

Les acteurs

Pharmacies

Medi-Market franchise ses pharmacies

■ Le groupe belge y gagnera des indépendants enthousiastes mais également un vrai potentiel d'expansion.

L'enseigne de pharmacies et parapharmacies Medi-Market avait déjà bousculé le marché à sa création, fin 2014, en appliquant à sa première officine les recettes de la distribution: grande surface, rayonnages alignés, nombreuses références et prix discount. Elle réitère l'exploit aujourd'hui en se lançant dans une formule de franchise. L'objectif est d'essayer de profiter des avantages d'un groupe et de l'énergie d'un indépendant. "Le meilleur des deux mondes", souligne Olivier Laporta, responsable Pharma chez Medi-Market. L'ensemble du réseau de pharmacies (25 actuellement) pourrait ainsi être proposé à des indépendants même si ce n'est pas une obligation ou une fin en soi. Le groupe veut y aller progressivement et gardera de toute façon plusieurs officines en propre, que ce soit pour le site web ou "pour garder le feeling du marché, ajoute-t-il, sentir les tendances, tester de nouvelles choses".

L'annonce a d'abord été faite aux titulaires salariés de ses pharmacies. Qui mieux qu'eux peuvent évaluer l'intérêt qu'ils auraient à se lancer sur les routes de l'indépendance? "Ils ont une longueur d'avance, car on les connaît et ils connaissent la pharmacie. Ils pourraient passer le cap d'autant plus facilement que ce n'est pas un contrat de franchise classique que nous proposons, mais une franchise en location-gérance." Le franchiseur prend en effet à sa charge le gros des investissements (loyer, mobilier, robot, laboratoire...) et offre sa force de frappe en matière d'achats et de marketing. Le franchiseé investit dans son stock et dans la gestion des ressources humaines, puisque le personnel deviendra le sien, et paye une location au prorata du chiffre d'affaires généré.

Deux ou trois franchises d'ici la fin de l'année

"On va se donner le temps d'accompagner nos titulaires candidats, détaille Olivier Laporta. De manière humaine, avec des garanties. On espère compter sur deux ou trois franchises d'ici la fin de l'année qui feront boucle de neige. On est conscients que la formule ne conviendra pas à tous, aux phar-



Olivier Laporta
Responsable
business unit Pharmacie
chez Medi-Market

maciens comme au reste du staff. Et on trouvera des solutions."

En parallèle, un contrat de franchise du même type ou classique sera proposé à des pharmaciens externes. Pour reprendre une pharmacie Medi-Market dont le titulaire ne se sentirait pas une âme d'indépendant, pour en tenir une créée par le groupe, voire pour rejoindre l'enseigne avec leur propre officine ou leur licence d'exploitation en espérant profiter de meilleures marges et d'une plus forte croissance. "Il s'agira d'une offre à la carte dans laquelle ils pourront piocher en fonction de ce qu'ils ont déjà ou pas: une localisation ou un changement de localisation, la reprise d'un fonds de commerce, le nom de l'enseigne, l'accès à la plateforme logistique, le paiement du loyer et des charges, etc.", ajoute Olivier Laporta. Car ce qui arrête nombre de jeunes candidats pharmaciens, c'est l'ampleur de l'investissement sur fond de diminution des marges. D'ores et déjà il y a, de la part de titulaires salariés et de pharmaciens indépendants, des marques d'intérêt et même de véritables candidatures.

Pas d'interdit sur la parapharmacie

Le groupe ne cache pas, bien entendu, que la franchise (sous la forme de location-gérance ou en formule classique, comme c'est d'ailleurs déjà le cas pour trois pharmacies de la chaîne) lui permettra de grandir. Quand bien même continuera-t-il à ouvrir lui-même de nouveaux points de vente. Quatre s'ajouteront d'ailleurs au réseau avant la fin de l'année: deux en région liégeoise, une à Nivelles et une à Mons. "Peut-être en propre, peut-être en franchise", sourit Olivier Laporta.

Mais c'est aussi pour alléger son payroll que Medi-Market se lance dans la franchise. "Cela permettra de réduire et de mieux maîtriser les frais de salaires pour le groupe", reconnaît-il, ceux du personnel des pharmacies étant plus lourds que ceux des parapharmacies.

Ces dernières (et Medi-Market en compte 51, dont 22 contiguës aux pharmacies) ne sont d'ailleurs pas visées par le modèle. Ce qui n'empêchera pas les pharmacies franchisées de proposer des articles de parapharmacie (cosmétiques, compléments alimentaires...). "Elles le font déjà, avec les mêmes articles ou avec d'autres marques, et continueront à le faire", conclut Olivier Laporta. Il faut dire que la parapharmacie représente en moyenne 35 % du chiffre d'affaires des pharmacies Medi-Market contre 12 % pour les autres pharmacies du pays.

Charlotte Mikolajczak

ART ET MOBILITÉ ÉLECTRIQUE Ydra lance un scooter branché sur l'œuvre de Jean-Michel Folon



La marque de scooters électriques belge Ydra vient de lancer une série limitée de son modèle Retro au look classique des vieilles Vespa. Il s'agit d'une série inspirée de l'œuvre de l'artiste bruxellois Jean-Michel Folon, réalisée en collaboration avec la Fondation Folon. L'inspiration de ce très beau scooter vient d'une œuvre datant de 1972, intitulée *La double vue*. On y retrouve le mystérieux personnage de Folon, avec son chapeau, ses lunettes rouges sur un fond de bleus intenses. Les responsables de Ydra ont profité de l'exposition Folon en cours sur le site de l'Abbaye de Villers-la-Ville pour y effectuer une présentation du premier numéro de cette série, et des photos que l'on peut retrouver sur le site de la marque <https://www.ydra.eu/fr/>. Une manière de donner une visibilité à cette nouvelle marque. Reste à déterminer si ce petit engin qui atteint sans bruit les 45 km/h (gare aux zones 30 km/h!) deviendra un utilitaire élégant, ou une pièce de collection. La réservation se fait sur un dépôt initial de 1 000 euros, pour un prix final total de 4 895 euros, taxes comprises.

P.V.C.