



Vers la pharmacie services

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

Pharma System Qualité (PSHQ) a entrepris une enquête et a recueilli 33000 réponses. Les résultats de cette enquête auprès des clients des 2500 pharmacies de PSHQ 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 pour prendre en charge une part de plus en plus importante de l'activité à 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

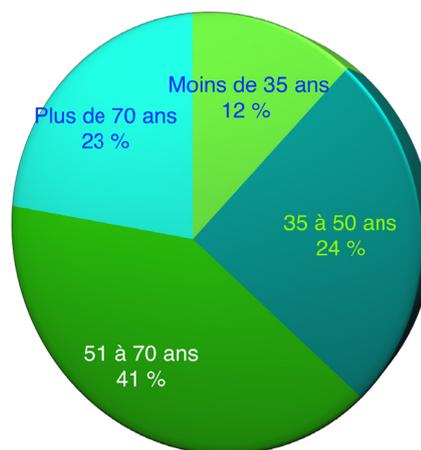
Jean Michel Mrozovski

Président du Comité pour la valorisation de l'acte officinal

33 000 répondants pour une enquête

Les femmes ont répondu majoritairement à l'enquête étaient (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 parts 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

La première partie du questionnaire porté 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

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

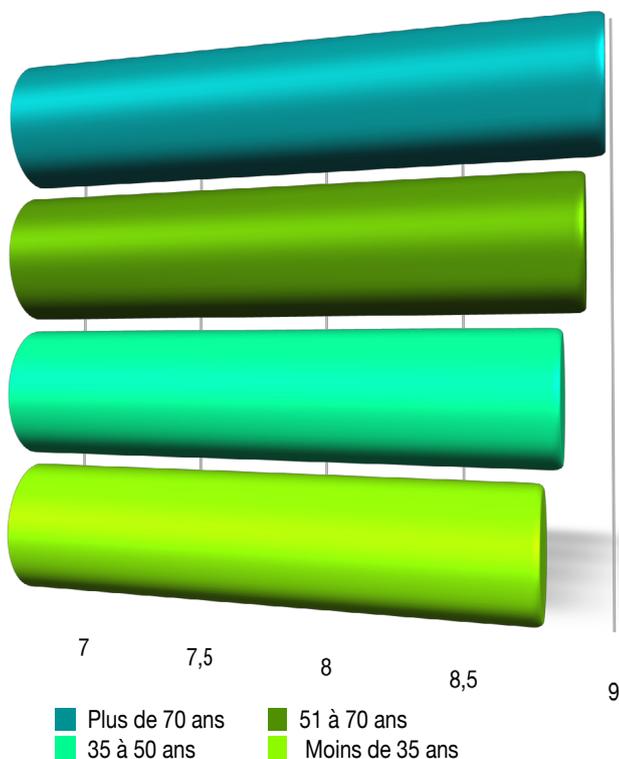
Un satisfecit sans demi-mesure

La note moyenne de 8,9 sur 10 reçue le pharmacien pour ses prestations quotidienne 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

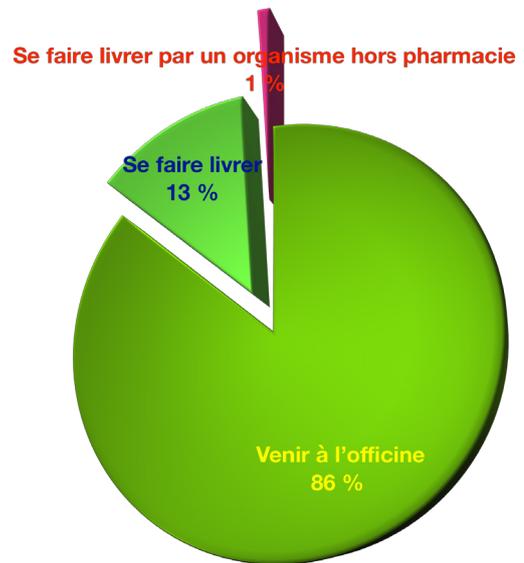
Le taux de satisfaction s'accroît régulièrement avec l'âge. Les plus jeunes (moins de 35 ans) accordent une note de 8,75 alors que les plus anciens (plus de 70 ans) attribuent un beau 8,95. Il est certain que cette augmentation est au moins en partie liée avec l'accroissement de la visibilité des services quotidien du pharmacie 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 mais 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 à venir chercher leurs médicaments à la pharmacie.



La crainte de voir s'insérer dans le domaine pharmaceutique des géants comme Amazon ou d'autres grands du domaine de la distribution est aujourd'hui de l'ordre du fantasme. Il est tout de même nécessaire d'établir sereinement ce qui ferait la promesse concurrentielle de ces géants dans le domaine de la pharmacie et ce qui fait aujourd'hui et fera demain la valeur ajoutée des pharmacies.

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 aussi les piliers de la reconnaissance.

Il ne faudrait pas oublier que la praticité et le prix servent de leviers concurrentiels aux géants de la distribution, et qu'à trop vouloir rivaliser sur ce terrain en jouant soi-même le plus grand et le moins cher sans affirmer un service réellement différenciant est une stratégie à risque sur le moyen terme.

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 télémedecine et l'implication des pharmaciens est une des réponses à l'absence d'une réponse médicale. Bien que la représentation de ce service soit encore faible puisque selon l'étude un tiers des répondants faisaient part de leurs intérêts (28% en cas prise de rendez-vous sans difficulté et 38 % dans le cas contraire), le pharmacien y a tout son rôle.

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 40 millions d'euros de perte de rémunération sans compter les pertes de rémunération liée aux remises génériques. Les entretiens et BMP 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 vieillissement de la population implique 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 pharmacie. Celle-ci doit réfléchir à des solutions pour endiguer la perte d'une part importante de leur clientèle qui aujourd'hui ne cherchera qu'une proximité géographique du cabinet médical pour la délivrance de leurs ordonnances. Le BPM est un outil de fidélisation et de démonstration de la compétence du pharmacien de proximité du domicile du patient.

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 concurrencés 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 BMP est l'absence de proposition d'outils pratiques simplifiant la mise en oeuvre et limitant la durée des BMP. 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 30 euros. La fidélisation des patients aux entretiens est donc un atout 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 PSHQ 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 continue de faire son chemin. Les patients y sont favorables à 32%. Les clients-patients 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 d'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 du recueil par écrit des circonstances de la demande.

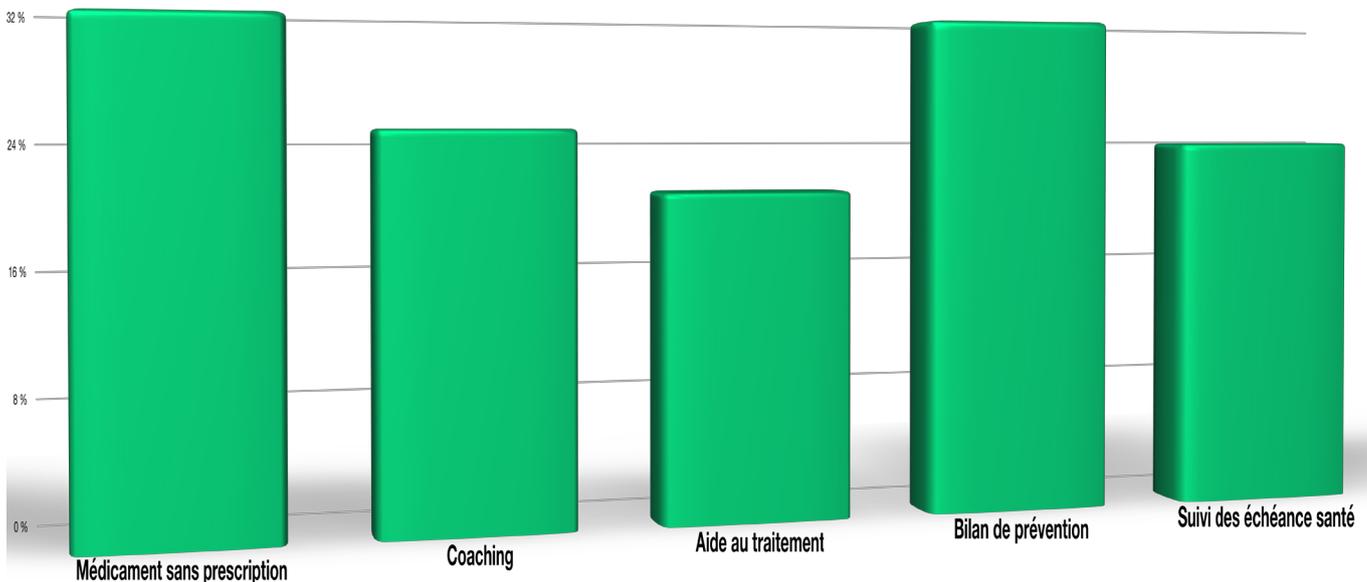
Un pharmacien acteur de la prévention

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 se remettre à faire de l'activité physique ; comme il est devenu un des acteurs de la vaccination.

Un rétribution variable

Entre 32 et 15 % des patients sont prêts à payer au moins 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 tentent 22 % pour 5 euros et moins de 9 % pour 23 euros. 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.

Les patients se représentent leur pharmacien comme un acteur de leur santé, et imaginent de plus en plus qu'ils puissent 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 17 Groupements d'officines : Alphega, Apsara, Ceido, Cofisanté, 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