

VM LES PRESTATAIRES SERRENT LES RANGS

Face aux baisses d'effectifs annoncées dans les rangs de la branche, les prestataires se préparent à de nouveaux bouleversements. Certains resserrent les rangs tandis que d'autres se repositionnent de manière offensive. Tous déplorent les pressions exercées sur leurs prix.

JEAN-JACQUES CRISTOFARI

L'industrie pharmaceutique se prépare à vivre des années moins prospères, sans doute aussi plus tendues, qui ne devraient pas être sans effets sur leurs fournisseurs. Pour la première fois depuis longtemps, des baisses d'effectifs sont programmées dans l'Hexagone. Et elles affecteront également la visite médicale. Les chiffres évoqués ici ou là vont jusqu'à indiquer des suppressions de 3 000 postes dans les rangs des laboratoires. Certains ont déjà commencé à écrémer. D'autres s'y préparent. Depuis plus d'un an sous l'emprise d'une charte qui l'a conduite à revoir certaines modalités de son déploiement auprès du corps médical, cette activité clé du marketing pharma doit aussi se préparer aux mutations d'un marché qui s'oriente de plus en plus directement sur les produits de spécialité et de niche. L'hôpital, ses médecins et ses pharmaciens devraient à cet égard être l'objet de nouvelles attentions – et stratégies – et les visiteurs qui y opèrent bénéficier prochainement de leur propre charte. Dans ce paysage pharmaceutique qui se remodèle fortement, notamment sous la pression des autorités de santé, les sociétés de services se repositionnent également. Dernière

en date à le faire sur l'échiquier de la prestation en visite médicale, la société Repsco qui a signé le mois dernier un accord de rapprochement avec le leader européen du secteur, l'allemand Pharmexx, pour créer une holding commune sous le nom de Repsco-Pharmexx. « Cette démarche s'appuie sur la nécessaire adaptation de nos entreprises au contexte difficile que vit le marché de l'industrie pharmaceutique ainsi qu'aux besoins futurs liés aux référencements européens et internationaux », commente Thierry Puech, directeur associé chez Repsco, le jour de l'annonce du rapprochement, le 14 février dernier. Le nouvel ensemble permet ainsi aux trois entités françaises (voir encadré) regroupées de remonter en pôle position de la prestation sur le marché Hexagonal. Pour peu que ce « mecano » remette rapidement en selle le plus fragile de ses éléments : la société Cider Santé, encore en procédure de sauvegarde lors de son changement de main. Mais derrière l'allemand Pharmexx, qui consolide aussi un peu plus sa position de leader européen du secteur, se profile

un autre allemand : le grossiste répartiteur Celesio (présent à hauteur de 30 % dans Pharmexx), avec une volonté que l'on devine de s'attaquer davantage au marché de la prestation de services à l'officine, en progression constante depuis quelques temps. Après avoir vu un autre répartiteur,

Alliance Boots, se nicher solidement dans la logistique pharmaceutique du laboratoire Pfizer⁽¹⁾ au Royaume-Uni, assisterons-nous bientôt au redéploiement de son challenger

allemand sur le terrain de la prestation de services par CSO interposé ? La question est ouverte et mérite que l'on suive de près ces mouvements, pas si atypiques qu'il n'y paraît, par ces temps de « restructuration pharmaceutique ».

Les clés du succès. Le changement de « modèle » évoqué si souvent dans le cadre du redéploiement de l'industrie pharma – entendu celui de la fin des blockbusters et du « mass market » des produits de première prescription en ambulatoire – va-t-il également affecter le secteur de la VM ?

(1) Cf. « Avis de tempête dans la distribution », Pharmaceutiques de décembre 2006

Les produits de spécialité et de niche ont les faveurs du marché

►►► Les prestataires de la visite se montrent à cet égard nuancés, mais confiants. « Nous passerons le cap si nous sommes capables de réduire la voilure, de faire des économies et surtout de faire le maximum pour fidéliser encore plus nos clients », analyse Marc-Henri Boy, président de Innovex-MBO. Mais le président de l'OPPSIS⁽²⁾ qu'il est également par ailleurs, entend rester optimiste quant à l'avenir de la prestation en général. Une prestation qui concernait 15 % des forces de vente totales en début de décennie et qui atteindra 25 % des effectifs de la visite médicale en France cette année. « Les laboratoires externaliseront plus dans le futur et ils auront davantage besoin de flexibilité », note encore ce dernier. « Il faut rester vigilant, prudent, comme nous le faisons depuis 20 ans », rappelle de son côté Franck Sinabian, président du directoire de GTF, qui vient récemment de s'attaquer au marché de l'officine belge sous la bannière de GTF Belgium. « Quand on voit le poids important des charges en ressources

(2) Organisation professionnelle des prestataires de services aux industries de santé

Augmentation des appels d'offres européens

humaines dans les entreprises, l'outsourcing apporte des solutions d'ordre économique à de nombreux acteurs, notamment grâce aux contrats de professionnalisation», ajoute-t-il. Si la visite médicale demeure une affaire très nationale dans sa dimension opérationnelle, les opérateurs leaders de la prestation de services relèvent avec attention l'augmentation des appels d'offres européens par rapport auxquels ils entendent se positionner plus fortement à l'avenir. Et pour lesquels certains se sont déjà préparés. « La visite va changer à la fois dans sa façon de faire et dans sa forme. Au regard de la baisse des forces de vente dans les laboratoires, le marché se redéploiera alors en fa-

veur de la prestation externe », pronostique Pascal Cappelle, directeur général de Promedis, qui vient de passer sous la bannière de Repsco-Pharmexx. « Si le marché est en régression depuis un an et le restera en 2007, l'horizon devrait s'éclaircir en 2008 », précise pour sa part Jacques Saliba, directeur général de CL Innovation. Pour lui, il s'agit simplement de passer le cap d'une conjoncture difficile, en se mettant en conformité



Bruno Baufle, Arvem



Jacques SALIBA, CL innovation

avec les obligations définies par les industries et autorités de santé, afin de mieux se relancer le moment venu. Sans vouloir parler de « grande déprime » de la visite, Bruno Baufle,

► UN NOUVEAU GÉANT PARMIS LES CSO

Le 9 février dernier, un accord de rapprochement a été conclu entre les sociétés Repsco et Pharmexx - spécialiste de la visite externalisée en Allemagne qui détenait Cider Santé et Promedis en France - pour donner naissance à une nouvelle entité dénommée Repsco-Pharmexx et détenue majoritairement par les dirigeants de la société Repsco (à 60 % contre 40 % pour l'allemand). La nouvelle holding coiffe donc trois sociétés distinctes : Repsco Promotion (1 000 salariés), Cider Santé (400 salariés), en procédure de sauvegarde au Tribunal de Commerce de Nanterre au moment de l'opération, et Promedis (400 salariés). « Les enjeux de ce rapprochement nous permettent de proposer des solutions larges et efficaces en réponse aux industriels du médicament », indiquaient les nouveaux actionnaires à la naissance du nouvel ensemble. Le premier atout mis en avant est le fait d'apporter une « réelle

flexibilité aux organisations partenaires » ainsi que des « réponses adaptées dans le cadre des réseaux partagés par les entités concernées ». Pas question ici de compiler des réseaux de visite médicale, mais bien de faciliter la proximité opérationnelle des acteurs. Raison pour laquelle, les trois sociétés ne seront pas fusionnées dans une seule unité et resteront coiffées par une holding, en maintenant leurs effectifs. Quant à leur dénominateur commun, « le respect de la charte de la VM sur les meilleurs standards de qualité de notre industrie », il est à l'évidence le mieux partagé avec un tronc commun sur la phase de certification, dont chaque société de prestation fait désormais l'objet. La nouvelle holding sera pilotée par un comité composé de Thierry Puech (président de la holding European Pharmaceutical Promotion regroupant les sociétés Repsco, Metagogie et Ilane),

Bruno Pitel (directeur associé et directeur des ventes de EPP), Philippe Tascher (directeur général d'EPP) et Corinne Puech (directrice associée). Etre adaptable, réactif et au plus près des effectifs semblaient être les trois leitmotivs dominants à la création du nouvel ensemble qui en ordre de marche pourrait peser quelque 100 millions d'euros. Si l'allemand Georg Nagl, patron de Pharmexx, maintient ainsi sa position en France en se dégageant de la partie opérationnelle, les CSO françaises qu'il contrôle partiellement trouvent auprès de leur partenaire un point d'ancrage nouveau pour des réponses adaptées à d'éventuels appels d'offres européens. Car sur ce marché très convoité de la prestation de services, cette carte européenne compte désormais puissamment. Surtout face à des concurrents qui, tel Innovex-MBO, en ont fait depuis quelques temps déjà leur cheval de bataille.



Patrick TRENY, Promothera



Marc-Henri BOY, Innovex-MBO



Franck SINABIAN, GTF

président d'Arvem, estime que la prestation s'est mise à l'heure d'une décélération s'inscrivant dans la ligne conductrice de ce qui a été dicté par les autorités en charge du médicament. « La prestation est aussi un outil qui doit agir en amont », confie ce dernier. D'après lui, la recette pour franchir le cap est moins de faire le dos rond que d'apporter le meilleur service possible aux donneurs d'ordre en se recentrant au besoin sur de nouvelles offres de prestation. Solidement installé sur le marché de la prestation spécialisée en direction des Médecins à exercice particulier (MEP), des généralistes à fort poten-



Thierry PUECH, Repsco

tiel de clientèle aisée et des spécialistes, Patrick Treny, pdg de Promothera (qui vient d'absorber Phytocom en janvier) ne cède en rien au défaitisme et estime que l'avenir est bien à la visite externalisée. Pour peu que de gros efforts soient réalisés sur la qualité de la prestation, sur ses outils et ses résultats. « Depuis 1983, nous avons assisté à de multiples changements et il faut savoir s'adapter », commente le président pour qui la visite ciblée restera

toujours la règle et les orientations vers les spécialistes, les hospitaliers et les pharmaciens : une tendance forte du marché. « Nous allons rebondir et nous adapter aux nouvelles données du marché », ajoute, confiant, ce dernier.

Quadrature du cercle. Reste que sur le front de la prestation VM, les acteurs se livrent depuis quelques temps une véritable guerre par les prix quand ce n'est pas par moment à du dumping. « Certains sont tentés de le faire pour peu que leurs actionnaires l'acceptent.

Mais à suivre de telles pratiques, on risque de tomber dans une trappe », avertit le président de l'OPPSIS, Marc-Henri Boy. « Heureusement, tous les clients n'achètent pas « à la casse » et sont prêts à mettre le prix pour de la qualité », tempère-t-il. « Si l'on veut viser les 35 à 40 % de parts de marché de la visite, il faut apporter la preuve de la mise en place de process et organisations démontrant que notre visite est de qualité ». Pour sa part, Franck Sinabian observe que « la guerre par les prix n'est en aucun cas une volonté de

ment nombre de prestataires. Sans compter qu'il faut ensuite agir vite et que les délais de paiement sont longs. Avec des marges nettes de plus en plus faibles, cette quête de la qualité ressemble à celle du Graal. La baisse des réseaux multi-produits au profit de réseaux exclusifs et partagés peut être une issue provisoire à la crise actuelle. Mais elle ne peut être la seule. « La qualité et la quantité au

La guerre par les prix

moindre prix n'est plus possible », avance Jacques Saliba qui joue la carte de la prestation vers les équipes spécialistes en réseau exclusif (ou multi-produits) et mise sur le développe-

ment du « vacancy management ». « Nous avons un travail d'information à faire en direction de nos partenaires sur ce que peut et doit être la prestation de qualité et son suivi. Pour CL Innovation, la fidélisation et la conquête de nos futurs partenaires doit passer par cette obligation de transparence », prévoit-il. Dans cette quadrature du cercle, l'industrie est invitée à lever le pied et à donner un peu plus de mou à des partenaires qui ont fait la preuve de leur efficacité. Et qui ne voudraient pas à leur tour servir de variable d'ajustement. ■

« La qualité et la quantité au moindre prix n'est plus possible »

notre profession mais plutôt une manière de s'adapter aux fluctuations du marché ». D'autant que le modèle économique sur lequel s'est bâti cette sous-traitance est désormais mis à mal par des acheteurs qui, du côté des laboratoires de la branche, serrent résolument les coûts. Les cycles de décisions sont courts et les réponses aux appels d'offres sont souvent tardives, affir-

ment nombre de prestataires. Sans compter qu'il faut ensuite agir vite et que les délais de paiement sont longs. Avec des marges nettes de plus en plus faibles, cette quête de la qualité ressemble à celle du Graal. La baisse des réseaux multi-produits au profit de réseaux exclusifs et partagés peut être une issue provisoire à la crise actuelle. Mais elle ne peut être la seule. « La qualité et la quantité au