



**DPEF**  
*2024/2025*



## INTRODUCTION

## MODÈLE D'AFFAIRES

- 1.1 Contexte
- 1.2 Le marché de la pharmacie
- 1.3 Groupement Giphar

## MÉTHODOLOGIE DU RAPPORT EXTRA-FINANCIER

## INVENTAIRE DES ENJEUX & RISQUES

### 3.1 Pilier sociétal

ENJEU N°1 Sécurité produits

3.2 ENJEU N°2 Consommation durable / offre responsable

3.3 ENJEU N°3 Sécurité des systèmes d'informations

3.4 ENJEU N°4 Pharmacie responsable

### 3.5 Pilier social

ENJEU N°5 Maintien des compétences

3.6 ENJEU N°6 Qualité de vie au travail

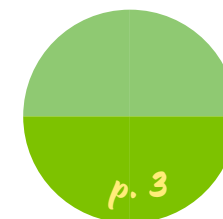
3.7 ENJEU N°7 Santé durable

### 3.8 Pilier environnemental

ENJEU N°8 Contribution aux changements climatiques  
Logistique frugale

### 3.9 Pilier réputationnel

ENJEU N°9 Valeur et image du groupe



p. 5

p. 5

p. 6

p. 8

p. 17

p. 19

p. 22

p. 30

p. 35

p. 38

p. 44

p. 52

p. 61

p. 63

p. 69

## Introduction



L'exercice 2024-2025 a vu les pharmacies confrontées à de nombreux enjeux entrepreneuriaux et structurels : difficulté de recrutement des équipes officinales, forte tension de trésorerie des officines, ruptures de médicaments. Par ailleurs, la santé reste une des préoccupations majeures des Français (avec le pouvoir d'achat), pour autant la désertification médicale s'accroît et l'accès aux soins se complexifie pour bon nombre de citoyens.

Le pharmacien est de plus en plus présent en sentinelle sur la santé au quotidien, son rôle d'acteur de santé et de prévention ne cesse de croître. Cette évolution vers toujours plus de santé dans le quotidien des pharmaciens est en phase avec les valeurs et l'ADN des pharmaciens **Giphar** mais elle est exigeante et les pharmaciens ont besoin d'avoir un véritable partenaire à leurs côtés pour relever tous ces défis.

La mission de **Giphar** est donc d'accompagner ses adhérents pour qu'ils gagnent du temps sur la gestion de leur entreprise, développent l'attractivité commerciale et la performance de leur officine, afin de se rendre disponible pour jouer pleinement leur rôle d'acteur de santé.

Pour cela nous sommes aux côtés de nos adhérents sur l'entièreté du pilotage de leur officine : achats, livraison, aide à la commercialisation et à l'appropriation des missions de santé. Sur ces dernières nos actions portent à la fois sur les missions de santé demandées par les pouvoirs publics mais aussi sur des actions de prévention et de dépistages exclusives initiées en partenariat avec des mutuelles ou des associations de patients.

Étant une coopérative et a fortiori dans le domaine de la santé, nous avons une orientation naturelle vers une démarche de responsabilité sociétale et le **Groupement coopératif Giphar** s'engage, depuis 2 ans, dans une démarche de transformation durable.

**Valérie  
KIEFFER**  
Présidente  
Nationale Giphar



Pour mener à bien cette transition et atteindre ses ambitions RSE, 3 combats animent le **Groupement** ; ils s'articulent autour des 3 piliers de la coopérative l'offre, la logistique et la santé, dont les enjeux sont les suivants :



**La santé durable** : renforcer son engagement dans la santé durable, en devenant le n°1 de la prévention .



**La logistique frugale** : être acteur d'une logistique décarbonée au service de nos adhérents, en délivrant le meilleur service avec le minimum d'impacts.



**L'offre para-responsable** : devenir le leader de l'offre parapharmacie responsable d'une part, et le premier sélectionneur de marques responsables d'autre part, pour préempter l'offre de demain.

Parce qu'une coopérative est aussi résolument tournée vers la réalité du « terrain » et la proximité avec ses adhérents, **Giphar** a développé sur cet exercice une boîte à outils pour accompagner les pharmaciens dans leur propre transition.

Ce dispositif s'intitule **ma pharmacie responsable**.

Il aide les pharmaciens, non seulement à évaluer leur niveau en RSE, mais aussi à mettre en place des actions concrètes sur **5 grandes thématiques** : économie d'énergie, anti-gaspillage, prévention, qualité de vie au travail et achats responsables.

Fidèle aux valeurs de la coopérative et à son mode de co-construction, chacun de ces combats est mené conjointement par des équipes constituées d'experts métier et de pharmaciens de terrain qui se réunissent toutes les 6 semaines pour partager les avancées et cocréer des outils et services. Sachant que chaque groupe avance dans l'intervalle sur les enjeux et objectifs définis.

Nous sommes convaincus que la RSE est un enjeu d'avenir qui va au-delà de la contrainte réglementaire tant pour la vie au quotidien de chacun, que pour la pérennité des entreprises et pour leur préférence.

Vous aurez l'occasion de découvrir plus en détails les avancées réalisées durant cet exercice dans cette **DPEF**.

**Benoît  
LE GAVRIAN**  
Président  
du Directoire





# 1 MODÈLE D'AFFAIRES



## 1.1 CONTEXTE

Giphar réalise sa **Déclaration de Performance Extra Financière (DPEF)** pour la quatrième année.

Giphar a lancé depuis le mois de janvier 2023 une réflexion approfondie sur sa stratégie responsable, aboutissant à la mise en œuvre d'un **vaste projet autour de la RSE**.

Nous sommes accompagnés dans cette démarche par un cabinet spécialisé, afin de répondre à la volonté de **Giphar** de définir une **politique de commerce responsable** qui s'intègre dans son plan stratégique global.

Un **comité RSE** a été constitué en mai 2023, composé de membres du COMEX et de plusieurs adhérents.

De plus, **4 groupes de travail RSE**, composés de membres des équipes métier de **Giphar Groupe** et de pharmaciens élus, travaillent ensemble à décliner les objectifs RSE déterminés, en plans d'actions. Leurs combats sont intégrés dans notre matrice des risques.

La Déclaration de Performance Extra Financière concerne cette année encore **Giphar Groupe**.

À noter, **Giphar groupe** s'est séparé de sa filiale ABM en septembre 2024. Sa filiale Hémisphères Santé n'est pas suffisamment significative eu égard aux données consolidées du Groupe.

Néanmoins, dans un souci de compréhension de notre modèle d'affaires, nous décrirons brièvement nos filiales ainsi que l'association Giphar MNPG.



Depuis l'année dernière, **nos pharmaciens sont complètement intégrés** comme partie prenante de nos combats RSE, combats qui s'inscrivent dans notre plan stratégique afin de **devenir le 1<sup>er</sup> collectif de pharmaciens engagés dans la santé durable**.



## LE MARCHÉ DE LA PHARMACIE : UN MARCHÉ TOUJOURS SOUS TENSION

Le **médicament remboursable** compte pour 70 % à 80 % du Chiffre d'Affaires des pharmacies d'officines et représente la **majeure partie de l'activité** de la répartition pharmaceutique.

Il est **administré par l'État** à tous les stades : la **rémunération des professionnels** de la distribution pharmaceutique (grossistes répartiteurs comme pharmaciens d'officine), est ainsi **fixée par arrêté et encadrée** par plusieurs dispositions réglementaires. L'État chaque année depuis 10 ans **baisse les taux de marge** ainsi que les **prix du médicament** dans le cadre de la LFSS (**Loi de Financement de la Sécurité Sociale**), ce qui induit une baisse de la rémunération de la distribution dans son ensemble. Cette politique n'est pas sans conséquence sur l'équilibre du marché : au cours de la dernière décennie, le réseau s'est réduit de plusieurs centaines de pharmacies, essentiellement sur la base de regroupements et de fermetures d'officines de petites tailles en difficulté et sans repreneurs (près de la moitié des cas).

Un autre facteur de difficulté auquel doit faire face le marché pharmaceutique est le phénomène de très fortes **tensions d'approvisionnement** en médicaments.

Les grossistes répartiteurs sont fortement impactés, avec des **taux de service de plus en plus bas**. C'est un vrai sujet de préoccupation pour la santé des Français, même si les grossistes assurent un approvisionnement minimal aux officines, un peu partout. L'ensemble des organismes tentent de limiter l'impact pour les citoyens et de placer la santé au centre des priorités, mais il est difficile de coordonner l'ensemble des acteurs concernés.

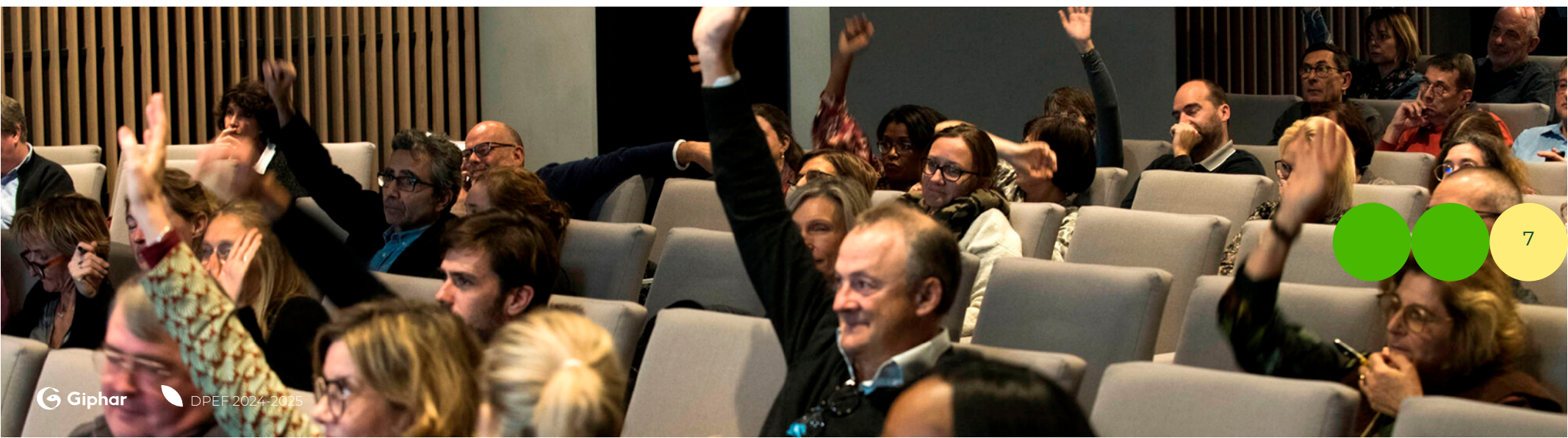
Les enjeux réglementaires pour les pharmacies d'officine, les groupements et les grossistes répartiteurs restent forts, notamment la détention du capital de l'officine, ainsi que l'interdiction de la publicité et la sollicitation de clientèle. Les **pratiques commerciales** sont **strictement encadrées**, ainsi que la fidélisation des clients.

Les pharmaciens s'adossent pour une grande majorité à des **groupements qui leur permettent de négocier** ensemble avec les fournisseurs, mais aussi pour **profiter d'une série d'offres et de services** destinés à améliorer la performance de leur entreprise.

Les **attentes des consommateurs** vis-à-vis de la pharmacie évoluent également : la tendance de fond vers les **produits bio ou naturels** continue de faire progresser l'offre en pharmacie. D'autres évolutions de la consommation telle que la **digitalisation de la relation commerciale** apparaissent aussi dans la pharmacie avec des services tels que le **Click & Collect**, la prise de **RDV en ligne**, les sites de **vente en ligne**.

Enfin **le rôle du pharmacien évolue**, la crise du COVID l'a propulsé dans de **nouveaux rôles et missions de santé**, et il est devenu un **maillon indispensable** de la chaîne de santé. La dernière convention pharmaceutique continue dans ce sens, en donnant de plus en **plus de responsabilités aux pharmaciens**. De nouvelles avancées ont été faites en matière de **rémunération** de missions de santé auprès des patients, tant dans les domaines de la **prévention** que du **dépistage**. Les perspectives d'évolution de la santé financière des officines seront indissociables des négociations conventionnelles entre les syndicats officinaux et l'Assurance maladie sur la rémunération de ces actes.

Dans ce contexte, **Giphar** accompagne les pharmaciens pour développer les **relais de croissance** et assurer la pérennité de leur activité : **services santé et honoraires** associés, **développement des ventes hors médicaments**, services d'**accompagnement des patients et clients**, dans un parcours omnicanal.



# 1.3

## GROUPEMENT GIPHAR

### Chiffres clés



**GIPHAR** est un **groupement créé en 1968 par et pour les pharmaciens**. **Giphar** est depuis lors une association autonome d'adhérents, volontairement réunis pour satisfaire leurs aspirations et besoins économiques communs au moyen de l'entreprise **Giphar Groupe** dont la propriété est collective et où le pouvoir est exercé démocratiquement.

Une **Charte** est adoptée en 1971 qui décline tous les fondements du groupement : **services, amitié, coopération** du groupe, **discipline librement consentie** et **communauté d'idées et d'actions** dans un cadre régional et national.

**Giphar** (Association Loi 1901) est un réseau de **1 700 pharmaciens indépendants** organisé en **110 groupements locaux** et **12 Inter Groupements**. Il représente **le plus important groupement** de pharmaciens indépendants sous enseigne.

**Giphar Groupe** (S.A. **coopérative**) est une structure **100 % indépendante** dont les actions sont tournées vers le seul profit de ses coopérateurs : les pharmaciens en sont les seuls actionnaires, et ils décident démocratiquement des orientations stratégiques et économiques du groupement.

La mission de **Giphar Groupe** ne se limite pas à la **logistique** du médicament, mais propose aussi plusieurs types de **services** :

- 🍃 **Des services de référencement, achat et commercialisation de produits** (médicaments, dispositifs médicaux, produits de parapharmacie), incluant les activités suivantes : référencement, construction d'assortiments produits, négociations, approvisionnement, stockage et distribution.
- 🍃 **Des services de développement de produits à marque propre**, véritable levier de dynamisme, de rentabilité et de fidélisation clients.
- 🍃 **Des services marketing et de communication**, visant à aider les officines à développer leur activité et leur performance commerciale, grâce à un concept de point de vente performant, des animations régulières sur le point de vente (promotions commerciales et actions de santé), la bonne visibilité en ligne des officines, la mise à disposition de recommandations merchandising et tarifaires.
- 🍃 **Des services informatiques**, en charge de développer et d'assurer la maintenance, ou bien contracter des partenariats avec des prestataires spécialisés, pour un système d'informations efficace au sein de la coopérative, des entrepôts mais aussi des pharmacies.
- 🍃 **Des équipes d'accompagnement**, pour un suivi de proximité de l'activité de l'officine, dispensé par les équipes terrain de la coopérative.



**990 859 048 €**

**Hémisphères Santé**

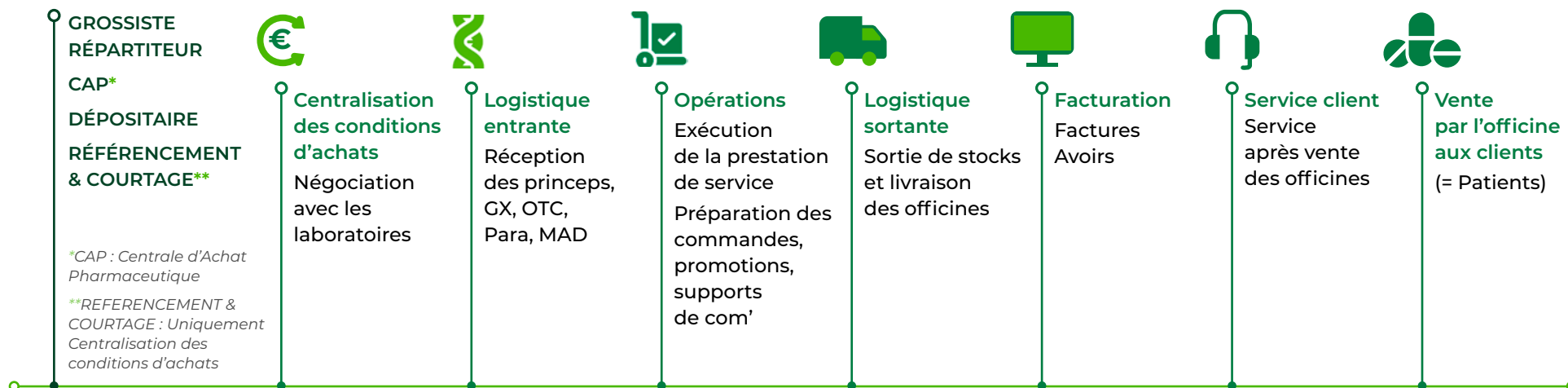
**770 904 €**

L'activité de référence de **Giphar Groupe** est le **commerce de gros**.

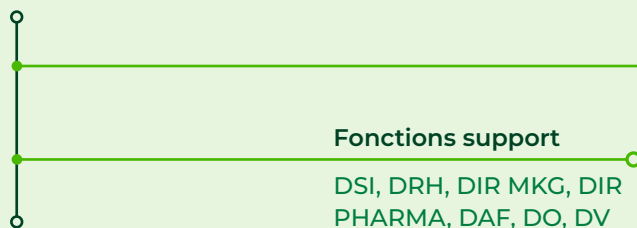
**Giphar Groupe** possède **4 statuts juridiques** : **grossiste répartiteur**, **dépositaire**, **centrale d'achats et de services**, et **organisme de formation**.




## CHAÎNE DE VALEUR GIPHAR



## GROUPEMENT







**Giphar Groupe** est un **grossiste répartiteur**, à ce titre, la coopérative exerce une mission de service public qui consiste à délivrer des médicaments et produits de santé aux patients via le réseau de ses officines sur l'ensemble du territoire. Avec des livraisons quotidiennes en officines, les répartiteurs garantissent l'**accessibilité de tous aux médicaments** et assurent en permanence la **continuité de l'approvisionnement**.

L'activité des grossistes répartiteurs est régie par le Code de la Santé Publique, leur obligation est de desservir toutes les pharmacies qui leur en font la demande sur « le secteur d'activité déclaré ». La desserte habituelle d'une officine dans une commune oblige le grossiste-répartiteur à desservir toutes les officines de la commune qui le lui demanderaient en respectant les obligations suivantes :

- Placer le ou les entrepôts sous la responsabilité d'un Pharmacien,
- **Desservir** toutes les pharmacies qui en font la demande sur leur territoire de répartition déclaré,
- **Référencer** au moins 9/10<sup>e</sup> des produits de spécialités pharmaceutiques effectivement commercialisés en France, avoir un stock permettant de satisfaire au moins 2 semaines de consommation de sa clientèle habituelle,
- Être en mesure de **livrer** tout médicament de son stock dans les 24 heures, d'assurer une astreinte interentreprises les week-ends et les jours fériés, livrer dans les situations d'urgence les médicaments en moins de 8 heures sur leur territoire de répartition.

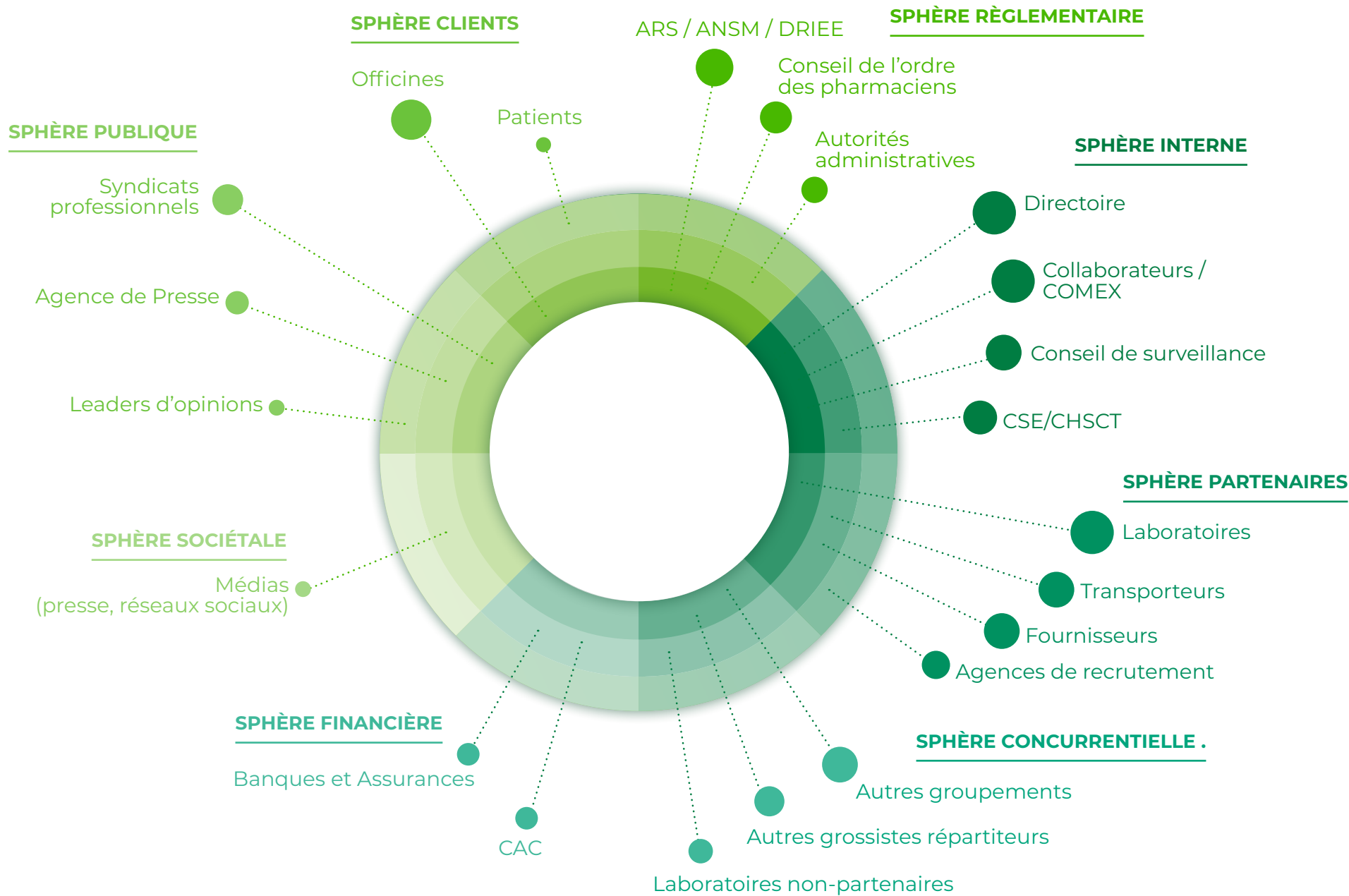
Par la multiplicité de ses statuts pharmaceutiques, **Giphar groupe** est inspecté par l'ANSM (**Agence Nationale de Sécurité du Médicament**), ce qui place l'entreprise et ses équipes devant les **plus hautes exigences de qualité en matière d'inspection**.

Il en résulte une **politique d'amélioration continue** et un **système qualité parmi les plus exigeants du marché** dans l'univers de la distribution en gros de produits de santé. Ils se doivent d'ailleurs de suivre des Pratiques de Bonne Distribution, depuis 2000. À l'initiative de la Commission européenne, un nouveau texte paru le 17 juillet 2014 renforce le texte des années 2000 notamment en systématisant le management de la qualité et l'analyse du risque pour toutes les activités des distributeurs.

Il constitue à ce titre un **guide d'Assurance Qualité de toutes les opérations** réalisées par les grossistes-répartiteurs.



## CARTOGRAPHIE DES PARTIES PRENANTES DE GIPHAR







## LES 4 PLATEFORMES LOGISTIQUES DE GIPHAR GROUPE

### GRANDVILLIERS

Implantée dans le département de l'Oise en 1975  
Adhérents de la moitié Nord de la France

**11 000 m<sup>2</sup>**

### ANGERS

(Saint Léger de Linières)

Mise en exploitation en janvier 2019  
Agrandie à l'été 2021  
Adhérents de l'ouest de la France

**10 000 m<sup>2</sup>**

### OUGES (près de Dijon)

Ouverte le 02 janvier 2023  
Adhérents du quart Nord-est de la France : régions Bourgogne-Franche-Comté, Grand-Est, et pour partie Auvergne-Rhône-Alpes

**10 000 m<sup>2</sup>**

### CASTELNAU-LE-LEZ

Mise en exploitation en janvier 2013  
Adhérents du Sud de la France

**6 000 m<sup>2</sup>**

# LES ORGANES DE DÉCISION

## CONSEIL DE SURVEILLANCE DE LA COOPÉRATIVE GIPHAR GROUPE (CS)

Composé des pharmaciens membres du Bureau National et représentants des Inter Groupements

Mandat de 4 ans renouvelable 1 fois

Le CS valide les lignes stratégiques, et il a un rôle de surveillance de la gestion de la coopérative **Giphar Groupe**.

Les discussions du CS sont orientées sur la gestion d'entreprise, le développement de l'activité des officines adhérentes et le travail avec les commissions rattachées à la coopérative.

## DIRECTOIRE

Il dirige la coopérative **Giphar Groupe** et les différents services qui la composent.

Nommé par le Conseil de Surveillance et travaille en étroite relation avec celui-ci.

Composé du Président et d'un Directeur Général,(Pharmacien Responsable)

Durée de 4 ans

Il a un rôle de gestion d'entreprise et de prospective en assurant une veille professionnelle.

## BUREAU NATIONAL (BN)

Composé des élus de chaque Inter Groupement

Mandat de 4 ans renouvelable 2 fois

Le BN a un rôle politique et décide des grandes orientations du groupement **Giphar**. Les membres qui le composent sont les présidents et référents de chaque Inter Groupement. Il s'attache au métier de pharmacien et à son rôle de professionnel de santé.

## CONSEIL NATIONAL (CN)

Constitué des 110 présidents des groupements locaux Giphar

Le CN se réunit 2 fois par an en réunion plénière avec les élus du Bureau National et le Directoire de **Giphar Groupe**.

À cette occasion, le Bureau National présente ses projets aux présidents de groupements locaux. Il s'agit d'entendre l'avis et les remarques des adhérents par la voix de leurs présidents et de valider les projets.

Il est l'organe décisionnel du groupement **Giphar** et donc une instance essentielle au fonctionnement du groupement.

## LES FILIALES

La filiale **ABM MEDICAL**, filiale MAD (Maintien à domicile) pour la location et la vente de matériel médical a été cédée en septembre 2024.

### **HEMISPHERES SANTE** **Organisme de formation**

Hémisphères Santé propose un large panel de formations.

Qu'elles soient consacrées au métier, à la vente ou dédiées aux managers de l'officine. Ces formations sont des outils indispensables pour maintenir un haut niveau de compétence et faire face aux mutations de la profession.

Filiale à 75% de **Giphar Groupe**, Hémisphère Santé entre dans plusieurs indicateurs de la DPEF, mais n'y est pas intégré totalement.



### LES MÊMES VALEURS FORTES POUR TOUS

ÉTHIQUE

COOPÉRATION

ENGAGEMENT

EXIGENCE

INDÉPENDANCE

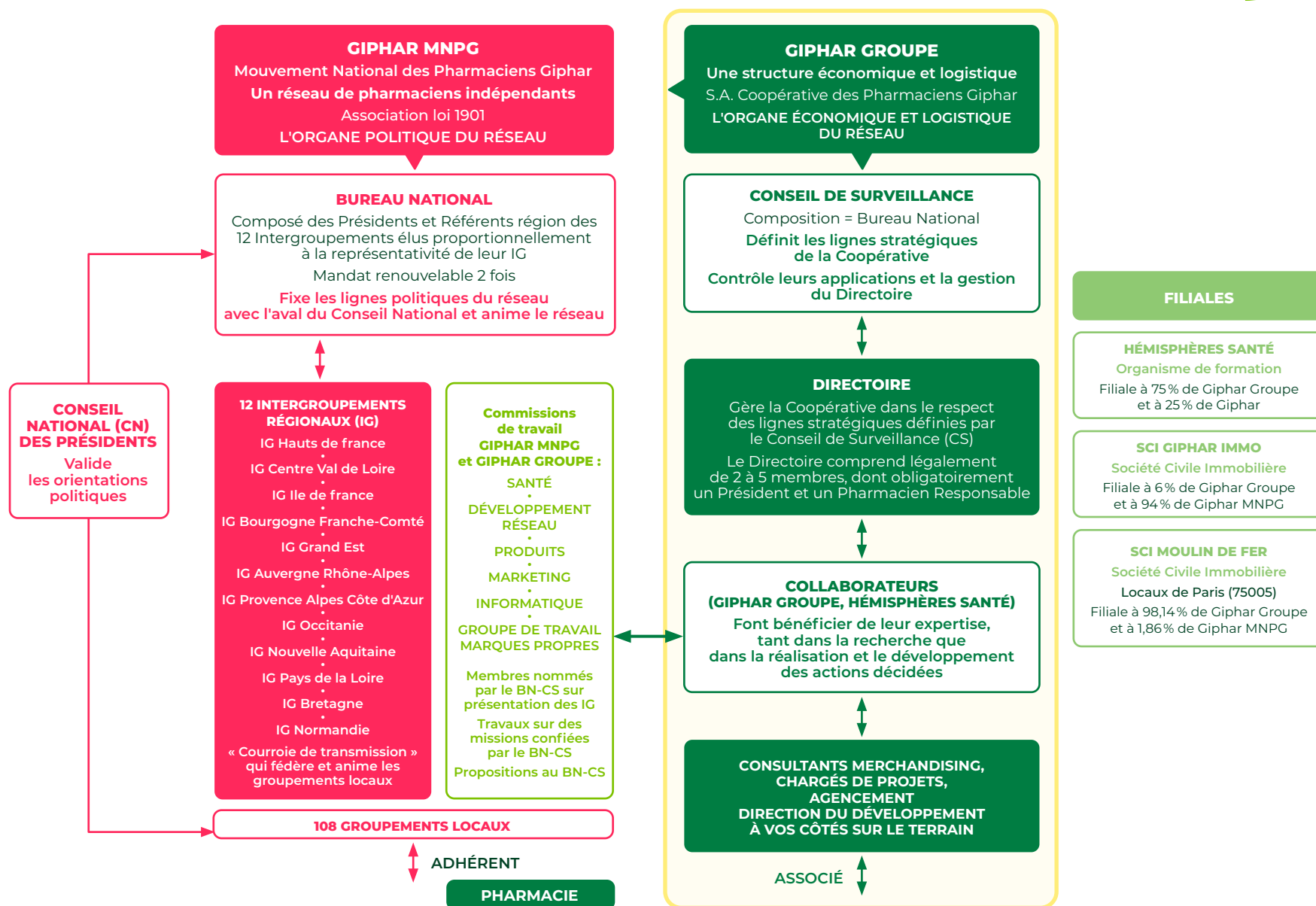
PROXIMITÉ



## SCHÉMA RÉCAPITULATIF DE GIPHAR MNPG • GIPHAR GROUPE ET SES FILIALES

L'encadré jaune représente le **groupe GIPHAR** sur lequel la DPEF se concentre cette année.

### GIPHAR, UN RÉSEAU DE PHARMACIENS INDÉPENDANTS



# 2 MÉTHODOLOGIE DU RAPPORT EXTRA FINANCIER



La DPEF porte sur l'exercice fiscal 2024/2025.

La Déclaration de Performance Extra Financière concerne cette année encore **Giphar Groupe**.

Les **comptes** de **Giphar Groupe** étant **arrêtés au 30 avril** de chaque année, les **indicateurs** sont **calculés sur cette base**. Il est à noter que les Chiffres d'Affaires et indicateurs sociaux sont ceux de **Giphar Groupe** et Hémisphères Santé. Ces données sont consolidées sur le plan comptable.

Afin de répondre aux exigences de la DPEF, le COMEX a mis en évidence, lors d'**ateliers pilotés** avec l'**aide d'un cabinet spécialisé**, les **risques sociétaux, sociaux, environnementaux et réputationnels** décrits dans la matrice.

Depuis 2023, nous avons intégré la **démarche RSE** au sein du service marketing. Comme évoqué, un comité RSE ainsi que 4 groupes de travail RSE travaillent ensemble à décliner les objectifs RSE déterminés, en plans d'actions. Nous avons intégré leurs combats dans notre matrice des risques.

Un **audit d'évaluation de maturité** a été réalisé par un cabinet spécialisé entre mai et juin 2023. En 2024, nous avons débuté la réalisation de notre **premier bilan carbone** sur l'exercice fiscal 23/24. Le plan d'action a été établi. Il est publié sur le site de l'ADEME. Notre service logistique a également intégré la **démarche FRET21** fin 2024.

Le **périmètre organisationnel** regroupe nos **4 plateformes logistiques**, nos **2 marques propres** (MDD) ainsi que nos **bureaux de Lille et Paris** (Siège social). Nous avons déménagé nos anciens bureaux de Loos, à Lille.

Nous avons choisi d'**exclure certains risques**, jugés **non significatifs** pour le groupement **Giphar**, tels que la consommation d'eau, très faible dans nos entrepôts, ainsi que notre impact sur la biodiversité, la pollution chimique, le respect du bien-être animal, l'alimentation responsable, équitable et durable ou la lutte contre la précarité alimentaire ainsi les actions visant à promouvoir le lien nation-armée et à soutenir l'engagement dans les réserves et enfin la lutte contre le gaspillage alimentaire.

La pratique d'**activités physiques ou sportives** est cette année intégrée dans le chapitre **Qualité de Vie au Travail** et l'engagement en faveur du **développement durable** se retrouve dans la partie **Transport** avec la démarche FRET21.





PÉRIMÈTRE	INDICATEURS
GIPHAR GROUPE	Taux de réclamations
	Taux d'erreur de préparation
	Taux de Service
	Qualité du transport
	Moyenne de produits donnés par mois
	Pourcentage de partenaires français
	Pourcentage de produit ayant plus de 85% d'ingrédients d'origine naturelle (sur la dermo-cosmétique)
	Pourcentage de produits intégrant un % de matière recyclé supérieur à 25%
	Cyclamed
	Moyenne de produits donnés par mois
GIPHAR GROUPE + HÉMISPHERE SANTÉ	Nombre d'heures de formation par personne en moyenne
	Gipharomètre : Taux de satisfaction global
	Indice Egalité Femmes / Hommes
	Turn Over
	Entretiens annuels
	Carto'giphar
	Consommations énergétiques
	Nombre de cours de sensibilisation aux cybermenaces suivis par an
	Nombre de collaborateurs formés aux risques de corruption
OFFICINES GIPHAR (À PARTIR DE 2025/2026)	Nombre d'officines ayant finalisé l'évaluation « MPR »



# 3 INVENTAIRE DES ENJEUX & RISQUES



## GIPHAR GROUPE 1. RISQUE SOCIÉTAL

RISQUES	ENJEUX	POLITIQUES	KPI's
<b>1.1 SÉCURITÉ DES PRODUITS</b>			
Risque relatif à la qualité, conformité et sécurité des produits de santé fabriqués, exploités ou distribués par Giphar Groupe.	Maintien de la sécurité sanitaire et garantie de la satisfaction du consommateur final	Documentation qualité : MODOP, Guide	Revue de qualité mensuelle : Taux de réclamations Taux d'erreur de préparation Taux de satisfaction
<b>1.2 CONSOMMATION DURABLE / OFFRE RESPONSABLE</b>			
Impact environnemental de l'activité lié à la consommation de ressources lors de la fabrication de nos produits (MDD) et à la production de déchets	L'offre Giphar/ Para accompagne la consommation santé durable. Une offre qui préempte moins d'emballage, plus de local, plus de naturel.  Une marque propre élargie «vitrine». Une marque 100 % made in Europe, réinventée et coconstruite sur le modèle CQLP.	Faire de laboratoire Giphar, la marque responsable emblématique des pharmaciens Giphar, symbole d'une consommation de soins plus vertueuse.	Pourcentage de partenaires Français Pourcentage de produit ayant plus de 85 % d'ingrédients d'origine naturelle (sur la dermo-cosmétique)  Pourcentage de produits intégrant un % de matière recyclée supérieur à 25 % - pour les produits  Moyenne de produits donnés par mois

### 1.3 SÉCURITÉ DES SYSTEMES D'INFORMATIONS

Risque d'atteinte aux données personnelles et aux infrastructures	Garantir la pérennité de l'activité Respect des données personnels	Plan de continuité d'activité Politique RGPD (Incl. données patients)	Nombre de cours de sensibilisation aux cybermenaces suivis par an
-------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------

### 1.4 PHARMACIE RESPONSABLE

Risque de ne pas sensibiliser notre réseau de pharmacies autour des sujets RSE	Animer le réseau pour implanter et enrichir les bonnes pratiques responsables	Agir au cœur de l'officine grâce à des missions de prévention, chasse au gaspi, chasse aux déchets, satisfaction patients, QVT, Achats responsables....	Nombre d'officines ayant finalisée l'évaluation « MPR »
--------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------

## 2. RISQUE SOCIAL

RISQUES	ENJEUX	POLITIQUES	KPI's
---------	--------	------------	-------

### 2.1 MAINTIEN DES COMPÉTENCES

Risque de perte des compétences nécessaires pour fournir les services attendus par les adhérents de la coopérative	Maintien et développement des compétences.	Rémunération, Politique formation Référenciel compétences Suivi managérial du salarié Documentation qualité : MODOP, Guide.	Formation Turn-over Cartogiphar Entretiens annuels
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------

### 2.2 QVT : QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Risque de perte d'attractivité et de départs de salariés en cas de décalage entre les attentes sociales de la population et la politique sociale du Groupe Giphar	Offrir des conditions de travail répondant aux standards sociaux et favorisant l'épanouissement des collaborateurs	Sécurité Amélioration environnement de travail Diversité Avantages sociaux	Gipharomètre Index égalité H/F
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------



## 2.3 SANTÉ DURABLE

Risque de minimiser le gain de la prévention santé	1700 pharmaciens sur l'ensemble du territoire engagés et acteurs de la santé 200 000 clients-patients rencontrés chaque jour La prévention au cœur de la santé durable Un leadership inspirant pour la profession	Évolution du nombre d'actes de prévention / ETP Sensibiliser et animer l'écosystème local de santé	% de pharmacies engagés dans les nouvelles missions (dépistages, entretiens et vaccinations)
----------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------

## 3. RISQUE ENVIRONNEMENTAL

RISQUES	ENJEUX	POLITIQUES	KPI's
CONTRIBUTION AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES AVEC UNE LOGISTIQUE FRUGALE			
Risque de consommation d'énergie non maîtrisée et de contribution au réchauffement climatique	Limiter l'impact environnemental de nos activités en restant le seul groupement qui concentre sur 1 seule livraison quotidienne les officines	Baisser notre consommation énergétique des bâtiments et la production des déchets	Consommation énergétique par site Cyclamed

## 4. RISQUE RÉPUTATIONNEL

RISQUES	ENJEUX	POLITIQUES	KPI's
ATTEINTE AUX VALEURS ET À L'IMAGE DU GROUPE			
Risque d'atteinte aux valeurs du groupe et à la déontologie pharmaceutique	Respect des valeurs du groupe et de la déontologie pharmaceutique	Prévention, services fournis aux adhérents, formation	Nombre de personnes formées au risque de corruption

# 3.1

## PILIER SOCIÉTAL

### ENJEU N°1 LA SÉCURITÉ DES PRODUITS


*Risque relatif à la qualité, conformité et sécurité des produits de santé fabriqués, exploités ou distribués par Giphar Groupe*

**Giphar Groupe** est une coopérative de pharmaciens d'officine tout à fait singulière dans le paysage pharmaceutique français. Elle place ses sociétaires, sa direction et ses salariés au cœur de la santé publique, une mission de tous les instants et sa priorité la plus haute. Ses nombreux statuts pharmaceutiques (fabricant, exploitant, grossiste-répartiteur, dépositaire, centrale d'achat pharmaceutique, courtier) visent à servir au mieux les pharmaciens Giphar et les utilisateurs finaux, les patients qui fréquentent les pharmacies.

L'analyse des risques constituant un des dénominateurs communs des industriels de la santé, la sécurité et la satisfaction des clients sont devenues la boussole des acteurs de santé. **Giphar Groupe** n'échappe pas à la règle.

Avec **près de 200 produits de santé** vendus sous sa marque propre **Laboratoire Giphar** et des **milliers de boîtes de médicaments de marque nationale** distribuées chaque jour dans le cadre de ses activités de distribution en gros, l'entreprise s'ancre indubitablement dans l'une des réglementations les plus exhaustives et exigeantes de la profession. Cela la place face à ses responsabilités avec un risque cardinal : la distribution d'un produit non conforme, quelle que soit cette non-conformité.





C'est dans cette optique que **Giphar Groupe** a placé son système qualité pharmaceutique au cœur de sa culture d'entreprise portant en étendard l'amélioration continue et ses principes clés : la roue de Deming, construite sur le « Plan – Do – Check – Act » (prévoir – faire – vérifier – agir).

Avec plus de 250 documents qualité différents, dont près de 90 procédures qui définissent l'approche stratégique des process, l'entreprise répond aux strictes exigences des **Bonnes Pratiques de Fabrication (BPF)** et des **Bonnes Pratiques de Distribution en Gros (BPDG)** pour couvrir l'ensemble des obligations qui s'imposent à cet art pharmaceutique : les organisations logistiques, informatiques et pharmaceutiques.

Une formation régulière des équipes et un système de gestion électronique documentaire (GED), nommé **Qualishare**, viennent consolider l'ensemble.

Les activités de **vigilance sanitaire** font par ailleurs l'objet d'un suivi minutieux permettant de détecter tout signal anormal et d'en assurer sa transmission aux autorités de santé dans les délais recommandés.

Le suivi des anomalies ou déviations est tracé et fait l'objet de **plans d'action préventifs et correctifs**, afin de garantir la sécurité des produits de santé.

Le **patient** est systématiquement **au cœur de nos préoccupations**. Cet univers pharmaceutique étant marqué par le principe de la modernité, les changements apportés à titre d'amélioration sont nombreux et un protocole de maîtrise des changements s'applique donc à l'entreprise.

Tous les **outils qualité anomalie, CAPA (Actions préventives et correctives)**, et **maîtrise des changements**, ont été intégrés à Qualishare pour garantir la mise en œuvre des principes des Bonnes Pratiques de Distribution, ainsi que leur traçabilité.

Depuis juin 2024, Qualishare comporte un nouveau module destiné aux audits transport et fabricant de produits à marque, auto-inspections et inspections pour permettre de gérer l'intégralité du suivi avec une traçabilité des CAPA associées.



Pour s'assurer de la conformité aux réglementations applicables, **Giphar Groupe** est inspecté régulièrement par les autorités de santé.

Sur l'année **2024/2025**, **Giphar Groupe** a fait l'objet de **2 inspections** (ANSM, DGCCRF) et de **6 audits** dépositaires sur l'ensemble des établissements sans faire l'objet d'écart majeur ou critique de la part des inspecteurs et auditeurs. Ce qui correspond à une belle performance.

Des **revues périodiques informatiques** sont effectuées chaque année pour vérifier que la **gestion qualité des systèmes d'information à risque pharmaceutiques** est maîtrisée et que les systèmes SAP, REFLEX, Qualishare sont bien maintenus en état validé.

Les **indicateurs qualité** qui permettent de suivre cet ensemble sont identifiés, suivis dans le temps et partagés lors de la revue qualité avec les autres directions et le personnel de la société à une **fréquence mensuelle** : **taux de réclamations, qualité de préparation des commandes, transport, gestion du cycle de vie des produits, amélioration continue, système documentaire...**

Une **revue de Direction qualité** est présentée au COMEX tous les ans. Cette revue présente les **faits « qualité » marquants** de l'année écoulée, **l'évolution des indicateurs** sur les dernières années pour dégager les tendances et ainsi présenter les perspectives d'amélioration, **l'atteinte des objectifs qualité** et les **projets qualité et pharmaceutiques** planifiés sur l'année à venir.

### *En voici quelques exemples*

Nous suivons le **nombre de réclamations ouvertes par site**, avec un focus sur les produits Froids ou Stupéfiants (Stup), particulièrement contrôlés.





## NOMBRE DE RÉCLAMATIONS OUVERTES PAR SITE • 2024 / 2025

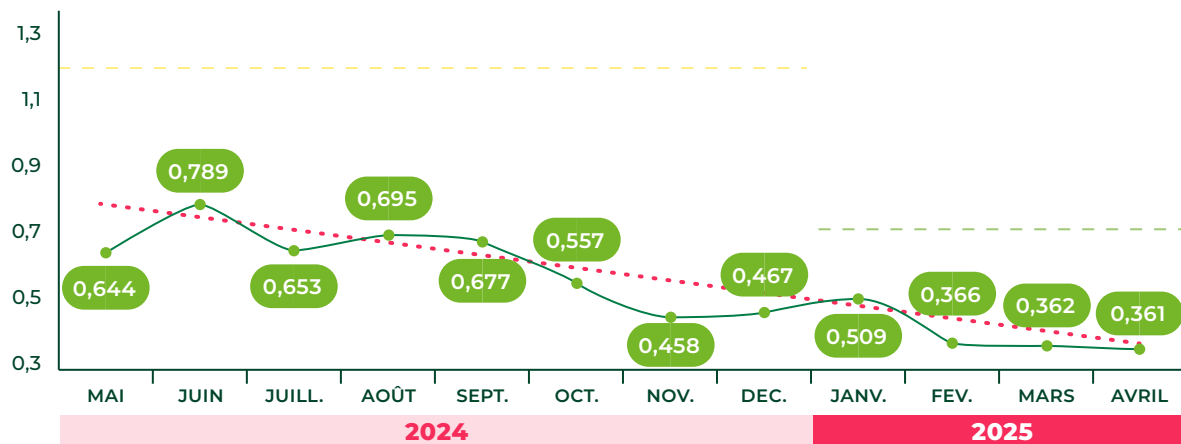
Nous suivons aussi les **motifs des réclamations** : erreurs de facturation, erreurs de saisie, inversion de produits, produits abimés, produits manquants et avec un défaut de qualité.

	2024-05	2024-06	2024-07	2024-08	2024-09	2024-10	2024-11	2024-12	2025-01	2025-02	2025-03	2025-04
<b>GRANDVILLIERS</b>												
<b>Giphar Groupe</b>	357	392	459	438	518	468	333	415	516	446	478	480
Transport	63	61	90	101	151	104	73	88	119	81	93	93
Clients	52	59	59	56	69	51	65	63	56	58	54	28
Fournisseur	49	57	79	75	80	77	50	75	59	47	59	38
Froid	16	28	30	27	15	6	8	6	4	6	8	16
Stup		1	3	3	11		3	2			4	
Total général	537	598	720	700	844	706	532	649	754	638	696	655
<b>CASTELNAU LE LEZ</b>												
<b>Giphar Groupe</b>	189	226	252	318	303	257	195	210	246	163	217	180
Transport	161	131	198	152	183	195	203	169	187	151	142	96
Clients	49	47	51	41	44	46	37	45	42	40	30	14
Fournisseur	32	33	32	64	60	54	36	32	28	33	23	31
Froid	7	16	10	8	9	8	5	3	2	9	10	5
Stup			5	1		1		1	1	1	4	2
Total général	438	453	548	584	599	561	476	460	506	397	426	328
<b>ST LEGER DE LINIERES</b>												
<b>Giphar Groupe</b>	562	678	609	552	558	534	374	421	435	298	347	324
Transport	118	124	170	141	111	118	121	104	154	97	139	151
Clients	59	69	67	66	43	58	44	64	56	62	42	27
Fournisseur	62	86	79	100	106	70	58	64	62	62	47	42
Froid	24	14	8	13	13	13	5	10	14	9	7	10
Stup		1	2		1	2	2	2		2	2	3
Total général	825	972	935	872	832	795	604	665	721	530	584	557
<b>DIJON</b>												
<b>Giphar Groupe</b>	484	433	472	440	421	482	294	465	417	294	371	356
Transport	67	60	68	63	98	96	71	59	80	63	85	78
Clients	31	37	41	33	39	32	24	29	36	41	26	9
Fournisseur	38	29	42	48	43	48	35	32	37	35	32	19
Froid	7	24	15	19	8	10	10	7	8	8	9	4
Stup	5	2	1	2		4		2	1	2	1	
Total général	632	585	639	605	609	672	434	594	579	443	524	466

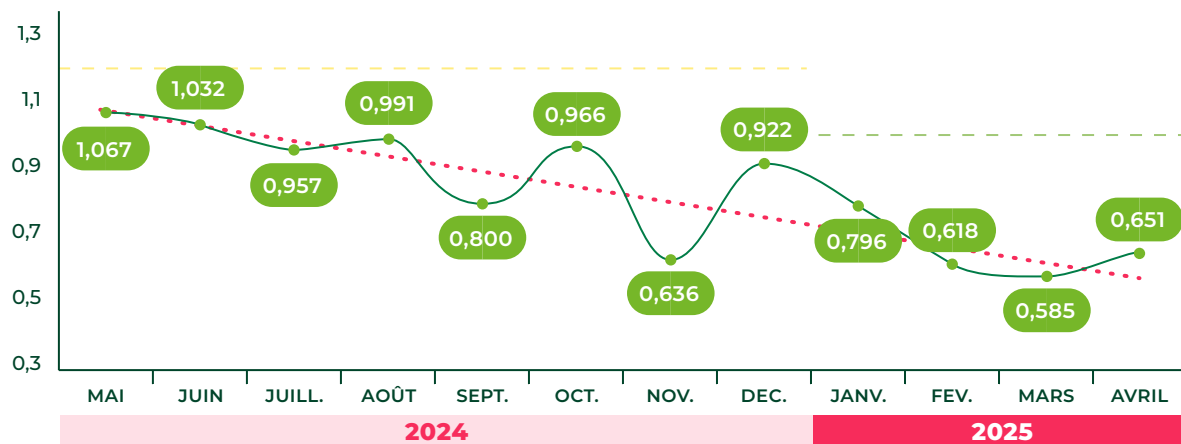




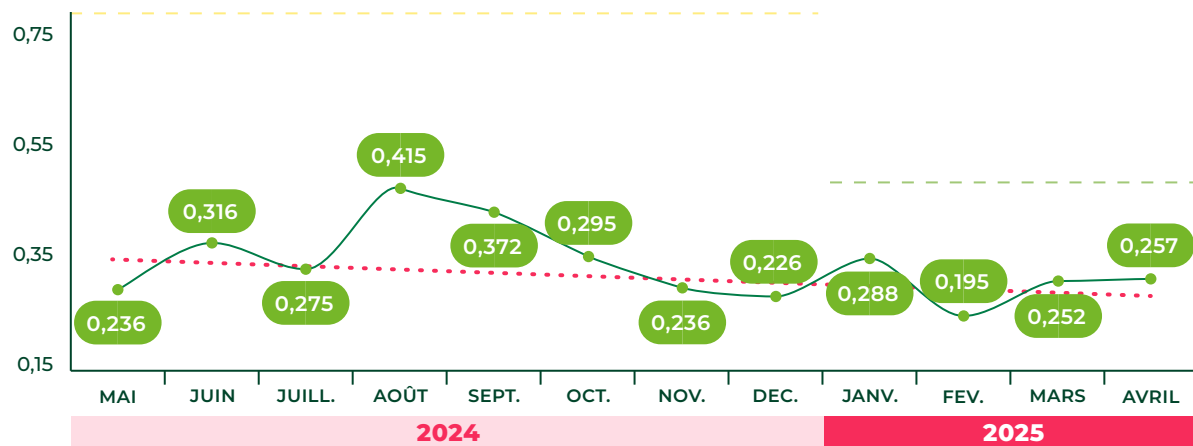
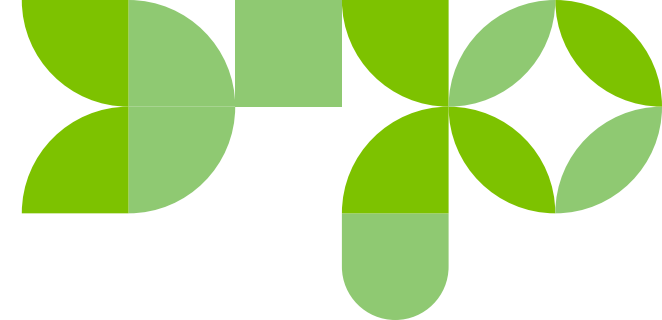
## TAUX D'ERREURS DE PRÉPARATION POUR 1000 LIGNES PRÉPARÉES PAR ÉTABLISSEMENT



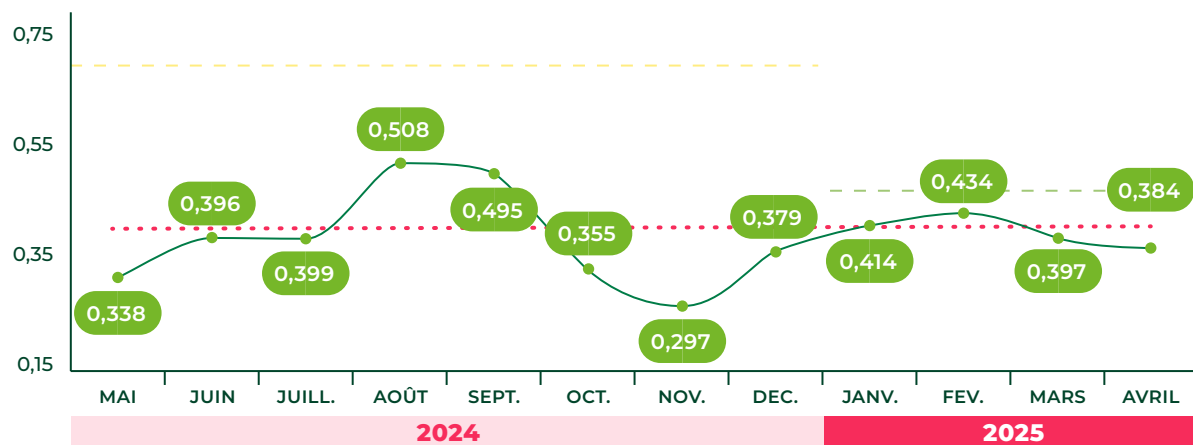
Taux d'erreur de préparation pour 1000 lignes  
ÉTABLISSEMENT DE ANGERS (SAINT-LÉGER DE LINIÈRES)



Taux d'erreur de préparation pour 1000 lignes  
ÉTABLISSEMENT DE OUGES



Taux d'erreur de préparation pour 1000 lignes  
ÉTABLISSEMENT DE CASTELNAU-LE-LEZ



Taux d'erreur de préparation pour 1000 lignes  
ÉTABLISSEMENT DE GRANDVILLIERS





Autre indicateur, le **taux de service** permet d'illustrer le **pourcentage de lignes préparées et expédiées sans erreur**. Vous pouvez voir ci-dessous que le taux moyen pour l'ensemble des entrepôts est de **99,90 %**.

Les courbes de tendance sont à l'**amélioration sur l'ensemble de nos établissements de distribution**. Les moyennes pour chaque site sont en amélioration avec un redressement significatif sur notre site d'Angers qui atteint la moyenne nationale après plusieurs années de difficultés.



TAUX DE SERVICE GIPHAR GROUPE EN LIGNES DE PRÉPARATION • 2024 / 2025

Objectif 2025  
99,90 %

Taux de service														
PRE + STA	2024-05	2024-06	2024-07	2024-08	2024-09	2024-10	2024-11	2024-12	2025-01	2025-02	2025-03	2025-04	Moyenne 2024	Moyenne 2025
GÉNÉRAL	99,89 %	99,88 %	99,89 %	99,88 %	99,87 %	99,89 %	99,91 %	99,90 %	99,90 %	99,91 %	99,91 %	99,91 %	99,89 %	99,91 %
GRANDVILLIERS	99,92 %	99,91 %	99,91 %	99,90 %	99,86 %	99,91 %	99,93 %	99,90 %	99,90 %	99,91 %	99,91 %	99,92 %	99,91 %	99,91 %
CASTELNAU LE LEZ	99,94 %	99,93 %	99,94 %	99,90 %	99,88 %	99,93 %	99,94 %	99,94 %	99,93 %	99,94 %	99,95 %	99,93 %	99,93 %	99,94 %
ST LÉGER DE LINIÈRES	99,85 %	99,83 %	99,86 %	99,86 %	99,88 %	99,88 %	99,87 %	99,91 %	99,90 %	99,92 %	99,91 %	99,90 %	99,86 %	99,91 %
OUGES	99,80 %	99,84 %	99,85 %	99,85 %	99,84 %	99,82 %	99,89 %	99,83 %	99,84 %	99,87 %	99,84 %	99,87 %	99,83 %	99,85 %

Insatisfaction														
PRE + STA	2024-05	2024-06	2024-07	2024-08	2024-09	2024-10	2024-11	2024-12	2025-01	2025-02	2025-03	2025-04	Moyenne 2024	Moyenne 2025
GÉNÉRAL	0,11 %	0,12 %	0,11 %	0,12 %	0,13 %	0,11 %	0,09 %	0,10 %	0,10 %	0,09 %	0,09 %	0,09 %	0,10 %	0,09 %
GRANDVILLIERS	0,08 %	0,09 %	0,09 %	0,10 %	0,14 %	0,09 %	0,07 %	0,10 %	0,10 %	0,09 %	0,09 %	0,08 %	0,10 %	0,09 %
CASTELNAU LE LEZ	0,06 %	0,07 %	0,06 %	0,10 %	0,12 %	0,07 %	0,06 %	0,06 %	0,07 %	0,06 %	0,05 %	0,07 %	0,06 %	0,06 %
ST LÉGER DE LINIÈRES	0,15 %	0,17 %	0,14 %	0,14 %	0,12 %	0,12 %	0,13 %	0,09 %	0,10 %	0,08 %	0,09 %	0,10 %	0,10 %	0,09 %
OUGES	0,20 %	0,16 %	0,15 %	0,15 %	0,16 %	0,18 %	0,11 %	0,17 %	0,16 %	0,13 %	0,16 %	0,13 %	0,16 %	0,15 %



Le **service premium** permet aux pharmaciens de passer leurs **commandes jusqu'à 20H00** et d'être **livrés le lendemain matin avant l'ouverture** de l'officine. En une année nous avons sommes passés de 126 officines livrées en standard contre 55 à fin avril 2025. Cela témoigne de notre volonté d'améliorer notre service aux officines et par la même occasion aux patients.

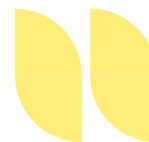
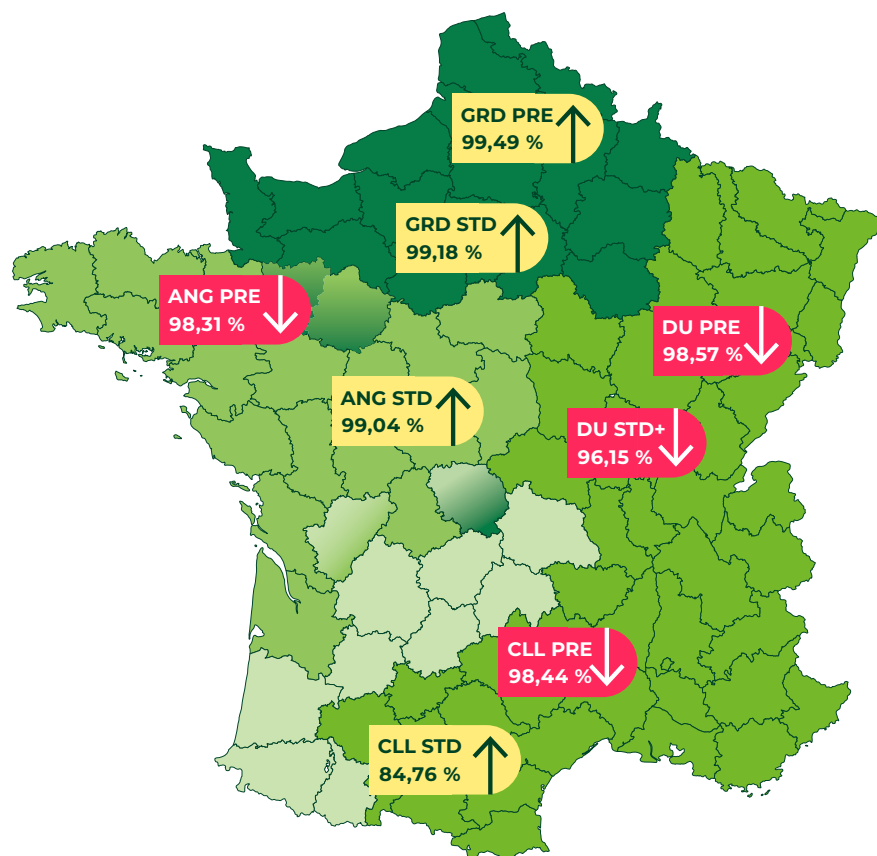
Avec le service Standard, toutes les commandes passées avant 13H00 sont livrées sous 24H00 maximum.

Pour maintenir un taux de **sécurité optimum**, nous suivons les **incidents de transports**. Notre **objectif** pour les pharmacies livrées en **premium** étant de **99%**, les pharmacies livrées en standard > 96%.

L'exemple ci-dessous se base sur le mois d'avril 2025 :



**SATISCORE TRANSPORT • AVRIL 2025**



Jean PARROT,  
ancien président du Conseil National de l'Ordre  
des Pharmaciens disait :

« la responsabilité pharmaceutique, c'est  
le pouvoir de dire oui et le devoir de dire non ».

**Giphar Groupe** a fait sienne cette maxime.  
Il n'y a pas de plus haute priorité que la sécurité  
des patients et la satisfaction des pharmaciens  
pour l'entreprise.



# 3.2

## PILIER SOCIÉTAL

### ENJEU N°2 CONSOMMATION DURABLE / OFFRE RESPONSABLE

*Risque : Impact environnemental de l'activité lié à la consommation de ressources lors de la fabrication de nos produits (MDD) et à la production de déchets*



Cet enjeu fait partie des **trois combats** sur lesquels le comité RSE a décidé de se concentrer.

**Giphar** souhaite être **un des leaders de l'offre para-responsable** sur sa marque propre **Laboratoire Giphar** mais aussi sur l'offre proposée avec les marques nationales. Une offre qui préempte moins d'emballage, plus de local et plus de « naturel » mais aussi une marque propre 100 % made in Europe pour les produits Dermo-cosmétiques.

Un groupe composé de plusieurs responsables achat, de notre responsable export, d'une chef de projet AMOA pharmacie mais aussi de pharmaciens relève ce défi.

La première étape de cette démarche est de définir ce qu'est un **produit responsable**, l'objectif étant de tendre vers le **0 déchets**. Pour cela, nous sommes en train de réaliser un outil de scoring qui permettra d'évaluer et de comparer l'engagement responsable des laboratoires ou produits référencés sur nos plateformes.

Voici les différentes actions mises en place :

- Rédaction d'une **Politique d'achat** dédiée à l'offre responsable et d'un Code de conduite fournisseur début 2025
- Développement d'un **outil de scoring** permettant à terme de comparer les laboratoires entre eux début 2025
- Challenger nos fournisseurs MDD et lancer des **innovations éco-responsables**

L'outil de scoring et les documents ont été envoyés aux laboratoires début mars 2025, afin de recevoir leurs retours début mai.

Un travail de consolidation et d'analyse de la donnée sera effectué durant l'été 2025, afin de pouvoir identifier les laboratoires les plus engagés dans une démarche RSE et de pouvoir communiquer à nos adhérents ces résultats lors du Forum de septembre 2025.

Les laboratoires les plus engagés verront leur offre mise en avant dans les officines du groupement, afin d'accompagner nos adhérents et les patients – clients dans leurs sélections / achats.

À terme l'objectif est de pouvoir intégrer cet aspect dans le processus de référencement des laboratoires.

En **2025**, nous avons la volonté de lancer nos **premières références éco-responsables** sur nos **MDD**, faisant de notre marque propre « **Laboratoire Giphar** », la **marque responsable emblématique des pharmaciens Giphar**, symbole d'une consommation de soins plus vertueuse. Nous espérons ainsi pouvoir accompagner chacun de nos patients dans sa transition vers une consommation plus responsable.

Nous prévoyons courant 2025, la **suppression des plastiques d'emballage** sur les produits de notre gamme d'orthopédie avec un **suremballage carton**.

### CONCERNANT PLUS PARTICULIÈREMENT NOTRE MDD :

**Giphar** possède deux marques propres **Laboratoire Giphar** et **Libeoz**, incluant notamment des produits de **dermo-cosmétique, compléments alimentaires, de gamme blanche et d'orthopédie**. L'ensemble des produits de l'assortiment est développé à l'aide de laboratoires et façonniers. Cela implique une limitation dans la mise en place de mesure de la gestion des ressources matérielles, car **Giphar** est tributaire de ses partenaires. Néanmoins, en 2025 un cahier des charges a été rédigé ainsi qu'une blacklist des ingrédients pour assurer un cadre cohérent avec les politiques mises en place par **Giphar**.

Plusieurs politiques ont été mises en place pour assurer une ligne de conduite dans cette gestion des ressources matérielles et limiter l'impact environnemental :

### ■ La politique de sourcing produits de la marque

Aujourd'hui, **Giphar** privilégie son travail de sourcing auprès de **partenaires** du territoire **français** ou **européens**. Depuis janvier 2023, un travail a été initié avec les douanes pour évaluer le caractère made in France de certains produits (suivants différents items comme le **sourcing des matières premières**, la **production**, l'**emballage**, etc). L'ambition du projet est de garantir une **information fiable au consommateur**, de **privilégier l'économie française** et de s'assurer de l'origine de tous les maillons de la chaîne de création du produit (**transport, production** etc...) pour **réduire l'impact environnemental**.



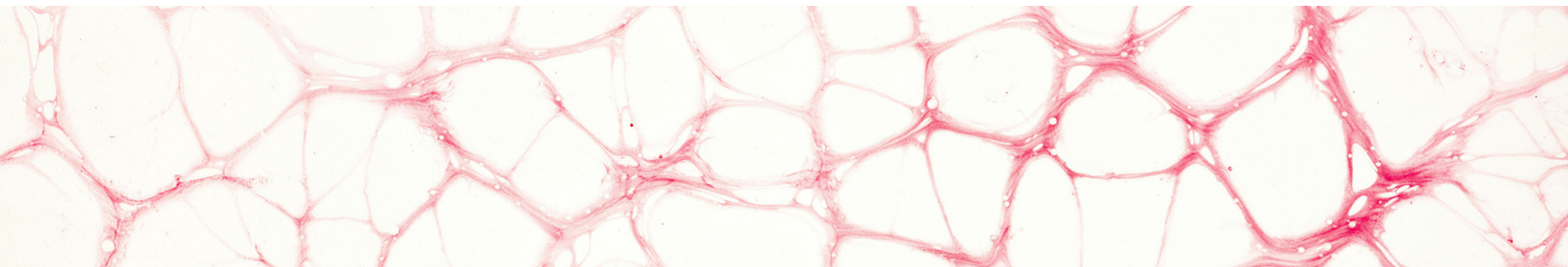
#### INDICATEUR MDD

Pourcentage de partenaires français\* = 63% juillet 2023 → 65% fin avril 2024 → 61% fin avril 2025  
77% de partenaires européens fin avril 2025

**À noter** Rationalisation de nos laboratoires partenaires : passage de 27 laboratoires en 2023 à 18 en 2025.

4 Laboratoires sont hors Europe et à date cela concerne des produits très peu fabriqués en Europe : tensiomètres, coutellerie et gamme blanche.

\* Critère : Siège en France et site de production en France



## **La politique formules et composition des produits a la marque**

Concernant les **formules** de nos **produits**, une attention particulière est portée à la **composition** afin de garantir un niveau de **pourcentage d'ingrédients naturels élevé**. Cette politique a pour but de privilégier des formules respectueuses du corps, de la peau et de l'environnement.

Il en est de même pour les **compléments alimentaires** où les ingrédients entrant dans la composition sont choisis avec soin pour assurer un **fort taux de naturalité**.

En parallèle, **Giphar** a obtenu la **certification Ecocert** de certains de ses produits marques propres.

Le but est de s'inscrire dans une démarche visant à souligner le **caractère biologique des produits** et de garantir des **formules propres** pour nos consommateurs.

L'indicateur suivi pour la mise en place de cette politique est le suivant :



### **INDICATEUR MDD**

**Pourcentage de produit ayant plus de 85% d'ingrédients d'origine naturelle pour les produits cosmétiques :**

**79% à juillet 2023 → 90% fin avril 2024 → 100% fin avril 2025**





## La politique emballage produits a la marque

Les **emballages** sont une des préoccupations premières sur les marques afin de **limiter les déchets** et **préserver les ressources naturelles, la biodiversité et le climat**. Nous avons élaboré notre stratégie en intégrant la **loi AGEC** et en tenant compte des **3 piliers** :

-  **Recycler**
-  **Réduire**
-  **Réutiliser**

Pour l'item **Recycler**, nous tendons à privilégier au maximum les **packagings éco-conçus** à base de plastiques à **matières recyclées et/ou recyclables** et à utiliser des **cartons issus de forêts non vierges**.

En ce qui concerne l'item **Réduire**, **Giphar** s'attèle à **supprimer tous les emballages non nécessaires** à l'utilisation du produit (plastique inviolabilité, bague d'invioabilité), et à **supprimer les packagings secondaires** lorsque cela est possible.

Pour l'item **Réutiliser**, il n'y a pas à date d'engagement sur les produits des marques propres.

En revanche, les **éléments de communication** qui les accompagnent sont **pensés pour être réutilisés**.

À titre d'exemple, les goodies sont réutilisables et ont été pensés dans un design non saisonnier pour utiliser le stock au besoin lors d'une période hors fêtes de fin d'année ou hors été (sac de plage, pochon en velours).



### INDICATEUR MDD

Pourcentage de produits intégrant un % de matière recyclé supérieur à 25% pour les produits cosmétiques :

14% juillet 2023 → 15% fin avril 2024 → 29% fin avril 2025

## La politique de don

Conformément à la **loi AGECE**, et **depuis février 2023**, **Giphar** collabore mensuellement avec l'**association ADN** (Agence du Don en Nature, qui vient en aide aux personnes démunies par la collecte et la redistribution de produits neufs non-alimentaires) pour **donner les produits en péremption courte** et **éviter la destruction** de ces derniers. Sont concernés les produits **cosmétiques**, et de **puériculture**.

L'association ADN est **livrée chaque mois** par **Giphar**. Elle prend le relai par la suite pour **répartir les dons** parmi **plus de 1 000 associations partenaires** en France.

Notre **processus de dons** a été **optimisé** grâce à l'archivage systématique des fiches logistiques au départ de Grandvilliers, agrégeant les dons de l'ensemble des entrepôts. Nous continuons nos échanges avec le prestataire pour **étendre le champ des produits** proposés en dons tout en respectant le cadre réglementaire.

Nous sommes également en **contact avec la SPA** pour mettre en place un partenariat afin de leur donner les **produits vétérinaires en péremption courte**.



### Moyenne de produits donnés par mois

Sur l'exercice 2023/2024 : 5,37 tonnes de dons ont été réalisé, soit environ 0,45 tonnes en moyenne/mois

Sur l'exercice 2024/2025 : 3,97 tonnes de dons ont été réalisé, soit environ 0,33 tonnes en moyenne/mois



# 3.3

## PILIER SOCIÉTAL

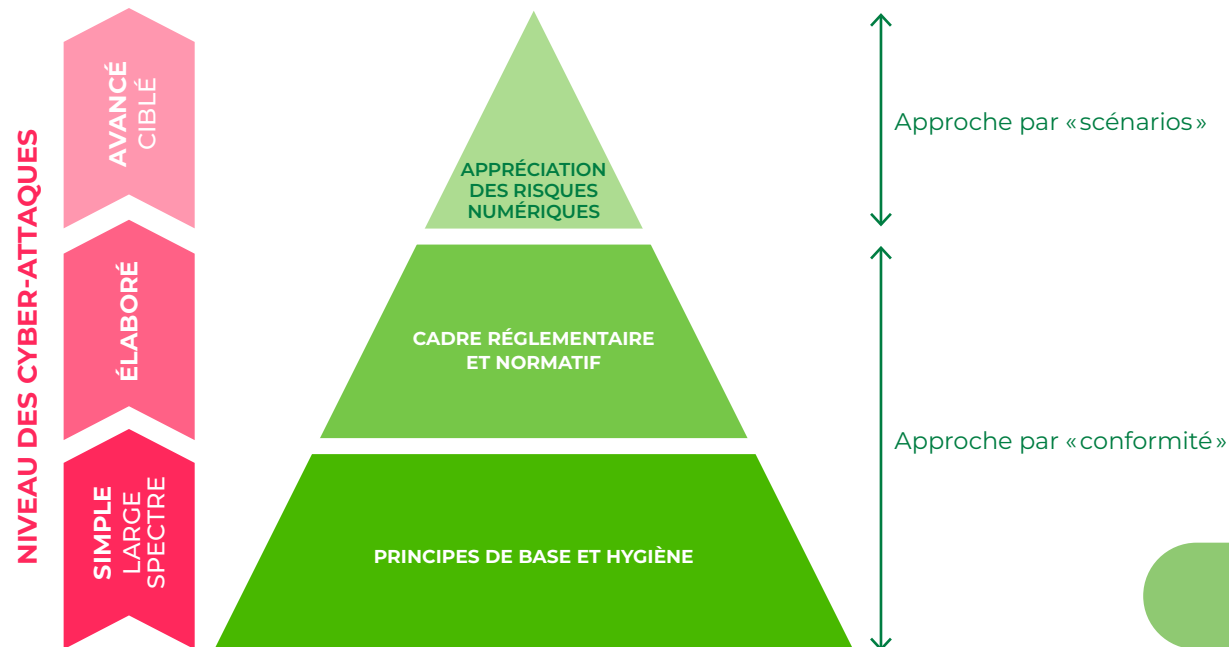
### ENJEU N°3 LA SÉCURITÉ DES SYSTÈMES D'INFORMATIONS

*Risque d'atteinte aux données personnelles et aux infrastructures*

#### Notre stratégie

**Giphar**, en tant que **Coopérative** intégrant plus de **1 200 officines en France**, se doit d'assurer un haut niveau de **sécurité des systèmes d'informations** et de garantir l'**activité continue des systèmes** afin de ne pas perturber l'activité de nos entrepôts et être en mesure d'assurer nos livraisons en pharmacie. Les **principaux risques** identifiés sont liés à l'**indisponibilité des outils informatiques**, la **qualité** des données et la **sécurité des données**.

Afin d'assurer le **management du risque numérique**, notre stratégie se base dans un premier temps sur une **approche par « conformité »** (les principes de base et d'hygiène, puis sur le cadre réglementaire et normatif) avec, comme objectif, d'entamer une **approche par « scénarios »** en se basant sur des analyses de risques.

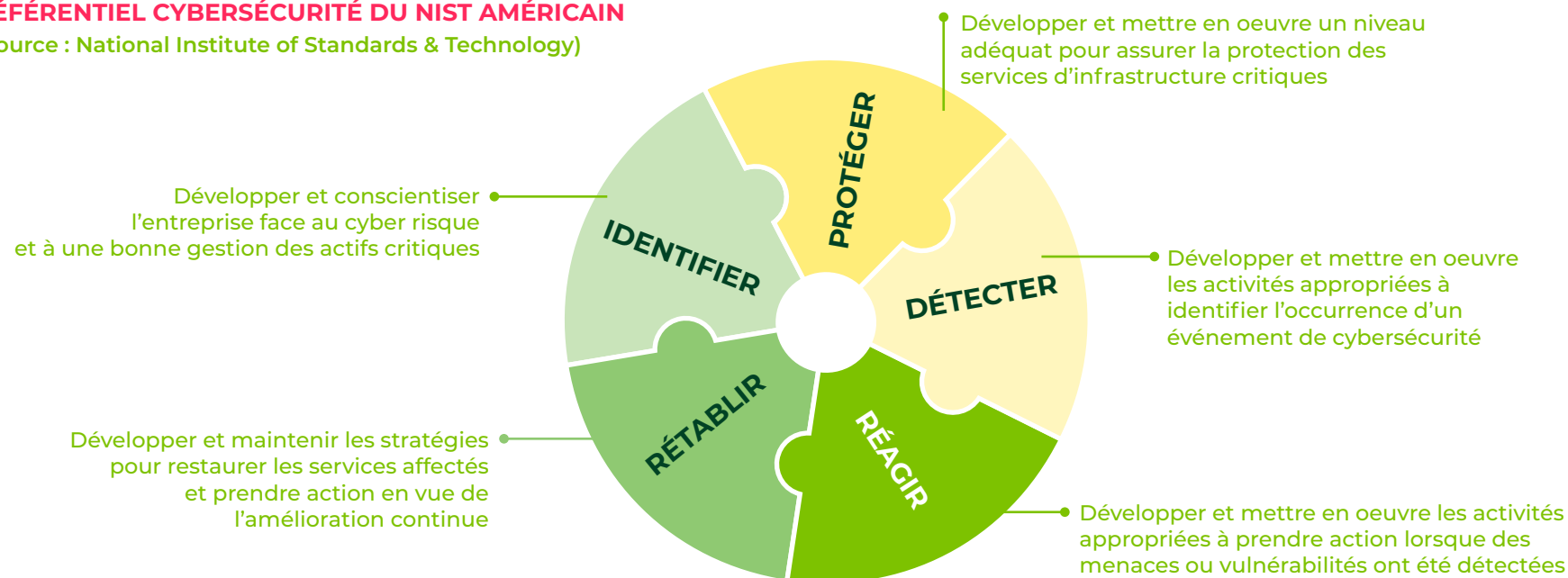


Nous nous appuyons sur 5 fonctions afin d'améliorer notre posture de sécurité :



## RÉFÉRENTIEL CYBERSÉCURITÉ DU NIST AMÉRICAIN

(Source : National Institute of Standards & Technology)



## Nos objectifs

- Poursuivre la **sensibilisation des collaborateurs aux cybermenaces**. La sensibilisation doit être continue afin de maintenir le niveau de **vigilance** de chacun.
- Nous souhaitons également poursuivre l'accompagnement de nos adhérents au travers de nos offres de **cybersécurité** :
  - « **Giphar Secure** » pour assurer la **protection** de leurs **postes** et de leurs **données**.

Nous utilisons un outil qui accompagne nos collaborateurs au quotidien, afin de les sensibiliser sur la partie cybersécurité et d'assurer des exercices réguliers pour éprouver leur vigilance.



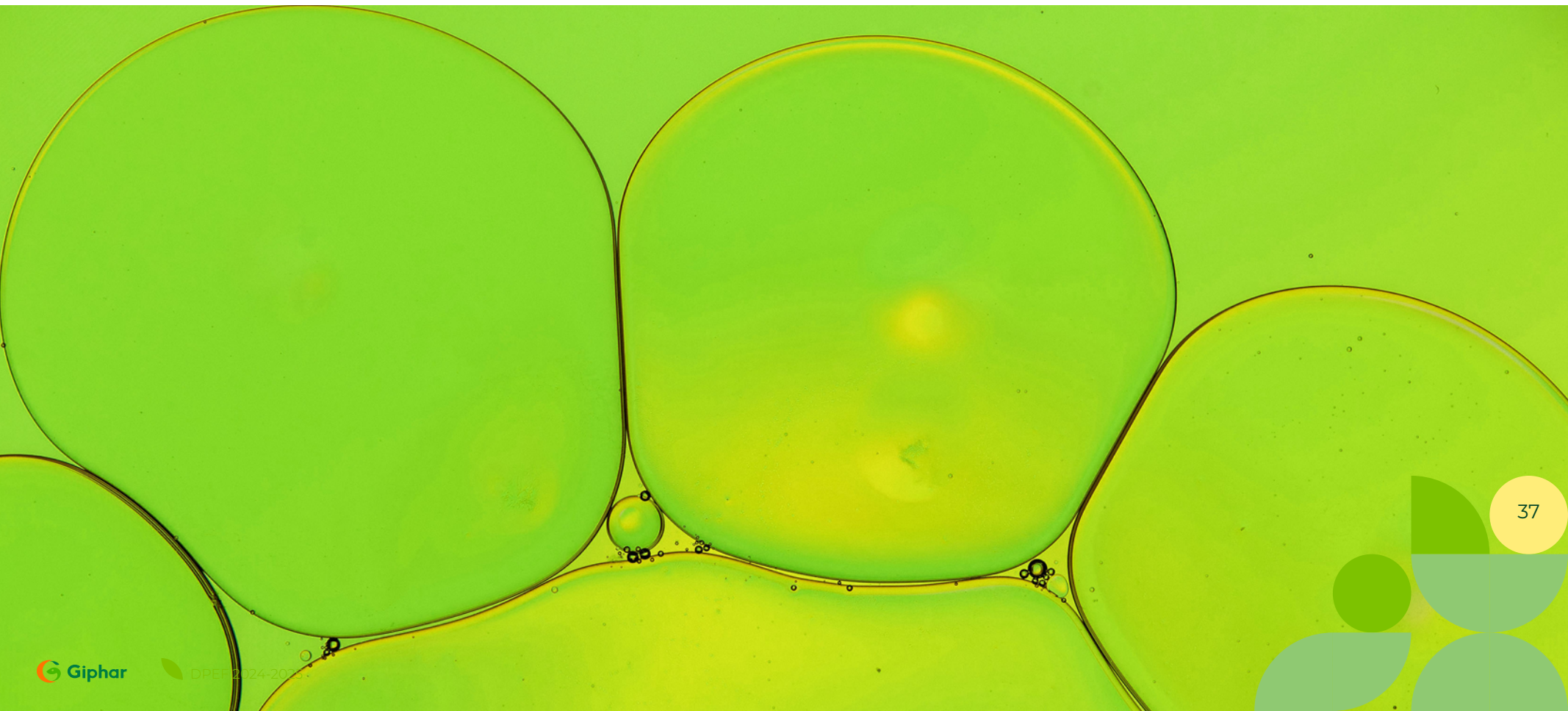


## **RGPD : Règlement Général sur la Protection des Données**

Concernant la mise en œuvre du règlement général sur la protection des données à caractère personnel (RGPD), un **registre des traitements** est tenu depuis 2018 pour permettre la **gestion des données de santé**, des données **personnelles** et des données **sensibles**, celui-ci étant mis à jour régulièrement.



**KPI : Nombre de cours de sensibilisation aux cybermenaces suivis par an**  
**Années 2024/2025 : 2891 cours issus de l'outil**



# 3.4

## PILIER SOCIÉTAL

### ENJEU N°4 MA PHARMACIE RESPONSABLE

*Risque : Ne pas sensibiliser notre réseau de pharmacies autour des sujets RSE*

Depuis l'an dernier, l'une des nouveautés de cette déclaration de performance extra-financière est l'intégration d'une nouvelle partie prenante que sont nos pharmaciens. La stratégie RSE d'un Groupement tel que **Giphar** ne peut en effet être effective que si ses adhérents sont eux-mêmes impliqués dans sa réalisation.

De fait, c'est pour rendre concrète notre ambition RSE auprès de nos adhérents que nous avons développé un pilier qui leur est dédié : **ma pharmacie responsable**.

#### ■ Un projet co-construit avec un panel de pharmaciens volontaires

**Ma pharmacie responsable** est un programme mis en place par **Giphar** à l'attention des pharmacies qui souhaitent s'engager dans la RSE. Cette démarche provient d'une demande forte, croissante, des pharmaciens adhérents, d'être accompagnés dans des **actions de responsabilité sociale, sociétale et environnementale** dont les modalités sont en phase avec la réalité du terrain.

À l'initiative de membres permanents **Giphar** et d'un panel de pharmaciens volontaires, le programme **ma pharmacie responsable** est une **boîte à outils** construite autour de **5 grands axes** : l'économie d'énergie, la lutte contre le gaspillage, la prévention, la qualité de vie au travail et les achats responsables.

Chaque grand axe est divisé en **5 engagements**, desquels découlent des **actions concrètes et responsables**, allant du bon geste à l'action d'excellence, en passant par l'action facile. C'est précisément sur la base de cette **liste d'actions**, au nombre de 75 au total, que les pharmaciens vont pouvoir, d'une part, évaluer la responsabilité de leur officine et d'autre part, piocher des solutions durables à mettre en place dans leur pharmacie.

## Des fiches pratiques concrètes pour faciliter la mise en place d'actions responsables

Ci-contre, voici un exemple de fiche pratique du programme **ma pharmacie responsable**.

Il s'agit précisément de l'engagement 1 – « Réduire ma consommation d'électricité » de l'axe 1 – « Economie d'Energie », et dont nous avons explicité la structure aux pharmaciens.

En haut de la fiche, figurent le domaine de l'axe, ainsi que le numéro et l'intitulé de l'engagement.

L'engagement est divisé en 3 niveaux d'actions : Bon Geste, Action Facile et Action d'Excellence.

La rubrique 'Qu'est-ce que je peux faire ?' répertorie les actions que l'on vous propose de mettre en place et sur lesquelles vous êtes évalués pour remplir cet engagement

La rubrique 'Astuces' répertorie des conseils pour la mise en application des actions. Certaines astuces sont enrichies de liens qui vous redirigent vers des ressources d'intérêt complémentaires.

La rubrique 'Notes' vous permet d'annoter des informations d'intérêt qui serviront à définir votre plan d'actions pour améliorer votre score au fil du temps.

Ma pharmacie responsable

### Économie d'énergie

#### Engagement n°1

#### Réduire ma consommation d'électricité extérieure



##### Bon geste

Eteindre les lumières extérieures (vitrine, enseigne, croix) aux créneaux de fermeture



##### Action facile

Optimiser mon éclairage extérieur



##### Action d'excellence

Installer des capteurs de luminosité (vitrine et enseigne)

#### Qu'est-ce que je peux faire?

- Eteindre quand la pharmacie est fermée  
*et/ou*
- Mettre en place un programmeur lumineux avec horloge astronomique  
*et/ou*
- Développer un paramétrage Zebrix

Oui, c'est fait

Non, ce n'est pas fait

#### Qu'est-ce que je peux faire?

- Mettre des ampoules LED pour ma croix et mon enseigne

Oui, c'est fait

Non, ce n'est pas fait

#### Qu'est-ce que je peux faire?

- Installer un capteur de luminosité naturelle

Oui, c'est fait

Non, ce n'est pas fait

Ma pharmacie n'est pas concernée

#### Astuces

- Inscrire l'extinction des lumières dans la procédure d'ouverture et de fermeture de l'officine  
*et/ou*
- Demander à mon électricien de m'installer le programmeur

[Consultez le guide de paramétrage Zebrix](#)



#### Astuces

- Contacter le partenaire Actif Signal de Gohar ou mon électricien pour installer les ampoules LED

#### Astuces

- Demander à mon électricien de m'installer le capteur

#### Mes notes :

Cet espace vous est réservé pour annoter les éléments d'informations qui vous semblent utiles à la construction et la formalisation de votre plan d'actions. Vous les retrouverez dans votre synthèse, disponible à la fin de votre évaluation.

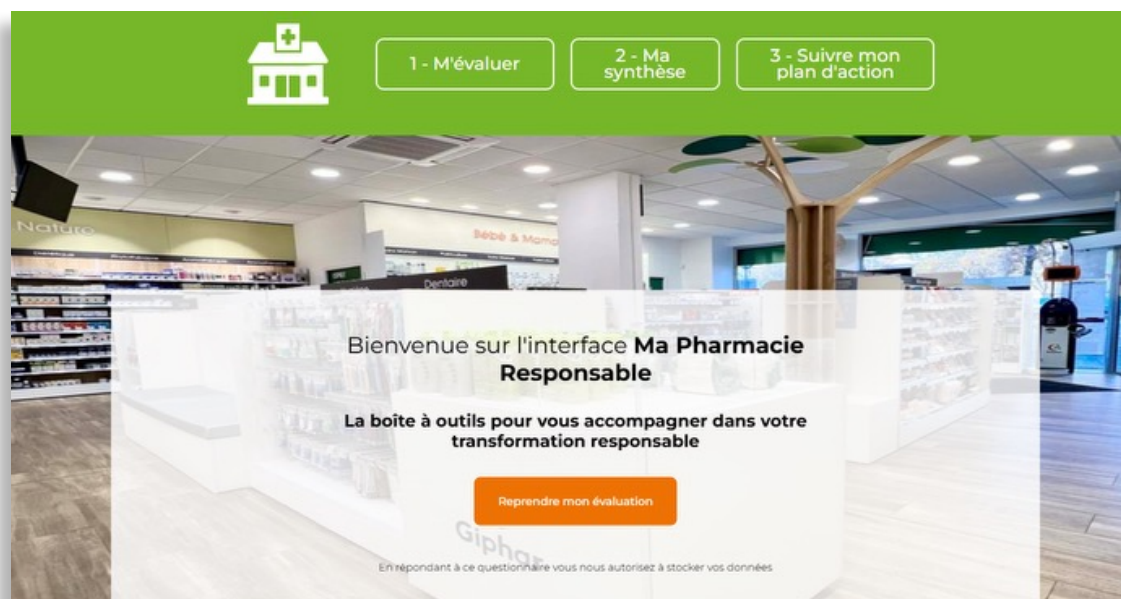
## ■ Un référentiel de 25 actions concrètes à mettre en place selon 3 niveaux d'engagement

Nous avons également créé un référentiel d'**actions concrètes** à mettre en place, donnant des **astuces** et des **ressources** enrichies pour que les adhérents puissent mettre en œuvre des **initiatives durables**. Avec l'accompagnement de **ma pharmacie responsable**, les pharmaciens adhérents sont véritablement incités à être **acteurs de la démarche RSE de leur officine**.



## ■ Une boîte à outils matérialisée sur une plateforme digitale

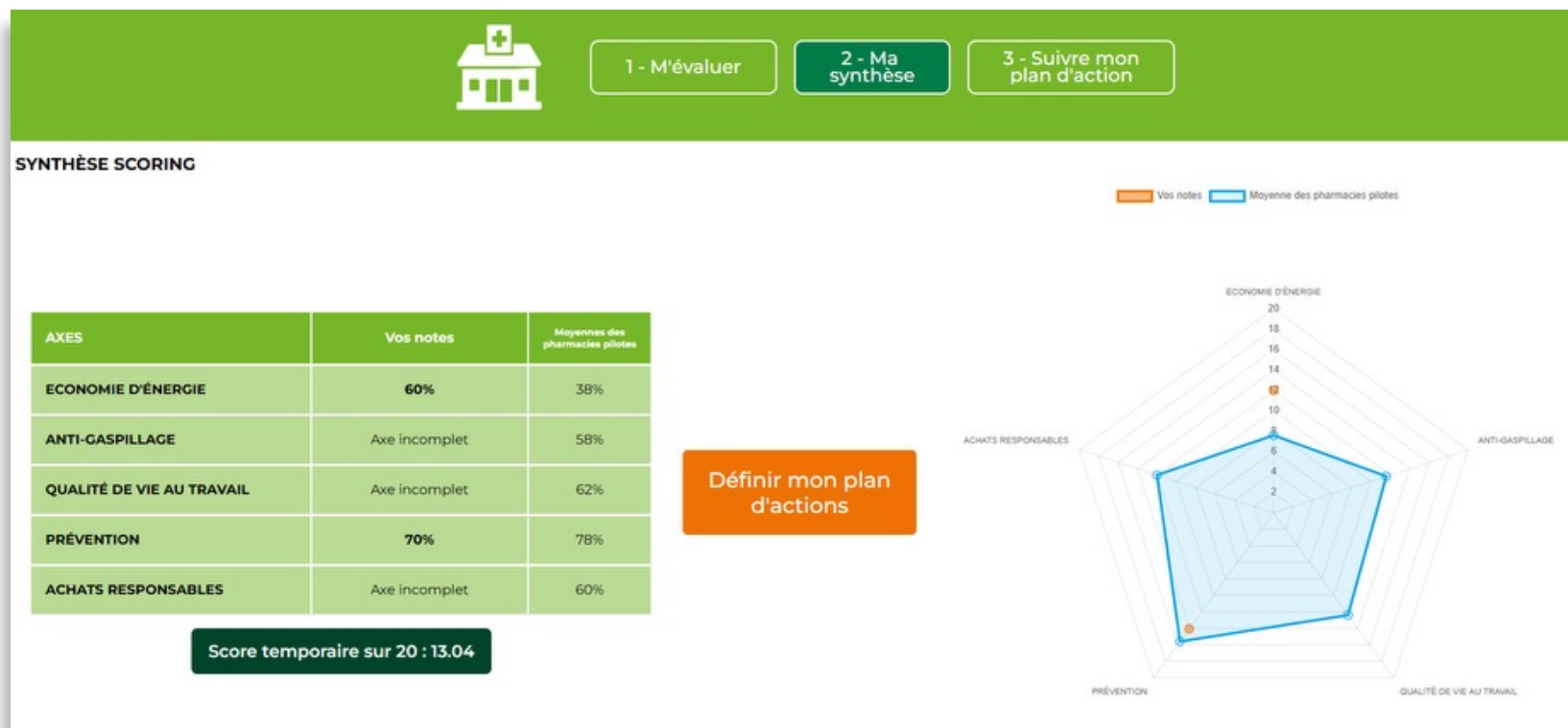
Dans un objectif de **déploiement** auprès de l'**ensemble du réseau** de ce programme, et dans un souci d'**expérience utilisateur**, nous avons développé une **interface digitale dédiée**. Cette **plateforme** permet à tout pharmacien adhérent d'accéder, depuis son compte adhérent et l'intranet du Groupement, à l'**application ma pharmacie responsable**.





## Un outil qui permet d'évaluer la responsabilité de son officine...

Depuis la plateforme, le pharmacien est invité à remplir, à son rythme, une **évaluation** qui rend compte de la responsabilité de son officine. A l'issue de cette évaluation, il obtient un **score** sur chacun des 5 axes ainsi qu'un score global, disponible depuis un onglet intitulé « Ma synthèse ». À terme, nous souhaitons **développer** la possibilité de **visualiser** le **positionnement du pharmacien par rapport au reste du réseau** inscrit dans la démarche, en fonction de sa **région** d'appartenance et de la **typologie** de son officine.



## D ... et propose un accompagnement à la construction d'une feuille de route RSE

C'est sur base de cette synthèse que le pharmacien est invité à **formaliser** son **plan d'actions**. L'adhérent a ainsi possibilité d'inscrire des actions à mener en fonction d'une **échéance précise** (3 mois, 6 mois ou 12 mois). À date, ce plan d'actions est formalisé au **bon vouloir du pharmacien** : c'est lui qui choisit ses **priorités**, sur la base de son score, des notes qu'il a laissées au cours de l'évaluation et du **PDF récapitulatif des 25 items**.

1 - M'évaluer 2 - Ma synthèse 3 - Suivre mon plan d'action

Guide pour construire son plan d'action ☐ Voir mes actions terminées

Objectif à 3 mois Objectif à 6 mois Objectif à 12 mois

Action 1 Action 2 Action 3

installer un détecteur de présence en back office  
Créé le 01 / 04 / 2025 En cours

nommer un référent santé pour les dépistages  
Créé le 01 / 04 / 2025 En cours

Mise en place de panneaux solaires  
Créé le 01 / 04 / 2025 En cours

## ■ Une démarche déployée auprès de l'ensemble du réseau

Le **référentiel d'actions** et le **développement** de l'interface digitale **ma pharmacie responsable** sont le résultat d'un travail d'**étroite collaboration** avec un **panel de pharmaciens** qui se sont portés **volontaires**. Cette co-construction était pour **Giphar** la garantie d'être au plus proche des **réalités et attentes terrain**, tout en gardant à l'esprit l'**ambition RSE** du Groupement. Désormais, notre **objectif** est que le programme **ma pharmacie responsable** soit **adopté par le plus grand nombre** de pharmaciens au sein du réseau **Giphar**.

C'est donc pour mener à bien cet objectif que l'équipe communication et les pharmaciens précurseurs de la démarche se mobilisent autour d'un **plan d'accompagnement au changement**. À l'occasion des réunions inter-groupement de mars 2025, nous avons annoncé à nos adhérents l'**ouverture officielle de la plateforme ma pharmacie responsable**, dont l'**accès** est désormais possible via l'**intranet Giphar**. Cette annonce a été couplée à des communications ciblées via notre **newsletter interne** et nos différents **canaux internes de communication**.

En outre, le plan d'accompagnement va rythmer l'année 2025 à raison de **challenges inter-groupement**, de challenges **parrainage**, de **campagnes de communication digitales (internes et externes)** dédiées ou encore de **conférences de presse** centrées autour de la **stratégie RSE du Groupement**. L'enjeu étant de (dé)montrer l'**impact positif** de la démarche et **donner envie** aux pharmaciens adhérents de **rejoindre ma pharmacie responsable**.

**Le lancement de la plateforme s'est fait le 30 avril 2025.**

Nous n'avons pas de chiffres à communiquer sur l'exercice 2024/2025.



L'année prochaine, nous pourrons  
communiquer sur le nombre d'officines  
ayant finalisées l'évaluation  
**ma pharmacie responsable**

# 3.5

## PILIER SOCIAL

### ENJEU N°5 MAINTIEN DES COMPÉTENCES

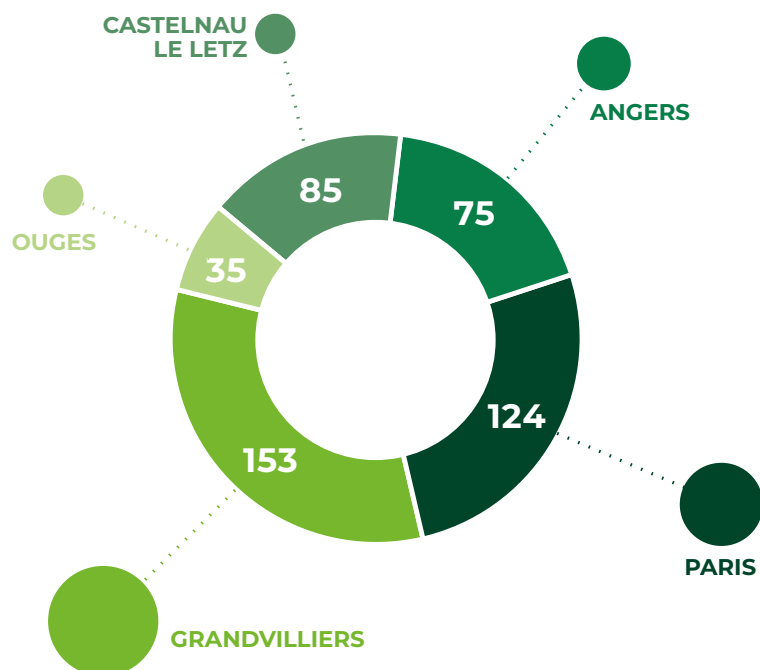
*Risque de perte des compétences nécessaires pour fournir les services attendus par les adhérents de la coopérative.*

Les besoins des pharmaciens sont en évolution constante.

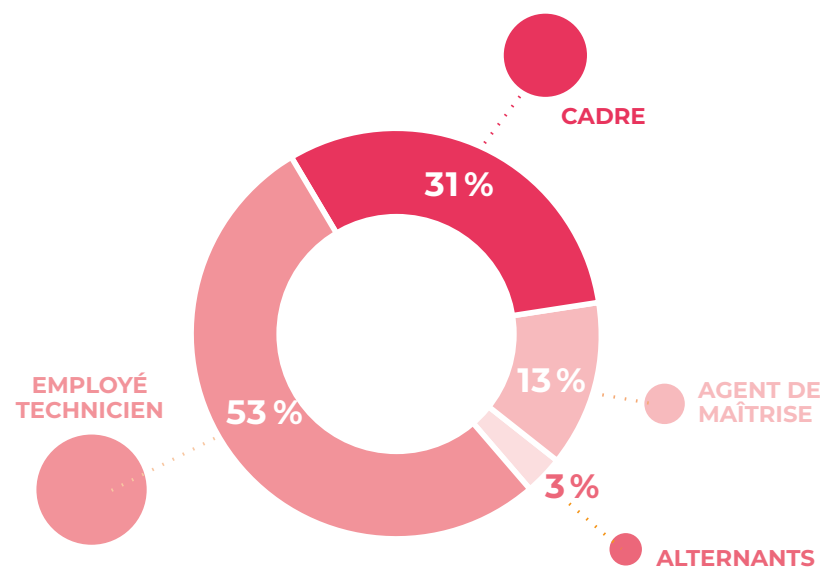
Pour s'y adapter, le **Groupe Giphar** déploie une **politique RH performante** pour **attirer, développer** et **fidéliser** les **compétences** des salariés.



EFFECTIFS PAR SITE • AVRIL 2025



EFFECTIFS PAR CSP • AVRIL 2025





En **avril 2024** **Giphar Groupe** rassemblait **528 salariés**.

L'effectif **Giphar Groupe** en **avril 2025** est comparable avec **527 salariés**.

Les mouvements d'effectifs n'ont pas modifié significativement la répartition au sein des CSP (cadre, agent de maîtrise, employé / technicien et alternants). Il est à noter que **Giphar Groupe** a affiné son analyse de la répartition des effectifs en identifiant de façon spécifique les alternants. Jusque-là ils étaient rattachés à la CSP « Employé / Technicien ».

Pour rappel, l'année dernière, nous avions **32 % de cadres, 13 % d'agents de maîtrise et 55 % d'employés / techniciens** (dont alternants).

En parallèle, nous notons que cette hausse de l'effectif n'a pas modifié l'équilibre femme homme.

Notre **taux de turn-over** sur l'année fiscale 2024/2025 est de **1.4 %**, un taux très faible, illustrant la fidélité des collaborateurs. Le taux de turn-over de l'année fiscale précédente était de 1,7 %.

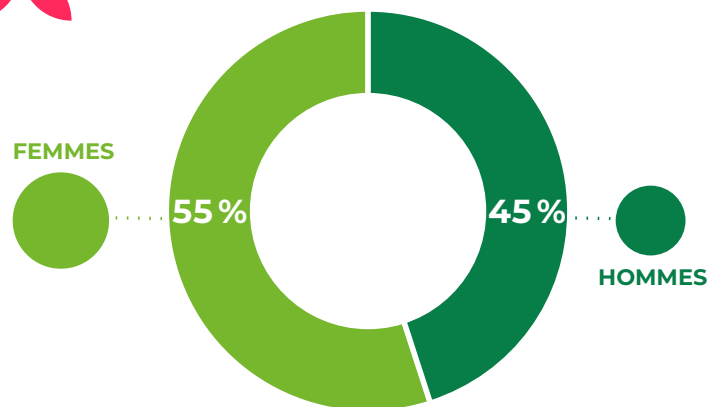


Taux de turn over 2024/2025

**1.4 %**



**RATIO FEMMES / HOMMES • AVRIL 2025**



## Un recrutement ancré localement

**Entre mai 2024 et avril 2025, le Groupe a recruté 92 personnes.** Cela représente 21% de recrutements de moins que sur la période de mai 2023 à avril 2024 (116 personnes recrutées sur la période précédente).

Le groupe tisse des **relations privilégiées** avec des **partenaires locaux** pour chacun de ses sites. Si les recrutements locaux répondent à l'un des enjeux sociétaux du **Groupe Giphar**, c'est également un moyen de **fidéliser les salariés** en offrant un **emploi de qualité** en termes de rémunération, d'environnement de travail et **à proximité de chez eux**. Proposer des emplois locaux est un atout pour **conserver durablement les compétences** au sein du Groupe. En effet, **l'équilibre vie privée, vie professionnelle** est de plus en plus important pour les salariés, et le **temps de trajet** est un élément central de cet équilibre.

Un **accord cadre** a permis d'établir les conditions du recrutement des personnels en **travail temporaire** en leur garantissant les **mêmes conditions et avantages** qu'aux salariés du Groupe. Ces recrutements d'**intérimaires** se font **localement** et offrent régulièrement une **possibilité d'embauche en contrat à durée indéterminée**.

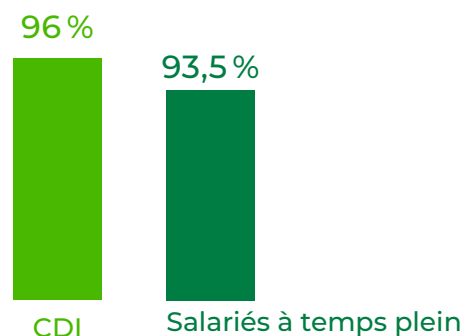
En parallèle, l'ensemble des mouvements de personnel (entrées / sorties) du Groupe sur l'année n'a pas modifié le pourcentage de CDI et de personnel employé à plein temps par rapport à la période précédente. Ainsi, en **avril 2025**, nous comptons déjà **96%** de personnel en **CDI**. De la même manière, les personnels employés à **temps plein** étaient de 92 % l'an dernier, pour **93,5%** pour cette année.



### RECRUTEMENTS • ENTRE MAI 2024 ET AVRIL 2025



### CDI ET TEMPS PLEIN • AVRIL 2025



L'équilibre de la répartition des effectifs par tranche d'âge est comparable entre 2024 et 2025.

## Un accompagnement dès les premiers jours

Conscient que les salariés font la qualité des services, le **Groupe Giphar** prends soin d'eux dès l'intégration.

Avant l'entrée en fonction, la DRH publie une **note présentant le nouveau collaborateur**.

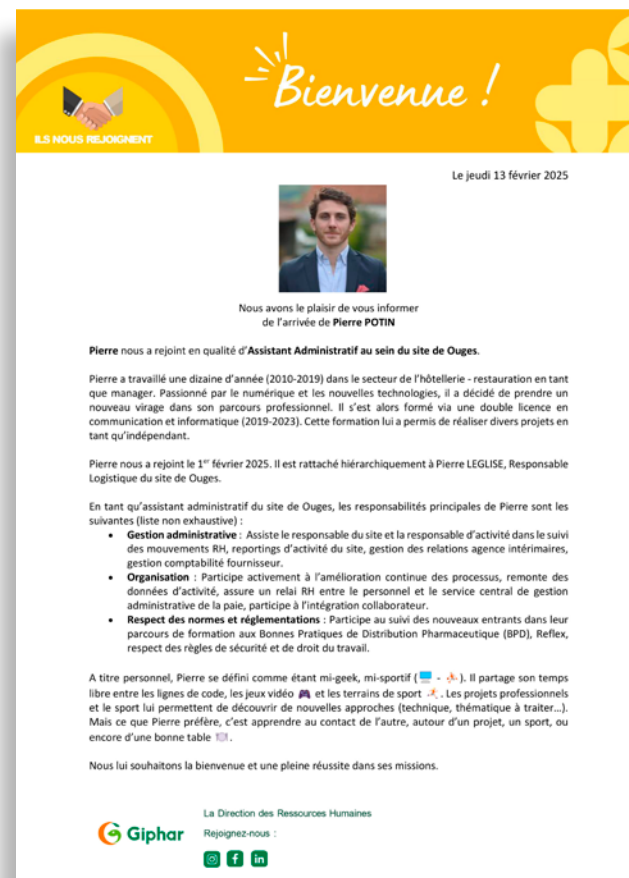
Cette note est **diffusée sur le réseau social interne** auquel tous les salariés du Groupe ont accès. Cette communication permet d'être identifié dès les premiers pas dans l'organisation. En parallèle, chaque nouveau salarié se voit remettre un **cadeau de bienvenue** comprenant notamment des produits « **Laboratoire Giphar** ».

Un **parcours d'intégration** est mis en œuvre 6 fois dans l'année. Ce dernier se déroule au siège social à Paris et regroupe les dernières recrues.

Les membres de la Direction présentent les activités du Groupe. Ces **présentations** et les **échanges** qui en découlent facilitent la **compréhension de l'organisation** et donnent du sens au travail. Ce parcours est complété par une **visite en entrepôt**, une visite **en pharmacie**, un **quizz de connaissances** sur le Groupe et les **bonnes pratiques** de distribution pharmaceutique.

Pendant la période d'essai, les managers mènent un suivi spécifique de leur nouveau collaborateur.

Cet accompagnement facilite l'**adaptation à l'environnement Giphar** et favorise la **montée en compétences** dans le poste. Les entretiens de suivi sont menés par les managers et ils sont consignés dans les dossiers électroniques du personnel.



## Un accompagnement managérial tout au long de l'année

Dans chaque **équipe**, les **managers** mènent des **réunions** régulières pour partager des **informations** et prendre des **décisions** quant aux projets menés. En parallèle, les managers reçoivent les salariés deux fois dans l'année dans un cadre plus formel.

En effet, aux mois de mai et juin, salariés et managers se rencontrent dans le cadre d'un **Entretien Annuel de Performance (EAP)**.

Moment d'échange privilégié, ce rendez-vous permet notamment de faire le **point sur l'année** écoulée, de se donner du **feed-back** et de mettre en perspective la nouvelle année (missions, formation, équilibre de la charge de travail...). C'est aussi le moment de **fixer les objectifs** qui serviront au calcul de la **Prime Sur Objectif** (tous salariés, sauf population entrepôt).

Au mois de décembre, les salariés soumis à une Prime Sur Objectifs (PSO) passent un **entretien de mi-année** permettant de passer en revue les objectifs et de les faire évoluer si besoin.

En parallèle de ces rendez-vous, **tous les deux ans**, les salariés ont un **entretien professionnel** avec leur manager qui est alors dans un rôle d'écoute et de conseil.

Parallèlement à ces rites managériaux, les Directions et les Ressources Humaines réalisent des **points RH réguliers**.

À titre d'exemple, chaque Responsable logistique d'entrepôt a un point hebdomadaire avec son RRH.

Le **rythme** de ces échanges est **adapté** au sein de chaque Direction pour répondre au mieux au besoin de chaque manager.

Giphar RH

On vous informe

### entretien de mi-année, c'est ouvert

Comme annoncé il y a quelques jours, nous allons réaliser des **entretiens de mi-année**.

Cet entretien vous permet un éventuel ajustement des objectifs définis il y a quelques mois. C'est également un moment d'échanges entre collaborateur et manager, et l'occasion de se donner du feedback respectif.

A compter d'aujourd'hui, vous pouvez y accéder dans ADP.

Quelques conseils pour vous guider :

#### Tip 1 : Accéder à son entretien dans ADP



#### Tip 2 : Si le collaborateur n'a plus accès à son entretien

Le process prévoit que le collaborateur accède en premier pour saisir ses commentaires. Si toutefois le manager ouvre l'entretien en 1<sup>re</sup>, cela bloque l'accès au collaborateur.

Dans ce cas, pour revenir à la 1<sup>re</sup> phase et ainsi redonner l'accès au collaborateur :

Le manager rentre dans l'entretien, il clique sur 'en préparation collaborateur' et enregistre.



## L'identification des compétences pour mieux les gérer

En 2020 le **Groupe Giphar** a lancé le projet **Carto'Giphar**. C'est un **référentiel de compétences des métiers clés de l'organisation**. Le Carto'Giphar est construit avec et pour les managers et les salariés. Ce référentiel prend en compte les **évolutions à venir** et permet de prendre en compte ces besoins dans l'**identification des profils recherchés en recrutement**.

Des réunions de travail mêlant salariés, managers et RRH ont été organisées pour identifier les métiers clés de la filière métier ainsi que les compétences techniques nécessaires à la tenue des missions.

A l'issue de ce processus, une **fiche Carto'Giphar** est **élaborée** et **diffusée**. Chaque **métier clef** a une **fiche dédiée**. Les fiches du Carto'Giphar sont utilisées en **interne (mobilité, promotions...)** tout comme en **externe (recrutement)**.

Le Carto'Giphar peut également être utilisé lors des **entretiens annuels** et des **entretiens professionnels**.



### FICHE CARTO'GIPHAR DU POSTE DE PRÉPARATEUR DE COMMANDES

#### Les 12 grands métiers de la logistique

- Responsable logistique
- Responsable activité
- Chef d'équipe préparation
- Chef d'équipe GDS / réception
- Coordinateur
- Préparateur de commandes



#### Compétences comp

Quel que soit le métier, le développement de compétences techniques (listés dans ce livret) mais également comportementales.

Voici 3 exemples de savoir-être clés que chaque

- **Polyvalence** : mener des activités correspondantes
- **Autonomie** : agir avec une certaine indépendance
- **entraide** : aider ses collègues pour atteindre les objectifs
- Sans oublier les **compétence managériale**

Vous avez maintenant quelques clés complémentaires professionnelles. Vous pouvez d'ores et déjà réfléchir à des comportements sur lesquelles vous voudriez travailler.

Chaque grand métier de la logistique bénéficie de l'expertise de votre site.

Domaines de compétences	Définition des compétences	Niveau attendu
Organisation	Réaliser et produire des missions selon les procédures et standards de l'organisation	Savoir travailler seul de façon structurée à partir d'un planning prédéterminé en de travail. Analyser son travail et savoir corriger les erreurs simples de façon autonome.
Normes et réglementation	Ensemble des caractéristiques, règles et obligations internes ou externes qui régissent la manière de pratiquer son activité (ex : respecter des repos minimum légaux, règles de sécurité, Bonnes Pratiques de distribution Pharmaceutique...)	Appliquer les règles et procédures de travail (ex : rangement des bacs) Respecter les règles d'hygiène et de sécurité (EPI...) Appliquer les consignes en matière de bonnes pratiques de fabrication et/ou en pratiques de distribution pharmaceutiques (BPD)
Gestion des flux	Ensemble des activités successives qui sont réalisées de l'entrée à la sortie des produits. C'est le mouvement des produits qui forme le flux (entrant, interne, sortant) (ex : ravitailler les racks de préparation des commandes)	Savoir lire et vérifier un bon de livraison et/ou de réception Effectuer la réception des livraisons physiques et informatiques (quantité et qualité) Assurer les actions utiles pour favoriser la préparation des commandes (ex : mettre les bouteilles, découper les cartons...) Préparer les commandes (quantité et qualité) conformément aux instructions tra Palettiser et filmer les commandes. Être capable d'identifier les bacs et les répartir par point de livraison Préparer l'expédition des commandes (quantité et délai) Assurer le chargement des produits dans les camions de transport
Environnement de travail	Ensemble des activités permettant de réaliser les missions principales de son poste de façon efficaces (ex : réaliser l'entretien de premier niveau d'une machine, ranger son poste de travail)	Savoir identifier les zones de travail et les interlocuteurs de chaque service / Direction de la mission du salarié Participer au maintien en propreté et sécurité de l'environnement de travail
Outils mécaniques	Usage d'une machine spécifique à un métier (chariots, Voie, cerceuse...)	Savoir utiliser les fonctions basiques d'un logiciel professionnel nécessaire à l'activité
Gestion des priorités	Capacité à s'organiser et gérer son temps. Evaluer les priorités et les hiérarchiser. Adapter et réajuster les priorités en fonction des enjeux et ressources disponibles.	Être méthodique dans la réalisation des tâches et ordonné dans le cadre de son travail Respecter les délais fixés par sa hiérarchie.
Outils numériques	Usage d'un logiciel professionnel spécifique à une filière (ex de logiciel : SAP, REFLEX, ADP...)	Savoir utiliser les fonctions basiques d'un logiciel professionnel nécessaire à l'activité
Communication orale	Exprimer oralement des idées et échanger avec les autres. Présenter un projet, décrire un problème ou un événement. Écouter et animer un débat, convaincre et rechercher le consensus	Exprimer son point de vue, répondre aux questions de l'équipe et du management. Savoir alerter en cas de besoin.



#### Carto'Giphar La cartographie des compétences métier

#### Préparateur de commandes

##### C'est quoi ?

Le projet Carto'Giphar vise à définir précisément les compétences attendues pour chaque métier. C'est une cartographie commune à l'ensemble de nos directions et de nos sites. Nous disposons ainsi d'un vocabulaire partagé par tous : une même manière de décrire et évaluer les compétences d'un collaborateur.

##### Ca apporte quoi ?

Carto'Giphar permet d'évaluer facilement et objectivement les compétences requises au sein de mon poste pour réussir mes missions. Est-ce que je maîtrise toutes les compétences de mon métier ? L'objectif est ensuite d'identifier les compétences sur lesquelles je dois progresser, notamment grâce à la formation, pour évoluer dans ma fonction actuelle ou pour préparer une mobilité vers un autre poste.

##### Quand l'utilise-t-on ?

Dans le cadre des entretiens annuels de performance, c'est un outil utile pour échanger avec mon manager sur des éléments concrets. Le Carto'Giphar est également un outil opérationnel dans le cadre des recrutements en précisant les compétences Giphar incontournables attendues.

##### Qui l'a construit ?

La cartographie a été préparée par l'équipe RH, puis partagée et ajustée avec le terrain. Des groupes de travail se sont réunis sur chacun des 3 entrepôts. Chaque groupe de travail était constitué :  
- De salariés de chaque métier logistique  
- De chefs d'équipe  
- Du responsable de l'entrepôt  
- Du service Ressources Humaines

Pourquoi Carto'Giphar quand les fiches de postes sont déjà là ?

Carto'Giphar complète les fiches de poste. Il apporte une définition de chaque compétence en précisant le niveau attendu pour chaque métier.

Une fiche de poste décrit les **missions**, alors qu'une cartographie détaille les **compétences** nécessaires pour un métier.

Le Carto'Giphar regroupe plusieurs postes similaires pouvant être situés sur différents sites. Il a une dimension collective.



Depuis 2023 la DRH réalise un travail sur les **classifications**. L'**objectif** est de **lier l'évolution des compétences** avec une **évolution du salarié** au sein de la classification.

Pour ce faire, la DRH et les élus du personnel ont convenu de démarrer ce travail en se focalisant sur la **population entrepôt** en commençant par le métier de préparateur de commandes. La DRH a réalisé ce travail (population : préparateurs de commandes) en partenariat avec les Responsables Logistique des quatre entrepôts. À compter du mois de juillet 2024 les préparateurs de commandes ont une classification adaptée à leur niveau de maîtrise des compétences de leur emploi. Cela rend les **parcours d'emploi plus dynamiques** et permet de **valoriser la progression des compétences** au sein de l'emploi.

Cette évolution vise également à favoriser la **rétenction des talents** en **dynamisant les parcours professionnels en interne**.

Les travaux de la DRH sur ce thème continuent. Depuis janvier 2025 d'autres salariés des entrepôts bénéficient du même processus, les salariés occupant les fonctions de magasinier réceptionnaire (caristes et réceptionnaires) ainsi que les inventoristes.

Pour l'année fiscale 2025 – 2026, la DRH souhaite poursuivre ces travaux en s'occupant des emplois suivants : Assistant administratif de site, Chef d'équipe, Coordinateur, Assistant GDS et Assistant administratif logistique (Assistant service réception). Ces emplois sont les derniers **emplois non-cadre** à passer en revue pour finaliser la population non-cadre exerçant leur emploi au sein des **entrepôts** de **Giphar Groupe**.





## ■ La formation pour accompagner le développement des compétences

Le **plan de formation annuel** comprend des **formations individuelles** pour accompagner les salariés de façon spécifique, et des **formations collectives** pour développer les compétences répondant aux **enjeux stratégiques** du Groupe (management, sécurité, commerce...). La DRH veille à une répartition équitable de la formation, notamment entre les femmes et les hommes.

Au cours de l'année 2024-2025, **Giphar** a dû revoir son organisation au niveau du service formation. Cela a directement impacté la capacité de **Giphar Groupe** à déployer le plan de formation initialement prévu. Le volume global de formation est passé de 1 988 heures l'année passée à 1 134 heures. Le **nombre moyen d'heures** de formation par personne formées reste néanmoins **stable** et passe de 13 heures à **12h35**.

Pour l'année fiscale 2025 – 2026, la DRH a modifié son organisation afin d'être à nouveau en mesure de déployer majoritairement son plan de formation.



Nombre d'heures de formation par personne en moyenne :  
2023/2024 → 13H00 • 2024/2025 → 12H35

*Risque de perte d'attractivité et de départs de salariés en cas de décalage entre les attentes sociales de la population et la politique sociale du Groupe Giphar.*

### ■ Déployer une politique sociale répondant aux attentes de la population pour attirer les talents et les fidéliser

Le **Groupe Giphar** développe des **politiques sociales** visant à être en phase avec les **aspirations des salariés** tout en prenant en compte les **exigences** de nos **métiers**.

La **qualité de vie** et les **conditions de travail** sont au cœur des préoccupations des salariés et de l'entreprise : Pour améliorer la qualité de vie au travail, il faut d'abord **écouter les salariés** et **comprendre leurs besoins**.

Ainsi, chaque année les salariés répondent à une **enquête d'engagement** nommée **Gipharomètre**. Cette enquête permet en premier lieu de voir l'**évolution de la satisfaction des salariés** quant à leur qualité de vie au travail.

#### *Pour rappel*

Le **Gipharomètre** est totalement **anonyme** (garantie par un **prestataire externe**). Depuis 2024 moins de 30 questions ont été retenues pour cette enquête. Le Gipharomètre de **2024** indique un **résultat global en progression** et finalise à **59,55% de satisfaction salariés**.

Les trois questions qui progressent en 2024 sont liées à l'environnement, la stratégie de l'entreprise et la rémunération.

La satisfaction globale progresse également. Cela s'observe via le résultat global de l'enquête, ainsi qu'à travers une question spécifique : « De manière générale, je suis content de travailler chez Giphar ». Cette question a progressé de 3,1 points depuis l'an dernier (2024 = 75% de satisfaction contre 71,9 % pour 2023).

À l'issue de l'enquête, les **résultats** ont été **présentés** à l'ensemble des **salariés**, en synthèse, puis par Direction / Site. Ces restitutions se sont échelonnées de juillet à septembre. À l'issue de ce travail d'information, des **groupes de réflexion** ont été constitués avec des **salariés volontaires** au sein de chaque Direction / Site.

Ces groupes réunissent des salariés qui proposent des **actions d'amélioration**.

Le Gipharomètre était déployé au cours du mois de juin auparavant. En 2025, le Gipharomètre sera déployé en septembre. L'objectif de ce décalage est d'alléger la période du printemps au cours de laquelle plusieurs processus importants sont déroulés (EAP, EP, révisions salariales...). Ce décalage permettra également de rapprocher le temps de l'enquête avec celui de la restitution.



L'amélioration de la qualité de vie au travail passe également par des mesures offrant des **avantages sociaux**. La DRH a publié un **livret des avantages Giphar** pour identifier aisément les avantages que l'entreprise propose. Ce recueil est utilisé tant pour **informer les salariés** que pour **attirer les talents** lors des entretiens de recrutement.



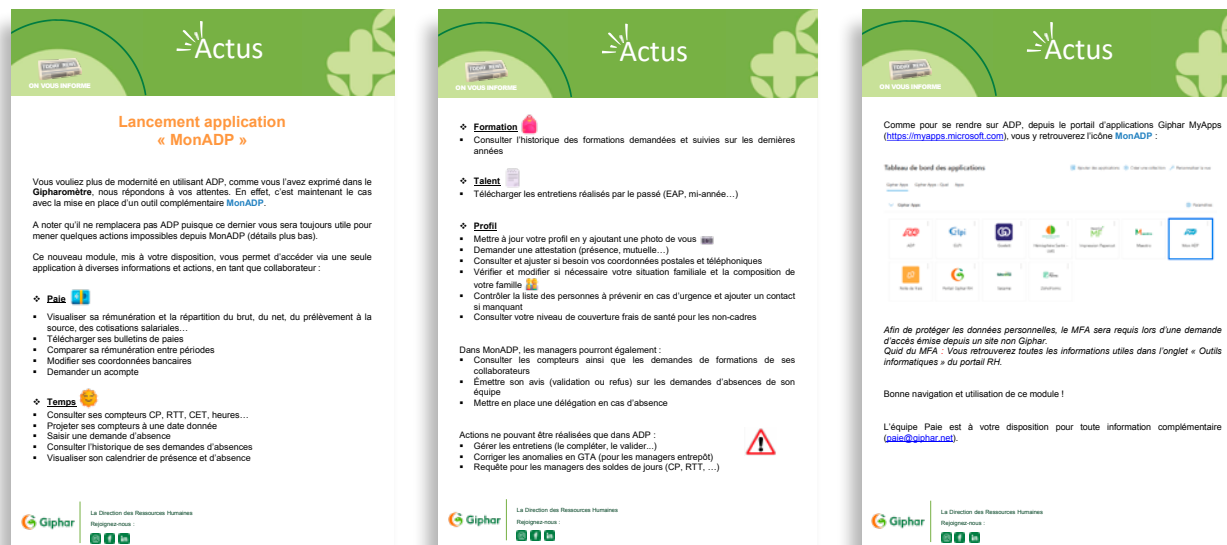
## Un meilleur accès à l'information RH

Dans le cadre du **Gipharomètre 2024**, les salariés ont remonté le **besoin d'avoir accès facilement à certaines informations RH** (règles interne, avantages...). Pour répondre à cette attente, la DRH **Giphar Groupe** a déployé **2 nouveaux outils**.

Dans un premier temps, la DRH a ouvert un « SharePoint » nommé « **le Portail RH** », **outil d'information et de communication**. Il est **ouvert à l'ensemble des salariés** et permet d'accéder facilement à un grand nombre d'informations telles que les **accords d'entreprise**, le **livret des avantages salariés**, des informations sur l'**épargne salariales**, les règles pour les **astreintes**.

Dans un second temps, la DRH a mise en place une application nommé **Mon ADP**. Cette dernière vient en **complément** du **logiciel ADP** qui permet de gérer le personnel. Mon ADP donne un **accès simplifié** pour les salariés aux informations portant sur la **paie**, le **temps de travail**, les **entretiens annuels passés**. Les **demandes d'acompte** ou la **modification des informations personnelles** sont également simplifiées via cette solution.

Une large **communication** sur ces outils a été réalisée via le **réseau social interne (Viva Engage)** comme lors des **réunions d'équipe**.



## La santé et la sécurité des collaborateurs, une préoccupation quotidienne

Le **Groupe Giphar** met en place des actions pour **améliorer** continuellement la **sécurité des salariés**.

Des **réunions sécurité** sont régulièrement organisées au sein de **chaque entrepôt**. Ces rendez-vous réunissent l'encadrement du site, le Responsable RH du site, les Services Généraux et le cas échéant des élus du personnel du site. Ces échanges favorisent l'**échange de bonnes pratiques** et de **plan d'actions**.

Dans ce cadre, une évolution de la gamme de chaussures de sécurité est en cours de travail.

En parallèle, le **Document Unique d'Évaluation des Risques (DUER)** est **régulièrement mis à jour** en y implémentant les **évolutions** mises en œuvre. Les évolutions du DUER sont partagées avec les élus du personnel en CSSCT. Les échanges avec les représentants du personnel en CSSCT permettent d'impliquer les salariés et facilitent l'identification d'améliorations à déployer.

La mise à jour du DUER est en cours et elle sera effective d'ici à l'été.

## La Semaine Européenne de l'Emploi des Personnes Handicapées 2025 (SEEPH)

Du 18 au 24 novembre 2024 a eu lieu la **Semaine Européenne de l'Emploi des Personnes Handicapées 2025 (SEEPH)**. Cette année, le service RH a élaboré un **quizz sur les jeux paralympiques**. Ce jeu a été conçu avec l'aide d'un **salarié Giphar**, lui-même **en situation de handicap**. Ce jeu visait à mettre en parallèle les notions de handicap et de haute performance afin de lever certains tabous. Au cours de la semaine, la DRH a également publié sur le réseau social interne (Viva Engage) **trois vidéos de collaborateurs Giphar reconnus Travailleurs Handicapés** qui ont témoigné de leur **vie au travail** et de **l'accompagnement de Giphar en matière de handicap**. Cette approche ludique et concrète facilite les échanges entre les RRH et les salariés qui rencontrent des difficultés liées à une situation de handicap.

## L'amélioration de l'environnement de travail

La **sécurité** et **l'environnement de travail** font partie du socle de la **qualité de vie au travail**.

Les sites du **Groupe Giphar** connaissent des travaux d'amélioration réguliers.

Parmi ces travaux, cette année, nous retenons en premier lieu le **déménagement** des salariés Lillois vers un **nouveau site, en plein cœur de Lille, dans des locaux neufs**.

De son côté, le **site angevin** a bénéficié de **l'installation de panneaux photovoltaïques** sur le toit de l'entrepôt.

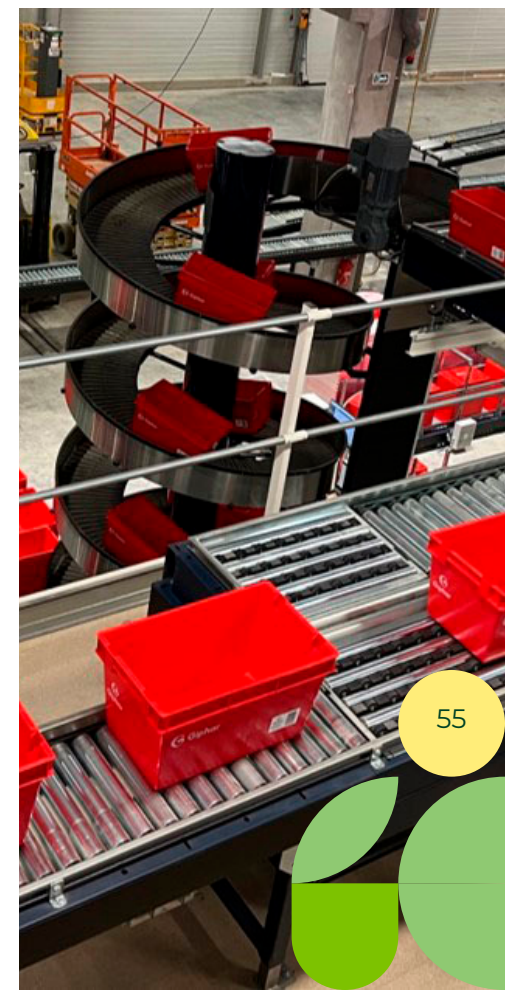
D'autre part, le système de sprinkler (**système anti-incendie**) a été modifié afin de **recupérer l'eau utilisée par le système lors des tests**. Ces installations s'inscrivent pleinement dans la démarche RSE de **Giphar Groupe**.

Au sein du site de **Grandvilliers**, les **bureaux** ont été **renovés**. Le site est passé au **tri des déchets** avec l'installation de réceptacles adaptés.

Sur le site de **Ouges**, des **passerelles sécurisées enjambant les convoyeurs à bacs** ont été installés au sein de l'entrepôt afin de **fluidifier les circulations en toute sécurité**.

Ces exemples de travaux illustrent **l'engagement de la Direction** pour offrir des conditions de travail en phase avec les besoins de l'activité et avec les attentes des salariés.

Si l'environnement matériel est primordial, la qualité des **relations interpersonnelles** l'est tout autant, c'est pourquoi des **moments de convivialité** sont mis en place pour favoriser la **cohésion**.





Chaque site / Direction choisit des temps de convivialité adaptés à l'activité et aux attentes des équipes.

Par exemple, l'année dernière les sites de Grandvilliers, Dijon et Angers ont lié démarche écologique et temps convivial en mettant en place de l'**écopâturage**. Cette pratique consiste à utiliser des moutons pour tondre

les espaces verts en lieu et place des tondeuses mécaniques.

Lors de la mise en place de cette démarche écologique les sites de Grandvilliers et de Ouges ont organisé un temps convivial avec les salariés et la presse locale a également été conviée.

Des **articles de presse** ont mis en avant cette pratique éco responsable.

En parallèle de ces temps conviviaux au sein de l'entreprise, **Giphar Groupe** soutient certaines **initiatives externes** favorisant la cohésion des équipes.

Ces initiatives sont l'occasion de marquer le soutien de **Giphar** à certaines **causes liées à la santé**.



À titre d'exemple, **Giphar Groupe** sponsorise la participation à la **course ODYSSEA** de **plusieurs salariés** au sein du site de Ouges. Cette course vise à récolter de l'argent en faveur de la **lutte contre le cancer du sein**.

En 2024, à Dijon, les salariés de **Giphar Groupe** ont participé à cette course permettant de récolter des fonds pour la lutte contre le cancer du sein. Sponsoriser la participation de salariés à ce type d'événement renforce la cohésion autour du rôle d'acteur de santé de l'entreprise.





## L'ouverture à la diversité pour additionner les qualités

Pour le **Groupe Giphar**, la **complémentarité des profils** dans les équipes est un outil de **performance**.

La **diversité** est régulièrement mise en avant à travers des communications tout au long de l'année.

- Présentation de collaboratrices à l'occasion de la journée internationale du droit des femmes
- Sensibilisations lors de la Semaine Européenne de l'emploi des Personnes handicapées
- Etc.

La **promotion de la diversité** est un outil important, mais il doit se conjuguer avec d'autres **actions sur le terrain**.

Par exemple, le site de **Castelnau Le Lez** accueille depuis quatre ans des **personnels en situation de handicap** dans le cadre d'un **partenariat** avec un **ESAT (Etablissement ou Service d'Aide par le Travail)** local.

De plus, lors de la mise en place du site **dijonnais**, les **relations de proximité** avec **Pôle emploi**, la **mission locale** et des **associations d'insertion professionnelles locales** (ID'EES 21 par exemple) ont permis le **recrutement de profils très variés** : étudiants qui travaillent en parallèle de leurs études, jeunes sans formation ni expérience, chômeurs de longue durée, professionnels en reconversion...

Dans le cadre de ces partenariats, le site de **Ouges** a confié à l'**ESAT ACODEGE** des **travaux de collage d'étiquettes** sur les bacs utilisés pour la préparation des commandes envoyées aux officines Giphar.

En décembre 2024, le site de Ouges a organisé une **journée de « vie ma vie »** avec 4 collaborateurs de l'ESAT ACODEGE.

Cet événement leur a permis de voir concrètement l'utilisation des bacs sur lesquels ils sont intervenus. Cela leur a également permis de **découvrir le fonctionnement du site** Giphar de Ouges. Lors de cette journée plusieurs salariés du site ont été mis à contribution pour accompagner les collaborateurs de l'ESAT (test en préparation de commandes, tri de bacs...).

Ces participations permettent notamment de **valoriser les salariés Giphar** tout en travaillant la **culture d'ouverture sociale** du site.





La diversité des profils se mesure aussi sous l'angle de la **parité**. Ainsi, depuis 2023, les **femmes** représentent **55 % des effectifs**. L'**indice égalité femmes / hommes** du Groupe est de **78/100** (Calcul réalisé sur l'année civile 2024). Le % de femmes dans l'entreprise est identique à celui de l'année passée, mais l'index d'égalité femme / homme perd 13 points (91/100 en 2024). Cet **écart** est dû à un **changement de méthode de calcul de l'index**. Nous avons choisi la méthode de comparaison des coefficients au lieu des CSP (qui avaient toujours été utilisé jusque-là) afin de rester cohérent avec l'analyse et le travail sur les coefficients de classification que nous avons entrepris depuis quelques années. Nous maintenons nos **actions en faveur de la diminution de cet écart**, en travaillant sur les coefficients, en étant vigilant lors des **recrutements**, en ayant également une vigilance accrue sur l'**équité de traitement** et la parité lors des campagnes de **revalorisations salariales**.



Index Egalité Homme / Femme

2024 : 91/100

2025 : 78/100

En matière d'**emploi direct des travailleurs handicapés**, en 2024, tout comme pour l'année 2023, la déclaration obligatoire établie par **Giphar Groupe** spécifie un **taux d'emploi supérieur à l'obligation légale de 6 %**.

Ce résultat atteste des actions de **Giphar Groupe** en matière d'**embauche et de maintien dans l'emploi** des travailleurs handicapés.

En 2024, le taux d'emploi des travailleurs handicapés au sein de **Giphar Groupe** est de **7,12 %**.



## ■ La rémunération : un enjeu d'attraction, de rétention des talents et d'équité de traitement

La **rémunération** est un thème central pour l'**attraction** et la **fidélisation** des salariés ainsi que pour l'**équité** de traitement.

Au sein du **Groupe Giphar**, l'**ensemble des salariés en CDI** bénéficient d'une **rémunération fixe** et d'une **rémunération variable**.

Les **salariés des entrepôts** (préparateurs de commandes, inventoristes, caristes...) perçoivent une **prime de productivité mensuelle** en fonction de leur **résultat individuel ou d'équipe** (en fonction des métiers concernés). La **transparence de la rémunération** est un élément fort pour entretenir la **relation de confiance** entre les salariés

et l'entreprise. C'est pourquoi, des **réunions collectives et individuelles** ont lieu avec les salariés afin de garantir la **compréhension des modalités de calcul de la prime** de fin de mois.

Les **autres salariés** peuvent percevoir une **Prime Sur Objectifs (PSO)** annuelle. Les objectifs sont **définis** lors de l'**entretien annuel de performance (EAP)**.

En parallèle de ces éléments, **depuis six ans**, un **accord de négociation annuelle sur les salaires (NAO)** est signé avec les partenaires sociaux. **Tous les ans**, des **mesures d'augmentations générales et individuelles** sont mises en place.

Offrir une **rémunération juste et adaptée** à chaque emploi et permettant d'**engager durablement les équipes**, tels sont les objectifs de la rémunération au sein de **Giphar Groupe**.





## ■ La poursuite des projets RH en 2025 – 2026

La **Direction des Ressources Humaines** s'est dotée d'une **feuille de route pluriannuelle** pour atteindre ses **objectifs de long terme**.

En 2025 – 2026, la DRH va continuer les travaux concernant la **classification des salariés des entrepôts**. Cette méthode garantit l'**équité de traitement** avec des **indicateurs de performance individuelle** factuels tels que la **productivité**, la **technicité**, ou encore l'**ancienneté** et la **polyvalence**.

La gestion de la formation sera organisée différemment afin de **garantir l'atteinte des objectifs de la formation**.

En parallèle, la DRH restera mobilisée pour **accompagner nos adhérents**, en développant des **accords cadre** avec des **agences d'intérim spécialisées** pour aider les adhérents face à leurs **problématiques de recrutement temporaires**.





# 3.7

## PILIER SOCIÉTAL ENJEU N°7 SANTÉ DURABLE

*Risque : Minimiser le gain de la prévention santé*

Nous avons trois ambitions afin de réaliser cet enjeu :

- Augmenter les actes de prévention
- Valider le futur modèle résilient de l'officine préventive
- Sensibiliser et animer l'écosystème local de santé.

■ Afin de faire **évoluer le nombre d'actes de prévention**, nous avons pour objectif de **mobiliser la majorité des Adhérents** et leurs équipes officinales à horizon 2026. Pour cela, nous avons définis plusieurs prérequis :

- Définir les actes pharmaceutiques entrant dans la **mesure de la prévention** (entretiens, dépistages et vaccinations)
- Structurer un plan d'accompagnement pour faciliter la **mise en place** de ces **actions** et leur **réalisation** par les pharmaciens et leurs équipes.
- À ce titre nous fournissons aux adhérents des **outils** tant de **formation**, de **théâtralisation** et d'**information** que d'**aide à l'entretien personnalisé**.

■ Concernant la deuxième ambition, valider le **futur modèle résilient de l'officine préventive**, c'est **évaluer l'impact économique** de ce module afin de **positionner les pharmaciens** du groupement au cœur de la santé des Français.

De nouveau, plusieurs prérequis ont été envisagés :

- À partir d'un benchmark , déterminer les **différents scénarii économiques** (Nbre dépistages/entretiens, % CA, % marge, ETP, satisfaction patients...)
- Concevoir et tester pour **modéliser l'organisation**, process, équilibres économiques du futur modèle « officine préventive »
- Proposer une **offre de services inédite et complète** pour gagner des nouveaux partenariats



Toujours dans l'objectif de **construire le groupement responsable de demain**, la **santé durable** est l'un de nos **trois combats** sur lequel nous souhaitons continuer à nous engager.

La santé des patients a toujours été au cœur des préoccupations du groupement.

**Nos pharmaciens sont des acteurs de proximité engagés de la prévention au niveau local.**

En 2024, nous avons initié l'établissement d'un **état des lieux** de ce qui est déjà fait en France et ce qui pourrait être fait (au regard des autres pays) qu'on complétera cette année d'une manière plus fine. Nous recueillons les données du réseau pour pouvoir ensuite **analyser les performances** de ces actes pour **évaluer leur impact économique**.

Enfin, afin de **sensibiliser** et d'**animer le système local de santé**, nous mettons en place un **recensement de la présence des pharmaciens Giphar** dans les **instances locales, départementales, régionales ou nationales**. Nous savons qu'il sera nécessaire d'inciter chacun d'entre eux à intégrer ces instances pour mettre en place une **collaboration concertée sur l'ensemble du territoire**.

En parallèle nous mettons en place un dispositif pour inciter les pharmaciens à nommer des **référénts santé dans les officines** pour aider au déploiement des actions de santé.

Nous devons aussi créer et maintenir des **outils accessibles à tous**.

Tout cela nous permettra d'**intensifier nos actions de santé** et de renforcer notre reconnaissance comme un **acteur indispensable et expert dans le domaine de la prévention locale**.



Pourcentage d'officines engagées  
dans les actes de prévention

50 %

2024/2025

65 %

2025/2026



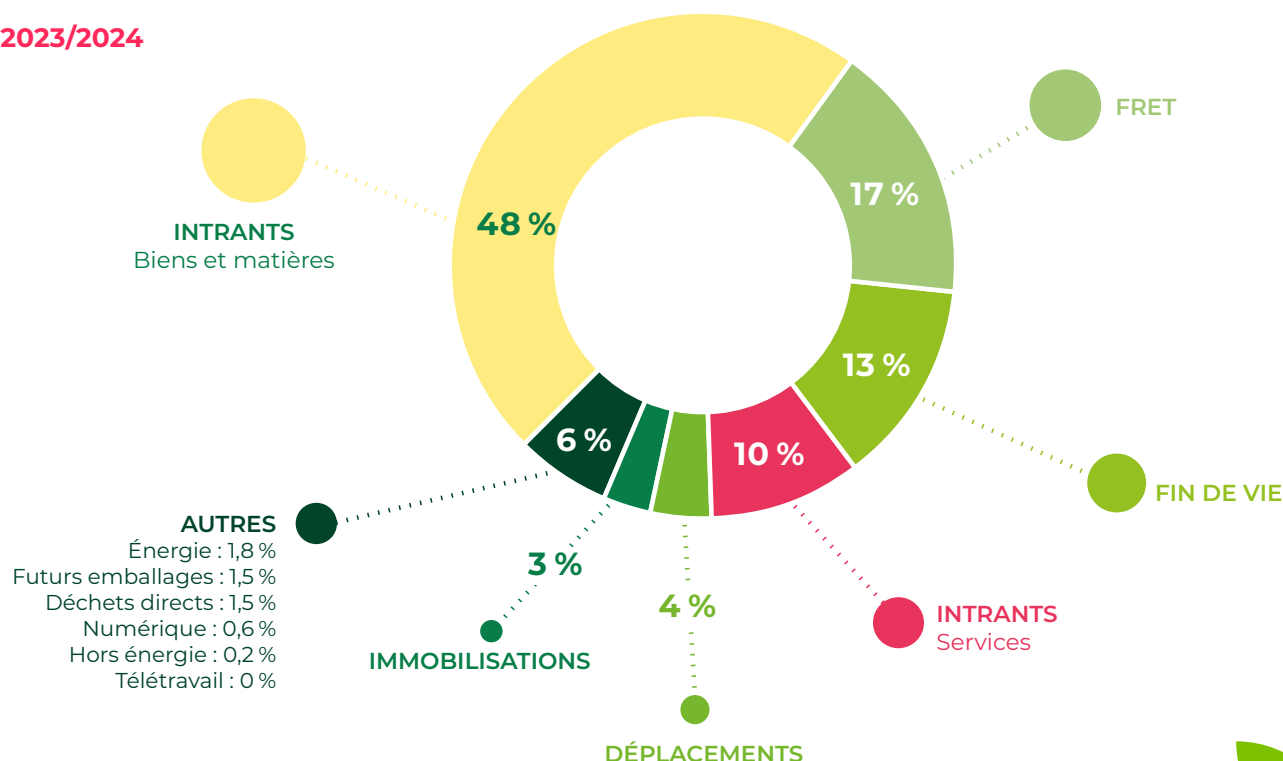
3.8

**PILIER ENVIRONNEMENTAL****ENJEU N°8 CONTRIBUTION AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES / LOGISTIQUE FRUGALE**

*Risque de consommation d'énergie non maîtrisée et de contribution au réchauffement climatique*

Le principal aspect sur lequel **Giphar Groupe** peut influencer en matière environnementale est la **logistique**, cœur de son activité. C'est pourquoi, l'un de nos trois combats RSE s'intitule la **logistique frugale**. Seul groupement à **concentrer les commandes** des pharmaciens sur une seule livraison quotidienne, nous travaillons à faire encore plus pour **réduire notre impact logistique**. La complexité est de diminuer l'impact sans baisser notre qualité de service.

Comme indiqué dans la note méthodologique, nous avons publié notre premier bilan carbone sur l'exercice 2023/2024, le résultat consolidé est de 26 997 Tonnes de CO<sub>2</sub>.

**BILAN CARBONE 2023/2024**

Sur ce **pilier environnemental**, nous avons axé nos actions sur 3 sujets majeurs : le **transport**, les **dépenses énergétiques** de nos bâtiments et la **gestion des déchets et du recyclage**.

## ■ Le transport

L'ensemble de nos **transporteurs** sont des **prestataires externes**. Nous avons, les concernant, surtout un rôle d'encouragement à mettre en place des **politiques de réduction d'émission à effet de serre** : l'enjeu étant de **privilégier la qualité de prestation** ainsi que l'assurance de **sécurité des produits**. Toutefois notre engagement dans la **démarche FRET 21**, détaillé ci-dessous, montre bien notre volonté de réduire notre impact environnemental tout en préservant la qualité de service.

Nous avons essayé de mettre en place une collaboration avec nos transporteurs afin qu'ils utilisent au maximum des camions GNV (Gaz naturel véhicule). L'inflation des coûts du gaz et des véhicules a malheureusement mis fin à cette initiative en 2023.

En revanche, nous avons initié la **livraison de certaines officines à vélo**, au départ de notre nouvel entrepôt de **Ouges (Dijon)**.

Nous avons étendu cette initiative à **Lille** en 2024.

Nous avons également mis en place un **fourgon électrique** à **Lille**.



En termes de développement durable, nous sommes engagés dans le dispositif **FRET 21** pour les chargeurs depuis fin 2024. L'**objectif** est d'atteindre **5% de réduction en 3 ans**. Un plan d'action a été finalisé, il se concentre sur 3 axes : les moyens de transports, les achats de prestation et le taux de chargement.

Pour l'exercice prochain, nous faisons une **étude sur le bio-gazole XTL**, l'avantage de ce carburant est d'être compatible avec de nombreux véhicules.



## Électricité & énergie renouvelable

L'une de nos autres ambitions est d'aller vers l'**autonomie énergétique des entrepôts** grâce à une **solarisation** de nos **bâtiments** et un **pilotage** plus précis des **consommations**.

L'extension du bâtiment d'**Angers** est recouverte de **panneaux photovoltaïques** sur la **totalité de la surface « aménageable »** à cet effet. À **Ouges**, la **moitié du bâtiment** est actuellement recouvert de panneaux photovoltaïques.

Afin de **mesurer, analyser et contrôler** nos **consommations énergétiques**, nous avons mis en place le « **RME** », **rapport mensuel énergétique**, sur nos sites au troisième trimestre 2024.

Jusqu'au mois de décembre 2024, nous avons dans l'ensemble de nos sites, entrepôts et siège, un contrat d'électricité verte européen avec la société Total Energie. Depuis le **1<sup>er</sup> janvier 2025**, nous avons changé de prestataire, nous travaillons maintenant avec **Engie**. Pour le contrat d'électricité avec Engie, la mise en place de l'**énergie verte France** est prévue pour mai 2025.

L'**ensemble de nos sites** sont équipés en **full LED** sur la **totalité des équipements**.



Nous souhaitons continuer à **améliorer les performances de l'existant**. Nous avons conclu un **partenariat** avec **Vinci Facilities** le 1<sup>er</sup> mai 2023. Ils sont responsables de la prise en charge de la **maintenance préventive et curative** sur site ainsi que du pilotage des **conformités réglementaires**. Ils nous accompagnent également sur l'ensemble des sujets liés aux **consommations d'énergie et à l'empreinte environnementale** tels que des propositions de performance énergétique, d'isolation. Nous avons lancé une instrumentation du site de Castelnau en 2024 afin de valider le principe, mesure des consommations énergétiques en cours, amélioration possible. Dès l'été 2025, une instrumentation permanente sera progressivement déployée sur l'ensemble des sites.

Enfin, un **nouveau système** permettant de **réduire la température des chambres froides** a été mis en place sur nos sites en 2024. Le système, appelé « **Acustare système** », est composé de plaques qui sont collées sur les façades des chambres froides dites « positives » de nos entrepôts. Il permet une **restitution de la température plus longue** et une **inertie plus importante**, cela nous permet de sécuriser le maintien au froid des médicaments.

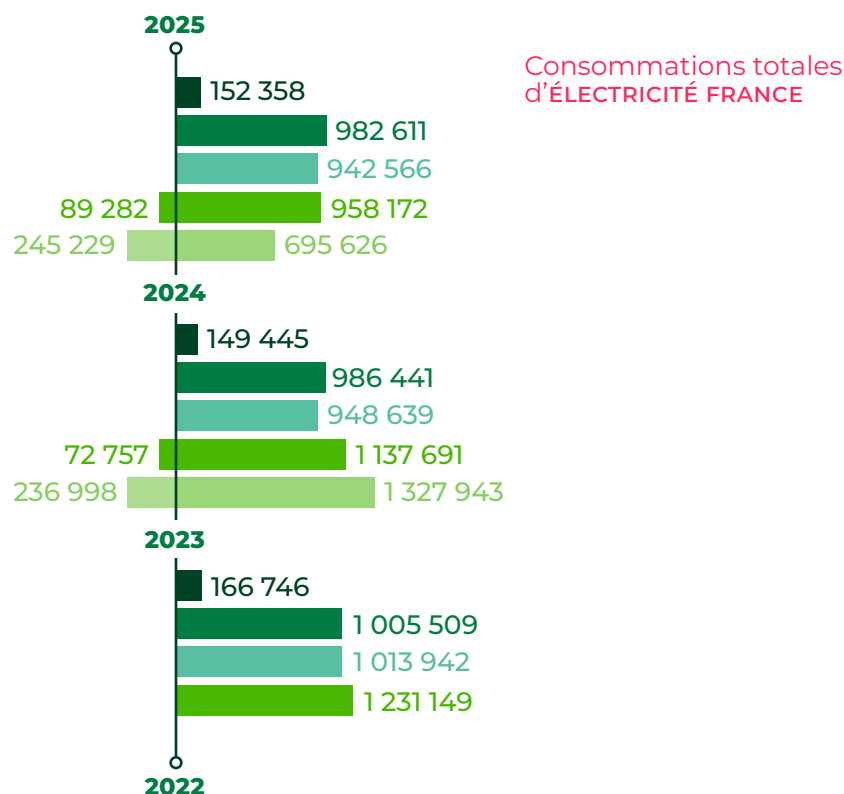
Pour l'exercice 2025/2026, le renouvellement de l'ensemble du système de climatisation de l'entrepôt de Castelnau est planifié afin de sécuriser l'installation et réduire les consommations.



## CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ PAR SITE UNITÉ DE MESURE = KWH

- Siège Social Paris
- Grandvilliers
- Castelnau
- Saint-Léger
- Ouges

Consommations totales  
d'ÉLECTRICITÉ RENOUVELABLE  
(en autoproduction)



## Flotte automobile

Nos sites d'**Angers, Grandvilliers** sont équipés de **bornes électriques** pour les véhicules. Les **véhicules diesel** ont été progressivement **supprimés** de notre flotte cette année.



### RÉCAPITULATIF DU TYPE DE VÉHICULES

MOTORISATION	% DE VÉHICULES			
	2022	2023	2024	2025
Diesel	26 %	5 %	4 %	0 %
Essence	37 %	30 %	38 %	41 %
HEV	32 %	59 %	49 %	54 %
MHEV	-	-	3 %	1 %
PHEV	5 %	7 %	4 %	4 %
Moyenne Km souscrits	32 421	33 144	33 601	30 000

## Politique de recyclage et de gestion des déchets

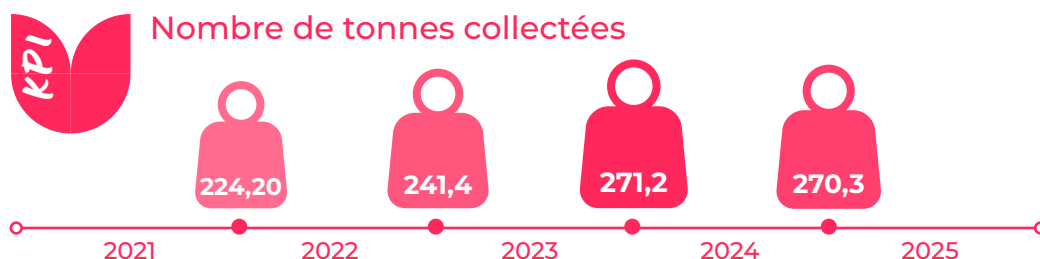
Nous utilisons majoritairement des **bacs en plastique, réutilisables** pour les **livraisons de médicaments** (et non des bacs en cartons) afin de **limiter la production de déchets**.

Les livreurs passent tous les jours dans les pharmacies pour livrer la marchandise et échangent les bacs pleins de produits avec les bacs vides de la veille. La **réintégration des bacs vides dans le circuit** se fait donc **sans dépense supplémentaire de transport**.

**Nous trions l'ensemble des déchets hors produits de santé** (cartons vs DIB sur tous les sites). Nous avons un **partenariat** avec la société **Paprec Recyclage** sur les sites de **Ouges** et **Grandvilliers**, « **Suez** » sur **Angers** et « **Nicollin** » pour **Castelnau** pour la gestion du carton qui est notre plus grosse source de déchets.



Concernant les **déchets de produits de santé**, nous continuons notre **partenariat** avec la société **Cyclamed**\*. **Giphar** est l'**intermédiaire** entre les pharmacies et Cyclamed. Nous nous chargeons de récolter et transporter l'ensemble des déchets médicamenteux de nos officines vers les entrepôts. Cyclamed prend en charge le transport de nos entrepôts vers leurs plateformes de destruction.



\* Cyclamed a pour mission de collecter et de valoriser les Médicaments Non Utilisés (MNU), périmés ou non rapportés par les patients dans les pharmacies.

Depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2022, **GIPHAR Groupe** est inscrit au **dispositif Trackdéchets**.

Trackdéchets est une **plateforme numérique publique gratuite de traçabilité des déchets**. Elle permet la **dématérialisation des bordereaux** conformément au décret 2021-321.

Ses objectifs sont d'**améliorer et simplifier la traçabilité des déchets**, apporter de la **transparence** et **sécuriser la filière** (collecte, regroupement et traitement). Pour des raisons de traçabilité, Cyclamed utilise également le process de Trackdéchets pour le traitement des MNU (Médicaments Non Utilisés).

**GIPHAR Groupe** a donc dématérialisé l'ensemble de ses bordereaux, à la fois pour les destructions Cyclamed et pour ses propres destructions.

Cette année, nous avons également **valorisé nos déchets informatiques** (et téléphones mobiles) et nous nous sommes équipés d'**équipement de seconde main** pour les sites de Grandvilliers, Paris et Lille.



# 3.9

## PILIER RÉPUTATIONNEL

### ENJEU N°6 VALEUR ET IMAGE DU GROUPE

*Risque d'atteinte aux valeurs du groupe et à la déontologie pharmaceutique*

**GIPHAR Groupe** est membre de la **Chambre Syndicale de la Répartition Pharmaceutique (CSRP)** qui est l'**organisation professionnelle patronale des entreprises de la répartition pharmaceutique**. Son rôle est de **représenter la profession** auprès des interlocuteurs de ce secteur d'activité – pouvoirs publics, presse, syndicats professionnels de la pharmacie (industrie et officine), partenaires sociaux... – pour **défendre les intérêts communs** à l'ensemble des grossistes répartiteurs.

**Giphar Groupe** a réussi en 2024 l'ensemble des étapes lui permettant d'**intégrer LogSanté**, le **syndicat national des dépositaires pharmaceutiques**. Les membres de cette instance ont validé notre entrée à l'unanimité. La direction logistique représentera à l'avenir l'entreprise au sein de LogSanté.

Par ailleurs, **Jérôme FARDEL**, Pharmacien Responsable Intérimaire et Directeur Qualité de **GIPHAR Groupe**, est **membre élu du Conseil central de la section C de l'Ordre des Pharmaciens**. L'Ordre regroupe les pharmaciens diplômés qui exercent dans les établissements pharmaceutiques en France. Il est un interlocuteur des pouvoirs publics, mobilisé sur les sujets d'exercice professionnel.

Afin de préserver les valeurs du groupe et de la déontologie pharmaceutique, le **respect des exigences pharmaceutiques** et la **qualité de service**, le **groupe Giphar** fait suivre des **formations** à l'ensemble de ses collaborateurs avec un **parcours d'intégration pour tout nouvel arrivant**.

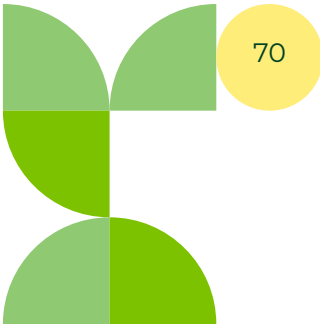


**FORMATIONS RÉALISÉES PAR LE SERVICE PHARMACEUTIQUE • 2024**

FORMATIONS RÉALISÉES	GRANDVILLIERS	CASTELNAU LE LEZ	ST LÉGER DE LINIÈRES	OUGES	TOTALES
BPD	127	66	110	121	442
Gestion des médicaments stupéfiants	15	16	20	33	84
Gestion des médicaments de la chaîne du froid	79	16	33	33	163
FIPT Contrôle	3	1	13	38	55
Retours	4	8	9	12	33
Sérialisation	7	5	4	6	22
Vigilances	24	3	2	2	53
Médicaments sensibles	3	NA	NA	NA	3
Qualishare	NA	NA	NA	NA	46

Du fait de son activité de développement de produits à marque, **GIPHAR Groupe** réalise des **activités de vigilances** pour tous ses produits :

- Pharmacovigilance pour les médicaments
- Cosmétovigilance pour les cosmétiques
- Nutrivigilance pour les compléments alimentaires
- Toxicovigilance pour les biocides
- Matéiovigilance et Réactovigilance pour les dispositifs médicaux





Tous les cas de vigilance remontés à **Giphar Groupe** sont adressés à la société **Universal Medica** pour **analyse** et **suivi des cas**.

Les responsables de la vigilance tiennent à jour un **registre d'enregistrement** des **effets indésirables** et font un **bilan annuel** de ces recueils.

Le suivi de ces vigilances permet de maintenir sur le marché des **produits conformes et de qualité**.

**Giphar** a aussi mis en place un **guide de gestion de crise**, qui a été mis à jour en avril 2023.

**Constitue une crise toute situation anormale, d'origine interne ou externe**, susceptible d'entraîner des conséquences gravement dommageables pour :

- La santé ou l'intégrité physique des personnes (patient, membre du groupement, personnel de l'entreprise, prestataire...),
- L'activité,
- Les actifs,
- La réputation du groupement Giphar

Les membres du **COMEX** de **Giphar Groupe** ont la responsabilité de **veiller à la mise en œuvre du processus** décrit dans le **guide de gestion de crise** pour le groupement **Giphar** avec l'appui des membres du **Comité de Management**, des pharmaciens du **Conseil de Surveillance** et des fonctions mobilisées. Les membres de la cellule de crise mobilisés ainsi que leurs suppléants et les experts identifiés sont **formés à la gestion de crise** au travers d'un **parcours de formation dédié**. Il s'agit d'une **formation triennale**.

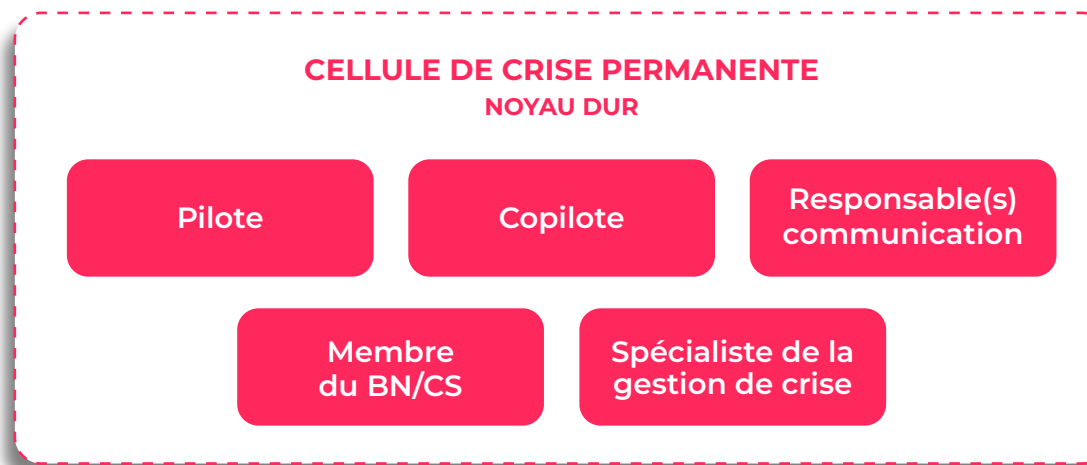
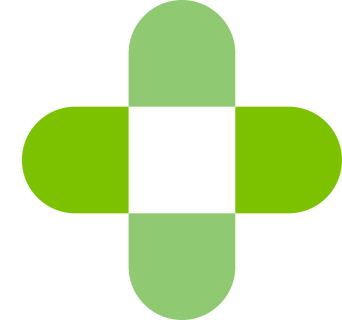
L'**alerte** peut provenir d'**horizons divers** : service clients, astreinte pharmaceutique, personnel d'accueil des sites, site internet/ des médias/ des réseaux sociaux, représentant d'un groupement local/ régional, d'un membre de l'équipement d'encadrement de **Giphar Groupe** ou du Bureau National de l'association Giphar MNPG, ou tout simplement de tout collaborateur de **Giphar**.

Le **numéro d'astreinte pharmaceutique** de **Giphar Groupe** (**03 44 13 90 31**) permet aux autorités (ARS et ANSM notamment) de **joindre la coopérative 24h/24 et 7J/7** via ses pharmaciens d'astreinte :

- Appel direct des pharmaciens d'astreinte de Grandvilliers (Niveau N1)
- Appel du pharmacien responsable par les pharmaciens d'astreinte (Niveau N2) ou appel direct de ce dernier par les autorités sanitaires



## SCHÉMATISATION DE LA CELLULE DE CRISE



La **composition de la cellule de crise** est à **géométrie variable** afin de s'adapter au mieux à la nature de la crise et à son évolution.

- La fonction « **Pilote** » dirige l'ensemble des membres mobilisés en cellule de crise.  
Le Pilote est le seul membre ayant le pouvoir de démobiliser la cellule de crise.
- La fonction « **Copilote** » coordonne des actions prises par l'ensemble des membres de la cellule de crise.  
Il assiste le Pilote tout au long de la mobilisation de la cellule.
- La fonction « **Communication** » a la charge de tous les aspects de communication externe et interne de l'entreprise durant la crise. Cette fonction peut être occupée ou traitée en binôme par / avec un membre de l'équipe du cabinet de crise dédié.
- La fonction « **Livre de bord** » tient à jour le livre de bord : chronologie, faits, sources d'informations, fiches de recueil d'appel, décisions prises, suivi des actions en collaboration avec le Copilote.
- La fonction « **Secrétariat et logistique** », qui est idéalement assurée par 2 personnes différentes, est chargée du standard téléphonique de la cellule de crise ainsi que de tous les aspects logistiques (confort/ intendance...).

En cas de **crise** imposant une **entrée en contact directe entre la coopérative et des consommateurs finaux** (ex : rappel de lot avec un haut risque sanitaire), **Giphar Groupe** peut activer et s'appuyer sur un **call center national de crise** avec les **plateformes** de la **société SNCA-Carniel**.

**SNCA-Carniel** est une **société spécialisée** dans les **centres d'appels et de contacts** permettant la réalisation d'opérations téléphoniques spécifiques parmi lesquelles la gestion de crise par call center avec édition de numéros verts.


Après activation du service SNCA-Carniel s'engage à :

- Être **joignable 24h/24 et 7J/7** ou, à défaut, à rappeler le Client dans les trente (30) minutes suivant l'appel de **Giphar Groupe**,
- Mettre à disposition de **Giphar Groupe** un **interlocuteur dédié** pendant toute la durée de la Crise,
- Mettre à la disposition de **Giphar Groupe** une **équipe de 1 à 30 téléphonistes**.

L'équipe déployée sur la plateforme SNCA-Carniel travaille **sous la responsabilité du Coordinateur**, qui est le **seul interlocuteur SNCA-Carniel** reportant à **Giphar Groupe** durant la mise en œuvre de la Cellule de Crise.

Le Coordinateur assure un **feedback régulier** de **Giphar Groupe** sur le **déroulement opérationnel de la gestion de crise**, sous forme de **reporting** (profil des appelants, typologie de questions, niveau d'inquiétude général...) à une **fréquence définie** par les 2 parties au début de la crise.

Si nécessaire et après discussion avec **Giphar Groupe**, SNCA-Carniel peut **mobiliser** en sus des téléphonistes conventionnels une **équipe de téléphonistes « professionnels de santé »**, spécialistes de la gestion de crise, incluant par exemple des médecins, pharmaciens, infirmiers, psychothérapeutes ou psychologues.



Au moment du déclenchement de la Crise, le **Serveur Vocal Interactif (SVI)** est mis en place par SNCA-Carniel, après **paramétrage d'un message d'accueil**. Le message est enregistré par SNCA-Carniel, selon les consignes éventuellement spécifiques de **Giphar Groupe**. Ce **serveur vocal interactif** est utilisé pour annoncer le **temps d'attente** pour **obtenir un interlocuteur** et permet la **prise des coordonnées téléphoniques**, lorsque l'appelant accepte de les déposer, en vue d'un **contre-appel de l'interlocuteur** pour les appels qui ne seraient pas traités.

Lors de la Crise, SNCA-Carniel adresse un **reporting d'activité** à **Giphar Groupe** selon une **fréquence horaire** (1 reporting / heure en fréquence normale, 1 reporting / 30 minutes en fréquence haute). Ces **statistiques** sont compilées par **jour, semaine** et **mois** si la crise s'avérerait durable.

Par ailleurs, SNCA-Carniel fournit à **Giphar Groupe** (une personne bien identifiée en lien avec la crise) des **codes d'écoutes à distance** des appels permettant, en temps de crise, et uniquement afin de **contrôler l'exactitude des informations** données aux appelants, d'écouter les appels entrant ou sortant de la Cellule de Crise.

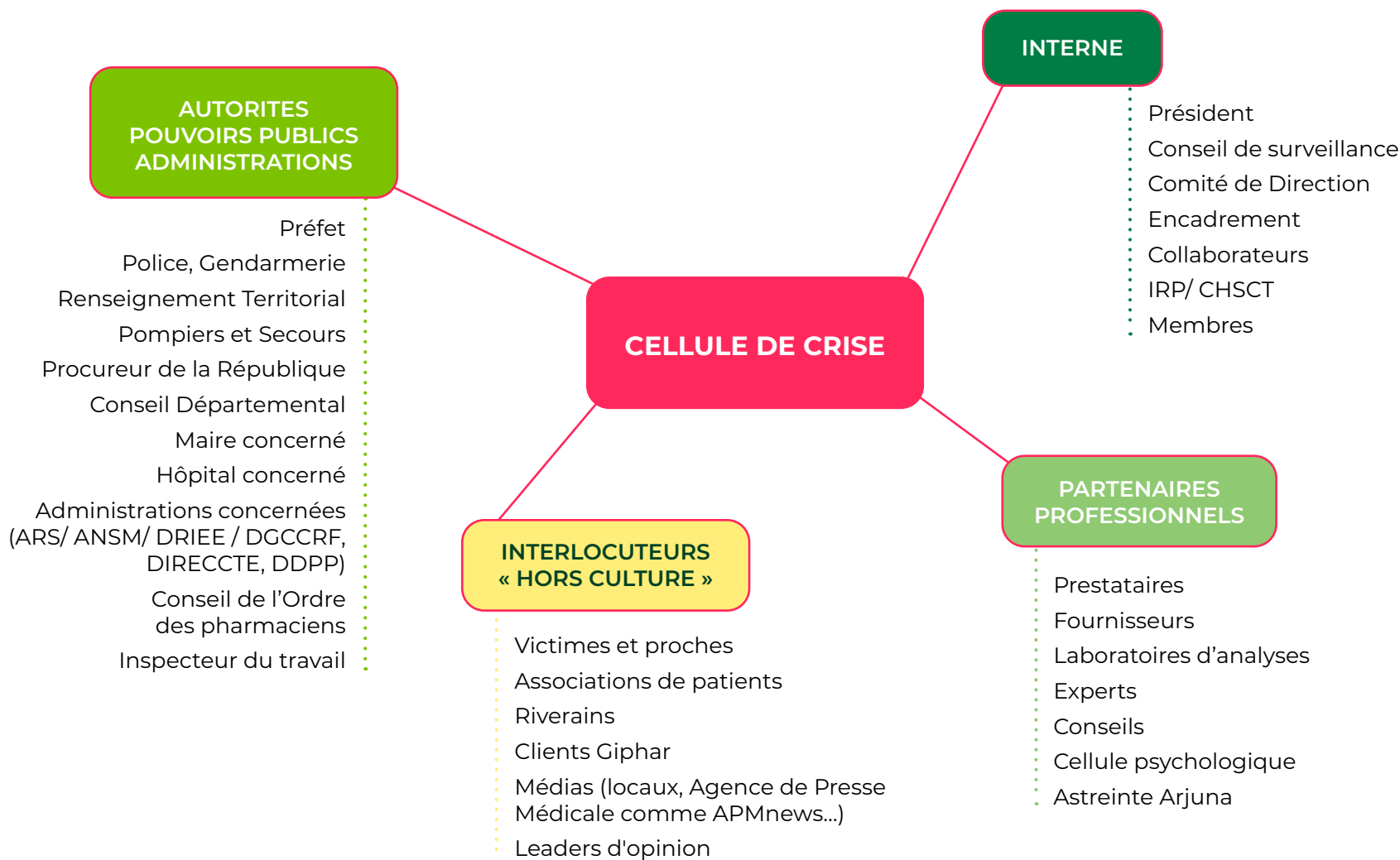
Un **rapport final signé** doit être établi aussi rapidement que possible par les membres de la cellule de crise. Il doit comporter tous les éléments permettant de **reconstituer les évènements**, leur **origine**, les **actions prises**. Et à minima les points suivants :

- 🌿 Les éléments consolidés du rapport initial
- 🌿 Une analyse de l'évènement identifiant les causes racines
- 🌿 Les recommandations pour éviter qu'un tel évènement ne se reproduise
- 🌿 Un retour d'expérience sur le fonctionnement de la cellule de crise
- 🌿 Un plan d'action



Les **plans d'action** sont suivis par les personnes désignées par la cellule de crise. Ils devront être réalisés dans un **délai en adéquation avec le type de crise** vécue par la société. Une **analyse post crise** doit être réalisée par la cellule de crise pour **identifier les points d'amélioration**.

La **fiche** ci-dessous permet d'**identifier les parties prenantes effectives et potentielles** à cette crise.









## Politique de compliance :

Afin de **réduire le risque réputationnel**, **GIPHAR GROUPE** a également travaillé à construire une **politique de préservation de l'éthique et de la déontologie de l'univers pharmaceutique**.

La direction juridique a initié en décembre 2022 sa démarche de **mise en conformité à la Loi Sapin II** qui instaure des obligations pour **prévenir les risques de corruption**. L'objectif est de permettre à chacun d'être un acteur de la prévention des risques de corruption et de mettre en œuvre des outils pour se **préserver, détecter**, et **combattre**, et au besoin **sanctionner** des **actes contraires à la loi** et aux **règles éthiques** du groupe.

**Giphar Groupe** a fait appel à un **cabinet d'avocats spécialisés en droit pénal** pour l'accompagner.

Les premières étapes de l'**audit** par ce cabinet ont été réalisées avec :

-  en janvier 2023, la fourniture de tous les documents de l'entreprise au cabinet
-  en février 2023, l'établissement préalable d'un questionnaire servant de base aux interviews des membres du personnel
-  de mars à mai 2023, les Interviews des membres du personnel de la société – 35 personnes (Directoire, plusieurs membres des Direction Offre, Direction marketing, Direction Supply, Direction Réseau, Direction des ressources humaines, Direction Administrative et Financière, Direction des systèmes d'Information, Direction des Affaires Pharmaceutiques + 1 adhérent de la coopérative)
-  en juin 2023, la livraison d'une cartographie des risques au regard des documents fournis et des interviews réalisées.

Cette **cartographie des risques** est un outil de travail destiné à **identifier, analyser** et hiérarchiser les risques d'exposition à la corruption de l'entreprise, quelle que soit leur nature. Le **niveau de risque brut** est évalué au moyen des **trois indicateurs suivants** : l'**impact**, la **fréquence** et les **facteurs aggravants**.

Le calcul du **risque net** a abouti à une **classification des risques**, et à la mise en place de **plans d'actions** pour y remédier.

Cette cartographie a été présentée au Conseil de surveillance en juillet 2023 et sera amenée à être reproduite régulièrement pour prendre en compte les **évolutions du contexte des risques** dans une démarche d'amélioration continue.

Sur l'exercice fiscale 2023/2024, la principale réalisation a été la **rédaction d'un Code de conduite** et de ses annexes.

Il définit et illustre les **différents types de comportements à proscrire** qui sont susceptibles de caractériser des faits de **corruption** ou de **trafic d'influence**.

Il recueille les **principes éthiques** de l'organisation, et favorise le développement d'une **culture de la conformité, de l'éthique et de l'intégrité**. Le code de conduite peut renvoyer à des procédures relatives à la **politique cadeau** ou la gestion des **conflits d'intérêts**, tels que :

- Rédaction et diffusion des **politiques annexes** (cadeaux et invitations, notes de frais)
- Rédaction et mise en place d'une **procédure d'alerte** pour les collaborateurs et les tiers
- Procédure d'alerte : présente le dispositif d'alerte destiné à **recueillir les signalements** relatifs à l'existence de conduites ou de situations contraires au code de conduite ou susceptibles de constituer des atteintes à la probité



Sur l'exercice fiscal 2024/2025, plusieurs actions ont été menées :

- Poursuite des **formations** pour les **personnels à risque** avec les directions de l'offre, DRH, Direction Financière, Marketing, Pharmaceutique, direction réseau (Conseillers Giphar), supply et DSI.
- La **plateforme d'alerte** est active depuis septembre 2024 : aucun signalement n'a été reçu à ce jour.
- Toutes les procédures sont à disposition des collaborateurs sur le « **Sharepoint** » **des Ressources Humaines, rubrique Compliance** ».
- Le **code de conduite** est consultable sur notre site internet Giphar, dans les mentions légales.
- Une **plateforme** pour les collaborateurs afin de **déclarer** les **invitations** et **cadeaux** a également été mise en place en septembre 2024.
- Intégration d'une **clause anticorruption** dans les contrats des laboratoires et des fournisseurs.
- Mise à jour du **Règlement intérieur**.

Les prochaines étapes sont les suivantes :

- **Sensibilisation** avec une formation e-Learning pour les « autres » collaborateurs.
- Revue de la **procédure des contrôles comptables anticorruption**.



Nombre de personnes formées aux risques de corruption  
Sur l'exercice fiscal 2023/2024, 16 personnes ont été formées  
Sur l'exercice 2024/2025, 106 personnes ont été formées.



