

PHARMACIE 2030

Nouveaux modèles pour un commerce traditionnel

De Karin Frick et Christine Schäfer



pharmaSuisse



Schweizerischer Apothekerverband
Société Suisse des Pharmaciens
Società Svizzera dei Farmacisti

Mentions légales

Auteurs

Karin Frick et Christine Schäfer

Conseil de recherches GDI

David Bosshart, Marta Kwiatkowski, Jakub Samochowiec, Stefan Breit, Alain Egli

Révision et traduction

Syntax Traductions SA, www.syntax.ch

Mise en page / Illustration

Joppe Berlin, www.joppeberlin.de

© GDI 2020

ISBN : 978-3-7184-7125-6

Éditeur

GDI Gottlieb Duttweiler Institute
Langhaldenstrasse 21
CH-8803 Rüschlikon / Zurich
Tél. +41 44 724 61 11
info@gdi.ch
www.gdi.ch

Commandée par

pharmaSuisse
Société Suisse des Pharmaciens
Stationsstrasse 12
CH-3097 Liebefeld
Tél +41 31 978 58 58
www.pharmasuisse.org

Table des matières

2	Résumé
4	Préface de pharmaSuisse
5	Situation de départ
7	Mégatendances sur le marché de la santé
16	L'écosystème de la Pharmacie 2030
21	Les éléments constitutifs de la Pharmacie 2030
24	La Pharmacie 2030
32	Annexe: Méthode et procédé

Résumé

Des technologies nouvelles, des volumes de données croissants, des start-ups internationales aux approches de solutions innovantes et aux modèles commerciaux non conventionnels, plus de commerce en ligne, un développement continu de l'ambulatoire, une évolution des attentes des clients et actuellement, de surcroît, une pandémie: le marché de la santé et donc le secteur d'activité des pharmacies connaît de fortes mutations. En outre, ces dernières ont été accélérées par le coronavirus, qui a également accru la pression en faveur de la numérisation.

Pour rendre les changements dans l'environnement des pharmacies plus tangibles, l'institut Gottlieb Duttweiler a procédé à une analyse de marché, comparant l'offre des pharmacies actuelles à celle des commerces de détail de produits et services de santé (des détaillants importants également actifs dans le secteur de la santé) ainsi qu'à celle des start-ups. Les résultats de cette analyse ont permis de concevoir quatre éléments constitutifs de la Pharmacie 2030. La plateforme numérique est le premier point de référence en termes de santé et offre une mise en relation optimisée entre les fournisseurs et les clientes. Les commerces de détail de produits et services de santé («retail health»), qui pourraient être le second élément constitutif, priorisent avant tout les besoins de santé simples et largement répandus. Dans le troisième élément constitutif, «services», les prestations de services et leur regroupement en un paquet d'offres personnalisées sont prioritaires par rapport aux produits. Le quatrième élément constitutif, «spécialisation», poursuit une stratégie de niche en mettant l'accent sur certains diagnostics ou des groupes démographiques particuliers. Ces éléments ne s'excluent pas réciproquement mais peuvent co-exister et même en partie être combinés.

Les transformations progressives du marché de la santé montrent clairement qu'à l'avenir, une pharmacie entièrement indépendante aura du mal à sur-

vivre, et que les réseaux gagnent en importance. Ainsi, la Pharmacie 2030 ne peut pas non plus être considérée comme une entreprise solitaire. Une pharmacie est intégrée dans un écosystème complexe et dépend des autres acteurs présents dans cet écosystème: consommateurs, médecins, hôpitaux, prestataires de soins, secteur pharmaceutique, recherche, logistique, caisses-maladie, ou d'autres nouveaux outils et plateformes numériques.

Pour représenter les relations existant à l'intérieur de cet écosystème, il faut abandonner l'idée d'une chaîne de création de valeur linéaire car les méga-tendances telles que la numérisation ou la mondialisation ont causé une transformation radicale de l'ensemble du marché de la santé. Les disruptions causent la rupture de la chaîne linéaire. Les structures et les offres existantes sont dégroupées pour ensuite être reconfigurées dans de nouveaux paquets de prestations de services interconnectées. Les éléments sont réorganisés pour former un réseau de création de valeur. Il est important pour la Pharmacie 2030 de se positionner au centre de ce réseau et d'établir ainsi que d'entretenir des relations avec les autres acteurs.

Le concept de la Pharmacie 2030 doit être compris comme un réseau à plusieurs niveaux. Ces niveaux peuvent faire partie du monde physique (p. ex. infrastructure, personnes, véhicules ou médicaments) ou n'exister que virtuellement (données des clients, plateformes en ligne, données relatives à la santé ou internet des objets). À l'heure actuelle, les pharmaciens sont toujours trop attachés à leurs surfaces et à leur emplacement. La prise de conscience globale de l'ampleur de l'influence du monde virtuel exercée sur eux et de leur dépendance de ce monde fait encore défaut.

La plupart des différents niveaux décrits existent déjà aujourd'hui. La Pharmacie 2030 a pour but de les

interconnecter de manière efficace afin de réunir les besoins réels de personnes réelles avec des prestations de services numériques regroupées et mises en réseau. Ainsi, une pharmacie peut réussir même sans emplacement fixe. Certes, la nécessité de points de contact physiques ne disparaîtra pas, mais ceux-ci peuvent prendre de nouvelles formes. Alors que l'emplacement physique perd de son importance, la position dans le réseau prend une place de plus en plus prépondérante. Les relations et les coopérations avec les partenaires appropriés deviennent alors un avantage concurrentiel décisif d'une Pharmacie 2030 à plusieurs niveaux, interconnectée, mobile et organisée en réseau.

Avertissement

Pour une meilleure lisibilité, nous avons renoncé, dans la présente étude, à l'utilisation systématique de la forme masculine et féminine. La forme féminine ou masculine utilisée dans la présente étude vaut indifféremment pour tous les sexes.

Herausgeber

GDI Gottlieb Duttweiler Institute

Langhaldenstrasse 21

CH-8803 Rüschlikon/Zürich

Tel. +41 44 724 61 11

info@gdi.ch

www.gdi.ch

Im Auftrag von

pharmaSuisse

Schweizerischer Apothekerverband

Stationsstrasse 12

CH-3097 Liebefeld

Tel +41 31 978 58 58

www.pharmasuisse.org