

Niveau élevé de satisfaction dans la population

Tanja Aebli

Le Moniteur des pharmacies 2017 montre que la confiance accordée aux pharmacies par la population reste très élevée. Leur facilité d'accès et le professionnalisme du personnel sont particulièrement appréciés. L'étude révèle toutefois que les clients ne sont toujours pas disposés à payer de leur poche les prestations de conseil. Par ailleurs, il ne faut pas loupier le coche dans le domaine du commerce en ligne et de la digitalisation.

Voici la bonne nouvelle pour commencer: la pharmacie est le premier point de contact en cas de problèmes de santé (voir figure 1), et en particulier pour la population urbaine jeune et en bonne santé pour qui elle représente le meilleur interlocuteur. C'est ce qui ressort d'une enquête réalisée auprès de plus de 1000 personnes par l'institut de recherches gfs.bern sur mandat de pharmaSuisse. Les pharmaciens ont donc relégué les médecins au second rang, mais la population continue de s'adresser en premier lieu à ces derniers lors de problèmes de santé plus graves. Ce qui est bien normal.

Les pharmacies sont appréciées pour leur proximité, les compétences spécialisées de leur personnel, ainsi que pour leur manière simple et efficace, en termes de coûts, de résoudre les problèmes de santé.

Pour la première fois après quatre vagues de sondage, le Moniteur des pharmacies montre cette année un phéno-

mène nouveau: les amis et les proches sont de plus en plus souvent sollicités comme «conseillers médicaux»! «Ces dernières années, la forte focalisation de la société sur les thèmes de la santé, de l'alimentation et du fitness a conduit à la création d'un nouveau type d'«acteur de la santé»: des profanes de la médecine n'hésitent pas à conseiller les autres sur des questions de santé. Cette tendance, combinée à la possibilité de commander facilement des médicaments sur internet à l'issue d'une telle «consultation», comporte des risques qu'il faut prendre en compte», souligne l'étude.

Les clients restent cependant encore méfiants à l'égard des conseils de santé donnés sur internet, qui reste donc un phénomène marginal. Sans grande surprise, on constate également que la confiance accordée aux pharmacies est liée à l'existence d'une «pharmacie de confiance». Deux tiers de la population se

rend en effet toujours dans la même pharmacie.

La confiance élevée accordée actuellement commence toutefois à être mise à mal. D'après les auteurs de l'étude, l'exposition croissante des pharmacies (dans les médias notamment, où elles sont quelquefois critiquées), le lancement de nouvelles prestations de service pas toujours bien comprises et un positionnement perçu en opposition avec le corps médical sont autant de motifs qui expliquent que certaines voix critiques se font entendre.

Bien plus qu'un point de délivrance de médicaments

La pharmacie s'émancipe de plus en plus de son rôle traditionnel en tant que point de délivrance de médicaments, même si la grande majorité de la population suisse continue de se procurer ses médicaments en pharmacie. Mais un vent contraire commence à souffler: en 2017, la concurrence du commerce en ligne est ainsi devenue plus rude que les années précédentes. Pour contrebalancer ses effets, les pharmacies ouvrent de nouveaux champs commerciaux en dehors de la simple distribution de médicaments.

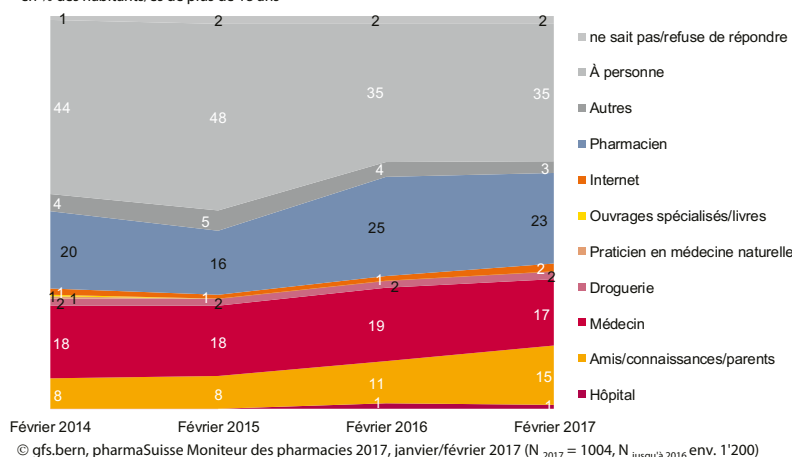
Il est néanmoins réjouissant de constater que l'acceptation de la délivrance par les pharmacies, sous leur propre responsabilité professionnelle, de certains médicaments soumis jusqu'alors à ordonnance suite à la révision de la loi sur les produits thérapeutiques (LPT), se situe à un niveau élevé. Les personnes interrogées souhaiteraient toutefois que les caisses-maladie prennent en charge le coût de ces médicaments.

Selon gfs.bern, les personnes sondées sont de plus en plus nombreuses à pouvoir imaginer de choisir un modèle d'assurance-maladie qui prévoit une première évaluation des problèmes de santé en pharmacie. Le fait qu'une majorité de personnes envisagent en 2017 d'opter pour un tel modèle d'économies se dessine pour la première fois (voir figure 2). C'est le signe que le rôle des pharmacies va pouvoir évoluer en Suisse.

Figure 1: Personne de confiance en cas de troubles légers de la santé.

Tendance Personne de confiance en cas de problèmes de santé légers

"À qui demandez-vous conseil en premier lieu en cas de légères affections comme un refroidissement, des maux de tête, des problèmes de digestion, etc.?"
en % des habitants/es de plus de 18 ans



Sensibilité élevée aux prix

L'enquête a confirmé une grande sensibilité de la population aux prix. Une bonne moitié des personnes interrogées considère qu'un supplément demandé pour les conseils fournis en matière de médicaments n'est pas approprié. De plus en plus de personnes craignent que les pharmaciens soient incités à vendre des médicaments chers parce qu'ils leur font prétendument gagner plus d'argent. Ce qui n'est en réalité pas le cas. L'élargissement des compétences des pharmaciens ouvre aussi la voie à certaines critiques, constatent également les auteurs du rapport.

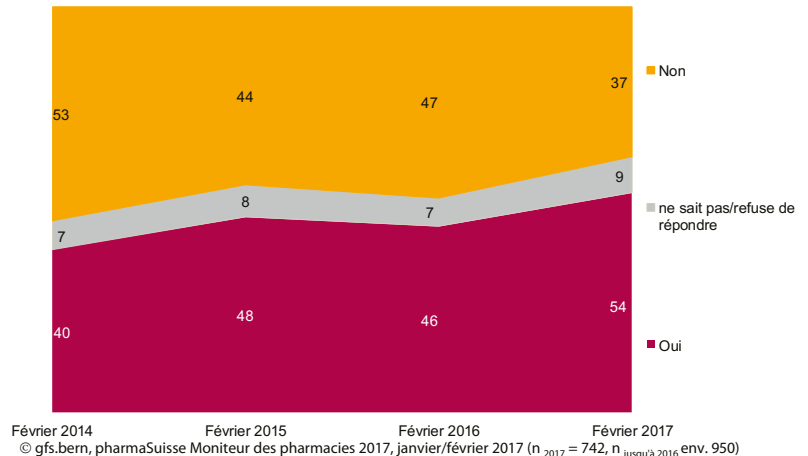
gfs.bern se permet aussi de jeter un regard vers l'avenir. Selon l'institut de recherches, la pharmacie du futur aura de plus en plus des missions de prestataire de services, à la fois dans le domaine de la thérapie et du diagnostic.

En s'appuyant sur de nouvelles possibilités technologiques, elle devrait aussi être plus fortement interconnectée et à cet égard, elle devra aussi se positionner par rapport à la question sensible de la protection des données. En ce qui concerne la digitalisation, l'institut de re-

Figure 2: Première évaluation de la situation en pharmacie.

Tendance Filtre Première évaluation de la situation en pharmacie

"Pourriez-vous imaginer de choisir un modèle économique d'assurance auprès de votre caisse maladie, qui comprendrait une première clarification des problèmes de santé dans cette pharmacie?"
en % des habitants/es de plus de 18 ans qui se rendent la plupart du temps à la même pharmacie



cherches met en garde contre le risque de se contenter du rôle de spectateur. «Le changement de modèle économique sur le marché de la santé progresse à grands pas. L'e-commerce et la mise à disposition d'informations sur internet prennent de plus en plus d'importance et remettent fortement en question le rôle classique

des pharmaciens. Les jeunes notamment se montrent particulièrement ouverts à de nouvelles prestations en lien avec la numérisation. Pour en tirer profit, ces nouvelles orientations doivent donc être suivies de manière offensive», recommande l'étude. ■

«La digitalisation représente une chance énorme pour les pharmacies»

Fabian Vaucher, président de pharmaSuisse, s'exprime sur les nouvelles exigences des clients et sur les défis pour les pharmaciens dans leur ensemble mais aussi individuellement.

Le Moniteur des pharmacies 2017 montre que la confiance accordée aux pharmacies reste élevée, mais que des voix critiques se font de plus en plus fortes. Qu'est-ce que cela signifie pour les pharmacies?

Fabian Vaucher: Malgré les grands défis auxquels est confronté l'ensemble du commerce de détail – force du franc, commerce d'envoi postal –, les pharmacies continuent à proposer de très bonnes solutions pour les besoins quotidiens de la population. Deux signaux clairs doivent cependant être pris au sérieux. Le nouveau positionnement des pharmacies, qui

s'éloignent de la distribution de médicaments pour proposer de nouvelles prestations autour du médicament, suscite de nouvelles exigences de la part des clients. Chaque pharmacie ne doit pas seulement investir dans le personnel spécialisé dont elle a besoin, mais aussi proposer des prestations uniques en complément d'une gamme de produits d'un commerce de détail classique. Par ailleurs, ces nou-

velles prestations doivent être standardisées afin qu'elles soient toujours proposées avec le même niveau de qualité. L'aménagement des magasins, le personnel spécialisé et les processus doivent donc satisfaire à des exigences encore plus élevées.

Quelle est l'importance de cette nouvelle situation pour la société faïtière?

«Nous ne sommes pas le problème mais plutôt une partie de la solution.»



Aujourd'hui, nous promettons des prestations à nos clients et il vaudrait mieux respecter cette promesse. Car la population suisse est très exigeante dans ce domaine. J'ose même affirmer qu'aucun autre citoyen européen n'a des exigences aussi élevées au niveau des prestations. Pour la société faïtière, la devise doit être «a brand is a promise kept» – «Une marque est une promesse tenue». Elle

s'applique bien évidemment aussi aux prestations des pharmacies!

Le prix des médicaments reste un sujet très sensible au sein de la population. Comment un pharmacien d'officine peut-il expliquer ce sujet hautement complexe à ses clients?

Il faut intégrer plusieurs éléments dans notre réflexion. D'une part, il faut faire face aux anciens préjugés de l'âge d'or du commerce de détail selon lesquels les pharmaciens demandent toujours le prix maximal. D'autre part, la force du franc suisse touche particulièrement le prix des médicaments, qui est fixé par les autorités. Il faut en effet savoir que les réglementations suisses sont un facteur renchérisant, comme dans de nombreux autres secteurs. Malgré cela, la spirale des prix se déplace vers le bas de façon constante depuis des années. Plus de 60% de tous les emballages délivrés en pharmacie ont actuellement un prix de fabriquer inférieur à 15 francs. Dans les soins médicaux de base, les pharmacies évoluent donc dans un marché de masse, accentué encore par le marché des génériques. Jusqu'à présent, nous ne sommes pas parvenus à faire comprendre à la population que les profits élevés de la branche pharmaceutique n'équivalaient pas à des profits élevés dans les pharmacies. Nous ne sommes pourtant pas le problème mais plutôt une partie de la solution. pharmaSuisse s'efforce donc de mener à son terme l'idée initiale de la Rémunération Basée sur les Prestations (RBP) qui voulait, dans le domaine de l'AOS, dissocier en toute transparence les frais de prestations des pharmacies du prix des médicaments et des frais de distribution.

Les clients souhaitent explicitement bénéficier de conseils de qualité élevée et de nouvelles prestations dans les pharmacies. Ils ne sont toutefois pas très enclins à mettre la main au porte-monnaie. Comment expliquez-vous cette ambivalence?

Jusqu'à présent, le système de santé avait l'apparence d'un magasin en libre-service dans lequel il ne fallait rien payer grâce à l'assurance de base qui remboursait tous les coûts. Les pharmacies sont le seul acteur de la santé qui affiche ses coûts en toute transparence. Mais qui connaît le prix d'une opération de l'appendicite ou



Le nouveau positionnement des pharmacies, qui s'éloignent de la distribution de médicaments pour proposer de nouvelles prestations autour du médicament, suscite de nouvelles exigences de la part des clients. © pharmaSuisse

d'une consultation chez le médecin de famille? La sensibilité aux prix ne touche pratiquement que les médicaments. Ceci est paradoxal dans la mesure où leur prix stagne depuis plusieurs années et où les pharmacies ont réalisé les économies les plus importantes parmi tous les acteurs du système de santé.

Quelles corrections seraient indiquées?

Pour la prochaine révision de la convention tarifaire, dans le cadre du projet RBP V, la société faitière veut mettre sur pied une structure tarifaire qui soit mieux compréhensible pour les patients et les clients. Les forfaits actuels, dont le montant était le même pour tous, doivent être remplacés par un système dans lequel les cas complexes qui prennent plus de temps sont plus chers que les prescriptions simples pour des patients par ailleurs en bonne santé. Notre objectif est de rendre les prestations plus transparentes.

Est-ce que l'évolution du rôle du pharmacien, du fabricant et distributeur de médicaments au manager de la santé doit aussi être mieux expliquée?

Le monde est de plus en plus complexe, et en particulier le monde de la santé. La seule façon de gérer la pléthore d'informations déversées sur internet pour un patient est de développer des compétences personnelles en matière de santé. Les pharmacies et leurs équipes peuvent assumer un rôle important en tant que conseiller, accompagnateur ou coach de santé. Dans une pharmacie, les clients et

les patients peuvent venir vérifier des informations glanées sur des sites pas toujours sérieux, y recevoir des conseils utiles pour les aider à changer de comportement et y obtenir des informations de santé adaptées à leurs besoins particuliers. Il nous faut communiquer cela de façon encore plus prononcée et plus claire.

gfs.bern recommande aux pharmaciens de réagir de manière offensive plutôt que défensive à la digitalisation croissante. Où faut-il commencer à poser les jalons?

La digitalisation représente une menace particulièrement importante pour le commerce de détail, comme cela est déjà apparu dans la branche textile. La marque Vögele a disparu, tandis que Migros a repris les magasins Schild et prévoit de réduire massivement la division textile dans ses magasins. Le commerce d'envoi postal et les nouvelles habitudes d'achat en sont la cause: de nos jours, nous allons dans la majorité des cas sur internet avant d'acheter un produit. Alors que par le passé, le client s'informait dans un magasin spécialisé et y achetait directement le produit souhaité. Il est donc important de renforcer et d'améliorer la visibilité numérique des pharmacies – non seulement dans le domaine des produits, mais aussi dans celui des prestations et de la santé.

La digitalisation exige des investissements et des prises de risque élevées. Que répondez-vous à cette critique?

La digitalisation représente avant tout une énorme chance pour les pharmacies. Elle leur permet de standardiser leurs processus dans le domaine des prestations et dans le domaine de la collaboration interprofessionnelle en faveur d'un patient commun. La digitalisation permet en effet d'échanger des connaissances professionnelles de façon rapide et très individuelle. Les pharmaciens peuvent ainsi se connecter entre eux, mais aussi avec d'autres acteurs de la santé. Entre professionnels, les informations vont circuler plus rapidement et seront de meilleure qualité. Ceci oblige la société faitière à poursuivre la stratégie entreprise dans le domaine de la digitalisation des soins médicaux de base. ■

Interview: Tanja Aebli