

## COMMUNIQUE DE PRESSE

# LE VOL DANS LES PHARMACIES NE PROGRESSE PLUS POUR LA PREMIERE FOIS EN TROIS ANS : LA PRISE DE CONSCIENCE S'ACCROIT, LES PHARMACIENS S'EQUIPENT.

Selon le Baromètre annuel BVA sur la Démarque Inconnue des pharmacies, le vol a fait perdre plus de 461 millions d'euros aux officines, en baisse de 3% par rapport à 2008. Plus vigilants, les pharmaciens qui sont passés au libre accès ont tendance à avoir une démarque inconnue inférieure à la moyenne.

Paris, le 22 mars 2010

A l'occasion du Salon Pharmagora 2010, la quatrième édition de l'enquête menée par l'institut BVA Healthcare pour le compte des sociétés PCL et Checkpoint Systems, révèle que les vols en pharmacie ont cessé d'augmenter pour la première fois en trois ans, contrairement au phénomène observé l'hiver dernier dans le secteur du commerce et de la distribution. En France, ils représentent 1,35% du chiffre d'affaires des officines, soit un coût total de plus de 461 millions d'euros en 2009, en légère baisse par rapport à l'année précédente. Malgré un contexte économique incertain, les pharmaciens ont de plus en plus tendance à investir de façon préventive dans la sécurité de leurs officines pour accompagner l'élargissement du libre accès.

### Le vol en pharmacie : une baisse amorcée en 2009

Réalisée par téléphone auprès d'un échantillon représentatif de 402 pharmaciens titulaires d'officine, l'enquête BVA Healthcare fait état d'une **démarque inconnue totale estimée à 461,7 millions d'euros**, enregistrant, tout comme pour l'activité économique, une **baisse de 3% en un an** par rapport à la mesure antérieure (476 millions d'euros en 2008). Ces pertes liées aux vols et aux erreurs internes représentent 1,35% du chiffre d'affaires des officines (estimé en moyenne par officine à 1,54 millions d'euros) et coûtent en moyenne **20 558 euros par pharmacie**.

**L'ensemble de la profession continue à être touchée par ce phénomène, mais à différents niveaux :** l'étude révèle que 74% des pharmaciens ont une démarque inconnue supérieure à 1% de leur chiffre d'affaires (contre 70% en 2008). Les pharmacies de 1 à 1,5 millions d'euros de chiffre d'affaires restent les plus concernées, avec un taux de démarque de 1,42%, au-dessus de la moyenne nationale. Pour les pharmacies de plus de 1,5 millions d'euros de chiffre d'affaires, on note une progression du taux de démarque à 1,29% (contre 1,19% en 2008). Si pour 4% des pharmaciens interrogés (contre 8% en 2008), la démarque inconnue ne dépasse pas 1 000 euros, pour 54% les pertes continuent de se chiffrer à partir de 12 000 euros, et pour 26% d'entre eux à 24 000 euros et plus par an (contre 22% en 2008).

Des disparités existent toujours sur le plan géographique : **la démarque inconnue reste historiquement la plus élevée dans le sud de la France**, et notamment dans les régions Sud-Est et Méditerranée, avec un taux de 1,60% en moyenne.

Crèmes antirides, rouges à lèvres, vernis à ongles, laits solaires... Les articles les plus souvent volés restent les produits de parapharmacie disponibles en libre accès, et donc particulièrement exposés. Au premier rang figurent toujours les produits de marque, de petite taille et à forte valeur ajoutée, comme les **soins du visage** (pour 50% des pharmaciens interrogés), les **soins du corps** (48%), les produits d'**hygiène** (28%) et de **puériculture** (23%), ainsi que les **compléments alimentaires** (12%). On note une **hausse des vols de médicaments** passés devant le comptoir (10% en 2009 contre 7% en 2008).

## Principale raison invoquée : les pharmaciens ont anticipé le libre accès

Depuis la parution du décret sur l'OTC, la mise en place du libre accès dans les pharmacies progresse et s'accompagne d'un renouvellement du concept d'espace santé, représentant un risque accru d'augmentation de la démarque, dans un environnement non sécurisé. En effet, selon l'enquête BVA Healthcare, **50% des titulaires interrogés ont déjà mis en place le libre accès des médicaments** dans les pharmacies (contre 39% en 2009), pourtant seules 10% des officines sont actuellement équipées de portiques antivols. 23% des officines concernées par le libre accès ont déjà perçu une augmentation de la démarque inconnue (contre 17% en 2008).

A l'échelle régionale, les pharmacies dans le sud de la France qui sont passées au libre accès (57% en Méditerranée/Sud-Est, 48% dans l'Ouest/Sud-Ouest) affichent les taux de démarque inconnue les plus élevés : 1,43% en Méditerranée/Sud-Est et 1,87% dans l'Ouest/Sud-Ouest. Ce phénomène est sans doute lié aux types de produits plus particulièrement touchés par la démarque dans ces régions et à leur coût.

Néanmoins l'étude révèle que **les pharmaciens qui ont mis en place le libre accès ont tendance à davantage s'équiper de portiques antivols (12%)**, et sont donc potentiellement plus vigilants. Fait marquant : **ils enregistrent un taux moyen de démarque inconnue (1,26%) inférieur à la moyenne nationale (1,35%)**, contrairement à l'an dernier où le taux de démarque inconnue (1,41%) était supérieur à la moyenne nationale (1,36%). Pour les officines de plus de 1,5 millions d'euros de chiffre d'affaires, qui sont aussi les plus ouvertes au libre accès, le taux de démarque inconnue peut descendre jusqu'à 1,12%.

*« Jusqu'à présent, le libre accès des produits s'était développé plus vite que l'équipement en solutions de lutte contre le vol. En 2007, seules 5% des officines françaises étaient équipées de systèmes de protection. En deux ans, ce taux a doublé »,* souligne William Digne, Président Directeur Général du Groupe PCL. *« Les pharmaciens qui ont mis en place le libre accès ont tendance à avoir une démarque inconnue inférieure à la moyenne parce qu'on est sur une population potentiellement plus équipée, qui a pris conscience de l'ampleur du phénomène et du réservoir de marge dont elle dispose. »*

## Les pharmacies sous haute protection : des solutions innovantes et compétitives

Pour aider les pharmaciens à protéger au mieux leurs produits contre le vol, quelle que soit la taille de leur officine, la société PCL, en partenariat avec Checkpoint Systems, propose désormais une gamme complète de **solutions de protection adaptées à toutes les problématiques, fiables et conformes aux normes exigées dans un espace santé** : antennes radiofréquence de 4ème génération (EAS), étiquettes antivols haute sécurité de petite taille et personnalisables, désactivateurs intégrés à des scanners et accompagnement permanent (diagnostic, formation du personnel sur site et évaluation du retour sur investissement).

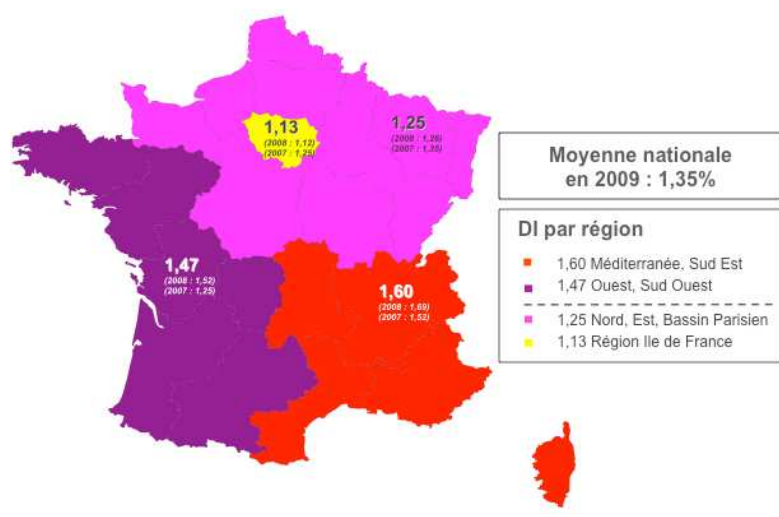
Une nouvelle offre spécifiquement conçue pour les petites officines sera présentée dans le cadre du Salon Pharmagora 2010, témoignant de la volonté de PCL et de Checkpoint Systems d'accompagner efficacement les pharmaciens dans leur lutte contre la démarque inconnue.

*« Aujourd'hui, nous voulons permettre à toutes les pharmacies, y compris les plus petites, de se protéger contre le vol à budget moindre, pour baisser le niveau de démarque auquel il était jusqu'alors rentable de s'équiper. Parce qu'un espace de vente non sécurisé, dans un environnement qui l'est de plus en plus, représente une cible de premier choix »,* précise William Digne.

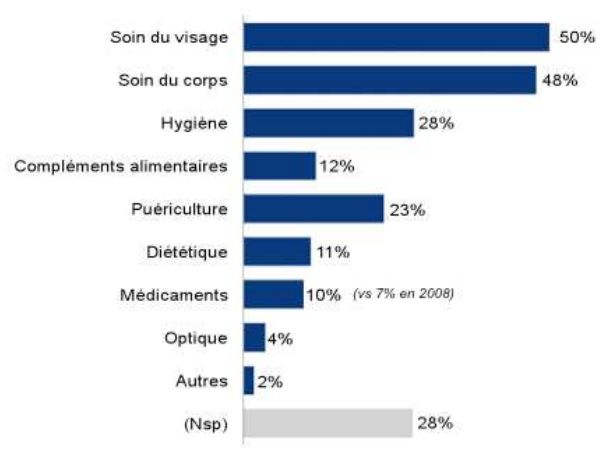
**Baromètre BVA Healthcare « Démarque Inconnue des pharmacies – Mars 2010 »**  
**et visuels disponibles sur demande**

**PRINCIPAUX FAITS MARQUANTS DE L'ENQUETE BVA\***

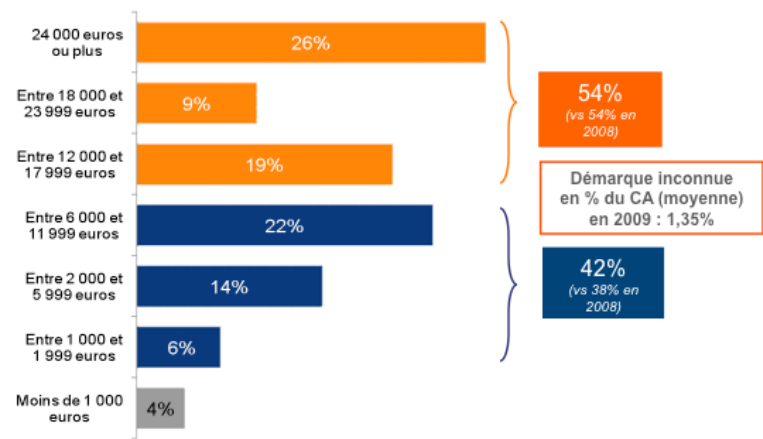
**Tableau 1** Démarque inconnue en % du CA par régions



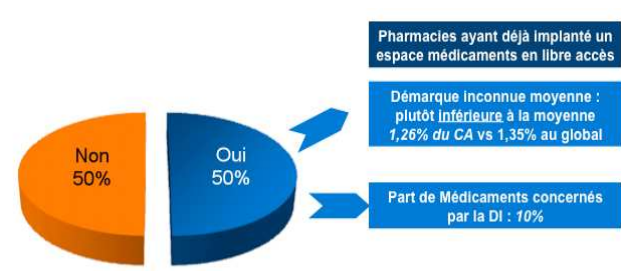
**Tableau 2** Familles de produits les plus volés



**Tableau 3** Démarque inconnue en € sur l'ensemble de l'officine



**Tableau 4** Impact du libre accès OTC sur la DI



**À propos de Checkpoint Systems Inc.** : Checkpoint Systems, Inc. figure parmi les leaders de solutions d'identification et de traçabilité destinées au secteur du commerce et à sa chaîne logistique. Les services de Checkpoint visent à accroître les ventes et à protéger les bénéfices de ses clients. Cotée au NYSE, la société Checkpoint Systems est présente sur chaque marché géographique et emploie 3 200 personnes dans le monde. Checkpoint est spécialisée dans la protection à la source des biens de consommation, l'EAS (Surveillance électronique des articles), la RFID (Identification par radiofréquence) et les solutions de merchandising. En savoir plus : [www.checkpointsystems.com](http://www.checkpointsystems.com)

**À propos du Groupe PCL** : Spécialiste du secteur pharmaceutique depuis plus de 10 ans, PCL a pour vocation la fabrication et la distribution de supports de communication destinés aux officines, en s'appuyant sur une force de vente exclusive et une expertise reconnue dans les techniques de personnalisation. Aujourd'hui, PCL compte 90 collaborateurs et 25 représentants exclusifs et connaît un fort développement, avec un chiffre d'affaires de 12 millions d'euros en 2007. En savoir plus : [www.pcl-sa.com](http://www.pcl-sa.com)

\* **Rappel méthodologique** : cette enquête a été menée par téléphone sur système CATI (Computer Assisted Telephone Interview). Les informations ont été recueillies du 15 au 19 février 2010 auprès d'un échantillon représentatif de 402 pharmaciens titulaires d'officine. L'échantillon a été structuré selon la méthode des quotas (sexe, âge, catégorie d'agglomération et région).