

Une nouvelle campagne sur le cancer pour Giropharm

Après une campagne menée en 2017 sur l'accompagnement des patients de l'hôpital à l'officine, le groupement Giropharm déploie en mai 2018, en partenariat avec le laboratoire Biogaran, un nouveau dispositif destiné à mettre en valeur le rôle des officinaux dans les soins de support et le soutien quotidien aux patients atteints d'un cancer. « Je parle facilement des choses difficiles avec mon pharmacien », peut-on lire sur les kakémonos et chevalets en vitrine, sur les affiches de comptoir et les brochures de



25 pages apportant des conseils, notamment sur la gestion des effets secondaires. Pour l'équipe, une brochure vidéo « Cancer et nutrition » permet de s'informer à travers dix films ludiques qui permettront d'adapter les réponses aux profils des patients.

Cette campagne 2018 officialise par ailleurs le lancement de la « Patient Box Giropharm », imaginée par une titulaire. Cette box contient des conseils pratiques, une liste de contacts essentiels à l'hôpital et en ville, des livres, magazines et échantillons de produits adaptés. LAURENT LEFORT

SERVICES

Pharm'Exco, l'évaluateur de performances

Le réseau de cabinets d'experts-comptables Exco (23 structures régionales) lance à l'échelle nationale « Pharm'Exco », un site conçu pour les pharmaciens d'officine et plus largement les professionnels du secteur pharmaceutique (banquier, transactionnaire, avocat...). Testé avec succès dans une région pilote (Nouvelle-Aquitaine) auprès de 200 pharmaciens, ce site aide le chef d'entreprise à avoir une meilleure visibilité de son activité (tableaux de bord chiffrés mensuels regroupant les principaux indicateurs de performance, statistiques annuelles, analyses sectorielles par zone d'activité, évaluation de l'activité par rapport au marché national et régional). Grâce aux données accessibles en

mode nomade (consultation sur smartphone) et en temps réel, le pharmacien peut aussi prendre des décisions stratégiques et opérationnelles plus facilement en fonction des actualités et aléas de sa région (par exemple, une épidémie). Avantage : par le biais de son espace personnel, le pharmacien peut échanger avec son conseiller Exco, accéder à ses documents personnels et à des liens utiles, décrypter l'actualité et profiter d'avis d'experts.

L'approche locale étant privilégiée, trois grandes régions (Grand-Ouest, Sud-Est et Nord-Est) ont été retenues pour le lancement national de ce service numérique.

FRANÇOIS POUZAUD



PHR lance « Ma carte santé »

Les habitudes ont la vie dure. Luttant à sa manière contre le contexte historique de gratuité pour les services dispensés à l'officine, Pharmacie Référence Groupe (PHR) lance des cartes santé aidant à faire connaître au public la possibilité de pouvoir réaliser à l'officine une consultation personnalisée et confidentielle avec un professionnel de santé, de bénéficier en appui de fiches conseils et de pouvoir profiter d'une réduction sur ses achats, le tout au prix de 25 euros. Les quatre premiers thèmes proposés sont la grossesse, la jeune maman, la diététique et le diabète. LAURENT LEFORT

DR

Le Moniteur des pharmacies

Cahier 1 • N° 3225 du 12 mai 2018

lemoniteurdespharmacies.fr



Bilans de médication

Médecins et infirmiers ouvrent l'œil

Nouveaux médicaments



Tresiba
Insuline
basale

Services

Moniteur Expert
Le règlement
général sur
la protection
des données

L'équipe



Management
Du bon usage de
la contestation
en officine