

cosmétiquehebdo

L'INFORMATION DES DÉCIDEURS DE LA BEAUTÉ

ISSN : 1297 4773

pharmacie

ALLIANCE BOOTS A L'OFFENSIVE

Relativement discret depuis son arrivée en France en tant que retailer, Alliance Boots (CA : 25 Md€) va «accroître sa visibilité en passant le nombre d'officines Alphega à 500, d'ici à deux ans», déclare Joaquim Fausto Ferreira, président d'Alliance Healthcare France (CA : 5,4 Md€, répartition, réseau Alphega et MDD). Seuls 150 pharmaciens sur 1 150 affiliés ont adopté cette enseigne. Pour convaincre les autres, Alliance Healthcare compte notamment sur la mise



en place de services comme la nouvelle formation à distance "Serious Game de la Pharmacie". Inspiré d'un jeu vidéo, il place le pharmacien en situation réelle dans une officine virtuelle. Sur le terrain, il bénéficie de l'aide de "consultants point de vente". «Dans tous les cas, le pharmacien reste propriétaire de son établissement, tient à rassurer Ornella Barra, chief executive Pharmaceutical Wholesale Division, Alliance Boots (photo), «j'ai été titulaire, je suis attachée à l'indépendance, j'ai d'ailleurs lancé en 1999 le Forum européen des pharmaciens pour faciliter les échanges d'informations entre eux. Le groupe Alliance Boots n'a jamais fait de lobbying pour libéraliser le capital des officines françaises. Nous ne le ferons pas. Nous nous adaptons au modèle commercial de chaque pays. Si demain la réglementation autorisait les chaînes en France, peut-être étudierions-nous de nouveau le marché pour voir quelle serait la meilleure stratégie. Chaînes et indépendants ne sont pas incompatibles. En Grande-Bretagne, nous possédons 2 500 Boots et réunissons 540 pharmaciens au sein d'Alphega Pharmacy. Aux Pays-Bas, nous sommes présents avec des officines en succursales et 297 indépendants à l'enseigne Kring Apotheek. En tant que répartiteur, notre autre métier, nous devons soutenir ces derniers». Le groupe mènera donc de front le développement de ses magasins Boots (3 280 portes, dont 2 500 en Grande-Bretagne) et celui du réseau Alphega Pharmacy en Europe (3 685 membres), où il est présent dans huit pays, mais aussi dans le reste du monde. En Thaïlande, le groupe a inauguré le 200^e Boots, devenant la première chaîne de pharmacie du pays. Au Moyen-Orient, son partenaire franchisé, MH Alshaya Co., compte une quarantaine de drugstores. Les ambitions internationales d'Alliance Boots valent également pour les deux autres activités : la répartition et le développement-fabrication de produits via ses entités Boots Laboratories et BCM (lire page 3). «Nous sommes numéro un de la répartition en Egypte. Nous avons 4% du marché en Chine dont 20% dans la région de Canton grâce à une joint-venture. Nous voulons y installer tous nos métiers. Nous regardons aussi vers un ou deux pays au sud du continent asiatique, déclare Ornella Barra, et nous avons lancé en janvier Boots Laboratories en Allemagne». La machine est en marche.

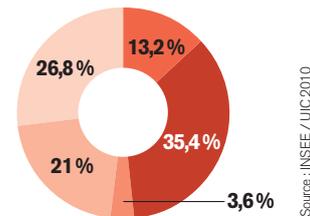
MARYLINE LE THEUF

industrie

La beauté tire la croissance de la chimie

L'Union des industries chimiques (UIC) a présenté les chiffres et les prévisions de son secteur en France pour 2011 et 2012. Les savons, parfums et produits d'entretien (qui comportent les cosmétiques et les produits de toilette) détiennent la 2^e meilleure progression parmi les différents secteurs. Remarquablement stables, ils affichent une fois de plus une année de forte croissance à environ 10% (14,1% en 2010), derrière la chimie fine pharmaceutique (plus de 50%) et contre -1,3% pour la chimie organique, par exemple. A elle seule, l'activité parfums et cosmétiques a enregistré une augmentation de 12,4% due à la demande dynamique de la part du marché intérieur et de l'export, a précisé l'UIC. En 2010, le secteur des savons, parfums et produits d'entretien représentait près de 27% de l'ensemble des ventes de la chimie, dont 23,3% pour les parfums et

LES VENTES DE L'INDUSTRIE CHIMIQUE EN FRANCE EN 2010



Source : INSEE / UIC 2010

- CHIMIE MINÉRALE
- CHIMIE ORGANIQUE
- PRODUITS PHARMACEUTIQUES
- SPÉCIALITÉS CHIMIQUES
- SAVONS, PARFUMS ET PRODUITS D'ENTRETIEN

les produits de toilette. Pour 2012, l'évolution prévisionnelle en volume du secteur des savons, parfums et produits d'entretien est estimée à 2,5%. Globalement, 2011 a été qualifiée de dynamique pour la chimie, enregistrant une croissance de la production de 5,9% (8,9% pour 2010). Le CA s'est établi à 86,7 Md€ avec une progression estimée à 13%. L'UIC table sur +1,8% en volume pour 2012, supérieure à la prévision européenne de 1,5%. A suivre...