

COMMISSION QUANTISTAT – 08 Juin 2021

Participants à la réunion en Visio conférence :

- Marie Pierre GIRONIS – Pierre Fabre
- Antoine POTTIER – Bayer
- Sophie ATTALIN – Consultante
- Christine FONCK – Expanscience
- Hélène Decourteix – La Pharmacie Digitale
- Charlotte Bijou – Janssen

1. Introduction

- Discussion / débat sur l'innovation en études de marché au sein de nos laboratoires :
Ne pas oublier quelle est la question / quel est l'objectif de l'étude.

2. E-Pharmacie

- Présentation de La Pharmacie Digitale par Hélène Decourteix - *Le virage numérique de la pharmacie d'officine* – voir slide kit
Premier baromètre de la maturité digitale des enseignes et groupements de pharmacies

La Covid a été un accélérateur des usages numériques, et en particulier en santé et révélatrice des enjeux numériques pour la pharmacie : la pharmacie doit s'adapter au virage multicanal/omnicanal, aux nouveaux outils et nouveaux usages

Des solutions / des technologies à leur disposition : difficulté à les intégrer dans la chaîne de valeur
L'innovation logistique et la simplification de la mise à disposition des médicaments : Menace d'Amazon

Impacts et opportunités de la transformation numérique en santé pour les laboratoires : Immédiats : relations commerciales avec le réseau officinal, Interactions BtoB et BtoBtoC ; Court terme : organisationnels, diversification de la distribution. Quelles briques un laboratoire peut apporter aux groupements, aux pharmacies ?

Où en sont les réseaux de leur transformation numérique ? Opportunités pour un laboratoire pour le réseau : facilitateur sur la stratégie et la gouvernance ; offre BtoBtoC ; Compétences et environnement ; technologies. Opportunités pour un laboratoire pour son organisation : Stratégie et Organisation (Comment se préparer à la vente en ligne ?) facilitateur sur la stratégie et la gouvernance ; offre BtoBtoC ; Organisation ; Compétences et environnement ; Technologies

Discussion à la suite de la présentation

- Y-at-il des freins à la transformation ?
Sur les 21000 pharmacies, les profils sont de plus en plus différenciés : par ex : pharmacie rurale vs pharmacie « para ». Approche la plus efficace : passer par les groupements pour voir quelle est l'approche à avoir : par exemple « plus santé » vs plus « commerce ». Le sujet de la transformation numérique est un peu poussif en officine
- Le fait que la pharmacie fasse partie d'un groupement n'est-il pas un frein justement à la transformation ?
Les groupements sont des petites PME, et doivent prioriser : Propositions d'outils de gains de temps permettent de casser les barrières à l'entrée des groupements. Pour faciliter aussi, il faut se poser les questions suivantes : Quelle est la stratégie du laboratoire sur le sujet ? Est-elle suffisamment claire ? Différencier en fonctions des cibles/des profils (segmenter les pharmacies /groupements) quelles sont leurs attentes ?

- Quelles sont les vraies données qui permettent de bien segmenter les cibles et les profils ?
Il faut commencer par bien s'organiser au sein des laboratoires : transversalité dans les laboratoires +++ et bonnes compétences dans les laboratoires et bien organiser la donnée (data architect etc...)
- Il faut un lead dans les laboratoires : cela doit venir de la direction générale
- Attention au statut des produits vendus
- Problème de la logistique et de la vente en ligne : Amazon est l'arbre qui cache la forêt : d'autres acteurs sont déjà là : ex : ventes privées de produits à des prix défiants toute concurrence : aucun contrôle de la part du laboratoire. Pas d'indicateurs / pas de KPIs
- Rôles des grossistes dans la chaîne de valeur ?
- Discussion autour de Pharmazon / Orléans (centrale d'achats) -acteur Français
Présentation lors d'un webinar
C'est une sorte de Marketplace
Commande en ligne par le client / patient, il peut choisir sa pharmacie et se faire livrer
Il faut que les pharmacies soient adhérentes, les laboratoires doivent être adhérents
Quel est l'intérêt de ce service ? Il y a beaucoup d'intermédiaires ? quel est le status ?
Quelle est l'étendue du service ? Combien de références ?

Question à suivre

Combien de pharmacies sont encore « indépendantes », sans groupement ? à demander au GERS ?
Demander un état des lieux au GERS / CEGEDIM ? à IQVIA ? -> sujet pour la prochaine commission ?

3. Autres sujets :

- Cash investigation / IQVIA ?
Pas trop de suites dans les médias ni dans les laboratoires
Droit de réponse d'IQVIA dans les médias ++ et vers les laboratoires
Question : combien de pharmacies ont quitté IQVIA à la suite de ce sujet ?
Attention aux conséquences sur GERS et sur les laboratoires utilisant les études patients ?
- Où mettre sur le site d'Infostat les informations, les partages sur les webinars, formations etc
Faire un groupe sur le site ?
En discuter lors du prochain CA ?
- I360 : Retour du webinar IQVIA : Information a été partagée auprès des top managers dans les organisations. Antoine va partager les slides

4. Sujets pour la prochaine réunion commission

- Quels sont les sujets au sein de nos laboratoires qui émergent suite au COVID ?
 - Les nouveaux KPIs / metrics ?
 - Le suivi des ventes par indication ?
 - Cohortes patients ?