Pharmaplanet N° 1054

<http://www.pharmaplanet.be/fr/node/31840?token=UVjRsYLqRaNHvGUPkuvU&utm_campaign=1115161331&utm_content=1007532029893&utm_medium=email&utm_source=Emailvision>

Carte Blanche: Santé et pharmacie : un avenir à construire en préservant les fondamentaux

30/01/2015 - 02:53



**CARTE BLANCHE**

**Mr. Yvan Verougstraete**

***Administrateur-délégué de Medi-Market***

Contrairement à ce que certains ont voulu faire croire ces dernières semaines, le changement n’est pas synonyme de menace mais plutôt d’évolution. Les acteurs de la santé ont en mains tous les éléments pour faire évoluer la manière dont sont distribués les produits de santé, et ce au bénéfice du plus grand nombre de personnes. Encore faut-il un peu d’audace – et peut-être un soupçon de naïveté – pour sortir des sentiers battus et proposer une nouvelle perspective à cette merveilleuse profession. Depuis le lancement de M-M Pharmacie et de M-M Parapharmacie, il y a deux mois, de nombreuses questions ont été soulevées. C’est tout à fait compréhensible.

Permettez-moi d’y répondre et d’expliquer comment ce projet longuement mûri, tente de répondre aux attentes actuelles en respectant les règles de déontologie et en replaçant le métier de pharmacien au centre de cette activité.

**Le patient, le consommateur de demain n’est pas celui d’aujourd’hui**

Quand le Professeur Yannick Biot (UCL) explique à ses étudiants que le consommateur de demain n’est pas celui d’aujourd’hui, il met le doigt sur le nœud de la question. Si le mode de fonctionnement du métier a évolué, c’est aussi le cas des besoins des patients et des consommateurs. Un besoin accru de conseils et d’informations médicales fiables, un pouvoir d’achat en berne ou encore une importance croissante donnée à la prévention de la santé, au bien-être ou aux soins de la personne, pour ne citer que quelques exemples. Face à ce genre d’évolutions, les professionnels ont deux options. La première : se contenter d’observer et continuer à fonctionner comme ils l’ont toujours fait en espérant que cela n’impacte pas trop leur situation individuelle. La seconde : se remettre en question et chercher une manière de mieux répondre à ces nouveaux modes de fonctionnement.

Les pharmaciens n’ont évidemment pas attendu notre arrivée pour se poser ces questions. Notre projet veut participer à ces efforts en vue d’anticiper les mutations en cours. C’est notre audace, notre fierté. Qui aurait pensé que les avancées scientifiques provoqueraient une telle révolution des besoins et attentes, et ce dans tous les domaines ? Les exemples sont légions.

Pour répondre à ces évolutions, M-M Pharmacie et M-M Parapharmacie visent deux objectifs  différents mais complémentaires:

·         D’une part, revaloriser le rôle du pharmacien, acteur de santé, en lui offrant un environnement dans lequel il peut se concentrer à plein temps sur le cœur de son métier, c’est-à-dire : le conseil, le contrôle et le suivi médical. Nous sommes par ailleurs convaincus qu’il est possible d’élargir son champ de compétences en lui confiant de nouvelles responsabilités. C’est ce que nous avons voulu faire en créant une pharmacie « purement » médicale ;

·         D’autre part, proposer un choix suffisamment large de produits de prévention, de soins et de bien-être de qualité pour mieux rencontrer les besoins individuels des consommateurs dans un cadre professionnel. Pour pouvoir répondre à tous les types de questions que se posent les consommateurs nous avons rassemblé une équipe pluridisciplinaire avec un large éventail de connaissances et de compétences dans des domaines bien spécifiques (nutrition, phytothérapie, diététique, dermatologie, etc.).

Nous sommes convaincus que cette double approche nous permettra – tout en respectant la déontologie- de nous mettre en position pour (a) concurrencer les officines « mamouth » installées dans le Nord de la France et les groupes étrangers voulant s’installer en Belgique et (b) éviter que des produits de qualité ne soient accaparés (voir dénaturés) par la distribution classique n’offrant ni conseil ni contrôle.

**Une approche complémentaire aux officines « traditionnelles »**

Nous ne voulons pas remplacer les pharmacies de proximité. Rien ne remplacera le lien personnel noué par les pharmaciens  avec le patient qui franchit la porte de l’officine, ni l’expertise développée par certains dans des domaines pointus. Et les patients le savent.

Notre vocation est de nous développer de manière complémentaire. Nos officines doivent préserver ce lien, cette déontologie, cet espace comme lieu où le patient sait que la pharmacie ne sera jamais banalisée ou réduite à un produit commercial.

Parallèlement,  au niveau de la parapharmacie, nous avons la volonté de développer  un véritable métier professionnel au bénéfice des consommateurs mais dont le monde de la pharmacie profitera également. De nombreuses études ont  démontré que, alors que les parapharmacies proposent les produits avec le meilleur rapport qualité-prix,  les Belges (contrairement à ce qui se passe en France par exemple) n’ont pas nécessairement le réflexe d’y acheter leurs produits de soins … mais choisissent principalement les grandes surfaces (ou les parfumeries). C’est cette tendance que nous voulons aider à renverser.

En offrant une meilleure alternative pour les produits de soin et de prévention de qualité à un prix raisonnable, c’est toute la société qui y gagne : le patient, la sécurité sociale et par conséquent, toute la population – et ce, sans que la qualité ou les règles de sécurité des patients ne soient remises en cause.

Ce projet tente de trouver une solution pour répondre aux nouvelles attentes des patients et des consommateurs. Cela reste un projet pilote et dès lors nous avons un devoir d’humilité mais nous espérons éprouver ce concept et finalement, pourquoi pas, inspirer la profession et son évolution. Nous serions très intéressés de collaborer avec l’ensemble des acteurs et espérons ainsi nouer un dialogue constructif en ce sens.

***Yvan Verougstraete, administrateur-délégué de Medi-Market***

*Les opinions exprimées dans cette carte blanche* *n'engagent que* *l'auteur* *et ne reflètent pas nécessairement l'opinion de la rédaction.*