

Un hangar... et une pharmacie

Il était annoncé aux pharmaciens comme un « cadeau » de Noël avant l'heure. Il est aujourd'hui une réalité : le méga supermarché de la santé, proposant des produits parapharmaceutiques, a ouvert ses portes à Gosselies (Charleroi). Nous avons joué les clients mystères dans ce lieu baptisé Medi-Market Parapharmacie... | Désirée De Pool

Le nouveau Medi-Market est décentré, situé en bordure d'une route fréquentée et entouré d'autres enseignes commerciales. Mediamarket est son voisin. Selon le communiqué de presse, Medi-Market, c'est 1000m² dédiés aux produits de santé, de beauté, de soins. Le plus vaste choix existant sur le marché, accompagné des conseils de spécialistes et affichant les meilleurs prix du secteur. Medi-Market assure que le client bénéficiera de davantage de qualité et d'efficac-

ité, sans toutefois payer plus cher les quelque 7.000 références en maquillage, cosmétiques, soins dermatologiques, capillaires, etc. Bref, l'offre la plus complète du pays en parapharmacie. Nous ne les avons pas comptés, mais le hangar, aussi grand que haut, proposait bien tous ces produits classés en cinq grandes catégories : alimentation et régime, médicaments naturels, cosmétiques, maman et bébé et bandagisterie. A chaque détour du magasin, on trouve aussi des 'digital talkers' qui

dispensent des conseils. Quatre collaborateurs sont également présents, prêts à vous guider.

Nous en profitons pour tester notre cheval de bataille : la glucosamine. Des rayons entiers vantant diverses préparations. Je me retrouve avec un emballage entre les mains. C'est bien gentil, mais la question essentielle est passée sous silence : et si je suis allergique aux crustacés ?

Impressionnant aussi, ces nombreux tests

à pratiquer soi-même, avec ou sans aide (en fonction de votre demande). Dans la brochure reçue à l'entrée, nous apprenons que nous pouvons acquérir quatre auto-tests : l'un pour déterminer son profil diabétique, un autre pour le cholestérol, un troisième pour le stress oxydant et les radicaux libres et enfin, un dernier pour l'hématocrite. Et en plein milieu du magasin, un test pour connaître son type de peau. On trouve également chez Medi-Market de l'aromathérapie, des noyaux

La menace du prix ?

Les pharmaciens craignent surtout que les prix pratiqués dans ce supermarché de la santé ne soient pas concurrentiels. Nous avons pris note de quelques produits et de leurs prix.

Produit	Prix public conseillé	prix grande surfaces	prix pharmacie on-line
Nestlé Nutrilon 1	16,49 €	13,99 €	14,38 €
Avène lotion micellaire 400 ml	19,5 €	14,5 €	15,61 €
Liérac Demaq, 200 ml	16,5 €	14,52 €	14,4 €
Chondrosan Forté Farma 3 mnd	48 €	40,8 €	43,2 €
Bio-Rhumal Forte 180 tablettes	58,95 €	52,6 €	52,61 €
Dafalgan Forte 1 gr 50 comp	12,33 €	7,99 €	non disponible

OPINION

Une grande surface remplie de parapharmacie...

Ces dernières semaines, plusieurs articles ont été publiés dans différents journaux sur ce nouveau supermarché de la pharmacie qui s'est implanté sur le Zoning commercial de City Nord à Gosselies | Prof. Yannick Biot (UCL)

La « nouvelle gazette » du 11 décembre a même publié une publicité de cette « grande surface » avec un bon d'achat de 10 € pour tout achat de 50 €.

Certains d'entre vous ont sans doute pris peur à la lecture de ces articles, d'autres ont peut-être été défaitistes... Alors que pouvez-vous faire face à ce genre de nouvelles ?

1° Prendre conscience et analyser votre situation sereinement.

• Ce type de magasin ne va pas tuer l'officine « habituelle ». C'est avant tout un concurrent direct des « Lu », « Di » et autres surface commerciales de même type. Ce type de canal de distribution a beaucoup d'avantages mais, sans doute aussi, beaucoup d'inconvénients.

2° Que peut-on « prendre » comme idées positives ?

• Certainement l'optique « communication ». Quand je donne cours aux étudiants en pharmacie de l'UCL, je leur dis chaque année que le consommateur de demain n'est pas celui d'aujourd'hui. Quand j'étais sur les bancs de l'université, internet devenait « populaire » dans les universités uniquement à des fins de recherche et je sauvegardais mes données sur une

disquette en plastique. Aujourd'hui les informations sont dans le Cloud et j'ai une clé USB. La communication de votre conseil suit cette voie du changement.

Il y a déjà 3 ans, j'expliquais aux étudiants que s'ils désiraient toucher les jeunes ménages, les adolescents, les jeunes cadres dynamiques... bref, la catégorie 15 - 40 ans, l'usage de tablettes était tout indiqué dans une officine. Communiquer sur une pathologie via une tablette interactive ou via un document papier est très différent et s'adresse à des publics très différents.

Aujourd'hui, si vous voulez communiquer avec les patients de demain, vous devez réfléchir à quels moyens employer. La tablette est certainement une bonne idée... tout comme les lettres d'information mail, ou les sites internet, ou... Bref, les moyens de communication actuels.

• Le conseil aussi...

A partir du moment où le « client-patient » pourra obtenir une multitude d'informations dans l'espace de vente « type supermarché », il sera encore plus étonné de ne pas recevoir cette information chez son pharmacien de quartier.

Les enquêtes de test achat santé ont plusieurs fois mis en exergue le manque

de conseil donné dans les officines qu'ils avaient visitées. Imaginez ce qui pourrait se passer si, dans une future étude, il ressortait que les conseils donnés dans « une grande surface du médicament » étaient meilleurs que ceux donnés « chez le pharmacien lambda ». L'obligation de formation est évidemment un pas dans la bonne direction, mais, soyez-en certains, un pas insuffisant. Le patient doit bien sûr recevoir une information scientifique de pointe. Incompatibilité entre produits, contre-indications, allergies... doivent être connus par le pharmacien et expliqués systématiquement au patient. Mais le patient attend bien plus de son pharmacien... du conseil ! J'ai mal de tête... que me conseillez-vous ? Je tousse... quel produit me soignera ? Et c'est, ici, toute l'équipe officinale qui doit être formée aux pathologies de saison et aux produits qui y sont associés. Comment prend-t-on tel sirop ou telle vitamine ? Puis-je donner ma vitamine habituelle à mon enfant en examens ? Bref, des informations très simples et parfois même très éloignées de l'aspect scientifique de votre métier.

Et quand je parle de conseiller un produit... on ne peut conseiller que ce que

l'on connaît et dont on est convaincu de l'efficacité. Pour le produit de saison (toux, crèmes solaires, vitamine, produits anti-poux...), il est donc important que vous, mais surtout votre personnel, les aient testés eux-mêmes. Il en va de même pour les produits de parapharmacie. Et pour les produits médicamenteux, il est important que vous, pharmacien, puissiez partager avec votre équipe officinale, le retour que des patients et des médecins vous ont donné sur l'efficacité de ces produits. Ainsi chacun pourra être convaincu du bien-fondé du conseil prodigué. Et ce que nous renseigne ce nouveau type de canal de distribution est que ce conseil doit être « structuré », et communiqué par tous de la même manière. C'est souvent ce manque de structure dans la communication qui frappe dans les officines.

3° Que peut-on faire... dans l'immédiat ? Peut-on se battre contre ?

• Bien sûr. La loi prévoit déjà un ensemble de mesures permettant de vous protéger des excès qui pourraient être rencontrés. Peut-on faire une publicité agressive pour une officine ? L'ordre a déjà répondu non plusieurs fois à cette question. Mais bien sûr, l'ordre n'est pas la police... il n'agira que s'il a connaissance du problème. La meilleure façon d'en être certain est, sans doute, de leur expliquer ce que vous pensez être problématique par courrier.

L'inspection de la pharmacie veillera aussi à ce que tout ce qui doit, légalement, être respecté dans une officine le soit.

de cerises, des bouquins... Une gigantesque droguerie en somme...

Mais la discussion porte ceci : ce magasin va-t-il dépendre ou non d'une véritable pharmacie? Le débat n'a plus lieu d'être puisque de pharmacie, il en est bien question. La parapharmacie est séparée de l'officine par un mur en verre. L'entrée est gardée par un vigile et des pharmaciens qualifiés évoluent dans cet espace où des médicaments soumis à prescription peuvent également être réclamés. La pharmacienne en service dans la Medi-Market Pharmacie m'assure qu'il s'agit d'une « pharmacie tout à fait normale avec tous les services qu'une pharmacie normale doit et peut fournir au client ». Au beau milieu de cette pharmacie trône un affichage géant vantant la promotion du mois... un médicament vendu en gros. Un médicament en vente libre, soumis à des mesures particulières et qui doit être signé par le patient...

Dans sa réponse aux questions parlementaires, la ministre De Block a déclaré que Medi-Market satisfaisait à toutes les exigences légales. ♦

Et la loi sur l'implantation des officines peut aussi être une bonne assurance contre une concurrence trop féroce à votre porte.

Ainsi, en cas de fusion de deux officines de la même commune ou de commune limitrophe, plus aucun concurrent ne peut s'implanter dans un rayon de 1,5 kilomètre autour de l'officine subsistante durant une période de 10 ans. Il serait peut-être intéressant que les pharmaciens de Liège, Bruxelles, Anvers et Gand se posent la question de savoir si un léger investissement d'un « numéro APB » ne serait pas intéressant pour contrer ce genre d'implantation? Ou si la mise en commun de deux officines moyennes pour en faire une grosse officine capable de se battre face à ce nouveau concurrent ne serait pas une solution. Mais cela va impliquer que les pharmaciens se parlent, échangent, mettent des moyens en commun, se remettent en question... et mettent en place les changements qui leur permettront, encore longtemps, d'être cette profession reconnue comme étant de confiance par l'essentiel de notre population.

Finalement, le plus grand avantage de cette nouvelle implantation, aura peut-être été de réveiller la profession... et le plus grand danger ne serait-il pas de ne pas y réagir? ♦

FRANCE

Confirmation du numerus clausus pour les pharmaciens

Le numerus clausus est fixé à 3.097 pour les étudiants en pharmacies, a annoncé le gouvernement français. L'Hexagone compte 38 facultés de pharmacie, qui doivent se partager le gâteau. | Marie Collin

Le plafond fixé n'est pas uniquement valable pour le continent. Les colonies d'Outre-mer sont aussi assujetties au numerus clausus. Il ne fonctionne pas comme en Belgique. Là-bas, tout le monde peut entamer la première année, au terme de laquelle le barrage est établi. La plupart des étudiants qui peuvent poursuivre leurs études le font à Paris. La capitale compte six facultés de pharmacie

qui acceptent 480 étudiants de deuxième année. Les chiffres autorisés Outre-mer sont presque ridicules. La Corse (300.000 habitants) a droit à quatre étudiants, la Réunion (830.000) à six et la Polynésie française (227.000 habitants répartis en 128 îles) à trois. ♦

Le Quotidien du Pharmacien

PAYS-BAS

Rush sur les pharmacies

Le phénomène se reproduit chaque année : en décembre, on fait la file dans les pharmacies néerlandaises. Si janvier est particulièrement calme, décembre est un mois très dense.

| Désirée De Poof

En début d'année, les patients évitent la pharmacie mais en décembre, ils y font la file. Pourquoi? A cause de l'incertitude liée aux nouvelles conditions d'assurances et au risque couru. Les patients effectuent donc leurs achats en vitesse en décembre. ♦

NOUVEAU pour le
CHOLESTÉROL

Bons résultats
sur les taux de cholestérol !

Cholesfytol[®] plus

> LEVURE ROUGE DE RIZ 10 mg monacoline k
2^{ème} génération (min. 80% forme hydroxy-acide)
aide à contrôler le taux de cholestérol.

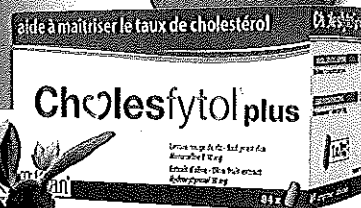
2 x plus

> EXTRAIT D'OLIVE
10 mg hydroxytyrosol
le plus puissant des antioxydants

CONSEIL D'UTILISATION
à partir de 18 ans :
1 comprimé par jour, le soir



BONNE
TOLÉRANCE
MUSCULAIRE!



Boîte de 84 comprimés : 32,50 €
CCK 3192-903

DISPONIBLE
EN PHARMACIE



TILMAN SA - Z.I. Sud 15 • B-5377 Baillonville • Tél. 084 320 360

Votre santé par les plantes

www.cholesfytol.be