



## La pharmacie d'officine à l'ère du digital

Nouvelle édition 2017

L'innovation en pharmacie pour optimiser la relation patient  
et ré-enchanter l'expérience client

### Une étude pour

---

#### Comprendre les enjeux

de la transformation  
digitale pour le réseau  
officinal

---

#### Identifier

les innovations et les axes  
les plus pertinents  
de la digitalisation  
à l'officine

---

#### Comprendre les leviers et les freins

à l'adoption  
de ces innovations

---

#### Identifier

les acteurs clés  
de la transformation digitale  
à l'officine : start-up  
de la e-santé, GAFAM,  
laboratoires pharmaceutiques,  
SSII, enseignes de pharmacie...

EN PARTENARIAT AVEC

LA PHARMACIE  
*digitale*

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR

# La pharmacie d'officine à l'ère du digital

## L'OFFICINE ENTRE AVEC RETARD DANS L'ÈRE DIGITALE... ALORS QUE TOUTES LES DIMENSIONS DE SON MÉTIER PEUVENT ÊTRE POTENTIELLEMENT ASSUMÉES PAR LES NOUVEAUX ACTEURS DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

Depuis l'édition précédente de cette étude en 2015, force est de constater que la pharmacie d'officine n'a pas fait sa révolution digitale. Pourtant, le déferlement d'innovations technologiques, ainsi que l'arrivée de nouveaux entrants sur le marché de la santé - des géants comme Google, Apple, Amazon, une multitude de start-up et quelques Big Tech en recherche de diversification - laissent présager une mutation profonde de la distribution officinale.

Focalisés sur les enjeux économiques à court terme et la recherche de relais de croissance, la majorité des titulaires peinent à créer des services fidélisant qui les protégeraient de la menace d'une désintermédiation. En effet, techniquement, de nombreuses solutions digitales existantes ou en cours de développement permettraient de contourner la pharmacie pour le conseil et la distribution physique des produits de santé.

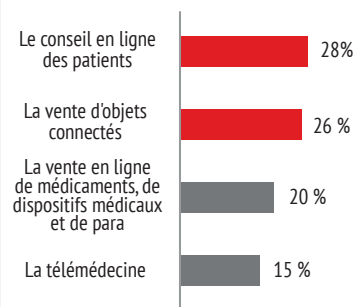
## LE DIGITAL, UNE OPPORTUNITÉ À SAISIR POUR DÉVELOPPER ET APPROFONDIR LA RELATION AVEC LES PATIENTS

Or digitaliser l'information et le suivi des patients, recommander des appli mobiles, conseiller des objets connectés « santé »... sont des activités ou des services jugées légitimes par une majorité de patients et de clients des officines. Multi-équipés, connectés, socio-nautes et cyber-consommateurs, leurs exigences se calquent sur des relations fluides créées avec les nouveaux acteurs de l'économie numérique (GAFAM et NATU). Les évolutions démographiques induisent par ailleurs de nouvelles attentes : des besoins d'accompagnement personnalisés pour les personnes âgées et leurs aidants, des parcours clients simplifiés pour les *Millennials*.

L'innovation digitale en pharmacie doit donc permettre d'enrichir l'expérience utilisateur et revaloriser le rôle du pharmacien. En s'appuyant sur une organisation optimisée, les outils numériques en pharmacie doivent faciliter le parcours patient, permettre d'entendre la voix du client, personnaliser la relation et développer les services de proximité. Autant de leviers à mettre en place de façon cohérente qui nécessitent de nouvelles compétences et des ressources en support du pharmacien.

## CHIFFRES CLÉS

Quels services ou activités digitales les pharmaciens envisagent-ils de développer dans dix ans ?

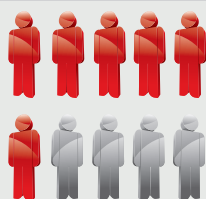


Source : Les Echos Etudes, enquête Direct Medica, 2016

## MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

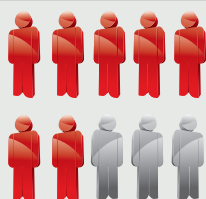
Cette étude a été réalisée à partir d'une vingtaine d'entretiens approfondis menés auprès de représentants de la profession, pharmaciens d'officine, start-up de la e-santé, éditeurs de logiciels et dirigeants d'enseignes de pharmacies.

Elle a été réalisée par Hélène Decourteix, consultante senior spécialisée en santé et digital, éditrice du blog La Pharmacie Digitale et collaboratrice régulière des Echos Etudes.



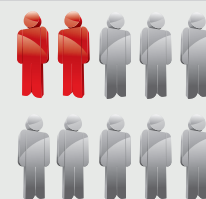
62 %

La proportion de patients intéressés par le *click & collect* d'ordonnances



73 %

La part des Français pour lesquels la santé est le domaine où il est le plus intéressant d'avoir des objets connectés



24 %

La part des Français ayant déjà acheté un médicament sur internet

# L'INNOVATION EN PHARMACIE POUR OPTIMISER LA RELATION PATIENT ET RÉ-ENCHANTER L'EXPÉRIENCE CLIENT

## 01 Synthèse opérationnelle

La pharmacie et le digital, où en est-on en 2017 ?

Le mapping des innovations digitales, la cartographie des acteurs clés de la digitalisation à l'officine

Vers un modèle centré sur le patient et la proximité client

## 02 Les enjeux de la pharmacie en 2017

L'évolution des modes de consommation

L'ère de l'omnicanal dans la distribution de détail

> Études de cas inspirants pour la pharmacie (Nespresso®, Fnac®-Darty®, Sensee®)

Les problématiques spécifiques au réseau officinal

> Chercher des relais de croissance en dehors des produits et des activités hors monopole

> S'adapter au développement de la vente en ligne, anticiper l'arrivée d'Amazon et des GMS

> Anticiper les usages et les attentes des clients/patients de demain

Santé connectée, IoT, services digitaux : qu'attendent les patients/clients des officines ?

## 03 L'officine innovante, la pharmacie de demain : solutions existantes et prospectives

Comment le digital transforme la chaîne de valeur de l'officine

La question de la data en officine

Les solutions d'optimisation du back office : commandes en ligne et achats en direct, automatisation et robotisation, sérialisation, management des équipes

L'innovation au service de l'expérience patient en pharmacie

> Les innovations au service du parcours patient : extension virtuelle de l'officine, web-to-store, e-observance, innovations au service de la coordination des soins et de l'inter-professionnalité

> La pharmacie à l'écoute des patients : e-reputation, enquête de satisfaction, prévention et coaching santé à distance, test de nouveaux usages

> La personnalisation des services : éducation thérapeutique et entretiens pharmaceutiques digitalisés, carnet de santé connecté, prolongement des services en ligne, personnalisation des produits...

> Les services de proximité : télémédecine, objets connectés santé, livraison à domicile...

## 04 La pharmacie de demain à l'ère du digital : quels modèles économiques ?

La vision des représentants ordinaires et syndicaux de la profession officinale

Les politiques publiques en faveur de la santé connectée : quels financements pour les professionnels de santé libéraux et les pharmaciens ?

Le potentiel économique des nouveaux services à l'officine

## 05 Cartographie et monographies des acteurs de la transformation digitale de l'officine

Monographies détaillées des acteurs clés de l'innovation en pharmacie

Infographie : l'écosystème des start-up citées dans l'étude



### Monographies détaillées

- Alphega Pharmacie
- Amazon
- iHealth
- Ma Pharmacie Référence
- Medappcare
- Mesoigner.fr
- Observia
- Pharmactiv
- Pharmagest
- Pharmanity
- Pharmaseek
- Umanlife
- Valwyn
- Visiomed

## PÔLE PHARMACIE-SANTÉ des Echos Etudes animé par Hélène CHARRONDIÈRE

### Les nouvelles organisations de la médecine de ville, juillet 2017

Parcours de soins, MSP et santé connectée

### Les perspectives de la distribution pharmaceutique en Europe, juin 2017

Benchmark des modèles d'organisation de la distribution de gros et de détail

### Les perspectives de la pharmacie d'officine, décembre 2016

Quels modèles de développement face aux menaces d'ubérisation du réseau officinal ?

### Le Big data dans la santé : réalités et perspectives en France, octobre 2016

Les applications et les enjeux du Big et de l'Open data pour les acteurs du système de santé français

Vous souhaitez disposer sur ce sujet d'une étude ad'hoc ou d'une analyse personnalisée ?

Une formation ou une présentation orale des résultats de cette étude auprès de vos équipes ?

Contactez notre Directeur du développement : François FLAUSINO

Tél : 01 49 53 65 18 - Email : fflausino@lesechos.fr

## NOTRE EXPERT



### Hélène CHARRONDIÈRE

Directrice du pôle  
Pharmacie-Santé

hcharrondiere@lesechos.fr

Tél. : 01 49 53 63 00

Retrouvez-la sur  

## COMMANDE DE L'ÉTUDE LA PHARMACIE D'OFFICINE À L'ÈRE DU DIGITAL

### Version PDF

- Pour 1 utilisateur\*  
3 150 € HT - 3 323,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs\*  
4 095 € HT - 4 320,23 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs\*  
4 725 € HT - 4 984,88 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs\* : Nous contacter

### Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour  
315 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Nombre d'exemplaires : \_\_\_\_\_

\*L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective.

### Personne à contacter pour l'envoi des licences et/ou papier

Nom : \_\_\_\_\_ Prénom : \_\_\_\_\_  
Fonction : \_\_\_\_\_ Société : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
Tél. : \_\_\_\_\_ E-mail : \_\_\_\_\_

### Facturation :

Société : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
Contact : \_\_\_\_\_

### Version papier

- 2 950 € HT - 3 112,25 € TTC (TVA à 5,5%)

### Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible  
seulement avec l'achat de l'étude

Code mailing : E054INTEI

### Règlement :

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47  
Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

# Les EchosÉTUDES

Service Clients - 16 rue du Quatre Septembre - 75002 Paris  
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR