

# Les temps forts de l'automne : défendre une cause qui vous tient à cœur !

Selon l'adage « mieux vaut prévenir que guérir », la communication pharmacien-patient est un élément essentiel pour sensibiliser, informer et encourager la prévention en pharmacie. Voici 4 temps forts à relayer cet automne, 4 belles causes à défendre de la vitrine au comptoir, grâce aux kits d'animation pharmacie tout-en-un. Tenez-vous prêt à vous mobiliser !

## 1/ Octobre Rose : courses, rubans, dons... on se mobilise tous en pharmacie !

**Date** : du dimanche 1er au mardi 31 octobre.

**Objectif** : Depuis 2004, plus de 4 millions euros ont déjà été récoltés et reversés à plus de 60 000 chercheurs et soignants grâce au fameux Ruban Rose. Participer à l'échelle de votre officine est un moyen d'encourager le dépistage précoce à proximité et de [valoriser votre rôle d'accompagnant](#).

## Comment participer à la campagne ?

Chaque début d'automne, marches roses et courses féminines occupent tous les calendriers des événements. À votre tour, relayez la campagne [Octobre Rose](#) en encourageant la participation de vos collaborateurs et les dons en pharmacie.



### ***Les course Odyssée en faveur de la lutte contre le cancer***

À ce propos, le moment est venu de vous inscrire et recruter des volontaires dans votre équipe officinale, à la course [#Odyssée Châteaubriant](#) le 8 octobre prochain. L'objectif : parcourir 20 000km ensemble.

## **Comment donner du sens à vos communications ?**

Déjà, vous faites votre possible au quotidien pour [accompagner au mieux vos patients](#) sous traitement. En donnant plus de visibilité à l'événement, vous vous démarquez de la concurrence. C'est l'effet boule de neige assuré !

Communiquer sur l'événement revêt plusieurs avantages :

- Vous vous positionnez dans votre rôle de professionnel de santé de proximité auprès de la cible féminine ;
- vous relayez le fait que vous accompagnez par vos

conseils et votre écoute les patients sous traitement au quotidien ;

- vous organisez en parallèle la collecte des dons en pharmacie : vos clients se sentent eux aussi investis dans la cause.

## Le kit de communication « Octobre Rose »

Voici comment donner de la visibilité à votre action pour lutter contre le cancer : grâce au [kit d'animation « Octobre rose »](#).



### Kit de communication Octobre Rose

## Les écrans digitaux pour relayer la campagne

Avez-vous pensé à [utiliser les écrans dynamiques](#) pour relayer vos différents messages de prévention en pharmacie ? Leur présence renforce vos conseils et limite l'impression d'attente au comptoir. Le taux de mémorisation des messages est excellent.

<https://www.leblogdupharmacien.fr/wp-content/uploads/2021/03/0CTOBRE-ROSE.mp4>

## Pour communiquer sur cette campagne

Le [kit de communication « Octobre Rose »](#) vous permet d'agir au quotidien dans la prévention du cancer du sein et de collecter les dons. Il contient notamment une vitrophanie spécifique, 2 urnes, 250 sacs en papier à poignées, 1 affiche, 1 vidéo, 500 sachets, etc.

## 2/ Movember : tous à vos moustaches pour dépister le cancer masculin !

**Dates** : Du 1<sup>er</sup> novembre au 30 novembre 2023

**L'objectif** : Cette campagne organisée à l'échelle mondiale depuis 2003 par la *Movember Foundation Charity*, a vocation à sensibiliser le grand public au cancer de la prostate, des testicules et, plus généralement, aux maladies masculines.

Avec l'argent collecté, le [site Movember](#) finance 1 250 projets à ce jour, tant en matière de santé mentale, que de prévention du suicide et du traitement des cancers masculins.

### Comment participer à « Movember » ?

L'idée de départ : il s'agit de **se laisser pousser une moustache** pendant tout le mois de novembre pour une bonne cause. Le 1er novembre, vous devez donc vous raser entièrement. Et de près. Adoptez la moustache et invitez votre équipe et votre entourage à l'adopter avec vous !

Si la moustache vous chatouille, il existe d'autres options :

- organiser votre propre événement (« organiser un Mo-ment ») porté par votre officine ;
- pousser votre équipe à **s'engager à courir** (« pratiquer le Move »), ou à **marcher 60 kilomètres\*** (pour les moins sportifs) en demandant aux proches de vous soutenir financièrement.

Les dons seront ensuite reversés aux fondations partenaires...

*\*Pourquoi 60 km ? Le nombre 60 fait écho aux 60 hommes qui se donnent la mort chaque heure dans le monde.*

## **Le kit de communication « Movember »**

Avant de vous faire pousser la moustache, anticipez l'événement en pharmacie ! Découvrez un diaporama du kit d'animation « Movember » destiné à relayer l'événement dans votre pharmacie :

Précédent

Suivant

### ***Kit de communication Movember***

## **Pour communiquer sur cette campagne**

Le kit d'animation « Movember » vous permet de mettre en avant vos talents en matière de décoration notamment grâce aux éléments repositionnables qu'il contient :

- **une vitrophanie**, dont les stickers « moustaches, » indispensable pour indiquer dès la vitrine que vous vous associez à l'événement ;
- **500 sacs en papier « SOS »** et **200 sacs à poignées plates** pour assurer la bonne observance des traitements ;
- **50 badges personnalisés** pour permettre à vos clients de mieux identifier les membres de l'équipe officinale et renforcer vos liens de confiance ;
- **Une urne à récolter les dons** (ou boîte à collecte) à installer sur le comptoir bien en évidence, à l'aide du

présentoir en plexiglas.

## **3/ En novembre, on arrête ensemble avec le Mois sans Tabac !**

**Date** : du 1er novembre au 30 novembre 2023

**Objectif** : L'édition 2022 a rassemblé 162 012 fumeurs motivés. Son but : encourager les fumeurs à arrêter de fumer au travers d'une campagne d'envergure nationale. L'initiative porte ses fruits : depuis 2015, 1,9 millions de fumeurs ont déjà arrêté avec succès !

### **Comment ça marche ?**

Cette opération est un défi national qui consiste à inciter les fumeurs à se passer de cigarettes pendant un mois. L'effort collectif permet de stimuler l'engagement, grâce à la participation d'un grand nombre de fumeurs à ce défi, et le soutien de la communauté et des professionnels de santé.

### **Comment s'inscrire ?**

À l'occasion du Mois sans tabac, vous pouvez remettre un [kit de soutien gratuit aux fumeurs volontaires](#). Il comprend le programme de 40 jours composé de deux phases : 10 jours de préparation et 30 jours de défi. Les inscriptions ouvrent dès le 1<sup>er</sup> octobre sur l'application [Tabac Info Service](#).

### **Le kit de communication « Stop tabac »**

Le saviez-vous ?

L'aide d'un professionnel de santé augmenterait de 70 % les chances de réussir son sevrage<sup>1</sup>. [La bataille se prépare en pharmacie](#) avec des outils de communication efficaces pour maximiser la visibilité de l'opération... Tenez-vous prêt !

# Novembre

## c'est le #MoisSansTabac !

### Faites-le savoir



*Kit de communication Mois sans tabac*

## Pour communiquer sur cette campagne

Ce [kit de communication spécial « Stop tabac »](#) joue le jeu à 100% : il prévoit un dispositif complet comprenant notamment une vitrophanie spécifique (habillage vitrine), 250 sacs en papier à poignées plates, 1000 sachets, 50 dossiers santé...

## 4/ Grippe saisonnière : on vaccine à tour de bras en pharmacie !

**Date** : Du 18 octobre au 15 novembre 2023

**Objectif** : pour les personnes à risque, la vaccination est essentielle. Le but étant d'améliorer la couverture vaccinale afin d'**atteindre 75 % de ces patients**. On estime qu'elle permet d'**éviter 2000 décès par an en moyenne** !

*Pour mémoire, la dernière campagne de vaccination<sup>2</sup> a joué les*

*prolongations jusqu'au 31 mars 2023, du fait d'un pic pandémique survenu exceptionnellement tard en avril. Soyez prévoyant !*

## **Quelles sont les attentes des Français ?**

D'après une récente enquête Ipsos<sup>3</sup>, les avis sont désormais unanimes : 88% des Français de plus de 18 ans plébiscitent le vaccin en pharmacie, **93% chez les 65 ans et plus. Un réflexe à renforcer** auprès des personnes les plus fragiles.

**Ce qui est inquiétant** en revanche : moins d'un Français sur deux est certain d'être à jour concernant son statut vaccinal. Ils connaissent mal l'offre vaccinale existante... à vous de les éclairer !

## **Quel est l'intérêt pour vous les pharmaciens ?**

C'est un acte de santé public essentiel – qui nécessite d'aménager un espace de confidentialité – dont la rémunération est établie à 7,90€. Sachez aussi que vous pouvez désormais protéger vos patients ([calendrier vaccinal 2023](#)) d'une douzaine de maladies.<sup>4</sup>

Pour ceux qui apprécient le contact ou les conseils personnalisés, la vaccination en tant qu'acte de prévention pharmacie est l'occasion de **montrer votre engagement**. Alors, si l'on vient vous voir pour se faire vacciner, c'est une preuve de confiance ! Soyez au rendez-vous.

## **Comment communiquer sur votre offre vaccinale ?**

Votre objectif est de rendre visible la vaccination pour développer les usages et informer vos patients au quotidien. Inspirez-vous par exemple de la pharmacie de la Gare à Angers



qui a choisi diffuser sur ces [écrans digitaux](#) la campagne du Ministère de la Santé et de Santé Publique France pour une meilleure connaissance et visibilité du [calendrier vaccinal](#) auprès des patients.

Vous souhaitez mettre l'accent sur la vaccination « anti-grippale » dans votre officine ? Proébo Promoplast vous propose des contenus clés en main à diffuser sur vos écrans d'affichage dynamique.

<https://www.leblogdupharmacien.fr/wp-content/uploads/2021/11/VACCINATION-GRIPPE.mp4>

*L'affichage digital pour inciter à la **vaccination** en pharmacie*

## **Le sachet de pharmacie : un excellent vecteur d'information**

Que ce soit pour la grippe saisonnière ou le covid, les patients étaient en attente d'une facilitation d'accès à la vaccination ! Pensez à en faire le rappel sur votre support historique : le [sachet de pharmacie](#). Véritable outil de prévention de l'ombre, le sac papier permet de véhiculer l'information au plus grand nombre.



***Votre sachet de pharmacie, votre allié prévention***

## **Conclusion**

Très apprécié mais néanmoins déroutant pour le patient... L'élargissement des missions de prévention du pharmacien qui vise à fluidifier le parcours médical et désengorger les services de santé saturés nécessite une communication adaptée pour que le patient s'y retrouve. Vous avez maintenant toutes les clés en main pour mettre en valeur vos nouvelles attributions et optimiser la sensibilisation auprès de votre patientèle !

### **Lire aussi :**

– [Lutte contre le cancer : les pharmaciens, le maillon fort du plan anti-cancer](#)

- [Mois sans tabac : la bataille se prépare en pharmacie](#)
- [Comment inciter vos patients à se faire vacciner en pharmacie ?](#)

<sup>(1)</sup> Le pharmacien, mon partenaire santé. 8 novembre 2021. [Mois sans tabac, votre pharmacien peut vous aider](#)

<sup>(2)</sup> Service-public.fr. 23 février 2023. [Vaccination contre la grippe : la campagne est prolongée jusqu'au 31 mars 2023.](#)

<sup>(3)</sup> Le quotidien du pharmacien. 25 avril 2023. [Vaccination en pharmacie : le grand oui des Français.](#)

<sup>(4)</sup> Ameli.fr. 7 novembre 2022. [Le pharmacien peut désormais administrer les vaccins et rappels de vaccins prescrits.](#)