

Une dynamique de progrès et de compétence

16/06/2009 | Marketing, Médecine, Profession

Rester efficace, compétitif et performant: la formation continue permet au pharmacien et à son équipe de s'inscrire dans une dynamique d'évolution et de progrès permanents. Incontournable pour rester au sommet de l'expertise et de la compétence, en sept points clés.

La formation continue, une obligation pour le pharmacien. C'est ce que stipule depuis 2004 le code de la santé publique. Une obligation qui figure aussi en bonne place dans le projet de la loi HPST. «Aujourd'hui, dans cette loi, on parle de développement professionnel continu, souligne Jean-Luc Bury, vice-président de l'UNOFormation et président du directoire de l'IFMO. Il a pour objectifs à la fois l'évaluation des pratiques et le perfectionnement des connaissances. Nous verrons, à terme, l'application sur le terrain, mais il faudra rester vigilant.»

Mais au-delà de l'obligation, titulaires, pharmaciens et équipes officielles peuvent-ils imaginer faire l'impasse aujourd'hui sur la formation continue? «Elle est indispensable, répond Gérard Vaël, président de l'UNOFormation et responsable de CCI Consultants. Si vous ne vous formez pas, vous actualisez pas vos connaissances, vous n'en acquérez pas de nouvelles, et vous ne vous placez pas dans une dynamique de progrès continu.» Thierry Barthelmé, président de l'Utip, organisme associatif de formation qui organise plus de 1 000 formations par an, ajoute: «Le monde de l'officine bouge en permanence. Le réseau pharmaceutique a l'obligation quasi-morale de se former, sinon il n'aura pas la compétence pour être à la hauteur du monopole qui lui a été donné par les pouvoirs publics.»

1/ Un éventail complet de formations

Le milieu officinal a la possibilité d'avoir accès à un éventail complet de formations, ce soit dans les registres «entrepreneuriaux» ou scientifiques. Grandes pathologies (diabète, asthme...), spécialisations, conseil, nouvelles missions, management, merchandising, politique de prix, libre accès, dossier pharmaceutique, démarche qualité... Les thèmes sont riches et multiples. «Il faut déjà essayer de bien maîtriser les éléments fondamentaux du métier, autour des trois dimensions suivantes: le conseil thérapeutique, la délivrance active dans tous les domaines thérapeutiques, et les spécialisations par secteur», estime Gérard Vaël.

2/ Un coût, mais aussi des prises en charge

Se former a un coût, un prix susceptible d'être considérablement allégé pour l'officine. Par exemple, plusieurs formations peuvent bénéficier notamment d'une prise en charge des frais pédagogiques: pour les salariés, par l'OPCA-PL, Organisme paritaire collecteur agréé des professions libérales (www.opcapl.com), et, pour les titulaires, par le FIF-PL, Fonds interprofessionnel de formation des professionnels libéraux (www.fifpl.fr). Il ne faut donc pas hésiter à se renseigner sur les modalités et étendues des aides éventuelles pour les sessions que vous envisagez de suivre. «En la matière, la profession a l'immense chance d'avoir une grande capacité à la prise en charge des formations, prise en charge que, finalement, peu de pharmacies utilisent», constate Jean-Luc Bury. Enfin, la mise en place de la formation conventionnelle continue (FCC) va bientôt accroître cette capacité. Réservée aux titulaires, voire aux adjoints dans certaines conditions, elle permettra aux intéressés de disposer de six jours de formation par an, journées pour lesquelles ils seront indemnisés (voir l'interview de Claude Japhet).

QUELQUES PIEGES A EVITER

- Jouer la carte de la formation continue, c'est bien. Mais «il faut éviter les formations trop théoriques qui ne permettraient pas de mettre ses connaissances au service des patients», répond Gérard Vaël.
- La motivation des participants est essentielle. «L'erreur serait d'imposer une formation à des collaborateurs qui ne seraient pas tentés», explique Jean-Paul Sécheresse. Il faut avoir ou donner envie. L'équipe doit être impliquée et demandeuse de formation.»
- Le piège, c'est aussi de n'avoir pas pris le temps de l'analyse et de la réflexion et de mal cibler ses besoins spécifiques. «Il ne faut pas se tromper de sujet», insiste Thierry Barthelmé. Jean-Luc Bury ajoute: «La formation ne se décide pas à la petite semaine, sauf exception d'opportunité». Christine Caminade conclut: «Le pire, ce serait le sentiment d'avoir perdu son temps à l'issue d'une session de formation.»

3/ Cibler les thèmes

Une formation ne s'improvise pas. Pour cibler les thèmes les mieux adaptés aux problématiques de son officine, le titulaire doit faire, en amont, une bonne analyse des besoins, objectifs et perspectives d'avenir de l'entreprise. Sans oublier de tenir compte, entre autres, de la typologie de la clientèle, de l'environnement géographique et concurrentiel, et des points forts et faibles de la pharmacie. Il est également essentiel de prêter une écoute attentive à chaque membre de l'équipe. D'où l'importance de ne pas faire l'impasse sur l'entretien annuel d'évaluation.

4/ Bâtit un plan de formation

A l'issue de ce travail préliminaire, il s'agit de bâtir un plan de formation qui tient compte à la fois des besoins de la pharmacie et des aspirations professionnelles des collaborateurs. L'idéal étant de trouver la parfaite adéquation entre les deux paramètres. «Le plan de formation doit absolument s'inscrire, dans le plan de développement de l'officine, insiste Gérard Vaël. Dans le cadre du plan, de développement, le titulaire est susceptible de déléguer, par exemple, des missions à ses collaborateurs. Missions sur lesquelles ils devront se former pour en acquérir les domaines de compétence et d'expertise.» En tout cas, qu'elle soit scientifique ou «entrepreneuriale», la formation doit offrir l'opportunité d'applications concrètes et immédiates dans l'officine. Il faut absolument un «retour sur investissement». «Si les besoins sont correctement cernés et si la formation répond aux attentes, le bénéfice sera évident», assure Thierry Barthelmé.

5/ Conviviale, interactive et participative

La formation professionnelle continue du pharmacien et de son équipe doit bénéficier d'une pédagogie dynamique et conviviale.» Avec un animateur, déjà, qui joue les cartes de la proximité et de l'interactivité. «On ne peut pas imaginer faire un cours didactique pendant toute une journée, explique Jean-Paul Sécheresse, responsable de JPS Consultants et adhérent de l'UNOFormation. Une telle formule ne serait pas du tout adaptée à un public qui est déjà immergé dans le milieu professionnel.» Les sessions en extérieur peuvent combiner habilement apport de connaissances, échanges, jeux de rôles et cas pratiques de comptoir.

Le formateur ne doit pas se poser non plus en statue du commandeur. «Il n'est pas un maître, mais un «facilitateur», souligne Jean-Luc Bury. «Il n'est pas là pour humilier, ajoute Christine Caminade, responsable de Christine Caminade Conseil et secrétaire de l'UNOFormation. Il doit avoir des qualités humaines et avoir envie de donner aux autres.»

Il est essentiel que les participants ne soient pas passifs et s'approprient leur formation. «Je n'utilise jamais de photocopies, raconte, par exemple, Christine Caminade. En début de session, je leur donne un support de prises de notes sur lequel ils ont la possibilité de reformuler, avec leurs propres mots, les différents chapitres abordés. Cela stimule l'interactivité.»

6/ Des formules pour tous les besoins

Plusieurs formules de formation existent, indépendantes ou complémentaires. Très performant, le stage à l'extérieur de l'officine favorise l'immersion complète, la remise en question et l'échange d'expériences avec les autres. Les formations in situ, c'est-à-dire dans la pharmacie, peuvent avoir l'avantage de donner simultanément un même niveau de formation et d'information à l'ensemble de l'équipe: une solution qui peut être appropriée pour les thématiques scientifiques. «Pour les formations *in situ*, il faut être sûr de ne pas être dérangés, insiste Jean-Luc Bury. Les stagiaires doivent être dégagés de tout le stress du comptoir. La formation doit être une parenthèse qui permet d'ouvrir plus grande celle de la compétence.»

Quant à la formation en ligne, il peut être une bonne alternative, par exemple, pour des petites officines qui ont des équipes réduites et qui ont des difficultés à se déplacer. «L'atout de la formation en ligne, c'est la facilité d'accès», explique Christine Caminade. Sans oublier qu'il est éventuellement possible d'avoir un contact direct avec le formateur, via le système de visioconférence. Enfin, le web offre plus de souplesse pour s'aménager, à la carte, ses temps de formation. «Sur Internet, chaque collaborateur a la possibilité de se former à son rythme, raconte Thierry Barthelmé. Il est essentiel, cependant, qu'il y ait un ordinateur dans un endroit calme de l'officine. Un lieu qui permette d'être tranquille pendant l'apprentissage.»

7/ Cap sur l'optimisation

Une formation ne se résume pas au stage proprement dit. A l'issue de la session, il s'agit de l'optimiser. Il est primordial d'en faire un retour auprès de l'équipe. Cela permet notamment de reformuler et de bien intégrer les connaissances acquises. Et la mise en pratique ne doit pas attendre. «Je propose, entre autres, une formation autour de la démarche qualité, raconte Jean-Paul Sécheresse. Dans les deux mois qui suivent ce stage, je demande aux participants de me faire parvenir des exemples de procédures qu'ils comptent mettre en place dans leurs officines respectives. Cela me permet de les leur valider ou, éventuellement, de les leur corriger. Derrière une formation, il faut toujours se fixer des objectifs pour qu'il y ait un choix, un suivi et une application concrète.»

Congrès, presse professionnelle, infos des laboratoires, magazines... Il est également indispensable de s'informer régulièrement pour bien mettre à jour ses connaissances. «L'officine doit disposer d'un véritable fonds documentaire», estime Thierry Barthelmé. Cent fois sur le métier remettre son ouvrage. Une devise que doit prendre aujourd'hui en compte le pharmacien et l'équipe officinale. Pour rester compétents, compétitifs et garder la confiance des patients. «Les pharmacies qui sont dynamiques dans un environnement concurrentiel difficile, par

exemple, font de la formation», conclut Jean-Paul Sécheresse.

POUR EN SAVOIR PLUS:

- www.utip.fr/site/page_main.asp?ContentID=7 pour tout savoir du cadre législatif français.

CHOISIR SON ORGANISME DE FORMATION

L'organisme de formation se doit d'être performant sur la thématique choisie. Comment bien le choisir? Expérience, qualité, connaissance du métier, spécificité, programme détaillé de la formation... Soyez attentifs, déjà, à ces multiples critères. Fiez-vous aussi au bouche-à-oreille et prenez le temps de bien vous renseigner sur les objectifs et valeurs défendus par les différents instituts. Si cela est possible, vous pouvez également essayer d'avoir un premier échange avec le formateur. «Ceux qui ont une certaine antériorité sont forcément pros et appréciés, estime Gérard Vaël. Ceci dit, vous pouvez avoir de nouveaux formateurs qui peuvent innover et être intéressants.»

CHRISTINE CAMINADE