Université de Bourgogne

UFR des Sciences de Santé

N° de thèse :

THÈSE

Présentée
à l'UFR Sciences de Santé
de Dijon

pour l'obtention du Diplôme d'État
de Docteur en Pharmacie

soutenue publiquement le 1er octobre 2021

par

RICHALET Lucie

Née le 18/09/1997 à Bar sur Aube

LA PLACE DU CLICK & COLLECT EN PHARMACIE D'OFFICINE ET SON INTERET POUR LE PATIENT

JURY : **Mme CHAMBIN Odile** **(Président)**

Mme BAYARD Chloé **(Directeur)**

Mr GUERRIAUD Mathieu **(Membre invité)**

Université de Bourgogne

UFR des Sciences de Santé

Circonscription Pharmacie

AVERTISSEMENT

Ce document est le fruit d'un long travail approuvé par le jury de soutenance et mis à la disposition de la communauté universitaire élargie.

Il est soumis à la propriété intellectuelle de l'auteur.

Ceci implique une obligation de citation et de référencement dans la rédaction de vos travaux.

D'autre part, toutes contrefaçons, plagiats, reproductions illicites encourt une poursuite pénale.

De juridiction constante, en s'appropriant tout ou partie d'une œuvre pour l'intégrer dans son propre document, l'étudiant se rend coupable d'un délit de contrefaçon (au sens de l'article L.335.1 et suivants du code de la propriété intellectuelle). Ce délit est dès lors constitutif d'une fraude pouvant donner lieu à des poursuites pénales conformément à la loi du 23 décembre 1901 dite de répression des fraudes dans les examens et concours publics.

Université de Bourgogne

UFR des Sciences de Santé

N° de thèse :

THÈSE

Présentée
à l'UFR Sciences de Santé
de Dijon

pour l'obtention du Diplôme d'État
de Docteur en Pharmacie

soutenue publiquement le 1er octobre 2021

par

RICHALET Lucie

Née le 18/09/1997 à Bar sur Aube

La place du Click & Collect en pharmacie d'officine et son intérêt pour le patient

JURY : **Mme CHAMBIN Odile** **(Président)**

Mme BAYARD Chloé **(Directeur)**

Mr GUERRIAUD Mathieu **(Membre invité)**

Université de Bourgogne
UFR des Sciences de Santé
Circonscription Pharmacie

Vice – Doyen : M. Eric LESNIEWSKA

Professeurs

CHAMBIN Odile	Pharmacotechnie
GROS Claude	Chimie organique
HEYDEL Jean-Marie	Biochimie, biologie moléculaire
LESNIEWSKA Eric	Biophysique
NEIERS Fabrice	Biochimie, biologie moléculaire, enzymologie
OFFER Anne-Claire	Pharmacognosie
TESSIER Anne	Physiologie
VERGELY-VANDRIESSE Catherine	Physiologie, Physiopathologie

PU-PH

BOULIN Mathieu	Pharmacie clinique
KOHLI Evelyne	Immunologie, Virologie
GIRODON François	Hématologie

Professeurs Emérites

BELON Jean-Paul	Pharmacologie
LACAILLE-DUBOIS Marie-Aleth	Pharmacognosie
ROCHETTE Luc	Physiologie

Maîtres de Conférences

ANDRES Cyrille	Pharmacotechnie
ASSIFAOUI Ali	Pharmacotechnie
BASSET Christelle	Immunologie, hématologie
BERARD Véronique	Pharmacotechnie
BOUYER Florence	Pharmacologie
BOUYER Frédéric	Chimie physique, Chimie générale
BRUGUIERE Antoine	Pharmacognosie
CACHIA Claire	Biomathématiques
COLLIN Bertrand	Pharmaco-imagerie, radiopharmacie
DESBOIS Nicolas	Chimie organique
FAURE Philippe	Biochimie générale et clinique
GUELDRY Serge	Biologie cellulaire
GUERRIAUD Matthieu	Droit pharmaceutique
LEMAITRE Jean-Paul	Bactériologie
MELOUX Alexandre	Physiologie
ROCHELET Murielle	Chimie analytique
SEGUY Nathalie	Mycologie médicale, botanique
VIENNEY Fabienne	Biophysique
WENDREMAIRE Maëva	Toxicologie

MCU-PH

CRANSAC Amélie	Pharmacie clinique
FAGNONI Philippe	Pharmacie clinique
SAUTOUR Marc	Biodiversité végétale et fongique
SCHMITT Antonin	Pharmacologie, Pharmacie clinique

ATER/Enseignants Contractuels

BARBIER Elodie	Chimie analytique

PAST

BERNARD Dominique-Alain
CADOT Rachel

Université de Bourgogne

UFR des Sciences de Santé

DIPLÔME D'ÉTAT DE DOCTEUR EN PHARMACIE

Proposition de jury déposée par :

Mme RICHLAET Lucie

en vue de l'obtention du Diplôme d'Etat de Docteur en Pharmacie.

Titre de la thèse : La place du Click & Collect en pharmacie d'officine et son intérêt pour le patient

Composition du jury :

Mme CHAMBIN Odile	**Président**
Mme BAYARD Chloé	**Directeur**
Mr GUERRIAUD Mathieu	**Membre invité**

Dijon, le 7/03/21
Le Président du Jury,

Dijon, le
Le Vice-Doyen,

Eric LESNIEWSKA

Université de Bourgogne

UFR des Sciences de Santé

NOTE

L'UFR des Sciences de Santé - Circonscription Pharmacie de Dijon déclare que les opinions émises dans les thèses qui lui sont présentées doivent être considérées comme propres à leurs auteurs, et qu'elle entend ne leur donner ni approbation, ni improbation.

Université de Bourgogne

UFR des Sciences de Santé

SERMENT

En présence des Maîtres de la Faculté, des Conseillers de l'Ordre des Pharmaciens et de mes condisciples, je jure :

D'honorer ceux qui m'ont instruit dans les préceptes de mon art et de leur témoigner ma reconnaissance en restant fidèle à leur enseignement.

D'exercer, dans l'intérêt de la santé publique, ma profession avec conscience et de respecter non seulement la législation en vigueur, mais aussi les règles de l'honneur, de la probité et du désintéressement.

De ne jamais oublier ma responsabilité et mes devoirs envers le malade et sa dignité humaine.

Que les hommes m'accordent leur estime si je suis fidèle à mes promesses.

Que je sois couvert d'opprobre et méprisé de mes confrères si j'y manque.

Remerciements

A Chloé, ma directrice de thèse,

Je tenais à te remercier d'avoir accepté de me suivre dans le choix de ce sujet et de m'avoir accompagné à chaque étape de celui-ci. Merci pour tout le temps que tu as consacré pour m'aider et me conseiller pour mener ce travail jusqu'au bout. Tu m'as beaucoup apporté durant toutes ces années travaillées ensemble et m'a permis de m'améliorer au fur et à mesure. A moi maintenant de voler de mes propres ailes !

A Mme Odile CHAMBIN, ma présidente de thèse,

Je vous remercie d'avoir accepté la présidence du jury de cette thèse. Merci pour tout ce que vous faites pour nous à la faculté et pour votre gentillesse.

A Mr Mathieu GUERRIAUD, membre du jury,

Je vous remercie d'être présent parmi les membres du jury. Merci pour votre aide et pour tout ce que vous m'avez apporté durant ces années d'études.

A Mr TAINTURIER Cyril et Mr DENIS Benoit,

Pour m'avoir accueillie en tant qu'étudiante de 3ème année et m'avoir fait confiance jusqu'à la fin de mes études, je vous en remercie.

A toute l'équipe de la pharmacie de Val de Norge à Saint Julien,

Isabelle, Chloé, Frédérique, Amandine, Stéphanie,

Je vous remercie pour tout ce que vous m'avez apporté pendant ces années. Merci de m'avoir si bien intégrée à l'équipe, de m'avoir formé et aidé dès que j'en avais besoin. Merci aussi de m'avoir supporté aussi longtemps en tant qu'étudiante, stagiaire et maintenant pharmacien. Merci pour tous ces bons moments partagés ensemble et pour tous les petits gouter bien sympas ! Votre aide m'a également été précieuse pour les questionnaires de l'étude réalisée auprès des patients de la pharmacie ; encore merci à vous !

Aux équipes de la Pharmacie Centrale à Bar sur Aube et de la Grande Pharmacie Dijonnaise,

Merci de m'avoir accueilli en tant que stagiaire et pour tout ce que vous m'avez apporté durant ce parcours.

A Mme Céline DEMANGE,

Merci pour le temps que vous m'avez consacré et à l'aide apportée pour la rédaction de cette thèse. Vos connaissances du groupement Pharmactiv et du Click & Collect m'ont été très utiles.

A mes parents,

Merci pour tout ce que vous avez fait pour moi ! Je vous remercie d'avoir cru en moi depuis le début et de m'avoir soutenue pendant toutes ces années d'études. Merci d'avoir tout fait pour que je puisse avoir le métier que je voulais ; maintenant à vous de profiter !

A Seb, Marie, Céline et Charles,

Merci pour tous ces bons moments passés ensemble en famille. Ça y est, la petite dernière devient grande ! J'espère que vous serez fière de moi et que Nuno sera fière de sa tata.

A ma mamie Pierrette,

Merci pour tout le soutien que tu m'apportes depuis toujours. Je sais que tu es fière de moi et que papi l'aurait été tout autant.

A mon chéri,

Merci pour tout ! Merci pour ton aide précieuse lors de la rédaction de cette thèse et du temps passé pour m'aider durant de nombreux mois. A ton tour de rédiger ta thèse ; j'espère pouvoir t'aider et te soutenir tout autant que tu l'as fait pour moi. Merci de me rendre heureuse chaque jour et de me supporter au quotidien. PS : Je t'aime plus que trois fois mille !

A ma belle-famille,

Merci pour votre soutien et votre gentillesse.

Aux professeurs et enseignants de l'Université,

Merci de m'avoir formé, j'espère être une bonne professionnelle de santé grâce à vous.

A mes amis,

Anne-So, Rémi, Dood, Arthur, Emrê, Laure, Nadhem, Marc, Elise, Alex, Margaux, Théo,

Merci pour ces belles années étudiantes. Merci pour toutes ces soirées endiablées à vos côtés, tous ces moments de rigolade, tous ces apéros qui n'en finissent pas. Vous avez rendu ces années plus belles et plus fun. J'espère vraiment qu'on se reverra tous régulièrement une fois diplômés.

Axel, merci pour tous ces matchs de Bad joués ensemble et tous tes conseils. Merci pour ta bonne humeur et tes bons petits plats préparés avec amour comme tu le dit si bien.

A ma meilleure amie Marion,

Merci pour toutes ces années de partage, de rigolades à n'en plus finir, de musique, de soirées, ... La distance nous a peut-être séparé depuis les études mais on reste toujours aussi soudée et c'est ce qui compte. J'espère qu'on arrivera à se voir plus souvent maintenant.

A toutes les personnes que j'aurai pu oublier, Merci !

Table des matières

Introduction :.....13
I. Contexte et définitions.....14
1. Le e-commerce et son histoire.....14
2. Le Click & Collect.....15
3. Le Scan & Collect.....16
II. Evolution des façons de consommer dans le temps.....16
1. Comportements et attentes des consommateurs.....16
2. Nouvelles technologies et consommateurs.....17
III. E-commerce et pharmacie.....18
1. Législation de la vente en ligne.....18
a. Parapharmacie.....19
b. Médicaments.....19
2. Sites internet et pharmacie.....22
a. Les différents types de sites.....22
b. Règlementation.....23
c. Certification.....25
d. Confidentialité et sécurité des données.....26
3. Contrefaçons de médicaments sur internet.....27
a. Définitions.....27
b. Les risques pour les patients.....29
c. La lutte contre la contrefaçon.....29
4. Groupements de pharmacies.....31
a. Définition.....31
b. Services proposés.....32
c. Groupements et digitalisation.....33
d. Cas du groupement Pharmactiv.....33
5. Bonnes pratiques de dispensation des médicaments et produits de santé par voie électronique 35
a. Analyse pharmaceutique.....37
b. Conseil pharmaceutique.....38
c. Délivrance.....39
d. Vigilances et traitements des alertes sanitaires.....39

IV. Etudes 40
1. Avis des patients sur le Click & Collect 40
a. Introduction 40
b. Matériel et méthodes 40
c. Résultats et discussion 41
d. Conclusion 46
2. Click & Collect et pharmaciens 46
a. Introduction 46
b. Matériel et méthodes 47
c. Résultats et discussion 47
d. Conclusion 57
3. Cas pratique : Click & Collect dans une pharmacie rurale 58
a. Introduction 58
b. Matériel et méthodes 58
c. Résultats et discussion 59
d. Conclusion 63
V. Discussion 63
1. Avantages et inconvénients du Click & Collect 63
a. Pour le patient 64
b. Pour le pharmacien 65
2. Limites 66
3. Avenir 67
Bibliographie 71
Annexes 76
Annexe 1 : Application et site internet « MyPharmactiv » 76
Annexe 2 : Moyens de communication 77
Annexe 3 : Comptoir rapide et sacs dédiés 78
Annexe 4 : Plateforme LINK 79
Annexe 5 : Procédure Click & Collect 80
Annexe 6 : Fiche conseils 84
Annexe 7 : Questionnaire à destination des patients (format papier et numérique) 85
Annexe 8 : Questionnaire à destination des pharmacies 86

Table des figues et des tableaux :

Liste des figures :

Figure 1 : Evolution du consommateur 17
Figure 2 : Equipement en nouvelles technologies au cours du temps 17
Figure 3 : Logo européen commun aux sites de vente en ligne de médicaments. 26
Figure 4 : Identifier un médicament contrefait 28
Figure 5 : La sérialisation des boîtes de médicaments de la production à la dispensation 30
Figure 6 : Processus de dispensation 37
Figure 7: Tranches d'âge des patients ayant répondu 41
Figure 8 : Intérêt pour le Click & Collect 42
Figure 9 : Intérêt pour le Click & Collect selon les tranches d'âge 42
Figure 10 : Fréquence d'utilisation du Click & Collect 43
Figure 11 : Fréquence d'utilisation du Click & Collect selon les tranches d'âge 43
Figure 12 : Utilité du Click & Collect 44
Figure 13 : Utilité du Click & Collect selon les tranches d'âge 44
Figure 14 : Délai de récupération de commande acceptable 45
Figure 15 : Délai de récupération de commande acceptable selon les tranches d'âge 45
Figure 16 : Localisation des pharmacies 47
Figure 17: Régions où les pharmacies ont répondu 48
Figure 18 : Rattachement à un groupement de pharmacies 48
Figure 19 : Groupements de pharmacies ayant répondus 49
Figure 20 : Pharmacies proposant ou non ce service selon leur localisation 49
Figure 21 : Pharmacies rattachées à un groupement proposant ou non le Click & Collect 50
Figure 22 : Proportion de Click & Collect développé selon le rattachement à un groupement ou non 50
Figure 23 : Date de développement du Click & Collect 51
Figure 24 : Utilisations du Click & Collect 51
Figure 25 : Délai de préparation des commandes 52
Figure 26 : Personne(s) s'occupant du Click & Collect 52
Figure 27 : Solution pour donner les conseils au patient 53
Figure 28 : Tranches d'âge des personnes utilisant le Click & Collect 54
Figure 29 : Pourcentage de personnes utilisant le Click & Collect 55
Figure 30 : Raisons pour lesquelles certaines pharmacies ne proposent pas le Click & Collect 55
Figure 31 : Pharmacies souhaitant développer le Click & Collect à l'avenir ou non 56
Figure 32 : Répartition des commandes de Click & Collect 59
Figure 33 : Evolution du nombre de commandes dans le temps 59
Figure 34 : Sexe des personnes utilisant le Click & Collect 60
Figure 35 : Tranches d'âge des personnes utilisant le Click & Collect 60
Figure 36 : Délai souhaité pour le retrait des commandes 61
Figure 37 : Fréquence d'utilisation du Click & Collect 61

Liste des tableaux :

Tableau 1: Autorisations de vente en ligne de médicaments en Europe 18

Liste des sigles ou abréviations :

AMM : Autorisation de Mise sur le Marché

ANS : Agence du Numérique en Santé

ANSM : Agence Nationale de Sécurité du Médicament et des produits de santé

ARS : Agence Régionale de Santé

CI : Contre-Indication

CIP : Code d'Identification de Présentation

CNIL : Commission Nationale de l'Information et des Libertés

CNO = CNOP : Conseil National de l'Ordre des Pharmaciens

COVID-19 : Coronavirus Disease 2019

CROP : Conseil Régional de l'Ordre des Pharmaciens

CRPV : Centre Régional de PharmacoVigilance

CSIS : Conseil Stratégique des Industries de Santé

CSP : Code de la Santé Publique

DPC : Développement Professionnel Continu

EI : Effet Indésirable

EMVS : European Medicines Verification System

IM : Interaction Médicamenteuse

JO : Journal Officiel

MAD : Maintien à Domicile

NMSV : National Medicines Verification System

NSP : Ne Sait Pas

OMS : Organisation Mondiale de la Santé

ONP : Ordre National des Pharmaciens

PGR : Plan de Gestion des Risques

PMF : Prescription Médicale Facultative

RCP : Résumé des Caractéristiques du Produit

RGPD : Règlement Général sur la Protection des Données

RPPS : Répertoire Partagé des Professionnels de Santé

TVA : Taxe sur Valeur Ajoutée

UE : Union Européenne

VPC : Vente Par Correspondance

La place du Click & Collect en pharmacie d'officine et son intérêt pour le patient

Introduction :

Nous sommes dans une époque où le numérique fait partie de notre quotidien. Internet est utilisé chaque jour par une grande partie de la population dans le monde ainsi qu'en France et les nouvelles technologies sont partout. De nouvelles façon de consommer se sont donc développées avec le temps et les besoins de chacun. En effet, qui n'a jamais fait un « drive », un « Click & Collect » ou encore une commande en ligne pour gagner du temps ?

Ces nouvelles façons de consommer sont utilisées dans beaucoup de domaines ; que ce soit pour la décoration, les vêtements, la nourriture, ... Et nous pouvons maintenant dire que la santé en fait également partie. C'est donc tout naturellement que nous avons maintenant accès à une santé connectée. Cela passe par la téléconsultation, le e-commerce pour certains médicaments/produits de santé, des drives pour les pharmacies ou encore le Click & Collect. C'est ce dernier service que nous allons détailler plus amplement par la suite car il est en plein essor notamment suite à la crise sanitaire due à la COVID-19.

Mais que devons-nous penser de ces nouvelles approches de la santé ? Est-ce sans danger ? Est-ce que le patient reste aussi bien encadré par les professionnels de santé ?

Pour répondre à ces questions, nous allons voir les points importants concernant la vente en ligne de médicaments et produits de santé ; avec la réglementation, les sites internet ainsi que la contrefaçon dont il faut toujours faire attention. Nous prendrons ensuite le temps de parler des groupements de pharmacies qui sont une aide importante pour ce type de nouveau service puis nous allons aborder ensuite la sécurité liée à la dispensation qui est primordiale dans notre métier.

De plus, nous aurons la possibilité d'analyser concrètement l'utilisation de ce service par le biais de trois études qui ont été réalisées auprès des patients pour deux d'entre elles et auprès des pharmaciens pour l'autre. Ces études vont permettre de recueillir l'avis des patients sur ce nouveau service, faire l'état des lieux de l'utilisation de ce service dans les officines de France ainsi que dans une officine rurale.

Pour finir, nous allons mettre en avant les points forts ainsi que les points faibles de ce service pour le patient ainsi que pour le pharmacien. Nous verrons également quelles peuvent être les limites de ce type de service ainsi que son avenir à condition de l'utiliser correctement.

I. Contexte et définitions

1. Le e-commerce et son histoire

Le e-commerce porte plusieurs noms comme commerce électronique ou vente en ligne. Il représente les différentes transactions commerciales qui se font à distance via internet. Il s'agit donc du fait d'acheter quelque chose sur internet grâce à des objets numériques et digitaux.

Le marché du e-commerce est en constante croissance ces dernières années ; avec 87,5% d'acheteurs en ligne chaque jour, soit près de 39 millions de Français en 2019 [1]. Nous allons voir l'histoire de la vente en ligne et comment nous en sommes arrivés ici.

C'est dans les années 90 que le e-commerce est apparu en France avec l'utilisation du minitel ; mais internet n'en est qu'à ses débuts à cette époque-là et il faut attendre encore quelques temps avant le lancement du commerce électronique.

C'est vers les années 2000 que le e-commerce a pu prendre son envol avec l'arrivée du haut débit et les acteurs américains tels qu'Amazon ou eBay ainsi que la démocratisation de l'ordinateur au sein de la population. Il y a également eu la signature de la directive européenne sur le commerce électronique (Directive 2000/31/CE) par le Parlement européen. Cette directive deviendra ensuite en France la loi de la confiance dans l'économie numérique en 2004. Ces textes ont permis aux particuliers comme aux professionnels de vendre ou d'acheter des produits et des services en ligne. On a vu une croissance fulgurante des sites de e-commerce en France entre 2003 et 2010 avec une augmentation de 1400%.

Dans les années 2010 est arrivé le téléphone mobile et donc le m-commerce qui désigne le commerce mobile. Il a lui aussi connu une croissance considérable notamment grâce à la création d'applications par les professionnels de la vente.

C'est en 2019 qu'il y a eu le meilleur chiffre d'affaires de la vente en ligne en France avec 103,4 milliards d'euros [2]. Cependant, ce chiffre devrait encore être dépassé en 2020 avec la crise sanitaire qui a considérablement fait progresser la vente en ligne. En effet, les personnes utilisant déjà

ce mode de consommation habituellement l'ont encore plus utilisé et les plus réticents se sont lancés. Nous pouvons donc dire que le e-commerce tend à se développer et à devenir le mode d'achat privilégié par les Français.

2. Le Click & Collect

Le Click & Collect est un mode d'achat qui consiste à commander ses produits en ligne (**click**) puis de les récupérer et/ou les payer en magasin (**collect**). Il est également appelé « Check & Reserve » ou « Click & Pick-up ». Pour pouvoir proposer ce service, il faut que le commerce puisse gérer ses stocks en temps réel car les clients peuvent à tout moment réserver en ligne un ou plusieurs produit(s) disponible(s) en magasin. Le commerçant devra informer le client par mail ou téléphone pour lui indiquer la date de disponibilité du produit pour qu'il puisse venir le retirer. Le paiement pourra se faire soit en ligne, soit au moment du retrait du produit en magasin [3].

Ce service a été lancé pour la première fois dans les années 2000 et se développe de plus en plus de nos jours. En effet, depuis 2020 et la crise de la COVID-19 avec les confinements successifs et la fermeture de certains commerces dits « non essentiels », les commerces ont dû s'adapter et donc développer des solutions dont la mise en place du Click & Collect pour essayer de maintenir une partie de leur activité. Ce service est ainsi devenu un nouveau mode de consommation qui va continuer à se développer pour la majorité des magasins et qui est de plus en plus utilisé par les clients dans divers domaines (mode, restauration, librairies, santé, ...) [4].

Nous venons donc de voir que ce service se développait dans une majorité de commerces ; pourquoi pas en pharmacie ? Cela fait maintenant plusieurs années que le Click & Collect a également fait son apparition au sein des pharmacies d'officine. Celle-ci dispose donc d'un site internet où le patient peut envoyer son ordonnance ou acheter des produits de parapharmacie ou des médicaments sans ordonnance disponibles à la pharmacie. Un membre de l'équipe officinale prépare ensuite la commande puis alerte le patient du statut de sa commande ; il peut donc ensuite venir la récupérer directement à la pharmacie. Cela demande néanmoins quelques adaptations par rapport à l'utilisation dans les autres commerces car les médicaments et produits de santé ne sont pas des produits de consommation comme les autres. Le pharmacien n'est pas un commerçant comme les autres non plus ; il faut donc conserver un suivi du patient en lui procurant des conseils et en gardant un contact pharmacien/patient. Nous allons voir par la suite comment faire pour adapter ces nouveaux moyens de consommation à notre métier de pharmacien.

3. Le Scan & Collect

Le Scan & Collect est un service proposé depuis plusieurs années par les pharmacies ; celui-ci permet aux patients de faire parvenir leur ordonnance à la pharmacie grâce à une simple photographie ou un scan qui sera envoyé via un système de messagerie directe et sécurisée. Le pharmacien va ensuite recevoir l'ordonnance et va pourvoir la préparer et commander les produits manquants si besoin. Il préviendra ensuite le patient de la disponibilité pour qu'il puisse venir récupérer son traitement à la pharmacie et recevoir les conseils associés [5].

Ce service ressemble donc fortement au Click & Collect sur le principe mais reste différent par le suivi médical avec l'ordonnance et l'enjeu que cela implique. Le pharmacien pourra donc faire la préparation seul mais le conseil et la relation avec le patient se fera lors de la venue du patient à la pharmacie ; le pharmacien sera alors entièrement disponible pour le patient lors de la remise de ses médicaments.

II. Evolution des façons de consommer dans le temps

1. Comportements et attentes des consommateurs

Commençons tout d'abord par voir l'évolution du consommateur lui-même *(figure 1) [6]*. En 1980, nous avions une consommatrice type, la « Menaf », qui était la cible des publicitaires de l'époque ; il s'agissait de la mère de famille avec deux enfants, qui s'occupe de son foyer. C'est elle qui joue un rôle déterminant dans les dépenses du ménage.

En 2011, nous avions un consommateur unique. Les datas ont permis aux marques et enseignes de sortir leur politique de mass-market et de cibler différents profils. Le modèle familial a donc évolué, on parle de monoparentalité, de familles recomposées ou encore de familles homoparentales. Les rôles au sein du foyer sont donc différents ; ce qui modifie donc les modes de consommation et les circuits de décision associés. Cela nous amène vers un commerce de détail offrant des services et répondant aux besoins du consommateur individuel.

En 2016, le consommateur devient pressé. Les nouvelles technologies permettent la mise en place d'un nouveau commerce nommé « automated-commerce » ; c'est le premier pas vers la consommation à la demande. Le consommateur souhaite avoir tout et tout de suite.

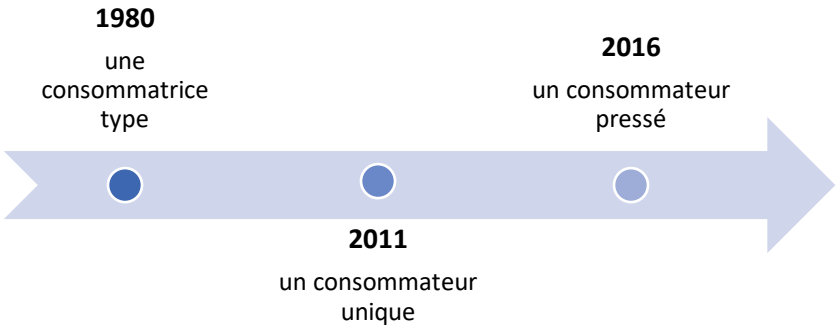


Figure 1 : Evolution du consommateur

Aujourd'hui, les consommateurs peuvent être qualifiés d'exigeants, responsables envers l'environnement, connectés, jeunes et mobiles. Ils veulent un mode de consommation qui leur permettent d'être rapide, facile et pas cher ; ce qui les oriente de plus en plus vers le commerce en ligne. Le comportement type d'achat qu'il y avait auparavant n'existe plus, le consommateur multiplie les circuits d'achats pour acheter quand il veut et où il veut ; et ne raisonne plus forcément en besoin mais en envie et souhaite un commerce plus en phase avec ses valeurs. Il faut donc adapter le modèle économique tout en ayant pour objectifs la rentabilité et la croissance au long terme [6].

2. Nouvelles technologies et consommateurs

Le digital et les nouvelles technologies sont désormais présents dans notre quotidien. Une majorité de la population française est maintenant équipée d'internet, d'un smartphone, d'un ordinateur ou encore d'une tablette *(figure 2) [7]*.

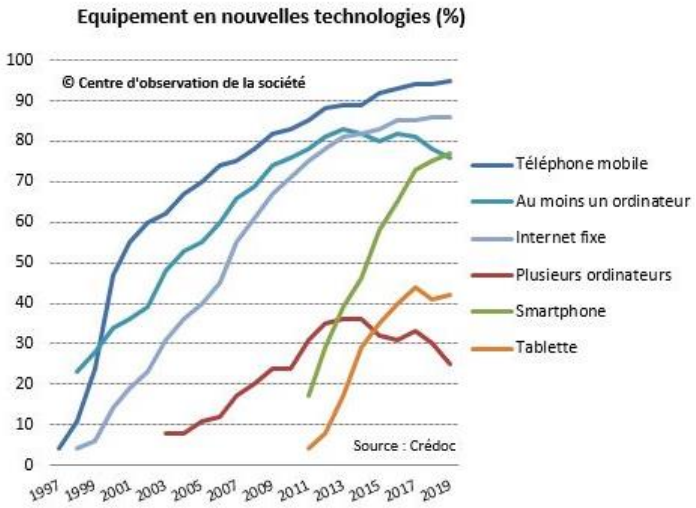


Figure 2 : Equipement en nouvelles technologies au cours du temps

Le digital a bouleversé le comportement des consommateurs et oblige donc les entreprises traditionnelles à s'adapter à ce nouveau mode de consommation afin de répondre aux attentes de leurs clients. Cette transformation digitale touche tous les secteurs d'activités, que ce soit l'immobilier, la mode, le tourisme, l'alimentation ou encore le secteur de la santé comme nous le voyons ici.

Les sites de e-commerce ont révolutionné la façon de consommer en rendant possible un achat en quelques clics via un simple outil relié à internet (ordinateur, tablette ou smartphone). Le shopping en ligne devient donc courant et les utilisateurs ont de plus en plus confiance ; se comportant sur internet comme dans une boutique. Les ventes sur mobile ne cessent donc de progresser depuis plusieurs années car les utilisateurs trouvent en ce service une facilité grâce à une ergonomie complètement pensée pour la navigation web sur petit écran.

III. E-commerce et pharmacie

1. Législation de la vente en ligne

Pour commencer, voici un tableau récapitulatif des autorisations concernant la vente en ligne de médicaments en Europe *(tableau 1) [8]*.

- **Tous les médicaments**, soumis à prescription ou non - **Sans la nécessité d'être rattaché à une officine physique**	Royaume-Uni, Pays-Bas
- **Tous les médicaments**, soumis à prescription ou non - Nécessité que le site internet soit rattaché à une **officine physique**	Allemagne, Danemark, Suède, Portugal
- **Uniquement** de médicaments **PMF** - Nécessité que le site internet soit rattaché à une **officine physique**	Irlande, Belgique, Espagne, Finlande, France, Pologne, Slovaquie, République Tchèque, Italie, Hongrie, Slovénie, Bosnie Herzégovine
- Pays autorisant la vente en ligne uniquement **à condition d'avoir une ordonnance** (PMF ou non)	Suisse

Tableau 1: Autorisations de vente en ligne de médicaments en Europe

Nous allons nous intéresser plus précisément à la législation de la vente en ligne en France. Cette législation sera différente en fonction du type de produits ; on va donc différencier la vente en ligne de produits de parapharmacie et celle de médicaments.

a. Parapharmacie

Deux cas de figures vont se présenter ici. Tout d'abord, si les produits de parapharmacie ne font pas partie du monopole pharmaceutique, ils peuvent être vendus sur internet sans avoir besoin de suivre une règlementation particulière. La vente en ligne est dans ce cas autorisée à tous les commerçants et la règlementation à suivre est identique à celle de la vente à distance. Le site internet permettant la vente de ces produits doit donc répondre aux mêmes obligations que tout autre site internet de vente en ligne. Les sites commerciaux de vente de biens ou de services sur internet sont soumis à une réglementation identique à celle de la vente à distance (VPC = vente par correspondance), comprenant des obligations déclaratives (protection des consommateurs, TVA), des mentions obligatoires, des règles précises de prospection.

Cependant, pour les produits de parapharmacie faisant partie du monopole pharmaceutique, la vente en ligne ne peut se faire uniquement par des pharmacies physiques et elle devra suivre la règlementation identique à celle de la vente à distance citée ci-dessus. [9]

b. Médicaments

Le commerce électronique de médicaments est défini à l'article L.5125-33 du CSP [10] : il s'agit de « l'activité économique par laquelle le pharmacien propose ou assure à distance et par voie électronique la vente au détail et la dispensation au public des médicaments à usage humain et, à cet effet, fournit des informations de santé en ligne ».

Nous allons tout d'abord commencer par analyser l'évolution au cours du temps de la vente de médicaments sur internet. [11]

Avant 2011, la vente de médicaments sur internet n'était ni autorisée ni vraiment interdite en France. Il y avait donc un flou juridique qu'il fallait clarifier en urgence car des sites étrangers vendaient librement des médicaments à des clients français et certaines pharmacies françaises commençaient à vendre des médicaments sur internet sans autorisation. La directive européenne de 2011 a donc défini le principe de la vente en ligne pour les médicaments mais c'est seulement par l'ordonnance du 19 décembre 2012 que la vente de médicaments sur internet a été autorisée en France.

Un décret encadrant la vente de médicament sur internet est donc paru au JO le 31/12/2012. Ce décret précise que :

- Le site doit être adossé à une officine de pharmacie physique
- Seuls les médicaments non soumis à prescription obligatoire peuvent être vendus sur internet
- Cette nouvelle modalité de dispensation des médicaments relève de l'entière responsabilité du pharmacien, qui devra l'exercer dans le respect des règles de déontologie applicables à l'officine de pharmacie et de bonnes pratiques de dispensation
- La création du site internet de vente de médicament par la pharmacie est soumise à autorisation de l'ARS dont dépend la pharmacie
- L'ONP tient à jour la liste des sites autorisés et la met à la disposition du public sur son site internet [12]

En 2013, rédaction d'un arrêté relatif aux « bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique » est publié pour renforcer les contraintes liées à ces sites. Il précise les modalités d'identification du site électronique et de l'officine en indiquant que seules les pharmacies « physiques » peuvent vendre en ligne des médicaments. De plus, il y a des précisions sur les modalités de présentation et de promotion des produits en ligne et de leur prix. Il y a interdiction de faire de la publicité, de faire des promotions spécifiques sur un médicament et le prix doit être identique à celui pratiqué en officine. Les modalités de dispensation sont rappelées ; avec nécessité d'un conseil pharmaceutique, analyse des quantités maximales à délivrer et du suivi des effets indésirables éventuels, protection des données personnelles, préparation de la commande, livraison, facturation, ...

En 2015, le Conseil d'Etat annule cet arrêté de 2013 car celui-ci aurait « dépassé les limites de l'habilitation donnée par la loi au ministre ». Un nouvel arrêté relatif aux règles techniques applicables aux sites internet de commerce électronique de médicaments prévues à l'article L.5125-39 du CSP est paru le 28 novembre 2016 et est entré en vigueur le 28 janvier 2017 [13]. Il détaille l'intégralité des fonctionnalités (obligatoires, recommandées ou interdites), la façon dont les médicaments doivent être présentés sur les sites ainsi que la façon dont doivent être protégées les données de santé.

En résumé, les médicaments pouvant être vendus sur internet en France sont les médicaments à usage humain non soumis à prescription obligatoire (article L.5125-34 du CSP) [14] ; donc ceux pouvant être obtenus sans ordonnance aussi appelés médicaments PMF. Il est strictement interdit de vendre par internet des médicaments soumis à prescription obligatoire ou des médicaments vétérinaires.

Les pharmaciens pouvant vendre des médicaments sur internet en France sont : les pharmaciens titulaires d'une pharmacie d'officine, les pharmaciens gérants d'une pharmacie mutualiste ou d'une pharmacie de secours minière. Si un pharmacien adjoint reçoit délégation de l'un des pharmaciens cités précédemment, il peut également participer à l'exploitation du site internet de l'officine (article L.5125-33 du CSP) [10]. Il faut que tous ces pharmaciens soient inscrits à l'Ordre National des Pharmaciens (ONP) ; il s'agit de la section A pour les pharmaciens titulaires d'officine et de la section D pour les pharmaciens adjoints.

L'activité de commerce électronique de médicaments ne peut être réalisée uniquement à partir du site internet de l'officine de pharmacie. Avant de pouvoir ouvrir son site, le pharmacien doit faire une déclaration préalable auprès du directeur général de l'Agence Régionale de Santé (ARS) territorialement compétente (article L.5125-36 du CSP) [15] ; et il doit informer le conseil de l'Ordre des pharmaciens dont il relève de la création du site.

Le médicament en vente sur internet doit être présenté de façon objective, claire et non trompeuse. Voici les éléments devant figurer sur la présentation du médicament en ligne :

- La dénomination de fantaisie du médicament et sa dénomination commune.
- La ou les indications thérapeutiques de l'AMM.
- La forme galénique et le nombre d'unités de prise.
- Le prix ; affiché de manière claire et lisible et non ambiguë pour le patient.
- Une mention spéciale indiquant que les informations relatives aux précautions d'emploi (IM, CI, mises en garde spéciales, EI, ...) ainsi que la posologie sont détaillées par la notice du médicament. Celle-ci est disponible en format PDF et imprimable.
- Un lien hypertexte vers le RCP du médicament disponible sur la base de données publique des médicaments ou sur le site de l'Agence Européenne des Médicaments.
- Les photos du conditionnement doivent représenter le médicament tel qu'il est proposé à la vente en officine. Elles doivent toutes être de la même taille et présenter le médicament de la même manière et non ambiguë.

Il est interdit de mettre en ligne sur le site internet des fiches sur les médicaments autres que le RCP ou la notice.

Les médicaments doivent être classés par catégories générale d'indication (douleurs, fièvre, nausées, toux, ...) puis de substances actives. A l'intérieur de ces catégories, le classement est établi par ordre alphabétique, sans mise en valeur, afin d'éviter toute promotion ou incitation à une consommation abusive des médicaments.

D'autres mesures (article R.5125-70 du CSP) [16] visent à sécuriser et permettre d'authentifier le site comme : la mention des coordonnées de l'ANSM, un lien hypertexte vers le site internet de l'ONP et du ministère chargé de la santé, ainsi que le logo commun mis en place au niveau communautaire qui est affiché sur chaque page du site internet qui a trait au commerce électronique de médicaments. Nous reviendrons sur cela dans la partie suivante sur les sites internet.

2. Sites internet et pharmacie

Avoir un site internet est presque devenu incontournable pour une pharmacie aujourd'hui. Mais il existe différents types de sites internet selon ce que souhaite faire le pharmacien. Nous allons donc voir ces différentes possibilités ainsi que la réglementation à suivre.

a. Les différents types de sites

Comme nous l'avons dit précédemment, il existe plusieurs types de site internet selon ce que le pharmacien veut faire pour son officine. Il peut mettre en place un simple site d'informations qui sera un site « vitrine » ou « carte de visite », un site de services ou alors développer un site de e-commerce complet s'il souhaite se lancer dans la vente en ligne.

Nous allons tout d'abord nous intéresser au site « vitrine » ou « carte de visite ». Il s'agit d'un site de présentation de l'officine qui va servir à communiquer les informations de base comme l'adresse de la pharmacie, le numéro de téléphone, les horaires d'ouvertures, ... Il pourra également permettre de présenter l'équipe, renseigner sur les services d'urgences ou encore sur les pharmacies de garde par exemple [17].

Ce type de site peut être créé de différentes manières : soit le pharmacien se lance lui-même dans sa création, soit il fait appel à des agences spécialisées dans le domaine de la pharmacie. S'il souhaite le faire par lui-même, il faut être assez créatif, avoir l'habitude d'utiliser un ordinateur, savoir naviguer sur internet et avoir l'envie d'écrire car il faudra rédiger l'ensemble des contenus et choisir les visuels. Il existe diverses plateformes permettant de réaliser son site internet comme « WEEBLY », « JIMDO », ... Si cela lui semble trop compliqué, il peut faire appel à une agence web spécialisée dans le secteur de la pharmacie qui connait bien les besoins des pharmaciens en matière de communication et pourra l'accompagner étape par étape. Ces agences sont par exemple « KOZEA » ou « PHARMIDABLE » [12].

Le site de services est quant à lui un peu plus étoffé que le précédent et va permettre à la pharmacie de présenter les activités et services qu'elle propose. Cette présentation doit être neutre, objective et informative ; conformément à la dignité professionnelle. Ce site peut s'avérer très utile pour diffuser les informations de santé publique et les campagnes organisées par l'état. Le service de Scan & Collect vu précédemment peut être proposé sur ce genre de site, permettant ainsi au patient d'envoyer son ordonnance par avance [17].

En ce qui concerne les sites de e-commerce, la réflexion demandée pour la mise en place est plus importante. Il faut bien peser le pour et le contre avant de se lancer dans la vente en ligne. Il faut être motivé, pouvoir y consacrer du temps, avoir une bonne trésorerie et sélectionner la bonne agence pour vous accompagner. Afin que la vente en ligne soit un succès, il faut faire attention à plusieurs points ; le référencement de produits est très important puisque les clients sur internet cherchent du choix. Il faut ensuite que le site soit visible pour que les potentiels clients le trouve facilement. La livraison doit être rapide donc cela nécessite une organisation logistique efficace et une bonne gestion des stocks [12].

Il existe également des sites internet qui sont gérés par le groupement auquel adhère la pharmacie. Le groupement propose la gestion du site internet de sa création à son administration quotidienne ; moyennant une cotisation. Cette solution permet au pharmacien de gagner du temps et d'être plus visible. Ce site est souvent très complet ; on y retrouve notamment la « carte de visite » de la pharmacie comme indiqué précédemment, la présentation des services proposés, la discussion avec son pharmacien, un accès à la lecture d'articles de santé et de conseils divers. Certains proposent même le Scan & Collect mais aussi le Click & Collect pour répondre aux nouvelles attentes des patients. La prise de rendez-vous peut être désormais proposée (pour la vaccination par exemple). Le patient peut également se créer un espace personnel où il peut gérer son carnet de santé électronique (allergies, documents, vaccins, ordonnances), programmer des rappels pour la prise de ses médicaments, ...

b. Règlementation

Nous allons commencer par détailler l'autorisation d'ouverture d'un site internet [18].

Seuls les pharmaciens travaillant en France et inscrits à l'ONP peuvent ouvrir un site de vente en ligne de médicaments. La pharmacie en ligne est une extension de la pharmacie d'officine ; par conséquent les règles imposées aux pharmaciens sont les mêmes en officine et sur le site de vente en ligne. Cela veut donc dire que le pharmacien titulaire de sa pharmacie est responsable du contenu du site qu'il

publie et des conditions d'exercice de la vente en ligne de médicaments. Il peut déléguer la gestion du site internet à son pharmacien adjoint ; dans ce cas, une délégation écrite doit être rédigée.

Avant de pouvoir ouvrir un site internet, le pharmacien doit faire plusieurs déclarations. Il doit tout d'abord faire une déclaration à la CNIL (Commission Nationale de l'Information et des Libertés). Cette déclaration est nécessaire pour les sites collectant des données à caractère personnel et/ou des données de santé.

Si le site va être utilisé pour le e-commerce, il faudra également faire une demande auprès de l'ARS dont il dépend et du CNO. Ce dossier doit comporter tous les éléments nécessaires à l'identification du pharmacien titulaire, de l'officine et du site internet. « Le directeur général de l'ARS prend une décision sous deux mois à compter de la date de réception de la demande. Dans les quinze jours suivant la date d'autorisation explicite ou implicite, le titulaire d'officine informe le Conseil Régional de l'Ordre des Pharmaciens de la création de son site internet de commerce électronique de médicaments et transmet à cet effet une copie de la demande adressée à l'ARS et, le cas échéant, une copie de l'autorisation expresse » (article L.5125-36 du CSP) [15]. Si dans les deux mois le demandeur n'a pas de nouvelle, il peut considérer que ce silence vaut accord.

Les sites français autorisés pour le commerce en ligne de médicaments doivent comporter à minima les informations suivantes :

- La raison sociale de l'officine
- Les noms, prénoms et numéro RPPS (numéro identifiant du pharmacien délivré par le CROP lors de l'inscription à l'Ordre) du ou des pharmaciens responsables du site
- L'adresse de l'officine
- L'adresse de courrier électronique
- Le numéro de téléphone et de télécopie
- Le numéro de licence de la pharmacie
- La dénomination sociale et les coordonnées de l'hébergeur du site internet
- Le nom et l'adresse de l'ARS territorialement compétente

De plus, la loi prévoit pour les sites officinaux un certain nombre de liens hypertextes et de logos :

- Des liens vers les sites du CNOP, du ministère de la santé, de l'ANSM
- Un logo commun à tous les Etats membres de l'UE *(figure 3)*
- Le site internet de la pharmacie doit comporter un onglet spécifique à la vente de médicaments pour être clairement distingué des éventuels autres produits vendus par le pharmacien sur ce même site [18]

Comme nous l'avons déjà dit précédemment, seuls les médicaments de PMF à usage humain sont autorisés à la vente en ligne sur ces sites.

Les sites de vente en ligne de médicaments doivent suivre un certain nombre de règles techniques :

- Ils doivent être rédigé en français
- Ils doivent présenter un espace privé « mon compte » contenant les commandes passées et les échanges avec le pharmacien
- Il doit y avoir un onglet spécifique à la vente de médicaments
- Seuls sont autorisés les liens hypertextes vers les sites institutionnels des autorités de santé (ARS, CNOP, ANSM)
- Les forums de discussion sont interdits
- Il y a obligation de mise en place de dispositifs pour vérifier que le patient a pris connaissance de certaines informations notamment la lecture de la notice (par exemple en cochant l'indication « je certifie avoir lu la notice »)
- La recherche de référencement dans des moteurs de recherche contre rémunération est interdite [19]

c. Certification

L'ONP recommande aux utilisateurs de vérifier que la pharmacie en ligne sur laquelle ils se rendent bénéficie d'une autorisation pour la vente de médicaments. Pour cela, l'ONP tient à jour et met à la disposition du public la liste des sites de vente en ligne de médicaments autorisés par les ARS. Cette liste est mise à disposition du public sur le site internet de l'ONP et sur le site du Ministère chargé de la santé. [20]

Depuis le 1er juillet 2015, il est également possible de vérifier la légalité du site grâce à un logo commun à tous les Etats membres de l'UE qui doit être affiché sur chaque page du site *(figure 3)*. En cliquant sur ce logo, vous pourrez vérifier que le site internet figure bien sur la liste des sites autorisés pour l'activité de commerce électronique de médicaments.

Concernant le design de ce logo, il doit respecter un modèle précis :

- Le drapeau national de l'Etat membre dans lequel la personne physique ou morale qui délivre des médicaments au public à distance au moyen de services de la société de l'information est établie est inséré dans le rectangle blanc situé à mi-hauteur et à gauche du logo commun.
- La langue du texte dans le logo commun est déterminée par l'Etat membre visé

Le logo européen présent sur le site de vente en ligne de médicaments autorisé en France doit donc comporter le drapeau français et le texte « Cliquer pour vérifier la légalité de ce site ». [19]

Figure 3 : Logo européen commun aux sites de vente en ligne de médicaments.

d. Confidentialité et sécurité des données

D'un point de vue général, le commerçant en ligne doit respecter certaines obligations :

- Recueillir l'accord des clients
- Informer les clients de leur droit d'accès, de modification et de suppression des informations collectées
- Veiller à la sécurité des systèmes d'information et la confidentialité des données
- Indiquer une durée de conservation des données [21]

Concernant le pharmacien, il faut savoir que le secret professionnel s'applique aux informations circulant sur le site internet de la pharmacie au même titre qu'à celles échangées à l'officine. Il faudra donc s'assurer que le site est suffisamment protégé et que les données concernant les patients ne seront ni diffusées, ni accessibles au public.

La sécurité des données de santé est primordiale car elles contiennent des informations personnelles sur le patient. La protection des données s'inscrit dans le cadre de la loi informatique et liberté. Les patients doivent être informés de la possibilité de modifier leurs informations personnelles à tout moment. De plus, l'hébergement des donnés ne peut se faire uniquement auprès d'hébergeurs agréés par le ministre chargé de la santé. [19]

Un nouveau règlement européen s'inscrit dans la continuité de la Loi française Informatique et Liberté de 1978, il s'agit du RGPD « Règlement Général sur la Protection des Données ». Il encadre le traitement des données personnelles sur le territoire de l'UE et impose donc un contexte juridique adapté pour suivre les évolutions des technologies et de nos sociétés (usages accrus du numérique, développement du commerce en ligne, ...). Il permet également d'harmoniser les règles au sein de

l'Europe et de développer les activités numériques au sein de l'UE en se fondant sur la confiance des utilisateurs. [22]

3. Contrefaçons de médicaments sur internet

Le principal danger associé à la vente de médicaments sur internet est celui de la contrefaçon. Il faut donc être très prudent lors d'un achat en ligne car un médicament n'est pas un produit de consommation comme les autres et tout défaut dans sa qualité peut avoir de graves répercussions sur le patient [21]. Nous allons donc aborder ce sujet en commençant par des définitions, puis en analysant l'éventuel risque pour les patients ; et pour finir nous verrons quels moyens de lutte contre cette contrefaçon ont été développés.

a. Définitions

La contrefaçon d'un produit est définie comme une atteinte aux droits de propriété intellectuelle : le trafiquant lèse un créateur, un propriétaire et trompe le client en imitant une marque. La notion de contrefaçon en tant qu'atteinte à un droit de propriété intellectuelle se distingue de la notion de falsification, qui ne se limite pas à une contrefaçon et qui intègre une problématique de santé publique. Dans ce cas, est évoqué le terme de « faux médicament ».

Dans le cas du médicament, la volonté de protéger la santé de la population et l'évolution rapide du risque ont ainsi entrainé une grande variété de définitions. Cette multiplicité de définitions ne facilite pas toujours la compréhension du problème. L'OMS définit le faux médicament comme une imitation : « Un médicament contrefait est un médicament qui est délibérément et frauduleusement muni d'une étiquette n'indiquant pas son identité et/ou sa source véritable. Il peut s'agir d'une spécialité ou d'un produit générique et, parmi les produits contrefaits, il en est qui contiennent les bons ingrédients ou de mauvais ingrédients, ou bien encore pas de principe actif, et il en est d'autres où le principe actif est en quantité insuffisante ou dont le conditionnement a été falsifié. » [23]

La directive européenne du 16 mai 2011 (2011/62/UE) définit le médicament falsifié comme : « Tout médicament comportant une fausse présentation d'au moins l'une de ses caractéristiques suivantes :

- Son identité, y compris de son emballage et de son étiquetage, de sa dénomination ou de sa composition s'agissant de n'importe lequel de ses composants, y compris les excipients, et du dosage de ses composants ;

- Sa source, y compris de son fabricant, de son pays de fabrication, de son pays d'origine ou du titulaire de son autorisation de mise sur le marché ;
- Son historique, y compris des enregistrements et des documents relatifs aux circuits de distribution utilisés.

La présente définition n'inclut pas les défauts de qualité non intentionnels et s'entend sans préjudice des violations des droits de propriété intellectuelle ». [24]

La progression des faux médicaments s'explique par plusieurs facteurs : le développement d'Internet a été jusqu'à présent le principal vecteur de vente de produits falsifiés puisqu'il permet d'accéder facilement à des millions de consommateurs sans que ceux-ci puissent vérifier ni la qualité ni l'origine des produits vendus. La production frauduleuse de faux médicaments, depuis la fabrication des principes actifs jusqu'à l'étiquetage du produit fini, est maintenant facilitée par le progrès de la technologie actuelle.

Selon l'OMS, on trouve des médicaments falsifiés ou contrefaits partout dans le monde et on estime qu'un médicament sur dix est falsifié. Il peut s'agir de mélanges de produits toxiques comme de préparations inefficaces. Dans tous les cas, leur origine est inconnue et leur composition n'est pas fiable, ces produits sont donc illégaux. Il faut savoir qu'un patient achetant ses médicaments sur internet a environ une chance sur deux de tomber sur un faux, selon l'OMS. [23]

Comment peut-on identifier un médicament contrefait ? *(figure 4) [25]*

Figure 4 : Identifier un médicament contrefait

b. Les risques pour les patients

En France, notre système de santé est relativement épargné par ces faux médicaments car les médicaments sont particulièrement bien remboursés et le patient n'aurait donc aucun intérêt à aller chercher des médicaments vendus sur internet. Ce risque existe majoritairement pour les médicaments non remboursés. En effet, avec le e-commerce, certains patients désespérés par l'échec de la thérapeutique traditionnelle se replient sur des produits inconnus non validés comme on en voit proposés sur certains sites. C'est à ce moment que le risque pour le patient est maximal ; le pharmacien joue donc un rôle très important à ce niveau. [23]

Les médicaments et autres produits de santé contrefaits sont de nature à induire un risque grave chez les patients qui en consomment car ils ne répondent pas, dans la plupart des cas, à la qualité, l'efficacité et la sécurité attendues. La consommation d'un médicament ne contenant pas la dose de principe actif attendue (sous-dosage, surdosage, absence) ou intégrant un autre principe actif, met en danger la santé du patient : absence d'effet thérapeutiques, complications, ... La possible présence de substances toxiques est source d'aggravation de l'état de santé du patient. De plus, en achetant librement sur internet des médicaments soumis à prescription médicale, le patient ne bénéficie d'aucun suivi médical ; il y a donc un risque de mauvais usage (médicament inadapté ou contre-indiqué, risques d'interactions médicamenteuses, ...) [26].

Dans le cadre de sa mission d'information et d'éducation pour la santé, le pharmacien doit mettre en garde ses patients sur les risques de la contrefaçon. Il doit rester à l'écoute d'éventuels signalements formulés par les patients [26].

c. La lutte contre la contrefaçon

En France, le monopole pharmaceutique offre tout d'abord un circuit de distribution sécurisé qui permet une protection contre la falsification. En revanche, dans de nombreux pays africains, d'Asie, d'Amérique latine, la proportion de médicaments en vente qui sont des contrefaçons est beaucoup plus élevée.

L'OMS a créé un Groupe spécial international de lutte contre la contrefaçon des produits médicaux (« groupe IMPACT »). Le groupe IMPACT a élaboré des recommandations intitulées « Principes et éléments à inclure dans une législation nationale contre la contrefaçon de produits médicaux ». [27]

Le Comité anti-contrefaçon a été créé en 2003 par les entreprises du médicament et met en place des actions visant à lutter contre la falsification de médicaments. Il est composé de représentants des industriels et des pouvoirs publics impliqués dans la lutte contre la falsification de médicaments et il est également impliqué au niveau européen et international avec des interventions au sein de groupes de travail et lors de congrès. Il collabore avec de nombreux partenaires du secteur privé, tels que l'Unifab (Union des fabricants pour la lutte contre la contrefaçon), ou du secteur public, notamment dans le cadre du Conseil Stratégique des Industries de Santé (CSIS). [25]

Depuis le 9 février 2019, chaque boite de médicament sur prescription médicale doit disposer d'un numéro de série unique contenu dans un code Datamatrix permettant d'assurer sa traçabilité, alors qu'auparavant cette dernière était effectuée par lot. Cette nouvelle technique est la sérialisation *(figure 5) [28]*. Elle permet aux acteurs de la chaine de distribution de vérifier que chaque boite est bel et bien enregistrée dans une base de données nationale et européenne. Il s'agit d'un pas supplémentaire pour la sécurité des patients, avec la garantie que chaque médicament dispensé en officine ou à l'hôpital a bien été vérifié par des professionnels de santé. [28]

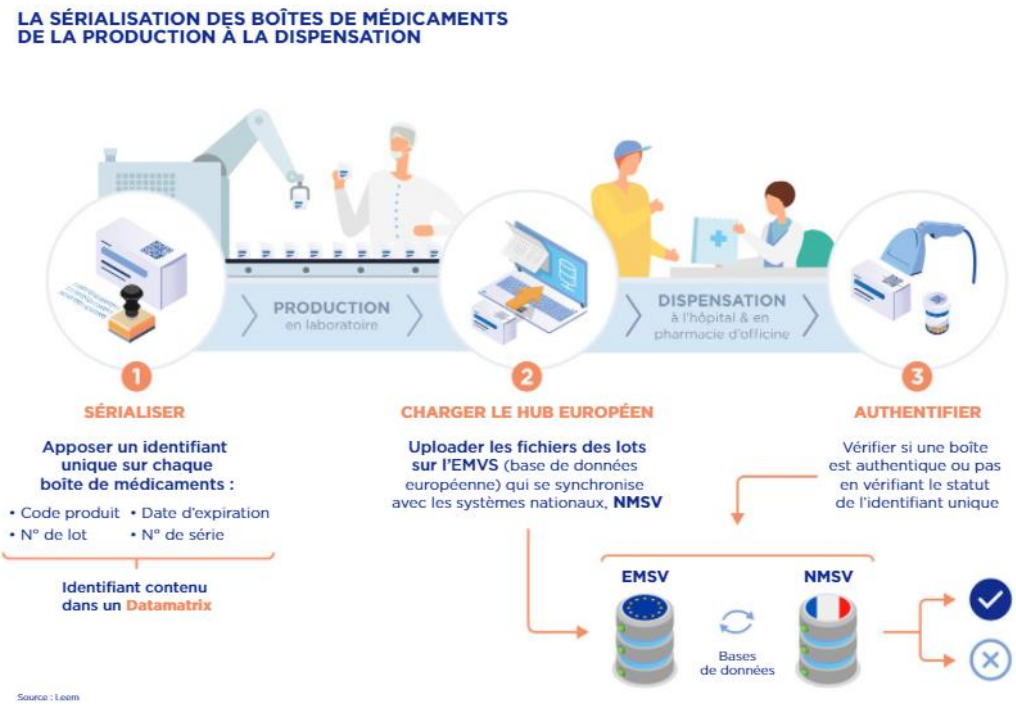


Figure 5 : La sérialisation des boîtes de médicaments de la production à la dispensation

Les entreprises du médicament travaillent avec l'Unifab pour délivrer des formations aux personnels des douanes, afin de sensibiliser à la problématique de la falsification des médicaments. L'objectif est de faciliter la reconnaissance de faux médicaments et favoriser une lutte plus efficace contre le phénomène. [25]

Voici quelques conseils à destination des patients pour éviter d'acheter des médicaments contrefaits sur internet. Se méfier :

- De toute proposition d'achat de médicaments sur des sites qui ne sont pas des pharmacies en ligne.
- De tarifs anormalement bas.
- De la mise en avant de médicaments dits « de confort », comme les médicaments pour maigrir ou contre les dysfonctions érectiles.
- Des fautes d'orthographe.
- De l'absence d'adresse physique.
- D'un site en français non répertorié en France.
- De l'absence du logo spécifique ou de la présence d'un autre logo. [23]

4. Groupements de pharmacies

Le métier de pharmacien est bien entendu centré sur la santé des patients ; mais il ne faut pas oublier que le pharmacien est également commerçant et chef d'entreprise. Il doit donc s'occuper des aspects administratifs et managériaux de son officine. Pour l'aider dans ce domaine, les groupements de pharmacies vont lui permettre de bénéficier d'avantages conséquents en ce qui concerne la gestion, la formation des employés ou encore le financement. Il existe désormais plus de 300 groupements en France et 97% des pharmacies font parties d'un groupement.

a. Définition

Un groupement de pharmacies est un réseau regroupant plusieurs officines de pharmacie à une échelle régionale ou nationale. Il est également appelé groupement officinal. De ce fait, plusieurs officines de pharmacie peuvent adhérer à un groupement pour leur permettre de bénéficier d'une aide commune dans le fonctionnement de leur pharmacie en s'adaptant aux changements et en développant efficacement leur activité. [29]

Les pharmaciens ont besoin de se grouper pour être plus forts et plus solidaire. Il faut cependant bien choisir son groupement selon ce que le pharmacien souhaite pour sa pharmacie. Il faut donc se poser les bonnes questions, comme : Quel est le projet de l'officine ? Quelles sont mes envies pour mon officine ? ...

b. Services proposés

Afin d'accompagner au mieux les pharmacies adhérentes, les groupements proposent de nombreux services à leurs adhérents.

Le groupement réalise au préalable un audit pour connaitre les besoins de la pharmacie et mettre ensuite en place un plan d'action personnalisé. Cela permet de cibler le besoin de l'officine et d'adapter les conseils et services apportés par le groupement.

Le groupement propose de nombreuses formations adaptées et personnalisées pour les officines. Ces formations portent sur différents thèmes comme l'expérience client, le merchandising, les techniques de communication, ... Elles sont à destination du pharmacien et de son équipe et sont réalisées en présentiel ou en e-learning. Elles vont leurs permettre une formation continue et une adaptation plus rapide aux changements.

Les conditions d'achats sont avantageuses ; en effet, les négociations avec les fournisseurs sont optimisées grâce aux commandes groupées pour les médicaments, la parapharmacie ou les autres besoins de la pharmacie. Cela permet donc de bénéficier de meilleurs tarifs auprès des grossiste-répartiteurs ou des laboratoires car les produits sont commandés en grande quantité ; ce qui permet de négocier et de réduire fortement les prix unitaires.

Une centrale d'achat et un catalogue de référencement commun sont à disposition des officines adhérentes au groupement. Cela permettra une aide logistique grâce à une optimisation de la gestion des stocks. En effet, les commande se font en petites quantités et à des tarifs préférentiels ; ce qui ne pourrait pas être le cas avec des achats faits directement au laboratoire (quantités élevées pour avoir des remises).

Les pharmaciens adhérents font partie d'un réseau de partage leur permettant ainsi l'accès à des moments d'échanges pour discuter avec des confrères ayant les mêmes problématiques ou questions qu'eux. [30]

L'accompagnement des pharmacies dans leur digitalisation est un service qui se développe de plus en plus pour conserver l'attractivité de l'officine auprès des patients.

c. Groupements et digitalisation

Outre leur fonction initiale, les groupements de pharmacies sont aujourd'hui des acteurs clés de la digitalisation des officines. La digitalisation fait partie des nouvelles problématiques des pharmacies et celles-ci ont besoin d'aide pour la mettre en place. C'est pourquoi les groupements ont développés des services spécifiques à leurs adhérents.

Les groupements proposent la création d'un site internet de présentation personnalisé et/ou de e-commerce. Cela permet donc à la pharmacie d'être dans l'ère du temps et de pouvoir proposer le e-commerce et/ou le Click & Collect qui sont des services de plus en plus utilisé ces dernières années.

Les pharmacies pourront également disposer de solutions de communication pour le point de vente comme des écrans publicitaires, des affiches, des vitrines, ...

La formation continue de l'équipe de l'officine sera digitale, ainsi que l'information et le suivi des traitements. La vente et le conseil d'objets de santé connectée se met également en place.

Les groupements officinaux essayent donc de personnaliser leurs offres et proposent de plus en plus de projets digitaux innovants afin d'augmenter l'effet attractif auprès du client.

d. Cas du groupement Pharmactiv

Nous allons maintenant détailler un petit peu plus le Click & Collect avec le groupement Pharmactiv qui est le groupement dont fait partie la pharmacie où j'ai travaillé et réalisé mon stage. Ce groupement propose divers services dont celui de Click & Collect que j'ai donc pu mettre en place au sein de la pharmacie.

Pour se faire, le groupement met à disposition divers outils comme une application ainsi qu'un site internet nommés « MyPharmactiv » *(annexe 1)*. Ils sont accessibles par différents moyens (ordinateur, smartphone, tablettes, ...) et vont permettre par exemple aux patients d'envoyer une ordonnance ou de réserver des produits plus facilement. Pour utiliser ces outils, il faut tout d'abord que le patient se créé un compte MyPharmactiv et se connecte à sa pharmacie en l'ajoutant en pharmacie de référence.

Ces deux outils permettent plusieurs choses :

- Un accès aux informations de base sur la pharmacie (horaires d'ouvertures, itinéraire pour s'y rendre, numéro de téléphone, services et spécialisations de la pharmacie, membres de l'équipe)

- Envoyer un message à son pharmacien et pouvoir ainsi discuter avec lui
- Envoyer des ordonnances et réserver des produits
- Prendre un rendez-vous (vaccination COVID-19 par exemple)
- Un accès à un carnet de santé électronique permettant de gérer ses informations de santé (professionnels de santé, allergies, documents comme carte vitale, carte de mutuelle, groupe sanguin, carnet de vaccination), organiser un calendrier de prise des médicaments avec des rappels de prises pour une meilleure observance, stocker ses ordonnances pour les avoir toujours sur soi
- Un accès à la lecture d'articles de santé et de conseils sur différents thèmes (sport et bien être, beauté, santé, nutrition, maman - bébé - enfant, animaux, ...)
- Visualiser sa CartActiv (carte de fidélité rattachée au groupement) et ses points

Pour pouvoir communiquer sur ce nouveau service, le groupement nous met à disposition des flyers que nous pouvons donner aux patients ou glisser dans leur sac, des post-it que nous pouvons coller sur les ordonnances, ainsi que des affiches que nous pouvons mettre dans la pharmacie *(annexe 2)*. Ces outils permettent d'informer les patients sur cette nouveauté et de leur expliquer plus en détail en quoi cela consiste.

En ce qui concerne la récupération de la commande, un comptoir rapide a été mis en place au sein de la pharmacie. Il est dédié aux patients ayant uniquement un dû à venir récupérer (sur présentation du ticket de dû) ainsi qu'aux patients ayant fait un Click & Collect et venant donc uniquement récupérer leur commande et les conseils associés de la part de l'équipe officinale. Chaque commande est mise dans un sac spécifique au Click & Collect ; ce qui permet de le retrouver facilement et de le différencier des autres *(annexe 3).*

En ce qui concerne la réception et la préparation des commandes faites par Click & Collect, nous utilisons la plateforme LINK qui est relié à l'OCP, tout comme Pharmactiv. LINK est une plateforme intuitive, sécurisée permettant de faciliter la gestion de l'officine et renforcer le lien avec les patients. C'est donc via cette plateforme que nous pouvons gérer le Click & Collect et préparer les commandes *(annexe 4)* au sein de la pharmacie. En effet, lorsqu'un patient nous envoie une ordonnance ou une réservation de produits, nous recevons immédiatement une notification sur tous les ordinateurs de la pharmacie. Pour la consulter, nous pouvons soit cliquer sur la notification ; soit aller

directement sur la plateforme digitale LINK. Nous pouvons ensuite la traiter comme indiqué dans la procédure disponible à la pharmacie *(annexe 5)*.

Afin de sécuriser au mieux la délivrance des commandes faites par internet, une « fiche conseils » a été établie et est agrafée sur chacun des sacs de Click & Collect *(annexe 6)*. Cette fiche a pour but de donner les conseils associés lors de la dispensation et faire également le lien au sein de l'équipe officinale. Nous pouvons y retrouver les informations suivantes : date de préparation de la commande, code de la personne ayant préparé la commande et nom du patient. Il y a ensuite deux parties distinctes : une partie « ordonnance » où il faut indiquer s'il s'agit d'un renouvellement ou non, inscrire le nom des médicaments préparés ainsi que les conseils à donner lors de la délivrance ; et une partie « achat hors ordonnance » où il faut indiquer les produits/médicaments préparés ainsi que les conseils à donner lors de la délivrance. Pour finir, il y a une partie « commentaire » pour toute information à faire passer à l'équipe à propos de la commande ou du patient, puis indiquer ensuite le statut de la commande : « à donner », « à régler » ou « en attente ».

5. Bonnes pratiques de dispensation des médicaments et produits de santé par voie électronique

Les bonnes pratiques de dispensation des médicaments sont définies par l'arrêté du 28 novembre 2016 [31]. Elles rappellent les règles législatives et réglementaires gouvernant la dispensation des médicaments, en formalisant son processus et en détaillant de manière minutieuse les obligations relatives à l'acte pharmaceutique. Elles s'inscrivent dans la mise en place de procédures assurant la qualité et la sécurité de la dispensation du médicament.

La dispensation est l'acte pharmaceutique qui associe à la délivrance des médicaments « l'analyse pharmaceutique de l'ordonnance médicale si elle existe, la préparation éventuelle des doses à administrer et la mise à disposition des informations et des conseils nécessaires au bon usage des médicaments. Le pharmacien a un devoir particulier de conseil lorsqu'il est amené à délivrer un médicament qui ne requiert pas une prescription médicale. Il doit, par ses conseils appropriés et dans le domaine de ses compétences, participer au soutien apporté au patient » (article R. 4235-48 du CSP) [32].

La dispensation représente un enjeu de santé publique car elle contribue à une efficacité des traitements, une diminution des risques de iatrogénie médicamenteuse, une surveillance des effets

indésirables ; et fait partie des soins de premiers recours ainsi que de la mission de service publique de la permanence des soins auxquels le pharmacien d'officine doit contribuer. [31]

Les bonnes pratiques de dispensation des médicaments s'appliquent aux pharmaciens d'officine (titulaires et adjoints), aux pharmacies mutualistes et aux pharmacies de secours minières, ainsi qu'aux étudiants en pharmacie munis d'un certificat de remplacement. [31] La dispensation par voie électronique est soumise au respect des bonnes pratiques que nous allons voir ensuite ; conformément à l'article L. 5121-5 du CSP [33]. Il faut en effet que le niveau de qualité et de sécurité soit le même qu'au comptoir ; donc selon les mêmes principes.

Ces bonnes pratiques suivent les règles déontologiques et professionnelles inscrites dans le CSP ; telles que :

- Le devoir d'actualiser ses connaissances (article R. 4235-11 du CSP) [34] et l'obligation de satisfaire au développement professionnel continu (DPC) ;
- Le devoir d'exercer sa mission dans le respect de la vie et de la personne humaine (article R. 4235-2 du CSP) [35], de faire preuve du même dévouement envers toutes les personnes qui ont recours à son art (article R. 4235-6 du CSP) [36] ;
- L'obligation de porter secours à toute personne en danger immédiat (article R. 4235-7 du CSP) [37] ;
- Le devoir d'adopter un comportement conforme à ce qu'exigent la probité et la dignité de la profession (article R. 4235-3 du CSP) [38] ;
- Le devoir de préserver la liberté de son jugement professionnel, son indépendance ne pouvant être aliénée sous quelque forme que ce soit (article R. 4235-3 du CSP) [38] ;
- L'obligation de respecter et de faire respecter le secret professionnel (article R. 4235-5 du CSP) [39] ;
- L'obligation de ne pas inciter le patient à la consommation abusive de médicaments (article R. 4235-64 du CSP) [40] et de veiller à ne jamais favoriser, ni par ses conseils ni par ses actes, des pratiques contraires à la préservation de la santé publique (article R. 4235-10 du CSP) [41].

Nous allons maintenant voir les différentes étapes du processus de dispensation *(figure 6) [42]*. Il est important de rappeler que la dispensation en ligne doit obéir aux règles générales de bonnes pratiques de dispensation, le site internet de la pharmacie étant considéré comme le prolongement virtuel d'une officine de pharmacie autorisée et ouverte au public.

Figure 6 : Processus de dispensation

a. Analyse pharmaceutique

L'analyse pharmaceutique fait partie intégrante de l'acte de dispensation ; elle permet la vérification des posologies, des doses, des durées de traitement, du mode et des rythmes d'administration, de l'absence de contre-indications, d'interactions et de redondances médicamenteuses. Il peut s'agir de l'analyse de l'ordonnance ou d'une demande de médicament à prescription facultative.

Lorsque le patient possède une ordonnance, il doit présenter l'original de l'ordonnance au pharmacien ; conformément aux dispositions de l'article R. 5132-22 du CSP [43]. Dans ce cas, le pharmacien doit vérifier :

- La validité de l'ordonnance et l'identité du patient ;
- La régularité formelle de l'ordonnance selon les médicaments prescrits et la règlementation dont ils relèvent (ordonnance sécurisée ou non comportant toutes les mentions requises notamment la date de l'ordonnance et la durée du traitement) ;
- La qualification du prescripteur selon les médicaments prescrits (prescription initiale hospitalière, prescription réservée à certains spécialistes, médicaments autorisés à être prescrits notamment dans l'exercice de l'art dentaire, aux sage-femmes, aux pédicures-podologues) ;
- Le recueil de l'accord de soins et la réalisation des examens préalables et/ou périodiques auxquels la délivrance de certains médicaments est, le cas échéant, subordonnée.

Il doit ensuite enregistrer dans le logiciel d'aide à la dispensation : les données relatives au patient (nom, prénom, date de naissance, adresse, numéro de téléphone), les données relatives aux prescripteurs (nom, prénom, identifiant RPPS, spécialité médicale et établissement de santé ou médico-social). [44]

b. Conseil pharmaceutique

Pendant la dispensation (de médicaments à prescription médicale obligatoire ou facultative), le pharmacien conseille et informe le patient afin d'assurer le bon usage et une bonne observance du traitement. Le pharmacien a une obligation renforcée de conseil pour les médicaments non soumis à prescription médicale obligatoire (article R. 4235-48 du CSP) [32].

Dans tous les cas, le pharmacien doit informer le patient de la posologie, du mode d'administration, du moment de prise et de la durée du traitement. Il doit également conseiller le patient sur le bon usage des médicaments, souligner les précautions d'emploi et alerter sur les mises en garde et la possibilité d'effets indésirables et/ou d'interactions avec des médicaments d'automédication. Il est recommandé de proposer un plan de posologie pour les patients polymédiqués ou âgées.

Lors de la délivrance des conseils pharmaceutiques, le pharmacien veille à la bonne compréhension et l'acceptation du traitement par le patient, pour une observance et une efficacité maximale. L'information est simple, claire et adaptée au patient pour assurer sa bonne compréhension.

En ce qui concerne le commerce électronique de médicaments, le site internet doit être conçu pour qu'aucun médicament ne puisse être dispensé sans qu'un échange interactif entre le patient et le pharmacien ne soit fait avant la validation de la commande. Pour que le pharmacien ait les données nécessaires pour la dispensation, il peut mettre en ligne un questionnaire lui permettant de recueillir : l'âge, le poids, la taille, le sexe, les traitements en cours, les antécédents allergiques, les contre-indications et, le cas échéant, l'état de grossesse ou d'allaitement du patient. Ce questionnaire est rempli lors de la première commande et est ensuite actualisé lors des commandes suivantes s'il y a eu des modifications.

Un dialogue individualisé entre le pharmacien de l'officine concernée et le patient est impérativement mis en place ; avec des moyens sécurisés permettant de préserver la confidentialité des échanges.

Le pharmacien doit donner les conseils pour le bon usage du traitement et doit donc insister sur l'essentiel lors de la vente en ligne ; comme le type de médicament dispensé, l'action du produit, la posologie, le moment de prise et la durée du traitement. Il doit également rappeler les contre-indications existantes avec la prise de certains médicaments et décrire les effets indésirables éventuels.

Au-delà du conseil et de l'information qui doivent accompagner toute commande, le patient doit être en mesure de pouvoir poser des questions complémentaires au pharmacien. Tous ces échanges entre le pharmacien et le patient sont ensuite tracés et archivés. [44]

c. Délivrance

Le pharmacien doit appliquer les règles de délivrance des médicaments (quantité de médicaments délivrés, enregistrement des entrées et des sorties, ...) conformément à la règlementation dont ces médicaments relèvent. [44]

La délivrance des médicaments relevant des listes I et II et des médicaments stupéfiants doit être tracée ; conformément aux dispositions des articles R. 5132-9 [45], R. 5132-10 [46], R. 5132-35 [47] et R. 5132-36 du CSP [48]. Les médicaments dérivés du sang font l'objet d'une traçabilité spécifique conformément aux dispositions de l'article R. 5121-186 du CSP [49]. En ce qui concerne les médicaments à prescription médicale facultative, le pharmacien peut tracer leur délivrance dans l'historique du logiciel d'aide à la dispensation.

Les dispensations faites par voie électronique peuvent être retranscrites dans le fichier patient du logiciel d'aide à la dispensation selon une procédure normalisée.

d. Vigilances et traitements des alertes sanitaires

Le pharmacien contribue à la surveillance et l'évaluation des effets indésirables liés à l'utilisation des médicaments et porte une attention particulière aux médicaments sous Plan de Gestion de Risques (PGR). Il est tenu de signaler, sans délai, tout effets indésirable suspecté d'être dû à un médicament au Centre Régional de Pharmacovigilance (CRPV) (articles L. 5121-25 [50] et R. 5121-151 [51], R. 5121-153 [52] et R. 5121-161 du CSP [53]).

De plus, les alertes sanitaires sont diffusées au sein de l'équipe et sont traitées sans délai. [44]

IV. Etudes

1. Avis des patients sur le Click & Collect

a. Introduction

Cette étude a été réalisée dans le cadre de la mise en place du Click & Collect au sein d'une pharmacie rurale de bourgogne. Le but a été de recueillir l'avis des patients de la pharmacie à propos de ce nouveau service afin de l'adapter au mieux à leurs attentes et besoins. En effet, lors de la mise en place d'un service de Click & Collect, certains outils sont mis à disposition notamment par les groupements de pharmacies mais il faut ensuite l'adapter à la population fréquentant l'officine. Ces adaptations concernent par exemple l'utilisation que les patients vont faire du Click & Collect, que ce soit pour les ordonnances ou pour la parapharmacie mais aussi le délai qui leur semble acceptable pour récupérer leur commande. Tout cela permettra de mieux appréhender ce nouveau service au quotidien au sein de l'officine.

b. Matériel et méthodes

128 patients ont répondu à cette étude à l'aide d'un questionnaire simple et rapide *(annexe 7)*. Ce questionnaire a tout d'abord été rempli en format papier au comptoir puis en format numérique grâce à un envoi par mail aux patients. Tous les patients (hommes et femmes) ayant plus de 18 ans ont pu répondre à ce questionnaire. Celui-ci permet tout d'abord de différencier les patients selon leur sexe, leur âge et leur intérêt pour le Click & Collect. Le questionnaire va ensuite se diviser en deux parties distinctes selon si le patient est intéressé ou non par le service. Si le patient est intéressé, il poursuit le questionnaire en indiquant la fréquence d'utilisation potentielle : de façon ponctuelle pendant la crise sanitaire par exemple ou en routine donc sur le long terme. Il choisit ensuite l'utilisation souhaitée selon ses besoins : ordonnance, parapharmacie ou bien les deux. Pour finir, il indique le délai qui lui semble acceptable pour récupérer sa commande à la pharmacie : une demi-journée, une journée ou deux jours.

Cette étude a été réalisée sur une période totale de 5 mois dont 2 mois avec un questionnaire numérique.

Pour que les résultats soient les plus représentatifs possibles, certaines réponses incomplètes ont dû être exclues et des adaptations ont dues être faites pour les réponses ouvertes. Celles-ci seront détaillées dans la partie « résultats et discussion ».

c. Résultats et discussion

De quelle tranche d'âge faites-vous partie ?

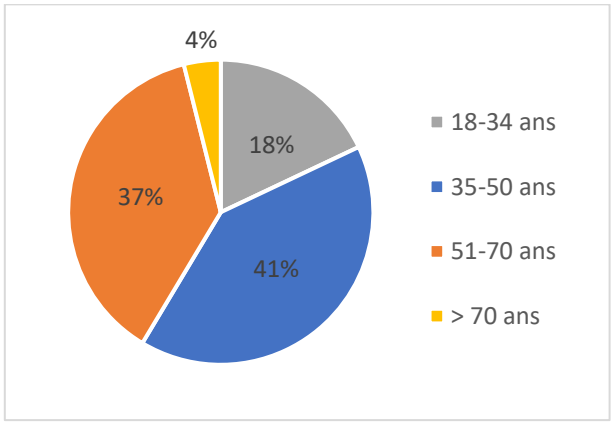


Figure 7: Tranches d'âge des patients ayant répondu

La majorité des patients ayant répondu à cette étude ont entre 35 et 70 ans *(figure 7)* ; cela représente la tranche d'âge fréquentant le plus l'officine et étant susceptible d'utiliser ce service au quotidien. Nous avons eu peu de réponses de la part des 18-34 ans qui auraient pu être également intéressés par ce service car ils sont très connectés au quotidien. Seulement 4% des réponses proviennent de patients ayant plus de 70 ans ; cela n'est donc pas représentatif de la proportion de personnes âgées fréquentant l'officine. Cela peut être lié à un problème pour répondre au questionnaire ; que ce soit au comptoir donc avec peu de place et en étant debout ; ou encore par mail car certains n'ont peut-être pas d'adresse électronique.

Limites : Le nombre de patients interrogés en globalité n'est pas représentatif du nombre de personnes fréquentant l'officine car celui-ci est d'environ 300 patients/jour. Les tranches d'âge ne sont pas représentées équitablement ; avec seulement 18% entre 18 et 34 ans et 4% de plus de 70 ans.

Seriez-vous intéressé par un service de Click & Collect ?

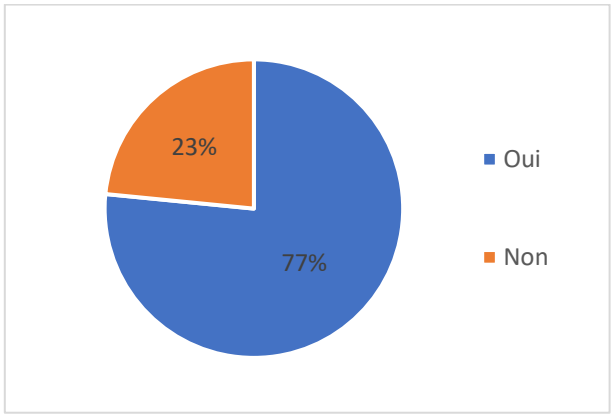


Figure 8 : Intérêt pour le Click & Collect

Une très grosse majorité des patients ayant répondu à cette étude disent être intéressés par un service de Click & Collect *(figure 8)*. Cela conforte le choix de proposer ce service qui semble être prometteur au sein de la patientèle de l'officine. Mais est-ce que toutes les tranches d'âge ont répondu ainsi ?

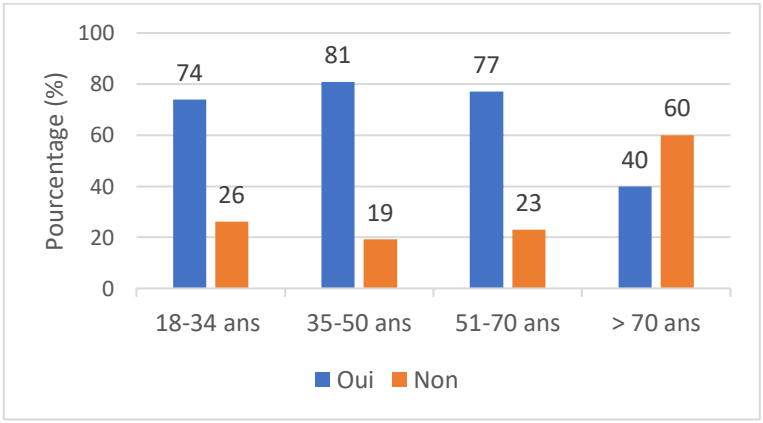


Figure 9 : Intérêt pour le Click & Collect selon les tranches d'âge

Cela se confirme ici avec une majorité des 18-70 ans répondant être intéressés par ce service *(figure 9)*. La tendance s'inverse chez les plus de 70 ans qui ne semblent pas être intéressé ; mais comme nous l'avons dit précédemment cette tranche d'âge est sous-représentée dans cette étude. De plus, les personnes âgées ne sont peut-être pas habituées à utiliser ce genre de service au quotidien et n'ont peut-être pas non plus le matériel pour l'utiliser (ordinateur ou smartphone).

A quelle fréquence utiliseriez-vous ce service ?

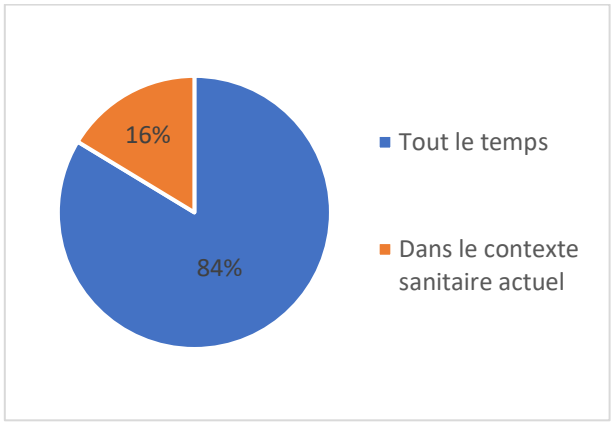


Figure 10 : Fréquence d'utilisation du Click & Collect

Cette question a été posée car l'étude a été réalisée à partir du mois d'octobre 2020 donc pendant la crise sanitaire liée à la COVID-19. Les modes de consommation ayant été modifié par cette crise, le but était de savoir si les patients allaient utiliser ce service uniquement pendant la pandémie ; donc pour son côté pratique et une diminution du temps passé dans les lieux à risque de contamination. Il en ressort que les patients comptent l'utiliser sur le long terme *(figure 10)* donc ce service pourra perdurer même après cette crise sanitaire. Cela montre bien une arrivée des nouvelles technologies et du digital dans le quotidien de la population ; même en ce qui concerne leur santé.

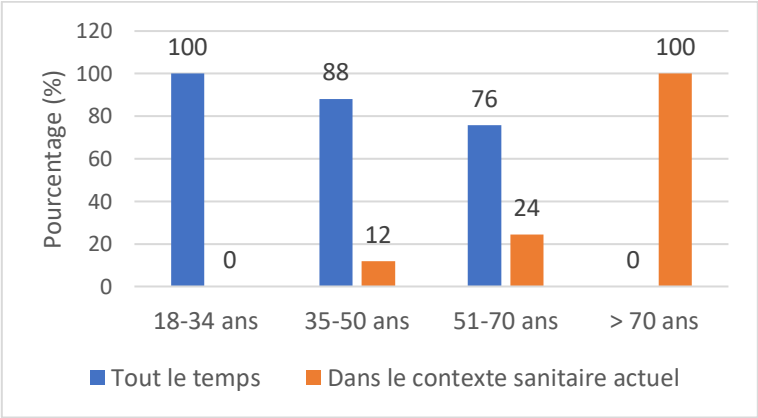


Figure 11 : Fréquence d'utilisation du Click & Collect selon les tranches d'âge

Cela se confirme avec les réponses des 18-70 ans qui utiliseraient ce service sur le long terme alors que les plus de 70 ans l'utiliserait uniquement dans le contexte sanitaire actuel *(figure 11)*. Cela peut s'expliquer par le risque plus important pour les personnes âgées de contracter la COVID-19 de façon grave. Ce service pourrait donc leur permettre de commander leurs médicaments à distance et de passer beaucoup moins de temps dans un lieu à risque de contamination comme la pharmacie.

Pour quelle utilisation cela vous semble être le plus utile ?

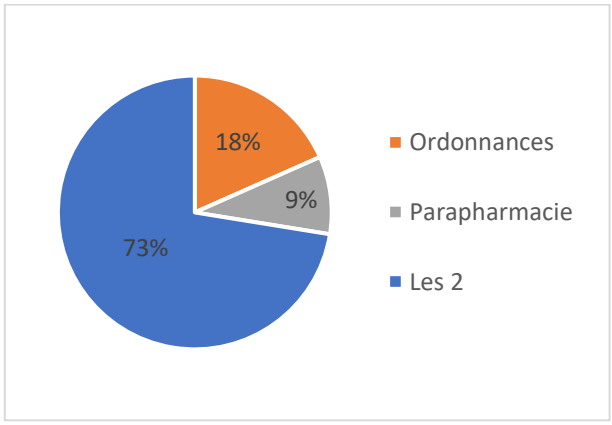


Figure 12 : Utilité du Click & Collect

La plupart des patients considèrent que ce service leur sera utile autant pour de la parapharmacie que pour leurs ordonnances *(figure 12)*. Cela montre bien que le Click & Collect est dans l'air du temps et que les patients sont prêts à l'utiliser dans le domaine de la santé et plus particulièrement pour leurs médicaments. Cela doit bien entendu être fait avec précautions ; le pharmacien doit toujours garder un lien avec son patient et lui donner tous les conseils nécessaires au bon usage du médicament et des produits de santé.

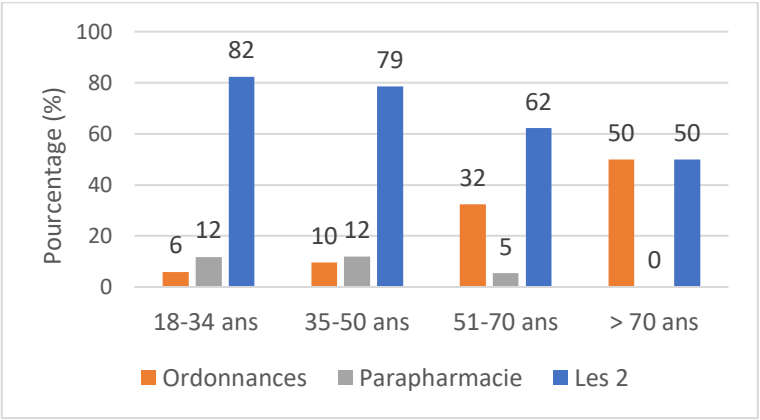


Figure 13 : Utilité du Click & Collect selon les tranches d'âge

Cela se confirme également au sein de toutes les tranches d'âge, avec une utilisation du service aussi bien pour les ordonnances que pour la parapharmacie *(figure 13)*.

Quel est le délai qui vous semble acceptable pour récupérer votre commande ?

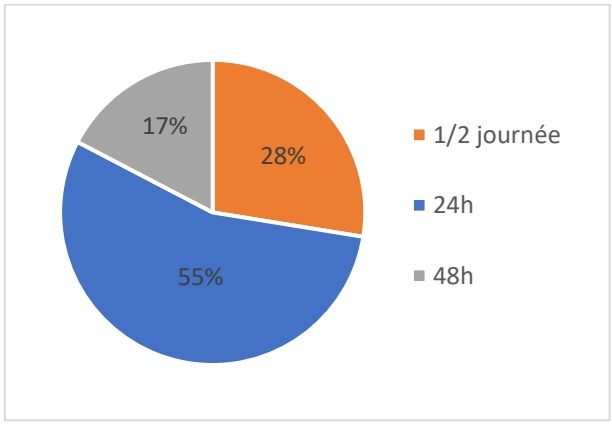


Figure 14 : Délai de récupération de commande acceptable

Concernant le délai acceptable par les patients pour le retrait de leur commande, le plus pertinent semble être 24h *(figure 14)*. Ce délai est également acceptable du point de vue du pharmacien car il permet de pouvoir anticiper les commandes si un produit n'est pas en stock afin de le recevoir lors de la prochaine livraison et d'avoir le temps de préparer la commande. Il permet également de pouvoir continuer de s'occuper au mieux de la patientèle au sein de l'officine.

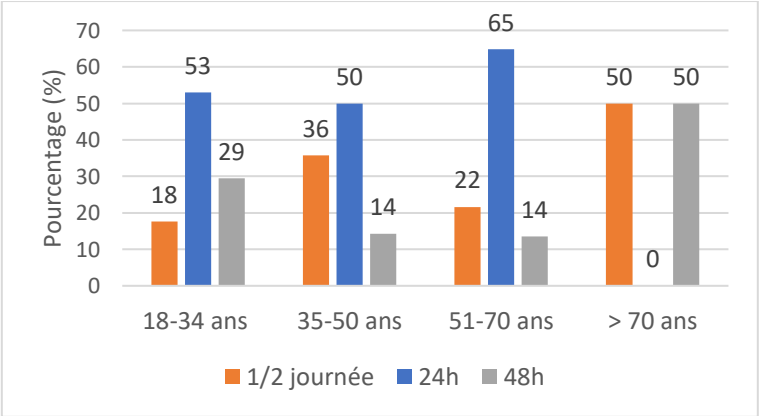


Figure 15 : Délai de récupération de commande acceptable selon les tranches d'âge

Cela se confirme avec les réponses des 18-70 ans souhaitant majoritairement pouvoir récupérer leur commande dans les 24h *(figure 15)*. Les plus de 70 ans sont aux extrêmes avec moitié d'entre eux souhaitant un délai d'une demi-journée et l'autre moitié acceptant un délai de 48h. Il faut cependant rappeler que cet échantillon de population n'est pas représentatif.

Limites : Les réponses pour cette question ont été multiples pour 4 personnes ; nous avons donc choisi de prendre uniquement le délai le plus court pour satisfaire au mieux le patient. (Réponses multiples : deux fois ½ journée-24h (pour les 35-50 ans) ; 24-48h et ½ journée-24h (pour les 51-70 ans)).

d. Conclusion

Les patients interrogés lors de cette étude ont principalement entre 35 et 70 ans. La majorité des patients semblent intéressés par le Click & Collect et l'utiliserait sur le long terme pour les ordonnances ainsi que pour la parapharmacie avec un délai de récupération de commande souhaité qui serait de 24h.

Cette étude nous a permis de faire connaitre le Click & Collect auprès des patients et de pouvoir visualiser leurs attentes afin d'y répondre au mieux. Nous avons en effet un site internet et une application mobile permettant aussi bien de réserver des produits de parapharmacie que d'envoyer son ordonnance pour la faire préparer. Le délai de préparation de l'ordonnance est indiqué par le patient lors de l'envoie de sa demande et nous faisons au mieux pour y répondre dans un délai maximum de 24h comme suggéré par les patients.

La période actuelle de crise sanitaire n'était pas très propice au remplissage de questionnaires ; ce qui a induit un nombre de réponses assez faible. En effet, les gestes barrières imposent une rigueur qui complique la tâche et les patients n'ont pas forcément envie de rester trop longtemps dans une pharmacie. C'est pourquoi le questionnaire a ensuite été envoyé par mail aux patients mais le nombre de patients était là aussi limité à ceux ayant un fichier de fidélité au sein de pharmacie car nous avions la possibilité de leur faire un envoi rapide grâce à ce biais. Il aurait été intéressant de pouvoir obtenir d'avantages de réponses pour avoir des résultats qui soient le plus représentatifs possibles.

2. Click & Collect et pharmaciens

a. Introduction

Cette étude a été réalisée pour faire un « état des lieux » du développement ainsi que de l'utilisation du Click & Collect dans les pharmacies d'officine de France. Le but a été de recueillir un maximum de réponse de la part des pharmacies à travers tout le pays pour avoir un aperçu de l'utilisation de ce service selon les régions, les zones rurales/urbaines, ... Cela nous permettra d'avoir une vision globale de l'étendue de ce service.

b. Matériel et méthodes

137 pharmacies ont répondu à cette étude à l'aide d'un questionnaire en ligne *(annexe 8)*. Ce questionnaire a tout d'abord été envoyé par mail aux différentes pharmacies de Bourgogne-Franche-Comté faisant partie des maitres de stage puis il a été mis sur les réseaux sociaux (groupes de pharmaciens) pour obtenir des réponses à travers toutes la France. Toutes les pharmacies ont pu répondre à ce questionnaire ; qu'elles proposent le service de Click & Collect ou non.

Ce questionnaire permet tout d'abord de différencier les pharmacies selon leur localisation (zone rurale ou urbaine) ainsi que leur ville. Nous pouvons ensuite voir si les pharmacies font partie d'un groupement ou non et si oui, lequel. Le questionnaire va ensuite se diviser en deux parties distinctes selon si la pharmacie propose ou non le Click & Collect. Si la pharmacie le propose, on lui demande plusieurs renseignements : depuis quand, pour quelle(s) utilisation(s), le délai de préparation des commandes, qui s'occupe de ce service au sein de la pharmacie, comment faire pour donner les conseils associés, quelles sont les tranches d'âge des personnes utilisant le service et quel est le pourcentage approximatif de personnes l'utilisant. Si la pharmacie ne le propose pas, nous cherchons à savoir pourquoi et s'ils seraient prêt à le mettre en place à l'avenir.

Cette étude a été réalisée sur une période de 3 mois.

Pour que les résultats soient les plus représentatifs possibles, certaines réponses incomplètes ont dû être exclues et des adaptations ont dues être faites pour les réponses ouvertes. Celles-ci seront détaillées dans la partie « résultats et discussion ».

c. Résultats et discussion

Est-ce que votre pharmacie est située en zone urbaine ou rurale ?

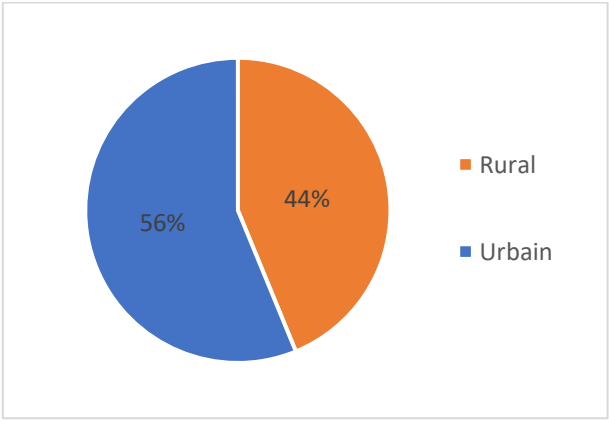


Figure 16 : Localisation des pharmacies

Nous pouvons voir ici que nous avons eu quasiment autant de réponses venant de pharmacies situées en zone urbaine qu'en zone rurale *(figure 16)*.

Dans quelle ville se situe votre pharmacie ?

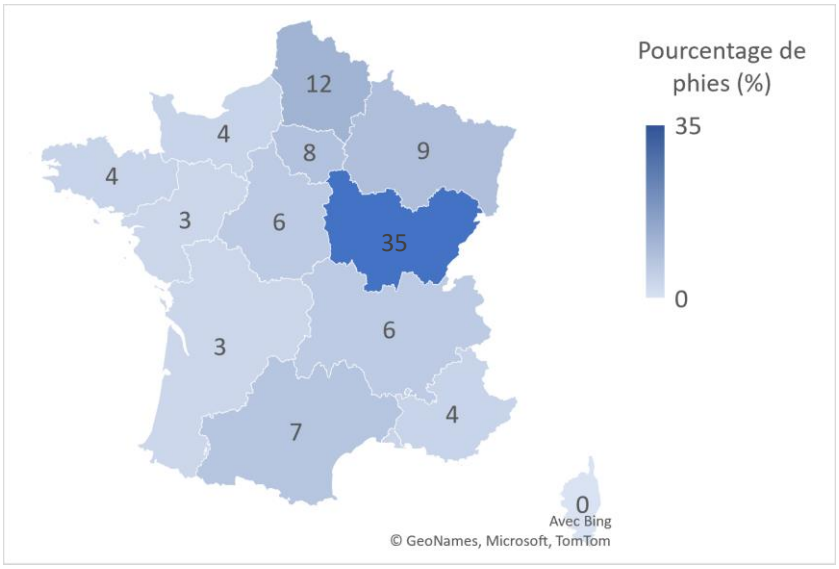


Figure 17: Régions où les pharmacies ont répondu

La région où nous avons obtenu le plus de réponses est la Bourgogne-Franche-Comté car nous avons envoyé directement le questionnaire par mail aux différents maitres de stage pour solliciter leur aide afin de réaliser cette étude. Nous avons cependant reçu de nombreuses autres réponses de la part de pharmacies à travers toute la France permettant ainsi de représenter au mieux tout le territoire *(figure 17)*.

Faites-vous partie d'un groupement de pharmacies ?

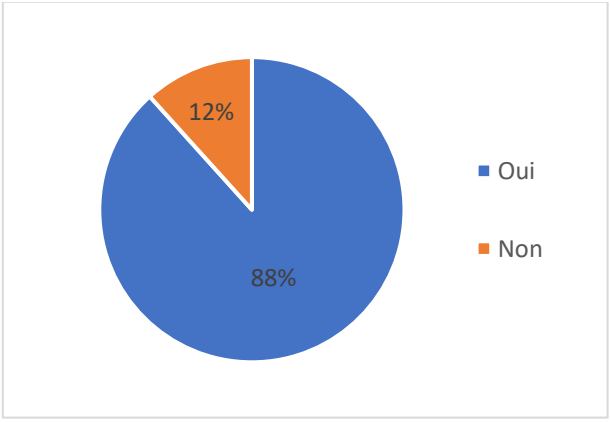


Figure 18 : Rattachement à un groupement de pharmacies

La majorité des pharmacies ayant répondues sont rattachées à un groupement de pharmacies *(figure 18)* ; ce qui est désormais souvent le cas. Nous allons voir ensuite quels sont ces groupements.

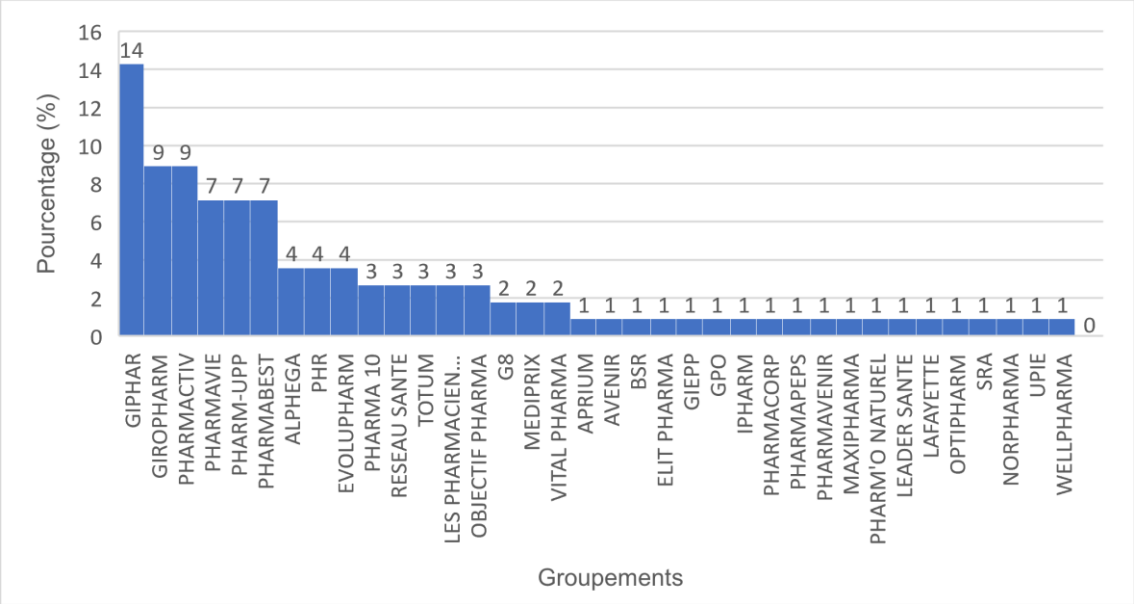


Figure 19 : Groupements de pharmacies ayant répondus

Il existe de nombreux groupements de pharmacie sur le territoire. Ces groupements peuvent être nationaux, régionaux ou encore locaux pour certains. Nous pouvons voir ici que nous avons eu des réponses de divers groupements dont majoritairement le groupement Giphar *(figure 19)*.

Limites : Deux pharmacies ont répondu faire partie d'un groupement mais n'ont pas précisé le nom de celui-ci. Une pharmacie a dû être exclue de cette question car elle avait répondu faire partie de plusieurs groupements.

Est-ce que vous proposez le service de Click & Collect dans votre pharmacie ?

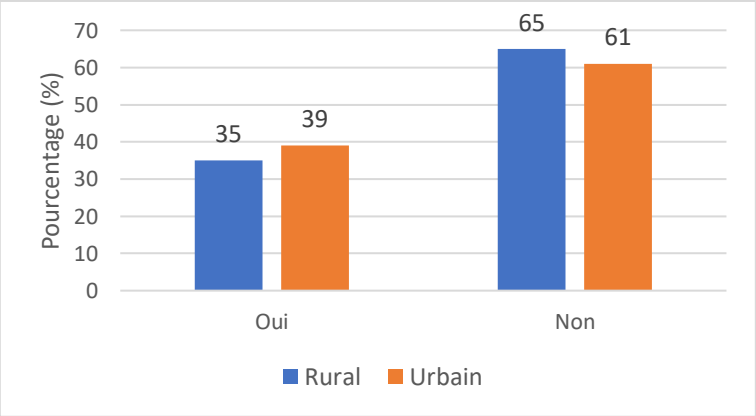


Figure 20 : Pharmacies proposant ou non ce service selon leur localisation

Le pourcentage de pharmacies proposant ce service est semblable entre les zones rurale et urbaine *(figure 20)*. Il n'y a donc pas forcément de différence entre ces deux localisations de pharmacies. Mais y a-t-il une prédominance du développement de ce service pour les pharmacies faisant partie d'un groupement ; donc ayant accès à des services complémentaires plus facilement ?

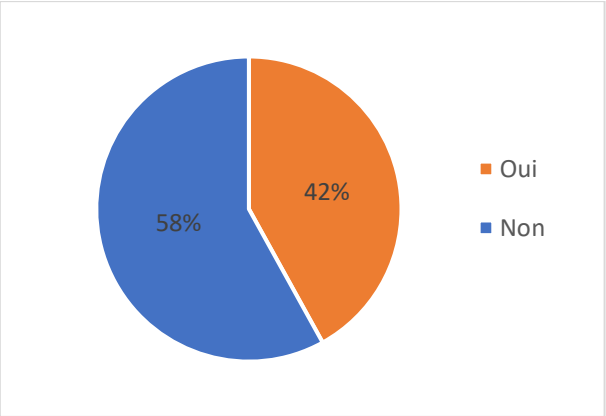


Figure 21 : Pharmacies rattachées à un groupement proposant ou non le Click & Collect

Concernant les pharmacies rattachées à un groupement, moitié d'entre elles environ ont développés ce service *(figure 21)*. Le groupement permet donc un accès facilité pour la mise en place du Click & Collect mais les pharmacies ne l'ont pas pour autant tous développé. Nous verrons ensuite pour quelles raisons elles ne l'ont pas mis en place et si elles envisagent de le développer à l'avenir.

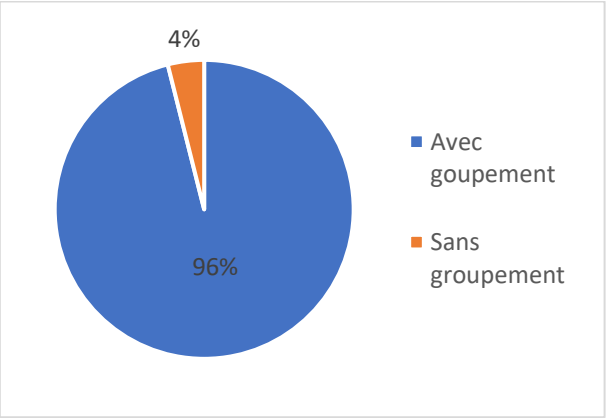


Figure 22 : Proportion de Click & Collect développé selon le rattachement à un groupement ou non

Concernant les pharmacies proposant ce service, elles font quasiment toutes partie d'un groupement de pharmacies *(figure 22)* ; ce qui confirme donc bien le fait que le groupement permet d'aider les pharmacies à développer le service.

Depuis quand proposez-vous ce service ?

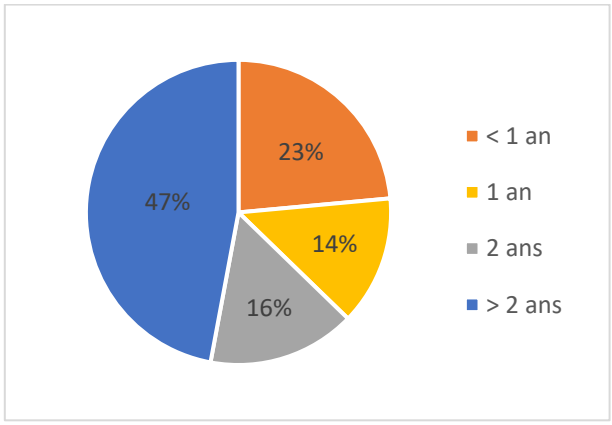


Figure 23 : Date de développement du Click & Collect

La majorité des pharmacies ayant développé ce service l'ont fait depuis plus de 2 ans donc avant le début de la crise sanitaire *(figure 23)* ; ce qui confirme que ce mode de consommation est dans l'air du temps. Les autres pharmacies l'ont développé depuis quelques mois à 1 an donc peut-être pour répondre aux besoins liés à la crise sanitaire COVID-19.

Pour quelle(s) utilisation(s) proposez-vous ce service ?

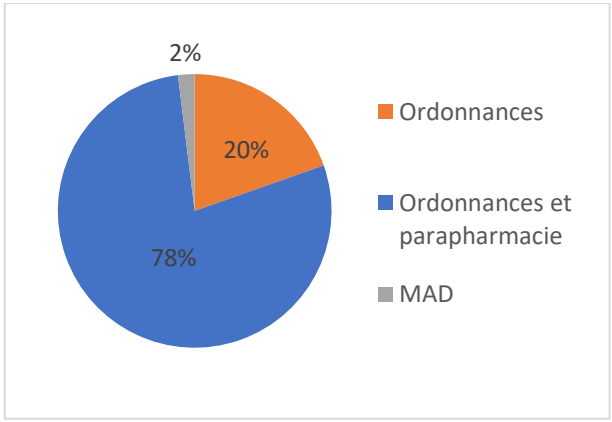


Figure 24 : Utilisations du Click & Collect

Une grande majorité des pharmacies proposant le Click & Collect le propose aussi bien pour les ordonnances que pour la parapharmacie *(figure 24)* ; le patient peut donc avoir un large choix sur le site internet en fonction de ses besoins. Certains ont choisi de ne proposer que la préparation des ordonnances et ont donc développé plutôt un service de type Scan & Collect pour leurs patients. Pour d'autres pharmacies, ce service sert pour le matériel de Maintien à Domicile (MAD).

Quel est votre délai de préparation des commandes ?

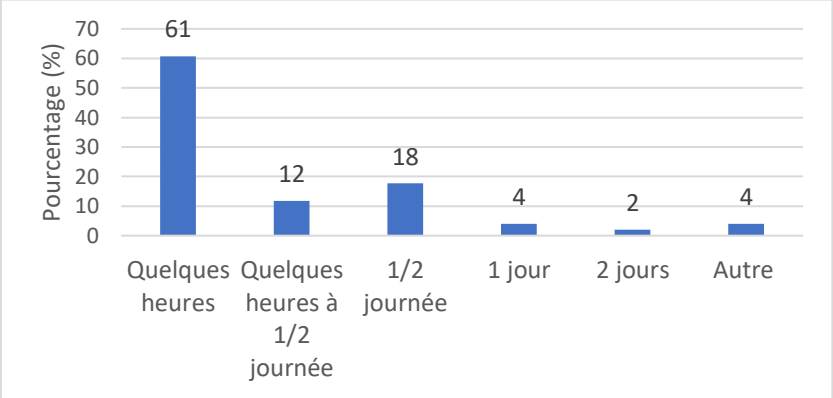


Figure 25 : Délai de préparation des commandes

Nous pouvons voir ici que le délai majoritairement adopté pour la préparation des commandes est de quelques heures à une demi-journée au maximum *(figure 25)*. Cela est due au fait que les personnes souhaitant faire un Click & Collect ont l'habitude de pouvoir récupérer leur commande assez rapidement. Cela nécessite donc une bonne organisation au sein de la pharmacie pour pouvoir répondre au mieux aux attentes des patients. Ce délai doit être adapté aux besoins si un produit n'est pas en stock et doit être commandé par exemple. Ce délai assez court est surtout vrai pour les produits de parapharmacie ou autres achats type plaisir que le client veut rapidement ; mais certains acceptent un délai plus long pour leur ordonnance notamment lors d'un renouvellement qu'ils peuvent donc anticiper.

Limites : Les réponses pour cette question ont été multiples pour certaines pharmacies ; nous avons donc choisi de réduire le délai au plus court pour permettre de satisfaire au mieux le patient.

Qui s'occupe de ce service au quotidien dans votre officine ?

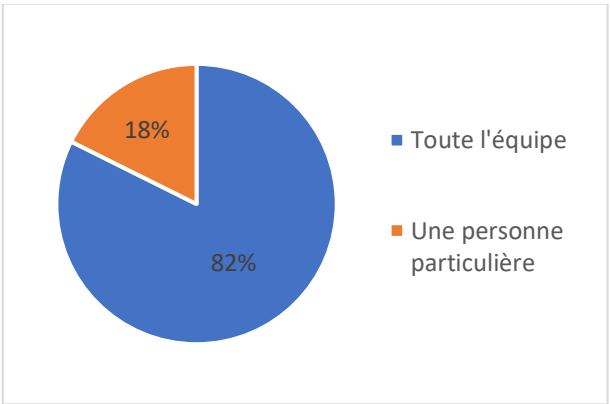


Figure 26 : Personne(s) s'occupant du Click & Collect

Ce service est une tâche quotidienne qui se rajoute aux nombreuses autres déjà présentes au sein de l'officine. Il est donc intéressant de voir comment s'organiser au niveau de l'équipe pour la gestion des commandes en ligne. La majorité des officines ont fait le choix de laisser toute l'équipe s'occuper de ce service permettant ainsi d'optimiser le temps de préparation des commandes *(figure 26)*. Certaines ont choisi de laisser une personne particulière de l'équipe s'en occuper soit car elle a été nommée référente de cela, soit en faisant une sorte de roulement permettant ainsi de varier les tâches quotidiennes. Dans tous les cas, les personnes s'occupant du service doivent être formées et une procédure doit être rédigée pour garantir un service de qualité aux patients.

Comment faites-vous pour donner les conseils associés lors de la remise de la commande au patient ?

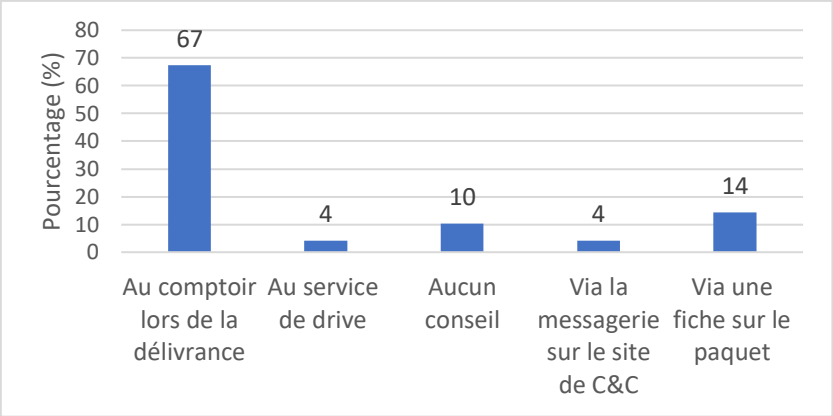


Figure 27 : Solution pour donner les conseils au patient

La question qui me semble être la plus importante est celle-ci ; en effet, aucun médicament ou produit de santé ne peut quitter la pharmacie sans qu'un conseil associé ne soit donné au patient pour garantir son bon usage. Voyons donc comment les pharmacies ont choisi de procéder pour pouvoir donner les conseils nécessaires. La plupart procèdent comme d'habitude ; c'est-à-dire qu'ils donnent les conseils au comptoir lors de la délivrance des produits *(figure 27)*. Les conseils peuvent donc être donnés soit à l'oral soit par écrit sur les boites ou sur l'ordonnance. Certains ont créé une fiche de conseils qui est ajoutée sur le paquet lors de la préparation de la commande ; cette fiche peut être relue avec le patient et lui est laissé pour qu'il puisse s'y référer. D'autres donnent les conseils via la messagerie qui est disponible sur le site de Click & Collect ; donc une discussion en ligne est possible directement avec le patient pour répondre à ses éventuelles questions. Ceux possédant un service de drive peuvent les donner lors de la remise du paquet à cet endroit. Nous remarquons qu'une proportion non négligeable de pharmacies (10%) répondent à cette question qu'ils ne donnent aucun conseil ; cela est très

problématique de mon point de vue et ne devrait pas exister. Il est pourtant bien précisé dans les Bonnes Pratiques de Dispensation que toute dispensation de médicament ou produit de santé doit être accompagnée d'un conseil nécessaire à son bon usage. La pharmacie n'est pas un commerce comme les autres et le pharmacien doit donc prendre un temps de discussion avec chaque patient, et ce, même lors d'un retrait de commande en ligne.

Limites : La réponse à cette question était libre donc nous avons regroupé les réponses par similarité pour permettre de dégager les cinq réponses ci-dessus. Deux réponses ont été exclues car ne correspondaient pas aux autres (« ordonnances que pour des infirmières en vue de préparation de pilulier ou pansement donc peu de conseils associés » et « pas de recul »).

Quelle(s) sont les tranches d'âge des personnes utilisant ce service dans votre officine ?

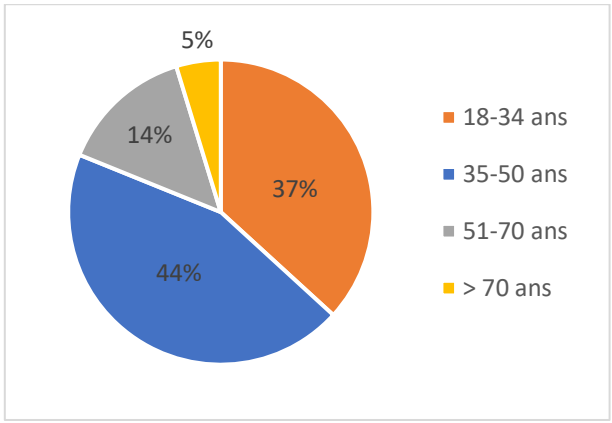


Figure 28 : Tranches d'âge des personnes utilisant le Click & Collect

Les personnes entre 18 et 50 ans sont celles qui utilisent le plus ce service *(figure 28)*. En effet, ces personnes ont certainement déjà l'habitude de l'utiliser pour d'autres choses au quotidien comme leurs achats alimentaires par exemple. Les personnes plus âgées ont de plus en plus accès à un smartphone et/ou ordinateur donc on remarque une légère proportion de ces personnes qui utilisent également ce service. Ces personnes ont souvent un traitement chronique et ce service peut donc leur gagner du temps lors de leur renouvellement par exemple.

Limites : Les réponses ont été multiples pour plusieurs pharmacies ; nous avons donc choisi de compter chaque réponse une fois pour être le plus représentatif possible.

D'après-vous, quel est le pourcentage approximatif de personne utilisant ce service dans votre officine ?

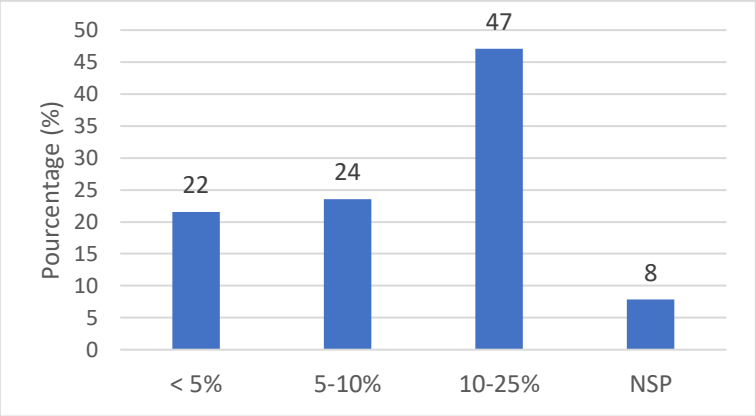


Figure 29 : Pourcentage de personnes utilisant le Click & Collect

Nous pouvons voir que ce service est encore assez peu utilisé par les patients dans les officines l'ayant développé *(figure 29)*. Certains patients l'utilisent pour son côté pratique et rapide mais d'autres préfèrent venir à la pharmacie et prendre le temps de regarder dans les rayons et discuter avec leur pharmacien pendant qu'il leur prépare leurs médicaments.

Vous ne proposez pas le Click & Collect dans votre officine, pourquoi ?

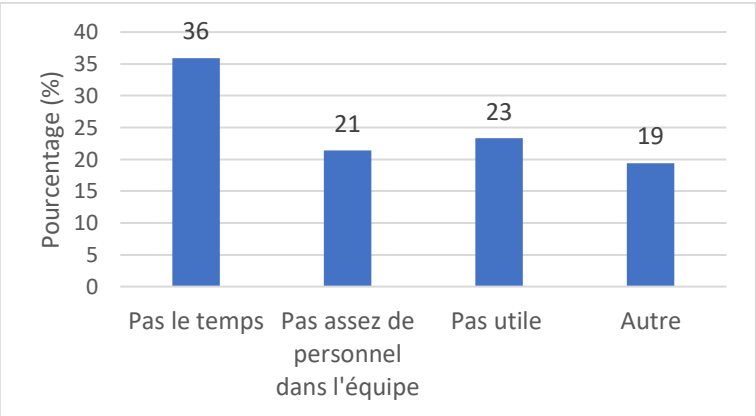


Figure 30 : Raisons pour lesquelles certaines pharmacies ne proposent pas le Click & Collect

Les raisons pour lesquelles les pharmacies ne proposent pas le Click & Collect sont diverses *(figure 30)*. Certaines n'ont pas le temps de gérer ce nouveau service au quotidien et d'autres n'ont pas assez le personnel dans l'équipe. Pour un certain nombre d'entre elles, ce service ne leur semble pas utile.

Limites : Les réponses ont parfois été multiples pour cette question ; chaque réponse a donc été comptabilisée une fois. La partie « autre » regroupe tout le reste des réponses libres comme : « pas de

demande », « pas encore mis en place », « pas de site internet », ... Une pharmacie a dû être exclue pour cette question car elle n'avait pas répondu.

Seriez-vous prêt à le mettre en place à l'avenir ?

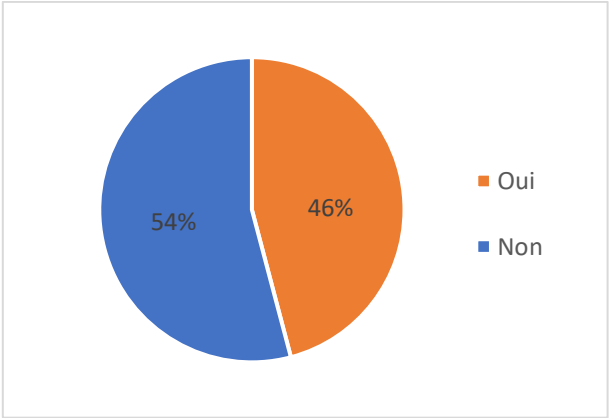


Figure 31 : Pharmacies souhaitant développer le Click & Collect à l'avenir ou non

Concernant les pharmacies n'ayant pas développé ce service, nous en avons environ la moitié qui seraient prête à le mettre en place à l'avenir *(figure 31)*. Ce service va en effet de plus en plus se développer dans notre quotidien et également dans le domaine de la santé ; nous devons donc être ouvert à ces nouvelles technologies et nous y adapter.

Quel est le retour de vos patients à propos de ce service ?

Cette question était principalement destinée aux pharmacies ayant développé le service afin d'avoir le ressenti des patients. Il en ressort donc un retour très positif de la part des patients qui mettent en avant le côté simple, pratique et rapide du service. Certains apprécient le gain de temps et le fait de venir une seule fois à la pharmacie lorsqu'ils ont des ordonnances assez complexes qui peuvent nécessiter de devoir commander leur traitement. Cet engouement pour ce service s'est accentué depuis un an environ avec la crise sanitaire COVID-19 et les différents confinements. Certains patients préfèrent appeler directement la pharmacie pour faire préparer leur ordonnance et ne voit donc pas l'utilité ou le besoin de passer par le Click & Collect pour cela.

Limites : Cette question était libre de réponse ; nous avons donc résumé les réponses obtenues.

d. Conclusion

Les pharmacies interrogées lors de cette étude proviennent de toute la France et sont issues aussi bien de zone urbaine que de zone rurale. Le Click & Collect est un service qui est majoritairement développé dans les pharmacies faisant partir d'un groupement ; cela est due à une certaine facilité de développement du service proposé par les différents groupements. Le Click & Collect est déjà utilisé depuis plusieurs années dans certaines pharmacies mais il a connu un fort développement depuis environ 1 an suite à la crise sanitaire COVID-19.

L'utilisation de ce service est aussi bien pour les ordonnances que pour la parapharmacie permettant ainsi aux patients de répondre aux mêmes attentes que dans la pharmacie. Les officines ont choisi d'avoir un délai de préparation des commandes qui soit le plus rapide possible pour satisfaire au mieux les patients et répondre aux exigences de ce type de service ; le délai de préparation des commandes varie donc de quelques heures à une demi-journée. Pour un souci d'uniformité et d'organisation, toute l'équipe est amenée à s'occuper de ce service au quotidien permettant ainsi une rapidité de préparation des commandes. Les conseils associés à chaque délivrance de médicaments et/ou produits de santé sont la plupart du temps donnés au comptoir comme lors d'une dispensation habituelle et certains ont fait le choix d'ajouter une fiche spécifique de conseils sur les sacs de commande afin d'avoir une sécurité supplémentaire pour le patient.

Les personnes utilisant le plus ce service sont celles ayant entre 18 et 50 ans mais les personnes plus âgées commencent à l'utiliser également et à se mettre au digital. Pour le moment, le pourcentage de personnes utilisant ce service reste encore faible en officine (maximum 25%) mais il est très certainement amené à évoluer avec l'air du temps.

Les pharmacies ne proposant pas ce service disent ne pas avoir suffisamment de temps et/ou de personnel dans l'équipe officinale ; ou encore ne trouve pas cela utile. Cependant, moitié d'entre eux pourraient le mettre en place à l'avenir.

3. Cas pratique : Click & Collect dans une pharmacie rurale

a. Introduction

Cette étude a été réalisée à la suite des deux autres afin de se rendre compte de l'utilisation du Click & Collect par les patients. Le but a été de recueillir les informations relatives à l'utilisation de ce nouveau service au sein de la pharmacie de la première étude (avis des patients) où le Click & Collect a été développé il y a quelques temps. En effet, lors de la mise en place de ce service, nous avions pu voir que 77% des patients interrogés semblaient être intéressés par ce service. Cette étude va donc nous permettre de voir si les réponses de la première étude se confirment ou non. Est-ce que beaucoup de patients utilisent ce service ? Qui sont ces patients (homme, femme, âge) ? Est-ce que ce service est plus utilisé pour les ordonnances ou pour la parapharmacie ? Quel délai a été le plus souvent choisi pour récupérer la commande ? Avons-nous rencontré des problèmes lors de l'utilisation de ce service ? En répondant à toutes ces questions, nous pourrons mieux nous rendre compte de l'utilisation réelle du Click & Collect au sein de la pharmacie et voir si des points restent à améliorer.

b. Matériel et méthodes

Cette étude n'a pas été réalisée à l'aide d'un questionnaire comme les précédentes mais uniquement grâce à un recueil de données. Celui-ci a été réalisé via la plateforme LINK *(annexe 4)* qui est la plateforme utilisée par l'équipe officinale pour gérer le Click & Collect au quotidien. Les données recueillies pour cette étude sont diverses : date de commande, nom et âge de chaque patient, délai de retrait souhaité, problèmes rencontrés, ...

Concernant les ordonnances, nous avons 39 patients qui ont utilisé le Click & Collect entre mars 2019 et juillet 2021. Certaines de ces personnes n'ont utilisé ce service qu'une seule fois ; mais d'autres l'ont utilisé à plusieurs reprises. Le nombre total de commande pour des ordonnances sur cette même période est de 93.

Concernant la parapharmacie, nous avons 4 patients qui ont utilisé le Click & Collect entre janvier 2020 et février 2021.

Pour que les résultats soient les plus représentatifs possibles, certaines commandes ont dû être exclues pour différentes raisons (commandes tests ou commandes non délivrables). Celles-ci seront détaillées dans la partie « résultats et discussion ».

c. Résultats et discussion

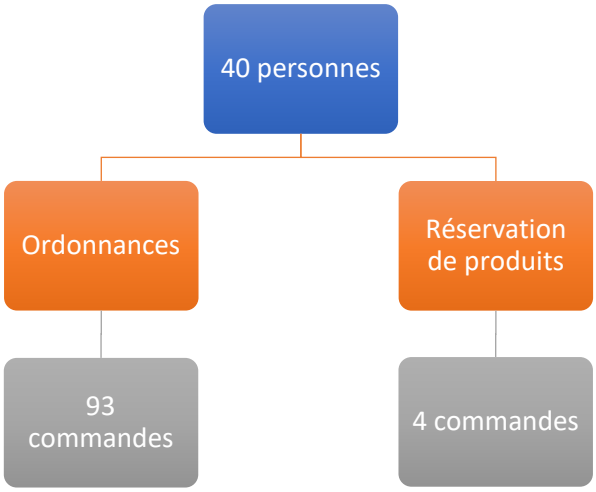


Figure 32 : Répartition des commandes de Click & Collect

40 personnes ont utilisé le Click & Collect sur une période de 2 ans et 4 mois ; ce qui représente un total de 97 commandes. Ces commandes sont réparties entre deux utilisations : l'envoi d'ordonnances et/ou la réservation de produits ou médicaments sans ordonnance. En ce qui concerne les ordonnances, nous avons eu 39 personnes qui ont utilisé ce service pour un total de 93 commandes. En revanche, en ce qui concerne la réservation de produits sans ordonnance, nous avons uniquement 4 personnes qui ont utilisé ce service ; ce qui représente seulement 4 commandes *(figure 32)*. Nous allons donc détailler le Click & Collect portant sur les ordonnances et nous ferons ensuite un point rapide sur la réservation de produits.

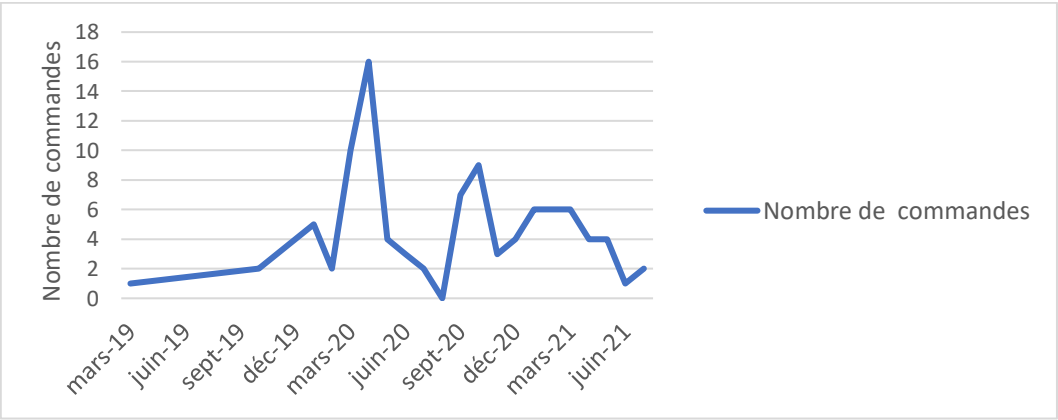


Figure 33 : Evolution du nombre de commandes dans le temps

Nous pouvons voir un « pic » de commandes entre les mois de mars et juin 2020 *(figure 33)* ; cela correspond au moment où il y a eu le 1er confinement lié à la pandémie de la COVID-19 en France. Le 2ème « pic » se situe aux alentours du mois d'octobre ; moment où nous avons réalisé l'étude n°1 portant

sur l'avis des patients à propos du Click & Collect. Cette étude a permis de faire connaitre ce nouveau service aux patients et a donc relancé son utilisation. Cette utilisation a été également favorisée par le 2ème confinement qui a eu lieu à partir de fin octobre 2020. Nous pouvons ensuite voir un plateau signifiant l'utilisation assez constante du service pendant quelques mois puis une diminution certainement dû à l'amélioration de la crise sanitaire en France.

Nous avons 98% des patients qui ont utilisé le Click & Collect pour leur(s) ordonnance(s) ; ce qui représente 96% des commandes de Click & Collect effectuées par les patients. Le nombre d'ordonnances reçues via ce service est de 128 au total.

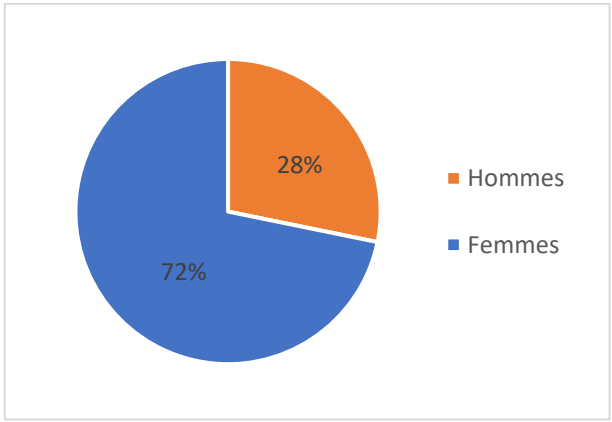


Figure 34 : Sexe des personnes utilisant le Click & Collect

Nous pouvons voir ici que le service est plus utilisé par les femmes que par les hommes *(figure 34)*. Il s'agit probablement de mères de famille qui envoie les ordonnances aussi bien pour elles que pour leurs enfants.

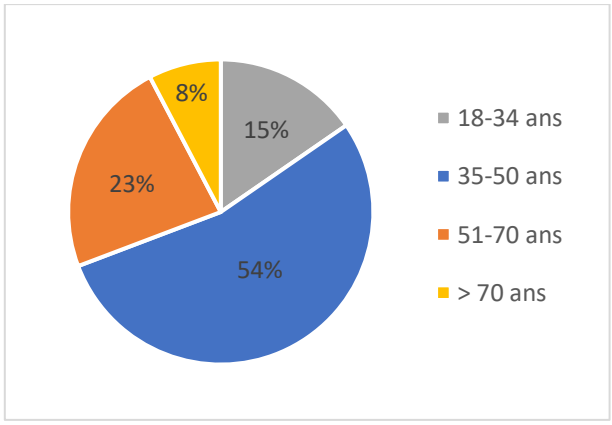


Figure 35 : Tranches d'âge des personnes utilisant le Click & Collect

Les personnes utilisant le plus ce service ont entre 35 et 50 ans *(figure 35)*. Ces résultats confirment l'état des lieux fait lors de l'étude n°1 où nous avions uniquement recueilli l'avis des patients. Nous retrouvons en effet que les personnes utilisant majoritairement le Click & Collect ont entre 35 et 50 ans, suivi des personnes ayant entre 51 et 70 ans. Nous retrouvons ensuite les 18 – 34 ans ainsi que ceux ayant plus de 70 ans avec une utilisation beaucoup plus faible du service.

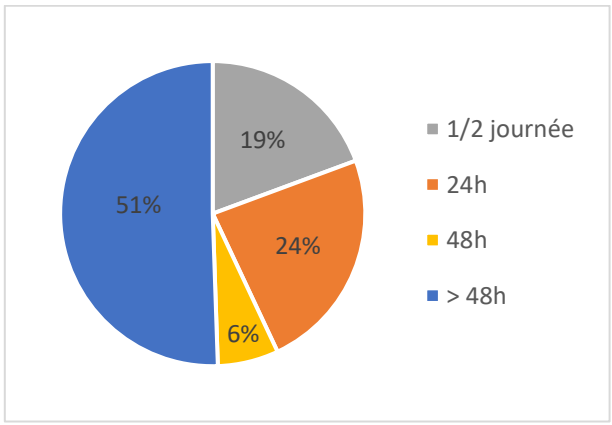


Figure 36 : Délai souhaité pour le retrait des commandes

En ce qui concerne le délai pour retirer leur commande, la majorité des personnes n'ont pas indiqué de délai précis ou un délai supérieur à 48h *(figure 36)*. Cela permet donc d'avoir le temps de préparer leur ordonnance puis de les informer lorsque celle-ci est prête pour qu'il puisse venir la récupérer à la pharmacie. Lors du recueil de l'avis des patients (étude n°1), un délai de 24h était le plus souvent souhaité ; c'est donc ce que nous essayons de faire au quotidien afin de satisfaire au mieux les patients.

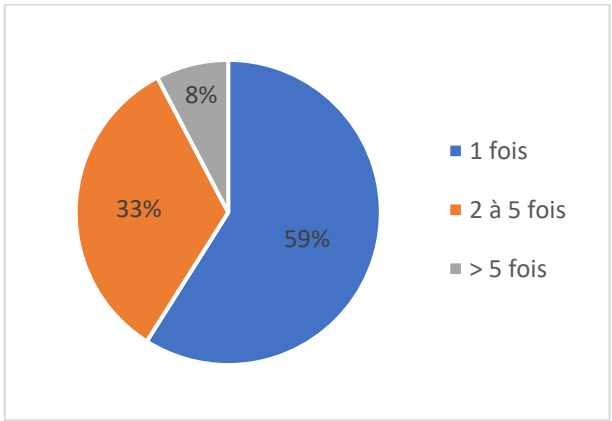


Figure 37 : Fréquence d'utilisation du Click & Collect

La majorité des patients (59%) n'ont utilisé le Click & Collect qu'une seule fois *(figure 37)*. Ce service est utilisé plutôt ponctuellement par les patients qui préfère certainement venir directement à la pharmacie. Cependant, nous retrouvons quelques patients qui utilisent le service assez souvent notamment pour leurs renouvellements d'ordonnance. Lors du recueil de l'avis des patients (étude n°1), 84% des patients ont déclaré utiliser ce service même après la crise sanitaire de la COVID-19 ; néanmoins, les résultats obtenus lors de ce cas pratique montrent une discordance avec ces résultats. En effet, très peu de patients ont adopté ce service et continuent de l'utiliser encore aujourd'hui.

En ce qui concerne les réservations de produits sans ordonnances, nous n'avons que 10% des patients qui ont utilisé le Click & Collect pour leurs achats sans ordonnance ; ce qui représente 4% des commandes effectuées par les patients. Le nombre de produits commandés via ce service est de 13. Ce service a été utilisé uniquement par des femmes qui ont entre 31 et 51 ans. Le délai de retrait souhaité pour leur commande se situe entre une demi-journée et une journée ; il s'agit donc d'un délai plus court que pour les ordonnances. En effet, ces achats sont des produits hors ordonnances (médicaments ou parapharmacie) dont les personnes ont peut-être besoin plus rapidement que leur traitement où ils peuvent anticiper les renouvellements. Chaque personne a utilisé ce service une seule fois pour divers achats. Ceux-ci regroupent des produits de PMF comme de la phytothérapie, de l'aromathérapie, des antalgiques de palier 1 ; ainsi que des produits de parapharmacie comme des crèmes, des lingettes, des sucettes pour bébé ou des déodorants.

Parmi les utilisateurs du Click & Collect, 3 patientes ont utilisé à la fois l'envoi d'ordonnance ainsi que la commande de produits hors ordonnance. Nous pouvons donc affirmer que les patients se limitent à une seule utilisation du Click & Collect. En effet lors du questionnaire de mise en place du service (étude n°1) 73% des patients ayant répondu ont affirmé trouver cela utile aussi bien pour les ordonnances que pour les achats hors ordonnance mais cela ne se confirme pas dans l'utilisation au quotidien. Le Click & Collect est donc un service utilisé majoritairement pour les ordonnances au sein de cette pharmacie.

Lors de cette étude, certaines données ont dû être exclue pour diverses raisons : ordonnances envoyées en double, réservation annulée par le patient avant la délivrance, ordonnance non valide (trop ancienne), impossibilité de délivrance (demande faite trop tôt pour le renouvellement). Différents tests ont également été réalisés pour la mise en place du service ; ces tests n'ont donc pas été comptabilisés comme commandes.

d. Conclusion

Cette étude nous a permis de voir l'utilisation du Click & Collect suite à sa mise en place quelques mois auparavant. Nous pouvons ainsi voir que les commandes de Click & Collect concernent beaucoup plus les ordonnances que la réservation de produits hors ordonnance. Il y a eu une augmentation du nombre de commandes effectuées lors des différents confinements de l'année 2020 ; l'utilisation du Click & Collect est donc favorisée lors de la crise sanitaire. Il y a également eu une légère augmentation du nombre de commandes après la réalisation du questionnaire de recueil portant sur l'avis des patients à propos du Click & Collect. Ce questionnaire nous a donc permis de faire connaitre ce nouveau service auprès des patients et de générer son utilisation.

La plupart des personnes utilisant ce service sont des femmes ayant majoritairement entre 35 et 50 ans. Les patients nous donnent souvent peu de précisions sur le délai souhaité pour le retrait de leur commande ; nous avons donc choisi que celle-ci soit prête dans un délai maximum de 24h pour satisfaire au mieux les patients. L'utilisation de ce service semble être plutôt quelque chose de ponctuel avec pour beaucoup une seule commande passée. L'utilisation concomitante pour les ordonnances et la réservation de produits semble très peu fréquente ; les patients préfèrent peut-être prendre le temps de regarder les produits dans les rayons et demander conseil lorsqu'ils viennent à la pharmacie.

Ce nouveau service est encore assez peu utilisé par les patients de la pharmacie ; il faudrait donc peut-être en reparler auprès des patients pour qui cela pourrait être utile au quotidien comme les mamans, les personnes ayant des horaires de travail conséquents, les personnes avec de lourds traitements ou des traitements chroniques par exemple.

V. Discussion

1. Avantages et inconvénients du Click & Collect

Ce service a de nombreux avantages que ce soit pour le patient ou pour son pharmacien ; mais nous pouvons rencontrer également certains inconvénients. Nous allons donc voir ces différents points plus en détail.

a. Pour le patient

Le Click & Collect permet un gain de temps pour le patient car il n'a pas besoin d'attendre ni de faire la queue à la pharmacie. Il peut aller directement récupérer sa commande au comptoir rapide dédié. Cela permet donc un retrait de la commande ou de l'ordonnance de manière sécurisée et gratuite. Ce service s'avère très pratique pour les renouvellements d'ordonnance car les patients connaissent déjà leur traitement et cela leur permet donc une récupération plus rapide de leurs médicaments. Les patients ayant des traitements « particuliers » qui doivent être commandés peuvent ainsi envoyer leur ordonnance pour que les médicaments puissent être commandés par avance. Le patient pourra donc récupérer ses médicaments directement à la pharmacie en une seule fois sans avoir besoin d'y retourner après avoir passé commande. Cela lui gagne donc du temps et lui permet de limiter les trajets à la pharmacie. [21] [54]

Il s'agit d'une solution hybride entre le e-commerce et le commerce traditionnel. En effet, le e-commerce demande une gestion particulière et le patient doit souvent payer des frais de port pour pouvoir récupérer sa commande (en point relai ou directement chez lui). De plus, le e-commerce ne permet pas au pharmacien de prodiguer les conseils associés et de garder un contact physique avec son patient. Le Click & Collect permet donc une économie des frais de livraison et une conservation du lien entre le patient et son pharmacien pour un suivi adapté au domaine médical.

Nous avons pu remarquer que ce service est très apprécié et recommandé en cette période de crise sanitaire car les patients passent moins de temps dans un lieu clos où se trouve des personnes malades. On limite donc ainsi les risques de contaminations.

Le commerce en ligne de médicaments permet de garantir le même niveau de sécurité qu'au comptoir, en offrant les mêmes conseils et contrôles ; avec la vérification des quantités et des interactions médicamenteuses par exemple [21]. Le pharmacien a obligation d'information et de conseil envers le patient. Le patient a donc la possibilité de discuter à tout moment avec son pharmacien sur la plateforme en cas de besoin. Ces échanges seront ensuite tracés, chiffrés et archivés permettant ainsi une traçabilité et une qualité. Les conseils seront ensuite donnés par le pharmacien lors de la remise de la commande donc le contact physique entre le patient et le pharmacien est bien conservé. [54]

Le site internet permet au patient d'avoir accès directement en ligne à diverses informations de santé et à la notice des médicaments ; cela lui permet donc d'avoir des informations fiables.

b. Pour le pharmacien

Ce service permet une meilleure gestion du flux de patients au comptoir grâce à la préparation de la commande en amont. Il renvoie également une image dynamique de la pharmacie, tout en conservant le contact physique permettant de donner les conseils nécessaires au moment du retrait de la commande. [54]

Nous retrouvons cependant quelques inconvénient ou faiblesses liés à ce service. Il est parfois possible d'être en difficultés lors de la préparation de l'ordonnance ; cela est le cas si la photo de l'ordonnance n'est pas suffisamment lisible ou encore si le patient n'a pas précisé s'il lui fallait tout ou non sur son ordonnance. Dans ce cas-là, le pharmacien doit prendre contact immédiatement avec le patient soit pour avoir une autre photo de l'ordonnance (et lui demander de rapporter l'original de l'ordonnance lors de la délivrance) ; soit pour lui demander ce dont il a besoin ou non.

Un autre problème se pose si un patient souhaite juste récupérer sa commande sans patienter pour que le pharmacien lui donne les conseils associés. Cela est impossible dans notre métier car la pharmacie d'officine n'est pas un simple commerce.

Du point de vue administratif, s'il s'agit d'une nouvelle ordonnance nous n'aurons pas l'original de scanné dans l'ordinateur, pas de tampon ni d'impression de la délivrance sur l'ordonnance. Il faut donc demander au patient de rapporter l'original de son ordonnance pour le faire quand il viendra récupérer ses médicaments à la pharmacie et ainsi éviter tout risque de fraude ou de problème lié à la délivrance des médicaments.

Du point de vue économique, le service permet de générer un chiffre d'affaires supplémentaire ; mais cela est-il vraiment rentable ? Cette rentabilité est complexe du fait des nombreuses interdictions et clauses imposées comme l'interdiction de la recherche de référencement dans des moteurs de recherche contre rémunération par exemple. Cependant, certaines pharmacies réussissent à augmenter très largement leur chiffre d'affaires grâce à cela. Les produits les plus vendus sur ces sites sont les produits d'hygiène et cosmétiques, suivis par les compléments alimentaires, les dispositifs médicaux et accessoires, les produits divers tels que les tests et les produits vétérinaires [21]. Le marché de la vente en ligne de médicaments et produits de santé représente pour le moment un faible pourcentage des ventes de médicaments ; cela n'encourage donc pas forcément les pharmacies à le développer. Cependant, le Click & Collect permet d'accroitre les ventes car il incite les patients à se rendre en officine ; ce qui est l'occasion de découvrir d'autres produits et donc de ré-acheter un produit une fois en pharmacie. [54]

2. Limites

La vente de médicaments sur internet est source d'inquiétudes pour la profession ainsi que pour la population. Les craintes sont nombreuses ; nous pouvons citer par exemple la banalisation du médicament, la surconsommation, des menaces pour la confidentialité des données de patients, des achats de contrefaçons.

Un des risques avec la vente en ligne de médicament est le mésusage du médicament. En effet, l'automédication est de plus en plus utilisée par les patients, soucieux d'être acteur de leur santé. Mais il faut cependant se méfier de cette nouvelle pratique car elle peut engendrer certains risques tel que le retard de diagnostic d'une affection moins bénigne qu'elle peut paraitre au premier regard du patient. Le risque est augmenté pour les nourrissons, les personnes âgées ou les patients polymédiqués. La vente en ligne de médicaments doit donc se faire sous le contrôle du pharmacien permettant ainsi d'éviter un abus de consommation et d'éventuels accidents liés à un surdosage en principe actif. Attention, il faut également rappeler que les médicaments en vente libre ne sont pas sans risque ; il ne faut donc pas banaliser ces médicaments. En effet, le pharmacien doit rappeler les risques liés à chaque médicament, la posologie, les éventuels effets indésirables ainsi que les interactions médicamenteuses possibles.

Ces informations ci-dessus (posologie, durée de traitement, éventuels effets indésirables, ...) doivent impérativement être données au patient par le pharmacien pour assurer le bon usage du médicament. Cela représente le devoir de conseil qu'à le pharmacien envers son patient. Ce conseil peut être réduit avec la vente en ligne de médicament car le contact entre le patient et son pharmacien est diminué. Il faut donc adapter la façon de donner les conseils ; grâce à des fiches spécifiques, des messages en ligne, ...

Les limites sur la protection des données et la confidentialité peuvent poser question. En effet, les données de santé sont des données sensibles et doivent donc être mieux protégées. Une réglementation spécifique a donc été instaurée afin de bien encadrer ce point [55]. De plus, la liste des hébergeurs est disponible sur le site de l'ANS (Agence du Numérique en Santé) [56]. Il faut faire attention aux sites non autorisés qui ne sont donc pas contrôlés, n'ont aucune règle à suivre et sont donc dans l'illégalité ; ce qui est un risque pour les données de santé. [21]

3. Avenir

Les pharmacies se développent pour s'adapter aux nouveaux modes de consommation de la population permettant ainsi de faciliter la vie des patients. Cependant, l'opinion est partagée entre les avantages et les risques liés à la vente sur internet de médicaments sans ordonnance comme nous l'avons vu précédemment.

Des différences se font remarquer au sein de la population avec une plus forte utilisation de ce service par les jeunes, les parents et les personnes vivants en zone urbaine. Les personnes âgées qui pourraient tirer un fort intérêt de ce service (pour leur renouvellement d'ordonnance par exemple) ne l'utilisent pas forcément ; mais cela tend à évoluer. En effet, le vieillissement de la population engendre naturellement un déplacement des nouvelles technologies de générations en générations. De plus, les personnes âgées veulent accéder aux différentes possibilités digitales pour leur permettre de palier à la distance physique et sociale envers leurs proches.

Les patients utilisent de plus en plus l'automédication pour se soigner. Cette pratique peut être à risque si elle n'est pas accompagnée de conseils de la part d'un professionnel de santé. Le Click & Collect permet aux patients de se procurer rapidement ce dont ils ont besoin tout en conservant un contact et une communication directe avec leur pharmacien permettant ainsi d'avoir les conseils nécessaires au bon usage des médicaments et produits de santé. Cette pratique doit donc rester encadrée pour limiter les risques aussi bien pour les patients que pour le pharmacien.

THÈSE SOUTENUE par Mme RICHALET Lucie

CONCLUSIONS

Les modes de consommation ont beaucoup évolué depuis quelques années et ont laissé place à l'essor du numérique. C'est donc tout naturellement que le Click & Collect a pris sa place parmi les modes de consommation préférés des Français. Ce service s'est davantage développé depuis la crise sanitaire de la COVID-19 et les différents confinements qui ont eu lieu. Il est désormais utilisé au sein des pharmacies d'officine permettant l'envoi d'ordonnance ainsi que la réservation de médicaments hors ordonnance et de produits de parapharmacie.

Toutes les officines ne proposent pas encore ce service qui demande une mise en place particulière. En effet, l'officine doit disposer d'un site internet et/ou d'une application pour mobile afin que les patients puissent envoyer leur commande de façon sécurisée. La plupart des officines ayant pu développer ce service l'ont fait grâce à l'aide de leur groupement auquel elles ont adhéré. Ces groupements sont de plus en plus nombreux sur le territoire et permettent une aide précieuse au quotidien pour les officines.

Concernant l'utilisation du Click & Collect en officine, nous pouvons dire que c'est un service encore assez peu utilisé mais qui tend à l'être de plus en plus comme nous avons pu le voir notamment lors des différents confinements qui ont eu lieu durant la crise sanitaire. Ces périodes ont marqué un fort intérêt pour l'utilisation de ce service permettant aux patients de passer moins de temps dans la pharmacie et d'être sûr de pouvoir récupérer tout ce dont ils ont besoin en se déplaçant une seule fois à la pharmacie. Les patients utilisent en effet beaucoup l'envoi d'ordonnance permettant une préparation anticipée de leur traitement et un gain de temps. La rapidité étant un des atouts de ce

service, l'équipe officinale se doit de traiter la demande du patient le plus rapidement possible afin de le satisfaire au maximum.

Le Click & Collect possède de nombreux avantages comme la rapidité, la praticité, la conservation du contact physique entre le pharmacien et son patient ainsi que les conseils qui sont prodigués par le pharmacien. Il permet également une meilleure gestion du flux de patients au sein de la pharmacie et renvoie une image dynamique. Néanmoins, quelques dysfonctionnements peuvent poser problème ; comme une ordonnance illisible ou un document envoyé non conforme donc qu'on ne peut pas ouvrir à la pharmacie. La traçabilité de la délivrance de l'ordonnance peut également poser problème car la personne de l'équipe préparant la commande n'a pas l'original de l'ordonnance du patient lorsqu'elle réalise la délivrance donc impossible de la tamponner et d'imprimer au dos. Il faut donc que cette étape soit faite par la suite afin de garantir la traçabilité.

Ce service peut faire peur et générer certaines craintes comme le mésusage du médicament ou encore sa banalisation ou une surconsommation de celui-ci, des menaces pour la confidentialité des données des patients ou encore des achats de contrefaçons. Il est donc important de rappeler que la vente en ligne de médicaments est encadrée par de nombreuses lois ne permettant pas de laisser passer tous ces risques. Ces lois vont du site internet à la dispensation avec le respect des Bonnes Pratiques de Dispensation ; celles-ci sont en effet obligatoires tout comme lors d'une dispensation habituelle au comptoir. Le site internet de la pharmacie est considéré comme le prolongement virtuel d'une officine de pharmacie autorisée et ouverte au public ; par conséquent la pharmacie doit respecter l'analyse pharmaceutique, le conseil pharmaceutique ainsi que la délivrance accompagnée des conseils nécessaires au bon usage du médicament et des produits de santé.

Il est donc important de rappeler qu'un médicament n'est pas un produit de consommation comme les autres et que toute dispensation de médicament ou produit de santé doit être accompagnée d'un conseil nécessaire à son bon usage. En effet, la pharmacie n'est pas un commerce comme les autres et le pharmacien doit donc prendre un temps de discussion avec chaque patient. Cela permet ainsi un moment d'écoute et de conseil avec les patients ; que ceux-ci soient face à lui ou derrière un écran d'ordinateur ou de téléphone portable lors d'une commande en ligne.

De nos jours, les pharmacies se retrouvent de plus en plus confrontées à la digitalisation. Comme il a été démontré dans ce travail, sa réglementation très rigoureuse permet d'éviter le développement de services de santé dans d'autres structures comme les grandes surfaces ou encore Amazon qui présenteraient de réels risques pour les patients.

Le Directeur de thèse,

Le Président,

Vu pour l'autorisation de Soutenance

Dijon, le
Le Vice-Doyen,

Eric LESNIEWSKA

Bibliographie

[1] Connaissez-vous l'histoire de la vente en ligne ? [en ligne]. the-ring.io. 2020 [consulté le 9 septembre 2021]. Disponible : https://the-ring.io/blog/histoire-vente-en-ligne

[2] Druelle V. Définition e-commerce : son histoire, chiffres clés [en ligne]. 2021 [consulté le 1er juin 2021]. Disponible : https://audit-site-ecommerce.com/definition-e-commerce/

[3] Brisack M. Valwin blog - Le Click & Collect en Pharmacie, qu'est-ce que c'est ? [en ligne]. 2019 [consulté le 2 juin 2021]. Disponible : https://www.valwin.fr/blog/20190716-le-click-collect-en-pharmacie-quest-ce-que-cest

[4] Click and collect. In : Wikipédia [en ligne]. 2021 [consulté le 2 juin 2021]. Disponible : https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Click_and_collect&oldid=182783790

[5] Brisack M. Valwin blog - Le Scan & Collect d'ordonnance en pharmacie, qu'est ce que c'est ? [en ligne]. 2019 [consulté le 2 juin 2021]. Disponible : https://www.valwin.fr/blog/20191003-le-scan-collect-dordonnance-en-pharmacie-quest-ce-que-cest

[6] L'évolution du consommateur, d'hier à aujourd'hui... [en ligne]. Comarketing-News. 2019 [consulté le 2 juin 2021]. Disponible : https://comarketing-news.fr/levolution-du-consommateur-dhier-a-aujourdhui/

[7] Nouvelles technologies : l'accès se généralise, l'usage plafonne [en ligne]. Centre d'observation de la société. 2021 [consulté le 2 juin 2021]. Disponible : http://www.observationsociete.fr/modes-de-vie/nouvelles-technos-acces-usage.html

[8] Ercker A, Cebelieu T. Journal de l'ANEPF [en ligne]. 2021 [consulté le 2 juin 2021]. Disponible sur : https://www.anepf.org/journal-anepf

[9] Daou J. Quelle place doit prendre le e-commerce dans la relation pharmacien patient ? [en ligne]. Thèse d'exercice : Pharmacie : Marseille : 2017 [consulté le 9 septembre 2021]. Disponible : https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01550580/document

[10] France. Article L5125-33 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique déc 7, 2020. [consulté le 2 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000042655996/

[11] Bigeard M. L'attractivité de l'officine [en ligne]. Thèse d'exercice : Pharmacie : Poitiers : 2015 [consulté le 9 septembre 2021]. Disponible : http://nuxeo.edel.univ-poitiers.fr/nuxeo/site/esupversions/fa69c72a-ae3e-4714-b3b1-62ca12cef86e

[12] Naim J-P, Vivier G. La Pharmacie connectée.

[13] France. Article L5125-39 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique janv 26, 2016. [consulté le 2 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000031930380/

[14] France. Article L5125-34 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique déc 19, 2012. [consulté le 2 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000026807837/2012-12-22

[15] France. Article L5125-36 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique déc 7, 2020. [consulté le 2 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000042655988/

[16] France. Article R5125-70 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique déc 31, 2012. [consulté le 2 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000026897520

[17] Ochando A. Contribution des technologies d'information et de communication dans l'exercice de la pharmacie d'officine en France [en ligne]. Thèse d'exercice : Pharmacie : Toulouse : 2013 [consulté le 10 septembre 2021]. Disponible : http://thesesante.ups-tlse.fr/151/1/2013TOU32047.pdf

[18] Ordre National des Pharmaciens. Vente de médicaments sur Internet en France - Les patients - Ordre National des Pharmaciens [en ligne]. 2021 [consulté le 2 juin 2021]. Disponible : http://www.ordre.pharmacien.fr/Les-patients/Vente-de-medicaments-sur-Internet-en-France

[19] Ordre National des Pharmaciens. Règles techniques de commerce électronique de médicaments - Communications - Ordre National des Pharmaciens [en ligne]. 2021 [consulté le 2 juin 2021]. Disponible : http://www.ordre.pharmacien.fr/Communications/Publications-ordinales/Regles-techniques-de-commerce-electronique-de-medicaments

[20] Ordre National des Pharmaciens. Rechercher un site autorisé pour la vente en ligne de médicaments Ordre National des Pharmaciens [en ligne]. 2021 [consulté le 3 juin 2021]. Disponible : http://www.ordre.pharmacien.fr/ecommerce/search

[21] Gilles C. E-pharmacie en France avantages et inconvénients de cette nouvelle pratique [en ligne]. Thèse d'exercice : Pharmacie : Poitiers : 2016 [consulté le 9 septembre 2021]. Disponible : http://nuxeo.edel.univ-poitiers.fr/nuxeo/site/esupversions/22dd435c-f876-44a0-81c3-802fed6073af

[22] CNIL. RGPD : de quoi parle-t-on ? | CNIL [en ligne]. [consulté le 3 juin 2021]. Disponible : https://www.cnil.fr/fr/rgpd-de-quoi-parle-t-on

[23] Leem. Contrefaçon de médicaments, une atteinte à la santé publique [en ligne]. 2017 [consulté le 9 septembre 2021]. Disponible : https://www.leem.org/sites/default/files/DP-contrefacon-06-07-2017.pdf

[24] Ordre National des Pharmaciens. La lutte contre les médicaments falsifiés - Les patients - Ordre National des Pharmaciens [en ligne]. 2020 [consulté le 3 juin 2021]. Disponible : http://www.ordre.pharmacien.fr/Les-patients/Vente-de-medicaments-sur-Internet-en-France/La-lutte-contre-les-medicaments-falsifies

[25] Leem. Faux médicaments : comment lutter contre un fléau mondial ? [en ligne]. [consulté le 3 juin 2021]. Disponible : https://www.leem.org/100-questions/faux-medicaments-comment-lutter-contre-un-fleau-mondial

[26] Ordre National des Pharmaciens, AFSSAPS. FRGuidePharmacien.pdf [en ligne]. [consulté le 3 juin 2021]. Disponible : https://www.fip.org/files/fip/counterfeit/national/FRGuidePharmacien.pdf

[27] WHO. La menace croissante des contrefaçons de médicaments. WHO [en ligne]. 2010 [consulté le 3 juin 2021] ; 88. Disponible : https://www.who.int/bulletin/volumes/88/4/10-020410/fr/

[28] Leem. Sérialisation des médicaments : plus de sécurité pour les patients ? [en ligne]. [consulté le 3 juin 2021]. Disponible : https://www.leem.org/index.php/100-questions/serialisation-des-medicaments-plus-de-securite-pour-les-patients

[29] P.O.D. Comment fonctionne un groupement de pharmacies ? [en ligne]. POD. [consulté le 4 juin 2021]. Disponible : https://www.pod.fr/acheter-vendre-officine-pharmacie/comment-fonctionne-un-groupement-de-pharmacies/

[30] Lichy L. Les 6 avantages d'adhérer à un groupement de pharmacien | Blog Pharmagest [en ligne]. Pharmagest. 2018 [consulté le 4 juin 2021]. Disponible : https://pharmagest.com/6-avantages-de-faire-partie-dun-groupement-de-pharmacien/

[31] France. Arrêté du 28 novembre 2016 relatif aux bonnes pratiques de dispensation des médicaments dans les pharmacies d'officine, les pharmacies mutualistes et les pharmacies de secours minières, mentionnées à l'article L. 5121-5 du code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique nov 28, 2016. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000033507633/

[32] France. Article R4235-48 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique août 8, 2004. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006913703/

[33] France. Article L5121-5 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique juill 15, 2016. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000032906195/

[34] France. Article R4235-11 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique août 8, 2004. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006913662

[35] France. Article R4235-2 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique août 8, 2004. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006913652/

[36] France. Article R4235-6 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique août 8, 2004. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006913656

[37] France. Article R4235-7 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique août 8, 2004. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006913657

[38] France. Article R4235-3 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique août 8, 2004. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006913653/

[39] France. Article R4235-5 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique août 8, 2004. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006913655/

[40] France. Article R4235-64 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique août 8, 2004. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006913721/

[41] France. Article R4235-10 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique août 8, 2004. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006913661

[42] Malblanc S, Daguet-Gallois A, Gravoulet J. Bonnes Pratiques de dispensation et outils associés [en ligne]. [consulté le 4 juin 2021]. Disponible : https://www.urpspharmaciensgrandest.fr/system/document_autres/fichiers/000/000/104/original/03-1_-_2019_Pl%C3%A9ni%C3%A8re_AGORA_VF.pdf?1568370852

[43] France. Article R5132-22 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique août 8, 2004. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006915566/

[44] Ordre National des Pharmaciens. Bonnes pratiques de dispensation des médicaments - Communications - Ordre National des Pharmaciens [en ligne]. 2021 [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : http://www.ordre.pharmacien.fr/Communications/Publications-ordinales/Bonnes-pratiques-de-dispensation-des-medicaments

[45] France. Article R5132-9 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique févr 7, 2007. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006915544/

[46] France. Article R5132-10 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique janv 24, 2008. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000018042965/

[47] France. Article R5132-35 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique févr 7, 2007. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006915589/

[48] France. Article R5132-36 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique avr 27, 2012. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000025787571

[49] France. Article R5121-186 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique juill 26, 2005. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000006914950/

[50] France. Article L5121-25 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique déc 29, 2011. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000025086413/

[51] France. Article R5121-151 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique nov 8, 2012. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000026596747/

[52] France. Article R5121-153 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique nov 8, 2012. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000026596733

[53] France. Article R5121-161 - Code de la santé publique - Légifrance [en ligne]. Code de la santé publique nov 8, 2012. [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000026596852/

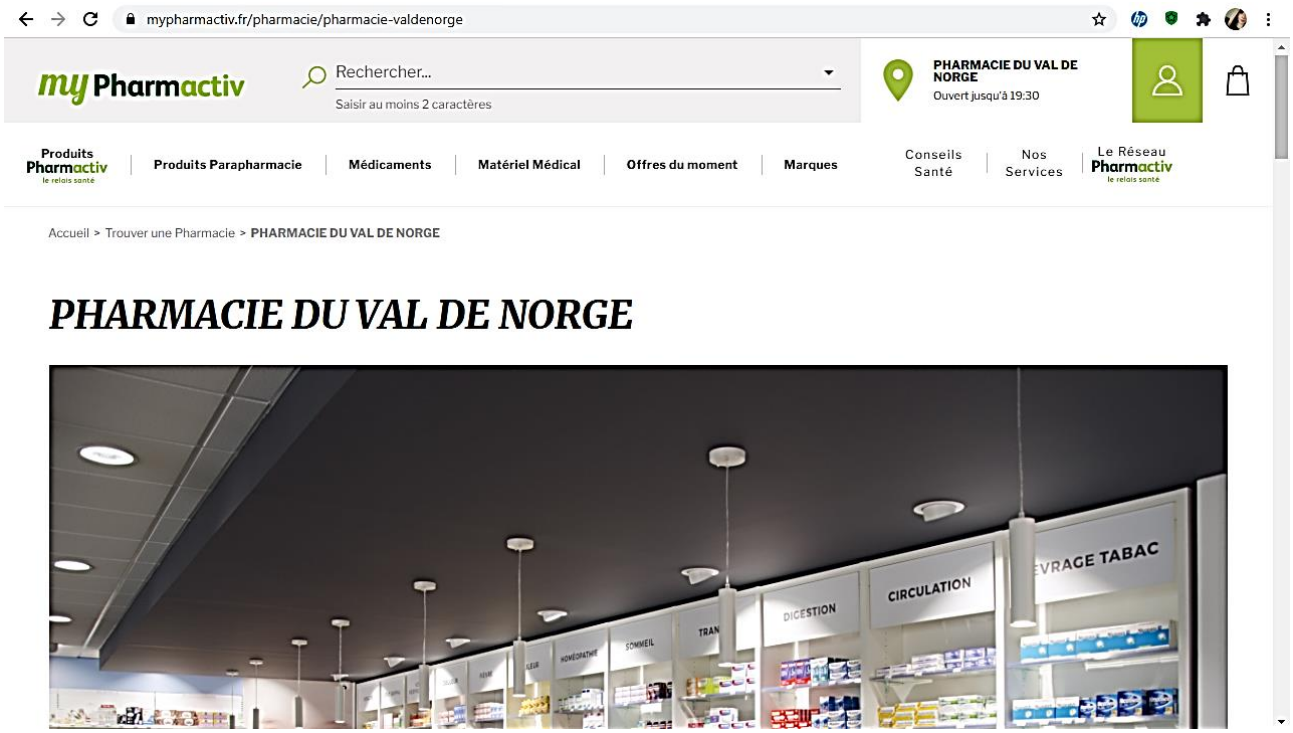
[54] Brisack M. Le Click & Collect en Pharmacie, qu'est-ce que c'est ? [en ligne]. 2019 [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://www.valwin.fr/blog/20190716-le-click-collect-en-pharmacie-quest-ce-que-cest

[55] Agence du Numérique en Santé. Hébergement des données de santé [en ligne]. [consulté le 17 août 2021]. Disponible : https://esante.gouv.fr/labels-certifications/hebergement-des-donnees-de-sante

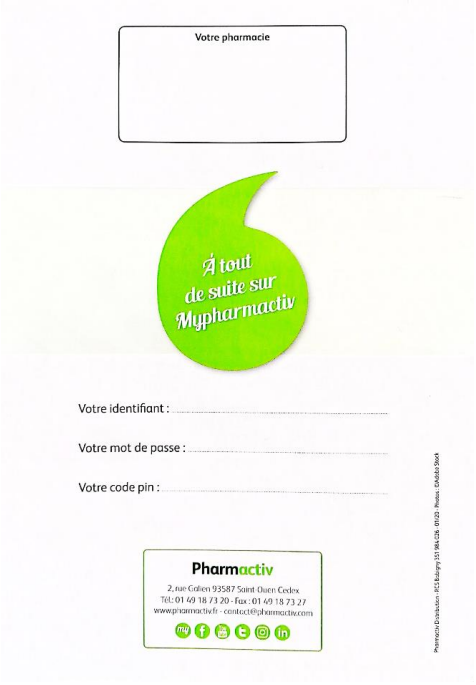
[56] Agence du Numérique en Santé. Liste des hébergeurs certifiés | esante.gouv.fr [en ligne]. 2021 [consulté le 3 septembre 2021]. Disponible : https://esante.gouv.fr/labels-certifications/hds/liste-des-herbergeurs-certifies

Annexes

Annexe 1 : Application et site internet « MyPharmactiv »

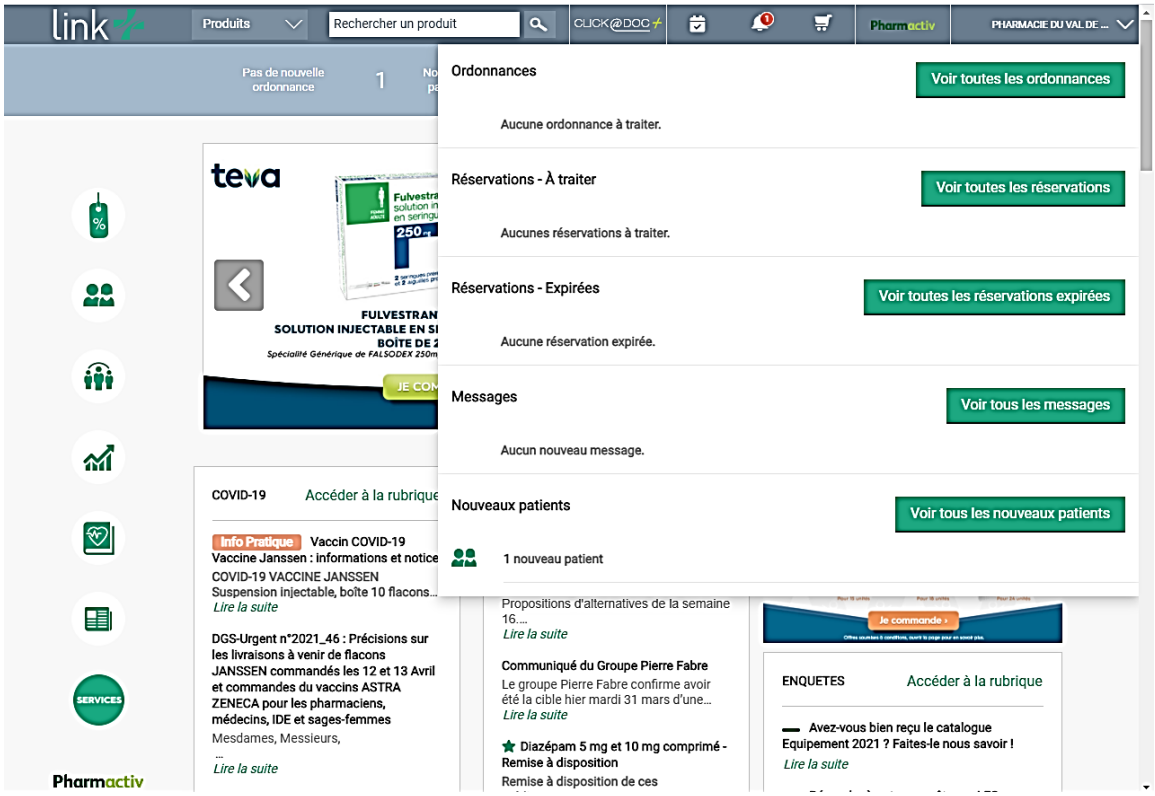


Annexe 2 : Moyens de communication



Annexe 3 : Comptoir rapide et sacs dédiés

Annexe 4 : Plateforme LINK



Annexe 5 : Procédure Click & Collect

Pharmacie du Val de Norge	**Click & Collect**	Date : 12/04/2021 Modification : 30/04/2021 Application : 30/04/2021
		Fiche 1 – Version 2

OBJECTIFS : Ce que l'on cherche à réussir, les erreurs que l'on souhaite éviter.
Délivrer une ordonnance reçue par internet Préparer une réservation de produits reçue par internet
QUI : Qui est concerné par le document ?
Toutes personnes au comptoir
MOYENS : Les outils, les moyens utiles à la réalisation des activités
Logiciel WinPharma, site internet LINK, fiche de délivrance
COMMENT : Description du déroulement des actions et la manière de les réaliser

Préparation d'une ordonnance :

- Aller sur internet puis sur LINK
- Cliquer sur la cloche en haut à droite
- Cliquer sur « voir toutes les ordonnances »
- Remplacer l'adresse mail de la pharmacie par notre code opérateur
- Cliquer sur l'ordonnance non traitée
- Ouvrir l'ordonnance qui est en haut à gauche puis l'imprimer pour la traiter
- Vérifier le nom du patient, la date de l'ordonnance et sa validité
- Vérifier si la date et l'heure de récupération souhaités nous conviennent
- Accepter ou non la date de récupération souhaitée en fonction de la disponibilité des médicaments *(cf annexe)*
- Changer le statut de la demande : mettre « en cours »
- Mettre « non délivrable » comme statut si on ne peut pas délivrer l'ordonnance

- Faire ensuite la délivrance de l'ordonnance dans le logiciel WinPharma, en ayant vérifié auparavant la validité de l'ordonnance ainsi que l'historique du patient (cela permet de s'assurer qu'il n'y ait pas de contre-indication entre cette ordonnance et les autres traitements pris par le patient)
- Mettre les médicaments dans un sac de Click & Collect et remplir la fiche de dispensation (voir ci-dessous)

Préparation d'une réservation de produits :

- Aller sur internet puis sur LINK
- Cliquer sur la cloche en haut à droite
- Cliquer sur « voir toutes les réservations »
- Remplacer l'adresse mail de la pharmacie par notre code opérateur
- Cliquer sur la réservation non traitée
- Vérifier si la date et l'heure de récupération souhaités nous conviennent
- Accepter ou non la date de récupération souhaitée
- Vérifier ensuite si nous avons les produits en stock ou s'il faut les commander *(cf annexe)*
- Indiquer pour chaque produit soit « prêt » ou « à préparer » ou « manquant » ou « commandé chez le fournisseur » en fonction de l'avancée de la préparation
- Commander les produits si nécessaire
- Préparer les produits et les mettre de côté dans le Logiciel WinPharma
- Vérifier l'historique du patient dans le logiciel WinPharma pour s'assurer de la comptabilité entre les produits de la réservation et ce que prend le patient habituellement (médicament ou autres produits de santé)
- Mettre les produits dans un sac de Click & Collect et remplir la fiche de dispensation (voir ci-dessous)

Remplir la fiche de délivrance :

- Prendre une fiche de délivrance qui se trouve dans un bac à côté des sacs
- Mettre la date du jour
- Mettre le code de la personne qui prépare l'ordonnance ou la réservation de produits
- Indiquer ensuite le nom du patient
- S'il s'agit d'une ordonnance :

- Indiquer s'il s'agit d'un renouvellement ou non
- Indiquer les médicaments nécessitants des conseils particuliers ainsi que les conseils associés dans le tableau

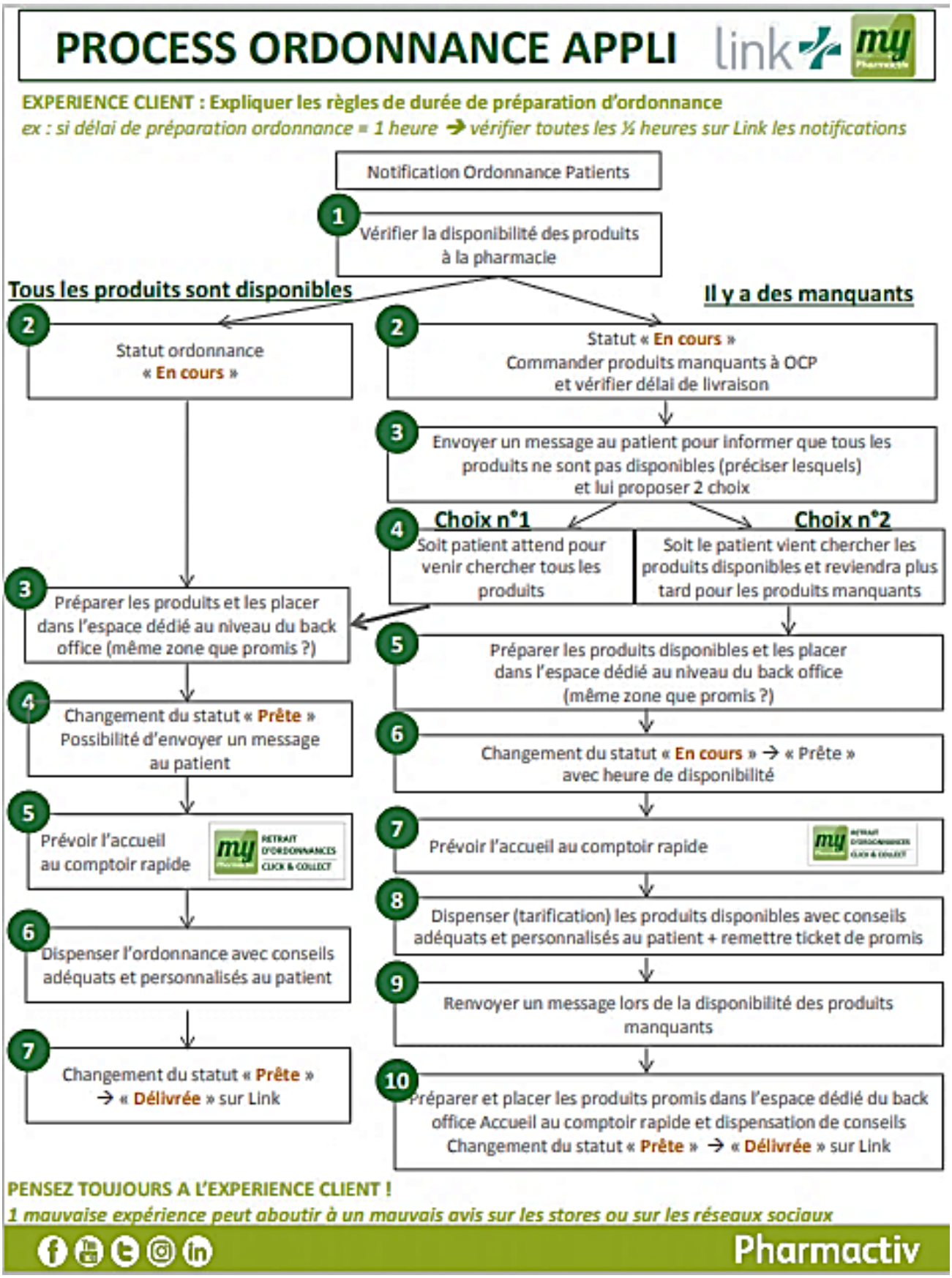
- S'il s'agit d'une réservation de produits :
  - Indiquer le nom des produits nécessitants des conseils particuliers ainsi que les conseils associés dans le tableau
- Indiquer tout commentaire nécessaire à la bonne délivrance
- Puis indiquer si « à donner » ou « à régler » ou « en attente » en entourant ce qu'il faut
- Agrafer cette fiche sur le sac préparé et mettre le sac sur l'étagère des dus dans l'ordre alphabétique

Délivrance de l'ordonnance ou de la réservation au patient :

- Regarder la fiche pour savoir ce que contient le sac puis sortir les boites du sac afin d'expliquer aux patients son traitement et ainsi lui donner les conseils nécessaires à l'aide de la fiche (on peut également écrire sur les boites ou sur l'ordonnance pour aider le patient)
- Si « à donner » : rien à faire dans le logiciel
- Si « à régler » : aller sur la fiche du patient dans le logiciel et reprendre le dossier pour faire régler le patient
- Si « en attente » : voir s'il manquait une ordonnance ou la mutuelle ou un autre document et faire les modifications nécessaires pour terminer le dossier
- Après avoir donné le sac au patient :
  - Aller sur LINK
  - Retourner sur la commande du patient (ordonnance ou réservation) et mettre le statut en « délivré »

Rédigée par :	Vérifiée par :	Approuvée par :
Lucie RICHALET	Chloé DOUHARD	Cyril TAINTURIER

Annexe : Logigramme



Annexe 6 : Fiche conseils

Click & Collect Pharmactiv

Date : Préparé par (code) :

Nom du patient :

Ordonnance : Renouvellement : oui / non

Médicaments	Conseils

Achats hors ordonnance :

Produits	Conseils

Commentaires :

A donner A régler En attente

Annexe 7 : Questionnaire à destination des patients (format papier et numérique)

Questionnaire Click & Collect

Votre sexe :

☐ Homme ☐ Femme

Votre âge :

☐ 18 – 34 ans ☐ 51 – 70 ans
☐ 35 – 50 ans ☐ + de 70 ans

Seriez-vous intéressé par un service de « Click & Collect » ? (Retrait de commande faite par internet)

☐ Oui ☐ Non

Est-ce un service que vous utiliseriez :

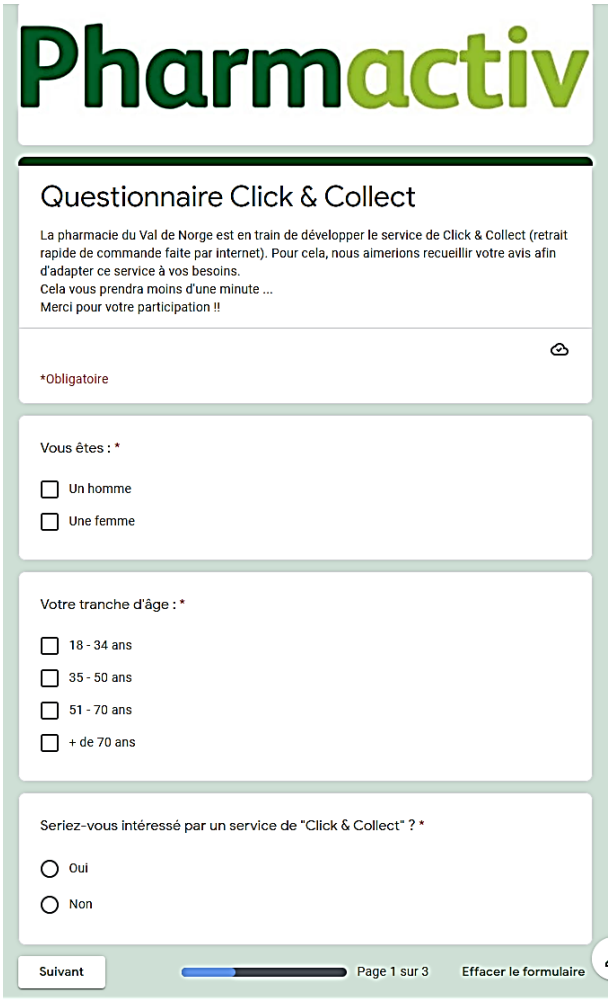
☐ Juste dans le contexte actuel ☐ Ou même ensuite ?

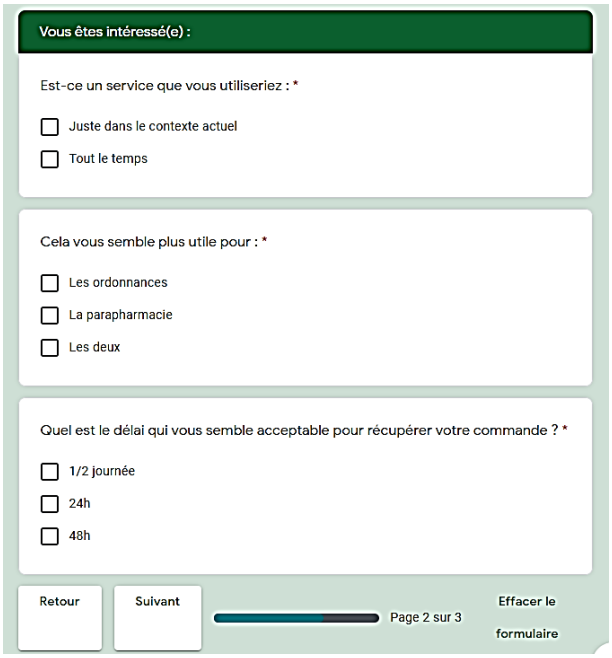
Cela vous semble plus utile pour :

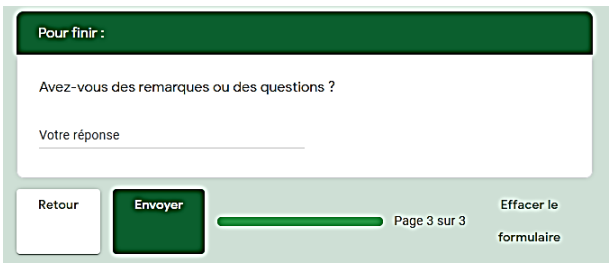
☐ Les ordonnances ☐ La parapharmacie ☐ Les 2

Quel est le délai maximum qui vous semble acceptable pour récupérer votre commande ?

☐ ½ journée ☐ 24h ☐ 48h







Annexe 8 : Questionnaire à destination des pharmacies

Click & Collect en pharmacie

Dans le cadre de ma thèse de docteur en pharmacie, je souhaite réaliser une enquête auprès des pharmacies d'officines concernant l'utilisation du Click & Collect.
J'aimerai donc recueillir un maximum de réponses à ce questionnaire pour pouvoir avoir un aperçu du développement de ce service.
Je vous invite donc à y répondre dans la limite d'une réponse par pharmacie; même si ce n'est pas un service que vous avez mis en place dans votre officine.
Merci beaucoup pour votre aide !

*Obligatoire

Votre pharmacie est située en zone : *

- [ ] Rurale
- [ ] Urbaine

Dans quelle ville se situe votre pharmacie ? (code postal + ville) *

Votre réponse

Faites vous partie d'un groupement de pharmacies ? *

- [ ] Oui
- [ ] Non

Si oui, de quel groupement s'agit-il ?

Votre réponse

Est-ce que vous proposez le service de Click & Collect dans votre pharmacie ? *

- ( ) Oui
- ( ) Non

Suivant — Page 1 sur 4 — Effacer le formulaire

Quels sont les tranches d'âge des personnes utilisant ce service dans votre officine ? *

- [ ] 18 - 34 ans
- [ ] 35 - 50 ans
- [ ] 51 - 70 ans
- [ ] Plus de 70 ans

D'après-vous quel est le pourcentage approximatif de personnes utilisant ce service dans votre officine ? *

- [ ] 25%
- [ ] 50%
- [ ] 75%
- [ ] Autre :

Retour — Suivant — Page 2 sur 4 — Effacer le formulaire

Vous proposez le Click & Collect dans votre pharmacie

Depuis quand ? *

- [ ] Moins d'un an
- [ ] 1 an
- [ ] 2 ans
- [ ] Plus de 2 ans

Pour quelle(s) utilisation(s) ? *

- [ ] Ordonnances
- [ ] Parapharmacie
- [ ] Autre :

Quel est votre délai de préparation des commandes ? *

- [ ] Quelques heures
- [ ] une demi-journée
- [ ] 1 jour
- [ ] 2 jours
- [ ] Autre :

Qui s'occupe de ce service au quotidien ? *

- [ ] Une personne particulière qui a été nommé pour cela
- [ ] Toute l'équipe
- [ ] Autre :

Comment faites-vous pour donner les conseils associés lors de la remise de la commande au patient ? *

Votre réponse

Vous ne proposez pas le Click & Collect dans votre pharmacie

Pourquoi ? *

- [ ] Pas le temps
- [ ] Pas assez de personnel dans l'équipe
- [ ] Pas utile
- [ ] Autre :

Seriez-vous prêt à le mettre en place à l'avenir ? *

- [ ] Oui
- [ ] Non

Retour — Suivant — Page 3 sur 4 — Effacer le formulaire

Pour finir

Quel est le retour de vos patients à propos de ce service ?

Votre réponse

Retour — Envoyer — Page 4 sur 4 — Effacer le formulaire

Université de Bourgogne

UFR des Sciences de Santé

TITRE DE LA THÈSE : La place du Click & Collect en pharmacie d'officine et son intérêt pour le patient.

AUTEUR : Lucie RICHALET

RESUMÉ :

Le Click & Collect fait partie des nouveaux modes de consommations et est un service qui se développe de plus en plus notamment dans les pharmacies d'officine. Son utilisation a connu une augmentation fulgurante avec la crise sanitaire de la COVID-19.
Ce service est très encadré afin de permettre sa bonne utilisation dans le domaine de la santé. Les Bonnes Pratiques de Dispensation des médicaments et produits de santé par voie électronique encadre cette nouvelle pratique permettant ainsi de favoriser le bon usage des médicaments et produits de santé.
Les groupements de pharmacies sont de plus en plus nombreux sur le territoire et proposent beaucoup d'avantages pour leurs adhérents comme la digitalisation des officines avec le Click & Collect. Nous pouvons prendre l'exemple du groupement Pharmactiv proposant un service de Click & Collect prêt à l'emploi ainsi que de nombreuses aides pour la communication et l'utilisation du service au quotidien.
Différentes études ont été réalisées pour permettre de faire l'état des lieux du Click & Collect dans les officines de France ainsi que son utilisation au sein d'une pharmacie rurale de bourgogne.
Ce service propose de nombreux avantages mais comporte également quelques inconvénients pouvant poser problème et soulever certaines craintes. Cependant, il convient de rappeler que la pratique est encadrée et qu'il en revient au pharmacien de respecter ses devoirs afin de pratiquer correctement une dispensation par voie électronique. Chaque professionnel a donc un rôle d'écoute et de conseil auprès de ses patients ; que ceux-ci soient face à lui ou derrière un écran d'ordinateur ou de téléphone portable.

MOTS-CLÉS : Click & Collect, vente en ligne, e-commerce, médicaments, site internet, règlementation, officine, groupement, dispensation, conseil