

TRAVAUX À L'OFFICINE

Pourquoi et comment rénover ?

Une rénovation de l'officine s'envisage en général pour augmenter ou maintenir son chiffre d'affaires. Toutefois, elle sera aussi l'occasion de mieux aménager l'espace afin de permettre au pharmacien de remplir les nouvelles missions qui lui sont confiées dans le cadre de la loi HPST, et de se mettre en conformité avec la loi d'accessibilité aux personnes handicapées. Mais comment s'organise un nouvel agencement ? Quid du financement ? Faut-il rester ouvert ? Autant de questions auxquelles « le Quotidien » tente de répondre dans ce dossier.

UNE RÉNOVATION partielle ou complète de l'officine peut permettre au pharmacien de dynamiser ses ventes et d'augmenter son chiffre d'affaires... ou seulement de le maintenir, dans un contexte économique devenu peu favorable. Et c'est en général dans cet objectif économique que les officinaux envisagent de réaliser des travaux. « En effet, les marges brutes du pharmacien ont tendance à s'affaïssir, la consommation de médicaments de prescription aussi... Ce qui engendre logiquement une baisse des résultats. D'où la nécessité d'augmenter la surface de vente des produits OTC et de parapharmacie afin d'infléchir le phénomène », commente Jean-Pierre Demeiere (directeur de JCDAgencement), qui évoque que la donne a bien changé ces dernières décennies : « Auparavant les pharmaciens réalisaient des travaux uniquement pour défiscaliser, afin de diminuer leurs impôts. Ce n'est plus guère le cas aujourd'hui. »

Du relooking à la rénovation. Étant donné la baisse de résultats des pharmaciens, qui globalement ont tendance à investir moins dans leur fonds de commerce, le marché de l'agencement d'officine en subit les conséquences. « Le marché de l'agencement en France pour

les pharmacies est de l'ordre de 40 à 45 millions d'euros, avec 1400 à 1500 officines par an qui font des transformations partielles ou complètes. Mais il y a 4 ou 5 ans, c'était 2000 à 2500 officines chaque année qui étaient en travaux. Soit un tassement de 20 à 30 % du marché », analyse François Guillot, (responsable France de Th. Kohl).

De plus, les économies étant à l'ordre du jour, « la tendance va plus vers le relooking, pour dépenser un minimum, tout en rendant l'espace de vente plus agréable et plus lumineux, mais sans revoir en profondeur l'agencement de l'officine », expose Alessia Castelli, responsable communication marketing chez l'agenceur AMLab. Cela passe par une mo-

dernisation des comptoirs (habillage), un renouvellement de l'éclairage, l'ajout de mobilier complémentaire, etc.

Néanmoins, certains officinaux optent pour une rénovation totale, car ils désirent se repositionner différemment sur le marché, et créer un environnement favorable aux nouvelles missions du pharmacien, en accord avec la loi

HPST. « Ils veulent proposer des services se démarquant de la concurrence, avec des pôles dédiés aux entretiens pharmaceutiques, au maintien à domicile, et parfois même à l'accompagnement aux patients cancéreux », détaille Alessia Castelli.

> CHARLOTTE DEMARTI

→ SUITE PAGE 10

am-lab.it

AMlab

AU-DELÀ DES LIEUX COMMUNS



PHARMACIE BILGRAER - Neuilly-sur-Seine

AMlab imagine et réalise des lieux à vivre et des espaces d'achat en accompagnant le pharmacien dans chaque phase : de la conception stratégique et création d'idées à la réalisation du projet.

<p style="font-size: 1.2em; color: #0070C0;"><i>inVISION</i></p> <p style="font-size: 0.8em; color: #0070C0;">[CONSEILS STRATEGIQUES]</p> <p style="font-size: 0.8em;">Nous vous accompagnons tout au long du parcours pour valoriser votre identité et définir votre stratégie.</p>	<p style="font-size: 1.2em; color: #0070C0;"><i>inPROJECT</i></p> <p style="font-size: 0.8em; color: #0070C0;">[PROJET]</p> <p style="font-size: 0.8em;">Nous développons des projets uniques capables d'exprimer votre vision et de respecter vos attentes.</p>	<p style="font-size: 1.2em; color: #0070C0;"><i>inCONTRACT</i></p> <p style="font-size: 0.8em; color: #0070C0;">[REALISATION]</p> <p style="font-size: 0.8em;">Nous sommes votre seul interlocuteur pour la gestion de toutes les démarches d'organisation liées à la réalisation des travaux.</p>
--	--	--





AMlab FRANCE SARL - Paris FR
Tel +33 (0)1 45 74 80 82

info@am-lab.it
www.am-lab.it

AMlab SRL - Cuneo IT
Tel +39 0171 69 83 48

L'accessibilité aux personnes handicapées

Même si ce n'est pas la motivation première des pharmaciens, une rénovation sera l'occasion d'effectuer une mise en conformité avec la loi sur l'accessibilité aux personnes handicapées, qui sera obligatoire d'ici à la fin du mois de septembre 2018. Cette mise aux normes porte aussi bien sur l'aménagement intérieur de l'officine (cheminement, porte et sas, éclairage et signalétique des circulations, sanitaires, tablette de comptoir adaptées) que sur ses abords (parkings, cheminement extérieur) et son accès. Toutefois, en cas d'impossibilité de réalisation, des dérogations pourront être accordées au cas par cas par le préfet, mais elles devront être assorties de solutions de substitution (par exemple, une sonnette à hauteur de fauteuil si l'accès ne peut se faire que par des marches).

→ SUITE DE LA PAGE 9

Aussi, un nouvel agencement s'impose dans certaines conditions particulières : si l'on souhaite installer un automate, s'il existe une possibilité d'extension, ou encore lors d'un transfert ou d'un rachat de part. Pour ces travaux d'engergure, et selon les surfaces et les matériaux choisis, le budget peut varier dans une fourchette allant en général de 800 € à 1 600 € hors taxes par mètre carré, pour un aménagement intérieur, hors gros œuvre.

En moyenne, des travaux à l'officine se font tous les 9 à 11 ans. L'expérience montre que, lorsqu'ils sont bien menés, ils ont toujours des effets positifs sur le chiffre d'affaires et la marge commerciale. Les agences estiment qu'une hausse de 5 à 10 % du CA pour un relooking, et de 15 à 25 % du CA pour une rénovation plus conséquente est possible. Dans d'autres cas, les augmentations peuvent être nulles et les travaux auront permis de maintenir le chiffre d'affaires.

L'analyse financière. Mais rénover ne suffit pas : « pour que le succès soit au rendez-vous, un bon agencement doit s'accompagner d'une gestion efficace de la pharmacie, en effectuant régulièrement des rotations des produits présentés à la vente, en analysant tous les produits afin de savoir pourquoi certains se vendent mal, et en formant l'équipe aux techniques de vente », indique Alessia Castelli. Par ailleurs, le réaménagement de l'officine possède des avantages cachés : « il augmente la motivation du personnel et améliore le confort dans le travail », rapporte François Guillot. Au final, on observe une hausse de l'efficacité de l'équipe, et donc de la rentabilité. Pour une rénovation lourde, il est conseil-



Avec une bonne organisation des travaux, la pharmacie pourra rester ouverte dans la majorité des cas

lé d'établir un budget prévisionnel et de calculer le délai de retour sur investissement, c'est-à-dire le rapport entre le montant de l'investissement et les bénéfices escomptés.

Côté financement, la règle générale est de contracter un prêt bancaire. Toutefois, en ce qui concerne le mobilier, le pharmacien peut opter pour une location de longue durée, en général sur 5 à 10 ans (leasing). Mais cette location n'est possible que pour le mobilier, c'est-à-dire les meubles, le matériel informatique, ou encore les enseignes, un robot, une croix de pharmacie, voire des cloisons amovibles. « Aujourd'hui, un tiers de nos clients optent pour le leasing, qui apporte des avantages concernant la fiscalité », confie Jean-Pierre Demeyere. En effet, si les amortissements sur les travaux et les intérêts d'emprunt sont intégralement déductibles des bénéfices, on n'amortit cependant pas de la même façon un

prêt bancaire et une location financière. « Avec la location de mobilier, on récupère la TVA mensuellement, les frais de dossier sont minimes et la mensualité est comptabilisée comme une charge », explique François Guillot.

Un plan d'action. Pour l'aider dans son projet, le titulaire peut contacter un agencement qui lui proposera des plans adaptés à ses souhaits et à ses besoins. « On commence tout d'abord par prendre connaissance de la stratégie que souhaite adopter le pharmacien, autrement dit ce qu'il voudrait développer : créer un rayon orthopédie, de maintien à domicile, entrer de nouvelles gammes de parapharmacie... Ensuite, on effectue une étude de marché et de la concurrence afin de mieux appréhender l'environnement dans lequel se situe l'officine », avance Jean-Pierre Demeyere. En effet, le projet ne sera pas le même si la

concurrence alentour est rude (proximité d'une parapharmacie, etc.), ou si l'environnement est amené à croître (nouveaux logements) ou décroître. Une fois ces paramètres estimés, il reste à conjuguer la volonté du pharmacien et des possibilités du marché local, tout en analysant la situation actuelle de l'agencement de l'officine. Tous les points faibles de l'officine seront passés au crible : meubles désuets, mal positionnés, lumière, circulation.

Une fois ces éléments définis, l'agencement pourra réaliser un ou plusieurs projets en respectant l'enveloppe budgétaire. Tout en sachant que certains points incontestables.

Tout d'abord, le poste éclairage, qui peut atteindre 20 % du budget total d'une rénovation. Car sans un bon éclairage, le consommateur aura l'impression d'être dans un endroit vétuste et n'aura pas envie d'acheter, même si les produits sont nouveaux.

Les autorisations administratives, case incontournable

Suivant la nature des travaux réalisés, il faudra demander certaines autorisations : aux services de l'urbanisme (pour un permis de construire, une demande préalable de travaux en fonction de la superficie concernée, un permis de démolir), à la copropriété ou au propriétaire, à la voirie en cas de besoin d'autorisations de stationnement pour des camions, de détourner la circulation des piétons à cause d'un échafaudage, etc. Ou encore, si la pharmacie se situe dans une zone classée, il faudra demander une autorisation préalable au service départemental de l'architecture et du patrimoine. « Un projet classique prend en général deux mois d'instruction. Et on ajoutera trois mois s'il faut demander une autorisation aux monuments historiques. Pour un transfert, les choses sont plus longues : il faut obtenir d'abord un permis de construire ou bail commercial, puis déposer un dossier auprès de l'ARS ; une instruction qui prend en général de quatre à six mois », développe François Guillot [responsable France de Th. Kohl].

PHARIE

Ensuite, le plan de circulation est fondamental, puis la signalétique. Ces deux éléments permettent au client de cheminer dans la pharmacie en découvrant les produits disponibles, et de se repérer en fonction des rayons.

Cahier des charges et rétroplanning.

Étape suivante : l'agencement présente un cahier des charges qui se devra d'être précis, avec un rétroplanning des travaux : « nous partons de la date de livraison du mobilier pour définir toutes les autres tâches à réaliser et, enfin, définir la date de début des travaux », indique Jean-Pierre Demeyere. Toutes les étapes devront être consignées dans ce planning, notamment si une fermeture est envisagée (en indiquant combien de jours, quels jours). Les pharmaciens redoutent toujours une fermeture qui, dans certains cas, est inévitable, notamment pour les petites officines car il est alors difficile de délimiter une zone de travaux et une zone pour la clientèle. Ou encore, lorsque des travaux de gros œuvre sont entrepris : abatement de murs porteurs, création de mezzanine, ouverture de la façade, implantation d'un robot... La pharmacie peut alors être fermée sur une courte durée, le temps de la réalisation des travaux. « Parfois même, elle peut être provisoirement décalquée dans un local voisin, voire dans une maison mobile pour plus de confort », indique François Guillot. « Toutefois, avec une bonne organisation des travaux, la pharmacie pourra rester ouverte dans la majorité des cas », estime Alessia Castelli. L'importance alors sera de veiller, pour des questions de sécurité, à bien séparer les espaces dédiés aux travaux, à la clientèle et à l'équipe officinale, en installant par exemple des panneaux de bois. Et pour que tout se passe bien, il importe enfin d'informer la clientèle, en affichant des plans et les dates des différentes étapes de réalisation. Des clients informés sont toujours plus rassurés.

> C. D.

TROIS QUESTIONS À...

Xavier Desmas, président de la Commission de l'exercice professionnel au Conseil national de l'Ordre des pharmaciens

LE QUOTIDIEN DU PHARMACIEN. - Le pharmacien doit-il faire une déclaration à l'Ordre des pharmaciens lorsqu'il envisage de réaliser des travaux à l'officine ?

XAVIER DESMAS. - Ce n'est pas à l'Ordre, mais à l'agence régionale de santé (ARS) que le ou les titulaires sont tenus de faire une déclaration, et seulement en cas de « modification substantielle des locaux à l'officine », selon le Code de la santé publique.



Cette déclaration doit se faire auprès du Directeur général de l'ARS, et du conseil compétent de l'ordre.

Toutefois, tout le problème réside à définir cette notion de « modification substantielle », personne n'en connaît exactement le contour. C'est un peu comme la notion de tact et mesure, sa définition reste du domaine de l'appréciation. Le plus simple est donc, en cas de doute, de se rapprocher de son ARS pour demander conseil...

Comment concilier au mieux agencement de l'officine, les nouvelles missions du pharmacien, et la déontologie ?

Plusieurs points sont primordiaux lorsque l'on repense l'agencement de la phar-

macie : les espaces de confidentialité qui sont incontournables pour mener à bien les nouvelles missions du pharmacien : éducation thérapeutique sur les AVK, bientôt sur l'asthme, voire vaccination à l'officine qui ne se fera pas sans formation ni espace dédié... Aussi, on songera à installer des locaux pour l'orthopédie, un point d'eau pour les dépistages et les soins de premier secours, etc. Mais c'est surtout sur la confidentialité globale, c'est-à-dire au comptoir, que les efforts du pharmacien doivent porter. Elle peut se matérialiser par des plots séparés, des présentoirs faisant barrière, une limite marquée au sol afin de respecter une zone de confidentialité visuelle et auditive... Chaque cas - particulier - doit être pensé en ce sens. D'autant plus si l'on veut avoir des arguments face à la grande distribution qui convoite le marché du médicament.

De même, cette image de professionnel de santé incontestable doit être mise en valeur au niveau des vitrines, qui ne doivent plus se laisser envahir par des offres commerciales. Il nous faut tendre vers des vitrines qui informent le public sur les services offerts en pharmacie, et des messages de santé publique. Une vitrophonie indiquant « Accueil, écoute, conseil, médicaments, santé, nature et bien être, orthopédie, contention », en fonction des spécialisations de l'officine

en question suffisent. Une autre vitrine pourra être dédiée à des messages de prévention ou d'éducation sanitaire.

Enfin, mon dernier cheval de bataille est le respect de la croix verte. Cette croix verte est un modèle déposé qui ne peut être utilisé que par les pharmaciens. Alors que ce n'est pas le cas des croix jaunes, bleues, violettes, etc. qui peuvent être utilisées par tous.

Il est donc important que les pharmaciens soient signalisés extérieurement par une croix verte, et non par une croix fantaisiste qui, elles, seront peut-être un jour utilisées par des non professionnels de santé. Alors que la croix verte restera toujours notre signe distinctif.

L'Ordre est-il amené à porter devant la chambre disciplinaire des affaires concernant des problèmes d'agencement de l'officine ?

Oui, ces affaires sont en général transmises par le directeur de l'ARS à la suite d'une inspection. Elles ne sont pas nombreuses, sans toutefois être rares. Elles concernent principalement le non-respect de l'interdiction d'accès du grand public au médicament, ou des problèmes de propriété, de vétusté, de désordre. Ou encore, le non-respect de la chaîne du froid, avec des réfrigérateurs destinés autant au stockage des médicaments que des sandwichs du midi.

> PROPOS RECUEILLIS PAR C. D.