

ACHATS EN PHARMACIE

DURÉE : 14 HEURES SOIT 2 JOURS

MODALITÉ : EN PRESENTIEL OU EN VISIO

PRÉREQUIS : RESERVES AUX PROFESSIONNELS DE SANTE D.E

PUBLIC : PHARMACIEN, PREPARATEUR EN PHARMACIE

PRISE EN CHARGE : OPCO EP (à hauteur de 25€/h)

COÛT : 1120€

CODE ORGANISME : SIRET 82792341800012, DECLARATION D'ACTIVITE 11941006494

DELAÏ D'ACCES : Inscription selon le calendrier et minimum 5 jours avant le début de la formation

- ♿ Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Nous contacter pour toutes demandes particulières.

Responsable de la formation

- Stephen ROBERT – Pharmacien

Editeurs de la formation

- Stephen ROBERT – Pharmacien

Public

- Pharmaciens diplômés d'Etat
- Préparateurs en pharmacie

Description de la formation

Cette formation de 14 heures a pour objectif de permettre aux pharmaciens titulaires, adjoints et préparateurs d'acquérir une vision complète et opérationnelle du processus d'achat en officine, depuis la négociation jusqu'au pilotage stratégique de la rentabilité. Dans un contexte de marges sous tension et de hausse des coûts, la maîtrise des achats est devenue un levier essentiel de performance économique. Les participants apprendront à analyser les indicateurs clés de leur officine (CA, marge, rotation de stock), à dimensionner leur portefeuille fournisseurs et à construire une politique d'achat cohérente avec leur positionnement local et leur typologie de clientèle.

Le programme aborde aussi bien les aspects techniques (remises, RFA, tarification, gestion du stock) que stratégiques (relations fournisseurs, groupements, centrales, importateurs, outils numériques, RSE).

De nombreux cas pratiques et mises en situation (analyse de bilan, simulation de négociation, stratégie d'achat complète) permettent une appropriation immédiate des concepts abordés.

À l'issue de la formation, le participant sera capable de piloter sa politique d'achat, d'optimiser sa marge brute et nette, de réduire les surstocks et de dynamiser ses ventes par une meilleure coordination achat-stock-conseil. Il disposera d'outils concrets et d'une méthode structurée pour transformer ses achats en véritable moteur de croissance officinale.

Objectifs opérationnels :

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

1. **Analyser la structure économique de son officine** (CA, marges, rotation de stock, poids des achats).
2. **Identifier les leviers de rentabilité** liés aux politiques d'achats et aux conditions commerciales.
3. **Dimensionner et piloter son portefeuille fournisseurs** en fonction du chiffre d'affaires et du positionnement officinal.
4. **Maîtriser les mécanismes de remises, RFA et prix nets** pour optimiser la marge réelle.
5. **Adapter sa stratégie d'achat à la typologie de sa pharmacie** (rurale, urbaine, para, naturelle, etc.).

6. **Négocier efficacement avec les fournisseurs et laboratoires**, en exploitant les bons arguments économiques.
7. **Mettre en place un suivi performant des achats et des stocks** grâce à des outils numériques simples et pertinents.
8. **Intégrer une démarche RSE dans sa politique d'achats**, en favorisant le sourcing responsable et la réduction des invendus.
9. **Impliquer son équipe officinale** dans la gestion des commandes, la réception et la valorisation des produits.
10. **Construire une stratégie d'achat complète**, alignée sur les objectifs de rentabilité et de développement commercial de l'officine.

Programme pédagogique :

Etape 1 de la formation : Analyse des pratiques professionnelles

Un examen est réalisé avant chaque formation (pré-test). L'évaluation se fait sous la forme de questionnaires à choix simple ou multiples. Les résultats de l'examen sont fournis *a posteriori* sous la forme d'un pourcentage de réussite.

- Nombre de questions par matière : **20 questions**
- Durée par pré-test : **20 minutes**
- Questionnaire à remplir en ligne

Etape 2 de la formation : Enseignement des recommandations de bonne pratique et vérification des connaissances

Liste des cours dispensés durant la formation et modalités pédagogiques :

Matières	Durée
<i>Jour 1 - L'opérationnel au quotidien</i>	
<i>Pré-test</i>	20min
1. Introduction & contexte du marché officinal	45min
2. Dimensionnement du portefeuille d'achats	1h00
3. Marge, TVA, prix & rentabilité	1h15
4. Typologies d'officines & stratégies d'achat associées	50min
5. Les remises et RFA (leviers de rentabilité)	1h10
6. Étude de cas #1 : Bilan et rentabilité d'une officine	1h30
Conclusion	10min
<i>Jour 2 - Stratégie, acteurs et performance</i>	
1. Les acteurs de l'écosystème officinal	1h00
2. Groupements, centrales d'achat, importateurs	1h15
3. Étude de cas #2 : simulation de négociation fournisseur	1h45
4. Outils numériques & suivi de performance	45min
5. RSE & politique d'achat responsable	45min
6. Management et implication de l'équipe	45min
7. Étude de cas #3 (fil rouge) : stratégie d'achat complète	1h10
Conclusion et échanges	20min
<i>Post-Test</i>	<i>20min</i>
Questionnaire de satisfaction	10min
TOTAL des heures	14h

Détail des matières abordées et formateurs les dispensant :

Jour 1 – L'opérationnel au quotidien (7 h)

Objectif général : maîtriser les leviers concrets de rentabilité et comprendre l'impact des achats sur la performance globale de l'officine.

Chapitre	Objectifs pédagogiques spécifiques	Contenu détaillé	Méthodes pédagogiques
Accueil & Pré-test	Identifier les attentes et le niveau initial des participants	Présentation du formateur et des participants ; explication des objectifs et déroulé ; pré-test QCM	Tour de table, QCM individuel
1. Introduction & contexte du marché officinal	Comprendre les enjeux économiques de l'officine	Chiffres clés, ratios économiques, répartition du CA et de la marge, poids des achats et des stocks	Exposé interactif, échanges collectifs
2. Dimensionnement du portefeuille d'achats	Déterminer le nombre optimal de fournisseurs selon le CA et la stratégie	Répartition du budget achats ; hiérarchisation des fournisseurs ; équilibre entre répartiteurs, laboratoires et para	Étude guidée de cas concrets, travail en binôme
3. Marge, TVA et rentabilité	Calculer la marge réelle et identifier les leviers de rentabilité	Définitions (PAHT, PVHT, PVTTTC) ; marge brute/nette ; coefficient multiplicateur ; impact de la TVA	Exercices chiffrés, mini quiz, correction collective
4. Typologies d'officines & stratégies d'achat	Adapter les achats au positionnement de l'officine	Analyse de typologies (urbaine, rurale, para, naturelle) ; cohérence offre/client	Étude comparative, échanges d'expériences
5. Les remises et RFA	Identifier et négocier les leviers de rentabilité	RFA, remises immédiates, en cascade, arrières ; simulation de calculs ; vigilance contractuelle	Simulation de calculs, mise en pratique sur Excel
Etude de cas #1	Appliquer les notions sur un cas réel	Analyse d'un bilan officinal ; calcul de marge, rotation, RFA cumulées ; restitution	Étude de cas complète en sous-groupes, débrief collectif
Pause / échanges	Favoriser le partage d'expériences et la consolidation	Discussion libre, réponses aux questions	Échange collectif

Jour 2 – Stratégie, acteurs et performance (7 h)

Objectif général : structurer une politique d'achat performante, digitale et durable.

Chapitre	Objectifs pédagogiques spécifiques	Contenu détaillé	Méthodes pédagogiques
1. Les acteurs de l'écosystème officiel	Identifier les rôles et interactions des différents acteurs	Grossistes, laboratoires, dépositaires, répartiteurs spécialisés ; relations contractuelles ; marges arrière	Exposé participatif, carte mentale collective
2. Groupements, centrales d'achat, importateurs	Comprendre les circuits alternatifs et leur impact sur la rentabilité	Fonctionnement des groupements ; avantages/inconvénients ; importations parallèles ; critères de choix	Étude comparative + cas pratiques
Étude de cas #2 – Simulation de négociation fournisseur	S'entraîner à négocier efficacement avec un fournisseur	Jeu de rôle acheteur/fournisseur ; préparation d'objectifs ; argumentaire économique ; débrief	Jeu de rôle en binômes, feedback collectif
4. Outils numériques & suivi de performance	Exploiter les outils digitaux pour piloter les achats et les stocks	ERP, plateformes d'approvisionnement, BI, tableaux de bord, indicateurs de performance	Démonstration, étude de cas, échanges
5. RSE & politique d'achat responsable	Intégrer une démarche éthique et responsable dans la politique d'achat	Sourcing local, produits à impact, anti-gaspillage, dons, communication responsable	Étude d'exemples concrets, échanges
6. Management & implication de l'équipe	Mobiliser et responsabiliser l'équipe officinale	Rôles, routines, indicateurs partagés, communication interne, challenges commerciaux	Atelier collaboratif, brainstorming
Étude de cas #3 – Stratégie d'achat complète (fil rouge)	Construire une stratégie d'achat globale pour sa propre officine	Diagnostic + plan d'action (budget, assortiment, fournisseurs, RSE, outils)	Atelier en sous-groupes, restitution orale
7. Conclusion & échanges	Synthétiser les apprentissages et valider les acquis	Bilan collectif, mise en perspective individuelle	Discussion libre
Post-test & QCM final	Évaluer la progression et l'acquisition des compétences	QCM individuel corrigé collectivement	Évaluation écrite + correction
Questionnaire de satisfaction	Recueillir l'avis des participants	Questionnaire à chaud anonyme	Auto-évaluation

Etape 3 de la formation : Analyse de l'impact de la formation sur les pratiques professionnelles en fin de cursus

Un examen est réalisé après la formation (post-test) pour **chaque matière**. L'évaluation se fait à l'aide de questionnaires à choix simple ou multiples. Cet examen fait appel aux connaissances théoriques et pratiques acquises au cours de la formation. La validation de la formation requière l'obtention d'un score supérieur à 80% pour chacune des matières enseignées :

- Nombre de questions par matière : **20 questions**
- Durée de chaque examen : **20 minutes**

Etape 4 de la formation : Questionnaire de satisfaction

- Durée : **10 minutes**
- Ce questionnaire de satisfaction permet d'adapter le contenu et format de l'enseignement.

Etape 5 de la formation : Attestation de formation

- Deux certificats sont délivrés à l'issu de la formation
 - Preuve de formation et de présence avec résultats détaillés des connaissances acquises
 - Attestation nominative de réussite de la formation (ne contient pas les résultats)
- Un score de 80% est requis au post-test pour valider la formation pour toutes les matières