

Nouveaux

Alphega à l'heure européenne

Alphega Pharmacie fait partie des rares enseignes à répondre à un modèle européen. Depuis peu, elle dispose d'un même concept dans les six pays où elle est présente. Ses adhérents peuvent adopter le concept par niveaux. Explications.



concepts

Alphega figure parmi les pionniers des enseignes de pharmacies. Avec un ADN centré sur « la prévention, l'éthique et le conseil » et une signature, adoptée en 2010, « Votre santé est notre priorité ». Son positionnement maintenant totalement clarifié, Alphega a mis en place en juin dernier un Programme de développement et d'accompagnement de la pharmacie (PDAP). « Nous voulons faire grandir le pharmacien dans le concept, le soutenir dans sa montée en puissance au sein du réseau », résume Laurence Bouton, directrice d'Alphega Pharmacie France. Le concept européen d'Alphega, désormais adopté par les Français, a de grandes similitudes avec le modèle jusque-là décliné dans l'Hexagone. Avec un *category management* plus poussé. Il intègre des *stickers* extérieurs et des univers organisés par code couleur, quand la hauteur sous plafond le permet. Le vert est associé au médical ; le lilas, au bébé ; l'orange, au marché vétérinaire ; et le rose, à la beauté. « Ces couleurs constituent une vraie valeur ajoutée », explique Sophie Taupin, responsable enseigne d'Alphega Pharmacie France. Elles renforcent nos valeurs de proximité, de conseil, et ajoutent à l'ambiance. »

➤ Le niveau 1

Concrètement, les officines démarrent avec un kit léger, dit de « niveau 1 » : il inclut des vitrines claires, le logo Alphega sur la porte et, à l'intérieur, des repérages simples. Ensuite, tout se passe comme pour l'obtention d'un diplôme via le cumul d'unités de valeurs (UV). Une fois l'ensemble des critères du niveau 1 adoptés, le titulaire peut passer à l'étape suivante.

➤ Le niveau 2

Il correspond à une signalétique plus marquée, des codes du concept en adhésif, des totems. La marque Alphega prend également une place plus importante : sur les sacs, sur les blouses, dans le point de vente...

➤ Le niveau 3

Il concerne l'extérieur. Il comprend une enseigne avec le nom du pharmacien, le logo Alphega et la *base line* du réseau.

➤ Le niveau 4

Aboutissement de l'aménagement complet du point de vente aux couleurs Alphega, il reprend 100 % du concept, avec à l'intérieur l'éclairage et le mobilier Alphega, des espaces de mises en avant, une zone de prévention... « Si les deux premiers niveaux sont " consommables ", les deux autres sont " amortissables " », note Laurence Bouton pour expliquer la montée en puissance de l'implication du titulaire dans le réseau. A la fin du mois d'octobre, 43 officines avaient déjà atteint le niveau 4. Et elles affichaient une croissance à deux chiffres une fois leurs nouveaux atours revêtus. Alphega compte convertir 100 officines au concept entier d'ici à un an et 200 sous trois ans. Le PDAP est en marche.

Fabienne Colin

Questions à Ornella Barra, chief executive de la division répartition pharmaceutique du groupe Alliance Boots

A ceux qui pensent qu'Alliance Healthcare développe Alphega Pharmacie pour compenser la baisse de l'activité grossiste, que répondez-vous ?

Ornella Barra : Alphega Pharmacie a été créé en France en 2001, et sa vocation première est de contribuer à l'amélioration générale de la santé, en développant le concept de pharmacie indépendante de référence. Depuis, nous avons essaimé ce concept dans de nombreux pays européens, et Alphega Pharmacy compte près de 5 000 membres, si on y ajoute l'Allemagne et les Pays-Bas. Le réseau est devenu de loin le premier et le seul réseau européen de pharmaciens indépendants. Notre objectif est de continuer à le développer et surtout de renforcer la gamme de services et d'innovations proposée aux pharmaciens.

Les réseaux d'indépendants comme Alphega Pharmacie peuvent-ils rivaliser avec les chaînes intégrées comme Boots ?

O.B. : Ce sont deux choses complètement différentes, et il ne s'agit pas de rivalité. En fait, sur les seuls marchés où les chaînes sont autorisées par les pouvoirs publics, Alphega Pharmacie et Boots peuvent être complémentaires et se rejoignent sur de nombreux points, en particulier concernant le rôle du pharmacien et la priorité accordée aux patients. C'est le cas au Royaume-Uni, où cohabitent harmonieusement les deux réseaux. Le vrai clivage oppose en réalité les supermarchés aux réseaux de pharmacies, qu'ils soient indépendants ou non.

Propos recueillis par Aude Aboucaya