

LABORATOIRES D'AROMATHÉRAPIE

Des services attendus

POURSUITE DE L'ANALYSE DE PHARMA'SCOPE 2018 EN EXCLUSIVITÉ DANS *PROFESSION PHARMACIEN* AVEC LES DONNÉES SUR LES ATTENTES DES PHARMACIENS ENVERS LES LABORATOIRES DE PRODUITS D'AROMATHÉRAPIE. LE TOP 3 RESTE STABLE.

Par Juliette SCHENCKÉRY ■

Malgré une stabilité globale des différents indicateurs de satisfaction des pharmaciens face à leurs fournisseurs de produits d'aromathérapie, certains marquent une tendance à la baisse. « C'est comme un marathon, il faut observer les tendances sur le long terme », analyse Maher Kassab, directeur de Gallileo Business Consulting. Près de 600 pharmaciens ont été interrogés, en octobre 2018, sur la notoriété et l'image de sept laboratoires sur leur(s) gamme(s) aromathérapie et/ou phytothérapie : Arkopharma, Lehning, Naturactive, Phytosun, PiLeJe, Pranarôm, Puressentiel. Les indicateurs concernant les produits, la marque et l'excellence opérationnelle sont quasi identiques en 2017 et en 2018. En revanche, les appréciations autour de la visite du représentant, la politique de prix et les conditions commerciales, et les services et l'accompagnement affichent une baisse significative entre les deux années. « Les représentants semblent avoir moins occupé le terrain, relève Maher Kassab. La fréquence de visite n'a pas bougé mais elle est ressentie comme moins qualitative ». Or, en aromathérapie, le conseil nécessite un apprentissage pour lequel le pharmacien



MAHER KASSAB,
DIRECTEUR
DE GALLILEO
BUSINESS
CONSULTING

« L'observation de la satisfaction des pharmaciens vis-à-vis des fournisseurs ressemble à un marathon. Il faut évaluer les tendances et les performances sur le long terme »

attend d'être accompagné. Pour les conditions commerciales, la période étant économiquement plus tendue, les officinaux comptent sur des prix plus avantageux ; or, ils n'ont pas varié. Cet item inclut la politique de reprise des invendus et le niveau de marge dégagé. Enfin, la dynamique d'accompagnement et de services semble marquer le pas (formations, outils d'aide au conseil, meubles et présentoirs, merchandising, promotions...). « Les pharmaciens ont le sentiment d'avoir été moins aidés par leurs fournisseurs », constate le directeur de Gallileo Business Consulting. Pourtant, l'aromathérapie est un secteur différenciant et laissant une large part au conseil de l'équipe officinale qui doit donc bien connaître les produits et être capable de dispenser un conseil pertinent. Qui sera plus important que le seul prix des produits

pour fidéliser les patients. La performance moyenne des laboratoires sur leur gamme aromathérapie telle qu'évaluée par les pharmaciens s'élève en 2018 à 6 sur 10, comme en 2017. Un peu moins que pour les laboratoires de médicaments OTC qui sont notés en moyenne générale à 6,2 (lire *Profession Pharmacien*

Gallileo Business Consulting

Gallileo Business Consulting est un cabinet d'études et de conseil fondé en 2001. Spécialisé dans le domaine de la santé, il dispose de pôles d'expertise sur les marchés de la pharmacie, de l'optique, de l'audioprothèse et du dentaire. Il réalise Pharma'Scope OTC depuis 3 ans et y a ajouté un volet aromathérapie/phytothérapie, en 2017.



n°141 de décembre 2018-janvier 2019 et n°142 de février 2019). « Une différence "logique" car les laboratoires de médicaments OTC sont de plus grande taille et mettent plus de moyens en termes de visite et de conditions commerciales. Le pharmacien est également davantage soutenu pour la formation et le conseil », remarque le directeur de Gallileo Business Consulting. En général, les marques d'aromathérapie sont moins connues du grand public ; aussi, un déploiement de communication sur tous les fronts

est nécessaire : pharmacien, prescripteur, patient.

L'étude Pharma'Scope 2018 renouvelle l'établissement d'un Top 3 des laboratoires d'aromathérapie les plus appréciés selon chaque critère (*lire tableau ci-dessous*). Pour pratiquement tous les acteurs, au moins un indicateur a bougé par rapport à l'an dernier (sauf PiLeJe). Ainsi, Arkopharma a progressé sur la politique de prix et les conditions commerciales, Naturactive sur la visite du représentant et Phytosun sur l'excellence opérationnelle. ■

Le Top 3 des laboratoires spécialisés en aromathérapie

	Note moyenne (Ensemble des 29 indicateurs évalués)	Le produit	La marque	La visite du représentant	La politique prix et les conditions commerciales	Les services et l'accompagnement	L'excellence opérationnelle
Moyenne ensemble des laboratoires	6	6	5,9	6,6	6	5,4	6,5
Arkopharma	Top 3	-	Top 3	Top 3	Top 3	Top 3	Top 3
Lehning	-	-	-	-	-	-	-
Naturactive	-	-	-	Top 3	Top 3	-	Top 3
Phytosun	Top 3	Top 3	-	Top 3	Top 3	Top 3	Top 3
PiLeJe	Top 3	Top 3	Top 3	Top 3	-	Top 3	Top 3
Pranarôm	Top 3	Top 3	-	-	Top 3	-	-
Puressentiel	-	-	Top 3	-	-	-	-

Source : Pharma Scope 2018 - Gallileo Business Consulting

Évaluation de la performance moyenne des laboratoires OTC sur les 6 macro-indicateurs.

■ Entrée en 2018 ■ 2017 et 2018 ■ Sortie en 2018

Les 29 indicateurs évalués répartis en 6 macro-indicateurs

➔ Le produit

- Qualité et efficacité des produits
- Fréquence des innovations
- Pertinence des innovations
- Innovations de rupture

➔ La marque

- Image de marque des produits auprès des médecins
- Notoriété des produits auprès des consommateurs
- Communication grand public du laboratoire
- Produits faciles à conseiller par le pharmacien

➔ La visite du représentant

- Fréquence de visite du représentant

• Durée de visite adéquate

- Stabilité du représentant
- Amabilité, sympathie, joignabilité du représentant
- Confiance accordée au représentant
- Expertise du représentant
- Bonne compréhension du pharmacien et de sa situation
- Qualité et intérêt des visites réalisées

➔ La politique de prix et les conditions commerciales

- Pertinence des conditions commerciales
- Prix intéressants pour les consommateurs
- Politique de reprise des invendus

• Marge réalisée avec le laboratoire

- Relation du laboratoire avec votre groupement

➔ Les services et l'accompagnement

- Formations délivrées par le laboratoire
- Outils d'aide au conseil
- Meubles et présentoirs
- Dynamique promotionnelle
- Accompagnement au merchandising
- Mise en place de programmes d'accompagnement et de suivi patients

➔ L'excellence opérationnelle

- Qualité du service commandes et livraisons
- Service clients au téléphone