



# LES NOUVEAUX DÉFIS DE LA PHARMACIE D'OFFICINE

Impact de l'épidémie de Covid-19, nouveaux services pharmaceutiques, transformation numérique et montée en puissance des enseignes

**EXTRAIT**

**Les Echos**  
ÉTUDES



01

INTRODUCTION

6

02

SYNTHÈSE ET ENSEIGNEMENTS CLÉS DE L'ÉTUDE

8

03

COMMENT LA PHARMACIE D'OFFICINE RÉSISTE-T-ELLE À LA CRISE ?

26

L'évolution des marchés à l'officine, avant et depuis le début de la crise sanitaire

27

Le modèle économique de la pharmacie, les nouveaux schémas de rémunération

31

04

OÙ EN EST LA « PHARMACIE DE SERVICES » EN 2021 ?

35

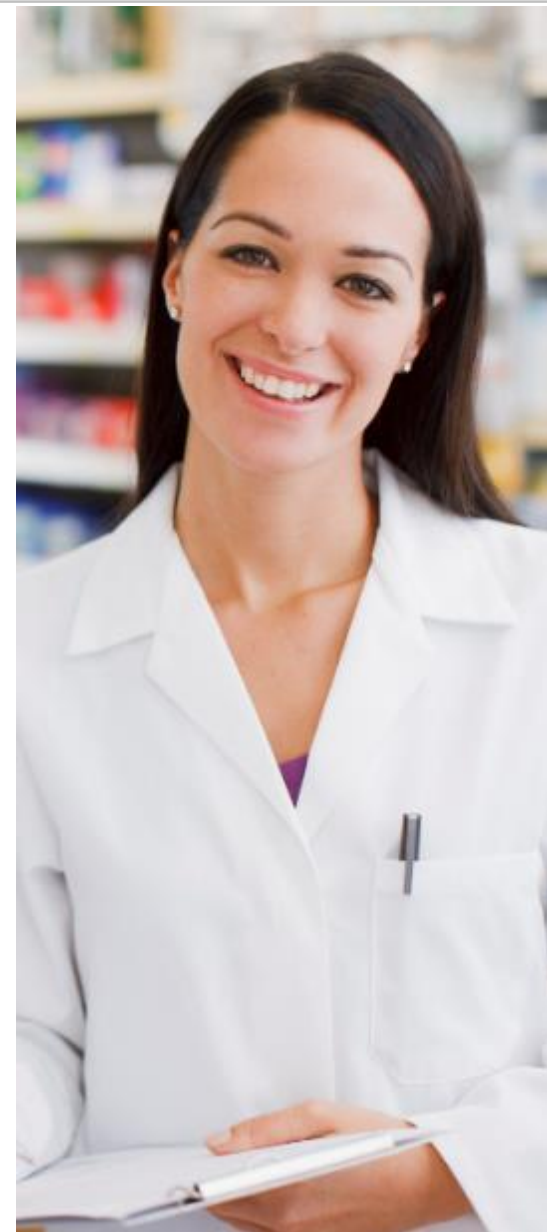
Une extension continue des services depuis 2012

37

Les perspective d'évolution à horizon 5 ans

50

<b>05</b>	<b>COMMENT LA CRISE ACCÉLÈRE-T-ELLE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DE L'OFFICINE ?</b>	<b>53</b>
	Les enjeux de la transformation numérique de l'officine	55
	Le retard de la pharmacie dans le e-commerce	61
	La menace Amazon est-elle une réalité ?	71
<b>06</b>	<b>LA CRISE FAVORISE LE DÉVELOPPEMENT DES ENSEIGNES DE PHARMACIES</b>	<b>83</b>
	La réalité économique des enseignes de pharmacies	85
	La segmentation et les positionnements des enseignes	94
	Le rôle des enseignes dans la transformation numérique des pharmacies et l'adaptation aux évolutions de la consommation	102
	<b>ANNEXES</b>	<b>109</b>
	Présentation des Echos Etudes	
	Vos contacts	



### PROBLÉMATIQUES ET OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

#### LA CRISE ACCÉLÈRE LES MUTATIONS DE LA PHARMACIE

Pour les pharmaciens, l'année 2020 s'est achevée sur un bilan particulièrement contrasté. Si les ventes réalisées en pharmacie sont demeurées globalement stables par rapport à 2019, la crise a fait apparaître des lignes de fracture importantes entre segments de produits et profils d'officine. Certaines évolutions devraient se confirmer sur le long terme (la bonne dynamique des produits hors monopole, les nouveaux usages numériques), d'autres sont probablement réversibles (la baisse d'activité des officines fortement touchées par les périodes de confinement).

Au-delà des effets de la crise, les mutations de la pharmacie se poursuivent avec la transformation des schémas de rémunération et l'élargissement des services aux patients : vaccination contre la Covid-19, accompagnement des chimiothérapies orales, dispensation adaptée et TROD.

Face au nouvel environnement sanitaire et économique créé par la Covid-19, les pharmaciens d'officine doivent plus que jamais :

- Répondre aux grandes tendances de consommation : pharmacie naturelle et offre bio, traçabilité des produits, DIY...
- S'adapter aux enjeux de la transition épidémiologique, par une approche résolument servicielle et un accompagnement personnalisé des patients
- Se préparer à la concurrence croissante des pure-players du e-commerce et à une éventuelle désintermédiation de la pharmacie « physique » : transformation numérique du back office, généralisation des services digitaux BtoC, développement de la vente en ligne...
- Confirmer l'engagement du réseau dans des concepts d'enseigne pérennes et différenciants

#### POUR ÉVALUER LA CAPACITÉ DES PHARMACIES À RELEVER CES 4 GRANDS DÉFIS, NOTRE ANALYSE SE FONDE SUR...

- 1 15 entretiens approfondis réalisés auprès d'experts, dirigeants d'enseignes de pharmacies, e-commerçants et industriels de produits de santé
- 2 L'Observatoire annuel des enseignes et des groupements de pharmacies, réalisé par Les Echos Etudes depuis 2017
- 3 Des recherches documentaires approfondies sur l'actualité réglementaire et économique de la pharmacie d'officine

#### HORIZON 2025-2030 : LA PROFESSION OFFICINALE FACE À 3 GRANDS ENJEUX



### COMMENT LA PHARMACIE D'OFFICINE A-T-ELLE RÉSISTÉ EN 2020 À LA CRISE SANITAIRE ?



Sur un plan économique, le réseau officinal a plutôt bien résisté. La croissance des produits hors monopole et la forte hausse des prescriptions hospitalières ont globalement permis de compenser la baisse des consultations médicales et l'érosion des ventes de médicaments.

Le fait majeur est la chute historique de l'automédication, liée à l'effet cumulé de plusieurs facteurs : utilisation déconseillée de l'ibuprofène au début de l'épidémie, gestes barrières et usage généralisé des produits antibactériens.

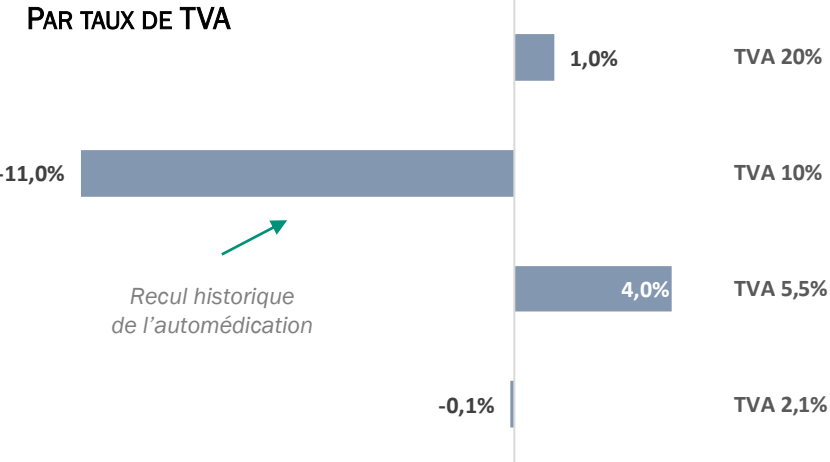
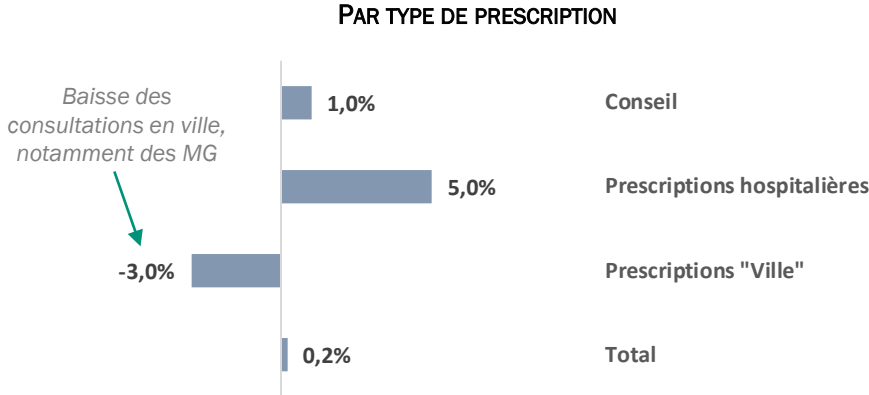


La crise a entraîné des disparités inédites entre les profils de pharmacies et des tendances à rebours de celles observées au cours des 10 dernières années. Les pharmacies ayant été le plus durement touchées sont celles qui réalisent plus de 7 M€ de CA annuel, pour la plupart installées dans des zones de flux et des centres commerciaux. Ces tendances ne devraient toutefois pas inverser celles observées au cours des dernières années, à savoir la fragilisation croissante des petites officines (< 1 M€ de CA annuel) et une concentration du réseau au profit des grosses officines.



La crise sanitaire génère un surplus de chiffre d'affaires, lié à la vente des masques, gels et à la réalisation des tests et de la vaccination contre la Covid-19. Ce CA additionnel est estimé à 1,62 Md€ sur 12 mois.

### LA PROGRESSION DES MARCHÉS À L'OFFICINE



## OÙ EN EST LA PHARMACIE DE SERVICE ?



**Le développement des services, conventionnels ou non, recueille un large consensus au sein de la profession.** Il est porté depuis plus de 15 ans par les représentants ordinaires et syndicaux. Cette politique répond à deux objectifs : diversifier l'activité des pharmaciens en dehors de la dispensation des médicaments et se préparer à une éventuelle dérégulation de l'exercice officinal. Il s'agit de développer des services que les non pharmaciens (GMS, *pure players* du e-commerce ne pourraient, *a priori*, pas proposer).



**Le bilan en 2020 de ces services est toutefois très mitigé.** Les entretiens pharmaceutiques et les bilans de médication sont faiblement déployés. Peu promus auprès des patients, ils sont considérés par la majorité des pharmaciens comme chronophages et trop complexes à mettre en place sur un plan administratif.



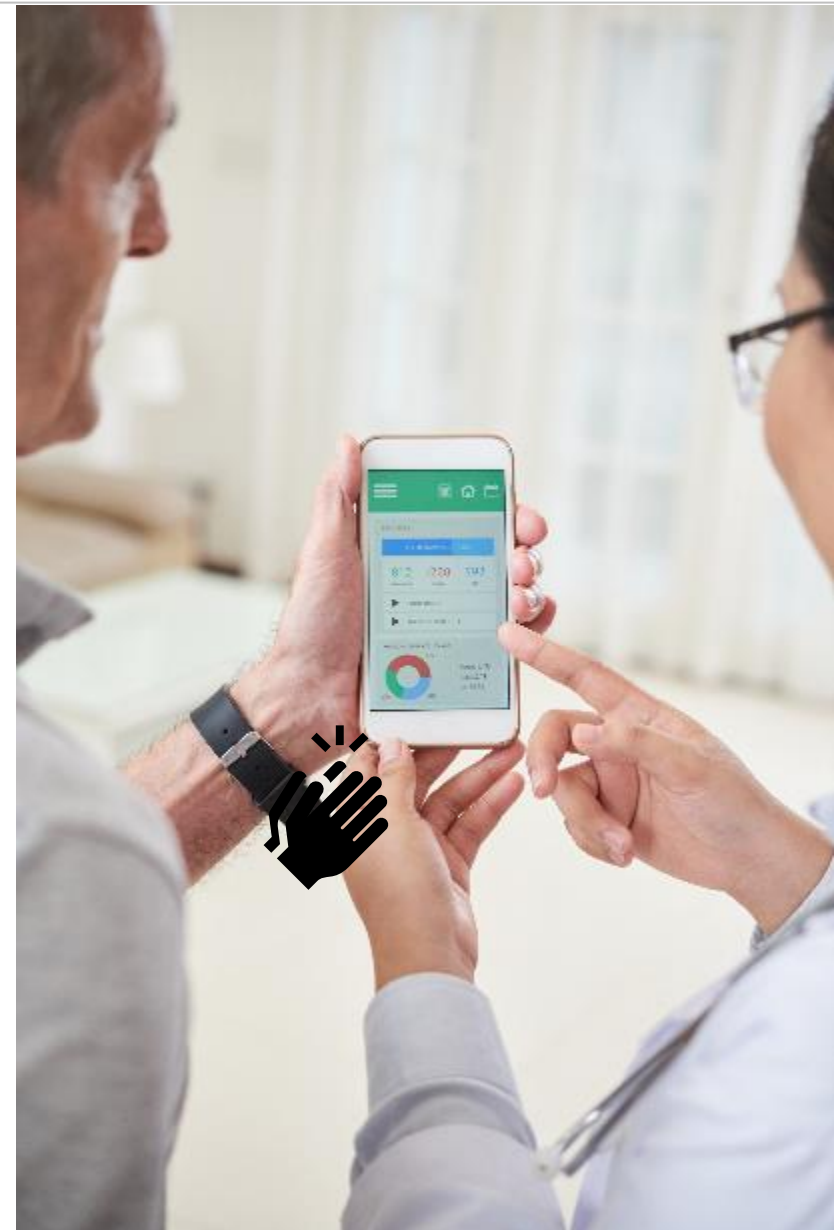
**Seule la vaccination (grippe et Covid-19) est largement plébiscitée par les pharmaciens,** à la fois pour des impératifs de santé publique et parce qu'il s'agit d'un service relativement « facile » à mettre en place. La profession a démontré qu'elle peut être un levier efficace dans l'optimisation de la couverture vaccinale de la population.



Les nouveaux services lancés depuis 2019 (TROD, dispensation protocolisée, adaptation des posologies, télésoin) sont trop récents pour en tirer un bilan économique pertinent. Focalisés sur la gestion de la crise sanitaire, les pharmaciens ont peu de temps pour les déployer.



**La nouvelle convention 2022-2027 pourrait élargir le périmètre des services pharmaceutiques** au sevrage tabagique, à la prise en charge des patients diabétiques et au dépistage du cancer colo-rectal.





## COMMENT LA CRISE ACCÉLÈRE-T-ELLE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DE L'OFFICINE ?



Depuis le début de la crise sanitaire, la majorité des pharmacies se sont orientées vers du Web-to-Store (sans paiement en ligne) par le scan d'ordonnance et la e-réservation.



66 % des groupements avaient référencé le service de scan d'ordonnance en février 2020 ; ils étaient passés à 88 % deux mois plus tard (source : La Pharmacie Digitale). Pour les groupements, la diffusion de façon opérationnelle auprès de l'ensemble de leurs adhérents constitue toutefois le point critique.



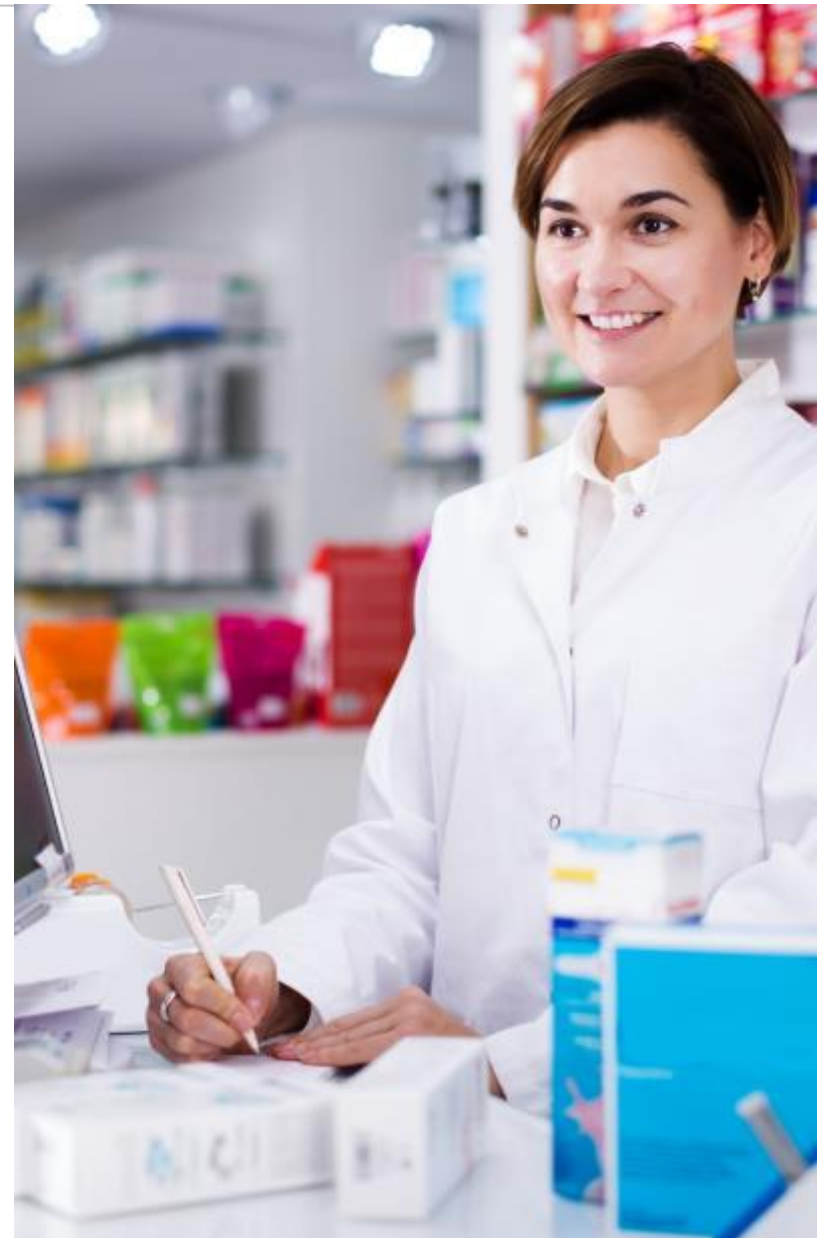
Peu de pharmacies proposent le click & collect, qui suppose un paiement en ligne et le retrait en pharmacie (ou dans un point relais). Le nombre de pharmacies proposant le paiement en ligne et la livraison à domicile/points relais reste marginal. De même que celles qui ont installé des automates de retrait dans leur pharmacie.



La crise sanitaire a aussi obligé les réseaux de pharmacies à référencer et proposer à leurs adhérents la livraison à domicile. Le principal acteur sur ce marché est le groupe La Poste, via ses filiales Minute Pharma et Stuart.



Les services de téléconsultation et de télésoin sont encore peu déployés, malgré le contexte sanitaire. Le retour sur investissement n'est pas assuré. Ces services ne concernent que quelques centaines de pharmacies.



## LA CRISE VA-T-ELLE FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DES ENSEIGNES DE PHARMACIES ?



Début 2021, on dénombre 27 enseignes, adossées à des groupements de pharmacie. La quasi-totalité ont été créées à partir du début des années 2000. La crise ne devrait pas inverser cette tendance.



Ce mouvement reste dynamique : il continue de se créer régulièrement de nouvelles enseignes. L'heure n'est pas à la consolidation, même si certains rapprochements sont intervenus au cours de ces dernières années (PHR racheté par l'OCF, intégration de Forum Santé et de DL Santé au sein d'Univers Pharmacie, Anton&Willem racheté par Objectif Pharma).



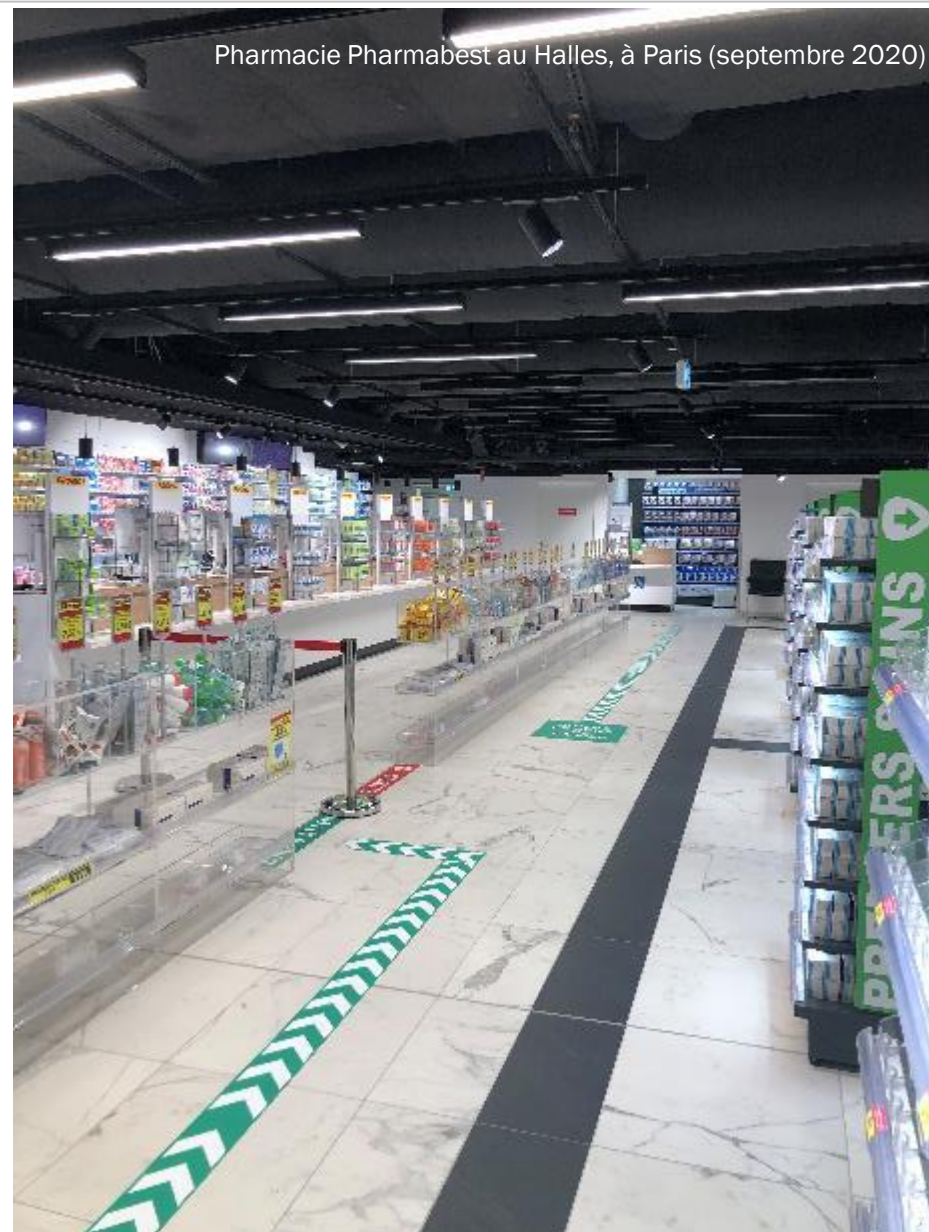
Le phénomène marquant des 5 dernières années est l'entrée de quelques fonds d'investissements dans le capital d'enseignes (Boticinal, ApriumPharmacie, Lafayette). Cette ouverture leur permet de disposer de moyens financiers pour accélérer le développement de leur réseau.



Trois axes de différenciation : le « smart low cost », la naturalité/le bio et le format « méga-pharmacie ». En dehors de ces trois positionnements, les enseignes peinent à se différencier.



Le développement des services pharmaceutiques appelle à une réorganisation des officines et à des méthodes de gestion plus efficaces. Le rôle des groupements/enseignes va donc devenir de plus en plus important dans les années qui viennent. Leur « motto » actuel : apporter un écosystème de services efficaces pour faire gagner du temps aux adhérents.



Pharmacie Pharmabest au Halles, à Paris (septembre 2020)