

TROIS QUESTIONS À...

Christine Caminade,

*responsable du cabinet Christine Caminade Conseil**

LE QUOTIDIEN DU PHARMACIEN. - Comment présenter le DP pour qu'il soit accepté de ses patients et clients ?



CHRISTINE CAMINADE. -

En premier lieu, c'est à son équipe qu'il faut expliquer le fonctionnement et l'intérêt du dossier pharmaceutique. Pharmaciens et préparateurs vont devoir le présenter à leur tour, en fournissant un

effort d'explication et de persuasion qui rappelle celui des débuts de la substitution. Certaines conditions sont plus favorables que d'autres pour faire ce travail d'approche. Il y a le collaborateur avec lequel le courant passe mieux. Et puis il y a des moments de la journée où l'on se sent plus disponible, d'un côté comme de l'autre du comptoir. Commencez par habituer les patients à partir de leur traitement chronique avant d'envisager l'enregistrement des données pour une pathologie aiguë. Si actuellement vous n'expérimentez pas le DP, anticipez son arrivée dans votre officine en sensibilisant dès aujourd'hui vos patients à ce nouvel outil. Des brochures éditées par l'Ordre des pharmaciens le présentent comme un service offert à chacun par la profession tout entière. Les mots efficacité, sécurité, liberté et confidentialité sont mis en avant dans ce document. C'est sur ces mots que vous allez appuyer votre argumentaire, dans un langage simple et positif. N'employez pas de termes techniques. Montrez les avantages pratiques du DP : la sécurisation de la prise de médicaments, l'accès aux informations sur les traitements depuis n'importe quelle pharmacie. La personne doit voir quel sera son intérêt si votre officine est fermée, si elle se trouve en déplacement ou en vacances.

Quels sont les mots ou expressions qui peuvent encourager l'adhésion au DP ?

C'est vrai que chaque mot compte dans cette approche. On peut proposer d'activer le DP et non

de le créer, ce qui suppose que ce dossier existait déjà et que sa mise en route va être rapide. Insistez sur le fait que ce service est totalement gratuit pour le patient. Et que tout cela se passe en respectant la confidentialité.

On peut évidemment adapter son argumentaire en fonction du profil de la personne que l'on a en face de soi. Face à des patients méfiants, c'est surtout la sécurité qui est mise en avant. Le discours ne sera pas le même pour les consommateurs en recherche permanente de nouveauté. D'autres auront besoin de temps pour se décider.

Dans tous les cas, l'approche doit être rassurante et convaincante. Évitez donc les explications anxigènes, qui pourraient jeter le doute sur la qualité de la dispensation telle qu'elle est actuellement pratiquée. Ne dites pas non plus que vous allez visualiser la « consommation de médicaments » de la personne, qui peut laisser penser que vous agissez pour le compte de la Sécurité sociale.

Comment réagir lorsque l'on essuie un et même plusieurs refus de création d'un DP ?

Les principales objections relevées évoquent le manque de temps, le refus de payer pour ce service et la crainte d'une surveillance accrue des individus.

Préparez-vous à faire face au refus de la personne. Rappelez-lui qu'elle a des droits sur son DP : celui de l'ouvrir, de le clôturer, de masquer la délivrance de certains médicaments. Laissez-lui le temps d'y réfléchir, d'en parler autour d'elle. Un support d'information l'y aidera. Quoi qu'il en soit, il paraît inutile d'insister si la personne a opposé son refus à plusieurs reprises.

> PROPOS RECUEILLIS PAR M. V.

** Cet organisme de formation propose un stage dédié au dossier pharmaceutique. D'autres, généralement d'une durée d'une journée, sont aussi organisés par IFMO ou l'OCP (liste non exhaustive).*