



Vers la pharmacie services

Attendu depuis 2009, le décret sur les services est enfin paru. Il ouvre le champ à la rétribution de nouveaux services. Ces derniers n'ont de valeurs que s'ils sont compris et acceptés par nos clients-patients.

Pharma System Qualité (PHSQ) a entrepris une enquête et a recueilli 33 000 réponses. Les résultats de cette enquête auprès des clients des 2 500 pharmacies de PHSQ démontrent qu'une partie importante de nos clients-patients sont prêts à nous suivre et à payer pour des services qu'ils considèrent comme utiles.

Le bilan partagé de médication ne décolle pas; alors même qu'il est une opportunité rémunérée par l'Assurance maladie pour tester un service de premier ordre et affirmer notre capacité à l'écoute et notre compétence d'acteur de soin.

Nos clients-patients ont envie d'être écoutés et aidés à mieux comprendre et mettre en œuvre leur traitement. Nous en faisons la preuve dans cette enquête.

Il n'est aujourd'hui pas question de changer radicalement le « business model » de la pharmacie, mais plutôt d'envisager, puis de mettre œuvre une stratégie pour adapter l'entreprise officinale à la prise en charge d'une part de plus en plus importante de son activité vers des services rémunérés.

La transformation de notre métier est en route. Ne soyez pas les derniers à la mettre en place.

Laetitia Hible

Présidente de Pharma Système Qualité

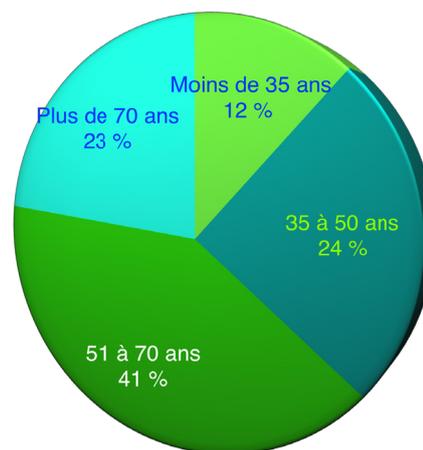
Jean Michel Mrozovski

Président du Comité pour la valorisation de l'acte officinal

33 000 répondants pour une enquête

Les femmes ont répondu majoritairement à l'enquête (69 %), ce qui correspond à la réalité de la patientèle des officines. Plus des deux tiers des répondants (85 %) présentaient une ordonnance et 45 % se considéraient atteint d'une pathologie chronique.

La répartition par tranche d'âge permet d'apprécier statistiquement les attentes et les besoins des patients et particulièrement ceux des plus jeunes (12 %).



Si l'on compare les résultats de l'enquête avec les chiffres Insee de 2018. Les moins de 35 ans sont sous-représentés. La part des répondants entre 35 et 50 ans est assez proche de la réalité de la population. Les parts des plus de 50 à 70 ans et des plus de 70 ans sont supérieures pour un peu moins du double aux pourcentages qu'ils représentent dans la population. La ventilation par tranches d'âges est conforme à celle que l'on pouvait attendre et conforme à celle des ALD par exemple.

À LIRE DANS CE NUMÉRO

Carton plein pour la pharmacie

La première partie du questionnaire portée sur la satisfaction des clients-patients quant aux prestations que leur offraient aujourd'hui les pharmaciens. >>>

L'opportunité du bilan partagé de médication

Le moins que l'on puisse dire est que le BPM (Bilan partagé de médication) démarre lentement. >>>

Vers un nouveau paradigme

La croyance que le patient n'est pas prêt à porter la main au portefeuille, lorsqu'il s'agit de service, est largement admise par les pharmaciens. L'étude PSHQ tend à donner des arguments pour la réfuter. >>>

CARTON PLEIN POUR LA PHARMACIE

La première partie du questionnaire portée sur la satisfaction des clients-patients quant aux prestations que leur offraient aujourd'hui les pharmaciens.

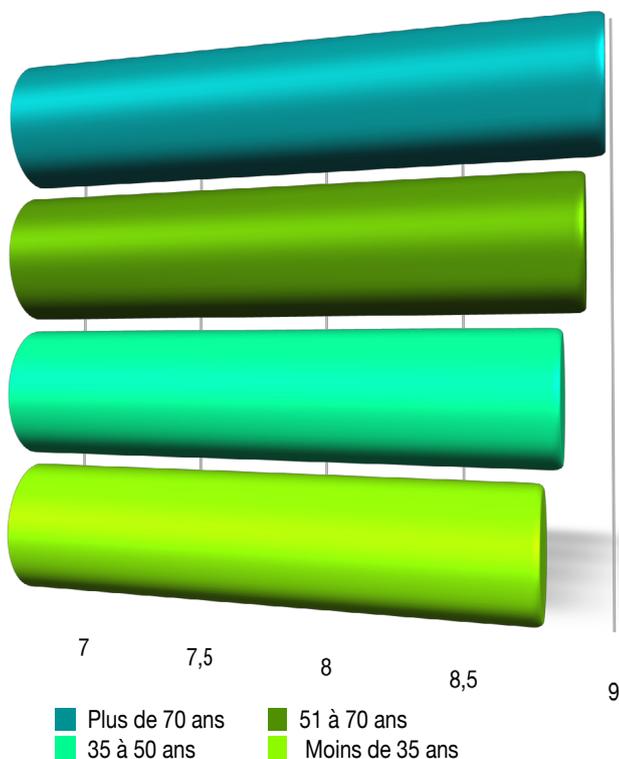
Un satisfecit sans demi-mesure

La note moyenne de 8,9 sur 10 reçue par le pharmacien pour ses prestations quotidiennes est impressionnante. Les patients clients plébiscitent les horaires d'ouverture et l'accueil (respectivement 96,3% et 91,3 % de très satisfait). Ils sont un tout petit peu moins enthousiastes sur la capacité des pharmacies à favoriser la confidentialité (88,1% de très satisfaits) et à procurer dans les meilleurs délais les médicaments (85,8%).

Des différences entre les clients-patients

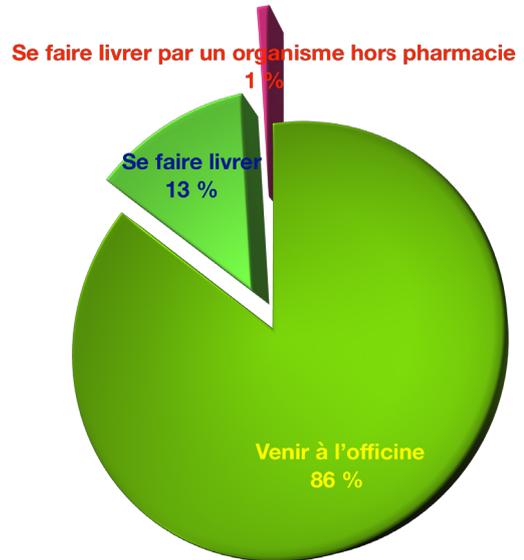
Le taux de satisfaction s'accroît régulièrement avec l'âge. Les plus jeunes (moins de 35 ans) accordent une note de 8,75, alors que les plus anciens (plus de 70 ans) attribuent un beau 8,95. Il est certain que cette augmentation est au moins en partie liée à l'accroissement de la visibilité des services quotidiens du pharmacien auprès des patients plus fragiles. Le pharmacien est aujourd'hui un des derniers acteurs du lien social. Ce rôle est d'autant plus apprécié que la désertification médicale va s'accroître dans les campagnes et aussi dans les grandes villes.

Note de satisfaction par tranche d'âges



Toujours attaché à l'officine

L'attachement au lieu de rencontre, de compétence et de convivialité qu'est l'officine explique certainement la préférence très majoritaire des patients à continuer de venir chercher leurs médicaments à la pharmacie.



La crainte de voir s'inscrire dans le paysage pharmaceutique des géants comme Amazon ou d'autres grands de la distribution est aujourd'hui de l'ordre du fantasme (1%). Il est pourtant nécessaire d'imaginer sereinement, ce qui ferait la promesse concurrentielle de ces géants et, ce qui fait aujourd'hui et fera demain notre valeur ajoutée.

Il est certain que le contact avec un «homme de l'art» et la confiance qu'on lui reconnaît dans son métier, est une valeur sûre. Il est donc nécessaire de continuer à en apporter la preuve.

L'écoute, la recherche de solutions pratiques et sûres et la connaissance des patients et de leurs difficultés sont les piliers de la reconnaissance.

Il faut certes considérer que la praticité et le prix servent de leviers concurrentiels aux géants de la distribution. Il est peut-être présomptueux de vouloir rivaliser sur les terrains du plus grand et du moins cher, sans affirmer un service réellement différenciant et à forte valeur ajoutée pour les clients - patients.

Le maillage et la proximité sont des éléments de réassurance pour beaucoup de nos clients-patients, surtout dans les zones sous ou plus du tout médicalisées. Cet ancrage territorial est un atout politique majeur. L'essor voulu de la télé-médecine et l'implication des pharmaciens est une des réponses à l'absence médicale. Bien que la représentation de ce service soit encore faible dans l'esprit de notre patientèle. Selon les résultats de l'étude, seulement un tiers des répondants faisaient part de leurs intérêts (28% en cas de prise de rendez-vous sans difficulté et 38 % dans le cas contraire). Cette nouvelle pratique s'installera, et le pharmacien est sans doute l'acteur de santé le plus à même de relever ce défi.

L'OPPORTUNITÉ DU BILAN PARTAGÉ DE MÉDICATION

Le moins que l'on puisse dire est que le BPM (Bilan partagé de médication) démarre lentement. À fin 2018, 25 000 BPM ont été réalisés. Le pourcentage entre le réalisé et le « à réaliser » dépasse avec peine les 6 %. Quelles sont les raisons de ce départ si mou, alors même qu'il s'agit d'une opportunité rémunérée de mettre en place un service démontrant les compétences humaines et techniques du pharmacien ?



Des pertes avérées et gains possibles

La convention de 2017 a apporté ses lots de bonnes et de mauvaises nouvelles. La ROSP générique pour 2018 baisse de plus de 15 millions, puis de 10 millions en 2019. La baisse des prix sur le médicament remboursable va occasionner entre 10 et 30 millions d'euros de perte de rémunération sans compter les pertes de rémunération liées aux remises génériques. Les entretiens et BPM permettraient de contrebalancer ces pertes à hauteur d'une trentaine de millions d'euros. Ne pas en profiter est l'assurance d'enregistrer une perte sèche.

Les raisons d'espérer

La croissance constante des pathologies chroniques et le vieillissement de la population impliquent la démonstration accrue de l'intérêt des pharmaciens pour les problématiques de ces patients fragiles. Le BPM est le moyen de mieux connaître leurs besoins et leurs attentes, c'est-à-dire d'améliorer la capacité de la pharmacie à fidéliser à des services et à des offres produits.

La désertification médicale est un fait pour de plus en plus de pharmacies. Celles-ci doivent réfléchir à des solutions pour endiguer la perte d'une part importante de leur clientèle, recherchant pour la délivrance de leurs ordonnances la proximité du cabinet médical. Le BPM est un outil de fidélisation et de démonstration de la compétence du pharmacien de proximité du domicile du patient et non cabinet du médecin.

Une opportunité rentable

La rentabilité du BPM est double, aussi bien dans ses aspects directs : l'honoraire, qu'indirects comme : - la fi-

délisation de patient chronique ; - la vente de produits associés et spécifiques moins concurrents que les produits de parapharmacie et ; - la création de services rémunérés.

Un BPM équivaut à un CA de 188 euros. La pratique d'un BPM d'inauguration est quasiment aussi rentable que la présence du pharmacien au comptoir et plus rentable par la suite lors des entretiens de suivi. Les gains de fidélisation des patients chroniques, la connaissance de leurs attentes et la création d'offres spécifiques peuvent gonfler le CA et être un outil de préservation des flux dans les zones de désertification médicale.

Aujourd'hui et encore plus demain l'EBE (Excédent brut d'exploitation) sera le critère de rentabilité des officines, tout ce qui permettra de l'améliorer sera positif. Le BPM améliore l'EBE puisqu'il s'agit d'un honoraire soit du bénéfice brut.

Intégrer le BPM dans sa stratégie

Le moteur d'une stratégie de service est la bonne affectation du temps collaborateur, car c'est l'humain qui donne de la valeur au service.

La réaffectation plus pertinente des rôles de chacun est une source de gain de temps.

Le BPM est l'opportunité rémunérée de réaménager avec votre équipe les temps officinaux, et la démarche qualité en est l'outil.

Le nombre de BPM que vous mettrez en oeuvre seront en relation directe avec le temps que vous aurez gagné. Vous améliorerez ainsi votre rentabilité.

L'erreur majeure de conception des BPM est l'absence de proposition d'outils pratiques simplifiant la mise en oeuvre et tout en limitant la durée. Des outils plus ou moins adaptés existent. Les critères de votre choix seront l'économie de temps dans l'administration et/ou la pratique du BPM et l'amélioration de sa rentabilité.

À considérer

Le BPM inaugural consiste en un entretien de recueil, une analyse et un entretien de conseil. Sa rémunération est de 60 euros.

Le BPM de suivi demande deux entretiens de vérification de l'observance par an et sera rétribué entre 20 et 30 euros.

La fidélisation des patients aux entretiens est donc un atout économique à moyen terme.

La capacité à écouter et à rechercher avec le patient ses freins et/ou ses difficultés en relation avec son traitement mérite d'être expérimentée puis améliorée par la pratique.

Les informations recueillies sont de nature à créer une offre produits spécifique.

VERS UN NOUVEAU PARADIGME

La croyance que le patient n'est pas prêt à porter la main au portefeuille, lorsqu'il s'agit de service, est largement admise par les pharmaciens. L'étude PHSQ tend à donner des arguments pour la réfuter.

Un pharmacien «consultant»

Le temps d'un pharmacien a une valeur pour les patients. Entre 15 et 32 % des répondants sont intéressés pour passer 15 minutes avec leur pharmacien pour des entretiens de coaching santé, ou des conseils pratiques pour mieux prendre en charge la ou les pathologies chroniques dont ils souffrent, ou encore de bilans de santé ou d'échéances d'actes comme la vaccination.

Un pharmacien «prescripteur»

L'idée que le pharmacien pourrait délivrer sous protocole certains médicaments sous prescription obligatoire fait son chemin.

Les patients y sont favorables à 32%. Les plus jeunes y sont favorables, mais les plus âgés ne le sont pas beaucoup moins.

Au temps de désertification médicale et d'engorgement des urgences, la délivrance d'un antibiotique de première intention en cas de cystite après vérification par un test et obligation d'informer le médecin traitant n'a rien de choquant, surtout si cette action se fait dans le cadre d'un protocole validé et le recueil par écrit des circonstances de la demande.

Un pharmacien acteur de la prévention

La prévention attend toujours son acteur de terrain. Les clients-patients semblent prêts à confier en partie cette tâche au pharmacien. Ils conçoivent que le pharmacien est à même de les aider à mieux se nourrir, à arrêter de fumer ou encore à pratiquer une activité physique. N'est-il pas devenu pour eux, un des acteurs de la vaccination ?

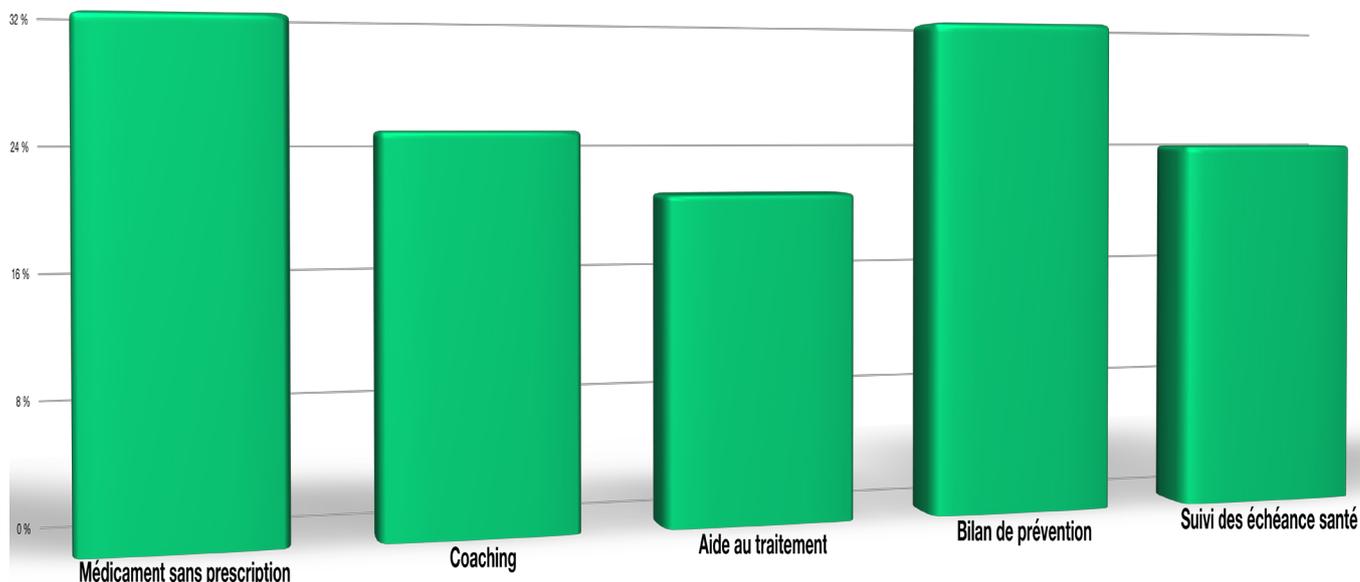
Un rétribution variable

Bien que virtuelle le paiement d'un service pharmaceutique est considéré comme acceptable et valorisé à un montant défini. La moyenne d'acceptation est variable mais se situe au environ de 15 euros, soit le montant conventionnel d'un euro à la minute.

Entre 32 et 15 % des patients sont prêts à payer en fonction des entretiens entre 5 et 23 euros pour passer 15 minutes avec leur pharmacien.

Les patients intéressés sont à 61 % prêts à déboursier pour un bilan de prévention 5 euros et 27 %, 23 euros. La rétribution imaginée pour la délivrance sous protocole d'un médicament sous prescription pour 5 euros tentent 22 % des répondants.

Les patients se représentent leur pharmacien comme un acteur de leur santé, et imaginent de plus en plus, qu'il puisse leur rendre des services bien plus large que la simple délivrance.



La démarche de certification ISO9001 — QMS Pharma® rassemble aujourd'hui 2 492 pharmacies indépendantes ou adhérentes de 16 Groupements d'officines : Alphega, Apsara, Ceido, Coop APM, Giphar, Giropharm, Leader Santé, Les Pharmaciens Associés, Objectif Pharma, Optipharm, Pharmactiv, Pharmavie, Pharma Group Santé, Pharma Référence Groupe, Pharmodel, Réseau Santé.

CONTACT : contact@pharmasystemequalite.com