

# Géolocalisation et réservation en ligne Des portails en direct des stocks

Deux start-up, Pharmanity et Unooc, ont chacune créé un portail qui permet à toute pharmacie d'être visible sur Internet sans site Web. Il est possible pour celles qui s'y inscrivent d'être géolocalisées facilement par des patients, lesquels peuvent aussi identifier la disponibilité et même voire le prix d'un produit, à certaines conditions.

● Comment bénéficier des avantages d'Internet sans avoir les inconvénients de la gestion parfois lourde d'un site Web ? Depuis quelque temps déjà, des portails proposent différents services mutualisés permettant aux pharmaciens de disposer d'une visibilité sur la Toile sans qu'ils aient à investir eux-mêmes dans la création et la gestion d'un site. Deux jeunes start-up se sont ainsi distinguées ces deux dernières années en lançant des portails dont le premier avantage est de géolocaliser les pharmacies par le biais d'une recherche

d'un produit et/ou d'un prix. Il s'agit de la Grenobloise Pharmanity et de la Toulousaine Unooc. « Nous recensons déjà les 22 000 pharmacies françaises », explique ainsi Samuel Mottin, co-fondateur de Pharmanity. « Il leur suffit de s'inscrire, et après vérification de notre part, un flux d'informations est mis en place afin d'accéder directement à leur stock, ou plus exactement au LGO gérant leur stock. »

## Disponibilité en temps réel

Les deux start-up annoncent ainsi travailler avec deux des trois plus importants éditeurs, Alliadis (Alliance Premium), Winpharma, et finalisent actuellement un partenariat identique avec Pharmagest (LGPI). « Soit au total 80 % des pharmacies françaises », note Samuel Mottin. Unooc travaille aussi avec Isipharm et il est possible d'établir des passerelles au cas par cas avec d'autres éditeurs, explique Nicolas Michel, co-fondateur d'Unooc. Avoir un accès direct aux stocks des officines permet d'effectuer une re-



Deux solutions pour une présence sur la Toile à moindre frais

cherche par produit, d'en vérifier la disponibilité chez telle ou telle officine, une information sûre puisque mise à jour en temps réel. Le critère de la géolocalisation s'affine donc et s'enrichit même de la possibilité de trouver les meilleurs

prix. Mais les deux start-up ont dû ruser pour éviter d'afficher tous les prix des produits disponibles, les pharmaciens ne souhaitant pas forcément voir sur Internet certaines de leurs faiblesses en matière tarifaire. C'est ainsi qu'Unooc propose un « paramétrage qui permet d'être dans une fourchette du prix moyen d'un produit proposé à la vente en ligne », explique Nicolas Michel. Pharmanity, pour sa part, dispose d'une « solution qui permet de n'afficher les prix que lorsque ces derniers sont intéressants », selon Samuel Mottin. Résultat, les prix ne s'affichent que s'ils sont considérés comme compétitifs.

L'autre élément valorisé par les deux start-up est la possibilité de réserver en ligne. Celle-ci intéresse pour l'essentiel les patients qui recherchent un produit dans une pharmacie de proximité. Selon Nicolas Michel, les pharmacies ne mettent pas encore beaucoup en avant ce système, opérationnel depuis l'été dernier sur Unooc.fr. « Nous travaillons sur une formule qui permettra de bien la mettre en avant. » L'expérience s'est en tout cas avérée concluante pour les pharmacies qui ont localement tenté l'expérience, « cela permet de générer de nouvelles ventes et de capter de nouveaux patients », selon Samuel Mottin. Pour Pharmanity.com, le référencement est gratuit, quelle que soit l'information relative au produit. Seules les options sont payantes, réservation en ligne, création d'un site Web personnalisé, cela pour un abonnement mensuel de 40 euros. Le modèle d'Unooc est un peu différent, l'abonnement mensuel est de 100 euros pour l'ensemble de ses prestations.

La base de référence est également différente, le premier ne recense que les pharmaciens y compris dans la détermination du prix des produits, tandis que le second référence également des sites de parapharmacie, ce qui peut jouer sur la définition des prix.

● Hakim Remili

