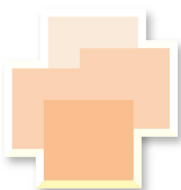


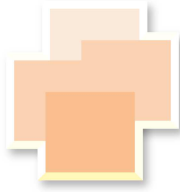


CHETOCHINE
CONSULTING GROUP

**La fin du monde non, la réalité des
nouveaux challenges oui !**

**Bilan 2011 et perspectives 2012 des
formations dans l'industrie
pharmaceutique et la santé**





Introduction

Chetochine Consulting Group est un groupe de conseil, spécialisé, dans le secteur de l'industrie pharmaceutique et de la santé.

Depuis 1967, nous avons coopéré, conseillé, et formé, des centaines de sociétés de l'industrie pharmaceutique, et des milliers de managers et de délégués dans le monde.

Nous croyons fortement en notre engagement et nos méthodes et dans la force de la relation avec nos clients. Nous souhaitons partager avec vous notre vision et nos axes de solutions pour l'industrie pharmaceutique en France et dans tous les pays pour l'année 2012.

Bonne lecture, et surtout, nous vous souhaitons une très bonne année 2012!

Sincèrement,



Vladimir
Chetochine

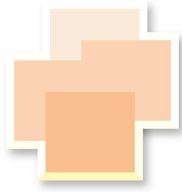
Françoise
Chetochine

Fabien
Dumas

Chef de
Projet

General
Manager

Directeur de
la formation



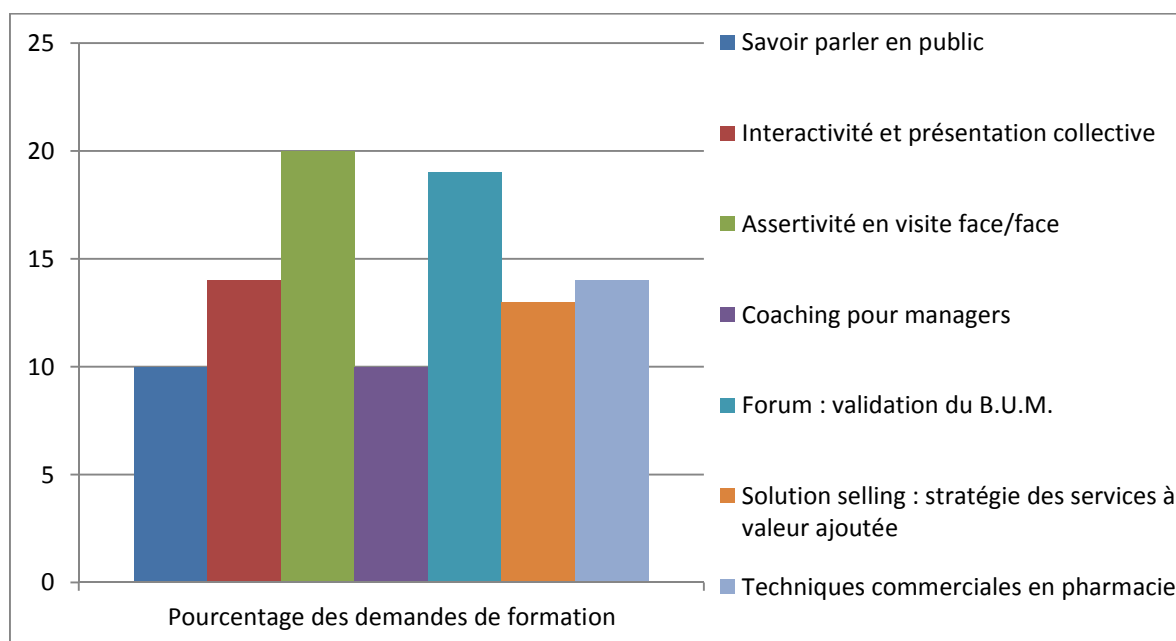
Sommaire

Bilan France 2011.....	4
Bilan International 2011.....	5
Challenges France 2012.....	6
Challenges International 2012.....	7
Solutions Chetochine pour 2012.....	9



Bilan des demandes de formation en France pour l'année 2011

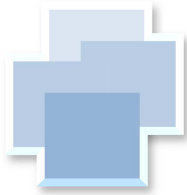
Demands de formations en France pour 2011



À travers nos observations, nous pouvons voir une demande forte de l'industrie pour des formations sur des thèmes de communication. Les formations sur « savoir parler en public », « Interactivité et présentation collective », ou « animer une réunion professionnelle » sont en hausse par rapport à d'autres années. Pour nous, le message est clair : Il est primordial pour les managers, autant que pour les délégués de s'adapter aux nouvelles orientations de la visite médicale en ville, en pharmacie, à l'évolution croissante et au changement de régulation à l'hôpital.

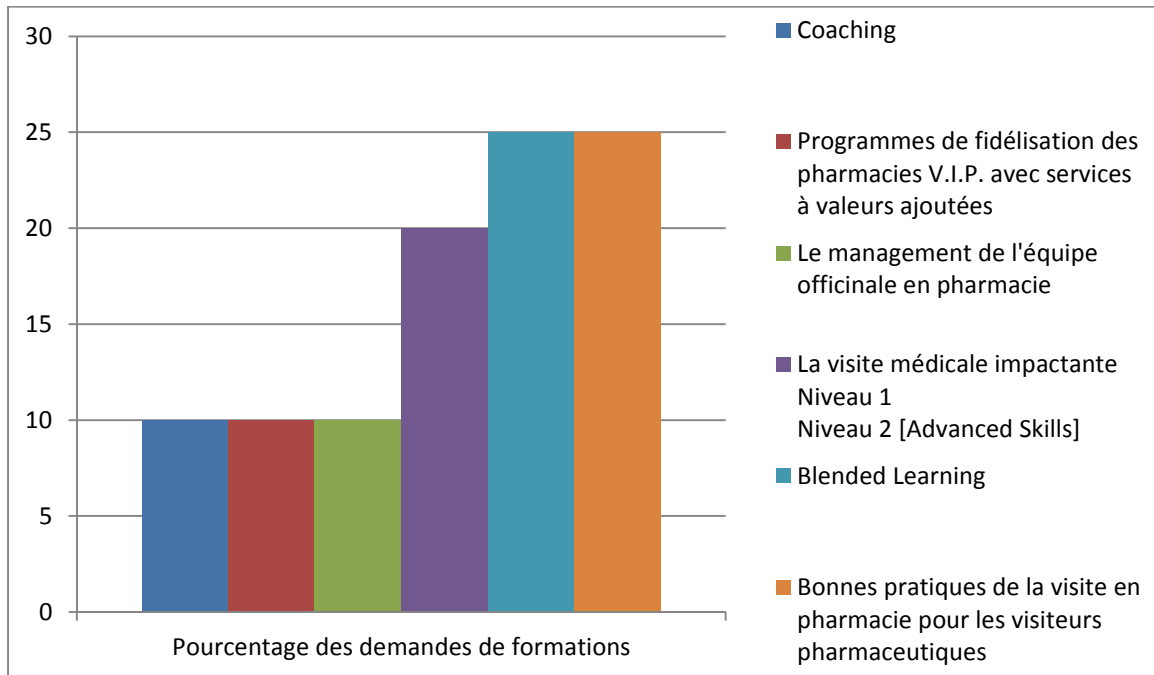
Les formations portant sur les thèmes « Forum : validation du B.U.M. », « Assertivité en visite face/face » correspondent à l'exigence croissante de professionnalisme et de développement des soft-skills des équipes.

Les formations portant sur les techniques commerciales en pharmacie sont en hausse par rapport aux années précédentes. Il existe un nouveau besoin pour former les délégués médicaux qui passent en pharmacie, ce qui confirme le nouveau rôle de la pharmacie.



Bilan des demandes de formation à l'échelle Internationale pour l'année 2011

Demandes de formations Internationale pour 2011



Notre division Internationale qui opère, entre autre, au Brésil, Mexique, Canada, Algérie, Tunisie, Maroc, Russie, Grèce, Espagne, récolte énormément d'information sur les attitudes des marchés émergents, mais établis.

Les formations portant sur des techniques de ventes de type « Visite médicale impactante, Niveau 1 et Niveau 2 [Advanced Skills] », « Bonne pratiques en visite pharmacie » reflètent les besoins de l'industrie pharmaceutique dans ces marchés.

Les formations portant sur des techniques de management comme « Programmes de fidélisation des pharmacies V.I.P. avec services à valeurs ajoutées », « Management de l'équipe officinale en pharmacie » sont en hausse par rapport aux autres années, ce qui démontre un fort développement des demandes sur le pharmacien, acteur crucial de la santé sur le pôle de l'équipe officinale dans le développement de la demande client.



Prévisions des challenges en France pour 2012

1. La crise économique

D'après un rapport de l'INSEE du 16 Décembre 2011 « L'indicateur du climat des affaires en France [...] perd 1 point entre novembre et décembre. Il se situe désormais à 92 points, toujours significativement en dessous de sa moyenne [...] »¹.

La crise, qui persiste maintenant depuis 2008, n'est pas encore terminée et risque de continuer jusqu'en fin 2012. Qui dit crise dit climat morose, consommateurs peureux voir non-existants, chiffres d'affaires réduits, bref, des conditions moins que propice.

2. Le climat médiatique et politique

L'assemblée Nationale a adopté, le 20 Décembre, le projet de loi N°3714 intitulé « Projet de Loi relatif au renforcement de la sécurité sanitaire du médicament et des produits de santé. »²

Dans un sondage IFOP³, 72% des Français pensent « qu'il faudrait faire contribuer financièrement les industries pharmaceutiques » en tant que solution pour le financement du système des soins.

3. La nouvelle réalité du « patient consommateur »

Une enquête réalisée par IPSOS public affairs sur les conséquences des usages d'internet sur les relations patients – médecin⁴, montre que 89% des patients obtiennent leurs informations dans le domaine de la santé chez leurs médecins, 64% sur internet, et 63% chez leurs pharmaciens. Parmi ces sources, les patients font confiance aux médecins à 90%, au pharmacien à 40%, et à internet à 17%.



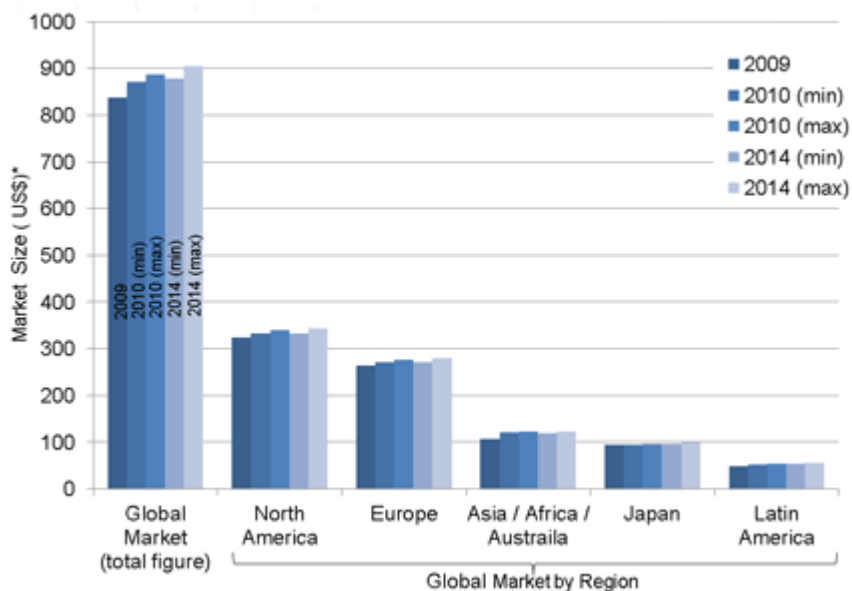
Prévisions des challenges à l'échelle Internationale pour 2012

1. La crise économique

D'après un rapport des Nations Unies sur la situation économique mondiale et perspectives 2012, « La croissance économique mondiale a commencé à décélérer sur un large front à la mi-2011 et cette croissance lente devrait se poursuivre en 2012 et 2013. Les Nations Unies estiment la croissance du produit mondial brut (PMB) à 2,8 pour cent en 2011, et ses prévisions de base des projets de croissance de 2,6 pour cent pour 2012 et 3,2 pour cent pour 2013, qui reste inférieur au rythme d'avant la crise de la croissance mondiale »⁵.

Malgré cette crise, d'après une l'étude « IMS Health World Review Analyst 2010 »⁶ de IMS, les prévisions de croissance de l'industrie pharmaceutique sont favorables dans le futur.

Figure 2 – Global pharmaceutical market forecast, 2009-2014



2. Le climat médiatique et politique

Plusieurs Gouvernements dans le monde changent leurs règles sur l'industrie pharmaceutique. Aux U.S.A., nous avons le « Physician Payment Sunshine Provisions »⁷, L'union Européen a des règles de plus en plus précises sur la pharmacovigilance⁸.

L'opinion publique sur l'industrie pharmaceutique n'est pas au meilleur, dans une étude de Harris Poll Interactive⁹, 8% de la population fait confiance à l'industrie pharmaceutique, soit une dégradation de 3% comparé à l'année précédente.

3. La nouvelle réalité du « patient consommateur »

Une enquête réalisée par Think Health avec Google¹⁰ montre que 65% des patients aux USA recherchent des informations sur les maladies via internet, contre 53% avec leurs médecins, et 28% avec leurs pharmaciens. Dans cette même étude, 75% des patients font des recherches sur leurs symptômes sur internet, avant d'en parler avec leurs médecins.



Quelles Solutions Chetochine pour 2012

Prenant en compte les trois challenges en France comme à l'International pour 2012, une situation «économique faible », un climat médiatique et politique moins que satisfaisant, et un patient hyper informé, voici quelques axes de solutions que Chetochine propose pour 2012.

Solutions pour les laboratoires

Un Laboratoire doit pouvoir compter sur ses managers, ils doivent pouvoir coacher, avoir un leadership exemplaire, et avoir des équipes qui fonctionnent en synergie avec les attentes du laboratoire et les contraintes de l'environnement. Nos formations de **coaching**, de **leadership situationnel** et d'**assertivité** sont des outils majeurs pour évaluer et mettre en place un dispositif solide pour que les D.R.s, managers, développent leur potentiel et compétences. Le marketing et les chefs de produit ont besoin de développer des supports de présentation adaptés à la nouvelle réglementation.

Le **Blended Learning**, notre nouvel outil de formation, allie les nouvelles technologies de pédagogie des adultes à notre savoir-faire, en termes de formation.

Le blended Learning a trois atouts majeurs :

- Premièrement, notre plateforme, développée par Actando, permet aux délégués de suivre une formation continue intense et riche en simulations sur la communication en visite médicale, la visite en pharmacie impactante, et d'autres thèmes à venir en 2012.
- Deuxièmement un rapport coût/bénéfice très favorable, pour chaque journée de formation, les laboratoires font venir des délégués de toutes parts de la France (ou le pays concerné), ce qui coûte en frais de déplacement, frais d'hébergement, frais associés aux délégués hors du terrain, etc... Ces frais sont souvent plus coûteux que la formation elle-même. Grace à notre plateforme et notre pédagogie, nous

permettons aux laboratoires d'optimiser le développement des compétences des délégués, tout en favorisant l'optimisation des coûts, liés à cette formation.

- Troisièmement, Notre approche du **Blended Learning** s'appuie sur l'engagement des managers de proximité dans la formation et le suivi des équipes grâce à notre **cocKPIt (Key Performance Indicators)**. Ce **cocKPIt**, unique dans l'industrie, permet le suivi des délégués en temps réel, identifiants les points forts, les points faibles de chaque délégué, pour une optimisation des réseaux.

Solutions pour les managers

Les managers doivent avoir des équipes soudées, performantes, et assertives pour que les informations sur les produits et les services se transmettent au mieux et dans une atmosphère éthique et transparente. Nos formations telles que **les forums : validation du B.U.M., Interactivité et présentation collective, la visite médicale assertive**, sont les meilleurs moyens d'évaluer et de valider la qualité professionnelle des réseaux.

Solutions pour les pharmaciens et équipes officinales

Face à la nouvelle réalité du patient, les médecins sont confrontés à des patients hyperinformés, ce qui ne veut pas toujours dire bien informés. Les pharmaciens prennent un rôle plus important dans la vie du patient.

Il est nécessaire pour les pharmacies que les pharmaciens préparateurs, et l'équipe officinale soit toujours performants au niveau de l'accueil, du conseil, du merchandising, du management du patient. **Notre gamme de formations sur le bon fonctionnement et le développement de l'équipe officinale** contribue à la recherche d'une optimisation du panier moyen du patient, d'un meilleur flux de patients, et d'une meilleure prise en charge des besoins du patient.



1. <http://www.insee.fr/fr/themes/info-rapide.asp?id=105&date=20111216>
2. <http://www.assemblee-nationale.fr/13/projets/pl3714.asp>
3. http://www.ifop.com/media/poll/1646-1-study_file.pdf
4. Ipsos Public Affair – Les conséquences des usages d’internet sur les relations patients-médecin – Avril 2010
5. http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp_current/2012wesp_pr_fr.pdf
6. <http://www.abpi.org.uk/industry-info/knowledge-hub/global-industry/Pages/industry-market-.aspx#fig1>
7. <http://www.evaluatepharma.com/Universal/View.aspx?type=Story&id=269439>
8. http://www.google.fr/url?sa=t&rct=j&q=health-related%20activities%20conducted%20online%202010&source=web&cd=5&ved=0CEkQFjAE&url=http%3A%2F%2Fwww.thinkwithgoogle.com%2Finsights%2Fuploads%2F23612%2F&ei=x2TwTvL2C8Tk4QSP2czTAQ&usg=AFQjCNFMlJD2AT68ucmenCn6kr_I noGwHg&sig2=kXltZ0U6ibXXJ6inoW-RgQ&cad=rja

