

LA CRISE, ACCELERATRICE DES TRANSFORMATIONS DE LA PHARMACIE D'OFFICINE

2020 restera probablement comme une année exceptionnelle, et pas seulement en raison du contexte sanitaire particulier dans lequel la profession est plongée depuis plus d'un an. L'épidémie de la Covid-19 éclaire les grandes tendances structurantes de l'officine, que ce soit au niveau de son système de rémunération que de l'expansion des services pharmaceutiques. Des tendances analysées par les experts des Echos Etudes qui viennent de publier leur étude de référence : « Les nouveaux défis de la pharmacie d'officine ».



RESILIENCE ECONOMIQUE

Depuis le début de la crise sanitaire, la pharmacie d'officine fait preuve d'une réelle résilience. Car le cœur de son activité a été particulièrement touché, avec une baisse sans précédent des consultations assurées par les médecins généralistes (- 5 % entre 2019 et 2020 ; - 1 % entre janvier et mars 2021), ce qui a entraîné un recul de 3 % des ventes générées par les prescriptions issues de la médecine de ville, heureusement compensée par la dynamique des prescriptions hospitalières. Malgré l'atonie du marché pharmaceutique et la baisse de fréquentation des officines, la rémunération des pharmaciens a sensiblement progressé, la marge sur le remboursable ayant même augmenté de près de 5 %, à 5,4 Md€ (source IQVIA). Une évolution qui confirme la pertinence du basculement de la

rémunération réglementée vers les honoraires de dispensation.

NOUVEAUX SERVICES PHARMACEUTIQUES

Si certains services se développent activement (vaccination contre la grippe, tests antigéniques, scan d'ordonnance, livraison à domicile), d'autres peinent toujours à trouver leur place (entretiens pharmaceutiques, bilans de médication, télésoin). En 2021, la « pharmacie de services » est plus un concept qu'une réalité économique, les honoraires à l'acte représentant moins de 5 % du chiffre d'affaires réalisé par le circuit officinal. La faible implication des pharmaciens dans les « collectifs de soins » (CPTS, MSP et ESP) illustre d'ailleurs bien cette problématique et la difficulté de changer fondamentalement de modèle.

LES SERVICES PHARMACEUTIQUES, UN BILAN POUR L'HEURE MITIGÉ



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 les préparer à une éventuelle dérégulation de l'exercice officinal. Il s'agit de développer des services que les non-pharmaciens (GMS, *pure players* du numérique et 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.



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.

Source : Les Echos Etudes

PRISE DE CONSCIENCE DU RETARD NUMERIQUE

Autre fait marquant que la crise fait apparaître : le retard de la profession dans la transformation numérique de ses activités. Certes le premier confinement a accéléré le développement du scan d'ordonnance et la e-réservation, grâce à la mobilisation des groupements/enseignes et des fournisseurs de solutions clés en main. Mais cette

accélération ne signifie pas que la profession prend résolument le virage du numérique : l'offre de services digitaux est inégalement proposée au sein des réseaux, rares sont ceux qui adoptent une stratégie réellement omnicanal, la téléconsultation ou le télésoin sont peu proposés et le développement du e-commerce reste marginal. Des retards que la crise sanitaire a rendu encore plus visibles.

LES SERVICES PHARMACEUTIQUES RENDUS INCONTOURNABLES PAR LA CRISE SANITAIRE



Scan d'ordonnance
Largement déployé
Impact de la crise



E-réservation
Largement déployé
Impact de la crise



Commande en ligne
Livraison à domicile
Encore peu déployé



Clic&collect
et paiement en ligne
Encore peu déployé



Téléconsultation, télésoin
Télépharmacie
Faiblement déployé

QUELLES PERSPECTIVES A HORIZON 2025 ?

Dans ce nouvel environnement sanitaire et économique, on peut identifier plusieurs pistes d'évolution ou lignes de force. La première concerne le domaine de la prévention que la pharmacie aurait intérêt à investir beaucoup plus massivement. L'officine devrait s'affirmer comme le lieu privilégié de la prévention avec la réalisation de tests de dépistage, l'élargissement du périmètre de la vaccination, la recommandation de solutions numériques promouvant l'exercice physique ou permettant d'optimiser le suivi des patients... Un domaine qui pourrait donc constituer le socle d'une approche résolument servicielle en ciblant prioritairement les patients chroniques ainsi que les sédentaires et âgées.

La deuxième transformation à opérer concerne l'appropriation et le déploiement des usages numériques, face aux menaces de désintermédiation et à l'offensive des *pure players* du e-commerce, français et étrangers. Représentant d'ores et déjà près de 10 % en valeur des ventes de produits de santé (médicaments, compléments alimentaires, parapharmacie et cosmétiques), le canal online connaît une progression à deux chiffres. Une manne inexploitée par les pharmaciens qui s'installent dans une position d'outsider et ignorent les attentes des e-consommateurs. Ils disposent pourtant de nombreux atouts pour relever ce défi et trouver un juste équilibre entre e-commerce et services de proximité.

4 TENDANCES STRUCTURANTES QUI VONT TRANSFORMER LA PHARMACIE D'OFFICINE A HORIZON 2025



Source : Les Echos Etudes

COMMUNIQUE DE PRESSE : MAI 2021



Sommaire de l'étude

Synthèse

Les points clés et les principaux enseignements

01. Comment la pharmacie d'officine résiste-t-elle à la crise ?

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

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

02. Où en est la « pharmacie de services » en 2021 ?

Une extension continue des services depuis 2012

Les perspectives d'évolution à horizon 5 ans

03. COMMENT LA CRISE ACCELERE-T-ELLE LA TRANSFORMATION NUMERIQUE DE L'OFFICINE ?

Les enjeux de la transformation numérique de l'officine

Le retard de la pharmacie dans le e-commerce

La menace Amazon est-elle une réalité ?

04. LA CRISE FAVORISE LE DEVELOPPEMENT DES ENSEIGNES DE PHARMACIES

La réalité économique des enseignes de pharmacies

La segmentation et les positionnements des enseignes

Le rôle des enseignes dans la transformation numérique des pharmacies et l'adaptation aux évolutions de la consommation

A PROPOS DES ECHOS ETUDES

Les Echos Etudes est le pôle d'expertise sectorielle du Groupe Les Echos, spécialisé dans la réalisation d'études de marché, d'analyses concurrentielles et de diagnostics d'entreprises. Nous accompagnons depuis plus de 30 ans les acteurs publics et privés dans la compréhension de leurs marchés, leurs réflexions stratégiques et la vision prospective de leur métier.

Vous souhaitez recevoir un extrait de cette étude ? Contactez :

Le service client : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : etudes@lesechos.fr

Le service presse : Charlotte Saiman au 01 87 39 76 35 ou à l'adresse mail : csaiman@lesechos.fr

La reproduction de tout ou partie de ce communiqué, sur quelque support que ce soit, est autorisée sous réserve de l'ajout de façon claire de la source « Les Echos Etudes ».