

# RAPPORT DE STAGE

## GRANDE PHARMACIE LAFAYETTE MERMOZ



la santé pour **tous**

DAVID Constance

Constance David

DAVID Constance

Département TC

1 rue Lautréamont BP 1624

65016 Tarbes CEDEX

# Rapport BUT 1

Pharmacie Lafayette Mermoz  
74 Avenue Didier Daurat 64 000 Pau

9 janvier au 4 février 2023



UNIVERSITÉ TOULOUSE III

Tuteur enseignant : Anne-Laure GUIN

Maître de stage : Clara Solana

## REMERCIEMENTS



la santé pour tous

Je tenais à adresser quelques remerciements.

En premier lieu, je tiens à remercier monsieur Vincent Patisier, gérant de la pharmacie Lafayette Mermoz, de m'avoir accueilli pour la période d'un mois dans son entreprise afin d'effectuer mon stage dans les meilleures conditions possibles.

Je remercie l'ensemble de l'équipe d'avoir eu la patience et la volonté de m'expliquer le déroulement de l'entreprise ainsi que leurs tâches à réaliser pour me permettre d'assimiler le fonctionnement de l'entreprise.

Je tenais également à remercier ma tutrice de stage, Clara Solana. Elle a été présente depuis le début pour répondre au maximum à mes attentes et mes interrogations sur son métier. Elle a pris de son temps pour m'expliquer et me détailler les activités à faire, ainsi que pour m'aider et me soutenir au mieux lors des différentes réalisations effectuées.

Je suis reconnaissante de l'aide de mes proches et ma famille pour trouver un stage.

Enfin, j'adresse mes remerciements à ma tutrice et professeure madame Anne-Laure Guin de l'Université Paul Sabatier II. L'écoute attentive et l'accompagnement apporté dans ma recherche de stage, de la même manière que le soutien et l'aide fourni tout au long de cette période.

## Table des matières

INTRODUCTION.....	5
<b>PARTIE I : .....</b>	<b>6</b>
<b>SECTEUR D'ACTIVITE ET ENTREPRISE D'ACCUEIL .....</b>	<b>6</b>
I.    1 - SECTEUR D'ACTIVITÉ.....	7
I.    2 - ENTREPRISE D'ACCUEIL .....	10
<b>PARTIE II : .....</b>	<b>13</b>
<b>PRESENTATION DES MISSIONS .....</b>	<b>13</b>
II.    1- OBJECTIFS :.....	14
2- MOYENS MIS EN ŒUVRE : .....	14
3- RESULTATS : .....	15
4- ANALYSE DES RESULTATS : .....	15
<b>III.    CONCLUSION .....</b>	<b>17</b>

## **INTRODUCTION**

Dans le cadre de ma formation Techniques de Commercialisation à l'IUT de Tarbes, j'ai effectué un stage de communication principalement, du 9 janvier au 4 février dans l'un des plus grands groupes de pharmacies.

La pharmacie Lafayette Mermoz de Pau est un commerce de détails de produits pharmaceutiques en magasin spécialisé. Elle fonctionne grâce aux différents métiers exercés dans l'entreprise. Le poste que j'ai décidé d'observer et de pratiquer est celui de chef marketing, communication et commerce digital.

Le choix de ce stage est simple, je souhaite travailler dans la communication, voire faire de la communication au sein d'une entreprise comme futur métier. Ce stage est donc assez complet pour observer et mettre en pratique afin de m'aider dans mes choix futurs.

Mes attentes face à ce stage sont de bien découvrir et pratiquer un maximum la communication et le marketing dans une entreprise en me laissant une certaine autonomie avec des explications claires afin de savoir si cela me convient.

Ma motivation principale est d'aimer la communication et en faire comme métier futur.

Le problème actuellement majeur des pharmacies, est la pénurie de médicaments, ce qui engendre une clientèle moindre. Les objectifs principaux à atteindre du poste que j'observe au sein de l'entreprise sont la mise à jour des tâches avec ponctualité, effectuer des bac soldes, affiches, plv, têtes de gondoles et gestion des réseaux. Tout cela afin d'attirer les clients.

L'entreprise détient également quelques attentes à mon égard. Ils veulent de la motivation, de l'écoute, de l'implication et de la prise d'initiatives.

Dans ce rapport, je détaillerai dans un premier temps le secteur d'activité ainsi que l'entreprise d'accueil. Dans une seconde partie, je développerai la présentation des missions effectuées tout au long du stage.

**Partie I :**

**Secteur d'activité et entreprise d'accueil**

## **I. 1 - SECTEUR D'ACTIVITÉ**

### *Mondial :*

Au niveau mondial, le marché pharmaceutique ne cesse d'accroître depuis quelques années. En effet, depuis la crise mondiale de la COVID-19, la demande de la part des clients augmente chaque jour ainsi que les nouveaux médicaments mis sur le marché. En 2021, le marché du médicament atteint un chiffre d'affaires de 1 291 milliards de dollars (6,8% de plus que 2020). Également, Claude Le Pen, économiste de la santé et membre de la Fédération Nationale de l'Information Médicale affirme que « Le marché pharmaceutique mondial va connaître une croissance modérée de 3 à 6% d'ici à 2022. »

### *National :*

En France, l'évolution n'est pas autant bénéfique que dans d'autres parties du monde. Dans le marché du médicament, la part de la France dans le monde était d'environ 5% il y a plusieurs années. Aujourd'hui, il est d'environ 3,5%.

Par exemple, en 2020, le chiffre d'affaires des médicaments en ville s'élève à 21,2 milliards d'euros (prix hors taxes). En 2021, le chiffre d'affaires global net des pharmacies, pour les médicaments, est de 24,5 milliards d'euros.

Cela s'explique par plusieurs raisons qui ont pour origine la pandémie de 2019-2023 qui a créé une « pénurie ». En effet, il y a augmentation de la demande de médicaments pour une production insuffisante. Cela oblige d'utiliser les stocks qui diminuent, mais également d'avoir recours à l'importation, ce qui n'est pas la solution la plus simple car les transports sont assez limités, longs et surtout coûteux.

Ce secteur reste malgré tout confiant grâce au divers produits et médicaments présent sur le marché, ainsi que les tests COVID-19 et ventes d'autotests et masques par exemple.

*Les Pharmacies Lafayette :*

1995 : Un docteur toulousain nommé Lionel Walson décide de créer une petite pharmacie dite « Pharmacie Lafayette ».

La première voit le jour en juin à Toulouse, et se démarque des autres en vendant des produits courants tels que des vitamines C ou pilules au prix coûtant.

2001 : Monsieur Walson et son associé remarque le nombre de clients et décident d'ouvrir un autre magasin spécialisé dans la parapharmacie. Ils réussissent à accroître leur chiffre d'affaires en insérant le low - cost sur le marché de la pharmacie.

2009 : Ils décident d'ouvrir un espace particulier, l'espace « optique »

2017 : Ils mettent en avant l'ouverture de l'espace « confort médical »

2018 : Leur objectif était de conquérir la capitale qui n'inscrivait aucune pharmacie Lafayette au cœur de Paris. A ce jour, leur objectif est réalisé avec la création de plusieurs d'entre elles.

Le réseau Lafayette est aujourd'hui relativement implanté dans la société, et ne cesse d'ouvrir de nouvelles pharmacies en France. La clientèle est en hausse.

*Pharmacie Lafayette Mermoz :*

La grande pharmacie Lafayette Mermoz est créée en 2016, et est l'établissement principal où sont centralisées l'administration et la direction effective de l'entreprise.

Elle détient différentes fonctions telles que la distribution, industrie hôpital ou encore la vente de produits de soins et d'hygiène.

De nos jours, cette pharmacie a eu l'occasion d'évoluer et s'est modernisée en ayant une certaine présence dans le digital. Elle regroupe l'espace santé, parapharmacie, bien-être, bébé... de même, divers services comme l'envoi par mail des ordonnances permettant aux clients de venir sans ordonnances, ou un service de livraison dans un rayon de 10 km.

L'évolution s'est également faite au niveau interne. Il y a eu des changements de titulaires, ce qui implique de nouvelles organisations pour les employés qui ont des conditions de travail et du merchandising différent.

Cependant, cela n'a pas empêché de faire un assez bon chiffre d'affaires comparé aux autres pharmacies.

Par exemple, en 2020, le chiffre d'affaires de Lafayette Mermoz est de 5 406 765,00€.

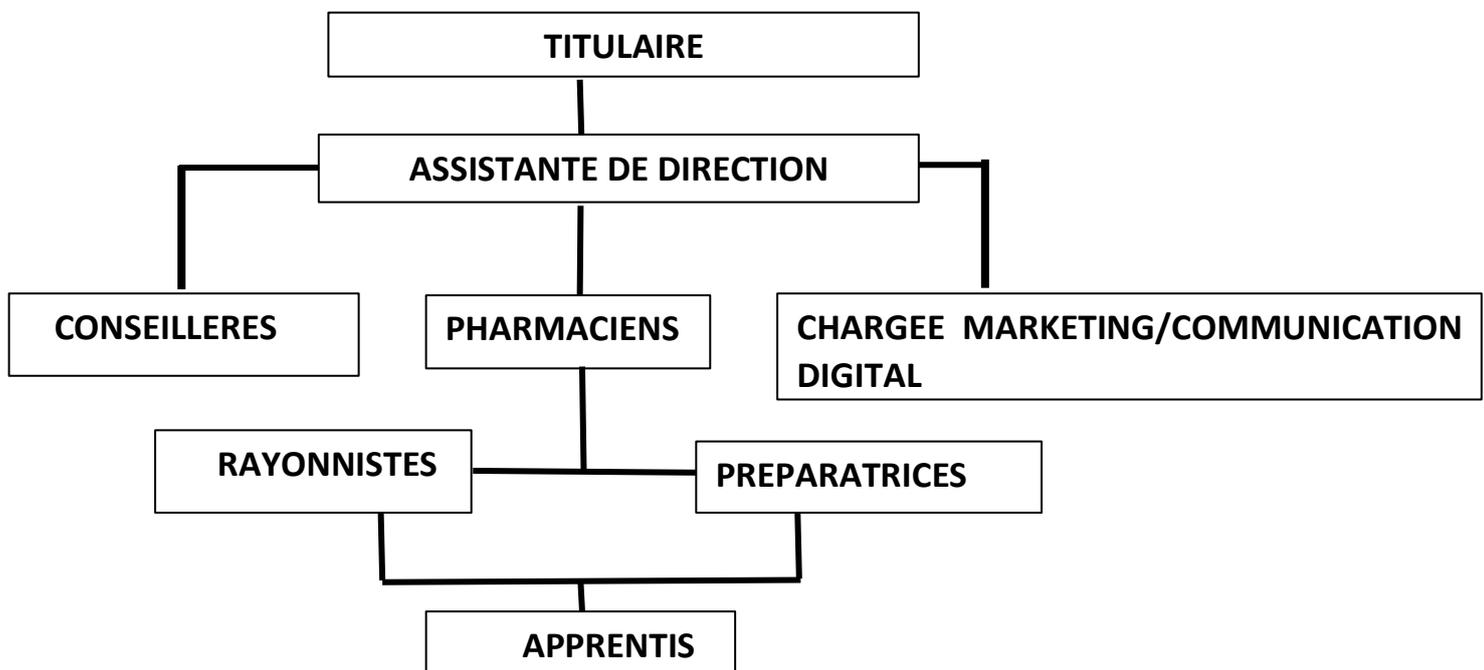
Celui d'une autre pharmacie « concurrente », est de 1 648 000,00€

## I. 2 - ENTREPRISE D'ACCUEIL

La pharmacie Lafayette Mermoz est une petite à moyenne entreprise mesurant 200 m<sup>2</sup>. Son activité principale est le commerce de détails de produits pharmaceutiques en magasin spécialisé. Elle a été créée le 21 juillet 2016 et détient comme forme juridique une société d'exercice libéral par action simplifiée.

En regroupant au total 26 salariés, il y a des pharmaciens, préparatrices, rayonnistes, conseillères, apprentis et chargée de communication et marketing digital.

*Représentation dans l'organigramme :*



La chaîne Lafayette a su comprendre les besoins de la société rapidement avec leur slogan très porteur " rendre la santé accessible à tous". La grande pharmacie Lafayette Mermoz de même que les autres pharmacies de cette chaîne ont trois grands principes :

### Le choix

Ils possèdent un large choix de produits pharmaceutiques et parapharmaceutiques naturels de différents laboratoires.

### La compétence

Ils mettent à la disponibilité des clients des conseils précieux et personnalisés parapharmaceutiques par des conseillères et expertes.

La qualification, des pharmaciens et préparatrices sur les produits pharmaceutiques et médicaux, est un maximum présente pour les clients.

### Le prix

Ils proposent de bas prix pour un large choix de produits.

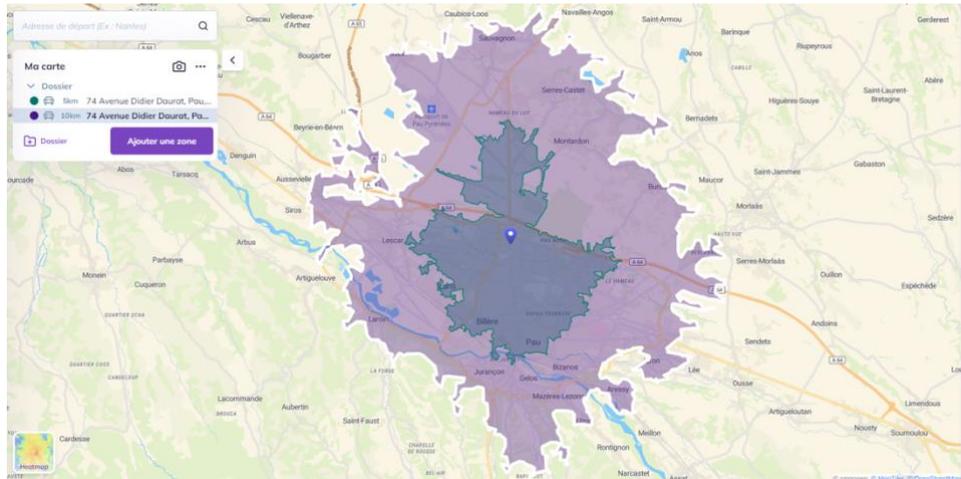
### *Le chiffre d'affaires :*

La pharmacie présente également un bon chiffre d'affaires qui n'a fait qu'évoluer les trois dernières années. Cela se doit grâce à la variété de produits et services proposés.

Années	2020	2021	2022
Chiffre d'affaires	5 406 765,00€	6 362 452,00€	8 888 019,00€

La zone d'attraction commerciale du point de vente est assez étendue. En effet, le commerce se situe plutôt bien car il est l'un des plus proches des petits villages autour sans pharmacie ce qui leur est bénéfique.

*Zone de chalandise=*



*Concurrence :*

Le concurrent principal est la pharmacie des 7 cantons. En effet, cette pharmacie propose divers produits et services adaptés aux différents publics. Ils présentent plus de salariés et un chiffre d'affaires supérieur (10 891 700,00€ en 2021)



**PARTIE II :**  
**Présentation des missions**

## II. 1- Objectifs :

Comme dit précédemment, les pharmacies détiennent certains problèmes de nos jours, notamment au niveau pharmaceutique avec la pénurie de médicaments en France. Cela s'ajoute aux difficultés rencontrées dans l'espace parapharmacie, avec les ventes de produits en ligne sur la toile.

Ceci engendre une clientèle moins présente et plus réticente sur certains produits.

L'objectif principale est donc de se faire connaître un maximum en mettant en place des stratégies et représentations pour faire connaître les promotions et produits de l'entreprise.

## 2- Moyens mis en œuvre :

Les moyens mis en œuvre pour se faire sont, au niveau digital, les ajouts de contenus sur les réseaux sociaux tel qu'Instagram ou Facebook, la création de vidéos à publier sur le réseau « TikTok » ou encore les différents posts adaptés à la cible (selon les marques).

Au sein de l'entreprise, l'exposition d'affiches, PLV, animations et événements de différentes marques, est très présente



Exemple de présentation de produits en promotions spécialement pour le mois de février.

### 3- Résultats :

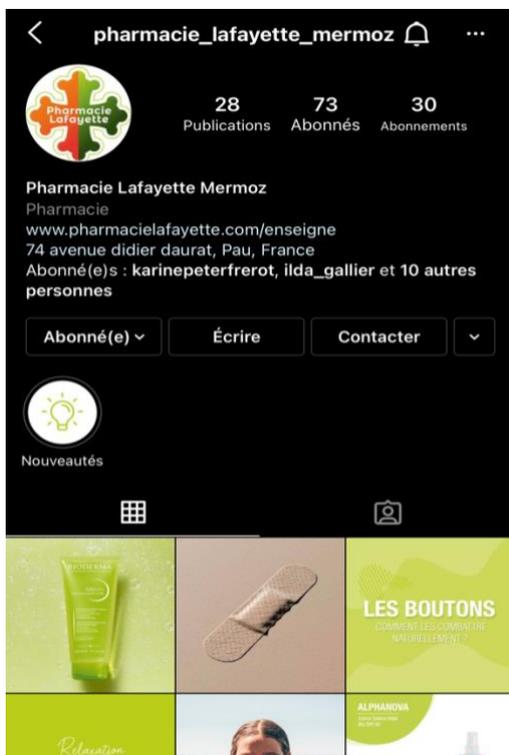
Les résultats sont principalement la notoriété avec le gain d'abonnés, de plus en plus de clients fidèles en voyant les promotions.

Création compte Tiktok : en une semaine, gain de 15 abonnés, 840 vus dès notre 2eme vidéo avec 110 mentions « j'aimes »

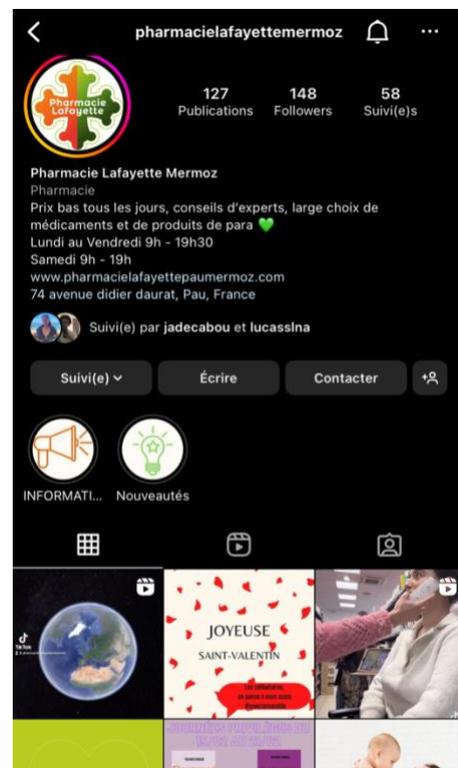
### 4- Analyse des résultats :

On peut remarquer que les missions ont été réalisées et les objectifs ne sont pas tellement fixés mais ils sont assez clairs et visibles. On peut le voir notamment grâce aux pages des réseaux sociaux, abonnés, nombre de vus, ou encore nombre de mentions « j'aime »

Avant le début du stage



Après la fin du stage



## **5- Supplément :**

Lors de mon stage, j'avais d'autres missions à réaliser sans objectif à atteindre en particulier. Les missions étaient d'aider mes collègues pour la mise en rayon et faire du « facing » (technique consistant à ramener les produits vers l'avant).

Tout cela afin de veiller à l'image du magasin et de ses rayons et ainsi mieux se repérer.

Il est arrivé que je fasse de la vente ou des conseils en rayon mais très peu de fois car les conseils sont faits par des experts formés à cela.

### III. CONCLUSION

Pour conclure, j'ai effectué mon stage de première année en tant que chargée de communication pour la Pharmacie Lafayette Mermoz, à Pau. Lors de ce stage de 4 semaines, j'ai pu acquérir quelques connaissances ainsi que mettre en pratique ce que j'ai appris à l'IUT. J'ai ainsi eu la possibilité réaliser au mieux mes missions pour essayer d'atteindre les objectifs fixés, en autonomie ou accompagné.

Cette expérience m'a beaucoup appris et m'a permis de bien découvrir le monde professionnel. Grâce à cette expérimentation, j'ai pu remarquer ce qui me plaisait réellement ou non. Je ne pense pas faire ce métier plus tard dans une entreprise similaire, je me trouve encore en pleine réflexion.

Cela ne m'empêche pas de penser qu'il s'agit d'un stage attractif, qui a su me plaire sous toutes ses formes. Participer à la dynamique de cette entreprise m'a fait grandir.

# BIBLIOGRAPHIE

Page 6

<https://www.france-industrie.pro/industrie-pharmaceutique/>

Chiffre d'affaires page 6 et 8

<http://www.guidepharmasante.fr/chiffres-cles/les-chiffres-cles-du-marche-du-medicament-5>

Citation de Claude Le Pen page 6

<https://www.lafnim.com/actualite/marche-de-la-pharmacie-une-croissance-moderee-d-ici-a-2022-177.htm>

Informations sur l'entreprise : page 7

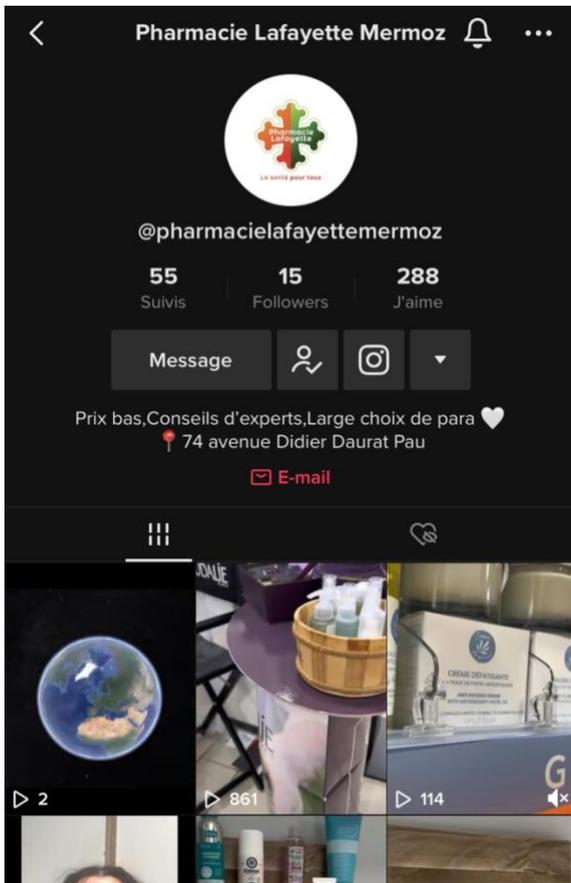
<https://www.societe.com/etablissement/grande-pharmacie-lafayette-mermoz-82174040400024.html>

Toutes autres informations dans ce rapport viennent de mes connaissances de l'actualité.

Les informations précises sur l'entreprise pharmacie Lafayette ainsi que certaines données chiffrées (chiffre d'affaires des 3 dernières années par exemple), proviennent des réponses de ma tutrice de stage et gérant de l'entreprise.

# ANNEXE 1

Compte Tiktok :



Affiche évènements :



PLV :



Post Instagram spécial :



## ANNEXE 2

Tête de gondole :



Intérieur du magasin :



Extérieur du magasin :



## ANNEXE 3

### INTERVIEW :

Chargée de communication et marketing digital :

**1- Quel est le nom de votre métier ?**

Chargée de projet marketing et communication digital.

**2- Quelles sont les compétences requises pour ce travail ?**

Les qualités requises sont d'être organisé, curieux, autonome, dynamique.

**3- Quels sont les diplômes nécessaires ?**

Les diplômes nécessaires sont le baccalauréat, un Bachelor de projet digital et communication.

**4- Comment pensez-vous évoluer dans votre métier ?**

Je profite de ce travail pour enrichir au maximum ses compétences pour espérer ouvrir son propre commerce dans quelques années.

**5- Quelles sont la ou les activité(s) principale(s) du métier ?**

Les activités principales sont la gestion des réseaux sociaux, PLV et back office.

**6- Avez-vous des activités annexes ?**

Les activités annexes sont les conseils clients, le merchandising, ou encore la réception.

**7- Quel est votre salaire approximatif ?**

Entre 1 400€ et 1 600€ début.

**8- Est-ce un métier à (grandes) responsabilités ?**

Ce métier détient des responsabilités. En effet, il faut savoir bien communiquer aux clients et donc mettre de vraies informations pour crédibiliser.

**9- Comment décririez-vous votre journée à un enfant ?**

J'informe aux clients les actualités de la pharmacie et je leur donne envie de venir nous voir.

**10- Comment se déroule une journée type ?**

La journée commence par un tour dans les rayons afin de voir si tout est en ordre. Je vérifie mes mails et les réseaux sociaux. Je me mets à jour sur les événements et promotions à venir. Je continue et finis par faire le contenu nécessaire pour ne pas être retardé dans les jours suivants.

**11- Voyez-vous faire ce métier toute votre vie ?**

Non, j'aime ce que je fais mais je ne me vois pas faire cela toute ma vie et espère développer mon propre commerce.

**12- Est-ce un métier qui demande de se former régulièrement ?**

Il ne nécessite pas de se former régulièrement. Cependant, il s'agit d'un métier qui demande à être présent sur les réseaux sociaux et à être au courant de l'actualité et de ce que font les concurrents.

**13- Existe-t-il des contraintes ? comment faites-vous pour les surmonter ?**

La contrainte principale est le manque d'effectif, ce qui engendre le manque de temps pour exercer mon métier.

**14- Avez-vous des conseils à donner pour exercer ce métier ?**

Les conseils que je peux donner sont d'abord d'être passionné par le digital tel que les réseaux sociaux, ou encore connaître les tendances actuelles pour un maximum en valeur l'entreprise. De plus, faire de la veille sur ses concurrents peut être bénéfique pour ainsi proposer des nouveautés.