



Vers la pharmacie services

Le décret sur les services est enfin paru. Attendu depuis 2009, 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 recueilli 33 000 réponses pour son enquête triennale. Les résultats recueillis auprès des clients des 2500 pharmacies de PHSQ démontrent qu'une partie importante de nos clients-patients sont prêts à payer pour des services qu'ils considèrent comme utiles.

Alors que cette enquête fait la preuve de l'attente de nos patients-clients pour une nouvelle pratique officinale orientée vers les services. Le bilan partagé de médication ne décolle pas.

Ce service rémunéré par l'Assurance maladie est pourtant l'opportunité de tester et d'affirmer notre capacité à l'écoute et notre compétence d'acteur de soin. Il peut être le premier pas pour installer ces services attendus par nos patients-clients.

Notre patientèle a envie d'être écoutée et aidée à mieux comprendre et bien utiliser ses traitements. Il n'est aujourd'hui pas question de changer radicalement le « business model » de l'entreprise officinale. En revanche, il est temps de l'adapter à la mise en place d'une politique de services. Cette transformation passe par une meilleure gestion du temps, rendu possible par l'application d'une démarche qualité.

L'enquête PHSQ assure de l'opportunité d'une stratégie de services. Ne soyez pas les derniers à la mettre en pratique!

Laetitia Hible

Présidente de Pharma Système Qualité

Jean Michel Mrozovski

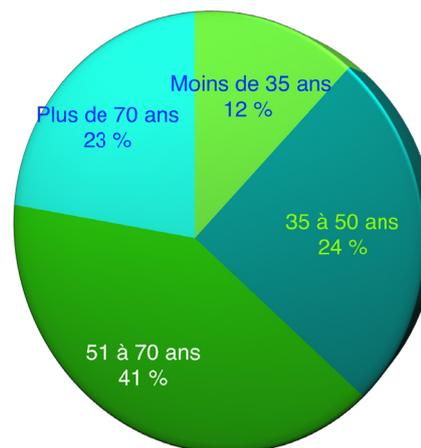
Président du Comité pour la valorisation de l'acte officiel

33 000 répondants pour une enquête

Le nombre de répondants confère à l'enquête une puissance statistique rarement égalée.

Comparée aux chiffres Insee de 2018, l'analyse des résultats révèle une sous-représentation des moins de 35 ans et sur représentation d'un peu moins du double des plus de 50 ans.

Cette ventilation par tranches d'âges est par contre conforme à celle des patients souffrants de pathologies chroniques et/ou en ALD.



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 %). Ce qui est une des originalités de cette enquête.

À LIRE DANS CE NUMÉRO

Carton plein pour la pharmacie

Aujourd'hui les patients-clients sont très satisfaits des prestations de leur pharmacien. Ils sont particulièrement attachés à sa présence et son accessibilité. >>>

L'opportunité du bilan partagé de médication

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

Vers un nouveau paradigme

Les pharmaciens ont tendance à croire que le patient n'est pas prêt à mettre la main au portefeuille, lorsqu'il s'agit de

CARTON PLEIN POUR LA PHARMACIE

Aujourd'hui les patients-clients sont très satisfaits des prestations de leur pharmacien. Ils sont particulièrement attachés à sa présence et son accessibilité.

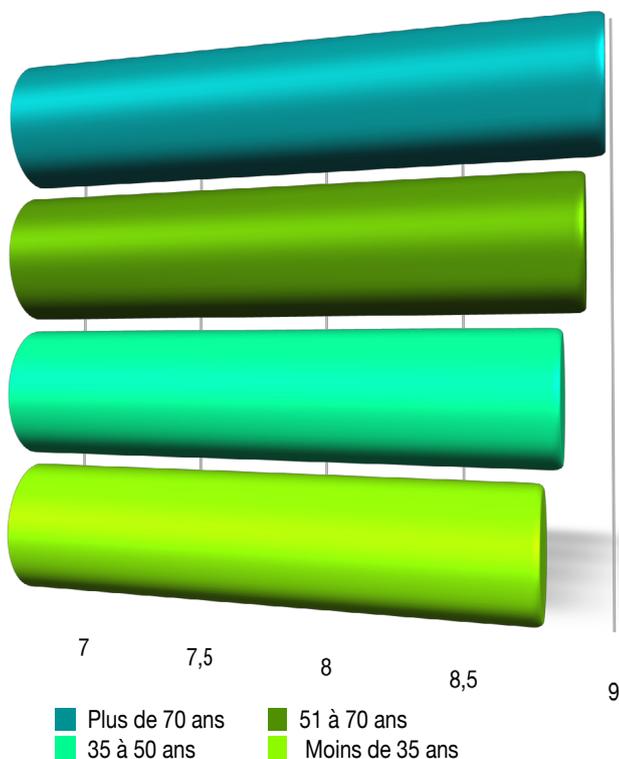
Un satisfecit sans demi-mesure

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

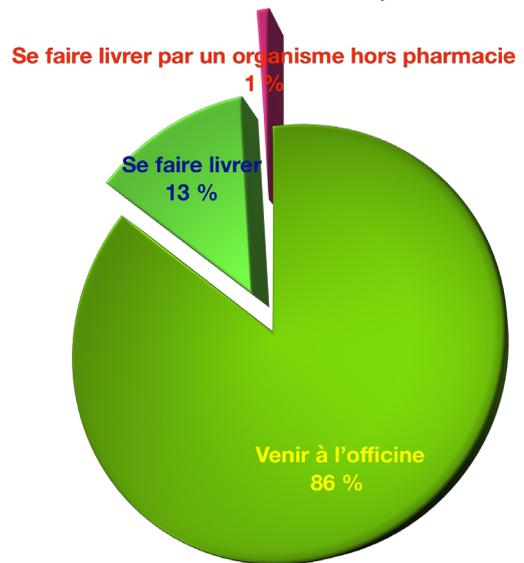
Le taux de satisfaction s'accroît régulièrement avec l'âge. Les plus jeunes (moins de 35 ans) accordent une note de 8,75, alors que les plus anciens (plus de 70 ans) attribuent un beau 8,95. L'accroissement de la visibilité des services quotidiens de la pharmacie auprès des patients les plus fragiles explique certainement cette situation. Le pharmacien est aujourd'hui un des derniers acteurs du lien social. Ce rôle est d'autant plus apprécié que la désertification médicale s'accroît dans les campagnes comme dans certaines banlieues de 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%). Pour autant, il ne faudrait pas minimiser la promesse concurrentielle de ces géants, en oubliant de consolider ce qui fait aujourd'hui et construire ce qui 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 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. Sur ce point l'enquête PHSQ fait apparaître un intérêt modéré pour ce service (28% en cas de prise de rendez-vous sans difficulté et 38 % dans le cas contraire). Il faut y voir la difficulté des patients à se représenter ce nouveau mode de relation avec un médecin. Nul doute, pour autant, que cette nouvelle pratique s'installera, et que le pharmacien sera sans conteste 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 bilan partagé de médication (BPM) 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 %. Alors même qu'il s'agit d'une opportunité rémunérée pour mettre en place un service démontrant les compétences humaines et techniques du pharmacien.



Des pertes avérées et des gains possibles

La convention de 2017 a apporté ses lots de bonnes et de mauvaises nouvelles. La ROSP générique baisse de plus de 15 millions en 2018 et de 10 millions en 2019. Les baisses des prix sur le médicament remboursable occasionnent 15 millions d'euros de perte de rémunération pour 2018, sans compter leurs conséquences sur les remises génériques. Les entretiens et le 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'agir

La croissance constante des pathologies chroniques et le vieillissement de la population sont des réalités. La démonstration accrue de l'intérêt des pharmaciens pour les problématiques de ces patients fragiles est une nécessité. Le BPM est le moyen d'améliorer sa connaissance des besoins et des attentes de ces patients - clients, et de se donner les moyens de les fidéliser à des services et des offres produits spécifiques.

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

Une opportunité rentable

La rentabilité du BPM est double. Il procure directement des honoraires améliorant l'EBE (Excédent brut d'exploitation) en fidélisant des patients chroniques et, indirectement favorise le développement de ventes de produits associés et spécifiques, potentiellement plus rentables.

La rémunération d'un BPM est à considérer comme de la marge brute. Elle correspond donc à l'équivalent de 180 à 190 euros de CA pour une marge brute entre 30 et 32 %. La rentabilité d'un BPM d'inauguration est quasiment identique à celle de la présence d'un pharmacien au comptoir et par la suite bien meilleure 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 sera le critère de revente des officines. Le BPM améliore l'EBE puisqu'il s'agit d'un honoraire soit de la marge brute.

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 en consensus avec l'équipe les temps officinaux, et la démarche qualité en est l'outil.

Les BPM effectués seront en relation directe avec ce temps gagné.

Vous améliorerez ainsi et à la fois l'efficacité et la rentabilité de l'entreprise.

Des outils pratiques pour simplifier la gestion administrative et réduire efficacement la durée des entretiens au profit conjoint du patient et du pharmacien existent. Les critères de leur 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

Les pharmaciens ont tendance à croire que le patient n'est pas prêt à mettre la main au portefeuille, lorsqu'il s'agit de service. L'étude PHSQ tend à démontrer le contraire et donne des arguments pour réfuter cette croyance.

Un pharmacien «consultant»

Le temps d'un pharmacien a de la 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 le sont, et les plus âgés ne le sont pas beaucoup moins.

À l'heure de la désertification médicale et de l'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 dispensation est réalisée dans le cadre d'un protocole validé et s'accompagne 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 leur 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 déjà devenu pour eux, un des acteurs de la vaccination ?

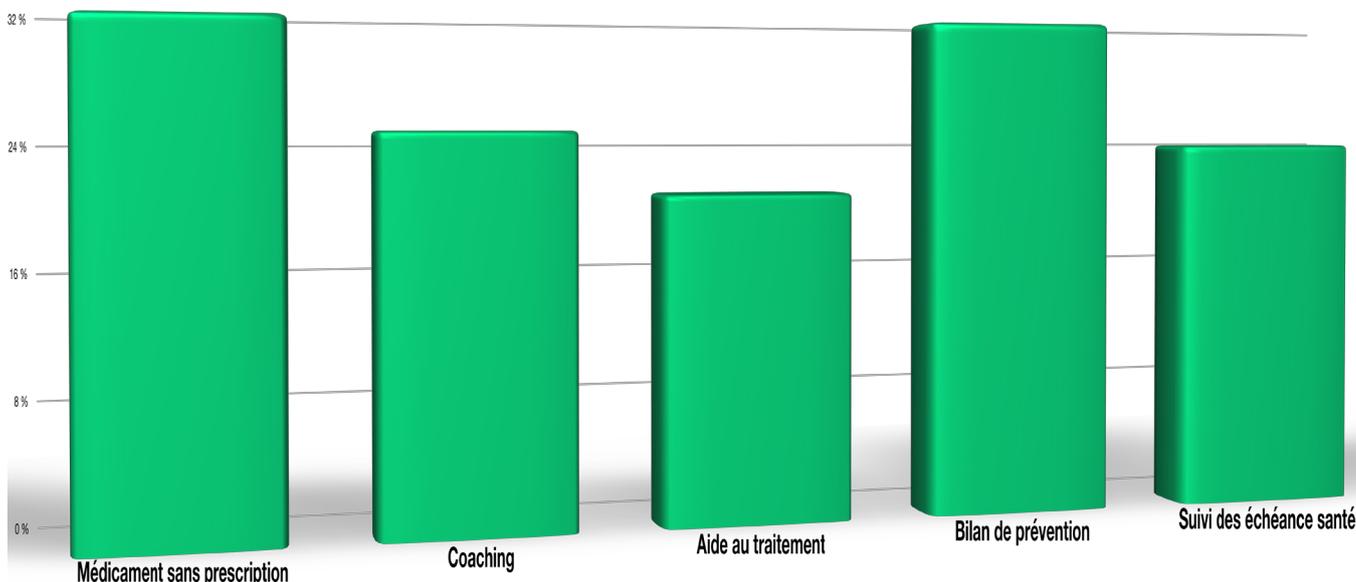
Un rétribution variable

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 fréquemment au environ de 15 euros, soit le montant conventionnel d'un euro à la minute.

Entre 15 et 32 % des patients sont prêts à régler 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 de 5 euros imaginée pour la délivrance sous protocole d'un médicament sous prescription 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 larges 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