

N°11

JUILLET 2021

AELI VCTU

LA LETTRE D'INFORMATION

DE VOTRE GROUPEMENT



ZOOM SUR

DISTRIBEAUTY DANS L'AIR DU TEMPS

4 Medipôle

6 Pharmagency

10 DistriBeauty

16 Zentiva

OUTRE-MER
aelia
GROUPEMENT DE PHARMACIENS



ACCOMPAGNER



DÉVELOPPER



FIDÉLISER

SVR

LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE



EAU SOLAIRE SPF50+ **SUN SECURE**

SE PROTÉGER EN TOUTE TRANSPARENCE

- FORMULE BIODÉGRADABLE*** ✓
- FLACON 100% RECYCLABLE** ✓
- TEXTURE INVISIBLE** ✓



*Facilement biodégradable, testé selon la norme OCDE 301F. Ne l'abandonnez pas dans la nature.

VACCINATION

MAPHARMA.NET OU COMMENT SIMPLIFIER LES RENDEZ-VOUS VACCINATION

Mis à disposition gratuitement, jusqu'à fin juillet, pour les adhérents Aélia Outre-mer qui participent au Club Phidelia, Mapharma.net est une plateforme qui fluidifie les prises de rendez-vous de vaccination Covid. Une plateforme référencée sur le site national Vitemadose. Les relances des patients sont gérées automatiquement. Tour d'horizon de la vaccination avec Guillaume Flaus, pharmacie de l'océan Indien à Sainte-Suzanne, adhérent Aélia Outre-mer à la Réunion.

QUAND AVEZ-VOUS DÉBUTÉ LES VACCINATIONS DANS VOTRE OFFICINE ?

Dès que cela a été autorisé à la Réunion. Nous avons fait partie des pharmacies test. Les deux premières semaines si nous n'avions pas une forte demande nous n'avions pas non plus beaucoup de flacons donc cela allait. Puis il y a eu une montée en puissance, un flacon puis deux, puis trois et maintenant c'est dix. Au départ le nombre de flacons était attribué par pharmacie, c'est maintenant une répartition par vaccinateur au sein de l'officine.

AVEZ-VOUS CONSTATÉ UNE ACCÉLÉRATION DE LA VACCINATION ?

Oui, lorsqu'il y a eu l'annonce du préfet supprimant les motifs impérieux à partir du 9 juin pour les déplacements mais uniquement pour les personnes vaccinées. Du coup la demande a été nettement plus importante. Nous sommes montés en puissance à 120-130 vaccinations par semaine pendant deux à trois semaines, nous ne pouvions pas faire beaucoup plus au vu de l'organisation de la pharmacie. C'est maintenant en train de s'essouffler.

AVEC QUEL PRODUIT VACCINEZ-VOUS ?

Principalement avec du Pfizer. Pour l'instant je n'ai fait que trois ou quatre flacons de Jansen, nous n'avons que très peu de demande. Plus de moitié des plus de 55 ans sont vaccinés et par ailleurs pas mal de gens ont dans la tête les problèmes rencontrés avec Astra Zeneca. Tout le monde a retenu que Pfizer ne posait pas de problème et tout le monde veut du Pfizer.

COMMENT FONCTIONNEZ-VOUS POUR LA PRISE DE RENDEZ-VOUS ?

A l'origine nous avons travaillé sur papier, mais nous avons très vite glissé vers un autre support. Lorsqu'on monte à 120 vaccinations, avec les annulations et les décalages d'horaires, cela devient ingérable.

QUEL EST LE SERVICE MAPHARMA.NET, PROPOSÉ PAR AÉLIA OUTRE-MER À SES ADHÉRENTS AU TRAVERS DU CLUB PHIDELIA ?

J'ai essayé l'application mapharma.net, dont l'usage a été négocié par Aélia Outre-mer et qui nous est proposé gratuitement jusqu'à fin juillet. C'était plutôt pratique, au début j'étais le seul à l'utiliser et les petits bugs de départ ont vite été résolus en huit-dix jours. C'est pleinement opérationnel, et l'un des gros avantages par rapport à d'autres logiciels auxquels on peut avoir accès gratuitement, c'est que nous sommes ici référencés sur la plateforme nationale Vitemadose au même titre que les centres de vaccination et pharmacies adhérant à Doctolib, Keldoc ou OrdoClic. J'ai eu récemment des patients qui venaient de l'autre bout de l'île se faire vacciner parce qu'il me restait des doses et

que les centres n'en avaient plus. Au final je suis le seul référencé.

QUEL EST, POUR VOUS, LE PRINCIPAL AVANTAGE DE CE SYSTÈME ?

Principalement le rappel automatique la veille de la vaccination et le jour du rendez-vous. Avant d'utiliser la plateforme, nous devions rappeler tout le monde la veille c'était particulièrement chronophage. Là les patients reçoivent leur SMS ou leur message vocal nous n'avons plus besoin de nous en préoccuper.

Il est possible également de moduler plus simplement les rendez-vous par rapport au papier.

RESTE-T-IL BEAUCOUP DE PATIENTS À VACCINER SUR VOTRE SECTEUR ?

Nous avons un bassin de 20 000 habitants, j'ai un peu plus de trois mille personnes qui viennent à la pharmacie chaque mois et j'étais, en fin de semaine dernière, à 500 vaccinations, première et deuxième incluses. Sur les trois mille patients qui viennent chez moi, il y a encore un peu de travail, mais les médecins généralistes du bassin vaccinent également, tout comme les centres de vaccination. Si l'on exclut les adolescents, que l'on vaccinera prochainement, je pense que fin juin nous commencerons à plafonner. Nous aurons un petit résiduel parce que certaines personnes ont prévu de prendre l'avion pour les vacances, mais plus tard, et viendront se faire vacciner un mois et demi avant.

QUEL BILAN TIREZ-VOUS DE CE NOUVEAU SERVICE AUX PATIENTS ?

C'est un nouveau service qui n'a pas été compliqué à mettre en œuvre, beaucoup moins contraignant que d'autres qu'on nous avait dévolus ces dernières années comme les entretiens. C'est plus direct, c'est dans notre rôle et c'est une belle expérience. Cela rapproche des patients. Nous prenons plus le temps de discuter avec eux.

Enfin, nous voulions participer à ce que la crise s'arrête le plus tôt possible. Nous avons fait cela plus par conviction citoyenne que pour le chiffre d'affaire.



Recrutement MEDIPÔLE

Aélia Outre-mer vient d'engager un nouveau partenariat exclusif avec la société Santé OutreMer. L'objectif ? Permettre aux pharmaciens de déléguer le recrutement des préparateurs en pharmacie et des pharmaciens. Les détails de ce partenariat avec Mélanie de Mas Latrie chargée de recrutement au sein de Santé Outre-mer.

SANTÉ OUTRE-MER EST-ELLE UNE SOCIÉTÉ RÉUNIONNAISE ?

Santé OutreMer est une marque de Médipole R, créée il y a dix ans à la Réunion. Medipole R est une agence spécialisée dans la santé. Nous avons souhaité mettre notre connaissance des Dom-Tom et du monde de la santé à destination des établissements et clients ayant des besoins de recrutement. Santé-OutreMer est un cabinet spécialisé dans le recrutement des médecins et pharmaciens dans les départements d'Outre-Mer car nous intervenons également à la Martinique et en Guadeloupe.

La demande est particulièrement importante et ne cesse de croître.

DE QUI ÉMANENT CES DEMANDES ?

Nous travaillons avec les hôpitaux, les cliniques, les centres de dialyse, et les pharmacies au côté d'Aélia Outre-mer. Le recrutement a beaucoup changé ces dernières années. Si une centaine de diplômés préparateurs en pharmacie sortent de formation à la Réunion chaque année, force est de constater un très important turn-over dans les équipes officinales. Ces jeunes diplômés utilisent souvent cette école comme une première étape professionnelle avant de s'orienter vers d'autres formations paramédicales. Ceux qui sont pris à la sortie de l'école, après un apprentissage de deux ans sont généralement embauchés par la pharmacie qui les a formés. Nous priorisons bien sûr le recrutement local, mais il y a souvent nécessité d'aller recruter en métropole.



LE RECRUTEMENT EST DONC CIBLÉ ?

Le pharmacien recherche le candidat idéal que ce soit un collaborateur ou un préparateur. Il le voudra polyvalent ou à l'aise dans certaines spécialités en naturopathie par exemple, ou il souhaitera qu'il maîtrise le créole, qu'il prenne des responsabilités...

A nous de trouver ce qui correspond à ses besoins, ses attentes. D'utiliser nos réseaux et leur donner satisfaction.

CE SERVICE A UN COÛT, QUEL EST-IL ?

Ce service a un coût. Nous réalisons du sur-mesure. Ce tarif varie en fonction de deux critères : le type de profil, pharmacien ou préparateur en pharmacie, et le type de contrat, CDD ou CDI. Nous proposons des tarifs, négociés avec Aélia Outre-mer, correspondants aux tarifs entre Aélia France et ses adhérents.

ALLEZ-VOUS ÉTENDRE CE SERVICE DANS TOUS LES OUTRE-MERS ?

En 2021, nous nous concentrons sur la Réunion avec pour objectif d'étendre cette offre à Mayotte, à la Martinique et en Guadeloupe en 2022

QUELLES SONT LES RAISONS DE CE RAPPROCHEMENT AVEC AÉLIA OUTRE-MER ?

Quel que soit le profil recherché, le recrutement consomme beaucoup de temps et d'énergie. Il nécessite des moyens techniques importants. Aélia Outre-mer a donc eu l'idée de ce partenariat afin de permettre aux pharmaciens de se concentrer sur leur patientèle et la gestion de leur officine en leur donnant la possibilité de déléguer ce recrutement.

QU'APPORTEZ-VOUS DE SPÉCIFIQUE AUX PHARMACIENS ?

Nous proposons notre expertise à l'attention exclusive des pharmacies du groupement Aélia Outre-mer. C'est un service personnalisé, chaque demande étant spécifique. Nous prenons en charge la recherche via les canaux spécialisés, étudions chaque candidature et retenons uniquement celles correspondant aux demandes qui nous sont faites par le pharmacien.

Celui-ci se mettra, dès lors, en relation directe avec le candidat pour finaliser le recrutement.

INTRAIT[®] MARRON D'INDE

Pour une sensation de jambes légères...

NOUVEAU



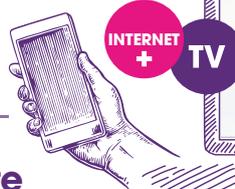
Cosmétique

Réservé à l'adulte, déconseillé
aux femmes enceintes/ allaitantes,
ne pas appliquer sur peau lésée.

Complément alimentaire

Le marronnier d'Inde contribue à maintenir
des jambes et des veines en bonne santé.
Déconseillé aux enfants, aux femmes enceintes
et aux personnes sous traitement anti-coagulant.

Conseil d'utilisation : 2 gélules par jour.



Une campagne puissante
à la télévision et sur Internet

A partir de mi-juin

pour booster la demande spontanée au comptoir

Pour découvrir notre offre, contactez votre délégué
Biogaran ou notre service clients au **0 811 907 917**

Prix appel local

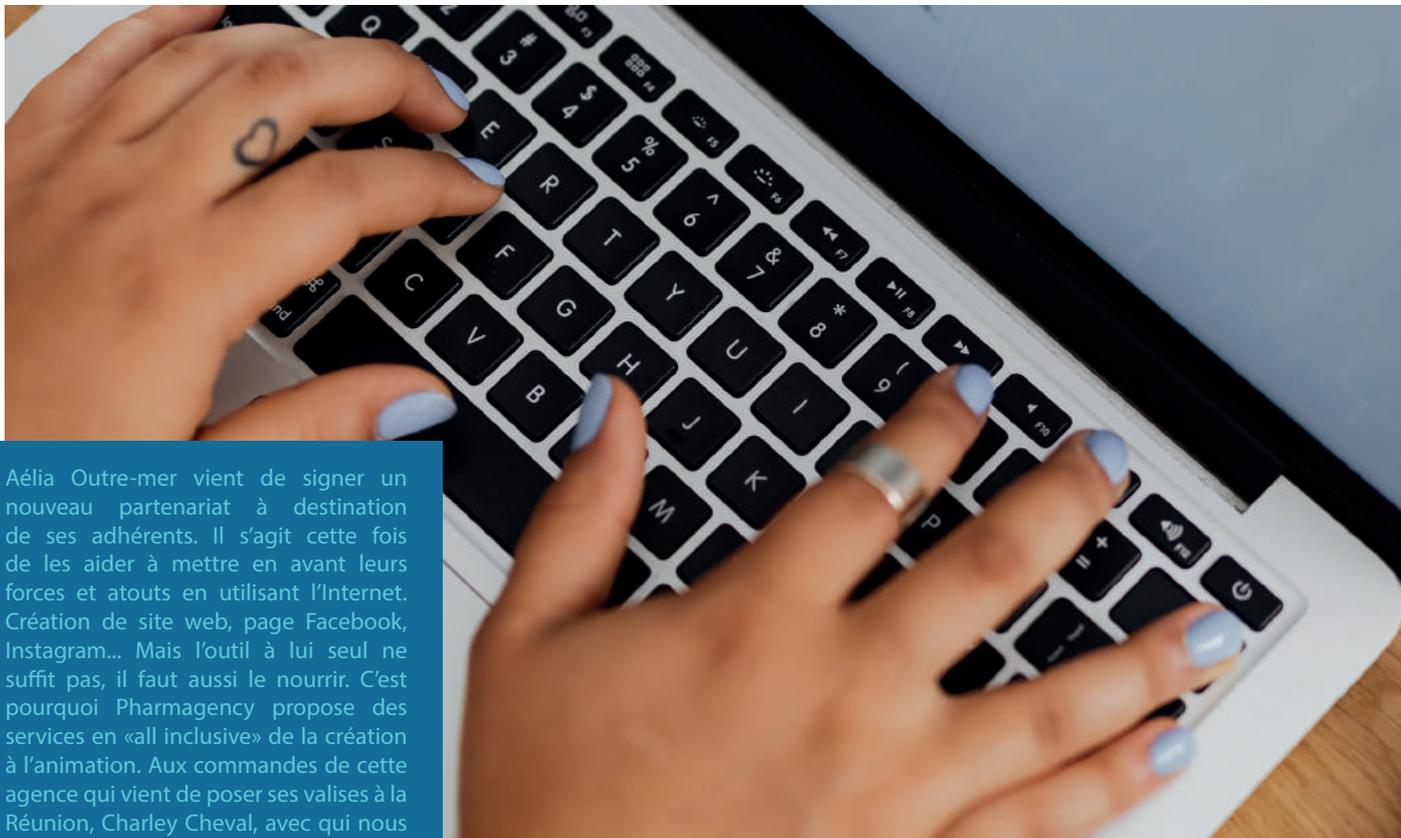
Ne pas dépasser la dose journalière recommandée.
Les compléments alimentaires ne peuvent se substituer à une alimentation variée et équilibrée et à un mode de vie sain.

L'Original Intrait Marron d'Inde au service du confort veineux depuis 70 ans

BIOGARAN

PHARMAGENCY

UN NOUVEAU PARTENARIAT AÉLIA OUTRE-MER
AFIN DE BOOSTER VOTRE VISIBILITÉ WEB



Aélia Outre-mer vient de signer un nouveau partenariat à destination de ses adhérents. Il s'agit cette fois de les aider à mettre en avant leurs forces et atouts en utilisant l'Internet. Création de site web, page Facebook, Instagram... Mais l'outil à lui seul ne suffit pas, il faut aussi le nourrir. C'est pourquoi Pharmagency propose des services en «all inclusive» de la création à l'animation. Aux commandes de cette agence qui vient de poser ses valises à la Réunion, Charley Cheval, avec qui nous détaillons ce partenariat.

QUEL EST L'OBJET DE LA SOCIÉTÉ PHARMAGENCY ?

Steve Houdelet fondateur de Becom Group a créé une agence spécialisée à destination des pharmaciens, Pharmagency, dont je suis aujourd'hui directeur associé. Outre le siège de la société à Lille, nous avons deux autres agences en métropole à Bordeaux et Nantes dont je suis devenu associé. Même si cela fonctionnait très bien à Nantes, j'ai eu envie d'un nouveau challenge, l'idée de l'outre-mer m'a tenté et j'ai créé une agence de Pharmagency ici à la Réunion, où nous avons, depuis mon installation il y a moins de six mois, déjà acquis la confiance d'une quinzaine de clients.

Nous sommes 25 dans la société Pharmagency, rompus à l'univers du net. Notre spécialité c'est la communication digitale à destination des pharmacies.

VOUS NE VOUS ARRÊTEZ PAS À LA CRÉATION DU SITE ?

Non seulement nous créons des sites internet, mais nous nous chargeons

également du référencement et de la gestion des réseaux sociaux. C'est une stratégie 360 sur le web pour l'officine. Tout est géré par le même prestataire.

Nous avons par ailleurs créé un algorithme qui fait que les mots clef choisis par un pharmacien vont ressortir en priorité sur les moteurs de recherche, principalement Google, c'est ce qu'on appelle un référencement SEO, naturel.

QU'EST CE QUI VOUS DIFFÉRENCIE DE VOS CONCURRENTS ?

La grosse différence que nous avons par rapport aux autres c'est que nous créons des sites uniques, du sur-mesure. En métropole nous travaillons avec près de 500 pharmacies qui ont toutes une problématique différente. Entre la pharmacie du petit village et celle d'un centre commercial qui voit 700 personnes par jour, la communication est bien évidemment différente.

Nous nous adaptons aux besoins du pharmacien pour son officine. Nous référençons les services qui ne sautent pas forcément aux yeux des patients. C'est ce que nous voulons mettre en avant pour aider nos clients.

QU'EN EST-IL DU CADRE LÉGAL ?

Chez Pharmagency nous travaillons dans un cadre légal, juridique et déontologique. Une pharmacie n'a pas le droit de promouvoir, mais a celui d'informer. C'est subtil mais on peut mettre en avant beaucoup de spécificités, ses activités, ses services. L'officine peut communiquer sur des journées thématiques comme le mois sans tabac, octobre rose, la journée du diabète... Nous sommes en contact permanent avec l'ARS, les conseils de l'ordre et les hautes autorités de santé.

500 000 Réunionnais sur Facebook

Sur une population d'un peu plus de 800.000 habitants, 550.000 Réunionnais ont une page facebook. Et quand les métropolitains passent 53 minutes par jour sur ce réseau social, les Réunionnais eux, y passent 117 minutes.

EN COMBIEN DE TEMPS LE PHARMACIEN A-T-IL UN SITE OPÉRATIONNEL ?

Avant chaque rendez-vous, un audit est réalisé, qui n'engage à rien, mais permet de voir comment se positionne la pharmacie actuellement tant au niveau de son site, s'il existe déjà bien sûr, et Facebook afin de voir ce que l'on peut apporter de plus à l'existant. Entre la signature et la mise en route, il faut compter un mois qui inclut la création du site, la maquette, la vérification avec le client et les modifications à opérer si cela s'avère nécessaire. Tout au long du contrat d'abonnement la maintenance est comprise, les modifications sont incluses. Cet abonnement mensuel comprend les modifications, le nom de domaine, le serveur, les articles, la géolocalisation sur Google My Business...

Enfin il existe aussi la possibilité de dépôt d'ordonnances en ligne sécurisé, en trois clics, très intuitif, sans logiciel spécifique à télécharger. C'est une fonctionnalité que l'on offre à la pharmacie à la fois pour les patients et les professionnels de santé.

UNE FOIS LE SITE CRÉÉ, QUE METTEZ-VOUS EN AVANT ?

Nous assurons une optimisation de tous les supports digitaux c'est à dire le site et les réseaux sociaux. Avec référencement mensuel optimisé, afin d'apparaître en premier sur les principaux moteurs de recherche.

La gestion hebdomadaire est assurée avec un minimum de deux publications par semaine, sur les réseaux sociaux. Nous allons intervenir par exemple sur les journées mondiales mais aussi faire du sur-mesure, si les pharmacies travaillent avec certaines marques, nous allons communiquer sur celles-ci. A partir du moment où nous travaillons ensemble nous élaborons une fiche technique dans laquelle le pharmacien nous fait part de toutes les informations de la pharmacie, identifiant les marques et partenaires de l'officine. Et bien sûr l'information est adaptée à l'outre-mer.

Nous nous chargeons également des photos de la pharmacie que nous intégrons ensuite sur le site et la page Facebook. Nous avons également des demandes de vidéos de présentation de l'officine ou des journées particulières que nous pouvons assurer en prestation complémentaire.

LE PHARMACIEN A-T-IL QUELQUE CHOSE À GÉRER ?

Non, mais nous proposons de former un membre de l'officine, un préparateur, qui pourra prendre la main et ajouter en supplément de ce que nous faisons déjà, des informations concernant la pharmacie.

POURQUOI CE PARTENARIAT AVEC AÉLIA OUTRE-MER ?

Aélia Outre-mer est le premier groupement des Drom. Aujourd'hui, un quart des officines des territoires ouverts y adhèrent. Pharmagency a pour but de s'implanter dans tous les outre-mer et Aélia Outre-mer est le seul groupement présent dans tous les Drom-Com, le rapprochement était donc une évidence. Nous arrivons avec un savoir-faire éprouvé, dans le respect des exigences déontologiques.

La proximité étant primordiale à la fois pour Aélia et pour nous, nous installons durablement une filiale avec une équipe locale et des interlocuteurs, ici, à la Réunion. En cas de problème la réponse est immédiate, sans décalage horaire, ni d'attente préjudiciable à la confiance.

Le but étant d'ouvrir à moyen terme une agence aux Antilles.

Aélia Outre-mer crée son propre site

Aélia Outre-mer a confié la création de son site à Pharmagency. De l'actualité sur la santé, des informations sur l'outre-mer, la news letter d'Aélia outre-mer, une connexion directe avec votre compte professionnel... Toutes ces fonctionnalités sont à retrouver sur www.groupement-Aélia-outre-mer.com



PHARMAGENCY

Pour tout renseignement
vous pouvez contacter
Charley Cheval.
Pharmagency
45 rue Alexis de Villeneuve
97400 Saint-Denis
charley.cheval@pharmagency.fr



THUASNE

VENOFLEX SECRET

Gamme semi-transparente
Lavable en machine
Composition : polyamide, élasthanne

CHAUSSETTES PIEDS OUVERTS

L.P.P.R.
22,40€
TTC

Beige
bronzant



1	NORMAL	3111795920576
	LONG	3111795920613
2	NORMAL	3111795920583
	LONG	3111795920620
3	NORMAL	3111795920590
	LONG	3111795920637
4	NORMAL	3111795920606
	LONG	3111795920644

NOUVEAU

développé spécifiquement
pour les Outre-mer

BAS-CUISSE PIEDS OUVERTS

L.P.P.R.
29,78€
TTC

Beige
bronzant



1	NORMAL	3111795925007
	LONG	3111795925045
2	NORMAL	3111795925014
	LONG	3111795925052
3	NORMAL	3111795925021
	LONG	3111795925069
4	NORMAL	3111795925038
	LONG	3111795925076



Microbiosys

CONFORT DIGESTIF

FORMULE EXCLUSIVE



Contient du calcium qui contribue au fonctionnement normal des enzymes digestives.



UN VENTRE FORT VOUS REND PLUS FORT

Complément alimentaire réservé à l'adulte.

Pour plus d'infos, consultez www.microbiosys.com

POUR VOTRE SANTÉ, MANGEZ AU MOINS CINQ FRUITS ET LÉGUMES
PAR JOUR WWW.MANGERBOUGER.FR

7000028153E-05/2020

SANOFI 

DISTRIBEAUTY QUAND LA BEAUTÉ SE MET AU BIO

Stephane Guellil, fondateur de Luxury Partner Group dont DistriBeauty France est une filiale, et Vincent Broche Directeur des opérations, étaient à la Réunion mi-juin dans le cadre d'un showroom destiné à présenter la gamme Clean Beauty qu'ils distribuent en outre-mer. Une gamme bio, made in France à des prix abordables. Aélia Outre-mer a négocié avec DistriBeauty France, au profit de ses adhérents, un partenariat exclusif sur ces produits bio et éthiques. Présentation avec ses distributeurs.



ÊTES-VOUS PRÉSENTS DANS TOUS LES DOM-TOM ?

Nous avons créé DistriBeauty France pour proposer en tant que distributeurs une offre Clean Beauty clés en main dans tous les Drom-Com. L'avantage pour nos marques partenaires était d'avoir un distributeur unique puisque nous sommes présents sur l'ensemble de ces territoires. Le point de départ c'est le constat qu'il y avait ici des officines qui souhaitaient répondre à la demande de leurs clients à la recherche de produits bio et éthiques. Nous voulions leur apporter toute notre expertise Clean Beauty, une sélection des meilleures marques qui puissent se trouver en officine en métropole mais en l'adaptant aux besoins spécifiques de l'outre-mer.

QUEL EST LA PARTICULARITÉ DE VOTRE GAMME ?

Nous ne voulions pas arriver avec des marques déjà trop largement diffusées mais plutôt avec de réelles pépites beauté, de vraies marques en devenir, bénéficiant d'un fort potentiel et surtout répondant à un cahier des charges très strict que nous nous étions fixé à savoir : du made in France, bio ou naturel. Aujourd'hui, à la lumière de la crise Covid, force est de constater

que les clients recherchent le bien-être et tentent de réduire leur empreinte carbone sur la planète, plus encore d'ailleurs les générations Y et Z. Les mentalités changent. Nous avons donc recherché des marques qui correspondaient à cet état d'esprit-là et qui répondaient aux besoins spécifiques de ces territoires et les avons proposées à Aélia Outre-mer.

DU BIO OUI, MAIS QUEL BIO ?

Un produit peut être bio mais ce n'est pas pour autant qu'il est un bon produit. C'est aussi pour cela que nous voulions sécuriser

Un groupe multifacettes

Originellement, Luxury Partner Group s'occupe de l'animation commerciale dans les pharmacies et parfumeries sur le territoire français et à la Réunion, au travers de la société Luxury Partner International. La société a également un centre de formation Luxury Partner Academy à Paris, «Nous tenons énormément à former les gens au savoir-être, savoir-faire et à la vente interculturelle».

le consommateur. Il n'est pas spécialiste dans la composition des produits qu'il achète et là nous nous sommes basés sur l'expertise d'applications comme Yuka et Inci Beauty qui lui assurent au travers d'une note ou d'une appréciation que ces produits sont sans risque pour sa santé. Il faut que le client soit sûr de la qualité de ce qu'il achète. C'est ainsi qu'on le fidélise.

POURQUOI CE PARTENARIAT AVEC AÉLIA OUTRE-MER ?

Parce nous voulions travailler avec des gens qui étaient sur le même territoire que nous, qui pourraient nous accompagner au travers de leur réseau de distribution et qui partagent nos valeurs. D'autre part, ce qui intéressait Aélia Outre-mer c'est que nous soyons porteurs de marques nouvelles qui leur permettent de se différencier en mettant en avant cet aspect éthique et bio. Enfin, nous disposons d'une logistique sur place pour que les produits soient immédiatement disponibles pour les officines, c'est un avantage qui nous semble déterminant aujourd'hui avec les problématiques d'acheminement des produits depuis la métropole qui se sont encore aggravées avec la crise Covid

QU'APPORTEZ-VOUS DE DIFFÉRENT ?

Des marques différentes, de la rentabilité, un suivi terrain régulier et comme nous sommes des spécialistes de l'animation commerciale, nous mettrons au service des pharmaciens nos expertes beauté pour faire découvrir les gammes et favoriser l'écoulement des produits. Nous ne nous contentons pas de déployer des animations mais assurons la formation des équipes officielles, la prise de rendez-vous avec les clients pour leur offrir des séances de maquillage flash entre-autre afin d'apporter toujours davantage de services aux clients.

POUVEZ-VOUS DÉTAILLER VOTRE OFFRE ?

Une descente complète est réservée à ces marques Clean Beauty qui vont couvrir l'ensemble des besoins en beauté. Ce sont sept gammes qui se retrouveront en exclusivité dans les pharmacies du groupement Aélia Outre-mer.

Chacune répond à un besoin précis. Shaeri, une marque de soins capillaires pour tous les cheveux texturés ou abîmés qui réclament une attention particulière ; le laboratoire Indemne propose des soins pour lutter contre tous les problèmes de peaux ; Terre de Mars est une marque de soins unisexe et pour tous types de peaux avec un ingrédient clef original : le café ; Aimée de Mars, explore le domaine d'aromaParfumerie : l'alliance de la haute parfumerie et du pouvoir des plantes ; Ouate propose des soins naturels pour les 4-11 ans qui ont besoin de prendre aussi soin de leur peau comme les grands ; Lady green s'adresse aux jeunes femmes tout comme son pendant masculin pour les jeunes hommes, Manetik.

Une présentation avec espace dédié

Notre boutique Clean beauty est une offre clés en mains dans un environnement dédié, avec une descente complète réservée à ces marques Clean Beauty. Elle se décompose en 3 axes pour couvrir l'ensemble des besoins beauté : parfums, maquillage et soins. Cette offre est ciblée pour tous les âges et pour tous les budgets

Un plan de soutien musclé d'animation commerciale multi-marques avec une animatrice experte dédiée à la gamme est également prévu.

LE PARTENARIAT ÉTANT AUJOURD'HUI EN PLACE QUAND ARRIVERONT LES PRO- DUITS À LA RÉUNION ?

Pour une prise de commande début juillet, la livraison des produits se fera fin août avec mise sur comptoir le 1er septembre pour la Réunion. D'un point de vue logistique, les produits seront sur place, toutes les officines pourront être réapprovisionnées régulièrement et rapidement.

ET LA GUADELOUPE ?

Comme à la Réunion en juin, nous prévoyons un showroom en Guadeloupe dans la première quinzaine de septembre où seront invités les pharmaciens du groupement Aélia Outre-mer afin de leur présenter la gamme pour une livraison des produits en officine prévue pour novembre au plus tard.

Un cahier des charges très exigeant

DistriBeauty France propose une sélection exclusive des meilleures marques Clean Beauty répondant à un strict cahier des charges.

Les cosmétiques doivent être naturels, écologiques ou biologiques certifiés par Ecocert, avec respect de la charte Cosmébio. Ils ne doivent pas avoir été testés sur les animaux (Cruelty Free) et la majorité d'entre eux est également Vegan.

Ils doivent bénéficier des meilleures notes sur les applications comme Yuka (Bon/Excellent) et Inci Beauty ($\geq 14/20$). Enfin, nous proposons exclusivement des gammes «Made In France»



Les marques proposées
par DistriBeauty France

Shaeri

Le saviez-vous ? Plus d'une femme sur deux souffre de cheveux secs ou fourchus. Cette marque est dédiée à tous les types de cheveux qui nécessitent un soin particulier : cheveux texturés (bouclés,frisés) et les cheveux abîmés (secs, colorés ou raides).

L'ingrédient secret ? Le cactus !



Indemne

Premier labo naturel et bio pour lutter contre les problèmes de peau. Exclusivement composé d'huiles essentielles et végétales de haute qualité. On s'adresse ici à tous les types et à tous les problèmes de peau : atopiques, imperfections, irritations, démangeaisons, cellulite, sensibilité, réactivité.

Ouate Paris

Aujourd'hui sur le marché des soins des plus jeunes, on constate qu'il y a une forte proposition pour les soins bébé puis les soins à destination des adolescents et entre les deux ? Le vide ! C'est ce vide que Ouate propose de combler en développant une gamme spécifique pour les 4-11 ans à base de produits naturels. Vegan, Made in France, sans ingrédients indésirables et présentés dans des emballages ergonomiques, des produits éco-conçus aux textures sensorielles pour que vos enfants aient plaisir à prendre soin d'eux !

Aimée De Mars

Nous entrons ici dans l'Aromaparfumerie[®] avec Valérie Demars. L'alliance de la haute parfumerie et le pouvoir des plantes avec une action bien-être sur le corps émotionnel. Plus qu'un parfum, une véritable action soin. De 96% à 100 % naturelle certifiée COSMOS Nat. Une eau de parfum avec un sillage et une tenue équivalente aux plus belles marques de la parfumerie sélective. Aimée de Mars est une gamme éthique et engagée qui reverse 1% de son chiffre d'affaire à des associations.



Terre de Mars

Cette gamme fait appel aux vertus du café. Cet ingrédient naturel multiplie les bienfaits : Antioxydant et anti-inflammatoire, c'est un excellent exfoliant naturel qui élimine les débris cellulaires. Il réactive la circulation sanguine et raffermie. Et ce n'est pas tout, il permet de lutter contre la peau d'orange et la cellulite mais également l'acné, l'eczéma et le psoriasis.



Lady green

Destinée aux jeunes femmes de 14 à 25 ans et plus, ces produits bénéficient d'une efficacité prouvée par des laboratoires indépendant et à des prix très accessibles. Pensée et réalisée en France, cette gamme est sans parfums ni colorants de synthèse, et composée à 98% de produits naturels. Bien pour la peau, bon pour la planète.



Manetik

Manetik comme man, homme, et etik pour éthique. Cette gamme répond aux mêmes critères et exigences que Lady Green mais avec une formulation spécifique pour ces jeunes hommes qui prennent de plus en plus soin de leur peau.





CODE ACL
CONTENANCE
PRIX DE VENTE RECOMMANDÉ*

34 01041250008
8 SACHETS
4,95 €

***Il appartient à votre officine de fixer seule et librement ses prix publics.
Par conséquent, aucune discussion sur votre politique de prix ne peut être menée entre
votre officine et notre laboratoire.**



ET SI ON PARLAIT DOULEUR

MAUX DE TÊTE
DOULEURS DIGESTIVES
DOULEURS ARTICULAIRES
ORTHOPÉDIE PRÉVENTIVE
MAL DE DOS
BOBOLOGIE

soutenu par votre
groupement

OUTRE-MER
aelia
GROUPEMENT DE PHARMACIENS



DISPOSITIF MÉDICAL

**Forme un film protecteur
pour soulager la toux.**

91%* des consommateurs
se déclarent satisfaits

MÉDICAMENT GÉNÉRIQUE ZENTIVA

Dans un marché en plein essor à la Réunion, Aélia outre-mer poursuit sa collaboration avec le génériqueur Zentiva. Tour d'horizon avec Céline Zuin, directrice Aélia outre-mer.

A QUAND REMONTE VOTRE PARTENARIAT AVEC ZENTIVA ?

Zentiva est un partenaire Aélia outre-mer depuis février 2017. A l'époque nous n'étions présents qu'à la Réunion avec une vingtaine de pharmacies. Ce partenariat s'est mis en place doucement.

VOUS ÊTES ÉGALEMENT PARTENAIRE AUX ANTILLES ?

Aélia outre-mer a commencé à prendre de l'ampleur et le partenariat s'est étoffé d'année en année au départ à la Réunion puis Mayotte et enfin aux Antilles en 2018.

En raison d'un très fort développement, nous avons besoin de partenaires solides avec des forces de vente sur place et des canaux de distribution bien huilés.

La nouvelle équipe de Zentiva, mise en place il y a un an et demi, a permis d'installer et de renforcer notre partenariat.

QUELLE EST LE PLACEMENT DE ZENTIVA SUR LE MARCHÉ DES GÉNÉRIQUES OUTRE-MER ?

Deux laboratoires génériques se partagent le marché à plus de 60%. Zentiva a une forte implantation à la Réunion, Mayotte et aux Antilles. Aélia outre-mer fédère près de 135 pharmacies et développer ces partenariats gagnant-gagnant pour nos pharmaciens est primordial.

Sur 135 pharmacies Zentiva est le générique de première intention à plus de 60% des parts de marché sur 30 pharmacies, ex-aequo dans 25 pharmacies, les autres utilisent la gamme Zentiva en deuxième voire troisième intention.

Cette ventilation n'est pas acquise et peut être remise en cause chaque année en fonction des orientations que nous voulons donner avec nos adhérents ; en fonction des conditions commerciales avec lesquelles il est possible de négocier, et en fonction de la politique de lancement de Zentiva.

QUELLE EST LA DYNAMIQUE DU MÉDICAMENT GÉNÉRIQUE DANS LES DROM ?

Le marché du médicament générique dans les Drom est extrêmement dynamique, sachant qu'au préalable, le taux de substitution était bien inférieur à celui de la métropole.

De nombreuses chutes de brevets participent à ce dynamisme, et il y a moins de concurrence. On compte entre trois et six génériqueurs par département en outre-mer contre le double en métropole

TRAVAILLER AVEC UN SEUL GÉNÉRIQUEUR EST-CE POSSIBLE ?

Pour être capable de répondre à 100% des besoins de sa patientèle, un pharmacien a besoin au minimum de deux génériqueurs afin de couvrir l'ensemble du répertoire. Aélia outre-mer, négocie les conditions en amont au bénéfice de ses adhérents. Il est important pour nous de travailler avec des génériqueurs présents sur l'ensemble des territoires où nous sommes présents.

ZENTIVA DIVERSIFIE-T-IL SES CANAUX DE DISTRIBUTION ?

Aujourd'hui un pharmacien achète ses médicaments la plupart du temps chez son grossiste répartiteur. Présent chez chacun d'eux Zentiva propose par ailleurs un canal de distribution sous forme de plateforme dépositaire avec ses propres stocks. Entre grossistes et dépositaire Zentiva propose donc une solution rapide de livraison à nos adhérents.

QUELLE EST, POUR VOUS, LA PRINCIPALE FORCE DE CE LABORATOIRE ?

L'humain. Les équipes. C'est une force de vente avec cinq délégués pharmaceutiques dont deux ont une double casquette délégués pharmaceutiques et responsables grands comptes grossistes et groupement. Ils ont un directeur régional sur l'ensemble des territoires des Drom, basé à la Réunion, Laurent Maillot, et un directeur des ventes

Outre-mer, basé en métropole, Arnaud de la Taille.

Avec un management décentralisé et en ayant un directeur sur place cela fait la différence, plus de proximité, plus de réactivité.

Nous avons une vraie synergie avec Zentiva et faisons un point mensuel sur chaque adhérent et échangeons sur la situation du marché et son évolution.

La proximité est primordiale. Dans un vrai esprit d'équipe.



FORMATION
SANTÉ

EDUPRAT

PHARMACIENS



GOSIER

VENDREDI 15 OCTOBRE | 09H00 - 17H30

PRISE EN CHARGE DE L'ENFANT À
L'OFFICINE ●●

Format présentiel (7h)

LUNDI 6 ET MARDI 7 DÉCEMBRE | 09H00 - 17H30

FORMATION À L'AROMATHÉRAPIE ●●

Format présentiel (14h)

MARDI 07 DÉCEMBRE | 09H00 - 17H30

PRISE EN CHARGE DES PATIENTS EN
SITUATION D'URGENCE OU DE CATASTROPHE

Format présentiel (7h)

Référence de l'action : 57202100255

JEUDI 9 ET VENDREDI 10 DÉCEMBRE | 09H00 - 17H30

FORMATION À L'AROMATHÉRAPIE ●●

Format présentiel (14h)

VENDREDI 10 DÉCEMBRE | 09H00 - 17H30

ORTHOPÉDIE : LES PETITS APPAREILLAGES
DE SÉRIE, ORTHÈSES ET ATTELLES ●●●

Format présentiel (7h)

Référence de l'action : 57202100279

MAYOTTE

JEUDI 30 SEPTEMBRE | 09H00 - 17H30

GESTION DU STRESS ET DES CONFLITS EN
OFFICINE ●●

Format présentiel (7h)

VENDREDI 01 OCTOBRE | 09H00 - 17H30

MANAGEMENT ET PERFORMANCE EN
PHARMACIE (J1) ●●

Format présentiel (7h)

JEUDI 07 OCTOBRE | 09H00 - 17H30

PRISE EN CHARGE DES PATIENTS EN
SITUATION D'URGENCE OU DE CATASTROPHE

Format présentiel (7h)

Référence de l'action : 57202100255

VENDREDI 08 OCTOBRE | 09H00 - 17H30

ORTHOPÉDIE : LES PETITS APPAREILLAGES
DE SÉRIE, ORTHÈSES ET ATTELLES ●●●

Format présentiel (7h)

Référence de l'action : 57202100279

VENDREDI 05 ET SAMEDI 06 NOVEMBRE | 09H00 - 17H30

HYPNOSE MÉDICALE APPLIQUÉE À VISÉE
ANTALGIQUE ●●

Format présentiel (14h)

Référence de l'action : 57202100229

MERCREDI 08 ET JEUDI 09 DÉCEMBRE | 09H00 - 17H30

LA MICRONUTRITION À L'OFFICINE ●●

Format présentiel (14h)

VENDREDI 10 DÉCEMBRE | 09H00 - 17H30

MICRONUTRITION DU SPORTIF ●●

Format présentiel (7h)

LÉGENDE :



Formation présentielle (7h)

OU



Formation présentielle (14h)

DIFFÉRENTS TYPES DE DÉROULÉ PÉDAGOGIQUE

SAINTE-ANNE

JEUDI 09 SEPTEMBRE | 09H00 - 17H30

MICRONUTRITION DU SPORTIF ●●

Format présentiel (7h)

JEUDI 25 NOVEMBRE | 09H00 - 17H30

GESTION DU STRESS ET DES CONFLITS EN

OFFICINE ●●

Format présentiel (7h)

SAINT-DENIS

JEUDI 23 SEPTEMBRE | 09H00 - 17H30

MICRONUTRITION DU SPORTIF ●●

Format présentiel (7h)

VENDREDI 24 SEPTEMBRE, VENDREDI 19 NOVEMBRE

ET VENDREDI 03 DECEMBRE |

09H00 - 17H30

MANAGEMENT ET PERFORMANCE EN

PHARMACIE ●●

Format présentiel (21h)

JEUDI 07 ET VENDREDI 08 OCTOBRE | 09H00 - 17H30

LA MICRONUTRITION À L'OFFICINE ●●

Format présentiel (14h)

VENDREDI 29 OCTOBRE | 09H00 - 17H30

L'ACCOMPAGNEMENT DU PATIENT

DIABÉTIQUE PAR LE PHARMACIEN

D'OFFICINE ●●

Format présentiel (7h)

MARDI 30 NOVEMBRE | 09H00 - 17H30

GESTION DU STRESS ET DES CONFLITS EN

OFFICINE ●●

Format présentiel (7h)

SAINT-GILLES

VENDREDI 17 SEPTEMBRE | 09H00 - 17H30

MICRONUTRITION DU SPORTIF ●●

Format présentiel (7h)

MARDI 26 OCTOBRE | 09H00 - 17H30

GESTION DU STRESS ET DES CONFLITS EN

OFFICINE ●●

Format présentiel (7h)

LUNDI 08 ET MARDI 09 NOVEMBRE | 09H00 - 17H30

HYPNOSE MÉDICALE APPLIQUÉE À VISÉE

ANTALGIQUE ●●

Format présentiel (14h)

Référence de l'action : 57202100229

SAINT-PIERRE

JEUDI 28 OCTOBRE | 09H00 - 17H30

L'ACCOMPAGNEMENT DU PATIENT

DIABÉTIQUE PAR LE PHARMACIEN

D'OFFICINE ●●

Format présentiel (7h)

Patients fatigués des allergies ? aux pollens, poils d'animaux ou acariens



Dispositif médical de photothérapie intranasal



**SANS
SOMNOLENCE**



Mieux vivre son allergie grâce à la photothérapie !



LUMIÈRE ROUGE

Limite la libération d'histamine
et régule le processus immunitaire
responsable des symptômes nasaux



LUMIÈRE INFRA ROUGE

Emet par effet thermique
un signal anti-inflammatoire
aux cellules de la muqueuse nasale

TRAITEMENT : 3 MINUTES, 2X PAR JOUR

HUMER Stop allergies dispositif de photothérapie intranasal : Indication : Traitement et soulagement des symptômes de la rhinite allergique (rhinorrhée, congestion et démangeaisons nasales). Ce dispositif est un produit de santé qui porte au titre de cette réglementation le marquage CE. Dès 6 ans. Demandez conseil à votre médecin ou votre pharmacien et consultez la notice avant utilisation. Ce produit est un dispositif médical de classe IIa (CE1639). Mandataire européen : Wellkang Ltd, Irlande. Distributeur : Laboratoires URGO Healthcare - 21300 CHENÔVE - RCS DIJON 798 251 559 - Capital social 56 280 458 €. 04/2021



Découvrez le dispositif en images
en scannant ce QR Code ou sur
www.humer-lagamme.fr !