

« Privilégiez la fonction thérapeutique du produit »

CHRISTINE CAMINADE >

DIRIGEANTE DE LA SOCIÉTÉ CHRISTINE CAMINADE CONSEIL

LE QUOTIDIEN DU PHARMACIEN.- Est-il possible de mettre en avant des produits comme les crèmes cicatrisantes dans l'espace de vente ?

CHRISTINE CAMINADE.- Tout à fait. Ces produits vont naturellement trouver leur place au sein d'un corner sur le thème des vacances ou du voyage et de la trousse à pharmacie qu'il faudra emporter. En dehors des périodes de mise en avant, les crèmes cicatrisantes peuvent être exposées dans le rayon de la petite traumatologie aux côtés des désinfectants et des pansements ainsi que dans le linéaire voué aux soins de dermatologie (acné...). Quant aux produits cicatrisants avec AMM, seuls ceux qui relèvent de la liste de l'Afssaps pourront bien sûr figurer devant sous la bannière « Libre accès ».

Dans quels cas conseiller une crème cicatrisante plutôt qu'un pansement ?

Un pansement va protéger la plaie des atteintes extérieures. Toutes les lésions qui doivent rester à l'air libre peuvent en revanche bénéficier d'une crème cicatrisante. Tenez compte cependant de la localisation de la plaie et de l'avancée de la cicatrisation avant d'en proposer à votre clientèle. Dans tous les cas, renseignez-vous le plus complètement possible sur l'origine de la plaie, la désinfection dont elle a fait l'objet, s'il y a infection ou inflammation, la façon de cicatriser de la personne (« Comment cicatrise votre peau? »). Le mieux est de voir la lésion. Sachez qu'il existe de nombreux contextes où la cicatrisation peut être retardée : les peaux noires et métissées, les peaux laiteuses, un sujet diabétique, un contexte postopératoire, les personnes âgées, la peau du bébé...

Dans certaines situations comme dans le cas d'un herpès, vous pouvez proposer en conseil associé une pommade cicatrisante qui sera bienvenue pour accompagner la fin du traitement.

Doit-on expliquer le produit à la clientèle ?

Bien sûr. Il faut connaître ce que l'on conseille et argumenter en fonction des besoins du client. Exposez l'avantage de votre proposition, expliquez la procédure d'utilisation et rappelez les différentes phases de cicatrisation car nombreux sont les personnes qui grattent la plaie et gênent le processus de réparation des tissus.

Quels produits référencer ?

Faites votre référencement en fonction du positionnement de l'officine, des besoins de la clientèle et des laboratoires partenaires. Veillez dans tous les cas à référencer des gammes de dermocosmétique et des spécialités avec AMM.

PROPOS RECUEILLIS PAR A.-S.P.