

Aux sommets de la **communication** client



Samuel Mottin
29 ANS
FONDATEUR
DE PHARMANITY

Samuel Mottin a le sens du défi. C'est en travaillant dans une officine parisienne située juste en face d'une autre, qu'il prend conscience que rien n'est fait pour orienter le consommateur à la recherche d'un produit bien précis. Ainsi est née l'idée de Pharmanity, en 2012. Cette sorte d'annuaire des pharmacies montre tout simplement l'état des stocks des officines partenaires. Les internautes savent immédiatement dans quelle officine la plus proche se trouve le produit dont ils ont besoin. Plus de 350 officines ont déjà fait le pari de ce service gratuit. « *C'est gagnant-gagnant. Plus les pharmacies sont nombreuses, plus nous avons de trafic, et plus facilement nous pouvons vendre de l'espace publicitaire sur Pharmanity, dont le nom est la contraction de pharmacie et community* », explique-t-il.

Avant d'en arriver là, le jeune homme a mené sa formation de façon atypique. L'étudiant décide de choisir l'option Industrie qui lui semble répondre à son tempérament « ambitieux ». Après quatre ans sur les bancs de l'université de Grenoble, il décide faire un break. Une pratique plutôt courante en école de commerce

mais rare au pays des molécules. Ce n'était pas pour souffler mais pour mieux se préparer à sa vie professionnelle. Il passera quatre mois en officine, 10 jours sur les pistes marocaines du 4L Trophy après avoir

trouvé suffisamment de sponsors, et quatre mois en Australie pour améliorer son anglais. À son retour, il quitte ses Alpes natales pour rejoindre la faculté de Châtenay-Malabry, « *C'est la plus réputée pour l'industrie et je voulais me donner toutes les chances de réussir*. » Il profite aussi de cette nouvelle étape pour passer un master en marketing pharmaceutique. Et ce, en alternance en travaillant le jour chez

Abbot Abbvie et en suivant ses cours le soir. En 2013, alors qu'il travaille sur des études de marché du laboratoire, on lui propose de le recruter. Il refuse pour se jeter dans l'aventure de la e-santé. « *Le projet de Pharmanity me prenait déjà aux tripes. Je voulais réaliser cette idée de répondre aux besoins des pharmaciens et des patients, avec des valeurs fortes*. » Néanmoins, il s'interdit de proposer du e-commerce « *pour valoriser la relation intuitu personæ et le conseil adapté dans l'officine*. »

CATALOGUES virtuels. Aujourd'hui, celui qui ne se « *ressource vraiment qu'en randonnée dans la montagne* », semble épanoui dans la construction de son projet. Depuis avril, Pharmanity propose aux pharmacies de les doter d'un site (toujours non marchand) qui se met à jour automatiquement via le logiciel de gestion de l'officine. Le but : donner une nouvelle visibilité aux croix vertes sans prendre de temps aux équipes, tout en leur amenant des patients intéressés par leurs spécialisations et leur offre. Samuel vise les 8 000 clients d'ici à cinq ans. L'entrepreneur compte aussi lier ces sites à des bornes où la patientèle pourra consulter le catalogue de la pharmacie mis à jour en temps réel, ainsi que les promotions en cours. « *C'est une façon de rendre la pharmacie connectée tout en gardant le point de vente physique comme élément central* », insiste le pharmacien. Une façon de répondre au besoin d'immédiateté des consommateurs, et particulièrement de ceux de sa génération.

PHARMANITY C'EST...

- **Une sorte d'annuaire de pharmacies** qui montre l'état des stocks des officines partenaires.
- **Une solution qui permet à une pharmacie de bénéficier d'une présence en ligne** sans rien avoir à mettre à jour : tout est automatisé à partir du logiciel de gestion.