

Dépositaires pharmaceutiques

La fidélisation, un enjeu stratégique

Les dépositaires pharma développent une logistique sans cesse optimisée et une approche personnalisée des besoins en aval. Car, pour les laboratoires, la satisfaction des clients finaux devient incontournable.

Pour certains des médicaments les plus courants, les ventes directes aux pharmacies peuvent atteindre jusqu'à 30 % des volumes. Aucun segment du marché n'échappe à la tendance des produits génériques, que ce soit les OTC, les dermo-cosmétiques, les compléments alimentaires, les médicaments de spécialité, ceux pour la nutrition ainsi que les dispositifs médicaux, qui ont des exigences particulières. Si le canal du direct se développe pour les dépositaires pharma, le mouvement est là aussi parti pour durer. « Les laboratoires ne peuvent plus se passer de cette relation directe avec les pharmaciens », confirme Bertrand Bourgogne, directeur commercial de Movianto (Owens&Minor), dont l'activité a enregistré une croissance moyenne de 12 % au cours des dernières années.

Vers une prestation complète

Avec la substitution générique, et aujourd'hui le suivi des pathologies chroniques, le pharmacien est amené à jouer un rôle clé dans la dispensation. Les laboratoires l'ont bien compris, en même temps que la nécessité d'externaliser leurs fonctions logistiques pour améliorer leur compétitivité. Si cette tendance est encore peu présente en France, elle devrait s'accélérer en Europe avec le renforcement de la pression sur les prix et les volumes. « Les réseaux de distribution deviennent plus complexes à gérer avec la conso-

ludation des entreprises, poursuit Bertrand Bourgogne. Il y a une vraie volonté de réaliser des économies d'échelle. » Initiateurs de projets novateurs d'optimisation et de mutualisation, les dépositaires pharma ne demandent qu'à être reconnus dans leur démarche. Le challenge est d'autant plus élevé sur le territoire français que la plupart des big pharma, comme Sanofi, Pierre Fabre, bioMérieux, Ipsen ou encore Servier, ont une tradition de distribution en propre bien ancrée. Pour les convaincre, le champ de l'externalisation chez les dépositaires pharma s'élargit en même temps qu'il évolue vers des prestations à plus forte valeur ajoutée. Le partenariat avec les laboratoires s'étend aujourd'hui en amont à l'administration des ventes, au processus de prise de commandes et même jusqu'au recouvrement. « Au-delà du métier de dépositaire pharmaceutique, notre positionnement sur le marché permet un vrai pilotage de la chaîne logistique », pointe Stéphanie Hervé, directrice générale de Geodis Logistics. Une activité en développement qui se hisse à la troisième place dans son portefeuille derrière les marchés de l'industrie et de la grande consommation. « En parallèle, les laboratoires se concentrent sur les opérations de R&D et de marketing. Ils externalisent des prestations à forte valeur ajoutée telles que le pilotage transport et le conditionnement secondaire, ajoute-t-elle. Nous les accompagnons sur le recentrage de

leur métier de base et la fidélisation de leurs clients finaux. » Par rapport aux grossistes, le dépositaire se distingue en effet par sa maîtrise des flux et des clients en aval, majoritairement les pharmaciens et les hôpitaux.

Optimiser la logistique...

L'un des enjeux de ces dernières années a été de trouver une solution logistique globale capable de gérer la multiplicité des canaux de distribution des big pharma en vue d'une optimisation. La stratégie menée par les dépositaires pharma revêt aussi une dimension internationale avec l'émergence de plates-formes de distribution multi-pays et multi-produits. « C'est une grosse pression pour les laboratoires de princes que de garantir le même niveau de service que la plupart des laboratoires de génériques qui sont bien implantés localement », estime Jean-Paul Pihen, directeur général développement commercial de CSP. Chez FM Health, la volonté est claire de développer « des partenariats de zone » ciblant quatre à cinq pays qui servent également d'entrepôts satellites pour atteindre des marchés à forte croissance comme la Pologne, la Roumanie, la Russie ou encore l'Ukraine. « En Europe de l'Est, les laboratoires s'appuient sur nos processus pour optimiser leurs relations avec les différents grossistes », note Jean-François Fusco, son directeur général pharmaceutique. Les partenariats permettent aussi une personnalisation des services.

FM Health planche sur des modèles de distribution plus sophistiqués, à l'image des médicaments orphelins et sous ATU¹. « Nous travaillons en collaboration avec les structures de pharmacovigilance, les hôpitaux et les autorités nationales pour prendre en compte des réglementations plus

complexes et assurer une mise à disposition dans des temps très courts », conclut Jean-François Fusco.

Au quatrième trimestre 2013, la priorité pour Movianto est de structurer son offre européenne et de proposer des schémas logistiques particuliers, notamment sur les dispositifs médi-

caux, en s'inspirant du savoir-faire d'Owens&Minor. Deux accords sur les dispositifs médicaux ont déjà été signés avec des laboratoires, selon Bertrand Bourgoigne. La nouvelle prestation va d'abord cibler les pays proches du modèle anglo-saxon, comme la Hollande et la Grande- >>>

Le dépositaire pharma veut se positionner en acteur de la santé publique

La flexibilité du dépositaire contribue à pallier les ruptures

« Les dépositaires ont largement participé à la consultation sur la réglementation des ruptures d'approvisionnement à l'officine et à l'hôpital. Notre flexibilité permet de pallier rapidement certaines ruptures liées à la production. »

Le dépositaire a un rôle à jouer en matière de sécurité dans les approvisionnements des stocks de l'officine

« Nous avons été compris dans la prise de position de l'Autorité de la concurrence qui, dans ses articles 150 à 164 de l'avis 13-A-12** relatif aux Bonnes pratiques de dispensation des médicaments (BPD), a précisé le rôle actuel des dépositaires, mais aussi des grossistes, pour le renforcement de la sécurité dans la gestion des stocks à l'officine. Avec l'accroissement des volumes liés à l'activité supplémentaire d'Internet, le dépositaire, sans interférer dans le processus de dispensation, peut sécuriser un stock arrière et son approvisionnement à l'officine, tout en permettant de meilleures marges liées à l'achat/approvisionnement auprès des laboratoires dans des quantités adaptées. »

L'externalisation à l'hôpital va dans le bon sens

« Deux textes sont remarquables sur la logistique hospitalière : le rapport de l'Inspection générale des affaires

sanitaires et sociales (IGAS) de 2012 qui demande au pharmacien hospitalier de se recentrer sur son métier et le rapport du Conseil stratégique des industries de santé (CSIS) sur la logistique des approvisionnements des régions sanitaires. Il y a l'idée de faire coexister la gestion de la demande et son flux physique, la commande laboratoire et le stockage, et d'aller à la recherche des innovations. Les dépositaires, qui sont des établissements pharmaceutiques, ont matière à se positionner en acteur de santé publique pour assurer l'approvisionnement des PUI à l'hôpital. Si, demain, il faut avoir des habilitations particulières, comme des certificats d'aptitude d'approvisionnement hospitalier, nous serons les premiers à travailler sur cette normalisation. »

Les nouvelles bonnes pratiques de distribution européennes modifient peu les pratiques françaises

« Les BPD correspondent à ce que l'on fait déjà en France. Elles s'inscrivent dans le prolongement de nombre de directives dans la santé visant la gestion du risque, la maîtrise du changement et des processus de validation. Les textes préfigurent la directive sur les dispositifs médicaux de 2014 dans le sens de la traçabilité et de la sécurité. »

La volonté de communiquer sur nos savoir-faire

« Nous avons la volonté de présenter



Jean-François Fusco, président de LOGSanté et de EALTH* en Europe.

des business cases opérationnels avec nos adhérents en fin d'année. Notre objectif consiste à faire connaître la bibliothèque de nos savoir-faire qui vont de la gestion du froid, au DTP, avec ou sans forces de vente, jusqu'à la facturation et au recouvrement. Le résultat sera notamment présent sur notre site Internet***. »

Propos recueillis par Marion Baschet-Vernet

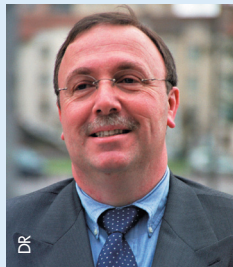
(*) European Association for Logistics and Transport in Health – EALTH.

(**) Avis n° 13-A-12 du 10 avril 2013 relatif à un projet d'arrêté de la ministre des Affaires sociales et de la Santé sur les bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique.

(***) <http://www.logsante.org>

Ce qu'ils en pensent...

François Bisch, ingénieur logistique du Centre hospitalier sud francilien (CHSF) et président de la commission de la logistique hospitalière de l'ASLOG* :



« Il faudrait encourager les fournisseurs à envoyer l'avis d'expédition électronique (DE-SADV) au standard GS1 à l'hôpital avant la livraison physique des marchandises. Ce document dématérialisé contient le détail des produits ainsi que leurs données de traçabilité (numéro de lots et date de péremption). Cela permet de gagner du temps et de la sécurité en évitant les ressaisies. Les hôpitaux, qui sont relativement bien équipés aujourd'hui, attendent que leurs fournisseurs passent le cap. »

(*) Association française pour la logistique – ASLOG.



Stéphane Baudry, président d'EuroTransPharma :

« Déjà 10 % des produits de santé vendus en France arrivent de centres de distribution européens. L'intérêt pour le transport dédié va aller *crescendo* avec la sérialisation et la standardisation de plus en plus poussées des produits. C'est pourquoi notre réseau Euro Temp Network vient d'acquérir une société en Slovénie. Nos projets actuels s'orientent vers l'Europe de l'Est et la Turquie. »

>>> Bretagne, pour arriver par la suite en France avec une offre dédiée pour l'hôpital. « Owens&Minor a la capacité de prendre en charge la gestion des stocks de consignation des hôpitaux sur le territoire américain, souligne Bertrand Bourgogne. C'est un marché très compétitif sur lequel les laboratoires vont être demandeurs en Europe. La différenciation se fera, à terme, sur le service et la valeur offerts aux établissements. » L'hôpital, qui représente aujourd'hui 3 % des débouchés chez Movianto, devrait progresser de 8 % cette année, voire de 10 % en 2014.

... et la qualité

Chez CSP, le niveau de qualité a franchi une étape supplémentaire il y a deux ans avec le lancement d'EuroTransPharma, société indépendante initialement dénommée Translab, l'un des rares réseaux de transport pour les produits de santé froids (+ 2 à + 8 ° C) et ambiants (+ 15 à + 25 ° C). Son activité a atteint les 50 millions d'euros de chiffre d'affaires en l'espace de vingt-quatre mois. Grâce au partenariat avec EuroTransPharma, l'ambition est de faire de CSP un entrepôt central européen. Pour y arriver, le dépositaire a adapté sa préparation de commandes. « Comme dans l'automobile, nous avons créé il y a trois ans des ateliers spécifiques avec du personnel et des espaces dédiés aux produits froids, congelés et hautement sensibles », indique Jean-Paul Pihen. En outre, l'optimisation des processus de commandes en général améliore la finesse de préparation. « Nous arrivons à baisser significativement les coûts de distribution pour les laboratoires en gérant conjointement les flux. » La mise en place d'outils informatiques et de technologies de suivi est une autre avancée qui permet le pilotage en temps réel des diverses activités de préparation de commande avec un impact très positif sur la productivité et sur la qualité.

« Le dépositaire s'inscrit de plus en plus dans le prolongement du laboratoire, observe Jean-Paul Pihen. Nous

pouvons contrôler la lisibilité des codes Datamatrix et des vignettes, prélever un échantillon ou encore mettre en quarantaine. Nous sommes là pour donner une ultime validation au circuit de fabrication avant la commercialisation. »

Emergence d'une stratégie multicanal

Aujourd'hui, seulement 50 % du marché de la distribution pharma serait externalisé, selon Stéphanie Hervé. Le potentiel de développement reste donc important pour les dépositaires pharma, qui cherchent à diversifier leur clientèle. Depuis deux ans, CSP se positionne ainsi comme centrale d'achat pour les produits des laboratoires, mais aussi pour les groupements de pharmaciens. En parallèle, les dépositaires continuent d'élargir leurs palettes de services en intégrant le dernier maillon, le patient. Geodis met au point des services de préparation et de livraison de soins à domicile, par exemple dans la nutrition.

De son côté, Eurotranspharma étudie une solution de distribution à domicile pour les médicaments à thérapeutique innovante (MTI), qui existe déjà en Europe et irait jusqu'à la gestion des différents statuts de remboursement. « Les livraisons aux patients, opérationnelles en Angleterre, sont un enjeu majeur pour demain avec le développement de la e-santé et la nécessité d'économies pour la Sécurité sociale », assure Bertrand Bourgogne. Le multicanal va, selon lui, s'imposer à l'avenir. C'est pourquoi il travaille à la mise au point d'une plate-forme Internet pour la prise de commandes. « Le e-commerce est en place pour les produits de beauté et les compléments alimentaires, et nous sommes parfaitement adaptés pour l'appliquer aux autres produits de santé. » ■

Marion Baschet-Vernet

(1) Autorisation temporaire d'utilisation – ATU.