

C.13 Mise en place d'un nouveau service

Pharmacie :

Personnaliser l'en-tête

Les étapes qui suivent résument les points clés à mettre en œuvre dans le cadre d'un projet d'accompagnement du patient (par ex. : suivi des patients sous anticoagulant,, bilan partagé de médication, vaccination antigrippale...)

Pré-projet

- ☐ Identification de la thématique d'accompagnement envisagée
- ☐ Identification des enjeux de santé (quel intérêt pour les patients ?)
- ☐ Repérage de la patientèle concernée (patients concernés par la thématique ? En quelle proportion ?)
- ☐ Examen approfondi du cadre réglementaire (service conventionné ? Activité autorisée au pharmacien ? Dans son champ de compétence ? Sans empiéter sur les activités de autres professions de santé ?)
- ☐ Prévisionnel des ressources à allouer (en temps, en qualification et en matériels)
- ☐ Identification des sources de rémunération directes (paiement de la prestation par l'assurance maladie par exemple) et indirectes (ventes de produits par exemple) et des modalités de facturation
- ☐ Recueil de la documentation et des procédures existantes (CESPHARM, AMELI, ANSM, HAS...)

Formation

- ☐ Analyse des obligations de formations
- ☐ Plan de formation (Quels collaborateurs ? Quand ? En interne ou en externe ? En présentiel ou en e-learning ?)
- ☐ Sélection d'un organisme de formation répondant aux objectifs et aux obligations identifiés
- ☐ Réalisation de la formation
- ☐ Validation des connaissances acquises & transmission synthétique aux autres membres de l'équipe

Ressources matérielles

- ☐ Espace de confidentialité disponible pour recevoir le patient
- ☐ Présence des matériels et consommables nécessaires (en fonction des thématiques)
- ☐ Présence des outils informatiques nécessaires

Organisation fonctionnelle

- ☐ Définition des critères et des méthodes de recrutement des patients
- ☐ Organisation temporelle (plages de rendez-vous, durée des entretiens, nombre de rendez-vous...)
- ☐ Désignation des collaborateurs en charge de la démarche (répartition des tâches)
- ☐ Méthodologie de l'accompagnement (par ex. définir les étapes du déroulé de l'entretien)
- ☐ Méthodologie administrative (quelles sont les traces à conserver et les déclarations officielles à effectuer)
- ☐ Information vers les professionnels de santé (Qui ? Quoi ? Quand ? Comment ?)
- ☐ Création / utilisation des supports destinés à l'accompagnement des patients
- ☐ Réunion d'équipe pour sensibiliser l'ensemble des collaborateurs aux enjeux de la démarche, valider les modalités de recrutement des patients et présenter l'organisation pratique

Information vers la patientèle

- ☐ Elaboration des contenus pour informer la patientèle
- ☐ Ciblage des canaux de communication (affiches, flyers, écrans, discours au comptoir...)



Sous-thème :
3.1 Stratégie de services

Principes :
Principe 16 : Missions et services proposés à l'officine

C.13 Mise en place d'un nouveau service

Pharmacie :

Personnaliser l'en-tête

> Commentaires pour un bon usage

Analyse préalable de potentiel et de faisabilité

Avant de s'engager dans un projet d'accompagnement de sa patientèle sur une thématique donnée, il est fondamental que le titulaire s'interroge attentivement sur la pertinence de celle-ci. Plusieurs critères doivent être vérifiés en amont pour s'assurer de la validité du projet

- Adhésion et réceptivité des patients
- Enjeux de santé
- Disponibilité des ressources (humaines et matérielles)
- Viabilité économique
- Contraintes administratives

Information vers la patientèle

Tout projet d'accompagnement doit impérativement être soutenu par de la communication au sein de l'officine.

Il est fondamental que les patients bénéficient d'une information claire et visible. Le recours à des **supports de présentation** de la démarche d'accompagnement s'avère indispensable (brochures à remettre, affichage, communication sur les écrans...).

- « Le pharmacien est libre de communiquer au public ou à des professionnels de santé, à des fins éducatives, sanitaires ou sociales, des informations scientifiquement étayées sur des questions relatives à son activité professionnelle ou à des enjeux de santé publique. Il formule ces informations avec tact et mesure, dans le respect des obligations déontologiques et se garde de présenter comme des données acquises des hypothèses non encore confirmées. » (Art. R. 4235-39 du CSP)
- « Le pharmacien est libre de communiquer au public, par tout moyen, y compris sur un site internet, des informations de nature à contribuer au libre choix du pharmacien, relatives notamment à ses compétences, à son parcours professionnel et aux conditions de son exercice » (Art. R. 4235-40 du CSP)

Les éléments clés de la communication vers les patients, le discours au comptoir doit être travaillé avec l'ensemble de l'équipe lors d'une réunion.

Information vers les professionnels de santé

Dans un souci de transparence et afin d'optimiser la coopération interprofessionnelle, il est conseillé de **systématiquement prévenir les autres acteurs de santé** en lien avec le patient de la démarche. Cette information a plusieurs finalités :

- Développer la compréhension du rôle de l'officine dans la chaîne de santé
- Identifier les possibilités de coopération
- Améliorer la continuité du suivi des patients

Références :

Code de déontologie

