

de vente



DOC. FAHRENBERGER

Privilégier la visibilité pour faciliter les ventes

Des gondoles trop nombreuses, des promotions en pagaille, voilà qui perturbe aisément le client. Les agences sont unanimes à déplorer l'influence des laboratoires pharmaceutiques qui négocient avec les pharmaciens des emplacements précis au sein de leur officine afin de promouvoir leurs produits. La clarté est la base d'une bonne signalétique. Rien n'empêche cependant de proposer différents niveaux d'information sur un même univers. « Il est possible de créer un deuxième niveau d'information en dessous du premier qui indique l'espace dans lequel le client se trouve », explique Stéphane Berry, gérant de la société Acomsan-sequivalence, agencier et spécialiste du marketing. Ce deuxième niveau peut être une zone promotionnelle et en dessous, on peut ajouter un troisième niveau, sous forme de boîte par exemple, évoquant une marque spécifique. Stéphane Berry est favorable à l'idée de modularité qui permet de créer des zones, d'enlever et d'ajouter des éléments. La signalétique doit pouvoir répondre ainsi à la saisonnalité des produits vendus en pharmacie.

Pas de préconisation particulière en revanche concernant les matières utilisées, chaque agencier a les siennes. On retrouve souvent du PVC sur lequel il est aisé de réaliser des impressions numériques, mais on trouve aussi facilement des réalisations originales. La société Spot Enseignes, par exemple, utilise de la toile tendue pour réaliser des bandeaux de 20 m rétroéclairés par leds. « Cela permet une grande qualité de l'image sur un nombre de mètres important sans avoir à agencer des morceaux de panneaux les uns à côté des autres », justifie Jean Gallois, responsable technico-commercial de la société. La question de l'éclairage est sous-jacente à la signalétique, et de plus en plus d'agenciers préconisent la led pour la mettre en valeur, le néon perdant du terrain, mais pas complètement. « Le néon est encore très utile pour les éclairages indirects, il a un angle très large que n'ont pas encore les leds », précise Jean Gallois.

Les nouvelles technologies n'ont pas trop la côte auprès des agenciers. Ils ne préconisent guère les étiquettes électroniques. Certes, les pharmacies qui s'en sont équipées en sont en général satisfaites, mais plus pour des raisons d'organisation et de gestion de stock que pour la signalétique. « Les étiquettes électroniques n'ont pas une bonne lecture d'affichage », constate Dominique Meyrat. Quant aux écrans, très répandus dans de nombreux commerces désormais, il n'est pas sûr que les clients ainsi sollicités ne soient pas distraits des autres informations que diffuse par ailleurs la pharmacie, expliquent en substance les agenciers.

> HAKIM REMILI

COMPTABILITÉ

Entretien avec PHILIPPE BECKER et CHRISTIAN NOUVEL, Fiducial

OFFICINES EN DIFFICULTÉ. Le nombre des officines faisant l'objet d'une procédure de sauvegarde ou de redressement judiciaire est resté stable en 2010, selon une étude statistique réalisée par la société Fiducial. Mais, comme l'expliquent Philippe Becker et Christian Nouvel,

les pharmacies qui connaissent de graves difficultés sont inégalement réparties sur le territoire : elles se situent plutôt en ville, en région parisienne et dans le Midi de la France.

Sauvegardes et redressements d'officines : les chiffres de 2010

LE QUOTIDIEN DU PHARMACIEN. - Vous présentez aujourd'hui une étude sur les ouvertures de procédures collectives dans les officines en 2010. Comment l'avez-vous réalisée et avec quels objectifs ?

PHILIPPE BECKER. - Nous avons repris, dans notre étude, les données issues du Bulletin des annonces civiles et commerciales (BODACC), en veillant à séparer ce qui relève du redressement judiciaire et de la procédure de sauvegarde. Pour des raisons de comparabilité, nous avons neutralisé les liquidations, qui ne sont que la suite d'un redressement judiciaire. L'objectif étant non pas de comptabiliser des événements, mais de comptabiliser le plus précisément les officines ayant de graves difficultés.

Cette étude fait ressortir un nombre de procédures à peine supérieur à ce qu'il était en 2009 (97). Est-ce à dire que le pic a été atteint dans ce domaine ?

PHILIPPE BECKER. - Les chiffres, encore provisoires, que nous présentons aujourd'hui ne permettent pas de dire si nous avons ou non atteint un pic. Il faut l'espérer, bien sûr. Tout va dépendre du rythme d'activité dans les prochains mois.

Les pharmacies de ville semblent plus touchées que les autres par les procédures collectives. Est-ce une surprise pour vous ?

CHRISTIAN NOUVEL. - Effectivement, il y a une plus forte récurrence dans les centres urbains et aussi dans certaines régions (Île-de-France et Provence-Alpes-Côte d'Azur). Les pharmacies rurales sont certes moins représentées, mais, attention : cer-



S. TOUBON

La région parisienne et le Midi de la France sont les plus touchés

taines d'entre elles doivent fermer faute de repreneur et ne figurent donc pas dans cette statistique. Concernant la région parisienne, le centre de gravité se déplace du département de Seine-Saint-Denis (93), qui était très touché en 2009, vers le centre de Paris. Concernant la région PACA, deux villes sont plus sinistrées que les autres : il s'agit de Marseille et de Nice. Enfin, les pharmacies de la Réunion sont manifestement toujours dans une situation très précaire.

Avez-vous des indications sur les causes de ces ouvertures de procédure de sauvegarde ou de redressement judiciaire en 2010 ?

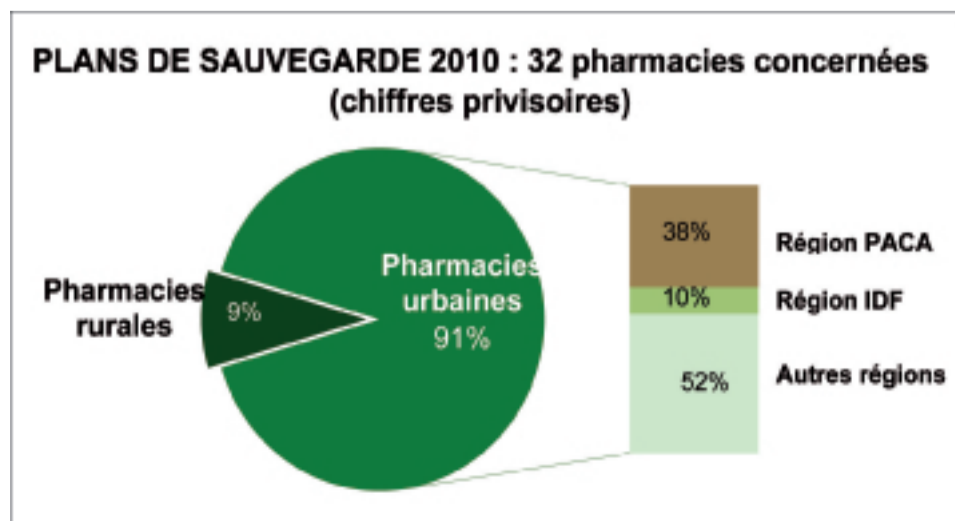
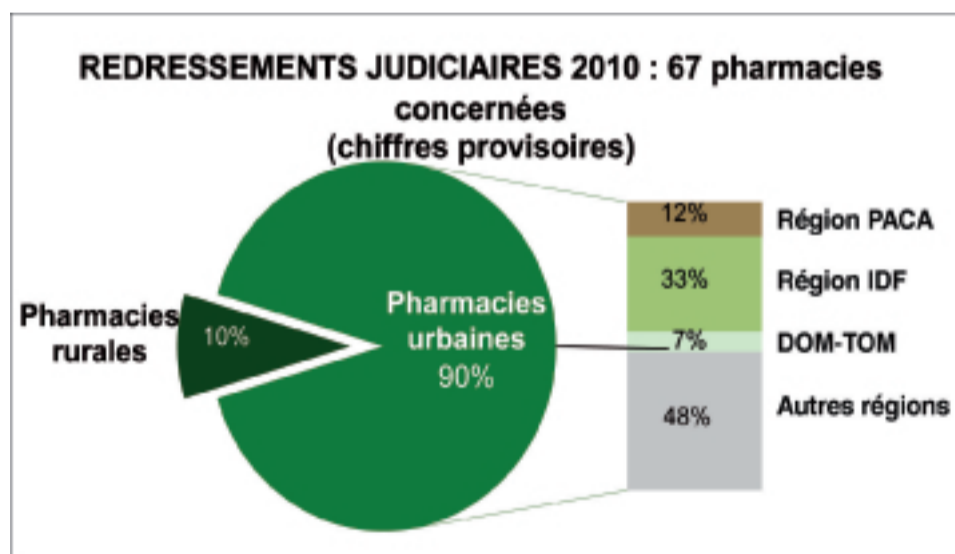
PHILIPPE BECKER. - Non, et par consé-

quent il est aujourd'hui hasardeux de conclure de manière définitive sur ce sujet. Un dépôt de bilan est en général le résultat de plusieurs causes, et touche plutôt les jeunes entreprises. Rappelons, pour mémoire, que le BODACC ne donne d'ailleurs pas la date de début d'activité. Selon les périodes et les typologies d'activité, les défaillances économiques touchent entre 1 et 1,4% des entreprises en France. Les officines tendent donc à « rattraper » la moyenne nationale sur le plan du taux de sinistralité, mais, il faut le signaler, avec des sinistres qui sont très importants du fait de l'endettement. Disons que les officines vivent dans un « écosystème » qui s'est fortement modifié depuis les trois dernières années. Cet écosystème ne peut plus faire vivre 22500 pharmacies et devient sélectif avec les plus faibles sur le plan économique. Il ne pardonne plus, comme cela pouvait être le cas auparavant, les erreurs d'appréciation telles qu'un prix d'achat trop élevé ou une progression trop faible de l'activité.

Quelle est la différence entre la procédure de sauvegarde et le redressement judiciaire ?

CHRISTIAN NOUVEL. - Dans la sauvegarde, le chef d'entreprise prend l'initiative de lancer une procédure qui vise à sauvegarder les intérêts économiques de son entreprise. La sauvegarde intervient avant que l'entreprise ne soit en cessation de paiement, et c'en est même une condition *sine qua non*. L'objectif du législateur, qui a institué ce mécanisme en 2005, était de donner une bouffée d'oxygène à l'entreprise à un moment où tout est encore possible, et en laissant au maximum les « coudées franches » au chef d'entreprise. Ainsi, pendant la période de sauvegarde, les dettes sont « gelées » afin de pouvoir présenter un plan visant à rétablir les équilibres financiers. La philosophie de cette procédure est de « prévoir plutôt que de subir ». Le redressement judiciaire, quant à lui, est la procédure dans laquelle est placé le chef d'entreprise lorsqu'il est en cessation de paiement. Elle est destinée à permettre la sauvegarde de l'entreprise, le maintien de l'activité et de l'emploi et l'apurement du passif. Elle est utilisée pour résoudre la situation d'une entreprise qui se trouve dans l'impossibilité de régler une ou plusieurs dettes à leur échéance et qui a cessé ses paiements, mais dont la situation n'est pas définitivement compromise.

> PROPOS RECUEILLIS PAR FRANÇOIS SABARLY



SOURCE BODACC