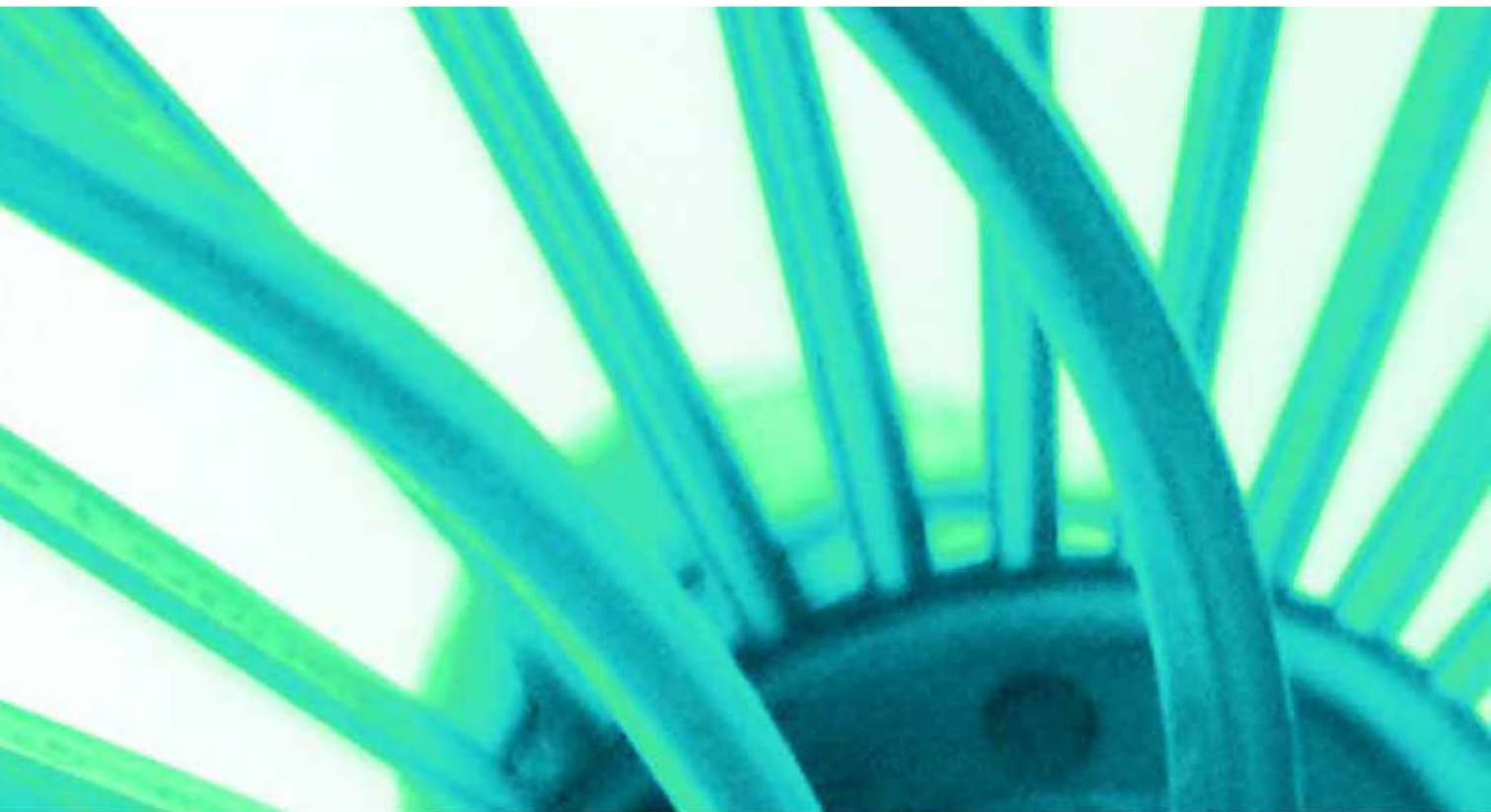


φαρμακευτικό
marketing

Τριμηνιαία Ενημερωτική Έκδοση της Ελληνικής Εταιρίας Φαρμακευτικού Marketing



ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΗΜΕΡΙΔΑ ΕΕΦαΜ σελ. 24

Από την Κατανόηση των Πελατών μας στην Επικοινωνία μαζί τους

#25





Αλυσίδες φαρμακείων ΣΥΝΤΟΜΑ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



Στο στόχαστρο μεγάλων
φαρμακοβιομηχανών, αλλά και
λιανεμπόρων καλλυντικών
βρίσκεται η γοργά αναπτυσσόμε-
νη αγορά των φαρμακείων.
Πρόκειται για αγορά-φιλέτο με
τζιρο που αγγίζει τα 10 δις ευρώ το
χρόνο και αναπτύσσεται με
διψήφιους ρυθμούς οι οποίοι
κυμαίνονται γύρω στο 10% με 12%.
Μάλιστα, τα φαρμακεία κερδίζουν
συνεχώς περισσότερους πελάτες
για καλλυντικά, με αποτέλεσμα η
αγορά τους να βαίνει συνεχώς
ανοδικά, τάση που εκτιμάται ότι
θα αυξηθεί άρδην τα
επόμενα χρόνια.

Παρ' ότι το θεσμικό πλαίσιο
εμποδίζει ακόμη την είσοδο
εταιρειών στο χώρο της λιανικής
πώλησης των φαρμάκων, μεγάλοι
παίκτες από το χώρο λαμβάνουν
θέσεις και ετοιμάζονται για τις
επόμενες κινήσεις. Άλλωστε,
η Ελλάδα βρίσκεται, όπως άλλω-
στε και οι υπόλοιπες χώρες της
Ευρωπαϊκής Ένωσης, προ των
πυλών της απελευθέρωσης των
επονομαζόμενων κλειστών
επαγγελμάτων. Η σχετική οδηγία
θα πρέπει να εφαρμοστεί το
αργότερο μέχρι το 2011, ενώ το
ζήτημα της απελευθέρωσης της
αγοράς των φαρμακείων, σύμφω-
να με πληροφορίες, έχει ήδη
θεθεί στο τραπέζι των συζητήσεων
μεταξύ του υπουργείου Υγείας
και των αρμόδιων φορέων.

«Ομπρέλες» - δίκτυα

Εν όψει των κυοφορούμενων αλλαγών, τα
φαρμακεία «συνασπίζονται» γύρω από
δίκτυα, τα οποία αποτελούν πολυμετοχικές
εταιρείες. Πρόκειται υπό μια έννοια για
«ομπρέλες» κάτω από τις οποίες συνενώνο-
νται φαρμακοποιοί, διατηρώντας ταυτόχρονα
την ιδιοκτησιακή τους ανεξαρτησία. Σήμερα
λειτουργούν τέσσερα τέτοια δίκτυα συγκε-
ντρώνοντας, όμως, μόνο γύρω στα 300 φαρ-
μακεία από 10.000, που λειτουργούν στη
χώρα υπό τις επωνυμίες Active Health,
Advance, Pharmaxis, Pharmaplus. Πρόκειται
για τάση που αναμένεται, σύμφωνα με τους
ίδιους τους φαρμακοποιούς, να ενισχυθεί
μελλοντικά, εν όψει των αλλαγών που αναμέ-
νεται να δρομοποιηθούν. Άλλωστε, τα
δίκτυα αυτά θα μπορούσαν ενδεχομένως να
μετασχηματιστούν σταδιακά σε επώνυμες
αθυσίδες φαρμακείων.

Καλλυντικά και φάρμακα

Προς την κατεύθυνση αυτή, της δημιουργίας
δηλαδή αθυσίδων φαρμακείων, επιδιώκουν
να κινηθούν εταιρείες από τον χώρο των καλλυ-
πτικών και των φαρμάκων, εφόσον απε-
λευθερωθεί η αγορά. Ανάμεσά τους, σύμφω-
να με παράγοντες της αγοράς, βρίσκονται οι
δύο μεγαλύτεροι παίκτες στο χώρο της λιανι-
κής πώλησης καλλυντικών, ο όμιλος των
αδελφών Χάντου και ο όμιλος Μαρινόπου-
λου. Όπως χαρακτηριστικά επισημαίνουν στε-
λέχη του χώρου, το εκτενές δίκτυο των κατα-
στημάτων Hondos Center, αλλά και το προ-
φίλ τους αποτελούν πλεονέκτημα στην προ-
κειμένη περίπτωση και διευκολύνουν την
τοποθέτηση φαρμάκων και παραφαρμακευτι-
κών προϊόντων στα ράφια τους. Άλλωστε,
στα Hondos Center πωλούνται ήδη εξειδικευ-
μένα καλλυντικά, που προωθούνται από τις
παραγωγούς εταιρείες κυρίως για πώληση σε
φαρμακεία.



Πολλοί τομείς

Πλεονέκτημα παρουσιάζει και η περίπτωση του ομίλου Μαρινόπουλου, καθώς διαθέτει ήδη φαρμακείο, αθλητά και φαρμακοβιομηχανία, τη Φαμάρ. Παράλληλα, ο όμιλος έχει μεγάλη εμπειρία από το λιανεμπόριο και μάλιστα σε πολλούς τομείς από σούπερ μάρκετ και ένδυση, μέχρι καφέ. Άλλωστε, με την πρόσφατη πώληση του 50% της Marks & Spencer στην Ελλάδα, τα ξαδέλφια Μαρινόπουλου ενίσχυσαν τα ταμεία του ομίλου με ρευστότητα ύψους 50 εκατ. ευρώ.

Εξαγορές - συνεργασίες

Στο ίδιο μήκος κύματος αναμένεται να κινηθούν και οι μεγάλοι παίκτες από τον χώρο του φαρμάκου. Σύμφωνα με πληροφορίες έχουν ήδη αρχίσει να κάνουν τις απαραίτητες κινήσεις εταιρείες, όπως είναι η Alapis, η Vianex, και η Lavipharm. Μάλιστα, σύμφωνα πάντα με πληροφορίες, ορισμένες διερευνούν τις αγορές του εξωτερικού για να κλείσουν

συνεργασίες με επώνυμες αλυσίδες φαρμακείων. Επιπλέον, κινήσεις όπως η εξαγορά φαρμακαποθηκών από την Alapis, θεωρείται ότι «δείχνουν» προς την ίδια κατεύθυνση.

Στον χορό της δημιουργίας αλυσίδων φαρμακείων ενδέχεται να εισέλθουν και εταιρείες εισαγωγής και παραγωγής καλλυντικών, όπως είναι η Σαράντης. Παράλληλα, προχώρησε πρόσφατα η συνεργασία με τη βρετανική Alloga, η οποία ανήκει στον όμιλο Alliance Healthcare και παρέχει υπηρεσίες εφοδιαστικής αλυσίδας σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην αγορά φαρμακευτικών ειδών και προϊόντων υγείας. Στον ίδιο όμιλο ανήκει η βρετανική αλυσίδα φαρμακείων Boots.

Οι μικροί θύματα

Πρόκειται για εξελίξεις, οι οποίες εάν τελικά υλοποιηθούν, θα φέρουν τα πάνω κάτω στην αγορά των φαρμακείων, η οποία χαρακτηρίζεται από μικρή συγκέντρωση. Χαμένοι της υπόθεσης θα βρεθούν συνολικά οι φαρμακοποιοί και κυρίως οι μικροί. Σήμερα τα φαρμακεία λειτουργούν ως μεμονωμένες κυρίως ατομικές επιχειρήσεις, απασχολώντας κατά μέσο όρο 1,5 άτομα, όταν στην Ε.Ε. ο μέσος όρος είναι 3 εργαζόμενοι ανά φαρμακείο. Η δημιουργία αλυσίδων θα οδηγήσει, σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς, σε απειλευθέρωση του ωραρίου, μειώνοντας ταυτόχρονα τη διαπραγματευτική δύναμη των φαρμακοποιών. Πρόκειται για αλληλαγές που θα σημάνουν, βάσει εκτιμήσεων, τον εκμηδενισμό του μικρού φαρμακείου. Η διαπραγματευτική δύναμη των μεγάλων αλυσίδων φαρμακείων είναι εντυπωσιακή, παρατηρεί στέλεχος φαρμακοβιομηχανίας. Αλυσίδες τύπου Boots, για παράδειγμα, πουλούν τα προϊόντα τους 10 ή ακόμη και 15 φορές ακριβότερα απ' ό,τι τα αγοράζουν. Εξ ου και όσοι γνωρίζουν καλά την αγορά επισμαίνονται ότι η μετάβαση θα πρέπει να γίνει μέσω ενός θεσμικού πλαισίου, εξασφαλίζοντας παράλληλα τη σταδιακή προσαρμογή των μικρών στη νέα πραγματικότητα.

Το ζήτημα της απειλευθέρωσης της αγοράς των φαρμακείων, σύμφωνα με πληροφορίες, έχει ήδη τεθεί στο τραπέζι των συζητήσεων μεταξύ του Υπουργείου Υγείας και των αρμόδιων φορέων.