groupements de pharmaciens
- L'analyse des modèles d'affaires
- Les facteurs discriminants et la segmentation stratégique des opérateurs
- Les stratégies d'enseigne

5. INSCRIRE L'OFFICINE DANS UNE STRATÉGIE MULTICANAL
- Le commerce en ligne de médicaments : attractivité, état des lieux et forces en présence (*marketplaces*, plateformes de groupements, sites indépendants)
- Les stratégies multicanal des groupements

FONDAMENTAUX ET ENVIRONNEMENT

1. L'ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTAIRE

1. LA PROPRIÉTÉ DES OFFICINES
- Les règles de détention du capital des officines

2. LA RÉMUNÉRATION DES ACTEURS
- Les prix et les marges de distribution, la refonte de la rémunération du pharmacien

LE JEU CONCURRENTIEL

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel et à venir. Selon Xerfi, la restructuration du réseau officinal va incontournablement s'accélérer. L'accentuation des pressions économiques coïncide en effet avec une phase critique de renouvellement générationnel. Au-delà de sa capacité à déplacer les clientèles, le rôle de l'enseigne va se renforcer pour accompagner la diversification des activités de l'officine, au gré de l'extension de ses missions et des stratégies de redéploiement sur de nouveaux marchés.

LES AXES DE DEVELOPPEMENT

Pour compléter l'analyse, Xerfi a identifié et décrypté les leviers de développement associés à la transition numérique dans la distribution pharmaceutique. La grande question n'est pas de savoir si le numérique va impacter la filière de distribution du médicament (et plus globalement toute l'organisation du système de santé, autour de l'e-santé, de la télémédecine, des data, etc.), mais à quel rythme. Les stratégies doivent dès aujourd'hui anticiper cette transformation de fond.

3. **L'AUTOMÉDICATION**
   - L'accès direct, l'autorisation de la vente en ligne de médicament, la mise en place d'un cadre pour l'automédication responsable

2. LA STRUCTURE DE LA FILIÈRE ET LES PRINCIPALES FORCES EN PRESENCE

1. **LES PHARMACIES**
   - Nombre d'officines (2008-2016), effectifs de pharmaciens, nouveaux inscrits et accès à la formation, répartition géographique, modes d'exploitation des officines, pharmaciens des établissements de santé, fermetures de pharmacies, structure des pharmacies par taille, etc.
2. **LES GROUPEMENTS DE PHARMACIENS**
   - Historique du développement des groupements, classement, type d'actionnariat, modèles économiques, comparatif des offres de services des opérateurs (organisation des achats et outils logistiques, politiques d'enseigne, MDD, etc.)
3. **LES GROSSISTES**
   - Parts de marché des grossistes-répartiteurs en France (2005-2015), évolution du parc d'établissements par opérateur (2007-2015), comparatif des offres des services par opérateur (services aux pharmaciens, aux laboratoires, aux groupements, etc.), classements des principales sociétés
4. **LES INDUSTRIELS DU MÉDICAMENT**
   - Classements d'opérateurs et structure de la concurrence par segment de marché du médicament (marché total, générique, automédication, hôpital, etc.)

3. LES FICHES D'IDENTITÉ DES PRINCIPAUX ACTEURS

1. **LES GROUPEMENTS DE PHARMACIENS**
   - Alphega, Directlabo, Evolupharm, Giphar, Népenthès, Optipharm, Pharmacie Référence Groupe, PHARM UPP, Pharmactiv, PharmaVie, Univers Pharmacie, Welcoop
2. **LES GROSSISTES-REPARTITEURS**
   - Alliance Healthcare France, Astera, CERP Rhin-Rhône Méditerranée, CERP Bretagne-Atlantique, Eurapharma, OCP, Phoenix Group

LES PRINCIPAUX ACTEURS CITES DANS L'ETUDE (*)

- 1001PHARMACIES.COM
- AELIA
- ALLIANCE HEALTHCARE RÉPARTITION
- ALLOGA FRANCE
- ALPHASANTE
- ALPHEGA
- APSARA
- ARVATO SERVICES HEALTHCARE FRANCE
- ASTERA
- AZUR RÉPARTITION
- AZUR SANTÉ DISTRIBUTION
- CENTRE SPÉCIALITÉS PHARMACEUTIQUES
- CERP BRETAGNE ATLANTIQUE
- CERP DÉPOSITAIRE
- CERP ROUEN
- COPHAC-COMPTOIR PHARMACEUTIQUE CORSE
- CORSE SANTÉ DISTRIBUTION
- DERET LOGISTIQUE
- DIRECT
- DIRECTLABO
- DIRECTLOG
- DOCTIPHARMA
- DSP-DISTRIBUTION SERVICES PHARMACEUTIQUES
- DISTRINEP
- EP DIS
- EUR IM EX PHARMA
- EURODEP
- EUROMEDEX FRANCE
- EUSA PHARMA
- EVOLUPHARM
- FORUM SANTE
- GEODIS LOGISTICS
- GIPHAR
- GIPHAR SOGIPHAR
- GIROPHARM
- HPI
- IFMO
- INTERMED EXPORTATION
- IVRY LAB
- LABOREX SAINT-MARTIN
- MEDEX-MÉDICAMENTS EXPORT
- MERIDIAL
- MOVIANTO FRANCE
- NEPENTHES
- OCP RÉPARTITION
- PHARM'UPP
- PHARMA CDI
- PHARMA LAB
- PHARMACIE REFERENCE GROUPE
- PHARMACIES LAFAYETTE
- PHARMACTIV
- PHARMALOG
- PHARMAVIE
- PHARMODEL
- PHARMARKET
- PHOENIX PHARMA
- PIEX
- PLANETPHARMA
- REPSCO PROMOTION
- RHENUS LOGISTICS ALSACE
- RTB PHARMA
- SEREX
- SPG-PHARMA-CEUTIQUE GUYANAISE
- SR PHARMA
- TEDIS
- TRIDEM DISTRI
- UBIPHARM GUADELOUPE
- UBIPHARM GUYANE
- UBIPHARM MARTINIQUE
- UNIVERS PHARMACIE

(*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**, **COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

❶ Rentrez **le code 6DIS81** dans la barre de recherche pour la retrouver

❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire

❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **La transformation numérique des entreprises du médicament**
  6CHE35 – Mars 2016
- **La distribution d'optique et d'appareils auditifs**
  5DIS71 – Décembre 2015

Retrouvez sur le site **xerfi.com** le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises

BON DE COMMANDE

A retourner à :
Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris
Téléphone : 01 53 21 81 51
Email : commande@xerfi.fr

Réf : 6DIS81 / PTAX

La distribution pharmaceutique

Les stratégies pour renforcer l'attractivité économique de l'officine à l'horizon 2020

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
2 500,00 € HT	**2 400,00 € HT**	**2 795,00 € HT**
2 637,50 € TTC	2 880,00 € TTC	3 354,00 € TTC
☐	☐	☐

INFORMATIONS CLIENT

Nom :
Prénom :
Fonction :
Société :
Adresse :
Code postal :
Ville :
Adresse email :
Téléphone :
TVA Intra :
N° SIRET :

MODE DE REGLEMENT CHOISI

- ☐ dès réception de l'étude et de la facture
- ☐ par carte bancaire sur www.xerfi.com
- ☐ par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
Tarifs valables jusqu'au 30/06/2017 (TVA 5,5% pour le papier et TVA 20,0% pour les versions électroniques).

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris - RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607