



YVAN VEROUGSTRAETE, CEO DE MEDI-MARKET GROUP

Le trublion de la (para)pharmacie

Sous la houlette de son jeune CEO, le « discounteur du médicament » Medi-Market a presque doublé de volume cette année. Le groupe s'attaque à présent à l'Italie et la France. JÉRÉMIE LEMPEREUR

Juin 2019. Yvan Verougstraete exulte. Après plusieurs années de bataille juridique, l'Autorité belge de la concurrence vient de condamner l'Ordre des pharmaciens à une amende d'un million d'euros pour avoir tenté d'entraver le développement de Medi-Market. « Les décisions du Conseil national de l'Ordre des pharmaciens sont à ce point nocives au bien-être du consommateur qu'elles constituent des infractions graves au droit de la concurrence », écrit l'instance. Le CEO de la chaîne de pharmacie et parapharmacie ne pouvait pas rêver meilleure conclusion. « Cela a complètement changé la donne, dit-il. Nous ne sommes plus vus comme le vilain petit canard. »

En lançant Medi-Market en 2014, ce juriste de formation, ancien directeur opérationnel de Delitrateur, assume parfaitement vouloir appliquer les règles du *retail* à la (para)pharmacie. « J'ai toujours eu l'impression que les pharmaciens avaient reçu un privilège de la part de l'autorité publique, et que ce privilège n'était pas tout le temps utilisé en vue du bien-être des patients, dit-il. Ce métier n'a pas évolué depuis 30 ans. On ne peut plus ouvrir de pharmacies, il n'y a pas de concurrence, etc. » L'entrepreneur imagine alors un concept novateur : une vaste parapharmacie adossée à une pharmacie, deux entrées distinctes, une paroi vitrée en guise de séparation et la possibilité de passer de l'une à l'autre par l'intérieur. La partie « para » ne doit, du coup, pas être sous la responsabilité d'un pharmacien et la publicité y est autorisée. Le groupe peut ainsi multiplier les références, jouer

« Nous voulons mettre le turbo en Italie et nous visons l'Espagne. »

sur les volumes et casser les prix... Y compris dans sa pharmacie, où il se targue de ne pas appliquer le prix maximum légal autorisé sur les médicaments non remboursés.

Un partenariat avec Carrefour

Depuis sa première ouverture à Gosselies, Medi-Market a grandi au pas de course. « Pour la fin de cette année, nous aurons 42 parapharmacies et 17 pharmacies (dont 15 accolées), indique le nommé. Neuf pharmacies sont par ailleurs en cours de préparation (*le groupe doit racheter des pharmacies existantes et les déplacer, Ndlr*) et nous comptons ouvrir 10 nouvelles parapharmacies l'an prochain. » Détenue très majoritairement par Imocobel (famille De Clercq), l'entreprise, qui enregistre un chiffre d'affaires de 135 millions d'euros, a connu une année 2019 pour le moins remplie. Sous la houlette d'Yvan Verougstraete,

Medi-Market a ouvert quatre instituts de soins et fait son entrée dans l'hypermarché Carrefour de Bierges. « Nous sommes en discussion pour ouvrir dans d'autres hypermarchés du groupe », affirme notre interlocuteur.

Mais la grosse actualité pour Medi-Market cette année, c'est l'expansion internationale. Le groupe vient d'ouvrir une première parapharmacie au nord de Lille, en France, et a racheté la petite chaîne italienne Parashop Italia (quatre parapharmacies à Milan et Turin). « La France n'est pas vraiment prioritaire, reconnaît Yvan Verougstraete. Nous testons le marché. En revanche, nous voulons mettre le turbo en Italie et nous visons l'Espagne. »

Pourquoi le jury l'a choisi

Yvan Verougstraete fait partie de ces entrepreneurs qui secouent le cocotier. En créant Medi-Market en 2014, il décide de s'attaquer au monopole des pharmaciens en cassant les prix sur les produits de parapharmacie et les médicaments non remboursés. Le groupe enregistre un bénéfice (320.000 euros) depuis l'an dernier.

Le fait marquant de 2019

« L'entreprise a presque doublé de taille cette année. Nous sommes aujourd'hui plus de 500 collaborateurs. Fin 2019, nous aurons ouvert en un an 17 parapharmacies alors que nous en avions 25 en début d'année. Nous avons par ailleurs racheté cette année une dizaine de pharmacies, en attente d'être déplacées pour être accolées à une parapharmacie. »

La réalisation dont il est le plus fier

Avec l'acquisition de Parashop Italia (quatre parapharmacies à Milan et Turin), nous avons réussi à mettre la main sur une pépite, ce qui crée la base d'une vraie expansion internationale. Nous avons une formule belge, et pour une fois, ce sont des Belges qui vont gagner et aller à l'international. Dans les six mois, nous comptons ouvrir quatre nouvelles parapharmacies en Italie. »

Le défi qui l'attend en 2020

« Nous avons dans un premier temps visé la croissance. Le grand défi qui se présente à nous aujourd'hui est de structurer l'entreprise. Il faut engager des équipes, passer de la culture orale à la culture écrite, mettre en place des systèmes informatiques qui fonctionnent mieux, etc. Nous devons profiter de notre taille pour créer de l'efficacité opérationnelle. »

Un bon Manager de l'Année, selon lui

« C'est quelqu'un qui arrive à emmener les gens, qui donne envie de travailler avec lui et qui tire le meilleur de chacun. Je tente tous les jours de partager mon énergie et ma passion. »