

Nadine Dreyfus

Titulaire de la pharmacie de l'Oratoire à Caen

« L'avenir des petites officines passe par l'hyperspécialisation »

NADINE DREYFUS A CHOISI D'ADHÉRER AU CONCEPT DE L'ENSEIGNE ANTON & WILLEM. PREMIER BILAN UN AN APRÈS CE VIRAGE VERS LA NATUROPATHIE ET L'AROMATHÉRAPIE.

Vous êtes installée depuis 10 ans dans le centre-ville de Caen. Qu'est-ce qui vous a conduit il y a un an à transformer votre officine et à rejoindre un réseau sous enseigne ?

Nadine Dreyfus : j'ai dû réagir à l'érosion continue de mon activité, liée à la dégradation de la marge sur la dispensation des médicaments remboursables. Cette dégradation résulte à la fois des baisses de prix sur ces produits et d'un contexte commercial difficile, propre à ma zone de chalandise. Je suis confrontée à la concurrence directe de deux officines ayant opté pour un positionnement *discount*, sans oublier celle de la pharmacie de la Grâce de Dieu, précurseur en France de la vente en ligne. À cette situation s'ajoutent les déménagements de certaines administrations, ainsi que les



Nadine Dreyfus
Pharmacienne titulaire à Caen

départs de cabinets médicaux qui, pour se mettre en conformité avec les nouvelles normes d'accessibilité, ont préféré s'installer ailleurs. Ces mouvements ont contribué à dévitaliser le centre-ville de Caen. Malgré cette situation difficile, j'ai considéré que le déclin de mon activité n'était pas une fatalité et, en concertation avec mon expert-comptable, Joël Lecoeur, j'ai cherché des solutions pour rebondir. Après un projet de regroupement avorté avec un confrère, c'est lui qui m'a fait part du nouveau concept

d'enseigne proposé par Anton & Willem et j'ai donc étudié la possibilité d'y adhérer.

Pourquoi avoir choisi cette enseigne ?

N. D. : pour plusieurs raisons. La première est que j'ai cherché un concept permettant de capter de nouveaux clients grâce à une offre différente



Fiche d'identité

Dénomination

Pharmacie de l'Oratoire

Activité

Pharmacie d'officine

Siège

Caen (14)

Chiffre d'affaires

1 million d'euros en 2015

Effectif

5 personnes dont 1 adjoint
et 3 préparateurs

de celles de mes confrères. Et qui correspond à une véritable tendance de consommation. L'intérêt pour les produits sains et naturels n'est pas un effet de mode, mais traduit une aspiration profonde de nos concitoyens. La seconde raison est que j'adhère personnellement au concept d'Anton & Willem, 100 % dédié à la naturopathie et à l'aromathérapie. Grâce aux médecines douces, je retrouve les vertus de mon métier de pharmacienne : conseiller des produits d'origine naturelle qui ne sont pas seulement des traitements symptomatiques. Par ailleurs, la politique de référencement est large, avec 70 laboratoires référencés, auxquels s'ajoute la marque propre de l'enseigne. Ce qui me permet d'offrir un choix important de traitements, un avantage valorisé par les clients adeptes des médecines douces.

Quel a été le montant de votre investissement pour transformer votre officine ?

N. D. : Anton & Willem propose deux modalités d'adhésion. Soit l'installation d'un corner dédié, de

25 à 40 m², soit un réaménagement complet, intérieur et extérieur, sur une surface de 50 à 60 m². J'ai retenu cette deuxième option car la taille de mon officine est trop petite pour installer un corner. Au total, la transformation de ma pharmacie a représenté un investissement de 150 000 €.

Comment vos clients habituels ont-ils accueilli cette transformation ?

N. D. : très bien. Il y avait effectivement un risque que ma clientèle soit perturbée par un changement aussi radical. Mais il n'en est rien car l'espace de vente a été embelli et les choix de l'enseigne en termes d'aménagement renforcent notre caution officinale. En effet, dans ce domaine, il ne faut pas donner l'impression que la pharmacie se transforme en herboristerie !

Un an après votre adhésion à l'enseigne, quel premier bilan en tirez-vous ?

N. D. : il est très positif. D'une part, je constate que le panier moyen de mes clients habituels ▲

▲ a augmenté car ils recourent plus fréquemment à l'automédication. Les ventes de produits non remboursables ont ainsi progressé de 30 % en un an, une croissance qui a un effet positif sur la marge. D'autre part, ce virage vers les médecines douces m'a permis d'attirer une nouvelle clientèle qui vient parfois de loin pour acheter des produits que je suis la seule à proposer. J'ai aujourd'hui une clientèle plus diverse et plus large. Au global, la marge brute de l'officine a progressé de 10 % en un an. Ces premiers résultats devront être confirmés dans les années qui viennent, mais mon activité est désormais bien orientée.

Quelles contraintes vous impose cette spécialisation sur les médecines douces ?

N. D. : la principale contrainte est celle de la formation, pour moi et mon équipe officinale. Il faut en effet très bien connaître les indications, les bénéfices et les contre-indications d'un champ très large de thérapeutiques, allant de la phytothérapie aux élixirs floraux, en passant par l'homéopathie, l'aromathérapie, les compléments alimentaires et la micronutrition. Les patients sont souvent très bien informés, il ne faut donc pas les décevoir.

Comment recevez-vous le fait qu'Anton & Willem se présente comme une franchise ?

N. D. : je n'ai personnellement pas de problème avec ce positionnement de l'enseigne. Je reste aux commandes de mon officine et suis toujours clairement identifiée comme titulaire... Je pense même que l'avenir de notre profession passe par l'adhésion à des concepts d'enseigne aboutis, reposant sur une spécialisation de l'offre et des services.

Comment imaginez-vous l'avenir de la pharmacie d'officine d'ici 5 à 10 ans ?

N. D. : le clivage entre officines de centre-ville et officines rurales sera de plus en plus important, à travers des services adaptés aux besoins et aux aspirations de leur clientèle respective.

« **Face à la concurrence du low cost et de la vente en ligne, il faut se spécialiser et se positionner sur une compétence différenciante** »

En revanche, je ne suis pas certaine que les pharmaciens aient intérêt à développer les services d'accompagnement aux patients, comme les entretiens pharmaceutiques rémunérés. Ce sont des missions chronophages pour lesquelles nous n'avons pas encore trouvé de modèle économique pérenne. Les rémunérations actuelles ne peuvent pas compenser les investissements et le temps que l'on y passe. Et je ne crois pas non plus au modèle des officines *low cost*. Je m'interroge notamment sur la valeur réelle de leur fonds de commerce.

Selon moi, la voie d'avenir est celle de la spécialisation voire de l'hyperspécialisation, en particulier pour les pharmacies de centre-ville et de quartier.



Anton & Willem

Le réseau Anton & Willem dédié aux médecines naturelles et alternatives propose plus de 150 références de produits en phytothérapie et micronutrition à marque propre exclusive : « Laboratoire Anton & Willem ».