



A company of PHOENIX group

Communiqué de presse du lundi 12 mars 2012

PHOENIX Pharma France affirme sa position de challenger sur le marché français de la distribution pharmaceutique

Créteil, lundi 12 mars 2012 - A l'heure des profonds bouleversements qui s'opèrent sur les secteurs de la répartition et de l'activité dépositaire, ainsi que sur la structure de rémunération, **PHOENIX Pharma France**, filiale française du groupe familial allemand PHOENIX, tire son épingle du jeu grâce au travail transversal de ses équipes. **L'entreprise consolide ainsi sa position de challenger sur le marché français.**

Ayant défini et présenté de nouvelles orientations stratégiques en 2011, PHOENIX Pharma France a mis à profit ces douze derniers mois pour **déployer des moyens visant à l'atteinte de ses objectifs de croissance et de performance**. Les nombreuses actions engagées lors de cette première année de transition et de consolidation produisent leurs premiers résultats.

PHOENIX Pharma France poursuit sur sa lancée en 2012 **cette nouvelle dynamique de développement sur ses trois activités**, déterminé à conduire l'entreprise au rang des acteurs incontournables sur le marché national de la distribution des produits de santé.

L'exercice 2011 en quelques chiffres

- CA en Europe à octobre 2011 : 16.2 milliards d'€ sur 3 trimestres
- CA en France : 1.6 milliard d'€ au 31/01/2012

Sur un marché national de la répartition en légère baisse au cours de l'année 2011, l'entreprise prévoit une croissance de l'ordre de 3,8 % en 2012.

1- Absorber la perte induite par la nouvelle marge

Le nouvel arrêté de marge sur la distribution en gros des médicaments, en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2012, impacte défavorablement l'activité de la répartition pharmaceutique sur le marché national. Même si les grossistes-répartiteurs peuvent délivrer les produits de santé stockés selon les anciennes dispositions jusqu'au 31 mars, cette baisse du niveau de marge représente pour PHOENIX Pharma France une perte de revenus comprise entre 4 et 6 millions d'euros sur l'année à venir. Toutefois la réorganisation des services supports au cours des derniers 18 mois ainsi que la nouvelle approche commerciale, permettent à l'entreprise de faire face plus sereinement à cette baisse de revenus, tout en répondant aux exigences de qualité liées à la chaîne du médicament.

2- Créer les conditions d'un retour à la rentabilité

Pour atteindre les objectifs de croissance que l'entreprise s'est fixés à l'horizon 2013, PHOENIX Pharma France doit restaurer une base économique saine en retrouvant rapidement des sources de rentabilité. Touchant toutes les fonctions de l'entreprise, les conditions d'un retour à un équilibre des comptes supposent, notamment, d'optimiser tous les achats indirects du Groupe.

Une mesure qui est conjuguée à la reconquête de parts de marché avec l'ouverture de nouvelles agences sur des zones à fort potentiel et à la diminution du financement des clients.

3- Consolider le niveau général de performance

La qualité de service qui conditionne les objectifs de croissance et de rentabilité de l'entreprise s'inscrit au cœur des préoccupations de PHOENIX Pharma France.

Aussi, pour accroître le niveau général de performance, l'entreprise investit dans le développement des compétences de ses collaborateurs en déployant une politique de formation sur la totalité des activités. Le taux de formation est d'ailleurs supérieur aux obligations légales. D'ici 18 mois, l'entreprise prévoit de créer une « Université PHOENIX Pharma » diplômante, de façon à renforcer les expertises de ses équipes dans tous les postes et sur toutes les agences. L'Université PHOENIX sera également ouverte à tous les salariés directs et indirects du Groupe PHOENIX en France et bénéficiera notamment aux salariés de Plus Pharmacie, aux adhérents de ses enseignes Pharmavie et Familyprix. Les équipes ont été progressivement complétées, aussi bien au niveau des fonctions siège avec des recrutements d'experts aux postes clés (services achats, transport, commercial, juridique...) ainsi que dans les régions, à des postes opérationnels.

Préparant l'avenir dès à présent, PHOENIX Pharma France se mobilise fortement auprès des étudiants et multiplie les initiatives pour s'entourer, à terme, des meilleurs et futurs talents.

L'entreprise est, à cet égard, partenaire de l'ANEPF, du Master de Répartition de Limoges et plus récemment de l'IESEG, Ecole de commerce leader en France.

4- Capitaliser sur ses trois activités

PHOENIX Pharma France qui a investi en 2011, poursuit sur l'année 2012 son plan de développement. Ces efforts financiers en accord avec le Groupe permettent de réaliser des projets stratégiques d'avenir.

La Répartition : vers de nouvelles perspectives d'évolution

► Un positionnement consolidé sur le marché français

Grâce à l'arrivée de nouveaux clients, PHOENIX Pharma France a conquis 0,6 point de part de marché sur l'année. Une position qui rend le répartiteur visible sur le territoire national, comme le prouve le nombre de consultations de groupements de pharmaciens qui augmente de façon significative.

► Une seule et unique entité juridique

Trois ans après la reprise de la CERP Lorraine Répartition, la fusion réalisée le 1^{er} décembre 2011 concrétise l'intégration dont l'harmonisation des systèmes d'information, le regroupement des équipes et le déploiement d'une marque unique. Dorénavant, l'ensemble des collaborateurs portent les couleurs d'une enseigne unique : PHOENIX Pharma.

► Traçabilité

Un projet qui a mobilisé l'entreprise depuis plus de 3 ans et qui répond à l'évolution du cadre réglementaire, imposant la traçabilité des médicaments via le numéro de lot et la date de péremption.

► Site Internet professionnel

Après le lancement de sa nouvelle vitrine institutionnelle sur Internet en avril 2011, PHOENIX Pharma France crée, en partenariat avec le Vidal, une toute nouvelle plate-forme de services, d'informations et d'échanges, dédiée aux officines clientes. La 1^{ère} version sera en ligne dans le courant du mois d'avril. Grâce à cet espace, accéder gratuitement à toute l'information de la base documentaire Vidal Officine, consulter les catalogues, les promotions et les coopérations fournisseurs, interroger en temps réel l'état des stocks des produits disponibles dans les agences et les commander, consulter les factures et les avoirs imprimables et archivables, bénéficier de formations en ligne ou sur site ... sont autant de fonctionnalités pratiques et faciles de navigation pour améliorer et personnaliser la relation client.

► Call center

PHOENIX Pharma France renforce son expertise en matière de service clients, à la fois par les outils, la formation et les investissements. Point de passage clé de la relation avec les pharmaciens, ce pôle de compétences doit encore gagner en précision.

Ce service, qui sera prochainement doté d'un nouvel outil de CRM (Customer Relationship Management), accessible par l'ensemble des agents téléphoniques et de la force de vente, permettra un meilleur suivi et une plus grande proximité avec la clientèle.

► Investissements immobiliers

Pour augmenter le potentiel de ses installations, l'entreprise a élaboré un programme d'investissements :

- A Lille pour automatiser l'agence et agrandir la surface d'exploitation
- A Pau et à Lyon pour accompagner le développement de l'activité des clients et répondre aux demandes croissantes du marché avec des projets d'extension

Pour gagner de nouvelles parts de marché et se rapprocher de ses clients et prospects, PHOENIX Pharma France réorganise sa couverture nationale et prévoit l'ouverture de nouvelles agences.

L'activité Dépositaire : un savoir-faire complet sur la voie d'un nouveau positionnement

► Un nouveau label, une nouvelle identité visuelle

PHOENIX Pharma France dispose aujourd'hui de 2 sites basés en région parisienne pour commercialiser son offre logistique. Le premier est situé à Ris-Orangis, le second à Combs-la-Ville.

Pour valoriser cette activité, l'entreprise a décidé de réunir ses deux établissements (PHOENIX Dépositaire & Ivrylab) sous une même enseigne : IVRY LAB, et pour gagner en visibilité, cette expertise apparaîtra dès le mois d'avril sous une nouvelle identité visuelle, avec la création d'un logo et d'une signature pour asseoir ce parti pris stratégique.

Capitalisant sur l'expertise de la 1^{ère} CAP créée en France, lancée par Plus Pharmacie en 1999, IVRYLAB est capable d'apporter son expertise aux groupements pharmaceutiques et SRA. Quant à l'activité dépositaire, elle répond aux besoins des laboratoires avec des services spécifiques tels que le re-vignettage et un call center.

► Des consultations en augmentation

Reconnue pour son expertise par des laboratoires renommés - Sandoz, le dernier en date - l'activité dépositaire est de plus en plus sollicitée pour participer à des appels d'offres, tant au plan national qu'à l'échelle européenne et ce, suite à des consultations consolidées par le Groupe. En effet, les activités « Pre-Wholesale », localisées dans les 19 pays de PHOENIX Pharma, bénéficient du support d'une structure centralisée, chargée notamment de coordonner les dossiers d'envergure européenne.

► Une nouvelle équipe à la tête du groupement

Laurent Cuiry, Président de PHOENIX Pharma France, a reçu du Conseil d'Administration de Plus Pharmacie les mandats de Président et Directeur Général du groupement en novembre dernier.

Les projets qui s'inscrivent dans la continuité de ce qui a été précédemment initié et qui portent les valeurs d'un réseau de haut niveau, poursuivent un objectif majeur : garder le leadership des enseignes de Plus Pharmacie. Un positionnement que le nouveau PDG entend faire valoir auprès des 802 adhérents pharmaciens du groupement (Pharmavie : 608 / Familyprix : 194) grâce à une démarche qualitative visant à les accompagner dans leur exercice au quotidien.

Pour renforcer l'équipe de direction de Plus Pharmacie, Laurent Cuiry sera prochainement rejoint par un Directeur Général.

► Un modèle économique centré sur la qualité

La qualité est un axe de développement sur lequel s'appuie fortement Plus Pharmacie. A ce jour, 114 officines sont en cours d'obtention de la certification ISO 9001 QMS. Une nouvelle vague est prévue en 2012. L'investissement se révèle payant. C'est ce que montre une récente enquête menée en octobre dans les officines inscrites dans cette démarche. Près de 10 500 témoignages de consommateurs ont été recueillis. Les résultats parlent d'eux-mêmes : les jeunes de moins de 35 ans déclarent être globalement satisfaits et une appréciation de 9/10 chez les séniors de plus de 70 ans.

Pour être en mesure d'accompagner dans les meilleures conditions ses adhérents dans le processus de certification, le siège de Plus Pharmacie s'est bien évidemment inscrit dans la même démarche, et a été, le 24/02/2012 audité par le bureau VERITAS.

► Un mode de gouvernance partagé

La gouvernance de Plus Pharmacie associe à la fois des Présidents de région, des Administrateurs ainsi qu'une équipe centrale dont la force de vente est en relation étroite avec les officines. Pour consolider ce mode de fonctionnement, le groupement va mettre en place en 2012 le « Club Plus Pharmacie » au sein duquel seront partagés les expériences, les forces vives, les expertises et bien d'autres thèmes encore. Une démarche destinée à faire participer les adhérents aux prises de décisions.

► L'appui de PHOENIX Pharma France

Au-delà du bénéfice logistique que représente PHOENIX Pharma pour Plus Pharmacie, les deux entités continuent de développer des synergies. C'est ainsi que PHOENIX Pharma apporte un support juridique, social et comptable au groupement, lui permettant ainsi de se concentrer pleinement sur les solutions innovantes et performantes à apporter aux adhérents. => Une large gamme d'outils et de services pour mieux les aider à développer la valeur ajoutée de leur activité, dans des domaines aussi variés que les achats, le merchandising, la formation des équipes, etc.

► « Experts en pharmacie et en vie moins chère » : une signature plus que jamais d'actualité

Suite à l'épisode de janvier, au cours duquel le Tribunal de Grande Instance de Paris a condamné le groupement à verser 1€ symbolique, et demandé le retrait de la campagne radiophonique et la communication sur l'application i-phone, Plus Pharmacie rappelle que son slogan « Experts en pharmacie et en vie moins chère » n'a pas fait l'objet d'un jugement. Il fait même part de son intention *« d'étudier avec les équipes de communication et juridiques la forme la plus appropriée pour reprendre la parole en 2012, afin de poursuivre son objectif de renforcement de sa visibilité, de valorisation de l'engagement des adhérents et de défense de ses deux enseignes phares, Pharmavie et FamilyPrix »*.

► Des investissements au profit de services toujours plus performants

Plus Pharmacie prévoit d'investir sur les AMM et dossiers.

Le groupement travaille également sur une solution d'e-commerce afin de donner accès aux produits des enseignes de la façon la plus large possible. Un projet qui fait l'objet de consultations des différents acteurs et utilisateurs, qu'il s'agisse des adhérents, de la plateforme logistique, des officinaux ou des achats...

CONCLUSION

« La filiale française, qui bénéficie d'un appui réel du Groupe PHOENIX, est renforcée sur le marché national. A travers toutes les actions mises en œuvre jusque-là, des premières réussites se confirment.

Les projets en cours et à venir accompagnent les profondes mutations qui s'opèrent sur le marché et constituent une multitude d'opportunités à saisir.

D'ici 4 à 5 ans, avec un aménagement de la couverture territoriale, PHOENIX Pharma France s'engage et se donne les moyens d'atteindre, à l'horizon 2016, une part de marché de 10 % », conclut Laurent Cuiry, Président de PHOENIX Pharma France et Président Directeur Général de Plus Pharmacie.

A propos de PHOENIX Pharma

PHOENIX Pharma France figure parmi les acteurs majeurs de la répartition et de la chaîne de la santé en France avec plus de 8 % de parts de marché. Fort d'un réseau de 22 agences de répartition couvrant 80 % du territoire national, PHOENIX Pharma France satisfait aux exigences de plus en plus fortes de ses clients. Grâce à une gamme complète de services et de solutions créatrices de valeur ajoutée, l'entreprise livre quotidiennement près de 4 000 officines. Sa prise de participation majoritaire dans le capital de Plus Pharmacie, l'un des groupements leaders en France, spécialisé dans les services délivrés aux pharmaciens d'officines, offre à plus de 800 adhérents de ce réseau qui le souhaiteraient, la possibilité de bénéficier des prestations du répartiteur. L'offre de services de PHOENIX Pharma, élargie à l'activité logistique, répond aux besoins des laboratoires pharmaceutiques de s'entourer d'un partenaire solide, fiable et réactif, capable de leur délivrer des solutions logistiques sur mesure, en France et en Europe.

PHOENIX Pharma France qui réalise un chiffre d'affaires de 1,6 milliard d'€ et emploie plus de 1 300 personnes est la filiale française du groupe allemand PHOENIX, créé par la famille Merckle. Leader européen sur le métier de la répartition pharmaceutique avec 18 % de parts de marché, PHOENIX réalise un chiffre d'affaires consolidé de plus de 22 milliards d'€ (2010). Grâce à l'engagement de ses 20 000 collaborateurs et à son réseau de près de 160 sites, le groupe approvisionne pas moins de 53 500 officines à travers 23 pays. www.phoenixpharma.fr

Contacts Presse

Sophie Nicolas
Tél : 01 45 17 64 32 / 06 08 90 94 09
sophie.nicolas@phoenixpharma.fr

Mélanie Laurent
Tél : 06 35 32 72 74
melaurent@bullecom.fr