

MARKETING & GESTION

Groupements et enseignes 2021

La nouvelle promesse des groupements

• M. B.



S. TOUBON

Quarante-deux groupements et autant de définitions de l'enseigne. Concept abouti pour les uns, à l'état de projet pour d'autres, la notion d'enseigne suscite également l'opposition de certains groupements.

Dans un univers commercial de plus en plus compétitif, l'enseigne est la figure de proue de nombreux groupements qui, adoptant les codes du retail, tentent en toute légalité de communiquer auprès du grand public.

• Arrivés aujourd'hui à une nouvelle étape de leur histoire, les groupements se projettent dans

un monde toujours plus concurrentiel. Ils réinventent l'avenir et rivalisent d'imagination pour concevoir un modèle d'enseigne qui fédérera leurs adhérents et recrutera de nouveaux titulaires tout en séduisant le patient-consommateur.

L'enseigne vise également à créer une marque d'identité pour les titulaires et renforce le sentiment d'appartenance et de cohésion au sein des adhérents d'un même groupement. Sans compter que ce nouveau vecteur de communication a pour objectif de générer des flux supplémentaires et donc une croissance d'activité.

Présentée aux pharmaciens comme l'aboutissement d'un concept éprouvé de longue date ou comme conditions *sine qua non* de l'adhésion au groupement, l'enseigne recouvre une forme très différente selon qu'elle se contente d'être une identité visuelle destinée à *relooker* la vitrine, ou qu'elle s'impose comme nouveau mode d'exercice officinal, tourné vers la santé des patients et doté de tous les outils numériques.

En tout état de cause, les modèles d'enseigne présentés par les groupements se veulent soit disruptifs, destinés à capter une nouvelle clientèle, soit rassurants dans l'expertise du pharmacien. Quelle qu'elle soit, l'enseigne doit être créatrice de valeurs. Et source de promesses tant pour les adhérents que pour les patients.

AELIA



Directeur :
Anthony Hurault
Nombre d'adhérents : 700
Nombre de laboratoires
référéncés : 90
Cotisation : de 70 à 355 €/mois
Tél. : 02.99.13.15.56
contact@groupementaelia.com

● Privilégiant l'indépendance de ses adhérents, Aelia n'inscrit pas le développement d'une enseigne à sa stratégie. Néanmoins, le groupement ne ferme pas la porte totalement à cette éventualité puisqu'il mène une réflexion sur le renforcement de son réseau. Mais plutôt qu'une enseigne, Aelia mise sur le réseau pour permettre au pharmacien d'appréhender les bouleversements du marché, lui proposer un accompagnement visant à développer sa performance, et lui fournir tous les outils de communication justifiant son appartenance au réseau (signalétique, PLV, etc.) tout en valorisant l'identité propre de chaque officine, de son titulaire et de son équipe.

Le réseau se fixe pour objectif de valoriser le rôle de proximité de l'officine et les compétences de l'équipe officielle auprès des patients consommateurs, via la mise en place de services et d'outils de communication dédiés et personnalisés.

ALPHEGA



Directrice : Sophie Rey
Présidente : Julie Faine (photo)
Nombre d'adhérents : environ 900
Nombre de laboratoires
référéncés : 73
Cotisation annuelle variable

selon le choix d'adhésion et le niveau d'engagement
Droits d'entrée : de 0 à 2500 € selon le type d'adhésion
Tél. : 01.40.80.23.00.
alphega@alliance-healthcare.fr

● Cinquante-sept pharmacies, soit 10 % du réseau sont aujourd'hui sous la bannière de l'enseigne Alphega Pharmacie, bénéficiant ainsi d'un accompagnement du responsable « Enseigne » et d'un designer spécialiste du « retail ». Le passage à l'enseigne comprend la réalisation d'une étude de géomarketing personnalisés, une proposition d'agencement, l'accompagnement dans la sélection des agences et des fournisseurs.

L'enseigne comprend deux niveaux. Le *Concept store* inclut un réaménagement total de l'officine extérieure et intérieure, avec une mise en avant des rayons à dimension médicale, conseils et services. Le niveau *Branding* permet quant à lui d'adapter la pharmacie aux couleurs du réseau Alphega Pharmacie selon les souhaits et les possibilités du pharmacien, intérieur comme extérieur.

APRIUM



Président : Alain Ababou
Nombre d'adhérents : 400
Nombre de laboratoires
référéncés : 190
Cotisation : NC
Tél. : 01.42.00.01.24
arnaud.robort@aprium-pharmacie.fr
(directeur réseau)

● L'enseigne, adoptée par les 400 adhérents Aprium, pour une cotisation indexée au chiffre d'affaires de l'officine (à partir de 300 euros par mois) repose sur un concept axé à la fois sur l'expertise de professionnels de santé au service du patient et une forte commercialité, favorisant le libre-service et le conseil.

L'enseigne est composée d'un bandeau qualitatif et impactant, reprenant le nom Aprium Pharmacie, le nom de la pharmacie et les quatre univers présentés dans toutes les pharmacies du réseau (bébé, santé, beauté et bien-être). Les vitrines sont toutes habillées d'affiches présentant les opérations santé et commerciales du mois ainsi que les services de la pharmacie (micronutrition, livraison de l'ordonnance à domicile, MAD...).

Enfin la signalétique intérieure permet un parcours client facilité et favorise le libre-service. À noter que deux niveaux d'adhésion à l'enseigne sont proposés, Aprium et Aprium UM, pour les pharmacies « Ultra marchandes ».

APTIPHAR



Gérant coordinateur :
Vithya Kuoch
Nombre d'adhérents : 103
Nombre de laboratoires
référéncés : 33 contrats
partenaires
Cotisation : 800 €/an
Tél. : 07.89.80.14.90
contact@aptiphar.fr

● Si le nom commercial Aptiphar est utilisé par certains adhérents, le groupement, souhaitant préserver l'indépendance du pharmacien, ne prévoit pas d'enseigne dans sa stratégie.

BOTICINAL



Président : François Rochet
Nombre d'adhérents : 30
Nombre de laboratoires
référéncés : 150
Cotisation : variable
Tél. : 01.80.88.88.18
contact@boticinal.com

● Boticinal s'est inscrit, dès sa création, dans une logique de marque. Sa vocation et son ambition sont de développer un réseau sous enseigne. Il a pour codes différenciants un concept marchand inédit reposant sur une charte graphique à dominante rouge, sol en marbre, éclairage puissant du produit... Ce contraste entre le rouge qui rappelle le *mass market* et des matériaux qualitatifs valorise les produits et suscite la curiosité du consommateur.

La crise sanitaire a cependant démontré que la pharmacie peut aussi très bien se positionner sur la partie services de ses activités. Boticinal a ainsi revu son concept marchand à la lueur de ces enseignements et c'est ainsi que les prochaines ouvertures tiendront compte de ces évolutions en matérialisant dans l'espace de l'officine ces services : vaccination, tests, mais aussi beauté et bien-être.

Boticinal compte étendre son maillage territorial à 50 officines d'ici à la fin 2022.

CAP'UNIPHARM



Président-directeur général : François Chartier
Nombre d'adhérents : 92
Nombre de laboratoires référéncés : 110
Cotisation : 1500 €
Droits d'entrée : achat d'une part sociale (coopérative)
Tél. : 05.56.35.12.47
contact@capunipharm.fr

● Depuis un an, Cap'Unipharm déploie son enseigne « Ici Pharma » dont 60 % de nos adhérents ont intégré les éléments de visibilité : affiches promotionnelles, porte-affiches, cartes de fidélité, *stickers* vitrines, sacs papier, porte-ordonnances et porte-carte Vitale, etc.

Ce « pack visibilité Ici Pharma » a été offert à tous les adhérents libres d'aller plus loin dans la mise en avant de l'enseigne en fonction de leur environnement. Toutefois, l'enseigne n'est pas le passage obligé pour les nouveaux adhérents. Tous les services sont accessibles quelles que soient leurs motivations dans le déploiement d'Ici Pharma. De même, les adhérents ont accès aux produits Pharmasoins, la MDD développée par Agir Pharma.

Membre d'Agir Pharma.

CEIDO



Directeur :
Christian-Éric Mauffre
Nombre d'adhérents : 122
Nombre de laboratoires
référéncés : plus de 115
Droit d'entrée dans

le groupement avec acquisition de parts sociales
Cotisation : 2 250 €/an
Tél. : 01.48.87.59.38
contact@ceido.com

● Ceido s'affirme comme une alternative à l'enseigne. Le groupement soutient l'identité des pharmacies, auprès des laboratoires et des consommateurs. C'est ainsi que la charte et l'identité des pharmaciens sont respectées. Dans cet esprit, aucun référencement obligatoire n'est imposé, pas davantage de flux poussés, ce ce soit pour les laboratoires, les génériqueurs et les grossistes. Les pharmaciens disposent d'une offre de services qu'ils peuvent utiliser en fonction de leurs besoins, aucun service n'est imposé. Autre particularité, le groupe territorial qui permet aux pharmaciens d'engager des actions collectives au niveau local, de personnaliser des animations ou des événements en collaboration avec les pharmaciens.

COFISANTÉ



Président : Nicolas Metairie
Nombre d'adhérents : 200
Nombre de laboratoires
référéncés : 30

Cotisation annuelle : 0 euro pour une adhésion classique, 10% du CA additionnel généré pour une adhésion à l'enseigne
Droit d'entrée : 0 euro pour une adhésion classique
Tél. : 01.41.43.05.90
contact@cofisante.com

● Cofisanté communique auprès du grand public sous sa marque Pharmarket. Il s'agit tout d'abord d'une enseigne, portée par les pharmacies à travers la France, mais aussi d'un site d'e-commerce qui est l'un des leaders sur le marché. Environ un quart des adhérents du groupement a opté pour l'enseigne. L'enseigne Pharmarket repose sur une marque forte, avec des valeurs associées, et des services comme l'e-commerce afin de booster le chiffre d'affaires de l'officine dès le premier mois. Elle comprend tout d'abord la mise en avant de la marque Pharmarket à l'officine, au niveau de l'enseigne extérieure, intérieure et des éléments de communication. Lors de la mise en place de l'enseigne, une étude spécialisée de l'agencement de l'officine est réalisée, tenant compte de l'historique de la pharmacie et de son environnement concurrentiel. Enfin, des formations spécifiques sont dispensées à l'équipe officinale, notamment sur la relation client.

DPGS



Président :
Jean-Claude Pothier
Nombre d'adhérents :
159 dont 82 premium

Nombre de laboratoires et services référéncés : 85
Cotisation : 1 action de 76, 22 € + 365 € HT/an
Tél. : 03.27.92.51.51
d.p.g.s@wanadoo.fr

● Créé dans le Nord en 1988, le groupement DPGS, spécialisé dans le traitement du tiers payant en caisse d'avance coopérative (Secrétariat indépendant car actionnaire de l'AGETIP) et complété d'un groupement d'achat complet et performant, ne prévoit pas de déployer sous forme d'enseigne. Selon DPGS, « l'enseigne représente un coût sans forcément avoir un retour sur investissement ». Le groupement vient cependant de rejoindre la fédération Apsara qui a pour objectif de démontrer que les groupements régionaux, bien qu'indépendants, peuvent mutualiser leurs partenaires et services afin de créer un réseau simple, soudé et indépendant. Nombre d'outils et de services similaires à ceux d'une enseigne, sont offerts aux adhérents ou proposés à un prix négocié et serré. Bien que n'ayant pas d'enseigne, DPGS met à disposition de chaque pharmacie un marquage en vitrophanie ainsi que le journal « DPGSNews » à l'intention des patients. De même, DPGS ne détient pas de marque propre à l'heure actuelle, « mais tout est possible avec l'évolution rapide et permanente de la profession pharmaceutique ».

Membre du Groupe Apsara.

ELSIE SANTÉ



Président :
Emmanuel Lataste
Nombre d'adhérents : 146
Nombre de laboratoires
référéncés :
400 accords-cadres
Cotisation : NC

Tél. : 06.43.65.66.65 (Emmanuel Lataste, président)
emmanuel.lataste@elsie-sante.fr

● La totalité du réseau, soit les 146 officines adhérentes, est à l'enseigne Elsie Santé et bénéficie ainsi d'outils de gestion, de marketing et de communication propres. Un Intranet spécifique développé a été conçu pour compléter le LGO d'une digitalisation complète des services back-office, des modules de fluidification de la communication, et pour offrir des outils aussi variés que la conception d'affiches, la gestion de la relation avec les labos partenaires, l'accès catalogue produit par le biais d'un PIM. En matière de marketing et de communication, six campagnes sont élaborées chaque année tandis qu'une carte de fidélité utilisée par 100 % de nos adhérents (1 million d'encartés à ce jour). L'accent est mis sur les réseaux sociaux pour animer toutes les pharmacies du réseau et les sites e-commerce des pharmacies (scan ordonnance, click & collect, catalogue sur Facebook ou sur Instagram, référencement, achat de mots-clés, agenda). Enfin, une plateforme digitale de formation en e-learning et en présentiel ainsi qu'une nouvelle plateforme « Santé » couvrant l'intégralité des entretiens pharmaceutiques et des fiches pathologies (avec applications digitales sur le diabète et sur l'oncologie) complètent cette approche digitale.

EVOLUPHARM



Président :
Jean-Pierre Chulot
Nombre d'adhérents : 1250
Laboratoires de références :
120 (MAD compris)
Cotisation annuelle :
de 0 à 2 160 € HT selon profil
Tél. : 03.44.47.52.52
info@evolupharm.fr

● EvoluPharm a mis en œuvre une enseigne extérieure dès 2012 qu'elle a fait évoluer en 2018. Plus de 400 pharmacies identifiées EvoluPharm sont aujourd'hui sous enseigne pour un coût de 1 000 euros le mètre linéaire de la façade, une adaptation étant possible en fonction de la pharmacie. EvoluPharm met à disposition des prestataires référéncés pour l'aménagement intérieur des officines. Chaque adhérent reste libre et indépendant dans son choix. Cependant, le passage à l'enseigne - modulable en fonction des attentes et des besoins du pharmacien - est soutenu par EvoluPharm, notamment en ce qui concerne la gestion des travaux et les autorisations. De même, il est garanti au pharmacien un accès gratuit à tous les services EvoluPharm dont une analyse personnalisée de la rentabilité pour chaque adhérent sous enseigne.

EXCEL PHARMA



Président :
Laurent Toledano
Nombre d'adhérents : 157
Laboratoires référéncés : 82
en direct, 43 sur la SRA
Cotisation : 125 € HT/an
Tél. : 09.51.01.70.62
contact@excel-pharma.fr

● Excel Pharma souhaite moderniser son image avec une nouvelle enseigne, qui permettra à ses adhérents d'avoir une réelle identité visuelle. Ainsi, les couleurs emblématique orange et vert, ainsi que le pilon du pharmacien subsistent mais sont revus au goût du jour sous le slogan « Votre santé c'est tout ce qui compte ». Trente pharmacies, soit 20 % des adhérents du groupement, sont aujourd'hui sous enseigne pour une cotisation annuelle symbolique de 125 euros par an. En effet, le passage à l'enseigne est pris en charge par le groupement pour que l'ensemble des adhérents puissent en profiter. L'enseigne repose sur une volonté d'harmonisation de l'image du groupement, tout en préservant l'indépendance des adhérents. Ainsi, l'enseigne s'adapte aux envies et espaces de chaque titulaire. Il n'existe pas de différents niveaux d'adhésion car tous les adhérents sont pharmaciens titulaires, une hiérarchie dans l'adhésion viendrait à aller dans le sens opposé de la mutualisation, estime Excel Pharma. L'enseigne s'appuie également sur la marque distributeur Pharmasoins, créée par le groupement Excel Pharma. De même, toutes les pharmacies peuvent avoir accès à un comité d'entreprise pour l'ensemble de leur personnel.

Membre d'AgirPharma.

GIPHAR



Président national:
Richard Greau
Nombre d'adhérents :
+1300

Nombre de laboratoires référencés : +150
Cotisation : de 292 à 687 €/mois en fonction du CA
Tél. : 01.40.13.79.79
contact@pharmacieniphar.net

● L'enseigne fait partie intégrante de la stratégie du groupement. Elle s'attache à montrer la valeur ajoutée du pharmacien dans la prise en charge de la santé au quotidien et à développer son attractivité commerciale afin de devenir l'enseigne préférée des Français. L'adhésion à l'enseigne est par conséquent partie prenante de la stratégie et aujourd'hui 90 % des adhérents Giphar portent l'enseigne sur leur façade pour un coût de cotisation entre 292 et 687 euros par mois en fonction du chiffre d'affaires. Passer à l'enseigne Giphar, c'est bénéficier de tout un panel de services et le suivi d'experts dédiés. Par ailleurs, le pharmacien peut compter sur une équipe qui les accompagne tant pour l'identification extérieure que pour les aménagements intérieurs et les projets de développement, transfert, agrandissement... L'enseigne est un tout et les adhérents sont aidés pour optimiser leur offre, leur *merchandising*, leur politique tarifaire et plus largement leur attractivité commerciale et la mise en avant des services santé et spécialités. Les titulaires ont ainsi une officine à l'enseigne mais personnalisée selon leur zone de chalandise et leurs spécificités. L'enseigne Giphar est adaptable de la pharmacie rurale à la grande pharmacie urbaine.

GIROPHARM



Président-directeur général:
Luc Priouzeau
Nombre d'adhérents :
530 pharmacies
(679 pharmaciens)
Nombre de laboratoires
référéncés : 102

Cotisation : à partir de 99 €/mois
Tél. : 01.49.79.98.58
nousrejoindre@giropharm.fr

● 451 adhérents du groupement Giropharm, soit 81 % du réseau, ont opté pour l'enseigne. Un concept étudié en fonction des besoins des pharmacies et des études de consommateurs. Bénéficiant d'une charte architecturale et graphique différenciante et impactante, il repose sur l'adaptation du point de vente aux différents enjeux de l'exercice officinal, à savoir les nouvelles missions (BPM, entretien thérapeutique, vaccination...) mais aussi l'enchantement du consommateur avec un parcours client et un *merchandising* valorisés qui facilitent le repérage des différents univers et donne de l'autonomie au consommateur. Plusieurs types de projets sont possibles afin de s'adapter aux besoins et aux budgets de chaque officine (transfert, *relooking*, façade, agencement...). L'enseigne Giropharm entend se différencier tant par son agencement intérieur, par sa façade, par l'intégration des espaces de rendez-vous santé que par le référencement de nouvelles gammes, la politique de prix ou encore les formations des équipes, la refonte des univers, la robotisation, la digitalisation des linéaires, la digitalisation des vitrines, la carte de fidélité, l'espace enfant et la végétalisation des espaces.

IPHARM



Président:
Philippe Bellaïche
Nombre d'adhérents : 47
Nombre de laboratoires
référéncés : 70
Cotisation : à partir de
99 €/mois engagement 1 an
Tél. : 07.69.67.47.53

(Philippe Viratelle, directeur du développement)
contact@ipharm.fr

● Depuis sa création en 2011, iPharm propose une enseigne à ses adhérents qui sont encouragés à l'adopter. L'enseigne iPharm est une partie essentielle de la façade comprenant plusieurs éléments dont le rétroéclairage du mot « Pharmacie » ainsi que son nom. 22 adhérents ont déjà adopté le concept et 5 sont en cours d'installation. À la fin de l'année, 60 % du réseau sera à l'enseigne selon deux options. La première consiste à opter pour l'enseigne dès l'installation, dans ce cas, iPharm peut prendre en charge 50 % du coût de l'enseigne en contrepartie d'un engagement de 5 ans dans le groupement, contre 1 an pour une adhésion classique. La seconde option consiste à proposer un devis à l'adhérent souhaitant passer à l'enseigne. Le concept de l'enseigne iPharm est de permettre l'identification au groupement mais aussi de rendre la façade de la pharmacie plus moderne, et visible grâce au lettrage rétroéclairé.

LAFAYETTE



Président : Hervé Jouvès
Nombre d'adhérents : 250

Nombre de laboratoires référencés :
300 accords cadres
Cotisation : nous contacter
Tél. : 06.47.99.08.87 (Pierre-Henri Cazaly,
directeur du développement)
directiondudeveloppement@lafayetteconseil.com

● Tout nouvel adhérent à Lafayette rejoint les 250 adhérents déjà sous enseigne. Il peut compter sur l'accompagnement du groupe dans la constitution du dossier de financement et dans l'agencement de l'officine. Lafayette revendique être la première enseigne de pharmacie en termes de notoriété et la satisfaction des clients-patients. Tablant sur ce point de différenciation, il entend répondre à leur attente tant dans l'offre de produits, de service et de qualité du conseil. C'est ainsi que les adhérents sont accompagnés à travers de nombreuses prestations : agencement, offre numérique, école de formation sur-mesure, programme de fidélité multi-enseignes, école de formation, optimisation de la performance linéaire, marques exclusives naturelles et bio pour améliorer sa marge... Réseau de pharmacie sous enseigne « Pharmacie Lafayette », le groupe LafSanté propose d'autres enseignes dans d'autres domaines d'activité santé, accessibles à ses adhérents pharmaciens : Médical Lafayette (produits de confort et de matériel médical), Optique Lafayette et Parapharmacie Lafayette.

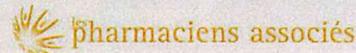
LEADERSANTÉ



Codirigeants : Samuel Tordjman,
Antoine Souïed et Alexis Berreby
Nombre d'adhérents : 400
Nombre de laboratoires référencés : 170
Cotisation : 249 € HT/mois
Tél. : 06.58.60.50.50
contact@leadersante.fr
(Virginie Péron, responsable expansion)

● La totalité du réseau des pharmacies Leadersanté est sous enseigne, un concept qui repose sur la création d'impact, de contraste à l'aide d'éléments d'identification du groupement : logo, couleur univers. Compter 7 000 euros pour le coût moyen d'un passage à l'enseigne. Au-delà de l'aspect visuel et de l'agencement clé en main, l'enseigne Leadersanté a pour vocation d'insuffler une dynamique commerciale, digitale, managériale à l'officine. Les Laboratoires Leadersanté développent par ailleurs depuis dix ans sept marques propres fournissant les pharmaciens en produits essentiels. En retour, la mise à l'enseigne implique de la part de l'adhérent, le respect des recommandations, une présence assidue à la réunion des affiliés ainsi qu'un devoir de loyauté. Moyennant ces engagements, ces pharmacies, réalisant un chiffre d'affaires moyen de 2,3 millions d'euros (300 clients par jour) et une marge de 31 %, pourront compter sur une croissance correspondant à 20 % de *sell-out* additionnel.

LES PHARMACIENS ASSOCIÉS



Directeur des réseaux « Les pharmaciens associés »
et Santalis : Patrick Rémond
Présidente du conseil d'administration :
Anne Valette
Nombre d'adhérents : 630 (plus 200 en Belgique)
Nombre de laboratoires référencés : 50
Cotisation : à partir de 179 €/mois
Droits d'entrée : à partir de 495 €
Tél. : 02.35.52.70.00
information@lespharmaciensassocies.fr

● Lancée il y a quelques mois, Santalis, l'enseigne du groupement, se place sur un positionnement innovant, celui d'une pharmacie de services, préventive et naturelle. Ce concept d'enseigne complet comprend une marque, Santalis, un concept d'agencement complet, une marque propre bio, une politique d'animation commerciale, des services digitaux ainsi qu'un accompagnement spécifique par les experts. Le groupement s'est fixé pour objectif d'atteindre 100 pharmacies à l'enseigne, huit pharmacies ayant déjà aujourd'hui signé pour cette nouvelle option. Santalis s'adresse à des pharmaciens qui veulent mettre l'accent sur la naturalité, la prévention et le service au patient et mener une politique de prix attractive. L'enseigne constitue désormais un élément significatif dans la stratégie de recrutement du groupement. Les adhérents s'engagent à respecter les valeurs et les référentiels du concept à l'enseigne, à réaliser les animations commerciales et à référencer les laboratoires partenaires.

MEDIPRIX



Codirigeants : Jérôme Escojido et Bertrand Pagès
 Nombre d'adhérents : 160
 Nombre de laboratoires référencés : 100
 Cotisation : 182 €/mois
 Tél. : 06.34.55.38.43 (Noëlle Hamon)
 contact@mediprix.fr

● Le groupement de pharmaciens Mediprix propose à ses adhérents une enseigne forte, aisément identifiable au niveau national par les patients, dotée d'un fort capital sympathie. Le concept suscite également l'engouement des adhérents puisque 90,7 % d'entre eux, soit 145 pharmacies, s'affichent aujourd'hui sous l'enseigne complète ou sont en cours d'implantation. L'enseigne Médiprix s'appuie sur plusieurs *shop in shop* et une expérience patient inédite, son objectif étant de proposer aux patients une officine humaine et phytogéniale en développant des services inédits à découvrir sur place. Ainsi, les pharmacies Mediprix à l'enseigne deviennent des concept stores officinaux uniques. Les outils digitaux sont le point différenciant de l'enseigne qui propose aux patients appli, site Internet et outil Medizen (scan ordo à l'entrée et bipleur lorsqu'elle est prête). Les titulaires et leurs équipes bénéficient pour leur part d'une appli professionnelle d'aide à la gestion et à la traçabilité des opérations promotionnelles, de Mediteam, un outil de communication interne au groupement sur téléphone mobile, de Shop Médiprix, boutique en ligne des produits en marque propre, ou encore d'une carte de fidélité, de formation commerciale et *merchandising* continue.

OPTIPHARM



Président : Michel Quatresous
 Nombre d'adhérents : 1000
 Cotisation : 650 €/an
 Tél. : 02.54.22.44.10
 info.optipharm@pharma.santesurf.com

● Optipharm, qui se revendique de la pharmacie de proximité, n'a pour l'heure pas développé de concept d'enseigne. Le groupement place sa bannière sous le signe des services. C'est naturellement que son credo se fonde sur l'identification forte à un pharmacien, reconnu par son patient pour la valeur ajoutée qu'il propose dans son accueil et son expertise. Dans ce contexte, l'enseigne ne se justifie pas, exception faite dans un environnement très concurrentiel qui contraint le pharmacien à se différencier.

MUTUALPHARM



Directeur général : William Sonnerly

Nombre d'adhérents : 66
 Nombre de laboratoires référencés : 110 laboratoires (en direct et en CAP).
 Cotisation : 165 € HT/mois
 Tél. : 06.38.55.75.35
 william.sonnerly@mutualpharm.fr

● Mutualpharm détient depuis cette année une enseigne. Cependant, elle reste une option pour les adhérents. À ce jour, une dizaine d'entre eux a fait ce choix. La mise en place de cette enseigne a été réalisée pour répondre aux besoins des pharmaciens et s'inscrit dans la transformation des officines : espace de confidentialité, normes sanitaires pour la vaccination et TROD. Ce concept d'enseigne - extérieur uniquement ou extérieur + intérieur - concerne exclusivement l'agencement et ne modifie pas les principes du groupement. Ainsi, les adhérents ne seront pas soumis à des flux poussés, ni à des obligations de référencement.

PHARMABEST



Directeur général : Alain Styl
 Président : David Abenhaim
 Nombre d'adhérents : 100
 Nombre de laboratoires référencés : 178
 Cotisation et droits d'entrée : voir avec Alain Styl
 Tél. : 04.91.03.90.90
 contact@pharmabest.com



● L'adhésion à l'enseigne est une condition *sine qua non* pour rejoindre le groupement éponyme. À ce jour, 100 pharmacies portent les couleurs de l'enseigne ce qui représente plus de 70 000 m². L'enseigne Pharmabest se présente comme une marque forte qui se décline par une expérience client ultra-travaillée, offrant les meilleurs prix dans sa zone de chalandise, des services de santé de proximité innovante, une marque propre « Pharmascience » ainsi qu'une gamme de mono-produits. L'enseigne Pharmabest est conçue comme un espace privilégié de santé, de bien-être et de beauté sous une charte de signalétique intérieure et extérieure commune à toutes les pharmacies : blouses, PLV et campagnes catégorielles tout au long de l'année, un *merchandising* simple, attractif et efficace, avec des innovations en pharmacie comme les tables expérientielles, les bacs à coiffures, ou les espaces beauté... Ou encore des services digitaux autour d'un site e-commerce en para et OTC avec le *click & collect*, en caisse ou *via des lockers*, le scan ordonnance, la livraison à domicile. Enfin, Pharmabest a confirmé son ancrage dans le service de santé de proximité avec le lancement d'un service de télé-médecine en janvier 2020.

OBJECTIF PHARMA



Président : Jean-Pierre Dosdat
 Nombre d'adhérents : 510 adhérents (345 Objectif Pharma), (110 wellpharma) (55 Anton & Willem).
 Nombre de laboratoires référencés : 80
 Cotisation : à partir de 125 € HT/mois
 Tél. : 0.811.36.07.24
 contact.objectif-pharma@lacooperativewelcoop.com

● Objectif Pharma propose deux enseignes à ses adhérents : wellpharma, un réseau de pharmaciens, acteurs naturellement engagés pour la santé et le bien-être de leurs patients et Anton & Willem, une enseigne au concept unique assumant une hyperspécialisation sur les médecines naturelles et proposant une offre différenciante et qualitative construite autour de plus de 350 références à sa propre marque. Qu'il s'agisse de l'une ou l'autre des 2 enseignes, les adhérents wellpharma et Anton & Willem doivent être sociétaires de la Coopérative Welcoop, équipés du logiciel de gestion LGPI de Pharmagest et travailler avec nos partenaires génériques à hauteur d'au moins 80 %. Concernant Anton & Willem, le concept architectural en *full concept* est obligatoire, ainsi que le référencement en médecine naturelle. Concernant wellpharma, la mise aux normes de la façade est obligatoire et un accompagnement sur le *relooking* du *front office* est proposé.

PHARMACIE RÉFÉRENCE GROUPE



Président : François Tesson
 Nombre d'adhérents : plus de 1386 et 82 sous enseignes MPR (Ma Pharmacie Référence)
 Nombre de laboratoires référencés : 117
 Cotisation Groupement : 126 € HT/an
 Cotisation Enseigne : de 6 600 à 7 800 € HT/an selon chiffre d'affaires
 Tél. : 01.55.20.93.70
 contact@groupephr.fr

● L'enseigne MA Pharmacie Référence se décline sous trois versions : MA Pharmacie référence, MA Pharmacie référence Au naturel et MA Pharmacie référence XL. Fondée sur le credo « L'accès à la santé pour tous », la démarche enseigne n'est pas obligatoire mais elle est étudiée individuellement avec les adhérents. À ce jour, 86 d'entre eux, soit 7 % du réseau, ont franchi le pas. Aucun engagement contraignant n'est exigé, la force de l'enseigne reposant sur l'opportunité de disposer d'un socle de référencement commun et d'une approche fidélisant les patients à l'enseigne. L'enseigne Ma Pharmacie référence offre une identification de marque forte avec un agencement spécifique et une approche phytogéniale complète (borne d'accueil, tablettes d'information dans l'espace de vente, Web bar, cabinet pharmaceutique avec programme digital, écrans vitrines et intérieurs avec régie publicitaire). Les évolutions constatées en termes de fréquentation et de hausse de chiffre d'affaires et de panier moyen se reflètent à travers les systèmes d'informations Link en *sell-in* et les partenariats Smart Rx 360 et Ospharm en *sell-out*.

... suite page 32

PHARMACORP



Président : Laurent Filoche
 Nombre d'adhérents : 340
 Nombre de laboratoires
 référencés : 92
 Cotisation : 0
 Droit d'entrée : prise
 d'une action à 311 €
 Tél. : 06.14.23.06.16
 contact@pharmacorp.fr

● Pharmacorp a choisi de ne pas développer de politique d'enseigne car elle considère que celle-ci serait destructrice de valeur chez ses adhérents. En passant sous enseigne, le pharmacien valorise par son travail une marque qui ne lui appartient pas et ne lui rapporte aucun trafic étant donné que cette marque ne peut communiquer auprès du grand public.

Le groupement met à disposition de ses adhérents tous les services légaux que développent les enseignes (promotions communes, communication numérique et réseaux sociaux, programme de fidélité, *click & collect...*), sans qu'ils aient à passer à l'enseigne. Pharmacorp estime que l'enseigne diminue la force de frappe du groupement. Ainsi le groupement bénéficie d'une implantation très développée dans des secteurs géographiques déterminés, notamment Toulouse. Il ne pourrait atteindre une telle part de marché s'il détenait une enseigne, étant donné qu'il devrait respecter une certaine zone de chalandise entre les adhérents. Privé de cette part de marché, le groupement considère qu'il ne pourrait alors pas négocier les conditions commerciales qu'il obtient aujourd'hui pour ses adhérents.

PHARMACTIV



Directrice générale : Clémence Maillot
 Nombre d'adhérents : 1400, dont 670 à l'enseigne
 Nombre de laboratoires
 référencés : 60
 Cotisation : de 49 à 465 €/mois
 Tél. : 01.49.18.73.20
 contact@pharmactiv.com

● Depuis un an, Pharmactiv s'est fixé pour objectif d'accélérer le déploiement de l'enseigne *full concept* à laquelle adhèrent actuellement 160 pharmacies, soit 12 % du réseau. Cette enseigne unique repose sur l'ADN du réseau Pharmactiv : un pharmacien clinicien qui s'engage dans la prise en charge de la santé de ses patients et une approche du point de vente moderne pour une véritable expérience *retail* du client : spécialisations et *corner shop in shop* ainsi que plusieurs gammes de produits à la marque Pharmactiv allant de la coutellerie en passant par les premiers secours jusqu'à Pharmactiv Bio, près de 350 références.

Parallèlement, Pharmactiv propose des formations, « campus Pharmactiv », expertes exclusives à l'enseigne, un agencement et une façade modernes et attractifs, un environnement digital orienté patients ainsi que des prestations marketing exclusives à l'enseigne (ex-box naissance...) Ces atouts garantissent à l'adhérent passant sous enseigne jusqu'à 6 points de fréquentation supplémentaire dès la première année. À condition qu'il respecte la politique d'assortiment commun et un minimum d'implantations pour les animations point de vente Pharmactiv.

PHARMACYAL



Président : Alexis Bocahut
 Nombre d'adhérents : 122
 Nombre de laboratoires
 référencés : 60 en SRA,
 70 en direct et
 30 prestataires de services,
 accès VIP à CAP Norcap

Cotisation : 200 €/mois
 Tél. : 06.79.63.12.38
 pharmaciendubizet@hotmail.fr (Cyril Tétart)

● Plus grand groupement régional des Hauts-de-France, Pharmacyal n'a pas vocation à devenir une enseigne, et ne désire pas s'engager dans cette voie. Pas davantage ses adhérents. L'enseigne ne représente selon Pharmacyal aucun intérêt pour un pharmacien titulaire. En effet, estime le groupement, pour qu'une enseigne soit utile à l'adhérent, il faut qu'elle soit connue et reconnue par le client/patient. Or très peu de groupements ont aujourd'hui une notoriété auprès de l'ensemble des Français. Seuls les pharmaciens connaissent les groupements sous enseigne. Pharmacyal ne veut par conséquent pas soumettre ses adhérents à une politique d'enseigne qui ne servirait que la notoriété du groupement.

En revanche, Pharmacyal poursuit son objectif d'aider les titulaires dans l'ensemble des thématiques de l'officine, les achats, la gestion, l'animation commerciale, les services, l'évolution métiers et aussi la vérification des remises, un domaine dans lequel Pharmacyal est l'un des seuls groupements français à s'engager.

Membre d'Agir Pharma.

PHARM&FREE



Direction Marketing : Olivier Verdure
 Nombre d'adhérents : + de 60
 Nombre de laboratoires
 référencés : + de 70
 Cotisation : 60 €/mois
 Pharm&Free
 Tél. : 03.26.04.64.55

info@pharmnfree.fr
 (direction achats : Virginie Rocourt)

● L'intérêt marketing et commercial des outils qu'une enseigne amène pour la gestion commerciale d'une officine et le développement de son image est indéniable. Cependant, redoutant la menace pour l'indépendance du pharmacien et sa pérennité financière que peut représenter une enseigne nationale, Pharm&Free a fait le choix de proposer à ses adhérents une voie alternative à « l'enseigne » en privilégiant le développement d'une « marque » régionale. Celle-ci apporte exactement les mêmes outils marketing proposés par une enseigne mais s'efface au profit de la pharmacie.

Ainsi, Pharm&Free décline sa marque Pharm&Zen sur des vitrophanies, des campagnes mensuelles d'animation vitrine, des *flyers* mensuels, sur les sites Internet de chacun des adhérents et sur le magazine « Pharm&News » ou encore la carte de fidélité Pharm&Fid. Le positionnement de Pharm&Free et de la marque Pharm&Zen repose sur la mise en avant du rôle conseil du pharmacien et valorise une pharmacie proche de ses clients et le statut de professionnel de santé.

Membre du Groupe Apsara.

PHARM & YOU



Président : Stéphane Robert
 Nombre d'adhérents : 35

Nombre de partenaires laboratoires : 90 plus 38 partenaires services
 Cotisation : 400 €/mois
 Tél. : 05.34.25.84.03
 contact@pharm-and-you.fr

● Pharm & You décline son enseigne selon le territoire : City pour le centre-ville, Market en centre commercial, Express dans les quartiers, Contact en zone semi-rurale, mais aussi selon la tendance, avec Pharm & You Nature et une spécificité innovante Pharma Corsica, exclusivement en Corse. Enfin bientôt une autre nouvelle enseigne viendra répondre au profil des pharmacies à haut potentiel, Global Pharmacy 80% des adhérents ont adopté l'enseigne à ce jour.

Désormais l'adhésion à l'enseigne est privilégiée dans le recrutement de nouveaux adhérents. La présidence du groupement mise sur une expertise au profit d'un modèle de proximité. Le groupement estime que ce positionnement sur le pharmacien acteur de santé, renforcé par la téléconsultation, l'optique et 48 autres services inhérents à Pharm & You, a été légitimé pendant la crise du Covid-19. Le lancement, fin 2021, de l'enseigne Global Pharmacy va donc développer un modèle économique de rentabilité et de rentabilité de type magasin de la santé répondant à une forte demande sur ce segment, notamment celle des pharmacies *low cost* souhaitant revenir sur leur cœur de métier.

PHARMASUD



Président : Philippe Redonnet
 Nombre d'adhérents : 80

Nombre de laboratoires référencés : + de 70
 Cotisation : 130 €/mois
 Tél. : 04.68.41.70.05
 contactgroupement@pharmasud.fr

● Pharmasud a entamé en 2018 une démarche de communication du groupement, elle passe par la mise en place d'une marque commune, d'un logo très différenciant « des Zèbres » et une identité visuelle de zébrures qui se déclinent sur les différents supports. Chaque officine du groupement est équipée de vitrophanies communes mettant en avant la « solidarité » au sein des officines de Pharmasud en reprenant la *base line* du logo « solidaire de votre santé ».

Cette politique s'apparente à celle d'une enseigne mais depuis toujours Pharmasud est très attaché à son indépendance. Ainsi, le groupement appartient à ses adhérents et souhaite le rester. L'appartenance à la fédération nationale d'Apsara permet de bénéficier de la mise en commun de moyens et de services, une démarche qui se rapproche de la politique d'enseigne. Cette démarche de mise en place d'une marque a permis à Pharmasud d'accroître sa notoriété auprès de sa clientèle mais aussi sur le marché pharmaceutique auprès des différents partenaires. Cette stratégie se traduit par l'accroissement du nombre d'adhérents et l'attractivité vis-à-vis des jeunes installés.

Membre du Groupe Apsara.

PHARMAVANCE



PHARMAVANCE
GROUPE

Direction générale :
Alexandre et Stéphanie
Mergui
Nombre d'adhérents : 44
Nombre de laboratoires
référéncés : 77
Cotisation : NC
Tél. : 01.40.71.06.96

Amelya Khalifi, directrice de la stratégie
du développement réseau :
amel.khalifi@pharmavance.fr

● Pharmavance Groupe propose deux enseignes de pharmacies à choisir en fonction du projet officinal : Pharmavance, créé en 2005, offre des packs préconçus en adéquation avec la stratégie du titulaire. Quant à l'enseigne PharmaFrance, elle propose de construire chaque projet sur mesure. Le futur titulaire dispose ainsi d'un large panel de services, qu'il sélectionnera « à la carte » selon ses besoins et son budget.

Le catalogue de services du groupe se construit sur les compétences d'experts : travaux et agencements pour optimiser le parcours clients, *merchandising*, formations produits, formations DPC et suivis de performance, suivi des achats, négociations groupement, service juridique, aide à la gestion du tiers payant, l'application Pharmavance... 100 % des 44 adhérents Pharmavance disposent de l'enseigne, tandis que 8 des 15 pharmacies PharmaFrance ont opté pour cet atout. Car disposer de l'enseigne Pharmavance/PharmaFrance, c'est bénéficier de l'image de marque du groupement, mais surtout véhiculer les valeurs du groupe : la bienveillance et l'expertise de la prise en charge du patient par les équipes officielles.

PHARMAVIE



pharmavie
A PHARMACIE PHARMACIENS PHARMACIENS PHARMACIENS

Présidente directrice générale : Lilia Bulteel
Directeur des opérations et de la stratégie :
Pierre-Alexandre Mouret
Nombre d'adhérents : 500
Nombre de laboratoires référéncés : 120
Cotisation : de 3 430 à 6 070 € HT/an
Tél. : 01.45.21.00.47
info@pharmavie.fr

● La politique d'enseigne est inscrite dans le patrimoine génétique de PharmaVie. 60% des adhérents du groupement sont sous l'enseigne PharmaVie, l'adhésion étant intégrée au contrat de partenariat signé entre le pharmacien et PharmaVie. Cependant, le titulaire a le choix entre différents niveaux d'adhésion (segments Gold, Platinum & Ultimate) qui sont fonction du niveau d'engagement dans la relation commerciale et du potentiel de la pharmacie. Un concept store est proposé depuis 2004 et sa quatrième génération a vu le jour cette année. Il propose un parcours clients simple et clair, un *corner* naturalité ainsi qu'un *corner* Onco PharmaVie. Chaque adhérent est par ailleurs accompagné dans ses projets de travaux. Autre élément incontournable de l'enseigne, les produits à la marque qui se déclinent chez PharmaVie dans une gamme de micronutrition et d'aromathérapie ou dans une gamme de produits essentiels à petits prix. La mise en avant des produits à la marque ainsi que la mise en place du programme de fidélisation PharmaVie Affinity (avec une carte 100 % dématérialisée depuis juin 2021) sont rendues obligatoires par l'adhésion à PharmaVie.

PHARMODEL



Pharmodel
DOCTEURS EN
PHARMACIE

Président-directeur
général : Rafael Grosjean
Nombre d'adhérents : 500
Nombre de fournisseurs
référéncés : 80
Droits d'entrée : 990 €

Contrats d'adhésion : de 45 à 199 €/mois HT
pour Pharmodel (pour D docteurs indexés au CA)
Tél. : 01.53.34.81.30
contact@pharmodel-group.com

● Le groupement Pharmodel dispose de deux enseignes, l'enseigne éponyme dont les couleurs affichent les promesses de la marque Pharmodel, celle d'une relation toujours plus humaine et plus bienveillante et d'une expertise aidant les patients à prendre soin d'eux et de leurs proches. Elle s'inscrit dans une démarche responsable et solidaire. L'enseigne D docteurs en pharmacie consiste pour sa part en un concept global de multispecialiste à la pointe de santé et des nouveaux comportements des consommateurs.

Cette approche d'enseigne repose sur un socle commun, soit un concept puissant et facilement identifiable par son architecture, son identité visuelle, le nom de la marque et les éléments *design* ainsi que le développement d'expertises communes à l'intention des aidants, dans la nutrition ou l'orthopédie sur-mesure. Par ailleurs, des protocoles de prise en charge clients portent sur l'accueil, la dispensation, le conseil dont l'enseignement est assuré par « l'Académie », l'école de formation du groupement. S'ajoutent à ce tronçon commun les outils digitaux à la pointe des nouvelles attentes des patients (téléconsultation, application mobile, *click & collect*, carte de fidélité...).

PHARM-UPP



PHARM
UPP
accueil, écoute, conseil

Présidente : Sophie Tallaron
Directeur général :
Philippe Turmani
Nombre d'adhérents :
1 298 répartis dans
21 associations UPP
Nombre de laboratoires référéncés : 125
Cotisation : 420 € HT/an
Tél. : 03.84.22.98.09
fblain@pharm-upp.com

● Le groupement Pharm-Upp se revendique sans enseigne et prône la « liberté » des pharmaciens. Pour autant, le groupement travaille de plus en plus sur des éléments « chartés » tant sur l'animation du point de vente, sur la signalétique et le balisage ou plus récemment sur le programme fidélité. Il s'agit par conséquent d'une approche plus fondée sur une identité visuelle commune plus que sur l'enseigne.

Par ailleurs, le groupement fonctionne avec un *extranet* qui permet à chacun de ses adhérents de gérer ses achats, ses formations, ses facturations, sa qualité, etc. Il leur est aussi proposé trois formules de site pharmacie, de la simple visibilité avec commande d'ordonnance et *chat* au e-commerce en passant par le *click & collect*. Ces offres incluent également la gestion des rendez-vous pour les tests antigéniques et la vaccination avec une transmission automatisée des données sur Sidep et Ameli. Un outil de management des bilans de médication est également disponible.

PUC PHARMA



Président :
Didier Le Bail
Nombre d'adhérents : 92
Nombre de laboratoires

référéncés : 125 (en direct et en CAP)
Droits d'entrée : de 0 à 1 200 €
en fonction de l'engagement
Tél. : 04.93.70.24.06/06.86.57.30.94
dlebail@pucpharma.fr

● Actuellement en phase de conception, l'enseigne de PUC Pharma sera résolument axée sur le rôle du pharmacien et son professionnalisme à travers une charte qualité, sur l'accompagnement du patient dans le handicap, l'oncologie, les seniors... Le bénéfice apporté par la pharmacie PUC Pharma doit être visible par tous.

Le groupement va démarrer sa démarche en recueillant, par le biais d'un audit, les besoins des adhérents, début décembre. Une synthèse qui en sera faite permettra de déterminer le contenu puis la stratégie marketing pour un positionnement et un service en phase avec les attentes des adhérents. Ceux-ci ne seront pas contraints à l'enseigne mais ils seront accompagnés au niveau qu'ils souhaitent. L'adhérent qui souhaite passer le cap se verra offrir une réorganisation des zones de vente dans la pharmacie, des outils de mise en avant produits mais aussi de ses services en fonction de ses points forts (oncologie...) mais aussi de son savoir-faire.

Membre d'Agir Pharma.

TOTUM



totum
pharmaciens

Président : Mehdi Djilani
Nombre d'adhérents : 210
Nombre de laboratoires
référéncés : 75
Cotisation : 0,5 % du CA
annuel HT plafonné
à 2 000 € HT/mois

pour les pharmacies > 4 millions € de CA
Tél. : 07.85.37.36.27
mdjilani@totum.fr

● Actuellement, 90 officines, soit 45 % du réseau, se retrouvent sous une seule et même bannière, celle de l'enseigne Totum. La stratégie du groupement est cependant de la déployer auprès de la totalité de ses associés, d'ici à 2023, y compris les nouvelles pharmacies qui le rejoindront entre-temps.

L'enseigne Totum a été conçue en cohérence avec la plateforme de marque et la vision du métier partagé au sein du groupement. Le passage à l'enseigne est contractuel, avec un délai de 12 mois maximum. Le passage à l'enseigne est immédiat pour tout nouvel adhérent, sous un concept unique, avec des outils et des prestations identiques. Aucune distinction n'est faite entre les pharmacies Totum et les petites officines bénéficiant comme les grandes des mêmes avantages. Toutes sont soumises aux mêmes engagements. Les services offerts par le groupement sont complétés par une gamme de produits propres : compléments alimentaires et dès l'année prochaine, aromathérapie et produits de gamme blanche.

UNIPHARM Basse-Normandie



Gérant : Marc Brotelande
 Nombre d'adhérents : 36
 Nombre de laboratoires
 référencés : +30
 Cotisation : 60 €/mois,
 soit 720 €/an
 Tél. : 02.31.23.85.27
 unipharm.bn@wanadoo.fr

● Unipharm Basse-Normandie a fait le choix de proposer à ses adhérents une voie alternative à « l'enseigne » en privilégiant le développement d'une « marque » régionale qui apporte exactement les mêmes outils marketing proposé par une enseigne mais s'effaçant au profit de la pharmacie. Ainsi, la « marque » mise en avant auprès des patients se décline sur des vitrophanies, des campagnes mensuelles d'animation vitrine, des flyers mensuels, sur les sites Internet de chacun des adhérents et sur le magazine Unipharm Mag et la carte de fidélité Unipharm. Ce développement régional est clairement une volonté stratégique car elle va permettre la mutualisation des services marketings au service du développement individuel et au profit de la valorisation d'une enseigne qui dépersonnalise la pharmacie. L'enseigne se revendique ainsi force de proposition auprès de ses adhérents en leur préparant tous leurs outils de communication et toutes leurs campagnes santé ou promotionnelles. Elle ne leur en laisse pas moins la possibilité de personnaliser tout ou partie de ces outils afin de les adapter à sa propre stratégie.

Membre du Groupe Apsara.

UNIPHARM 33

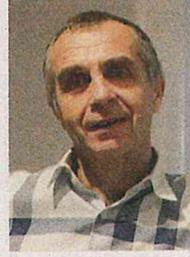


Président : Sébastien Lafue
 Nombre d'adhérents : 31
 Nombre de laboratoires
 référencés : 30
 Cotisation : 750 €/an
 Tél. : 05.56.62.67.48
 unipharm33@orange.fr

● La « marque » mise en avant auprès des patients chez Unipharm 33 s'impose sur les totems et les flyers des campagnes mensuelles d'animation du point de vente. Ainsi, 50 % des adhérents ont à ce jour installé les vitrophanies promotionnelles aux couleurs Unipharm 33. 100 % des adhérents ont un site Internet et une page Facebook. Des habillages sur-mesure sont également proposés aux pharmacies qui en ressentent le besoin en fonction de la pression concurrentielle locale. Pour autant, l'adhésion à la stratégie du groupement doit être un choix délibéré du pharmacien pour être pleinement efficace. Dans la réalité, les gains de performance sont beaucoup plus une conséquence de la prise de conscience du pharmacien de l'importance de l'image et de l'utilisation des outils marketings et de son implication personnelle que la simple conséquence d'un « d'habillage » de la pharmacie aux couleurs de l'enseigne.

Membre du Groupe Apsara.

UNIPHARM Grand Ouest



Président : Frédéric Chetref
 Nombre d'adhérents : +150
 Nombre de laboratoires
 référencés : +70
 Cotisation : 700 €/an
 Tél. : 02.35.87.63.86
 unipharm-grand-ouest@orange.fr

● Unipharm Grand Ouest estime qu'une identification régionale et un ancrage dans le paysage pharmaceutique local sont plus en adéquation avec les attentes de ses adhérents. En effet, selon le groupement, l'enseigne tend à lisser l'image de la pharmacie en lui ôtant une partie importante de sa personnalité. Ainsi, il considère que son rôle est de proposer des outils et des services tout en laissant au titulaire la possibilité de personnaliser tout ou partie de ces outils pour les adapter à son entreprise. Les mêmes services sont à disposition de tous. Les adhérents sont sollicités afin qu'ils jouent le jeu des partenariats et participent le plus possible à la vie du groupement. Grâce à un partenariat avec l'un des grands acteurs des statistiques en officine, les adhérents peuvent connaître avec précision leur positionnement en termes de prix et de marge.

Membre du Groupe Apsara.

UNIPHARM Loire Océan



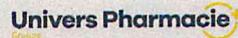
Directeur : Bruno Blanchard
 Nombre d'adhérents : 134
 Nombre de laboratoires
 référencés : 101
 Cotisation : 1500 €
 Tél. : 02.40.54.90.90
 b.blanchard@unipharm-lo.fr

● Plutôt qu'un concept d'enseigne, Unipharm LO préfère offrir à ses adhérents la possibilité de marquage des services proposés. Ses 134 coopérateurs gardent toutefois leur plein pouvoir décisionnel, ce qui les engage pourtant dans une démarche de cohésion globale. Au travers de la fédération Apsara, les adhérents Unipharm LO peuvent se procurer tous les outils et services d'une enseigne, vendus au prix d'achat réel.

Unipharm LO persiste cependant à positionner sa stratégie sur la conviction que la véritable marque repose sur l'accueil, les services, le conseil et les prix offerts en officine. La proximité étant le facteur déterminant pour trois Français sur quatre dans le choix de leur pharmacien, Unipharm LO estime que la véritable enseigne reste la croix verte.

Membre du Groupe Apsara.

UNIVERS PHARMACIE



Président national : Daniel Buchinger
 Nombre d'adhérents : 159 affiliés sous enseigne

Univers Pharmacie + 610 pharmacies en centrale de référencement
 Nombre de laboratoires référencés : 120
 Cotisation : à partir de 3600 €/an
 Tél. : 03.89.29.19.57
 contact@groupeuniverspharmacie.com

● Le groupement se place sous deux enseignes : Univers Pharmacie et Forum Santé. L'enseigne est considérée comme le cœur de métier du groupement. Elle contribue à obtenir une reconnaissance de la part de la patientèle, renforce l'image de professionnalisme et contribue à dynamiser le *sell out*.

L'enseigne Univers Pharmacie propose un soutien du pharmacien dans son activité quotidienne visant à la fois l'augmentation du flux de patients et la mise en place de services aux patients à forte valeur ajoutée. Cela se traduit par l'attractivité des offres commerciales et des services d'accompagnement des patients.

Le concept Forum Santé, quant à lui, est un accompagnement au quotidien des pharmaciens et des patients dans les services santé qui se différencient des autres officines. La mise à l'enseigne se traduit par un accompagnement des pharmaciens, un concept architectural unique, une stratégie prix, des outils digitaux ainsi que par des services exclusifs à forte valeur ajoutée en santé et en fidélisation et la puissance des accords de partenariats garantissant une dynamique commerciale.

WELL&WELL



Président-directeur général : Didier Maarek
 Nombre d'adhérents : 360 Pharmadom,
 190 à l'enseigne well&well
 Nombre de laboratoires

référéncés : 60 + 250 sur plateforme Web
 Cotisation : 300 € HT/an
 Droit d'entrée : achat d'une part sociale 26 € (coopérative)
 Tél. : 01.46.89.69.65
 contact@wellandwell.fr

● Le groupement Pharmadom, plus connu sous son enseigne well&well, compte 53 % de son réseau passé sous ce concept pour une durée minimale de trois ans, moyennant 300 euros par an, ou d'un an pour le contrat by well&well. Néanmoins, l'adhésion à l'enseigne est privilégiée par Pharmadom, y compris pour les nouveaux venus. Car si l'adhérent est libre de choisir, les services proposés par cette coopérative garantissent le meilleur rapport qualité/prix.

Pharmadom s'est fixé pour objectif de construire avec well&well, davantage qu'un réseau, une marque, gage de qualité, de respect de l'officiel et du patient. Marque en perpétuel mouvement, soucieuse de mieux s'adapter à un marché de la consommation et de la santé, en pleine mutation. Outre un concept performant dans l'agencement, un accompagnement au *merchandising* et à la pharmacie digitale, well&well propose 130 produits à la marque, avec le lancement de 15 produits supplémentaires courant 2022.