

Les Echos **ÉTUDES**

Les services proposés par les pharmaciens : qu'attendent réellement les clients des officines ?

Écrit le 3 mars 2016

Par **Hélène CHARRONDIÈRE**



Menée par l'association Pharma Système Qualité, une enquête réalisée dans 1 100 pharmacies éclaire sur les attentes des clients et les services à développer

Très satisfaits de l'accueil et des prestations actuellement assurées, mais en attente de services plus personnalisés. C'est en synthèse ce qu'il ressort de la vaste enquête conduite par PHSQ¹, association dédiée à la certification qualité des pharmacies, auprès de 55 000 clients d'officines engagées dans la certification ISO 9001-QMS Pharma.

Premier constat rassurant : le plébiscite des personnes interrogées sur l'accueil, les informations et les conseils prodigués à l'officine (97 à 98 % de taux de satisfaction). Le pharmacien préserve une excellente image de professionnel de santé, malgré un contexte économique tendu et la remise en question régulière de son monopole d'activité. Quelques points d'amélioration méritent toutefois d'être relevés : une meilleure confidentialité des espaces, ce qui conforte la nécessité de créer des espaces où le pharmacien et son client peuvent s'isoler, et une plus grande disponibilité des produits, point qui renvoie notamment aux ruptures de stocks de plus en plus fréquentes dans les officines.

Deuxième constat, tout aussi rassurant : les axes d'évolution qui ont été identifiés ces dernières années pour faire évoluer le modèle économique de la pharmacie sont validés par une proportion importante des clients. 53 % d'entre eux souhaiteraient que les pharmaciens proposent plus de tests de diagnostic, 43 % aimeraient des rendez-vous pour des conseils personnalisés sur l'hygiène de vie, la nutrition et le sevrage tabagique. Ils sont 40 % à être intéressés par la livraison à domicile, et plus d'un tiers expriment le besoin d'un suivi personnalisé de leur traitement dans le cadre d'une pathologie lourde et/ou chronique. Autant de services que la grande majorité des clients interrogés se dit prête à payer à son « juste

prix »... Ce qui, au final, est l'enseignement le plus important de cette étude, dans la mesure où il confirme qu'il peut exister un modèle économique pour ces services d'accompagnement.

Autre tendance intéressante qui se dessine : les attentes spécifiques exprimées par la génération Y², dont la priorité est de gagner du temps et de bénéficier de prestations innovantes. C'est vers cette clientèle mobile, connectée et avide d'information, que devront s'adresser les nouveaux services digitaux en officine. Citons à titre d'exemple l'installation de bornes d'information interactives, le *click & collect* ou le portage de médicaments à domicile qui pourrait être couplé à la dématérialisation des ordonnances.

¹ Créée en 2009, cette association a pour objectif la diffusion la plus large possible des bonnes pratiques d'organisation et de services aux patients. Elle propose la mise en œuvre d'une démarche de double certification fondée sur les référentiels ISO 9001 et QMS Pharma (norme internationale de service accrédité par ISAS). Cette démarche rassemble 14 groupements de pharmaciens et des officines indépendantes. Au total, 2 200 pharmacies sont aujourd'hui volontairement engagées, dont 1 850 sont certifiées.

² La génération des moins de 35 ans.