

COMMENT AMÉNAGER LES ESPACES DE CONFIDENTIALITÉ ?

LES NOUVELLES MISSIONS DES PHARMACIENS IMPOSENT L'INSTALLATION D'ESPACES DE CONFIDENTIALITÉ DANS L'OFFICINE. TAILLE, AMBIANCE, DÉCOR... AUTANT D'ASPECTS ESSENTIELS POUR QUE LES PATIENTS SE SENTENT À L'AISE. EXPLICATIONS.

 Diane Cacciarella  Florian Peallat / Korus

Vaccinations, entretiens, dépistages, orthopédie, prise de tension, accompagnement diététique, etc. Pour que les patients profitent des nouveaux services de l'officine, il est essentiel qu'ils soient à l'aise. Et cela passe par l'installation d'espaces de confidentialité spécifiquement dédiés, bien séparés des autres activités de la pharmacie. « Ces salles ont pour objectifs d'instaurer le dialogue, à l'abri des regards. Il faut que ce soit de vrais salons de discussion et d'échanges, explique Laure Rivaton, responsable du cabinet de conseil en performance commerciale des officines Effygie. Si la superficie de la pharmacie est suffisamment grande, il convient d'attribuer plusieurs salles adaptées aux nouvelles missions, avec un minimum de sept mètres carrés par pièce ».

Deux cabines au minimum : l'une, « multifonction » ; l'autre, plus confidentielle

Dans l'idéal, le titulaire peut choisir d'installer quatre cabines, chacune dédiée à un type de mission : orthopédie, nouvelles missions au sens large, vaccination/tests et oncologie. « Il n'existe pas de règle absolue ou de recette miracle. On réfléchit à l'agencement des espaces de confidentialité en fonction de chaque pharmacie : superficie, intérêt pour

les nouvelles missions, souhaits du titulaire, etc, souligne Alain Viaud, président de CAP agencement. On recommande généralement deux cabines au minimum : l'une que j'appellerais "multifonction" dédiée à la vaccination, aux tests, aux entretiens pharmaceutiques, à l'oncologie... L'autre, plus confidentielle, pour l'orthopédie, la contention, l'incontinence, les prothèses mammaires et le matériel de location ». Mutualiser les usages donc pour optimiser les mètres carrés, mais en regroupant des missions qui vont ensemble.

Une ambiance « comme à la maison »...

Dans ces nouveaux lieux de prise en charge, les patients doivent se sentir bien. Pour cela, il convient de réfléchir à l'ambiance et à la décoration afin que ces espaces correspondent bien à l'esprit de l'officine. « Il faut intégrer des codes qui n'appartiennent pas forcément au monde de la pharmacie, le "comme à la maison", par exemple, qui est à la fois rassurant et chaleureux, estime Marion Foucault, architecte d'intérieur à la direction régionale Centre-Est de Korus, expert dans la conception et réalisation d'espaces professionnels et qui a également travaillé sur le concept de pharmacie. S'inspirer de la nature - coloris, matériaux, etc. - qui apaise et qui reste intemporelle et

“LORSQUE NOUS AVONS AFFICHÉ « VACCINATION » SUR LA PORTE DE LA CABINE PRÉVUE À CET EFFET, BEAUCOUP DE PERSONNES NOUS ONT DIT : AH BON, VOUS FAITES ÇA ICI ? LA SIGNALÉTIQUE SERT AUSSI À INFORMER ET FAVORISE LE DIALOGUE.”

Sylvie Ortilon, pharmacienne titulaire en Seine-et-Marne (77)

probablement éviter les codes du "supermarché" ». Créer des salles chaleureuses et qui n'aient donc pas l'aspect d'un cabinet médical. Pour favoriser cette atmosphère, mieux vaut opter pour des couleurs chaudes, du mobilier en bois, une ou deux plantes vertes, une lumière tamisée et, pourquoi pas, une musique douce pour apaiser les patients.

... pour se démarquer de la concurrence

Il est aussi recommandé d'investir dans du mobilier confortable et de bien le disposer :



▲ L'agencement d'un lieu confidentiel est nécessaire pour mettre en confiance les patients.



▲ Selon la superficie de la pharmacie, des espaces particuliers, accueillants et chaleureux peuvent être créés.

des chaises côte à côte par exemple - au lieu de face à face - pour favoriser la proximité et libérer la parole. « *Rendre ces espaces beaux et attractifs est nécessaire. Et travailler la décoration en fonction des missions prévues par salle, comme des têtes avec différentes perruques pour la salle oncologie, peut aussi être intéressant* », détaille Laure Rivaton. *Plus l'espace est grand et plus il convient de rajouter des éléments favorisant le confort. Il peut s'agir d'un lit pour faire allonger un patient, des magazines d'information, des tableaux et des cadres, du matériel de soin en cas d'urgence, un défibrillateur, etc. L'important est de se distinguer afin que le client privilégie sa propre pharmacie* ».

Enfin, si cela est possible, n'hésitez pas à positionner des fauteuils d'attente dans l'officine pour que les patients soient installés confortablement avant d'être pris en charge.

Créer de la confidentialité dans les petites pharmacies

Même s'il est plus aisé d'intégrer ces nouveaux espaces au sein de grandes pharmacies, cela n'est pas impossible pour les petites. « *On doit réorganiser les espaces en fonction des priorités* », développe Alain Viaud. *On peut, par exemple, rogner les espaces accessibles à la clientèle ou sur le*

back-office pour installer les deux cabines ». Et, plus l'espace est restreint, plus il doit être rangé et, évidemment, ne pas servir de pièce de stockage. Soigner la décoration, les petites attentions envers le patient comme une fontaine à eau et des gobelets voire de la tisane. Enfin, pour la cabine plus intime, il est préférable de la positionner vers les zones plus froides de l'officine - qui sont moins fréquentées - pour renforcer l'idée de confidentialité. « *L'objectif, même si l'espace est petit, est de bien accueillir le patient et de lui donner de l'attention pour qu'il soit dans de bonnes dispositions* », souligne Laure Rivaton. *La présentation, l'accueil et la considération sont les maîtres mots de la fidélisation* ».

L'importance de la signalétique

Toutes les missions proposées par les pharmaciens ne sont pas forcément connues des patients. Aussi, les guider par une signalétique efficace est nécessaire. « *Elle démarre à l'extérieur de la pharmacie et se poursuit dans l'ensemble de l'espace* », assure Marion Foucault. *Les pharmaciens peuvent choisir de la décliner de façon physique, digitale, ou les deux !* ». Sylvie Ortilon et Marion Foenix ont déménagé leur officine il y a quelques mois pour mieux répondre aux nouvelles missions de la profession. Désormais installées en zone commerciale, elles disposent

de 340 m²... Elles ont ainsi pu installer deux cabines : l'une, dédiée à la vaccination, aux entretiens pharmaceutiques et aux tests antigéniques ; l'autre, plus confidentielle, pour l'orthopédie, les prothèses mammaires et le matériel de location. « *Lorsque nous avons affiché "vaccination" sur la porte de la cabine prévue à cet effet, beaucoup de personnes nous ont dit : ah bon, vous faites ça ici ?* », explique Sylvie Ortilon, pharmacienne titulaire en Seine-et-Marne. *La signalétique sert aussi à informer et favorise le dialogue* ». Un atout majeur pour que les patients identifient de mieux en mieux leur pharmacien comme un acteur de santé à part entière.

Un investissement sur le long terme

« *Pour beaucoup de missions du pharmacien, il n'existe pas d'avantage financier direct : souvent, il s'agit de conseil gratuit ou mal rémunéré* », assure Alain Viaud. *Mais c'est un investissement sur le long terme car les patients vont progressivement s'habituer à se rendre d'abord en officine quand ils ont un problème de santé ou besoin d'un conseil, surtout dans le contexte de désertification médicale que connaît la France* ». Proposer ces missions ? Une façon pour le pharmacien de se recentrer sur son cœur de métier et de réaffirmer son rôle désormais indispensable dans le parcours de soins. •

CABINES DE TÉLÉCONSULTATION

Exemple avec Leadersanté Clinic

« *Pour toutes les officines Leadersanté, nous avons créé un nouveau concept : Leadersanté Clinic. Il s'agit d'un concept d'espace dédié permettant au pharmacien de pratiquer sereinement les nouvelles missions. Pour les officines qui souhaitent réaliser des travaux, nous conseillons a minima deux salles : une salle de téléconsultation et une autre salle pour les actes* », explique Samuel Tordjman, cofondateur du groupement Leader Santé.

De plus en plus de pharmacies se dotent de cabines de téléconsultation. Plutôt simples à installer et faciles d'utilisation, elles sont un atout pour les pharmacies, surtout celles situées dans des déserts médicaux. Ainsi, les patients savent qu'ils trouveront toujours une réponse à leur problème en officine : soit avec le pharmacien, soit avec une téléconsultation.

