

N°23

JUILLET 2024

# AELI VCTU

LA LETTRE D'INFORMATION

DE VOTRE GROUPEMENT



**2** Priorités aux accélérateurs de croissance

**6** Les clés de la fidélisations

**8** Allaitement

**aelia**  
LES PHARMACIENS UNIS ET SOLIDAIRES



ACCOMPAGNER



DÉVELOPPER



FIDÉLISER

[www.groupermentaelia.com](http://www.groupermentaelia.com)



## MANAGEMENT EN OFFICINE

# Priorités aux accélérateurs de croissance

Soyons optimistes pour une fois dans un monde où le négativisme règne en maître absolu ou simplement réalistes, et osons le dire : « et si le premier accélérateur de croissance de l'officine était le titulaire, et son équipe, l'homme le principe actif de la croissance ! »



Avec plus de 40 000 clients par an en moyenne...

- La pharmacie ne manque pas de clients ! Avec plus de 3500 produits référencés...
- La pharmacie ne manque pas de produits ! Avec des collaborateurs au comptoir diplômés : brevet professionnel, diplôme universitaire...
- La pharmacie ne manque pas de compétences ! Avec un agencement renouvelé tous les 7 ans ...
- La pharmacie ne manque pas de modernité ! Avec une informatique performante...
- La pharmacie ne manque pas de solutions opérationnelles ! Groupements ,répartiteurs ...

### ► Mais alors que lui manque-t-il ? ou de quoi a-t-elle besoin ?

Du courage, en quatre temps !

- En premier : Se décomplexer
- Puis dans un deuxième temps : communiquer, faire savoir ses savoirs faire
- Troisième temps : lutter contre les évidences pour valoriser ses services
- Quatrième temps : affirmer son rôle de professionnel de santé, et celui de commerçant



### ► Les chemins de la croissance en 7 étapes :

1. Comprendre ce que vous faites mieux que quiconque, et de concentrer résolument vos efforts là-dessus, ne jouer que dans les domaines où vous savez être les meilleurs
2. Analyser ce que vous vendez réellement, ce que vos clients achètent réellement. Ciblez votre commerciale en vous concentrant sur ce que vos clients veulent et non sur ce que vous avez envie de vendre
3. Faire de votre client le cœur même de votre organisation, à ce stade vos clients sont individualisés et connus
4. Tenir compte concrètement des remarques de votre clientèle, sondez vos clients régulièrement, mettez en place le client mystère
5. S'assurer de la participation de tous vos collaborateurs, du rayonniste au pharmacien adjoint. Informés des besoins des clients, tous vos salariés ne se posent qu'une seule question vitale à propos de chaque processus, de chaque tâche et de chaque décision « cela va -t-il créer une valeur ajoutée pour nos clients ? »
6. Passer de la satisfaction client à une notion d'enthousiasme du client, il ne suffit pas de faire la même chose que la concurrence en mieux, il faut être radicalement meilleur dans ses relations avec les clients, et organiser celles-ci de manière à produire une impression indélébile sur ces derniers en se distinguant si nettement des autres que cela devienne l'élément fondateur de l'image de marque de votre pharmacie

7. Diriger sur le terrain. Dans les entreprises centrées client, on trouve le dirigeant partout, il connaît les clients présents chaque jour sur le terrain, il s'investit auprès de ses collaborateurs car il sait que lorsque les salariés baissent la tête, ils ne voient plus le client !



Nous ne défendons pas ici des théories à la mode, issues de séminaires universitaires mais des principes forgés sur l'enclume des organisations performantes. Les pharmacies capables d'apprendre à se centrer sur le client verront s'ouvrir de remarquables opportunités pour croître, prospérer et conquérir la place qu'elles méritent, dans un environnement dynamique mais qui restera hautement concurrentiel.

Article réalisé par Philippe LEBAS  
Fondateur de l'agence pédagogique evok  
partenaire de l'officine depuis 1990





## FIDÉLISATION

# Les clés de la fidélisation Comment faire pour fidéliser mes clients ?

A une époque où les cartes se redistribuent, où la concurrence est exacerbée la « fidélisation » devient l'une des priorités du pharmacien et de son équipe.

Le Pharmacien doit renforcer son rôle de professionnel de santé et faire apparaître de la valeur ajoutée à chaque contact client, pour faire de lui un client unique et lui donner l'envie de revenir ici plutôt qu'ailleurs.



1. Quels sont les besoins et les attentes des clients ? et parmi ces besoins et attentes lesquels sont prioritaires pour eux ?
2. Dans quelle mesure répondons-nous à ces besoins et ces attentes ?
3. Dans quelle mesure nos concurrents directs y répondent-ils ?
4. Quels sont les outils à mettre en œuvre sur notre cœur de métier pour les fidéliser ?

### ► La fidélisation par la personnalisation de la relation :

Pour le consommateur, 5 éléments interviennent dans la fidélisation en pharmacie. Ces 5 facteurs sont à considérer en dehors d'un positionnement de hard discount, facile à mémoriser par l'acronyme FAIRE

FAIRE	
<b>F</b> IABILITE	<i>capacité à fournir ce qui a été promis, de façon précise et crédible</i>
<b>A</b> CCUEIL	<i>Etre reconnu par une relation individualisée pour les chroniques dans un espace confidentiel</i>
<b>I</b> MAGE	<i>l'équipe, une tenue professionnelle, la pharmacie et son décor</i>
<b>R</b> EACTIVITE	<i>la volonté de prendre en charge le client quelle que soit sa problématique et de lui fournir un service rapide</i>
<b>E</b> MPATHIE	<i>le degré d'attention individuelle accordée aux clients sans a priori lui apporter le conseil personnalisé au regard de sa pathologie, de son mieux être</i>

Ces 5 éléments sont indissociables, comme 5 anneaux ils symbolisent la chaîne de la fidélisation

### L'effet papillon :

Une étude menée par une grande enseigne nous donnait cette arithmétique simple de la fidélisation : 1 = 3 ou 1 = 11

FAIRE	
<b>F</b> IABILITE	<i>capacité à fournir ce qui a été promis, de façon précise et crédible</i>
<b>A</b> CCUEIL	<i>Etre reconnu par une relation individualisée pour les chroniques dans un espace confidentiel</i>
<b>I</b> MAGE	<i>l'équipe, une tenue professionnelle, la pharmacie et son décor</i>
<b>R</b> EACTIVITE	<i>la volonté de prendre en charge le client quelle que soit sa problématique et de lui fournir un service rapide</i>
<b>E</b> MPATHIE	<i>le degré d'attention individuelle accordée aux clients sans a priori lui apporter le conseil personnalisé au regard de sa pathologie, de son mieux être</i>

### ► La fidélisation, des gestes métiers à forte valeur ajoutée !

La pharmacie accueille un trafic important, en moyenne 150 clients par jour, qui se fait par le biais de la prescription (en moyenne 7 client sur 10)

En gardant à l'esprit qu'un patient chronique voit dix fois plus son pharmacien que son médecin, le pharmacien et son équipe ont un rôle incontournable à jouer dans le suivi du dossier du patient.

Aussi, pour être efficient\* au comptoir, le pharmacien et ses collaborateurs doivent pouvoir consulter en temps réel le dossier de suivi du patient, afin d'assurer une meilleure prise en charge du patient, faire un contrôle exhaustif de la prescription, vérifier les interactions médicamenteuses, consulter la fiche thérapeutique, contre indications et précautions d'emploi, et les éléments de la prescription restreinte, message d'alerte...et enfin consulter l'étude personnalisée pour un conseil adapté et récompenser sa fidélité.

L'outil informatique agit alors comme un véritable «GPS patient », facilite le travail, fait apparaître la Valeur Ajoutée du professionnel de santé.

- Conséquences directes observées dans des pharmacies utilisant ces « gestes métiers » : une satisfaction plus grande des clients patients, la fidélisation de ces clients, des collaborateurs plus sereins.
- Conséquences indirectes : une meilleure gestion des flux, du temps, et une augmentation des ventes en conseil associé.

Nous sommes entrés dans l'ère de la dynamique du client. Le consommateur n'a jamais eu autant le choix, exprimé autant d'attentes d'ordre psychologique, recherchant instinctivement un contenu affectif dans sa façon d'être pris en charge, conseillé. L'explication orale patiemment détaillée pour compléter ce que les modes d'emploi ont de trop hermétique, en s'appuyant sur des solutions informatiques opérationnelles, permettent de faire apparaître au niveau de la relation client la valeur ajoutée du professionnel de santé.

Cette relation personnalisée est sans prix, c'est tout simplement de «l'amour du client »

Article réalisé par Philippe LEBAS  
L'agence pédagogique evok

\*efficience :

- même travail, plus de résultat
- même résultat, moins de travail

## COMMENT FIDÉLISER LES CLIENTS?

Certains continuent de penser que le sourire suffit... D'autres que c'est le produit...

### ► Alors quels sont les principes actifs de la fidélisation ?

Si la question peut sembler simple, la réponse est plus complexe qu'il n'y paraît, car de nombreux éléments entrent en ligne de compte, à la fois rationnels et surtout irrationnels. De nombreux organismes spécialisés en sociologie des comportements des consommateurs passent leur temps à les étudier.

Les grandes enseignes agissent autour de leur cœur de métier, proposent des services annexes, des cartes de fidélité, d'adhérent, de membre, créent des clubs, des magasins des miles, des numéros verts, des services hots line et tous les services qui vont avec !

De l'enseigne alimentaire à la boutique de luxe, en passant par la compagnie aérienne à l'opticien, tout le monde place le client au centre de sa stratégie de croissance.

Pour la pharmacie les enjeux sont les mêmes : La fidélisation passe par la qualité de la relation. Une pharmacie désireuse d'accroître ses parts de marché, fidéliser les clients existants, gagner de nouveaux clients, doit se poser 4 questions :



le Bas  
SMARTLEG®



FINESSE ET ÉLÉGANCE  
EN COMPRESSION MÉDICALE



Disponible également en pieds ouverts sur certains coloris.

### La compression sans complexe.

Les produits de la gamme Smartleg® sont des produits de compression veineuse élastique des membres inférieurs indiqués dans les affections veineuses chroniques et aiguës. Contre-indications : Artériopathie oblitérante des membres inférieurs avec un index de pression systolique < 0,6, *phlegmatia coerulea dolens*, thrombose septique, intolérance/réaction allergique au produit. Marquage CE. Dispositif médical de classe I. Remb. Séc. Soc. Inscrits sur la liste des produits et prestations remboursables prévue à l'article L.165-1 du Code de la Sécurité Sociale. Lire attentivement les instructions figurant sur l'étui. Fabricant : Laboratoires INNOTHERA - MARS / 2024.

LABORATOIRES INNOTHERA S.A.S., immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Créteil sous le numéro B 388 422 594, dont le siège social est situé 22, avenue Aristide Briand, 94110 Arcueil, France.

[www.smartleg.fr](http://www.smartleg.fr)

SMARTLEG®



BV Cert. 6195240

Une marque  
des Laboratoires

INNOTHERA  
LABORATOIRES



## SMARTLEG devient l'unique référence de compression médicale en mailles fines d'Innothera !

Les produits SMARTLEG, conçus dans notre usine de Nomexy, englobent désormais l'ensemble des solutions de compression médicale en mailles fines pour s'adapter aux besoins de chacune : collants, mi-bas, bas, et collants de compression médicale pour femmes enceintes.



Découvrez les nouveaux packagings des bas et mi-bas !



La gamme "SMARTLEG Transparent" évolue avec 4 nouvelles finitions pour encore plus d'esthétisme !

- Label Origine France
- Garantie Adaptation à 98% des morphologies féminines Facilité d'enfilage
- Douceur et confort
- Esthétisme et solidité



**SOUS-CEINTURE**  
Pour plus de confort.



**POINTE ET TALON PLUS SOLIDES ET DISCRETS**  
Pour davantage d'élégance dans les chaussures échantrées.



**SEMELLE CHEVRON**  
Pour un effet moins glissant dans les chaussures.



**NOUVEAU DESIGN DU BORD-CÔTE**  
Uniquement sur le mi-bas.



## ALLAITEMENT

# L'or blanc des mamans : On en fait des bijoux, c'est dire !!

Mettre un enfant au monde est un chamboulement complet : un bébé est un individu à part entière qui nécessite une attention de (presque) chaque instant, qui a des compétences ou qui va les acquérir, qui n'a pas le même rythme de sommeil/veille que les adultes (rythme ultradien vs circadien) et dont le mode de communication n'a pas été enseigné à l'école !!!

On ne naît pas parent, on le devient à chaque instant avec des jeunes enfants mais aussi avec des adolescents...

LAISSEZ VOUS DU TEMPS et soyez indulgents envers vous-même, la confiance est une qualité qui se développe.

### ► Le mode de nutrition de votre enfant est VOTRE choix.

Il serait fondamental, de nos jours, que ce choix soit enfin fait avec des informations justes, validées scientifiquement et qu'il vous corresponde.

Il serait également intéressant que ces informations ne soient pas influencées par des publicités, des « vues » sur les réseaux, des croyances ou des modes du moment.

La décision d'allaiter, ou non, appartient à chaque femme, à chaque couple, elle est respectable, et doit être entendue.

Allaiter est une « norme biologique » (fonction biologique du sein) mais si l'on s'en tient à la définition du mot « norme », allaiter n'est pas une norme sociale, culturelle ou religieuse, elle est un choix.

Les mamans, et les parents en général, ont essentiellement besoin d'écoute, de soutien et de positivisme !



Dans l'« allaitement », il y a deux points essentiels et j'en détaillerai un troisième sur le lait maternel lui-même :

### ► 1. Produire du lait :

C'est ce qu'on appelle la Lactation, phénomène physiologique qui se met en place après l'accouchement par un jeu hormonal ET par la vidange fréquente et efficace des seins. La très grande majorité des mères est capable de produire du lait et ce suffisamment, pour faire grandir son enfant. A condition qu'on lui ait expliqué comment fonctionne la physiologie de la lactation et que cette mise en place n'ait pas été perturbée par différentes pratiques, ou croyances

Une lactation peut également être induite (en cas d'adoption, si la mère qui allaite n'est pas celle qui a porté l'enfant) ou différée (décision tardive, séparation mère-enfant complications initiales...).

Elle prend environ 1 mois à se mettre en place et est favorisée par un contact mère/enfant étroit (peau à peau, tétées fréquentes jour et nuit sans compter, vidanges efficaces) pour être optimale. Laissons-nous du temps pour affiner la pratique : maman propose, bébé dispose et apprend.

Une maman peut exprimer son lait soit par une méthode manuelle (dite de Marmet), on parle alors d'« expression manuelle du lait maternel ».

Elle peut également utiliser un tire-lait, à l'achat ou en location, en simple ou en double pompage, compact ou plus performant. L'utilisation d'une machine pour substituer un bébé dans sa fonction de succion doit être réfléchi au préalable (bébé prématuré - prise de poids faible - mauvaise succion de bébé - stocks de lait en vue d'une reprise du travail ou d'une séparation momentanée...).

La Location d'un tire-lait peut se faire dans une pharmacie. Elle s'accompagne alors de la vérification de la bonne taille des tételles, de l'explication du fonctionnement de l'appareil, d'une explication sur le recueil et la conservation du lait maternel, et implique de maîtriser la physiologie de la lactation pour être capable d'ajuster la quantité et l'efficacité des tirages selon la situation de la maman (palier ? compléter ? stocker ?)

De nombreuses mamans (mais pas toutes) ont besoin d'un tire-lait, plus ou moins longtemps selon leur utilisation ; ne gardez pas une machine dans un placard si vous n'en avez plus l'utilité.

### ► 2. Transférer le lait à son enfant

« la tétée est avant tout une rencontre »  
Marie-Aimée Hays

Il est vrai que la belle image que nous avons de l'allaitement est un enfant au sein mais il est des situations où cela est impossible.

Qu'importe, allaiter, c'est donner son lait à son (un) enfant, que ce soit directement au sein ou par d'autres moyens de substitution

Si l'on veut protéger une mise au sein en cours ou reportée, il existe des accessoires alternatifs : la tasse, le dispositif d'aide à la lactation (ou DAL), la seringue, la cuillère, le biberon-cuillère.

En effet, téter (au sein donc) demande au bébé une mécanique incroyable qui implique :

- le bon moment (signes de faim) :
- une coordination musculaire et neurosensorielle,
- une prise du sein adéquate (ou prise Asymétrique : bouche grande ouverte - menton dans le sein - lèvres retroussées et langue sortie) pour une « pleine bouchée de sein »,
- une gestion du trio « succion-déglutition-respiration » synchronisée

Et tout ceci n'est pas chose aisée pour chaque bébé !!



La succion de bébé est le facteur fondamental d'une bonne mise en place de la lactation et de la quantité fabriquée qui est lui est nécessaire : symbiose maman/ ce bébé là !!!

C'est pour cela qu'il est indispensable de mettre un bébé au sein (1 sein ou les 2 seins par tétée) aussi souvent que nécessaire selon les signes de faim du nouveau-né.





## ALLAITEMENT

# L'or blanc des mamans : On en fait des bijoux, c'est dire !!

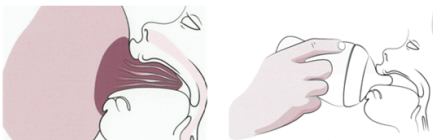


Une douleur liée à l'allaitement peut être multifactorielle (mauvaise prise du sein, infection...) ; elle n'est jamais bénigne, doit être entendue et prise en charge, car la douleur est le 1er facteur d'arrêt de l'allaitement.

Si vous avez des questions concernant l'allaitement, prenez rdv avec une consultante en lactation (liste en PJ) ou appelez l'AREAM (Association REunionnaise pour l'Allaitement Maternel, association de bénévoles formées et de rencontres paires à paires) au 02.62.35.16.94 (de 8h à 20h 7j/7).

Un biberon en bouche de bébé ne demandera pas du tout la même technique puisqu'un simple appel d'air par pincement/relâchement des gencives fait couler le lait ;

La différence de placement en bouche de bébé entre un sein et une tétine de biberon



Manuel Illustré de la Leche League

C'est pour cela que les instances en faveur de l'allaitement (OMS-Leche League-UNICEF...) proposent de ne pas donner de biberon ni de sucette au moins le 1er mois d'une mise en place de l'allaitement.

Je vais pondérer ces propos, chaque duo mère/enfant est un cas unique et chaque situation peut se discuter en fonction des possibilités et des envies de la mère à un instant T.

« Notre but (en tant que consultante en lactation) est d'amener les parents vers l'autonomie et de chercher ensemble un cheminement ».

(Sylvie Balmer)

### ► 3. Le lait maternel :

Souvent nommé « or blanc », est un liquide biologique, vivant, adaptatif à chaque instant et à chaque enfant ; il est donc, à ce titre inimitable.

Le lait maternel apporte à l'enfant tous les éléments nutritifs dans la quantité dont il a besoin pour une croissance saine mais pas uniquement...

C'est une méthode naturelle, facile, de disponibilité immédiate, économique, et totalement adaptable et spécifique à CE bébé+++



Il n'existe pas de « mauvais lait » ou de lait de « mauvaise qualité ». Les problèmes d'insuffisance de prise de poids sont, la plupart du temps, des problèmes d'insuffisance de quantité ingérée, qui peuvent en général être corrigées par une amélioration de la succion du bébé, du nombre de mises au sein et de la stimulation de la production de la mère.

Le lait d'une mère, contient de l'eau, des protéines (bien spécifiques et beaucoup d'anticorps), des lipides, des glucides, des vitamines, des oligoéléments, des minéraux, des pré- et des probiotiques (en très grand nombre), des facteurs de croissance, des facteurs régulateurs, des hormones, une partie du patrimoine génétique de la maman, des enzymes... la liste serait trop longue à écrire !!!!

Ce qui en fait un aliment « magique », c'est l'interdépendance des différents éléments entre eux (par exemple, la lipase du lait maternel est activée par les sels biliaires du nouveau-né, ce qui permet une nette amélioration de l'assimilation des acides gras du lait maternel).

Cette composition fine, évolutive selon les besoins de chaque nourrisson a pour but d'améliorer subtilement l'assimilation des éléments nutritifs (on parle de biodisponibilité parfaite), de protéger bébé contre des microbes environnants et de favoriser le lien d'attachement (notamment si les mises au sein sont fréquentes) ;

La décision d'allaiter est une démarche propre à chaque couple.

Tous les effets bénéfiques-santé pour maman ET bébé sont dose-dépendants ; Une maman a essentiellement besoin de bienveillance et de soutien, son allaitement n'est pas « une action menée pour la bonne cause » (sic) ;

Alors et vous, papi/mamie, entourage, amis, collègues, professionnels de santé ou de la petite enfance : que ferez vous pour protéger, promouvoir et soutenir l'allaitement?



Myriam Grondin-Hocquette, Docteur en pharmacie  
Diplôme Interuniversitaire de Lactation Humaine et d'Allaitement Maternel  
Consultante en lactation IBCLC  
Pour Aelia, avril 2024.



# CONSTIPATION OCCASIONNELLE

ÇA COINCE ?  
**PENSEZ À BISACODYL  
ZENTIVA CONSEIL® !**



## Bisacodyl Zentiva Conseil®

BISACODYL ZENTIVA CONSEIL®, 5 mg, comprimé gastro-résistant est indiqué dans le traitement symptomatique de la constipation occasionnelle de l'adulte. L'utilisation d'un laxatif doit être la plus courte possible et doit rester occasionnelle. Ce médicament ne dispense pas d'une alimentation équilibrée et d'une bonne hygiène de vie. Demandez conseil à votre pharmacien. Si les symptômes persistent plus de 10 jours, consultez votre médecin. Lire attentivement la notice. Contient du lactose et du saccharose. Médicament générique de DULCOLAX® 5 mg, comprimé enrobé gastro-résistance.



Pour plus d'informations, consultez la rubrique "Notre gamme conseil" sur notre site internet.

## ZENTIVA

MON MÉDICAMENT GÉNÉRIQUE



# PROGRAMME RÉGIONAL - PRÉSENTIEL

En partenariat avec AELIA



CONTACT  
DREANO Stéphanie  
07 85 13 38 19  
s.dreano@eduprat.fr

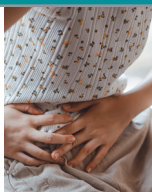


## AOÛT 2024

**VENDREDI 30 AOÛT** | 8h30 - 12h30  
Hôtel Saint-Alexis, Rue du Boucan Canot, 97434 Saint-Paul



Dr Stanislas HARENT,  
Infectiologue



**FC Cystite complète - Prise en charge des cystites simples à l'officine : Réalisation du TROD urinaire et prescription antibiotique**

Référence d'action : **57202425589, Session 24.010**  
Public et indemnisation DPC : Pharmacien (220€)

**VENDREDI 30 AOÛT** | 13h30 - 18h30  
Hôtel Saint-Alexis, Rue du Boucan Canot, 97434 Saint-Paul



Dr Stanislas HARENT,  
Infectiologue



**FC Angine complète - Prise en charge des angines bactériennes à l'officine : Réalisation du TROD angine et prescription antibiotique**

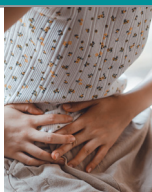
Référence d'action : **57202425590, Session 24.007**  
Public et indemnisation DPC : Pharmacien (275€)

## SEPTEMBRE 2024

**MARDI 03 SEPTEMBRE** | 8h30 - 12h30  
Hôtel Dina Morgabine Saint-Gilles, 80 bis rue des Engagés 97434 La Saline les Bains



Dr Stanislas HARENT,  
Infectiologue



**FC Cystite complète - Prise en charge des cystites simples à l'officine : Réalisation du TROD urinaire et prescription antibiotique**

Référence d'action : **57202425589, Session 24.011**  
Public et indemnisation DPC : Pharmacien (220€)

**MARDI 03 SEPTEMBRE** | 13h30 - 18h30  
Hôtel Dina Morgabine Saint-Gilles, 80 bis rue des Engagés 97434 La Saline les Bains



Dr Stanislas HARENT,  
Infectiologue



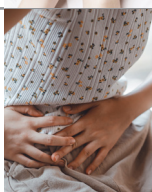
**FC Angine complète - Prise en charge des angines bactériennes à l'officine : Réalisation du TROD angine et prescription antibiotique**

Référence d'action : **57202425590, Session 24.008**  
Public et indemnisation DPC : Pharmacien (275€)

**JEUDI 05 SEPTEMBRE** | 8h30 - 12h30  
Hôtel Dina Morgabine Saint Denis, 1 Rue Issop Ravate 97400 Saint-Denis



Dr Stanislas HARENT,  
Infectiologue



**FC Cystite complète - Prise en charge des cystites simples à l'officine : Réalisation du TROD urinaire et prescription antibiotique**

Référence d'action : **57202425589, Session 24.012**  
Public et indemnisation DPC : Pharmacien (220€)

**JEUDI 05 SEPTEMBRE** | 13h30 - 18h30  
Hôtel Dina Morgabine Saint Denis, 1 Rue Issop Ravate 97400 Saint-Denis



Dr Stanislas HARENT,  
Infectiologue



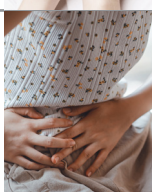
**FC Angine complète - Prise en charge des angines bactériennes à l'officine : Réalisation du TROD angine et prescription antibiotique**

Référence d'action : **57202425590, Session 24.009**  
Public et indemnisation DPC : Pharmacien (275€)

**JEUDI 05 SEPTEMBRE** | 8h30 - 12h30  
Villa Delisle, 42 Bd Hubert Delisle 97410 Saint-Pierre



Dr Rodolphe MANAQUIN,  
Chef du pôle infectiologie immunologie



**FC Cystite complète - Prise en charge des cystites simples à l'officine : Réalisation du TROD urinaire et prescription antibiotique**

Référence d'action : **57202425589, Session 24.009**  
Public et indemnisation DPC : Pharmacien (220€)

**JEUDI 05 SEPTEMBRE** | 13h30 - 18h30  
Villa Delisle, 42 Bd Hubert Delisle 97410 Saint-Pierre



Dr Rodolphe MANAQUIN,  
Chef du pôle infectiologie immunologie



**FC Angine complète - Prise en charge des angines bactériennes à l'officine : Réalisation du TROD angine et prescription antibiotique**

Référence d'action : **57202425590, Session 24.006**  
Public et indemnisation DPC : Pharmacien (275€)