



## COMMUNIQUE DE PRESSE

### 12èmes Journées qualité de PHSQ : Relationnel, écoute, qualité de service, le tryptique gagnant à l'officine

#### 32 200 patients-clients expliquent comment ils choisissent leur officine

Pour la douzième année consécutive, un tiers des pharmacies engagées dans la démarche qualité ISO 9001-QMS Pharma® ont interrogé leurs patients-clients. Résultats : 32 137 réponses qui permettent de mieux comprendre les attentes des Français(es). Cette enquête, unique par son ampleur, révèle que le relationnel, l'écoute et la qualité de service sont à l'origine du choix des patients-clients. Trois critères qui sont au cœur de la démarche qualité prônée par l'association Pharma système Qualité (PHSQ) et que la digitalisation croissante des officines ne saurait remettre en cause.

**Paris, le 1<sup>er</sup> juillet 2024.** « Avec le relationnel (17,8%), l'expertise et le conseil (17,7%) sont les premières motivations pour venir dans une pharmacie. » Tel est le principal enseignement de la douzième enquête de satisfaction conduite, chaque année, par l'association Pharma Système Qualité (PHSQ) auprès des patients-clients des pharmacies engagées dans la démarche qualité ISO 9001-QMS pharma. Des résultats qui n'ont rien de surprenant, mais qui « ont le mérite d'être révélés pour la première fois, puisque PHSQ n'avait encore jamais cherché à connaître les raisons du choix des patients-clients », explique la présidente de l'association, Laëtitia Hénin.

Unique par son ampleur -32 137 réponses obtenues pour les deux tiers par la voie digitale (Tablette / SMS / Email / Réseaux sociaux / site / QR Code)-, cette enquête annuelle révèle également que les trois quarts des patients-clients viennent chez leur pharmaciens avant tout pour y trouver un médicament qu'il soit dispensé sur ordonnance (55 % des répondants) ou bien en OTC (19,5%, contre 18,9 % en 2022). « A l'heure où les usages en santé évoluent, se rendre en officine pour être bien conseillés et accompagnés sur les médicaments reste un réflexe, pour la majorité des français », affirme Laëtitia Hénin.

#### Ne pas négliger la e-réputation

Les services proposés en pharmacie n'en sont pas moins importants, puisqu'ils constituent la troisième motivation des patients-clients (17,2%) pour venir dans une pharmacie plutôt que dans une autre. Et ce qu'ils soient habitués ou non de la pharmacie. Les services d'accompagnement proposés en pharmacie demeurent d'ailleurs appréciés par les patients-clients.

Les tests de dépistage (angine, diabète, grippe, Covid) sont ainsi clairement considérés comme les plus utiles par près d'un tiers des répondants et la vaccination par près d'un quart d'entre eux. Ces nouvelles missions retenant au final beaucoup plus l'attention des patients-clients que les rendez-vous suivi de traitement et pour des actions de prévention (cités par moins de 10 % des répondants).

Et pour avoir des informations sur la pharmacie, les clients-patients déclarent les avoir trouvées sur le site web de la pharmacie (24,2 % des répondants), reçues par mail (23,9% des répondants) ou obtenues via des moteurs de recherche (19,4%). Quant aux réseaux sociaux, ils ne sont cités que par 12,9 % des répondants. « La pharmacie a tout intérêt à soigner son image sur la toile tant par l'actualisation de son site web, la diffusion d'informations fiables ou encore par la vigilance quant à sa e-réputation sur les réseaux sociaux », explique Justine Yeung coordinateur transverse de projets chez PHSQ.



## COMMUNIQUE DE PRESSE

### Méconnaissance de Mon espace santé.fr ?

Autre enseignement de cette enquête : le niveau des échanges entre médecin traitant et pharmacien est jugé suffisant par 50,3 % des répondants. Ils sont même 17,4 % à estimer que ceux-ci- « n'ont pas d'impact sur le suivi de leur santé » : seuls 14,8 % estimant qu'ils devraient être renforcés. Des chiffres qui démontrent combien il est important d'expliquer aux patients l'intérêt de l'interprofessionnalité.

A moins qu'ils ne reflètent le manque d'intérêt manifesté par les patients-clients pour la révolution numérique que constitue « Mon espace santé.fr ». Les moins de 20 ans et les plus de 70 ans sont en effet respectivement 53 % et 44 % à déclarer ne pas connaître ou avoir refusé d'en ouvrir un ; voire 18 % et 27 % à admettre connaître mais ne pas l'avoir activé. Quant aux trois autres tranches d'âge, aucune ne déclare avoir majoritairement activé cet espace numérique individuel : seuls 42 % des 21 à 34 ans, 45 % des 35 à 50 ans et 43 % des 51 à 70 ans l'ont ainsi fait.

### 9,2/10 de satisfaction globale

Ces chiffres reflètent sans doute aussi le choix de promouvoir une (r)évolution numérique sans avoir cherché à s'appuyer sur le réseau officinal. Nicolas Fauquet, directeur technique et scientifique de PHSQ, trouve ainsi « surprenant que les officinaux n'aient pas été davantage impliqués pour promouvoir Mon espace santé.fr alors qu'ils ont clairement pris le virage du numérique comme le démontre cette enquête à travers les moyens de collecter les informations et de faire connaître leur offre auprès des patients-clients ».

Sans compter que les Français apprécient particulièrement leur pharmacie et leurs pharmaciens, comme le démontre la note globale de satisfaction de 9,2/10 décernée par les répondants. Une note qui reflète aussi l'intérêt porté à la démarche qualité par les patients-clients, puisque 93,5 % des répondants ont déclaré être « sensible à l'engagement de la pharmacie dans cette démarche ». Et pour cause : les motivations pour venir dans une pharmacie -relationnel, expertise et conseil- sont les piliers de la démarche qualité prônée par l'association PHSQ.

### Pharma Système Qualité en quelques mots

Créée en 2009, l'association Pharma Système Qualité<sup>®</sup> (Loi 1901) a pour objectif de diffuser le plus largement possible auprès des pharmacies d'officines engagées les Bonnes pratiques d'organisation et de service aux patients et de les accompagner à une certification ISO 9001-QMS Pharma<sup>®</sup>. [www.pharmasystemequalite.com](http://www.pharmasystemequalite.com)

Cette approche collective permet de mutualiser efficacement les coûts, pour favoriser la plus grande accessibilité possible aux pharmacies, qu'elles soient indépendantes ou bien adhérentes d'un groupement et qu'elle que soit leur taille ou leur typologie. Les pharmacies engagées sont ainsi amenées, sur un programme d'accompagnement d'un an environ, à passer en revue leurs pratiques professionnelles et l'ensemble de leur organisation.

Véritable levier pour consolider et améliorer les pratiques de la pharmacie, l'association entend anticiper les évolutions de fond du métier. Dans cette optique, PHSQ anime, avec l'ensemble des parties prenantes engagées\*, la mise en œuvre d'une démarche de double certification basée sur le référentiel ISO 9001 (version 2015), norme internationale de référence pour le management de la qualité, et sur le référentiel métier QMS Pharma de bonnes pratiques officinales, d'origine suisse, et adapté à la pratique française.

*\* La démarche de certification ISO9001 – QMS Pharma<sup>®</sup> rassemble aujourd'hui 2 750 pharmacies indépendantes ou adhérentes de 18 Groupements d'officines : Alphega, Apothera, Apsara, Ceido, Coop APM, Essentiels Pharma, Giphar, Giropharm, Leadersanté, Magdaleon, Objectif Pharma, Optipharm, Pharmacie Référence Groupe, Pharmacorp, Pharmactiv, Pharmavie, Réseau Santé, Santalis.*

Contact presse : Bureau Ariane Prêtre / Relations Medias

Tel : 06 81 37 72 48 / [ariane.pretre@wanadoo.fr](mailto:ariane.pretre@wanadoo.fr)