

Aidants et dépendance → Groupements

Ce que nous apprennent les enseignes

Pour attirer les seniors qui, ne l'oublions pas, représentent 30 % de la patientèle d'une officine, et séduire les aidants qui les accompagnent au quotidien, de plus en plus de groupements imaginent des programmes ou des espaces qui leur sont spécifiquement consacrés. Explications.

Par Yves Rivoal, avec Fabienne Colin

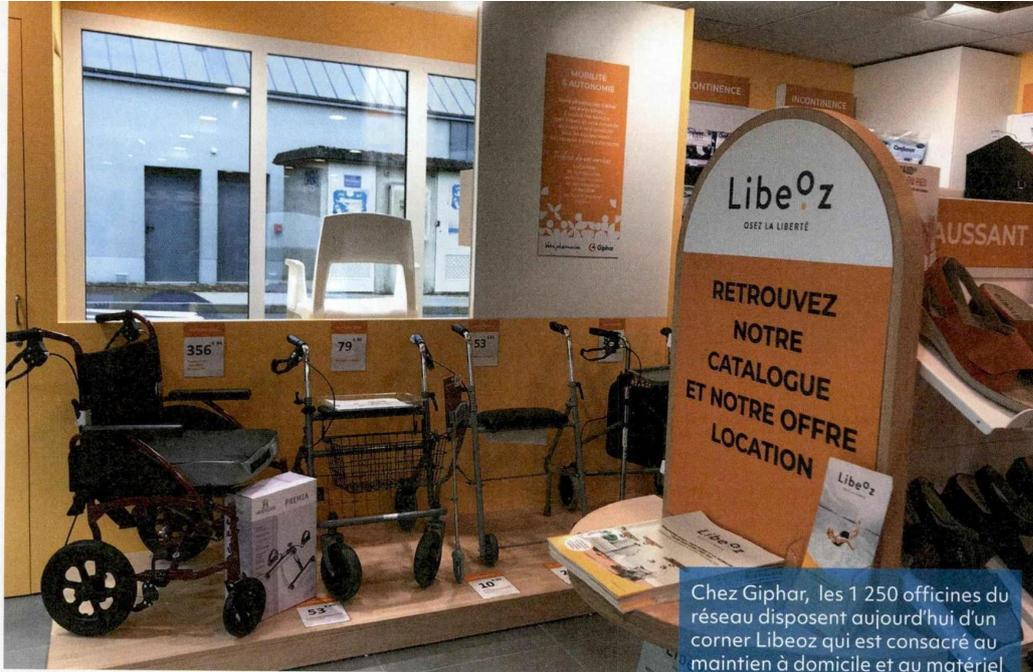
En 2025, 25 % des Français auront plus de 65 ans. Il est donc naturel que les seniors occupent une place centrale dans la stratégie de notre réseau. Et il est aussi de notre devoir, en tant que professionnels de santé, de leur apporter des services dignes de ce nom puisqu'ils sont la frange de la population qui a probablement le plus besoin des pharmaciens. » Cofondateur de Leadersanté, Alexis Berreby résume à lui seul les raisons qui incitent de plus en plus de groupements à se positionner sur cette typologie de clientèle. Ainsi, Pharmactiv (OCP) a développé l'offre de maintien à domicile (MAD) à 360° Betterlife, déclinée en linéaire, corner ou shop in shop. Présente dans 116 officines, elle revendique une croissance moyenne de son chiffre d'affaires de + 15,9 % (Source : Oospharm à fin février 2022), « soit 6 points au-dessus de l'évolution moyenne des ventes de petit matériel (hors location) dans l'ensemble des officines en France », se félicite Lila Ouagued, responsable formation et animation du réseau Pharmactiv. Réseau qui propose en outre des « rendez-vous santé » sur des thématiques comme l'arthrose ou le diabète. « Ces campagnes, qui durent six mois ont pour objectif

de sensibiliser patients et aidants à l'observance et de les orienter vers les bons contacts », confie Lila Ouagued. De son côté, Alphega Pharmacie multiplie les initiatives. « Nous leur proposons un accompagnement pour la vaccination contre la grippe saisonnière ou le Covid-19, la remise de kits de dépistage, des entretiens pharmaceutiques et des bilans partagés de médication dont certains se déroulent au domicile des patients », explique Sophie Rey, directrice du réseau.

Un lieu conçu autour de la séduction

Certains groupements ont fait le choix de développer des corners spécifiques. C'est le cas de Pharmodel Group avec son enseigne D Docteur en pharmacie et son concept « Vivre mieux ». « Dans cet espace qui fait en moyenne entre 15 et 20 m², les personnes âgées retrouvent tout ce qui a trait au matériel médical classé par indication : la toilette, la mobilité, le confort, etc., souligne Evelyne Bessières-Grosjean, directrice marketing et retail. Elles ont également accès à une offre en matière d'orthopédie, de diagnostic et de traitements, une





Chez Giphar, les 1 250 officines du réseau disposent aujourd'hui d'un corner Libeoz qui est consacré au maintien à domicile et au matériel médical.



Dans quelques mois, Pharmactiv déploiera Betterlife Aidants, un programme qui aura pour objectif de faciliter la vie de ces derniers.

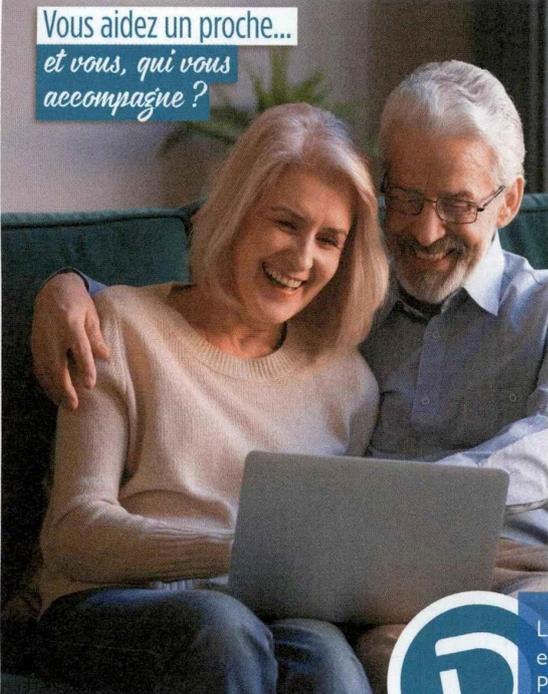


Pour répondre à la demande de ses affiliés souhaitant aller plus loin dans l'accompagnement des seniors, Leadersanté vient de lancer Medical Store. Ces magasins spécialisés dans le matériel médical, le maintien à domicile et l'orthopédie seront toujours installés à proximité d'une officine Leadersanté afin de capitaliser sur les synergies d'enseigne.



Le concept « Vivre mieux » de l'enseigne D Docteur en pharmacie de Pharmodel Group propose un espace de 15 à 20 m².





**Vous aidez un proche...
et vous, qui vous accompagne ?**

Kit de communication

Totem Aidants

Lot de 50 dépliants Aidants
À distribuer à vos clients

Pack Aidants avec :

- 4 Mobilis recto-verso
- Certification Pharmodel (diplôme)
- Bannière sur votre site web Pharmodel

Kit opérationnel Aidants avec :

- 30 auto-questionnaires
- 15 plans de suivi
- 1 carnet de rdv
- 1 affiche A4 PDV



ÊTRE UTILE AUX AIDANTS





Les 15 officines sous enseigne D Doctor en pharmacie et une centaine de pharmacies Pharmodel ont déployé le programme « Etre utile aux aidants ».

ÊTRE UTILE AUX AIDANTS Votre pharmacien est là pour vous écouter, vous conseiller et vous orienter !

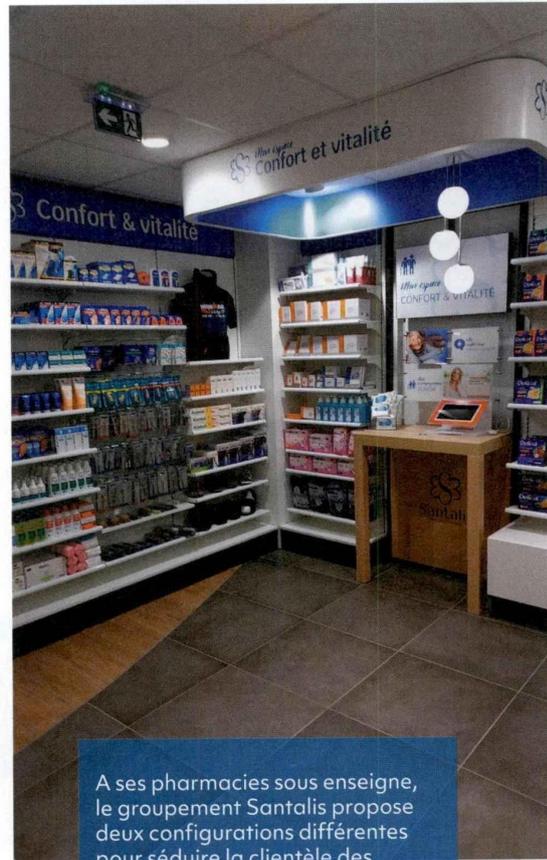
cabine de confidentialité étant aménagée à proximité pour les recevoir confortablement. » Couvrir tous les besoins des seniors, telle est l'ambition de Pharmactiv. « Dans des corners qui peuvent faire 9 m², 15 m² ou 25 m² et plus, nous déclinons avec Betterlife trois univers de vie : la mobilité, la salle de bains et la chambre, ces deux dernières pièces étant scénarisées comme dans les magasins Ikea pour se caler sur l'expérience client, confie Lila Ouagued. Les titulaires disposant de suffisamment d'espace peuvent, s'ils le souhaitent, y ajouter la cuisine et le salon. » En ce qui concerne les résultats, l'activité se répartit entre la mobilité (61 %), la salle de bains (21 %), la chambre (7 %), la vie quotidienne (6 %) et la cuisine (5 %). A ses pharmacies sous enseigne, le groupement Santalis propose deux configurations différentes pour séduire la clientèle des personnes âgées. « Pour les officines de petite taille, nous avons conçu avec Oxypharm, le prestataire de services à domicile (PSAD) du groupe Astera, un corner "Confort et vitalité". Celui-ci se matérialise par un totem en bois qui sert à la communication. Il est entouré par des rayonnages où sont exposés du petit matériel médical et de l'orthopédie », précise Oana Catalin Crépin, responsable marketing et communication. Aux adhérents qui désirent consacrer plus de 15 m² de surface aux seniors, le réseau propose l'aménagement de véritables showrooms, note Oana Catalin Crépin. De son côté, Evolupharm mise sur son imposant catalogue MAD et une force de vente dévouée au domaine pour aider ses affiliés à séduire la clientèle

des seniors. « Nous disposons en outre, au sein de notre filiale EvoluMAD, de trois établissements spécialisés dans la livraison et l'installation du matériel médical au domicile des patients pour le compte de nos pharmaciens dans une partie des Hauts-de-France et de la région parisienne », ajoute Pierre Lefèvre, directeur d'EvoluMAD. Chez Giphar, l'offre de MAD est regroupée sous la marque Libeoz (ex-Facilodom), présente chez tous les adhérents. Et ce, soit sous la forme d'un magasin attenant à l'officine avec un orthopédiste et détenu par le titulaire, soit sous forme de shop in shop ou encore de simples linéaires. L'assortiment comprend de l'orthopédie et du matériel de mesure à la marque Libeoz et d'autres gammes issues notamment de chez ABM Pharma (dont Giphar est actionnaire).

« La location se porte bien depuis le Covid-19 », confirme, sans livrer de chiffres, Benoît Fagiani, titulaire à Autun (Saône-et-Loire) et ex-président de la commission Libeoz. Médical Lafayette (Groupe Laf Santé) a pour particularité d'être une enseigne à part entière. La plupart des magasins (35 d'ici à fin 2022 et un objectif de 20 nouveaux par an) sont proches ou carrément adossés à une pharmacie Lafayette, en centre-ville. « Ces magasins génèrent un chiffre d'affaires annuel de 600 000 à 650 000 € en moyenne contre 450 000 € pour un magasin de matériel médical indépendant », confie Pascal Fontaine, directeur de l'enseigne, qui vise large avec un modèle qu'il qualifie de « *medical shopping* ». Autrement dit, le point de vente doit faciliter l'achat d'impulsion. L'offre (15 000 références sur un catalogue de 300 pages) comprend notamment des produits de marque de distributeur (MDD). D'ici à la fin de l'année, cette dernière sera enrichie avec des articles de l'incontinence lourde et des appareils de mesure (tension artérielle, notamment). Une carte de fidélité est en cours de réflexion. « L'enjeu, c'est désormais de travailler avec les prescripteurs sur des schémas d'accompagnement des personnes maintenues à domicile. C'est stratégique pour nous », ajoute Pascal Fontaine qui dispose déjà des espaces consacrés à cette activité, avec des consommables spécifiques (drap d'examen, par exemple).

Séduire les aidants

Signe des temps, certains groupements commencent à développer des programmes pour les aidants. C'est le cas de Pharmodel Group qui fait office de pionnier en la matière. « Nous travaillons depuis plus de dix ans avec le collectif *Je t'aide* et originellement avec l'Association française des aidants. Et nous projetons cette année de participer à la caravane de la Compagnie des aidants », note Evelyne Bessières-Grosjean. Au sein du réseau, les 15 officines sous enseigne D Docteur en pharmacie et une centaine de pharmacies Pharmodel ont déployé le programme « Etre utile aux aidants ». « Celui-ci comporte un volet formation en visio et en e-learning abordant tous les thèmes liés aux aidants : comment les détecter au comptoir, les accompagner, les orienter... », explique Evelyne Bessières-Grosjean.



A ses pharmacies sous enseigne, le groupement Santalis propose deux configurations différentes pour séduire la clientèle des personnes âgées, dont le *corner* « Confort et vitalité ». Celui-ci se matérialise par un totem en bois qui sert à la communication.

Le groupement a aussi conçu un kit opérationnel à leur remettre avec des autoquestionnaires, un plan de suivi et un carnet de rendez-vous. Le groupement Santalis a, lui, développé, en partenariat avec Oxypharm, Pharma. Relais, un dispositif d'accompagnement des aidants et des patients en perte d'autonomie. « Celui-ci comporte un volet audit et des tests de sécurité réalisés pièce par pièce au domicile de la personne aidée, confie Didier Giachetto, responsable marketing et développement d'Oxypharm. Les aidants se voient également remettre un catalogue papier, ainsi qu'un guide du financement qui recense les aides dont ils peuvent bénéficier. » Pharmactiv s'apprête de son côté à passer à la vitesse supérieure. « Dans le cadre de Betterlife, nous leur consacrons systématiquement depuis trois ans une campagne de sensibilisation, au moment de la journée nationale des aidants, rappelle Lila Ouagued. Dans quelques mois, nous déploierons Betterlife Aidants, un programme qui aura pour objectif de leur faciliter la



L'offre Médical Lafayette (15 000 références sur un catalogue de 300 pages) comprend notamment des produits de marque de distributeur (MDD).



vie, avec des solutions visant à améliorer le quotidien et la sécurité de la personne aidée, mais aussi à préserver leur propre bien-être... » De son côté, le réseau Pharmacie Lafayette a fait de l'accompagnement des aidants l'un de ses axes de développement prioritaires pour 2023. « Nous avons d'ores et déjà lancé nos premiers tests de bornes interactives qui permettront aux équipes officinales de réaliser des audits au comptoir, la première étape d'un process qui les conduira jusqu'au domicile de la personne

aidée pour y établir un diagnostic et optimiser l'ergothérapie des différentes pièces, annonce Pascal Fontaine, qui se veut résolument ambitieux. Demain, nos affiliés devront être en capacité d'accompagner les aidants et leurs proches avec de vraies réponses. C'est comme cela que nous parviendrons à replacer le pharmacien au cœur de son rôle de professionnel de santé de proximité, rôle qui a été préempté ces dernières années sur le MAD par les prestataires de santé à domicile. »