



PHARMA 2017 FRANCE : Les meilleurs ...

EXCLUSIF PRESCRIPTION SANTÉ

Ce n'est pas moi qui le dit, encore moins le Reputation Institute mais bien ce cher Georges, Georges Brassens, dans son tube (Aurait-il aimé ce terme ? Pas certain !!!), « La Mauvaise Réputation » : J'ai mauvaise réputation - Qu'je m'démène ou qu'je reste coi - Je pass' pour un je-ne-sais-quoi - Je ne fait pourtant de tort à personne - En suivant mon chemin de petit bonhomme ! ». « Qu'je m'démène ou qu'je reste coi », ... en voilà un choix stratégique qui s'est longtemps posé, et même imposé, à la pharma hexagonale. D'ailleurs, de longues années durant, ce fut plutôt le « je reste coi » qui l'emportait, sans poser pour autant de problème de conscience aux acteurs industriels de la pharma. « Pour vivre heureux, vivons cachés », pensait-on dans les rares Services Com dignes de ce nom que comptaient les laboratoires présents sur le marché français ! Avec raison, soyons honnêtes en le reconnaissant ici ! Tout le monde, ou presque se moquait comme



et les autres !

de son premier suppositoire de qui pouvait bien se cacher derrière son traitement contre le diabète ou son anti-cholestérol. La marque, ici, se limitait au nom qui figurait sur la boîte, hormis quelques exceptions parmi lesquelles UPSA, notamment, qui faisait alors figure de contre-exemple emblématique. Mais c'était bien avant la fin du Monde, la fin du médecin tout puissant, avant l'explosion des médias santé grand-public, avant les débats sur le trou de la sécu creusé, bien évidemment par tous « ces médocs qui ne servent à rien ». Avant, bien sûr, les réseaux sociaux et avant encore l'accident absolu, la dérapage incontrôlé, le crash sans ceinture, l'affaire du Mediator. Quel laboratoire au sens technique du



SERVIER, PLACÉ LOGIQUEMENT HORS MOYENNE

Contrairement à l'année dernière, Reputation Institute a inclus, dans son étude 2017, le français Servier. Avec, comme on pouvait s'y attendre des scores très mauvais et une note globale de 31 sur 100. Logiquement, donc, au moment de calculer la moyenne pour l'ensemble de la catégorie, les calculs du RepTrak ont exclu les données relatives au groupe hexagonal afin de ne pas fausser les moyennes.

terme, et affichant un effectif de plus de 15 personnes, pourrait-il encore se priver d'un Dir-Com cauchemardant deux fois par semaine, imaginant un état de crise absolu, un médicament de cardio se muant en une nuit en un serial killer à la une de toute la presse, craignant au point de s'entourer de quelques pseudo spécialistes, qu'une des usines de la maison ne soit épinglée par les services sanitaires comme un vulgaire vendeur de pans bagnats avariés, obsédé par les discours de son VM qu'il traîne de « coaching » en sessions de rattrapage devant le réglementaire espérant que, là, quelques coups de fouet bien placés les contraindra à suivre mot à mot les 870 « Fiches Visites » diffusées lors du dernier séminaire ? Pour autant, on le sait, toutes ces précautions n'éviterons pas au laboratoire le plus innovant de devoir être accusé d'assassinat à grande échelle par un journaliste de quotidien à audience nationale. Pourquoi ? Parce qu'il est un laboratoire ! Tout simplement ! Une donnée de base qui renforce encore l'importance des études, analyses et autres rapports qui se penchent, ici ou ailleurs, sur l'image du secteur et la réputation dont il bénéficie, ... ou plutôt souffre.



TOUS SECTEURS CONFONDUS, LE CARTON CONFIRMÉ DE MICHELIN

En 2017, la firme de Clermont-Ferrand se place en tête du classement général des entreprises, en France (toutes origines géographiques confondues) pour la deuxième année consécutive. Elle devance Lego, Seb, Bic et Bosch, tous obtenant un score très nettement supérieur à 80



GLOBAL : En France, la Pharma flirte désormais avec les vrais bons scores

La France n'est bien évidemment pas une exception et les 15 pays majeurs, hormis l'Allemagne, font l'objet d'une telle analyse.

La France dont les acteurs pharma ont d'ailleurs été toujours étudiés depuis 2013, même si les résultats ne sont effectivement publiés que depuis 2016. Des chiffres qui permettent donc, globalement cette fois, de constater que le score de réputation décroché par les laboratoires en France, d'année en année, progresse : en 2013, ce score n'était pas franchement brillant, dépassant à peine le seuil des 60 (60,6), en dessous duquel Reputation Institute qualifie la situation de « faible » et « vulnérable ». En 2017, on flirte désormais avec le plancher des 70 (69,5), au-delà duquel la réputation est qualifiée de « forte et robuste ». Entre ces deux dates, une progression régulière, mais accélérée au cours de la dernière année, est constatée : 63,4 en 2014 ; 64,5 en 2015, 65,8 en 2016 et, donc, 69,5 en 2017. Un petit coup d'œil sur le baromètre mondial cette fois, permet de constater que la pharma hexagonale reste malgré tout en retard vis à vis de la moyenne internationale. Une moyenne qui, pour la première fois en 2017, vient de passer au dessus des 70, à 71,8. Elle



LE POIDS IMPORTANT DU R.S.E ... MALHEUREUSEMENT

Selon les données globales, les 3 des 7 critères qui peuvent être regroupés dans la catégorie du RSE pèsent lourd dans l'opinion globale que les français expriment sur le secteur de la pharma : Citizenship, Gouvernance et Workplace représentent, ensemble, 49,6% de la note globale. Mais il s'agit aussi des 3 critères sur lesquels la pharma obtient des scores inférieurs à 70.

était de 65,8 en 2014 et de 68,2 l'année passée. Mieux encore, ils sont désormais 44% à attribuer à la pharma, au niveau mondial, un score au delà des 80 et ne sont plus, à contrario, que 26% à plomber l'image du secteur avec un score de moins de 40 : ils étaient 35% dans ce cas en 2016.

69,5 SUR 100

LE SCORE DE LA PHARMA EN FRANCE SUR 2017

LA MÉTHODO REPTRAK ... SELON REPTRAK

Née du monde universitaire entre les US & l'Europe il y a 20 ans, cette méthodologie holistique permet d'identifier la perception de la réputation d'une entreprise face à l'ensemble de ces différentes parties prenantes.

La notion la plus importante est la connexion émotionnelle avec l'entreprise, mesurée par le score « Pulse » en répondant à 4 questions fondamentales (Trust ? Admire ? Feeling ? Esteem ?). Cette émotion va donner le support des parties prenantes, qui vont soutenir cette entreprise en recommandant celle-ci ou ses produits, lui donnant la licence pour opérer, l'envie de venir travailler ou d'investir dans celle-ci...

Le Modèle RepTrak définit ensuite le rationnel qui soutient cette émotion au travers de 7 dimensions (Produit & Services, Innovation, Workplace, Gouvernance, Citizenship, Leadership, Performances). De là sont obtenues toutes les clés de lecture qui construisent ou entament une réputation, les drivers, les axes de progrès, les gaps entre le positionnement, la perception et certaines réalités ignorées.

Le modèle RepTrak est non seulement un outil de mesure, mais en continu, devient un outil de pilotage de la réputation..



FRANCE : RepTrak 2017 : And The Winner is ... Allergan devant Viiv et Takeda

Une bonne pioche ! En construisant, il y a plusieurs mois déjà, son « panier » de laboratoires étudiés sur la France, Olivier Forlini ; le patron de Reputation Institute dans l'hexagone, a choisi d'ajouter à la liste des groupes analysés en 2017

quelques petits nouveaux ! Bingo ! Pour l'essentiel, ces « derniers arrivés » sont parmi les mieux classés. Et c'est ainsi le cas du laboratoire Allergan qui, cette année, décroche sa palme d'or avec un score de 75,8/100. Belle performance pour le groupe producteur, entre autres,



75,8 SUR 100
LE SCORE D'ALLERGAN
EN FRANCE SUR 2017



SANOFI : Plutôt bien placé "à l'Extérieur" mais en toute fin de classement "à Domicile"

Il est notable de constater le bon classement de notre champion hexagonal Sanofi aux USA, et plus globalement sur l'étude internationale proposée par Reputation Institute alors que le laboratoire souffre clairement « à domicile ». Au point de réaliser en France, son pire score sur l'ensemble des 15 pays étudiés, selon les données qui nous ont été communiquées par RepTrak. Faut-il y voir une spécificité tricolore, une absence de fierté de la part de la population française ? Pas nécessairement, puisqu'il est assez régulier de constater une telle « inversion des images » : fragilisée à domicile, en force à l'extérieur.

LES QUATRE FRANÇAIS ANALYSÉS SONT EN QUEUE DE PELOTON

Ce qui se confirme dans cette édition 2017 grâce à l'ajout dans la liste des laboratoires étudiés, par rapport à 2016, de trois laboratoires français, à savoir Ipsen, BioMérieux et Servier. Or ces trois entreprises sont clairement dans la seconde moitié du classement 2017 avec des notes relativement faibles pour les deux

premiers de 66,6 et 69,4. Pour le troisième, comme nous l'avons expliqué précédemment, le bonnet d'âne, finalement attendu, place Servier en queue de peloton, à 31,0. Dans le cas de Sanofi, seul laboratoire français présent dans le lot des 17 laboratoires étudiés à l'international, le « gap » est pour le moins marquant. Dans le classement hexagonal, le groupe français décroche la 22ème place, soit l'avant dernière si l'on exclu, comme pour les calculs de moyenne, le cas « à part » du groupe Servier. La note obtenue par Sanofi, en France est de 62,7. Or, un coup d'œil sur le RepTrak mondial redonnera un peu de fierté aux dirigeants et communicants du groupe puisque, là au milieu des autres géants du secteur, le frenchy tire plutôt bien son épingle du jeu avec une neuvième place mais surtout un score clairement au dessus de la barre des 70 (72). Il devance, dans ce palmarès global, des groupes tels que Allergan, Eli Lilly, Merck, BMS, ou encore Novartis, laboratoires dont les filiales, en France, font mieux que le champion hexagonal.

UN GROUPE POLITIQUEMENT ET MÉDIATIQUEMENT EXPOSÉ

Reste que la position du groupe dans le palmarès tricolore, même si cette faiblesse locale est donc classique au-delà même du seul secteur des laboratoires,



72 SUR 100
LE SCORE DE SANOFI
À L'INTERNATIONAL SUR 2017

peut aussi s'expliquer par l'exposition dont « bénéficie » le groupe dans son pays d'origine. Comme nous le soulignait récemment un des cadres dirigeants de la maison Sanofi : « Si le groupe annonce un plan social, plan dont on sait qu'il est généralement proposé avec des conditions telles qu'il y a toujours plus de candidats au départ que bons de sortie proposés, il fait immédiatement l'actualité. Face à lui, des boîtes moins exposées, et beaucoup plus « violentes » dans leurs pratiques sociales, procéderont à des coupes nettement plus franches sans provoquer la moindre levée de plume du côté des médias notamment ».

62,7 SUR 100
LE SCORE DE SANOFI
EN FRANCE SUR 2017

du Botox, qui, de surcroît se place en tête sur les critères « Workplace », Citizenship » et « Leadership », avec, sur ce dernier, une belle performance de 76,6. Autre nouveau venu, dans l'édition 2017, la filiale autonome de GSK, ViiV, dédiée aux traitements contre le VIH et qui s'impose au second rang du classement français avec un joli score de 75,5. Le groupe américain MSD qui, l'an passé, avait emporté, haut la main, le leadership de ce classement, le premier en France, se trouve du même coup relégué à la cinquième place. Mais on pourra cependant relever que le laboratoire occupe le deuxième rang sur le critère « Produits et Services », tout comme pour l'Innovation et la gouvernance. Il est sur la troisième marche du podium sur les critères « Leadership » et Workplace. On pourra également relever cette curiosité : Novartis qui s'affiche pourtant à la vingtième place du classement général bénéficie cependant d'une excellente deuxième position, (avec un score de 78) sur le critère Performance.

1 : Allergan	75,8
2 : ViiV	75,5
3 : Takeda Pharm.	75,0
4 : Sartorius St.	75,0
5 : MSD	74,3
6 : Amgen	74,2
7 : Celgene	73,5
8 : Gilead Sciences	73,2
9 : Roche	73,1
10 : AbbVie	73,0
11 : Janssen Pharma.	73,0
12 : Novo Nordisk	71,8
13 : Bristol-Myers Sq.	70,9
14 : AstraZeneca	69,7
15 : Eli Lilly	69,5
16 : Biomerieux	69,4
17 : Ipsen	66,6
18 : GlaxoSmithKline	66,0
19 : Merck KGaA	64,4
20 : Novartis	63,9
21 : Pfizer	63,7
22 : Sanofi	62,7
23 : Bayer	61,5
24 : Servier	31,0

LES DÉTAILS DE L'ÉTUDE MENÉE PAR REPUTATION INSTITUTE ONT FAIT L'OBJET D'UNE PRÉSENTATION, CE VENDREDI PAR LE DIRIGEANT EN FRANCE, OLIVIER FORLINI, DEVANT LES MEMBRES DE L'ASSOCIATION RCS (RÉSEAU COMMUNICATION SANTÉ), PRÉSENTATION DONT LES ÉLÉMENTS SERONT PROPOSÉS SUR LE SITE DE L'ASSOCIATION.
CLIQUEZ ICI



MONDE : L'Américain AbbVie en grand Vainqueur de l'édition 2017

Les résultats de l'étude mondiale du RepTrak Pharma ont été publiés mardi et laissent apparaître en effet le groupe américain AbbVie en grand vainqueur de cette édition 2017 avec un score de 74,5 en nette progression par rapport à l'analyse 2016 (+5,3). Il devance le Danois Novo Nordisk, (74) et le nippon Takeda qui, comme en France, réalise une très belle performance (73,8). Viennent ensuite Roche (4ème avec 73,4), Janssen (5ème avec 72,5) Gilead (6ème avec 72,4) et Bayer

(7ème avec 72,3). MSD (72,2), Sanofi (72), Eli Lilly (71,9), Allergan (le leader du classement français se contente, à l'international, de la 11ème place avec un score de 71,8), l'Allemand MERCK (71,6), BMS (70,5), AstraZeneca (70,4) et Novartis (70,4 également) suivent. Enfin, on relève que les deux derniers de ce palmarès à savoir GSK et Pfizer sont les deux seuls laboratoires à ne pas dépasser la barre de 70 points avec respectivement 68,5 et 68,4.



75,5 SUR 100
LE SCORE DE ViiV
EN FRANCE SUR 2017

LA FAMILIARITÉ SELON REPTRAK

Au niveau mondial, 17 laboratoires sont étudiés pour la France, par Reputation Institute, L'une des spécificités de l'étude RepTrak est de n'interroger finalement que les seules personnes s'étant déclarées « familières » avec l'entreprise. Ce que nous précise Olivier Forlini, (notre image) le patron de Reputation Institute dans l'hexagone : « La méthodologie s'applique à toutes les catégories de parties prenantes. Dans le contexte de cette étude, il est appliqué à une population représentative du Grand Public Français avec toute sa segmentation (18 à 65 ans), mais n'est appliquée qu'aux personnes se déclarant suffisamment familières avec l'entreprise mesurée (moyennement à fort). C'est une population représentative du grand public averti, qui en fait, est



partie intégrante de l'écosystème de l'entreprise mesurée ». Une notion qui offre à l'étude une spécificité de taille : on n'est loin, ici de l'étude de notoriété !

POUR ACCÉDER AU SITE DE REPUTATION INSTITUTE : CLIQUEZ ICI