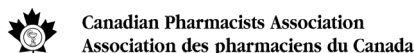


Nouvelles



L'EFFICACITÉ CONTINUELLEMENT RENOUVELÉE POUR LE RÉSEAU D'APPROVISIONNEMENT DES PHARMACIES.



FCPMC · FPACC



L'ECCnet CONTINUE SUR LA LANCÉE Rx

La première moitié de 2002 a vu une prise en charge massive de l'ECCnet (registre national des produits du Canada) par l'industrie. Depuis le début de l'année, douze autres détaillants et distributeurs se sont ajoutés à ceux déjà inscrits, pour un total de 27 participants.

Détaillants et distributeurs engagés dans le processus :

*A. de la Chevrotière Ltée.
Bridge Brand Food Services Ltd.
Canada Safeway Ltd.
Co-Op Atlantic
Federated Co-operatives Ltd.
Flanagan Foodservice Inc.
Gordon Food Service
H.Y. Louie Co. Ltd.
Katz Pharmacy Services Inc.
Kohl & Frisch Limited
Lawtons Drug Stores
Lanzarotta Wholesale Grocers Ltd.
Le Group Jean Coutu (PJC) Inc.*

*Loblaw Companies Ltd.
London Drugs Limited
Longo Brothers Fruit Market Inc.
McKesson Pharmaceutical
Metro Richelieu 2000 Inc.
Pharma Save
Quality Foods
SERCA Foodservice Inc.
Shoppers Drug Mart
Sobey's (Ontario) Inc.
Summit Food Service Distributors
The Great Atlantic & Pacific Co. of Canada Ltd.
Thrifty Foods
Wallace & Carey Ltd.*

En avril dernier, l'ECCnet a tenu deux séances d'information sur l'ECRx à Toronto et à Montréal. Sélim Toutounji, Directeur de la distribution de Wyeth Canada et Gordon Ferguson, Directeur des solutions pour partenaires commerciaux chez McKesson Pharmaceutical, ont coanimé ces séances bien achalandées. M. Toutounji a su résumer ces séances en quelques mots : « L'ECCnet a produit un tableur Excel très facile et très simple englobant tous les éléments de données nécessaires au groupe Rx. » Pour le milieu Rx, le message était clair et précis. La synchronisation des données permet aux partenaires commerciaux de réaliser des économies substantielles. L'ECCnet représente le nouveau moyen de faire affaire dans les réseaux des pharmacies, des supermarchés et des services alimentaires du Canada.

L'ECCnet s'impose comme condition normale de commerce entre distributeurs et détaillants canadiens. Pour en apprendre plus sur la manière de vous engager, communiquez avec l'ECCnet dès aujourd'hui à www.eccnet.org.

PROJET-PILOTE « UNE BOÎTE » - DOMAINES À COUVRIR

Concept « une boîte » – vue d'ensemble

1. Le détaillant détermine qu'un produit n'est pas vendable et doit être repris (voir inclusion des produits unifiés)
2. Le détaillant place le produit dans une boîte désignée
3. Aux fins de vérification, le détaillant vérifie ou enregistre régulièrement le contenu de la boîte
4. La boîte fourre-tout est expédiée à l'établissement de gestion des rendus sur vente (EGR)
5. À l'EGR, les marchandises sont vérifiées et le détaillant est payé par voie électronique
6. L'EGR porte ce montant au débit du compte du fabricant
7. L'EGR dispose des marchandises en fonction des lois et règlements applicables ou réexpédie ces marchandises chez le fabricant.

Participants au projet-pilote

- Détaillants participants jusqu'à concurrence de 30 magasins.
- Détaillants confirmés à ce jour :
 - Zellers – pour une perspective nationale
 - Lovell Drugs dans la région Oshawa/Peterborough – pour une perspective régionale et moins étendue
 - Pharma Plus – pour représenter la perspective d'un détaillant traditionnel
 - Participation d'un détaillant indépendant envisagée
- Fabricants des produits pharmaceutiques et des médicaments sans ordonnance
- Établissements indépendants de gestion des rendus sur vente
- Distributeur(s) en pharmacie

Composantes principes du projet-pilote

- Élaborer le processus, les procédures et les mécanismes de suivi de l'ensemble du projet-pilote
- Rédiger un guide unifié de procédures pour l'industrie
- Analyser les coûts antérieurs et ultérieurs
- Coordonner en détail le projet-pilote entre détaillants, fabricants des médicaments de prescription et des médicaments en vente libre, distributeurs en pharmacie et le centre de récupération indépendant.
- Préparer un appel d'offres en vue de choisir le centre de récupération indépendant qui participera au projet-pilote
- Organiser une stratégie de communication pour aviser les fabricants du projet-pilote et ses répercussions sur leurs services aux détaillants concernés
- Établir toutes les efficacités réalisées par ce système
- Établir toutes les inefficacités produites par ce système
- Dégager les causes fondamentales des produits figurant sur la liste d'inclusion des produits unifiés
- Déterminer la partie responsable des causes fondamentales (détaillants, distributeurs ou fabricants)
- Dégager les données mesurables et donnant matière à poursuite pour les détaillants, grossistes et fabricants
- Préparer une stratégie de réduction (mécanisme de référence)
- Fournir une « opinion d'expert » pour interpréter les résultats globaux

Durée du projet-pilote

- 12 mois au maximum pour saisir toutes les données pertinentes et compléter une analyse valable.

PROJET-PILOTE SUR LES RENDUS SUR VENTES ET INVENDABLES ECRx

DÉFINITION DES INVENDABLES :

Produit désigné comme impropre à la vente et retiré du réseau de distribution primaire.

INCLUSION DES PRODUITS UNIFIÉS :

- Pharmaceutiques (Rx)
- Médicaments en vente libre (PGP)

PRODUITS INCLUS :

Pour être admissible au crédit de retour sur ventes, le produit doit être périmé, avoir un emballage ou un étiquetage défectueux ou avoir été mal scellé par le fabricant.

PRODUITS EXCLUS DU PROJET-PILOTE :

Substances contrôlées, narcotiques, produits biologiques, stock excédentaire de produit, rappels, retraits, erreurs de commande, produits abîmés pendant l'expédition, rupture de la chaîne du froid, coupures par rasoir ou autres, usure en magasin, commandes saisonnières, promotionnelles ou spéciales, ventes garanties, changement dans le plan d'ensemble, changement dans l'emballage du fabricant et produits de vol.

LANCEMENT D'UN PROJET-PILOTE SUR LES RENDUS SUR VENTE ET INVENDABLES

Un premier tri des différentes sociétés d'experts-conseils a été effectué pour soumettre leurs offres de gestion du projet-pilote ECRx des rendus sur vente et invendables. La sélection finale est prévue pour fin juin.

Ce projet commencera par étudier et saisir les données reliées au processus des rendus sur vente déjà en place pour les médicaments de prescription et en vente libre. Ces données serviront à comparer l'écart entre la productivité et les coûts, dès que le concept unifié y est intégré.

Nous vous tiendrons au courant à mesure que le projet-pilote progresse.

FORCE D'INTERVENTION ECRx CONSACRÉE AU SERVICE À LA CLIENTÈLE

Le 23 mai 2002, la Force d'intervention ECRx consacrée au service à la clientèle, formée par le Comité directeur de l'ECRx, s'est réunie avec pour un mandat de contribuer à l'élaboration d'une carte de pointage uniformisée et d'un système d'analyse comparative pour mesurer les niveaux de service à la clientèle.

À sa première rencontre, la Force d'intervention a noté que le moment de mesurer les niveaux de prestation de service est idéal, puisque la perception des membres à l'égard des articles d'usage courant et des produits santé-beauté a atteint des niveaux inégalés. Leur perception à l'égard des PGP n'est 'pas mal' non plus, alors que celle à l'égard des produits de prescription est à son plus bas niveau.

Parmi les facteurs à l'origine des problèmes de service au chapitre des médicaments prescrits, on retrouve :

- les fusions
- les règlements rigoureux de Santé Canada et de la FDA
- le recours à un seul fournisseur d'ingrédients
- la taille du marché canadien

Parmi les problèmes du service à la clientèle reliés aux autres produits, on retrouve :

- les retards de livraison des matières premières
- l'obtention des codes DIN
- les problèmes de prévision

Les ruptures de stocks donnent également lieu à des problèmes de service à la clientèle et à des préoccupations d'ordre sécuritaire dans la prestation de soins de santé. Ces problèmes entraînent une baisse de productivité chez les distributeurs, détaillants et fournisseurs qui se concentrent trop sur les questions reliées aux niveaux de service. Finalement, pour les consommateurs les ruptures de stocks sont souvent un signe de mauvaise gestion de la part du détaillant.

La recommandation en faveur d'une carte de pointage uniformisée dans l'industrie vise à utiliser la même carte de pointage pour toutes les catégories mesurant le service à la clientèle chez les fabricants et détaillants de toutes les gammes de produits locales.

La méthode principale de calcul de cette carte de pointage permet d'évaluer le contenu des gammes des produits en comparant les nombres de gammes de produits comblées par rapport à celles commandées. Elle permet également de comparer les unités livrées avec celles commandées et la valeur livrée en dollars à celle commandée en dollars.

La carte de pointage s'étendra à tous les articles, notamment ceux figurant aux catalogues courants, dans les commandes répétées et les erreurs de commandes, à l'exclusion des articles sans suite.

La Force d'intervention concernant le service à la clientèle soumettra ses conclusions au Comité des intervenants ECRx et se rencontrera de nouveau pour étudier un projet-pilote en vue de mettre la carte de pointage à l'essai.

Association canadienne des chaînes de pharmacies
Christina Bisanz
416-226-9100
www.cacds.com

Association canadienne des cosmétiques, produits de toilette et parfums
Charles Low
905-890-5161
www.cctfa.ca

L'Association canadienne des fabricants de produits pharmaceutiques
Julie Tam
416-223-2333
www.cdma-acfpp.org

Association des pharmaciens du Canada
Jeff Poston
1-800-917-9489
www.cdnpharm.ca

Association canadienne de la gestion de l'approvisionnement pharmaceutique
Ken Mulhall
905-265-0496
www.capdm.ca

Conseil canadien du commerce électronique
Art Smith
416-510-8039
www.eccc.org

Fabricants de produits alimentaires et de consommation du Canada
Elaine Smith
416-510-8024
www.fcpmc.com

Association canadienne de l'industrie des médicaments en vente libre
Robert White
613-723-0777
www.ndmac.ca

Les compagnies de recherche pharmaceutique du Canada
Murray Elston
613-236-0455
www.canadapharma.org

ENTRÉE EN VIGUEUR DU GTIN DIFFÉRÉE À 2005 QUE SIGNIFIE CELA POUR VOUS?

En raison de l'utilisation croissante du système de numérotation NEA-UCC (codes à barres pour identifier les articles entrant dans les échanges des réseaux d'approvisionnement mondiaux), les organismes de normalisation internationaux ont convenu de différer au 1^{er} janvier 2005 l'entrée en vigueur du système mondial de numérotation à 14 chiffres.

De concert avec le *Uniform Code Council* (É.-U.), le CCCE a annoncé que tous les détaillants et partenaires commerciaux nord-américains déjà en mesure de lire par balayage optique les symboles CUP à 12 chiffres (au point de vente) devront être en mesure de lire par balayage optique au plus tard le 1^{er} janvier 2005 les symboles NEA à 13 chiffres; et recommande de plus aux sociétés nord-américaines de mettre à jour et de développer leurs bases de données, systèmes et applications de manière à accepter les structures de données comprenant 14 chiffres en longueur.

La portée de cette décision pour les entreprises canadiennes

Les détaillants et distributeurs canadiens devront changer leurs bases de données de produits et leurs fichiers de consultation des prix pour héberger les codes à 14 chiffres. Par ailleurs, les importateurs n'auront plus besoin de demander des codes CUP à 12 chiffres pour vendre des produits en Amérique du Nord.

Les fabricants et fournisseurs canadiens continueront à utiliser le code CUP à 12 chiffres.

Pour plus de précisions sur la date d'entrée en vigueur du numéro d'article destiné au commerce mondial *Global Trade Item Number* (GTIN), veuillez communiquer avec Karon Darbyson au CCCE au 416-510-8039, poste 2280 ou consulter l'information GTIN à notre site Web au www.eccc.org/public/barcodes/gtin

N'attendez pas 2005!