

SOUS-THÈME - 1.2 Écoute et information de l'utilisateur du système de santé

PRINCIPE 6 ACTIONS DE PRÉVENTION ET DE PROMOTION DE LA SANTÉ

Finalité : l'officine étant un lieu privilégié pour sensibiliser les usagers du système de santé, elle communique sur des thèmes de santé publique et relaie les campagnes de prévention et promotion de la santé.

À noter : ce principe n'inclut pas les principes liés aux bilans et entretiens (traités dans les principes 22 à 25) ni aux Missions de vaccination et dépistage (traités dans les principes 19 à 21).

QUESTIONS À SE POSER	PRATIQUES	EXEMPLES D'ÉLÉMENTS DE PREUVE
Quels outils sont mis à disposition pour le relai des campagnes ?	<ul style="list-style-type: none"> • L'officine doit se tenir informée concernant les actions de prévention et de promotion de la santé. • L'officine peut s'appuyer sur des actions de prévention déjà mis en place par une CPTS ou une MSP. • Le pharmacien doit consacrer une part majoritaire de sa communication aux messages de santé publique. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cf. Principe 27 : Veille légale et scientifique sur l'exercice professionnel • Site Cespharm, sites institutionnels, sites des groupements...
Quelles actions la pharmacie souhaite relayer ?	<ul style="list-style-type: none"> • L'officine peut mettre en place un plan de déploiement des actions de prévention et de promotion de la santé publique. • L'officine doit relayer les actions entreprises en ce sens par les autorités de santé. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plans d'actions • Calendrier de déploiement • Commande d'outils d'information et de communication
Qui, au sein de l'équipe officinale, est responsable de la mise en place et du suivi de ces campagnes ?	<ul style="list-style-type: none"> • L'officine peut désigner un référent en charge de la mise en place des campagnes. • L'officine peut mettre en place des réunions de préparation et de suivi des campagnes pour sensibiliser et harmoniser les discours de l'équipe. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fiche de fonction • Répartition des tâches • Comptes rendus de réunions
Comment sont communiquées ces actions ? Quels sont les supports et moyens utilisés pour ces campagnes ?	<ul style="list-style-type: none"> • Dans le respect du CSP, le pharmacien peut communiquer et relayer, par mail ou sms, des messages de prévention en prenant soin d'éviter toute sollicitation de patientèle. • Le pharmacien doit veiller à ce qu'il n'y ait pas de comportement anti-confraternel par le biais de publicité de sa campagne de promotion de santé publique. • L'officine peut dédier un emplacement pour ces messages de prévention (comptoir, vitrines, écrans supports numériques...). • L'officine peut organiser (ou participer à) des campagnes ou ateliers pluridisciplinaires auxquels elle participe avec d'autres professionnels de santé. 	<ul style="list-style-type: none"> • Éléments de communication (post, article sur site internet, affiches, brochures, spots vidéo...) • Traçabilité des ateliers (programme, émargement...)



PRINCIPE 6 ACTIONS DE PRÉVENTION ET DE PROMOTION DE LA SANTÉ

QUESTIONS À SE POSER	PRATIQUES	EXEMPLES D'ÉLÉMENTS DE PREUVE
Quel est le bilan des campagnes de prévention ?	<ul style="list-style-type: none"> L'officine peut analyser et évaluer l'impact des campagnes réalisées auprès des patients. 	<ul style="list-style-type: none"> Indicateur sur les thèmes et types de campagnes menées, et sur le nombre de patients sensibilisés Réunion d'équipe au terme de la réalisation d'une campagne Traçabilité des actes de prévention, notifications et partages avec les différents acteurs de santé

Outil de référence

/



Documents de référence

- Actualités - Cespharm
- Agenda des manifestations - Cespharm
- Développer la prévention en France - ONP
- Code de déontologie - Édition de juillet 2009

