



HAL
open science

Etude comparative entre la dispensation des orthèses de série à l'officine et leurs ventes dans la grande distribution (les orthèses, le marché, le rôle du pharmacien)

Charline Ficara

► To cite this version:

Charline Ficara. Etude comparative entre la dispensation des orthèses de série à l'officine et leurs ventes dans la grande distribution (les orthèses, le marché, le rôle du pharmacien). Sciences pharmaceutiques. 2019. hal-03297876

HAL Id: hal-03297876

<https://hal.univ-lorraine.fr/hal-03297876v1>

Submitted on 23 Jul 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



AVERTISSEMENT

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

Il est soumis à la propriété intellectuelle de l'auteur. Ceci implique une obligation de citation et de référencement lors de l'utilisation de ce document.

D'autre part, toute contrefaçon, plagiat, reproduction illicite encourt une poursuite pénale.

Contact : ddoc-thesesexercice-contact@univ-lorraine.fr

LIENS

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 122. 4

Code de la Propriété Intellectuelle. articles L 335.2- L 335.10

http://www.cfcopies.com/V2/leg/leg_droi.php

<http://www.culture.gouv.fr/culture/infos-pratiques/droits/protection.htm>

UNIVERSITE DE LORRAINE
2019

FACULTE DE PHARMACIE

THESE

Présentée et soutenue publiquement

Le 30 janvier 2019, sur un sujet dédié à :

**ÉTUDE COMPARATIVE ENTRE LA DISPENSATION DES ORTHÈSES DE SÉRIE
A L'OFFICINE ET LEURS VENTES DANS LA GRANDE DISTRIBUTION
(LES ORTHÈSES, LE MARCHÉ, LE RÔLE DU PHARMACIEN)**

pour obtenir

le Diplôme d'Etat de Docteur en Pharmacie

par Charline FICARA

née le 24 mai 1993 à ESSEY-LES-NANCY

Membres du Jury

Président du jury et co-directeur :	M. Stéphane GIBAUD	Maître de conférences
Directrice de thèse :	Mme Aude LEMAIRE	Pharmacien d'officine
Juges :	Mme Marie-Eve LAURENT	Pharmacien d'officine
	M. Julien GRAVOULET	Pharmacien d'officine

UNIVERSITÉ DE LORRAINE
FACULTÉ DE PHARMACIE
Année universitaire 2018-2019

DOYEN

Raphaël DUVAL

Vice-Doyen

Julien PERRIN

Directrice des études

Marie SOCHA

Conseil de la Pédagogie

Présidente, Brigitte LEININGER-MULLER

Vice-Présidente, Alexandrine LAMBERT

Collège d'Enseignement Pharmaceutique Hospitalier

Présidente, Béatrice DEMORE

Commission Prospective Facultaire

Président, Christophe GANTZER

Vice-Président, Jean-Louis MERLIN

Commission de la Recherche

Présidente, Caroline GAUCHER

Chargés de Mission

Communication

Marie-Paule SAUDER

Innovation pédagogique

Alexandrine LAMBERT

Référente ADE

Virginie PICHON

Référent dotation sur projet (DSP)

Dominique DECOLIN

Responsabilités

Filière Officine

Caroline PERRIN-SARRADO

Filière Industrie

Julien GRAVOULET

Isabelle LARTAUD,

Jean-Bernard REGNOUF de VAINS

Filière Hôpital

Béatrice DEMORE

Pharma Plus ENSIC

Marie SOCHA

Pharma Plus ENSAIA

Jean-Bernard REGNOUF de VAINS

Pharma Plus ENSGSI

Xavier BELLANGER

Cellule de Formation Continue et Individuelle

Igor CLAROT

Commission d'agrément des maîtres de stage

Luc FERRARI

ERASMUS

François DUPUIS

Mihayl VARBANOV

DOYENS HONORAIRES

PROFESSEURS EMERITES

Chantal FINANCE

Jeffrey ATKINSON

Francine PAULUS

Max HENRY

Claude VIGNERON

Claude VIGNERON

PROFESSEURS HONORAIRES

MAITRES DE CONFERENCES HONORAIRES

Pierre DIXNEUF

Monique ALBERT

Chantal FINANCE

Mariette BEAUD

Marie-Madeleine GALTEAU

François BONNEAUX

Thérèse GIRARD

Gérald CATAU

Michel JACQUE

Jean-Claude CHEVIN

Pierre LABRUDE

Jocelyne COLLOMB

Vincent LOPPINET

Bernard DANGIEN

Alain NICOLAS
Janine SCHWARTZBROD
Louis SCHWARTZBROD

ASSISTANTS HONORAIRES

Marie-Catherine BERTHE
Annie PAVIS

Marie-Claude FUZELLIER
Françoise HINZELIN
Marie-Hélène LIVERTOUX
Bernard MIGNOT
Blandine MOREAU
Dominique NOTTER
Francine PAULUS
Christine PERDICAKIS
Marie-France POCHON
Anne ROVEL
Gabriel TROCKLE
Maria WELLMAN-ROUSSEAU
Colette ZINUTTI

ENSEIGNANTS

*Section
CNU**

Discipline d'enseignement

PROFESSEURS DES UNIVERSITES - PRATICIENS HOSPITALIERS

Danièle BENSOUSSAN-LEJZEROWICZ	82	<i>Thérapie cellulaire</i>
Béatrice DEMORE	81	<i>Pharmacie clinique</i>
Jean-Louis MERLIN	82	<i>Biologie cellulaire</i>
Jean-Michel SIMON	81	<i>Economie de la santé, Législation pharmaceutique</i>
Nathalie THILLY	81	<i>Santé publique et Epidémiologie</i>

PROFESSEURS DES UNIVERSITES

Christine CAPDEVILLE-ATKINSON	86	<i>Pharmacologie</i>
Igor CLAROT	85	<i>Chimie analytique</i>
Joël DUCOURNEAU	85	<i>Biophysique, Acoustique, Audioprothèse</i>
Raphaël DUVAL	87	<i>Microbiologie clinique</i>
Béatrice FAIVRE	87	<i>Hématologie, Biologie cellulaire</i>
Luc FERRARI	86	<i>Toxicologie</i>
Pascale FRIANT-MICHEL	85	<i>Mathématiques, Physique</i>
Christophe GANTZER	87	<i>Microbiologie</i>
Frédéric JORAND	87	<i>Eau, Santé, Environnement</i>
Isabelle LARTAUD	86	<i>Pharmacologie</i>
Dominique LAURAIN-MATTAR	86	<i>Pharmacognosie</i>
Brigitte LEININGER-MULLER	87	<i>Biochimie</i>
Pierre LEROY	85	<i>Chimie physique</i>
Philippe MAINCENT	85	<i>Pharmacie galénique</i>
Patrick MENU	86	<i>Physiologie</i>
Jean-Bernard REGNOUF de VAINS	86	<i>Chimie thérapeutique</i>
Bertrand RIHN	87	<i>Biochimie, Biologie moléculaire</i>

MAITRES DE CONFÉRENCES DES UNIVERSITÉS - PRATICIENS HOSPITALIERS

Alexandre HARLE	82	<i>Biologie cellulaire oncologique</i>
Julien PERRIN	82	<i>Hématologie biologique</i>
Loïc REPEL	82	<i>Biothérapie</i>
Marie SOCHA	81	<i>Pharmacie clinique, thérapeutique et biotechnique</i>

MAITRES DE CONFÉRENCES

Sandrine CAPIZZI BANAS	87	<i>Parasitologie</i>
Xavier BELLANGER	87	<i>Parasitologie, Mycologie médicale</i>
Emmanuelle BENOIT	86	<i>Communication et Santé</i>
Isabelle BERTRAND	87	<i>Microbiologie</i>

Michel BOISBRUN	86	<i>Chimie thérapeutique</i>
Ariane BOUDIER	85	<i>Chimie Physique</i>
Cédric BOURA	86	<i>Physiologie</i>
Joël COULON	87	<i>Biochimie</i>
Sébastien DADE	85	<i>Bio-informatique</i>
Dominique DECOLIN	85	<i>Chimie analytique</i>
Roudayna DIAB	85	<i>Pharmacie galénique</i>
Natacha DREUMONT	87	<i>Biochimie générale, Biochimie clinique</i>
Florence DUMARCAY	86	<i>Chimie thérapeutique</i>
François DUPUIS	86	<i>Pharmacologie</i>
Reine EL OMAR	86	<i>Physiologie</i>
Adil FAIZ	85	<i>Biophysique, Acoustique</i>
Anthony GANDIN	87	<i>Mycologie, Botanique</i>
Caroline GAUCHER	86	<i>Chimie physique, Pharmacologie</i>
Stéphane GIBAUD	86	<i>Pharmacie clinique</i>
Thierry HUMBERT	86	<i>Chimie organique</i>
Olivier JOUBERT	86	<i>Toxicologie, Sécurité sanitaire</i>
Alexandrine LAMBERT	85	<i>Informatique, Biostatistiques</i>
Julie LEONHARD	86/01	<i>Droit en Santé</i>
Christophe MERLIN	87	<i>Microbiologie environnementale</i>
Maxime MOURER	86	<i>Chimie organique</i>
Coumba NDIAYE	86	<i>Epidémiologie et Santé publique</i>
Arnaud PALLOTTA	86	<i>Bioanalyse du médicament</i>
Marianne PARENT	85	<i>Pharmacie galénique</i>
Caroline PERRIN-SARRADO	86	<i>Pharmacologie</i>
Virginie PICHON	85	<i>Biophysique</i>
Sophie PINEL	85	<i>Informatique en Santé (e-santé)</i>
Anne SAPIN-MINET	85	<i>Pharmacie galénique</i>
Marie-Paule SAUDER	87	<i>Mycologie, Botanique</i>
Guillaume SAUTREY	85	<i>Chimie analytique</i>
Rosella SPINA	86	<i>Pharmacognosie</i>
Sabrina TOUCHET	86	<i>Pharmacochimie</i>
Mihayl VARBANOV	87	<i>Immuno-Virologie</i>
Marie-Noëlle VAULTIER	87	<i>Mycologie, Botanique</i>
Emilie VELOT	86	<i>Physiologie-Physiopathologie humaines</i>
Mohamed ZAIYOU	87	<i>Biochimie et Biologie moléculaire</i>

PROFESSEUR ASSOCIE

Julien GRAVOULET	86	<i>Pharmacie clinique</i>
Anne MAHEUT-BOSSER	86	<i>Sémiologie</i>

PROFESSEUR AGREGÉ

Christophe COCHAUD	11	<i>Anglais</i>
--------------------	----	----------------

****Disciplines du Conseil National des Universités :***

80 : Personnels enseignants et hospitaliers de pharmacie en sciences physico-chimiques et ingénierie appliquée à la santé

81 : Personnels enseignants et hospitaliers de pharmacie en sciences du médicament et des autres produits de santé

82 : Personnels enseignants et hospitaliers de pharmacie en sciences biologiques, fondamentales et cliniques

85 ; Personnels enseignants-chercheurs de pharmacie en sciences physico-chimiques et ingénierie appliquée à la santé

86 : Personnels enseignants-chercheurs de pharmacie en sciences du médicament et des autres produits de santé

87 : Personnels enseignants-chercheurs de pharmacie en sciences biologiques, fondamentales et cliniques

11 : Professeur agrégé de lettres et sciences humaines en langues et littératures anglaises et anglo-saxonnes

SERMENT DES APOTHCAIRES



Je jure, en présence des maîtres de la Faculté, des conseillers de l'ordre des pharmaciens et de mes condisciples :

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 ; en aucun cas, je ne consentirai à utiliser mes connaissances et mon état pour corrompre les mœurs et favoriser des actes criminels.

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.



« LA FACULTE N'ENTEND DONNER AUCUNE
APPROBATION, NI IMPROBATION AUX OPINIONS
EMISES DANS LES THESES, CES OPINIONS DOIVENT
ETRE CONSIDEREES COMME PROPRES A LEUR
AUTEUR ».

REMERCIEMENTS

A Monsieur Stéphane GIBAUD, président du jury et co-directeur de thèse,

Pour avoir accepté de co-diriger cette thèse et de présider le jury. Je vous remercie sincèrement pour vos enseignements. Veuillez trouver ici l'expression de ma profonde gratitude.

A Madame Aude LEMAIRE, directrice de thèse,

Je te remercie chaleureusement pour m'avoir fait l'honneur d'accepter la direction de cette thèse. Un grand merci pour ta gentillesse, tes précieux conseils et ta disponibilité durant l'élaboration de ce travail. Sois assurée de ma profonde reconnaissance.

A Madame Marie-Eve LAURENT, membre du jury,

Pour avoir accepté de juger mon travail. Je te remercie également pour tous les conseils avisés durant mon stage et encore aujourd'hui, pour ta bienveillance et ta gentillesse.

A Monsieur Julien GRAVOULET, membre du jury,

Pour avoir accepté de participer au jury de cette thèse. Je suis très honorée par l'intérêt que vous portez à ce travail. Veuillez trouver ici l'expression de mes sincères remerciements.

A mes parents,

Un grand merci pour votre soutien, vos encouragements et votre écoute durant la réalisation de ma thèse et depuis toujours. Merci pour tous les moments merveilleux que nous partageons. Je suis très fière et heureuse d'avoir des parents comme vous.

A ma sœur Laurine,

Je te remercie énormément pour ton aide et tes conseils précieux durant ce travail. Merci pour tous nos instants de complicité, de joie et de partage. Je suis si fière de toi.

A mon conjoint Tristan,

Un grand merci pour ton soutien sans faille depuis le début, ton aide et tes conseils si importants pour moi. Je suis heureuse et fière de partager ma vie avec toi.

A mes grands-parents et à mon arrière-grand-mère,

Merci du fond du cœur pour tous les moments partagés ensemble, votre soutien tout au long de mes études et votre amour.

A Etienne et Gisèle,

Merci pour vos encouragements et votre bienveillance.

A mes beaux-parents,

Un grand merci pour votre soutien durant la réalisation de ma thèse et pour votre gentillesse.

A Aurélien,

Merci pour ton soutien et ta bonne humeur.

A l'ensemble de ma famille,

Je vous remercie et je pense fort à vous.

A mes amis,

Mylène, Thomas, Lucie, Coralie, Damien, Lucie et Anthony, merci pour tous ces moments de joie et de complicité. Votre amitié est tellement importante pour moi.

Anabelle, Nina, Alexia, Clémentine, Marie-Pierre, Magali, merci pour tous ces éclats de rire qui ont permis de faire passer plus vite ces deux dernières années. Vous êtes géniales.

Mathilde, je te remercie pour tous les bons moments passés ensemble depuis le lycée, même à la BU pendant nos journées de dur labeur !

Camille, Florian, un grand merci pour tous les fous rires et les moments agréables passés ensemble depuis le lycée. J'ai une pensée particulière pour vous.

A Christiane, Béatrice, Lucie, Cyrielle, Anne-Gabrielle, Fabien, Elodie, Emma,

Merci pour votre bonne humeur pendant les cours de danse.

A toute l'équipe de la PUI du Centre Hospitalier du Lunéville,

Merci pour vos enseignements et votre bonne humeur durant mon stage hospitalier.

A toute l'équipe de la Pharmacie du Ginkgo,

Merci pour votre accueil et pour m'avoir permis d'acquérir de l'expérience au comptoir.

A toute l'équipe de la pharmacie Roussel,

Un grand merci pour votre accueil et vos précieux conseils durant le stage de 6^{ème} année.

Aux kinésithérapeutes, aux salons de coiffure et au club de tennis de table de Villers-Les-Nancy qui ont diffusé mon questionnaire,

Je vous remercie sincèrement d'avoir pris le temps de diffuser mon questionnaire à vos patients / clients.

A toutes les officines et à toutes les personnes qui ont répondu aux questionnaires,

Merci chaleureusement pour m'avoir aidée à réaliser cette étude.

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	7
PARTIE I : DESCRIPTION DU CIRCUIT DE DISTRIBUTION DES ORTHESES DE SERIE .	8
1. Comparaison des différents lieux de vente	8
A. Pharmacie.....	8
B. Magasin de matériel médical.....	11
C. Magasin de sport.....	13
D. Supermarché.....	14
E. Internet.....	16
F. Bilan de la comparaison des différents lieux de vente	16
2. Comparaison des produits	17
A. Pour chaque lieu de vente.....	17
B. Focus sur trois laboratoires présents dans les magasins de sport.....	22
C. Bilan de la comparaison des produits	26
3. Comparaison de la prise en charge et du conseil reçu.....	26
A. Principe du « client mystère »	26
B. Résultats.....	27
C. Bilan de l'expérience du « client mystère ».....	30
4. Conclusion.....	30
PARTIE 2 : LE POINT DE VUE DES CONSOMMATEURS.....	32
1. Objectif du questionnaire	32
2. Matériel et méthode.....	32
3. Caractéristiques générales de la population	34
A. La proportion homme / femme	35
B. La répartition des âges.....	36
C. Catégories socio-professionnelles	37
D. Proportion de personnes ayant déjà eu recours à une orthèse de série.....	38
4. Le comportement et la réflexion du patient / client lors de l'achat	38
A. Consultation chez le médecin et prescription d'une orthèse de série.....	38

B. Le lieu de l'achat	40
C. Critères qui ont orienté le choix du lieu de l'achat	45
5. Les attentes des personnes qui n'ont jamais eu recours à une orthèse de série.....	48
A. Les lieux d'achat	48
B. Les attentes des futurs patients.....	50
6. Conclusion.....	52
PARTIE 3 : LA SATISFACTION DES PATIENTS / CLIENTS ET PISTES D'AMELIORATION	53
1. Analyse de la satisfaction	53
A. Matériel et méthode.....	53
B. La satisfaction de l'information reçue	55
C. La satisfaction de l'orthèse proposée.....	58
D. Réflexion sur les biais	61
2. Les lieux recommandés par les patients	61
3. Les attentes des patients vues par les officinaux	62
4. Pistes d'amélioration.....	64
A. Le local d'orthopédie	64
B. La mise en avant de l'activité	65
C. Le stock	69
D. Le prix.....	69
E. La formation	69
F. Le conseil associé.....	70
G. La démarche qualité	71
H. Exemple : la dispensation des chaussures thérapeutiques de série à usage temporaire et prolongé	71
5. Conclusion.....	72
CONCLUSION	74
ANNEXES	76
BIBLIOGRAPHIE	89

LISTE DES ABREVIATIONS

CROP : Conseil Régional de l'Ordre des Pharmaciens

CSP : Code de la Santé Publique

DU : Diplôme Universitaire

H_0 : Hypothèse nulle

IC : Intervalle de Confiance

INSEE : Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques

LGO : Logiciel de Gestion Officinale

LPPR : Liste des Produits et Prestations Remboursables

L&R® : Lohmann et Rauscher®

OR : Odd Ratio

PLV : Publicité sur lieu de vente

TABLE DES FIGURES

Figure 1 : Chevillère Filmista® de Zamst® (9)	23
Figure 2 : Ceinture lombaire Soft 100 de Tarmak (10)	24
Figure 3 : Orthèse de poignet Manuimmo Pro® de Thuasne® (11)	25
Figure 4 : Poignet de stabilisation Boa® de Thuasne sport® (12).....	25
Figure 5 : Chevillère de la marque Meisite® (13).....	26
Figure 6 : Comparaison de la répartition des âges des femmes de l'enquête et des femmes de la population française.....	36
Figure 7 : Comparaison de la répartition des âges des hommes de l'enquête et des hommes de la population française.....	36
Figure 8 : Répartition générale des lieux d'achat de l'orthèse de série	41
Figure 9 : Répartition des lieux d'achat selon les catégories d'âge	45
Figure 10 : Répartition des critères des consommateurs pour le choix du lieu d'achat de l'orthèse de série.....	46
Figure 11 : Répartition des critères de choix selon la catégorie d'âge.....	47
Figure 12 : Répartition des lieux d'achat des personnes n'ayant pas eu recours à une orthèse de série	49
Figure 13 : Répartition des lieux d'achat des personnes ayant déjà porté une orthèse de série	49
Figure 14 : Répartition des attentes des personnes n'ayant pas eu recours à une orthèse de série	51
Figure 15 : Répartition des critères de choix des personnes ayant déjà porté une orthèse de série	51
Figure 16 : Comparaison de la répartition des lieux choisis et des lieux recommandés	62
Figure 17 : Les attentes des patients supposées par les officinaux	63
Figure 18 : Exemple de local d'orthopédie.....	65

Figure 19 : Vitrine d'une officine dédiée aux orthèses de série	66
Figure 20 : Espace Orthoshop® de la Grande Pharmacie à Castres (18).....	67

LISTE DES TABLEAUX

Tableau I : Caractéristiques générales des officines lorraines	9
Tableau II : Caractéristiques générales des magasins de matériel médical	12
Tableau III : Caractéristiques générales des magasins de sport	14
Tableau IV : Caractéristiques générales des supermarchés	15
Tableau V : Orthèses de série disponibles dans chaque lieu de vente	17
Tableau VI : Comparaison de la gamme Thuasne sport® et Thuasne® médicale	24
Tableau VII : Caractéristiques générales de la population	35
Tableau VIII : Extrait des réponses au questionnaire "Population" des 7 patients qui n'ont pas eu d'ordonnance.....	39
Tableau IX : Paramètres qui peuvent influencer le choix du lieu de l'achat de l'orthèse de série	42
Tableau X : Influence du port d'une orthèse sur divers paramètres	48
Tableau XI : Satisfaction du conseil reçu.....	55
Tableau XII : Critères pouvant influencer la satisfaction du conseil reçu.....	56
Tableau XIII : Résultats de la première étape de l'analyse multivariée de la satisfaction de l'information reçue	57
Tableau XIV : Résultats finaux de l'analyse multivariée de la satisfaction de l'information reçue	57
Tableau XV : Satisfaction globale pour l'orthèse proposée	58
Tableau XVI : Critères pouvant influencer la satisfaction de l'orthèse	59
Tableau XVII : Résultats de la première étape de l'analyse multivariée de la satisfaction du produit	60
Tableau XVIII : Résultats finaux de l'analyse multivariée de la satisfaction du produit	60
Tableau XIX : Tableau récapitulatif des outils de communication proposées par les laboratoires d'orthopédie	68

INTRODUCTION

Les orthèses de série sont des appareils orthopédiques permettant de protéger, soutenir ou immobiliser une partie du corps. Elles sont, par opposition aux orthèses sur-mesure, fabriquées en série.

Actuellement, le marché des orthèses de série est en plein essor. En effet, de nombreux progrès ont permis de confectionner des produits de plus en plus techniques permettant d'appareiller un plus grand nombre de personnes et de faire face à de nombreuses problématiques, permettant même parfois de remplacer le grand appareillage.

Paradoxalement, malgré une technicité de plus en plus grande, les orthèses de série ne font pas partie du monopole pharmaceutique et peuvent donc être distribuées en dehors des officines. C'est ainsi que des magasins de matériel médical, des magasins de sport, des supermarchés ou encore des sites internet proposent au grand public un large choix d'orthèses de série.

Le pharmacien d'officine a donc un rôle très important à jouer pour dispenser au grand public des orthèses de série de qualité et délivrer le bon produit au bon patient dans les meilleures conditions, dans un contexte où de nouveaux modes de consommation semblent émerger. En effet, l'attrait pour internet et la grande distribution semble être de plus en plus fort avec la mise en avant de prix attractifs qui concurrencent les officines.

Face à cette nouvelle tendance qui semble s'observer et en l'absence d'étude à grande échelle, il est intéressant de se poser quelques questions. L'offre et la demande sont – elles en adéquation ? Le client est-il en capacité de s'y retrouver ? Quelle place le pharmacien d'officine occupe – t-il aujourd'hui parmi les autres distributeurs d'orthèses de série ?

Pour répondre à ces interrogations, une étude comparative entre la dispensation des orthèses de série à l'officine et leurs ventes dans la grande distribution a été menée.

Tout d'abord, elle permettra de faire un constat général sur l'offre actuelle en proposant une comparaison des différents lieux de vente, suivie par une comparaison des produits et enfin une comparaison de la prise en charge du client et du conseil reçu.

Dans un second temps, nous étudierons le point de vue du consommateur afin d'apprécier la demande des consommateurs.

Pour finir, la satisfaction des clients sera analysée dans le but de voir si l'offre et la demande sont en adéquation et des pistes d'amélioration seront proposées pour améliorer les pratiques des officinaux.

PARTIE I : DESCRIPTION DU CIRCUIT DE DISTRIBUTION DES ORTHESES DE SERIE

Dans un premier temps, il est fondamental d'observer le marché des orthèses de série. Peu d'études ont été réalisées à ce sujet et il est difficile d'apprécier la situation. En effet, il faut tout d'abord comprendre dans quels lieux sont vendus ces produits et les critères généraux qui caractérisent chacun des lieux, pour ensuite analyser la gamme des orthèses de série disponible dans chaque lieu. Enfin, la prise en charge du patient / client dans chaque type de lieu sera comparée grâce à un client mystère.

1. Comparaison des différents lieux de vente

Afin de comparer les différents lieux de vente des orthèses de série, une enquête auprès des pharmacies de la région a été réalisée ainsi que plusieurs visites dans des magasins de matériel médical, des magasins de sport, des supermarchés et des sites internet. Pour chaque magasin consulté, une fiche de recueil d'information a été remplie (Annexe 1).

A. Pharmacie

Elaboration d'un questionnaire à l'intention des officines lorraines :

Le but du questionnaire (Annexe 2) est d'avoir un aperçu de l'activité de dispensation des orthèses de série dans les officines lorraines.

Le formulaire a été créé à l'aide de Google Form® qui est un outil de questionnaire en ligne puis diffusé par mail à toutes les officines lorraines *via* le Conseil Régional de l'Ordre des Pharmaciens de Lorraine (CROP).

Le questionnaire comporte 7 questions dont la majorité sont fermées afin de faciliter le remplissage du questionnaire.

Les points abordés dans le questionnaire sont les suivants :

- La situation géographique de l'officine : centre-ville, milieu rural, centre commercial, quartier, bourg,
- La réalisation de l'exercice de l'activité d'orthopédie,
- La présence d'une vitrine dédiée à cette activité,
- La présence d'un local d'orthopédie,
- La présence de pharmaciens possédant le diplôme universitaire d'orthopédie,
- Les laboratoires choisis par les pharmaciens,

- D'après l'expérience du professionnel, les attentes des patients que les pharmaciens supposent être les plus importantes.

Le questionnaire a été diffusé une première fois par le CROP mais à l'issue de cette première phase, seulement 110 réponses ont été collectées sur les 724 officines que compte la région Lorraine(1). Cela étant insuffisant, 2 semaines plus tard, le CROP a diffusé à nouveau le questionnaire ce qui a permis de récolter 46 réponses supplémentaires.

Résultats obtenus :

Après réception des réponses, le nombre total d'officines ayant participé à l'enquête s'élève à 156. Le tableau I ci-dessous répertorie les résultats obtenus pour chaque caractéristique.

Tableau I : Caractéristiques générales des officines lorraines

Caractéristiques	Effectifs
Répartition géographique	
Milieu rural	90 (57,7%)
Centre-ville	48 (30,8%)
Périphérie / banlieue	6 (3,8%)
Quartier	6 (3,8%)
Centre commercial	5 (3,2%)
Bourg	1 (0,7%)
Réalisation de l'activité d'orthopédie	
Oui	156 (100,0%)
Non	0 (0,0%)
Local d'orthopédie	
Oui	130 (83,3%)
Non	26 (16,7%)
Présence de pharmaciens possédant le DU	
Oui	135 (86,5%)
Non	21 (13,5%)
Vitrine dédiée à l'orthopédie	
Oui	81 (51,9%)
Non	75 (48,1%)

Les zones géographiques ont été définies de la manière suivante :

- Milieu rural correspond à la zone qui englobe la population et les territoires de campagne, par opposition au milieu urbanisé,
- Centre-ville correspond à l'hypercentre d'une ville, c'est-à-dire à son quartier le plus animé,
- Périphérie / banlieue : il s'agit de l'ensemble des agglomérations qui entourent une ville,
- Quartier correspond à une partie d'une ville avec une identité propre,
- Centre commercial : c'est un regroupement de plusieurs magasins dans un même lieu,
- Bourg correspond à une petite ville.

L'enquête a permis de mettre en évidence que toutes les officines de l'échantillon pratiquent l'orthopédie de série. Néanmoins, afin d'exercer correctement l'activité d'orthopédie, il est obligatoire d'avoir un local qui permette d'accueillir les patients dans de bonnes conditions notamment au moment de la prise de mesures et des essayages.

Le tableau I met en évidence que 83% des officines du panel possèdent ce local tandis que 17% ne mettent pas à disposition de leurs patients cet espace dédié. L'article R. 5125-10 du Code de la Santé Publique (CSP) stipule que « Les activités spécialisées d'optique-lunetterie, d'audioprothèse et d'orthopédie font l'objet d'un rayon individualisé et, le cas échéant, d'un espace permettant au patient d'essayer le produit dans des conditions satisfaisantes » (2). Par ailleurs, l'article R. 5125-8 mentionne : « Les locaux de l'officine forment un ensemble d'un seul tenant y compris pour ce qui concerne les activités spécialisées d'optique-lunetterie, d'audioprothèse et d'orthopédie. Des lieux de stockage peuvent toutefois se trouver à proximité de l'officine, dans les limites de son quartier d'implantation mentionné à l'article L. 5125-3-1 du présent code, à condition qu'ils ne soient pas ouverts au public et ne comportent ni signalisation, ni vitrine extérieure. [...] Le mobilier pharmaceutique est disposé de telle sorte que le public n'ait directement accès ni aux médicaments, ni aux autres produits dont la vente est réservée aux officines ». (3) Ce local spécifique doit donc se trouver à proximité de l'espace vente afin que le patient n'ait pas accès aux médicaments. Aux 16,7% des officines qui ne sont pas en conformité avec la loi parce qu'elles ne possèdent pas de local (Tableau I), il faut aussi ajouter la proportion d'officines qui possèdent un local mais dont l'agencement ne respecte pas l'article R. 5125-8 du CSP.

Par ailleurs, concernant le statut des dispensateurs d'orthèses de série à l'officine, la pratique montre qu'il s'agit :

- De pharmaciens diplômés ou non du DU d'orthopédie
- De préparateurs sous la surveillance d'un pharmacien
- D'étudiants en pharmacie sous la surveillance d'un pharmacien
- D'apprentis préparateurs sous la surveillance d'un pharmacien

Du point de vue réglementaire, une dérogation existe pour que les pharmaciens possédant le DU d'orthopédie puissent délivrer des orthèses de série. En effet, la réglementation stipule à l'article 7 de l'arrêté du 1^{er} février 2011 (4) ainsi qu'au 2^{ème} alinéa de l'article D.4364-10 du CSP (5) que les pharmaciens titulaires du DU d'orthopédie peuvent exercer la profession d'orthopédiste – orthésiste. Ensuite, le décret n°2011 – 1432 du 3 novembre 2011 modifiant les articles D. 4364-2, D. 4364-3 et D. 4364-6 du CSP (6) indique notamment à l'article D. 4364-6 (7) que toute personne délivrant de l'appareillage orthétique ou orthopédique sur-mesure ou de série est considérée comme exerçant la profession d'orthopédiste – orthésiste. Enfin, l'arrêté du 3 décembre 2015 relatif à la délivrance des orthèses de série par les orthoprothésistes, les podorthoésistes et les orthopédistes-orthésistes (8) fixe la liste des orthèses de série pouvant être délivrées par les orthopédistes – orthésistes.

Ainsi, au sein d'une équipe officinale, seuls les pharmaciens titulaires du DU d'orthopédie sont autorisés à délivrer des orthèses de série. Cette autorisation est individuelle et ne permet pas aux autres membres de l'équipe de pouvoir délivrer de l'orthopédie de série. Les préparateurs en pharmacie doivent donc obtenir, en plus du brevet professionnel, le diplôme d'orthopédiste – orthésiste en suivant une formation reconnue par l'article 7 de l'arrêté du 1^{er} février 2011 (d'après les propos du pharmacien conseil chargé de mission de la Direction régionale du Service médical Nord – Est). Actuellement, il y a donc une forte inadéquation entre la pratique et la théorie.

Enfin, la moitié seulement des officines réalise une vitrine sur l'orthopédie. Cela est insuffisant pour promouvoir cette activité auprès du grand public.

B. Magasin de matériel médical

Les visites de magasin de matériel médical ont permis de consulter 7 enseignes dans un rayon de 35 kilomètres autour de Nancy.

Le tableau II ci-dessous rassemble les résultats obtenus lors de ces visites.

Tableau II : Caractéristiques générales des magasins de matériel médical

Caractéristiques	Effectifs
Répartition géographique	
Milieu rural	1 (14,3%)
Centre-ville	1 (14,3%)
Périphérie / banlieue	5 (71,4%)
Quartier	0 (0,0%)
Centre commercial	0 (0,0%)
Bourg	0 (0,0%)
Réalisation de l'activité d'orthopédie	
Oui	6 (85,7%)
Non	1 (14,3%)
Local d'orthopédie	
Oui	1 (14,3%)
Non	6 (85,7%)
Présence de pharmaciens possédant le DU	
Oui	0 (0,0%)
Non	7 (100,0%)
Vitrine dédiée à l'orthopédie	
Oui	1 (14,3%)
Non	6 (85,7%)

Tout d'abord, les magasins de matériel médical sont situés principalement en périphérie des villes dans des zones commerciales. Un seul magasin se trouve en centre-ville dans la ville de Lunéville et un autre dans la commune de Ceintrey en milieu rural.

Tous n'exercent pas l'activité d'orthopédie. En effet, sur les 7 magasins consultés :

- 5 enseignes vendent tout type d'orthèses de série,
- 1 enseigne vend uniquement les chaussettes, bas et collants de compression,
- 1 enseigne ne pratique pas du tout l'orthopédie.

Pour les magasins qui proposent des orthèses de série, le local d'orthopédie s'avère être peu présent. En effet, une seule enseigne dispose d'un local spécifique. Lorsque ce dernier fait défaut, les vendeurs expliquent prendre les mesures ou réaliser les essayages soit au domicile du patient, soit au sein même de l'espace de vente (dans le meilleur des cas un paravent protège le patient du regard des autres clients), soit dans une pièce ouverte ayant

plusieurs fonctions. Parfois, les médecins prendraient eux-mêmes les mesures et les reporteraient sur l'ordonnance. Dans ce dernier cas, comment le vendeur peut-il être certain que la mesure ait été effectuée à la bonne hauteur définie selon le fournisseur, lui-même choisi par le magasin de matériel médical ?

Par ailleurs, lorsque nous analysons les diplômes détenus par les vendeurs, l'interrogatoire révèle que les profils requis par les enseignes sont divers :

- Bac +2 commerce/vente dans quatre magasins. Dans une enseigne, les vendeurs possèdent en plus une formation interne sur le matériel médical.
- Brevet professionnel de préparateur en pharmacie dans un magasin.
- Diplôme d'orthopédiste dans un magasin.

Constat est donc fait qu'un diplôme ou une formation spécifique à l'orthopédie n'est donc quasiment jamais possédé par les vendeurs employés dans les magasins de matériel médical visités.

Enfin, concernant la présence d'une vitrine dédiée à l'orthopédie, certains magasins affirment mettre en avant les orthèses de série de temps en temps, d'autres avouent ne mettre en vitrine que les chaussettes, bas et collants de compression. Lors des visites, un seul magasin avait une vitrine sur la compression médicale.

C. Magasin de sport

Dix magasins de sport ont été visités dans un rayon de 35 kilomètres autour de Nancy. Ils sont situés en grande majorité dans des zones commerciales en périphérie des villes. Un seul est localisé en centre-ville dans la ville de Lunéville.

Les résultats obtenus lors des visites sont répertoriés dans le tableau III.

Tableau III : Caractéristiques générales des magasins de sport

Caractéristiques	Effectifs
Répartition géographique	
Milieu rural	0 (0,0%)
Centre-ville	1 (10,0%)
Périphérie / banlieue	9 (90,0%)
Quartier	0 (0,0%)
Centre commercial	0 (0,0%)
Bourg	0 (0,0%)
Réalisation de l'activité d'orthopédie	
Oui	9 (90,0%)
Non	1 (10,0%)
Local d'orthopédie	
Oui	0 (0,0%)
Non	10 (100,0%)
Présence de pharmaciens possédant le DU	
Oui	0 (0,0%)
Non	10 (100,0%)
Vitrine dédiée à l'orthopédie	
Oui	0 (0,0%)
Non	10 (100,0%)

Au sein du panel des magasins consultés, une seule enseigne ne proposait pas d'orthèse. Il s'agissait d'un magasin spécialisé dans le fitness. Les autres enseignes, plus généralistes, proposaient des orthèses de série à la vente. Aucun de ces magasins ne disposait de local spécifique. Ainsi, les cabines d'essayage du magasin étaient le seul lieu possible pour essayer, sans aucune confidentialité.

Par ailleurs, les vendeurs ne disposaient pas de diplôme dans le domaine de l'orthopédie. Ils étaient diplômés dans le domaine de la vente et du commerce.

Enfin, aucun des magasins de sport visités ne présentait une vitrine dédiée à l'orthopédie.

D. Supermarché

Quatre enseignes ont été consultées dans l'agglomération de Nancy. Le périmètre n'a pas été élargi à 35 km autour de la ville de Nancy comme dans les cas précédents car nous

pouvons penser que les constats seront les mêmes dans les autres magasins de ces enseignes.

Le tableau IV ci-dessous regroupe les résultats obtenus lors de ces visites.

Tableau IV : Caractéristiques générales des supermarchés

Caractéristiques	Effectifs
Répartition géographique	
Milieu rural	0 (0,0%)
Centre-ville	0 (0,0%)
Périphérie / banlieue	4 (100,0%)
Quartier	0 (0,0%)
Centre commercial	0 (0,0%)
Bourg	0 (0,0%)
Réalisation de l'activité d'orthopédie	
Oui	1 (25,0%)
Non	3 (75,0%)
Local d'orthopédie	
Oui	0 (0,0%)
Non	4 (100,0%)
Présence de pharmaciens possédant le DU	
Oui	0 (0,0%)
Non	4 (100,0%)
Vitrine dédiée à l'orthopédie	
Oui	0 (0,0%)
Non	4 (100,0%)

Nous avons constaté que les grandes enseignes ne vendaient aucune orthèse de série. A l'inverse, une enseigne « discount » propose régulièrement des semaines dont le thème est l'orthopédie. Ainsi, aucun supermarché ne vend de l'orthopédie de façon régulière.

Comme l'orthopédie est une activité mineure pour ces structures, il n'y a donc pas de vitrine dédiée mais, pour l'enseigne concernée, la mise en avant de cette activité se fait à l'aide de publicité distribuée dans les boîtes aux lettres. Il n'y a pas non plus de local d'orthopédie ni de vendeurs qualifiés dans ce domaine.

E. Internet

Il est également possible d'acheter des orthèses de série sur internet.

En effet, plusieurs types de sites commercialisent de l'orthopédie :

- Les sites internet des officines
- Les sites internet des magasins de matériel médical
- Les sites internet des magasins de sport
- Les sites internet des laboratoires
- Les sites internet des supermarchés
- Les sites internet généralistes qui vendent tout type de produits

Nous verrons dans la suite de ce travail, dans la partie « Comparaison des produits pour chaque lieu de vente », que chaque type de site fonctionne différemment et ne propose pas systématiquement de vente en ligne.

F. Bilan de la comparaison des différents lieux de vente

Parmi les différents lieux de vente, 100% des officines pratiquent l'activité d'orthopédie de série alors que dans les magasins de matériel médical, magasins de sport, supermarchés et internet, l'activité est inconstante voire inexistante.

Il est alors important de souligner que la mise en avant de cette activité est insuffisante avec seulement 52% des officines qui déclarent réaliser une vitrine d'orthopédie.

Par ailleurs, il est fondamental que chaque lieu de vente d'orthèses de série dispose d'un local afin de pouvoir prendre les mesures et réaliser les essayages. Le constat est que les officines sont l'endroit où la présence d'un local est la plus fréquente mais cela doit être manifestement amélioré afin d'être en conformité avec les articles R. 5125-10 et R. 5125-8 du CSP.

Enfin, en ce qui concerne les qualifications du personnel dans les différents lieux de vente, il est indéniable que la grande majorité des vendeurs ne dispose pas de diplôme spécifique dans le domaine de l'orthopédie, quel que soit l'endroit. En officine, la présence de pharmaciens diplômés du DU d'orthopédie est un atout mais insuffisante car seulement 87% des officines déclarent avoir un pharmacien dans leur équipe possédant ce DU. Le pharmacien diplômé du DU d'orthopédie ne peut donc pas être présent pendant toute la plage horaire d'ouverture de la pharmacie.

2. Comparaison des produits

A. Pour chaque lieu de vente

Chaque type de lieu vend des orthèses de série. Cependant, l'étendue de la gamme diffère d'un lieu à l'autre.

Afin de connaître quel lieu vend quelle orthèse de série, le tableau V ci-dessous récapitule pour chaque orthèse de série, les lieux où il est possible de l'acheter.

Tableau V : Orthèses de série disponibles dans chaque lieu de vente

		Officine	Magasin de matériel médical	Magasin de sport	Supermarché	Site internet généraliste
Colliers cervicaux	C1*	X	X			X
	C2*	X	X			X
	C3*	X	X			X
	C4*	X	X			X
Orthèses de l'épaule	Anneau claviculaire	X	X			X
	Support d'avant-bras	X	X			X
	Orthèse d'immobilisation	X	X			X
	Attelle d'abduction	X	X			X
	Epaulière	X	X	X		X
Orthèses de coude	Attelle d'immobilisation	X	X			X
	Orthèse anti-épicondylite	X	X	X		X
Orthèses de poignet, main, doigts	Orthèse de poignet	X	X	X		X
	Orthèse poignet-main	X	X	X		X
	Orthèse poignet-pouce	X	X			X
	Orthèse de pouce	X	X	X		X
	Attelle main-doigts	X	X			X
	Attelle de doigts	X	X			X
Orthèse thoracique		X	X			X
Ceinture lombaire		X	X	X		X

Ceinture abdominale		X	X			X
Corset d'immobilisation vertébrale de série		X	X			
Contention et compression vasculaires		X	X	X		X
Orthèses de la cuisse et du genou	Genouillère simple	X	X	X		X
	Genouillère rotulienne	X	X	X		X
	Genouillère ligamentaire	X	X	X		X
	Genouillère articulée	X	X			X
	Attelle articulée	X	X			X
	Attelle de Zimmer	X	X			X
	Bandage rotulien	X	X	X		X
	Cuissard	X	X	X		X
Orthèses de cheville	Chevillère simple	X	X	X		X
	Chevillère ligamentaire	X	X	X		X
	Chevillère malléolaire	X	X			X
	Chevillère achilléenne	X	X			X
	Orthèse stabilisatrice	X	X	X		X
Orthèses de pied	Talonnette	X	X	X	X	X
	Semelle amortissante	X	X	X	X	X
	Botte de marche	X	X			X
	Releveurs de pied	X	X			X
	Orthèse anti-équin	X	X			X
	Chaussure thérapeutique	X	X			X
	Petit accessoire	X	X	X	X	X

*C1, C2, C3 et C4 correspondent aux quatre catégories de colliers cervicaux, assurant un maintien croissant.

Il faut savoir que la plupart des orthèses de série disponibles en officine et dans les magasins de matériel médical peuvent être remboursées, avec une prescription médicale, par la sécurité sociale. Ainsi, les laboratoires fabricants sont tenus de respecter un cahier

des charges qui répond aux exigences de la LPPR (Liste des Produits et Prestations Remboursables). C'est donc une garantie pour le patient d'avoir un produit de qualité et efficace.

A l'inverse, les magasins de sport et les supermarchés proposent des orthèses de série non remboursables. C'est un choix de la part des fabricants de ne pas demander le remboursement de leurs produits. Les fabricants ne sont donc pas soumis aux exigences de la LPPR.

Le tableau V indique que les officines comme les magasins de matériel médical disposent de toutes les orthèses de série existantes, soit en stock soit sur commande.

Le choix du ou des laboratoire(s) est propre à chaque officine et peut dépendre de l'environnement médical de l'officine (médecin, kinésithérapeute, hôpital), des conditions commerciales, de l'appartenance à un groupement, etc.

Les réponses au questionnaire à destination des officines lorraines ont montré que quatre laboratoires arrivent largement en tête. Il s'agit de Thuasne® puis Gibaud® puis Lohmann et Rauscher® (L&R®) et pour finir Donjoy®. Les résultats ont aussi mis en avant que les laboratoires de compression veineuse sont très peu cités ce qui indique que les officinaux ne pensent pas à inclure les produits de compression dans les orthèses de série.

Les magasins de matériel médical fonctionnent de la même façon que les officines. Cependant, certains prennent la décision de ne pas réaliser cette activité ou bien de ne la réaliser qu'en partie en ne référant que les produits de compression (chaussettes, bas ou collants de compression).

Les autres lieux de vente, à la différence des officines et magasins de matériel médical, ne proposent pas au client toutes les orthèses de série existantes.

Par exemple, dans les magasins de sport, il est possible de trouver des produits qui sont aussi disponibles en officine. Néanmoins, l'accent est porté sur les orthèses utilisées préférentiellement par les sportifs. Pour cela, les magasins de sport font parfois appel à des fournisseurs spécifiques. Ce sont des laboratoires qui proposent des orthèses répondant aux besoins des sportifs : légèreté, maintien, confort.

Sont donc exclus les colliers cervicaux ainsi que toutes les orthèses assurant une immobilisation stricte de type attelle.

Dans les supermarchés une seule enseigne propose de façon épisodique des orthèses de la marque Sensiplast®. Il semble s'agir d'orthèses à bas prix et de très faible qualité. En effet, ces produits n'apportent que très peu de maintien.

Dans les autres enseignes visitées, les seules orthèses de série trouvées sont les semelles amortissantes et les accessoires pour l'appareillage des pieds tels que les séparateurs d'orteil ou les tubes en silicone par exemple.

Enfin, sur internet, différents cas de figure sont possibles. Dans le tableau récapitulatif ci-dessus, seules les orthèses de série disponibles sur les sites internet généralistes ont été mentionnées.

✓ Les sites internet des officines

L'Ordre national des Pharmaciens met à disposition la liste des sites autorisés pour la vente en ligne des médicaments. Dans cette liste, trois sites internet d'officine de Meurthe-et-Moselle ont été sélectionnés au hasard. Ils proposent tous de l'orthopédie mais avec une gamme plus ou moins étendue.

Le premier consulté ne propose à la vente en ligne que les chaussettes, bas et collants de compression ainsi que les accessoires pour l'appareillage du pied.

Le deuxième a un choix plus large. Il est possible d'acheter : des colliers cervicaux C1 et C2, des ceintures lombaires, des attelles de poignet, poignet/pouce, doigts, des cuissards, des genouillères simples, rotuliennes et ligamentaires, des chevillères ligamentaires, des attelles stabilisatrices de cheville, des chaussures thérapeutiques de série à usage temporaire à décharge de l'avant pied type Sober®, des accessoires pour l'appareillage du pied, des chaussettes, bas ou collants de compression et des bandes de compression et de contention.

Enfin, le dernier site visité propose des ceintures lombaires, des orthèses pour hallux valgus, des chevillères simples ou ligamentaires, des attelles stabilisatrices de cheville, des genouillères rotuliennes, des bandes de compression et de contention, des accessoires pour l'appareillage du pied, des semelles amortissantes et des talonnettes pour épine calcanéenne ou pour inégalité de longueur des membres inférieurs.

Les officines, au moyen de la vente en ligne, peuvent potentiellement vendre tout type d'orthèses de série à leurs patients.

✓ Les sites internet des magasins de matériel médical

Tout d'abord, tous les magasins de matériel médical ne disposent pas de sites internet. En effet, sur les six enseignes, quatre seulement proposent aux clients un site internet du magasin.

Par ailleurs, sur ces quatre sites, un seul propose la vente en ligne d'orthèses de série, tandis que deux autres se contentent de mettre en avant les produits sans possibilité d'achat et le troisième n'affiche pas du tout d'orthèses de série.

Sur le site internet qui offre donc la possibilité d'acheter en ligne des orthèses, seuls quelques produits sont disponibles : un collier cervical type C4 avec ouverture trachéale, une attelle grenouille et des semelles amortissantes.

✓ Les sites internet des magasins de sport

Les magasins de sport qui font partie de grandes chaînes proposent tous des sites internet. Cependant, sur les quatre grandes enseignes visitées, seule la moitié propose les orthèses de série à la vente en ligne.

Quand c'est le cas, il s'agit des mêmes produits que nous pouvons acheter en boutique : des ceintures lombaires, des cuissards, des genouillères, des molletières, des chevillères, des épaulières, des coudières, des orthèses de poignet, des orthèses de pouce, des talonnettes et semelles amortissantes, des manchons de compression et chaussettes de récupération.

✓ Les sites internet des laboratoires

Les laboratoires disposent tous de sites internet sur lesquels leur gamme est mise en avant. En effet, chaque produit est présenté avec son visuel, ses caractéristiques techniques et pour les sites les plus sophistiqués une vidéo de présentation du produit et de sa mise en place accompagne le descriptif.

Néanmoins, aucune marque ne propose la vente en ligne de leurs produits. Les sites internet renvoient les clients vers la liste des points de vente ou bien les invitent parfois à prendre contact avec le laboratoire par le biais d'un formulaire de contact.

✓ Les sites internet des supermarchés

Sur internet, il est possible de trouver des orthèses de série alors que ces dernières ne sont pas disponibles en magasin. C'est le cas pour les grandes enseignes qui proposent à la vente en ligne des chevillères et des ceintures de grossesse en plus des semelles et talonnettes déjà présentes en boutique. Pour une de ces enseignes, il faut également rajouter la vente en ligne de genouillères, colliers cervicaux type C1 et orthèses de poignet *via* le site internet de leur parapharmacie.

En ce qui concerne le supermarché discount qui propose périodiquement des semaines consacrées à l'orthopédie, leur site internet permet uniquement de consulter les produits et non de les acheter en ligne.

- ✓ Les sites internet généralistes qui vendent tout type de produits

Sur ces sites internet, il est possible de trouver quasiment toutes les orthèses de série existantes à l'exception des corsets d'immobilisation vertébrale de série. Cela est spécifié dans le tableau V.

B. Focus sur trois laboratoires présents dans les magasins de sport

Suite aux visites dans les magasins de sport, trois laboratoires se démarquent soit parce qu'ils sont très présents dans les différentes enseignes, soit parce qu'ils proposent des produits spécifiques pour les sportifs. Le choix s'est porté tout d'abord sur Zamst® car c'est une marque connue et réputée chez les sportifs, puis Tarmak® parce qu'il s'agit de la marque d'orthèses d'un magasin de sport et enfin Thuasne sport® car elle est très implantée dans différentes enseignes et parce qu'il s'agit d'une filiale du groupe Thuasne® qui propose également des orthèses de série pour les officines et magasins de matériel médical. La comparaison entre Thuasne médical® et Thuasne sport® est donc intéressante.

a. Zamst®

Zamst® est une marque japonaise spécialisée dans l'orthopédie. Elle s'adresse particulièrement aux sportifs en combinant l'aspect médical et les exigences des sportifs.

Elle met en avant des produits confortables, ayant une compression et un maintien suffisant, faciles d'utilisation.

Les matériaux et technologies utilisés sont innovants.

Par exemple :

- Filmista® : assemblage de deux couches d'uréthane par un procédé de compression et fusion
- Straflex® : matériau antibactérien et anti-odeur
- Ventilation V-tech® qui permet de maintenir la fraîcheur
- Des renforts en résine

La figure 1 présente la chevillère Filmista® de Zamst®.



Figure 1 : Chevillière Filmista® de Zamst® (9)

Beaucoup de nouvelles technologies sont donc mises en avant pour attirer le sportif *via* des vidéos qui semblent être « tape-à-l'œil » mais peu d'arguments techniques sont avancés pour expliquer la qualité de leurs produits.

Par ailleurs, ce sont des produits onéreux.

b. Tarmak®

Cette marque se veut accessible à un public plus large en proposant des produits beaucoup plus simples, ne justifiant pas de technologies innovantes. Les tissus sont composés essentiellement de polyester, de polyamide et d'élasthanne.

C'est pour ces raisons que ce sont des produits moins coûteux.

Concernant le maintien, il existe plusieurs niveaux en fonction de l'indication du produit. Il faut retenir que l'indication la plus courante est la reprise du sport après entorse bénigne ou moyenne.

Toutefois, il faut se méfier de certains produits dont l'appellation est trompeuse. Par exemple, la figure 2 présente la ceinture lombaire Soft 100®. C'est un produit qui possède la dénomination de ceinture lombaire alors qu'il ne contient pas les quatre ressorts en acier requis au cahier des charges. Il s'agit simplement d'une bande élastique. En effet, la LPPR impose la présence de quatre ressorts en acier pour qu'une ceinture lombaire puisse être remboursée. Ainsi, toutes les ceintures lombaires vendues dans les officines et dans les magasins de matériel médical répondent à cette exigence. Dans le cas des supermarchés et des magasins de sport, les produits ne sont pas remboursés donc nous pouvons facilement trouver des produits avec l'appellation ceinture lombaire alors qu'aucun ressort en acier n'est présent.

Ainsi, le patient peut facilement se tromper en pensant acheter une orthèse apportant un maintien suffisant alors qu'il n'en est rien.



Figure 2 : Ceinture lombaire Soft 100 de Tarmak (10)

c. **Thuasne sport®**

Le groupe Thuasne® propose plusieurs gammes de dispositifs médicaux dont Thuasne sport® qui représente environ 3% de leur chiffre d'affaires selon les propos de M. MONIN Jérôme, intervenant dans les cours du DU « Orthèses » de la faculté de Pharmacie de Nancy.

Les produits de la gamme Thuasne sport® se trouvent actuellement principalement dans les magasins de sport mais il est possible de les commander en officine.

Néanmoins, en regardant de plus près, certaines orthèses sont similaires à la gamme que Thuasne® propose dans les officines.

Le tableau VI ci-dessous fait correspondre les produits similaires.

Tableau VI : Comparaison de la gamme Thuasne sport® et Thuasne® médicale

Thuasne sport®	Thuasne® (gamme médicale)
Chevillère de maintien®	Malleosoft®
Chevillère de maintien renforcé®	Malleoaction®
Genouillère de maintien®	Genusoft®
Genouillère de maintien renforcé®	Genuextrem®
Chevillère stabilisatrice Boa®	Malleodynastab Boa®
Bandage rotulien®	Bandage rotulien®
Poignet de stabilisation Boa®	Manuimmo Pro®

Les trois dernières lignes du tableau VI indiquent des produits qui sont exactement identiques dans les deux gammes. Pour illustrer, il est possible de prendre en exemple l'orthèse de poignet Manuimmo Pro® de la gamme médicale représentée sur la figure 3 et le poignet de stabilisation Boa® de la gamme sport représenté sur la figure 4.

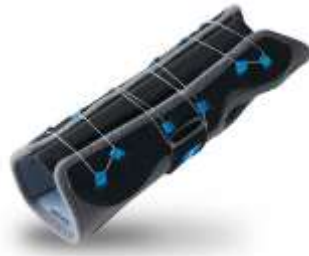


Figure 3 : Orthèse de poignet Manuimmo Pro® de Thuasne® (11)



Figure 4 : Poignet de stabilisation Boa® de Thuasne sport® (12)

A l'exception des trois produits identiques cités dans les trois dernières lignes du tableau VI, Thuasne sport® propose des produits de qualité, davantage adaptés à la pratique sportive avec un bon maintien mais pas une immobilisation stricte comme dans la gamme médicale. C'est pour cette raison que les orthèses ne peuvent être indiquées que dans un contexte d'entorse bénigne et de reprise de sport. Les tableaux de taille sont également différents avec des tailles XXL qui ne sont pas retrouvées dans la gamme médicale.

Le tissu très couramment utilisé dans la gamme est le néoprène. C'est essentiellement ce tissu qui différencie la gamme Thuasne sport® et la gamme médicale. Il présente des avantages considérables pour les sportifs :

- Légèreté,
- Bonne élasticité,
- Bonne résistance à l'écrasement et à la dégradation.

Néanmoins, si le néoprène est un bon isolant thermique et maintient au chaud les articulations, il ne permet pas d'évacuer la transpiration.

Les orthèses en néoprène doivent être lavées régulièrement pour que le tissu retrouve son élasticité. Il faut privilégier le lavage à la main, proscrire le séchage dans un sèche-linge ou près d'une source de chaleur et le repassage.

C. Bilan de la comparaison des produits

Les officines et les magasins de matériel médical proposent tous les types d'orthèses de série existants. Ils disposent de ces produits dans leur stock ou bien sur commande auprès des différents fournisseurs d'orthèses de série.

Pour les magasins de sport et les supermarchés, il est possible de trouver des orthèses qui s'adressent plus particulièrement aux sportifs mais apportant un maintien plus faible que les produits proposés dans les officines et les magasins de matériel médical. Ce sont des laboratoires qui peuvent être différents de ceux que nous pouvons trouver dans les officines et les magasins de matériel médical. Cependant, certains fournisseurs des officines et des magasins de matériel médical développent des gammes spécifiques pour les magasins de sport comme c'est le cas de Thuasne sport®.

Enfin, sur internet, l'étendue de la gamme dépend de chaque type de site. Le client peut trouver exactement les mêmes produits qu'en officines et dans les magasins de matériel médical et dont la qualité est garantie mais il peut aussi trouver des orthèses de marque non reconnue et dont la qualité n'est pas démontrée. La figure 5 est un exemple de chevillère de la marque Meisite® qu'il est possible de trouver sur le site internet C-discount® et dont la qualité et l'efficacité du produit ne sont pas prouvées.



Figure 5 : Chevillère de la marque Meisite® (13)

3. Comparaison de la prise en charge et du conseil reçu

A. Principe du « client mystère »

Afin de pouvoir comparer la prise en charge du patient / client dans les différents lieux de vente, la méthode du « client mystère » a été utilisée.

Pour cela, la demande du client et le contexte étaient toujours les mêmes afin de pouvoir comparer les réponses des vendeurs selon différents critères (Annexe 3).

Le scénario est le suivant :

- Le contexte : entorses de la cheville gauche récidivantes. La dernière a été traitée il y a deux mois avec une attelle stabilisatrice de cheville.
- La demande : « le médecin m'autorise à reprendre le sport et voudrait quelque chose pour maintenir ma cheville, qu'auriez-vous à me proposer pour que le médecin fasse ensuite une ordonnance ? »
- Sport pratiqué : le tennis.

Tout d'abord, la première partie de la grille de collecte des réponses comporte des critères généraux comme le type de lieu, l'adresse et la profession du dispensateur quand celle-ci est précisée. Ensuite, dans la deuxième partie, l'accent est mis sur le choix du produit selon le type de sport pratiqué. Enfin, la dernière partie de la grille concerne l'essayage du produit avec des critères tels que la présence d'un local d'orthopédie, la prise de mesures, la vérification du maintien sans garroter et la vérification que le patient / client est capable de mettre en place le produit correctement seul.

Néanmoins, le scénario ne permet pas de voir si le dispensateur aurait fourni des conseils associés (sur l'entretien du produit par exemple) car l'acte de dispensation est arrêté par la volonté du client mystère de retourner chez son médecin pour obtenir une prescription.

Cette enquête a été réalisée dans trois magasins de matériel médical localisés dans l'agglomération de la ville de Nancy et en milieu rural, trois magasins de sport situés dans l'agglomération de la ville de Nancy ainsi que dans quinze officines ayant des situations géographiques différentes (centre-ville de Nancy, agglomération, village, à proximité d'un hôpital et du service des urgences) et possédant parfois une vitrine sur l'orthopédie.

B. Résultats

Le tableau regroupant l'ensemble des résultats obtenus lors de l'expérience « client mystère » se trouve en annexe (Annexe 4).

Magasins de sport :

Dans les magasins de sport, la prise en charge du patient se résume à indiquer à ce dernier où se trouve le rayon des orthèses de série. Ensuite, le client est livré à lui-même. Dans le meilleur des cas, des mètres ruban sont à sa disposition pour la prise de mesures. En effet, les vendeurs rencontrés ne semblent pas connaître les produits et ce qui les différencie donc seul le ressenti du client et les indications notées sur la boîte permettent à ce dernier de faire son choix.

Magasins de matériel médical :

En ce qui concerne les magasins de matériel médical, la prise en charge du patient est très variable d'un magasin à l'autre. En effet, un des magasins, situé dans une zone commerciale, a su prendre en charge correctement la demande du patient mystère. L'interrogatoire du vendeur comprenait la question sur le sport pratiqué, les produits proposés répondaient parfaitement à la demande du patient et l'essayage des orthèses s'est déroulé dans un local spécifique. A l'inverse, le second magasin situé dans une zone commerciale a préféré réorienter le « client mystère » vers une officine ou un magasin de sport en ayant comme principal argument de ne pratiquer l'orthopédie que dans un contexte post-opératoire. Paradoxalement, le magasin disposait en rayon d'orthèses qui auraient pu convenir. Enfin, le magasin de matériel médical localisé dans un milieu rural a proposé une prise en charge moyenne : le vendeur n'a pas posé de question notamment sur le sport pratiqué et n'a pas fait essayer de produits.

Officines :

15 officines ont été visitées par le « client mystère ». Parmi ces 15 officines, 4 sont situées dans l'agglomération nancéenne, 2 sont dans des centres commerciaux, 3 sont dans le centre-ville de la ville de Nancy (dont 2 se trouvent à proximité d'un hôpital) et 6 sont localisées en milieu rural.

En officine, il est possible de faire plusieurs constats :

- Tout d'abord, la devanture est le premier aperçu que le patient a de la pharmacie. 6 officines sur 15 ont une vitrine d'orthopédie et mettent ainsi en avant cette activité. Cela pourrait être amélioré afin de montrer au patient qu'il peut venir en officine pour trouver une orthèse de série et lui donner envie d'entrer.
- Une fois au comptoir, le patient a été servi soit par des préparateurs (5 fois sur 15), soit par des pharmaciens (7 fois sur 15), soit par une personne qui ne portait pas de badge (3 fois sur 15).

Il faut rappeler que le port du badge est obligatoire comme l'article L.5125 – 29 du Code de la Santé Publique (CSP) (14) l'indique : « Les pharmaciens et les personnes légalement autorisées à les seconder pour la délivrance des médicaments dans une officine de pharmacie doivent porter un insigne indiquant leur qualité ».

Concernant la prise en charge du patient, il n'y a pas eu de différences observées que ce soit un préparateur ou un pharmacien qui s'occupe du patient.

- Les produits proposés ont tous comme indication la reprise du sport. Nous pouvons néanmoins constater que dans le cas d'entorses récidivantes avec installation d'une fragilité de la cheville, certaines orthèses sont plus adaptées comme c'est le cas des

chevillères ligamentaires ou des attelles stabilisatrices de cheville type MalleoDynastab® de Thuasne®, A60® de Donjoy® ou encore Ligaction® de Lohmann et Rauscher® (L&R®). Donc parfois, les produits proposés n'apportent pas assez de maintien dans le cas du « patient mystère » : Malleoaction® ou Malleo® de Thuasne®, Fortilax® de Donjoy®.

- C'est pour cette raison que la question concernant le sport pratiqué est importante car le choix du produit sera différent. Ici, le patient mystère veut faire du tennis, qui est un sport de pivot nécessitant de bons appuis.

Dans 4 officines, la question n'a pas été posée ce qui nuit à la bonne évaluation du niveau de maintien nécessaire.

- Une fois la ou les orthèse(s) choisie(s), il est important d'essayer. Malheureusement, à 6 reprises, le dispensateur n'a pas pris le temps de faire essayer le produit, l'argument principal étant que le médecin doit faire une prescription et mentionner le type d'orthèse qu'il souhaite. Cela s'est souvent produit dans de grosses structures comme les deux officines situées dans un centre commercial, au centre-ville ou en agglomération et une fois dans une officine localisée en milieu rural.

- Quand l'essayage a eu lieu, la prise de mesure et l'essayage étaient toujours correctes. Tous prennent le tour de cheville en position assise le pied posé sur le sol, ce qui est recommandé.

Néanmoins, il est souvent constaté que la façon de poser l'orthèse n'est pas toujours bien maîtrisée. Par ailleurs, la moitié environ des dispensateurs ne pensent pas à vérifier le bon maintien sans garrot et la capacité du patient à poser correctement l'orthèse lui-même. Cela peut être biaisé par le scénario de la demande qui consiste à prévenir le dispensateur qu'il s'agit uniquement d'une demande de renseignement afin que le médecin prescrive la bonne orthèse.

- Concernant le local, il est à déplorer que 3 officines ne disposent pas de local dédié ce qui confirme les réponses au questionnaire à destination des officines lorraines vues précédemment dans la première partie de ce travail.

Il faut rappeler que cela va à l'encontre de l'article R. 5125-10 du Code de la Santé Publique (CSP).

Internet :

Au sujet de la vente en ligne, un site internet de magasin de sport propose un guide des tailles avec des schémas, explications et vidéos pour prendre correctement les mesures. Tous les autres sites que ce soit de magasins de sport, de magasins de matériel médical, d'officines ou généralistes ne proposent aucun outil pour la prise de mesure. Le client doit donc choisir « au hasard » la bonne taille.

C. Bilan de l'expérience du « client mystère »

L'expérience du « client mystère » montre que la prise en charge varie beaucoup au sein d'un même type de lieu et encore plus entre les différents lieux.

Il faut retenir que les pharmacies et les magasins de matériel médical sont des structures spécialisées, habituées à appareiller les patients et à l'écoute de ces derniers. Ce n'est pas forcément le cas dans les magasins de sport et encore moins dans les supermarchés ou sur internet où le client est généralement seul. La prise en charge du patient semble donc meilleure au sein de structures spécialisées.

Aussi, l'absence de conseil pour le choix du produit, sa mise en place et son entretien peut entraîner une mauvaise utilisation de l'orthèse, son inefficacité et ainsi induire un mauvais traitement de la pathologie avec le risque d'engendrer des complications.

4. Conclusion

Cette première partie a permis de mettre en évidence une grande disparité entre les différents lieux.

Tout d'abord sur le plan de la situation géographique, il faut souligner que le maillage territorial des officines permet une bonne répartition de ces dernières sur le territoire national, y compris dans les zones rurales, alors que les autres types de lieux se concentrent principalement autour des villes.

Ensuite, en ce qui concerne les qualifications des vendeurs, certains lieux vendent des orthèses de série alors qu'aucun membre du personnel ne dispose d'une formation adaptée.

Par ailleurs, l'accent doit être porté sur l'information éclairée du patient / client concernant les orthèses qu'il peut trouver dans les différents lieux et la qualité de ces dernières. Dans les officines et les magasins de matériel médical, les orthèses de série proposées répondent à un cahier des charges pour pouvoir être remboursées par la sécurité sociale alors que dans les magasins de sport, les supermarchés ou encore sur internet, les fabricants n'ont aucune obligation et peuvent donc faire comme ils veulent. C'est une notion mal connue du consommateur donc les professionnels de santé se doivent de mettre en garde le grand public sur le fait que toutes les orthèses de série, bien qu'elles aient la même dénomination d'un lieu à l'autre, n'apportent pas le même niveau de maintien et ne garantissent pas toujours une bonne efficacité.

Enfin, la prise en charge du patient / client souffre également d'une grande disparité. En effet, dans les officines et les magasins de matériel médical, il est possible de trouver une bonne prise en charge, même si certains établissements dérogent à la règle (dans les

officines de centre commercial notamment). Cependant, il faut déplorer l'absence de prise en charge et de conseil dans les magasins de sport, les supermarchés et internet.

Ces différents constats ont permis de comparer les différents lieux de vente et de prendre connaissance de l'offre proposée. Il faut donc désormais s'intéresser à la demande et notamment au point de vue des consommateurs.

PARTIE 2 : LE POINT DE VUE DES CONSOMMATEURS

La première partie de ce travail a montré qu'il existe une grande diversité dans le marché des orthèses de série : de nombreux lieux, des gammes différentes d'un lieu à l'autre et des disparités dans la prise en charge du patient / client. Il est donc primordial d'étudier le point de vue des consommateurs. Ainsi, la deuxième partie de ce travail est consacrée à l'étude du comportement des patients / clients grâce aux réponses obtenues à l'aide d'un questionnaire (Annexe 5).

1. Objectif du questionnaire

Il est essentiel de connaître l'avis des consommateurs et leur démarche lors de l'achat d'une orthèse de série. Pour cela, un questionnaire a été réalisé (Annexe 5). Il a pour but de rassembler un maximum de témoignages afin d'être représentatif de la population générale.

Ce questionnaire a donc pour objectifs :

- De connaître la proportion de personnes ayant déjà porté une orthèse de série,
- D'étudier le comportement et la réflexion du patient/client lors de l'achat,
- D'étudier les attentes de la population (besoin de conseils, qualité du produit, prix, etc),
- D'étudier les recommandations des clients concernant le lieu,
- D'étudier la satisfaction des clients vis-à-vis du conseil reçu et du produit proposé.

2. Matériel et méthode

Le questionnaire :

Le questionnaire (Annexe 5) comprend une majorité de questions fermées ou à choix multiples afin de faciliter son remplissage et d'assurer un temps de réponse rapide.

Il se compose de trois parties :

- La première permet de récolter des informations générales telles que le sexe, l'âge, la profession et la nécessité d'avoir déjà porté une orthèse de série ou non.
- La seconde, plus longue, concerne les personnes ayant déjà porté une orthèse de série. Dans cette partie, les questions s'intéressent au déroulement de l'achat de l'orthèse (consultation chez le médecin, prescription du produit, lieu de l'achat), aux critères qui ont permis de choisir un lieu, à la raison du port de l'orthèse, à la satisfaction du client concernant le produit et le conseil reçu et enfin, au(x) lieu(x) qu'ils recommanderaient.

- La troisième partie s'adresse aux personnes n'ayant jamais porté d'orthèses de série. Il s'agit ici de voir où les potentiels clients iraient en cas de besoin et pour quelle raison.

Diffusion du questionnaire :

La diffusion du questionnaire a été réalisée sous deux formes : une version papier et une version numérique *via* Google form®.

Pour la version papier, le questionnaire a été rédigé grâce au logiciel de traitement de texte Word® en plusieurs étapes. Tout d'abord, une première version a permis de faire une phase test pour voir si le questionnaire était simple à remplir et s'il ne présentait pas d'ambiguïté. Cette phase test a montré que les parties 2 et 3 du questionnaire n'étaient pas assez distinctes. En effet, beaucoup de personnes remplissaient les deux parties au lieu d'une seule selon le fait qu'ils aient déjà porté une orthèse ou non.

Après avoir retravaillé la forme pour orienter au mieux les répondants, la diffusion a réellement commencé.

En ce qui concerne la version numérique, aucune ambiguïté n'était possible car l'outil Google form® oriente directement les personnes vers la bonne partie du questionnaire en fonction de leur réponse à la question « Avez-vous déjà eu besoin de porter une des orthèses suivantes ? ».

Deux phases de diffusion ont été effectuées.

Durant l'été 2017, la version numérique du questionnaire a été diffusée sur un réseau social (Facebook®) et par mail à toutes les connaissances ainsi que dans le club de tennis de table de Villers-Les-Nancy. La version papier a été distribuée notamment dans deux cabinets de kinésithérapie de l'agglomération nancéienne.

A l'issue de cette première phase, 242 réponses ont été récoltées (151 en version numérique et 91 en version papier). Parmi ces 242 réponses, 16 n'étaient pas exploitables soit parce qu'elles concernaient des orthèses sur-mesure soit parce que les questionnaires étaient mal remplis.

Une deuxième phase de diffusion du questionnaire a été nécessaire. En effet, un des objectifs de ce questionnaire est d'évaluer la satisfaction des clients concernant le produit et le conseil reçu grâce à une analyse statistique. Pour cela, il faut deux groupes homogènes de clients : les clients satisfaits contre les clients insatisfaits. Ces deux populations n'étant pas homogènes, il a donc fallu procéder à une deuxième diffusion du questionnaire au cours de l'été 2018.

Durant cette phase, le questionnaire en version papier a été déposé dans quatre salons de coiffure de l'agglomération nancéienne. 46 réponses supplémentaires ont été récoltées dont 7 inexploitable pour les mêmes raisons que durant la première phase. En ce qui concerne la version numérique, celle-ci a été envoyée à plusieurs associations mais cela n'a pas permis d'obtenir de réponses supplémentaires.

Lors de la diffusion du questionnaire, il y avait une réelle volonté de ne pas le diffuser dans des lieux concernés par la vente des orthèses de série afin d'éviter des biais. C'est pour cette raison que le questionnaire n'a pas été distribué dans les officines, les magasins de matériel médical, les magasins de sport ou encore les supermarchés.

Inclusion des sujets dans l'étude :

Toute personne ayant déjà porté ou non une orthèse de série peut participer à l'étude. Néanmoins, il y a un critère d'exclusion des sujets dans l'étude. Il s'agit de ne pas inclure de personnes travaillant en officine ou faisant des études en faculté de pharmacie afin d'éviter les biais.

Collecte des données :

Au fur et à mesure que les réponses ont été reçues, elles ont été centralisées dans un fichier Excel®. Lorsqu'elles provenaient de la version numérique, Google form® les mettait directement dans le fichier mais la mise en forme des données était à reprendre. Dans le cas de la version papier, toutes les réponses ont été saisies manuellement dans le fichier Excel®.

Au total, 288 sujets ont répondu à l'enquête mais 23 réponses étaient inexploitable. La population finale est donc de 265 sujets.

Analyse statistique :

Les analyses statistiques de cette partie ont été effectuées avec le logiciel R® en utilisant le test paramétrique du Chi². La significativité, encore appelée p est fixée à 0,05.

3. Caractéristiques générales de la population

Le tableau VII ci-dessous a pour but de présenter les caractéristiques générales de la population. En effet, il est intéressant d'étudier ces différents critères pour expliquer le comportement des patients / clients lors de l'achat d'une orthèse de série et pour réaliser une étude statistique de la satisfaction des patients / clients dans la troisième partie de ce travail.

Tableau VII : Caractéristiques générales de la population

Caractéristiques	Effectifs
Proportion homme / femme	
Femme	174 (65,7%)
Homme	91 (34,3%)
Age moyen de la population	
Femme	44,9 ans
Homme	46,2 ans
Ensemble	45,4 ans
Catégories socio-professionnelles	
Actifs d'un domaine différent de la santé	133 (50,2%)
Retraités	47 (17,7%)
Etudiants	37 (14,0%)
Actifs du domaine de la santé	38 (14,3%)
Non renseigné	5 (1,9%)
Sans emploi	5 (1,9%)
Personnes ayant déjà porté une orthèse de série	
Oui	188 (70,9%)
Non	77 (29,1%)

A. La proportion homme / femme

Tout d'abord, il est possible de constater, dans le tableau VII, que le nombre de femmes ayant répondu est environ deux fois plus important que le nombre d'hommes.

Les données nationales 2018 de l'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (Insee) (15) montrent que la population nationale française se compose de 51,6% de femmes et de 48,4% d'hommes. Aussi la proportion homme / femme de l'enquête ne respecte pas la proportion homme / femme de la population nationale française. Cependant, nous verrons dans la partie 3 de ce travail que le sexe n'influence pas la satisfaction.

B. La répartition des âges

L'âge des sujets de l'enquête peut être un facteur influençant le choix du lieu pour l'achat de l'orthèse. Ainsi, la répartition des âges des répondants de l'enquête est comparée à la population nationale pour voir si les résultats de l'étude risquent d'être biaisés par l'âge des sujets composant notre échantillon.

Les données concernant la population nationale ont été obtenues sur le site de l'INSEE (16).

Les graphiques ci-dessous montrent la répartition des âges chez les femmes dans la population nationale et dans la population de l'enquête (figure 6) puis la répartition des âges chez les hommes (figure 7).

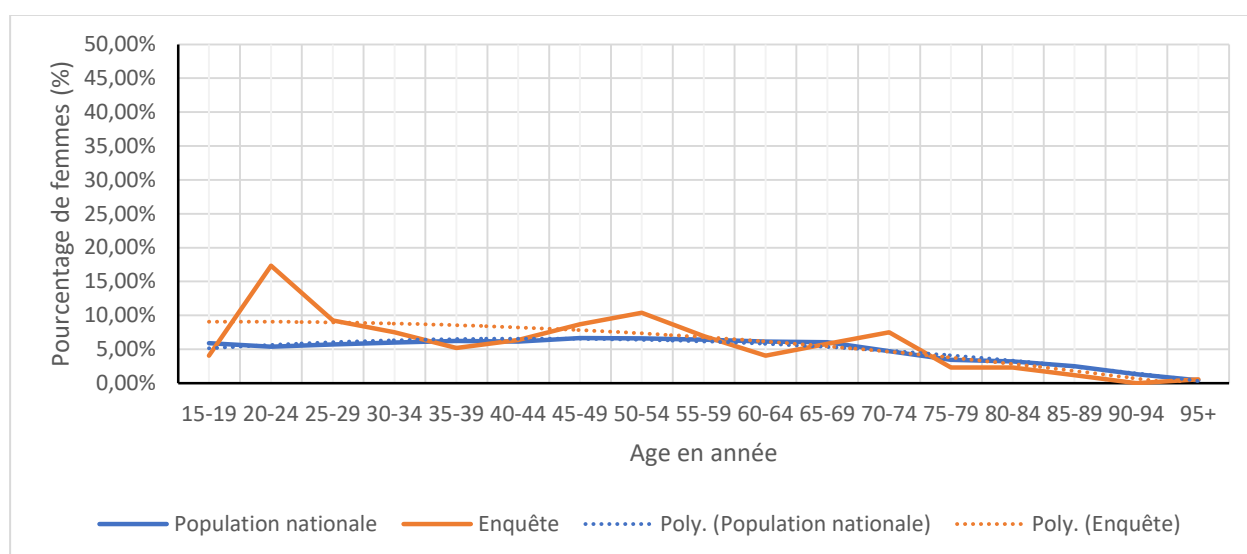


Figure 6 : Comparaison de la répartition des âges des femmes de l'enquête et des femmes de la population française

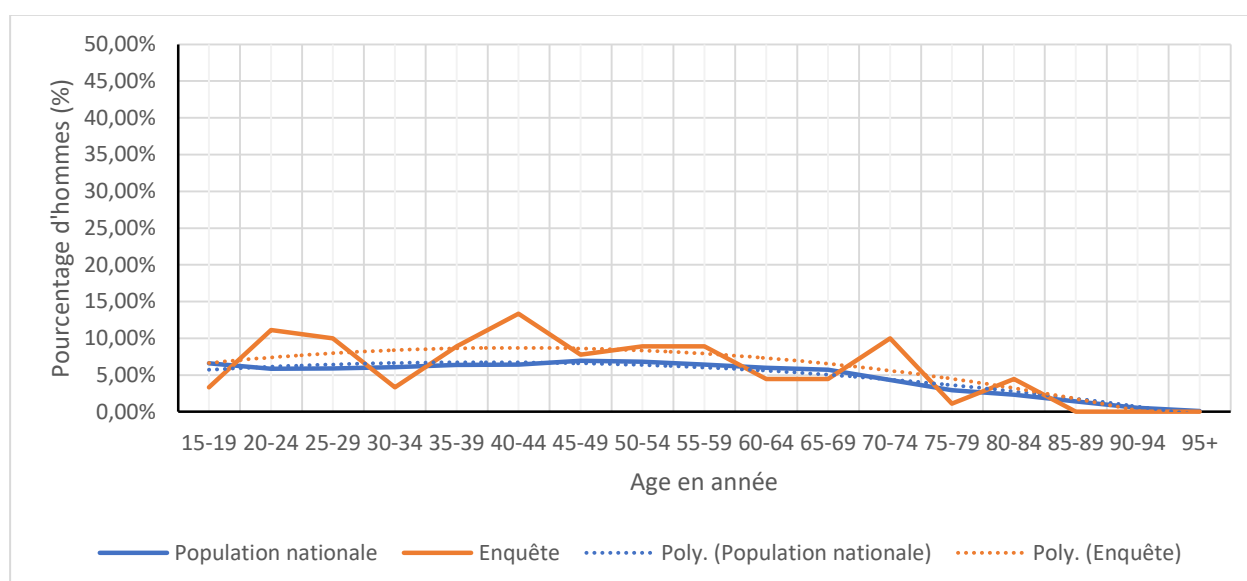


Figure 7 : Comparaison de la répartition des âges des hommes de l'enquête et des hommes de la population française

Les courbes en pointillés sont des courbes de tendance estimées par une fonction polynomiale de degré 2. Il est possible de constater que l'écart relatif entre les deux courbes peut être relativement important pour une catégorie d'âge donnée mais cela est dû à la taille de l'échantillon (forcément faible par rapport aux 67 millions de français).

Constat est donc fait que la répartition des âges chez les femmes et chez les hommes de l'enquête suit la même tendance que celle de la population nationale pour un effectif nettement inférieur à celui de la population française.

C. Catégories socio-professionnelles

Les catégories socio-professionnelles des répondants et notamment le fait d'exercer un métier du domaine de la santé peuvent influencer la démarche d'achat d'une orthèse de série.

Les effectifs de chaque catégorie sont indiqués dans le tableau VII ci-dessus.

Il est possible de classer les réponses à la question sur la profession exercée en grandes catégories :

- Les retraités
- Les étudiants
- Les actifs : cette section peut se diviser en deux sous-sections
 - Les professions du domaine de la santé : cette catégorie regroupe toutes les professions de la santé au sens large qu'elles soient médicales ou paramédicales. Les métiers concernés peuvent être les aides-soignants, les infirmiers, les médecins, les cadres de santé, les ergothérapeutes, les maïeuticiens, les masseurs-kinésithérapeutes et les ostéopathes
 - Les actifs d'un autre domaine
- Les sans-emplois
- Non renseigné

L'inconvénient de cette question est qu'elle est imprécise lorsque la réponse est « étudiant » ou « retraité ». Il aurait fallu demander en plus quel est le domaine d'étude ou quelle était la profession exercée quand le retraité était encore en activité. Cela aurait permis de voir si le répondant avait une activité dans le domaine de la santé.

D. Proportion de personnes ayant déjà eu recours à une orthèse de série

L'enquête a comme volonté de distinguer les personnes ayant déjà eu recours à une orthèse de série de celles qui n'en ont jamais portée. Cela permet de voir si les orthèses de série sont fréquemment sollicitées ou non.

Le tableau VII montre qu'environ $\frac{3}{4}$ des répondants ont déjà porté une orthèse de série au cours de leur vie. Nous pouvons penser que les personnes qui n'ont pas eu le besoin de porter une orthèse de série se sont senties moins concernées par le questionnaire et n'ont donc pas répondu ou bien cela est la preuve que la demande en orthèses de série est très forte d'où l'importance de bien comprendre les attentes du patient / client.

4. Le comportement et la réflexion du patient / client lors de l'achat

Maintenant que nous avons décrit la population de l'enquête, nous pouvons étudier le comportement du patient / client lors de l'achat d'une orthèse de série.

A. Consultation chez le médecin et prescription d'une orthèse de série

Tout d'abord, la première étape qu'il faut analyser lors du processus d'achat d'une orthèse de série est la consultation médicale. En effet, pour certains patients elle est fondamentale pour poser un diagnostic et obtenir une prescription. Afin de voir dans quelle proportion les patients ont recours à une consultation médicale, la question « Avez-vous consulté un médecin ? » leur a été posée.

175 personnes déclarent avoir consulté un médecin alors que 12 personnes n'ont pas eu besoin d'une consultation médicale. Une seule personne n'a pas souhaité répondre à la question.

Ainsi, 15 fois plus de personnes consultent un médecin avant d'acheter une orthèse de série.

Parmi les 175 personnes ayant consulté un médecin, 7 patients n'ont pas eu d'ordonnance. Afin de comprendre pourquoi ces patients n'ont pas eu d'ordonnance, il faut regarder chaque réponse séparément.

Le tableau VIII est un extrait du tableau qui rassemble toutes les réponses :

Tableau VIII : Extrait des réponses au questionnaire "Population" des 7 patients qui n'ont pas eu d'ordonnance

Consultation médicale	Existence d'une ordonnance	Type d'orthèse	Lieu de l'achat	Critères des patients orientant le choix du lieu de l'achat	Cause
Oui	Non	Collier cervical	Hôpital	Pas le choix	Accident
Oui	Non	Collier cervical	Hôpital	Pas le choix	Accident
Oui	Non	Chevillère	Pharmacie	Qualité produit et conseils	Blessure sportive
Oui	Non	Talonnette	Pharmacie	Prix et qualité produit	Blessure sportive
Oui	Non	Chevillère	Hôpital	Pas le choix	Accident
Oui	Non	Collier cervical	Pharmacie	Disponibilité produit	Blessure sportive
Oui	Non	Collier cervical	Hôpital	Pas le choix	Accident

Le tableau VIII indique que, dans 4 cas sur 7, les patients n'ayant pas reçu d'ordonnance ont été hospitalisés à la suite d'un accident et ont ainsi reçu l'orthèse directement à l'hôpital.

Dans les centres hospitaliers, il faut distinguer deux cas de figure (d'après les propos du pharmacien conseil chargé de mission de la Direction régionale du Service médical Nord – Est) :

- 1) Le patient est hospitalisé dans un service de soin : l'hôpital fournit l'appareillage. La délivrance du produit est ainsi comprise dans le forfait de soin.
- 2) Le patient est dans un service d'urgences :
 - Le médecin peut rédiger une ordonnance au patient : ce dernier est libre de choisir le fournisseur qu'il souhaite à sa sortie des urgences.

OU

 - Le service des urgences dispose d'un dépôt de matériel pour équiper directement les patients : dans ce cas, les soignants doivent proposer au patient plusieurs marques provenant de plusieurs prestataires afin de respecter le libre choix du patient. Le libre choix doit être acté sur un document.

Le prestataire peut être un pharmacien d'officine à condition qu'il ne soit pas le seul prestataire du service des urgences, qu'une convention soit établie

entre l'officine et l'établissement de santé et que cette convention soit transmise à l'Ordre National des Pharmaciens. L'absence de convention ou de transmission peut faire l'objet d'une sanction.

En effet, l'article 14 de l'arrêté du 1er février 2011 relatif aux professions de prothésiste et orthésiste pour l'appareillage des personnes handicapées du CSP (4) stipule : « L'orthoprothésiste, le podo-orthésiste, l'oculariste, l'épithésiste et l'orthopédiste-orthésiste doivent respecter le libre choix par la personne du professionnel concerné ».

Par ailleurs, dans les trois cas restants, les patients n'ont pas obtenu d'ordonnance chez le médecin mais se sont quand même rendus à l'officine pour acheter une orthèse de série. A chaque fois, le besoin d'avoir recours à une orthèse s'explique par une blessure sportive. Les sportifs, certainement plus soucieux de leur capacité à continuer leur activité, préfèrent peut-être acheter quand même un produit même si le médecin ne semble pas juger cela utile.

B. Le lieu de l'achat

Dans un second temps, les patients / clients doivent choisir le lieu dans lequel ils souhaitent se procurer l'orthèse de série.

a. Répartition générale des lieux

Nous commençons par analyser la répartition générale des lieux d'achat de l'orthèse de série.

Le graphe de la figure 8 indique la répartition des lieux de vente des orthèses de série.

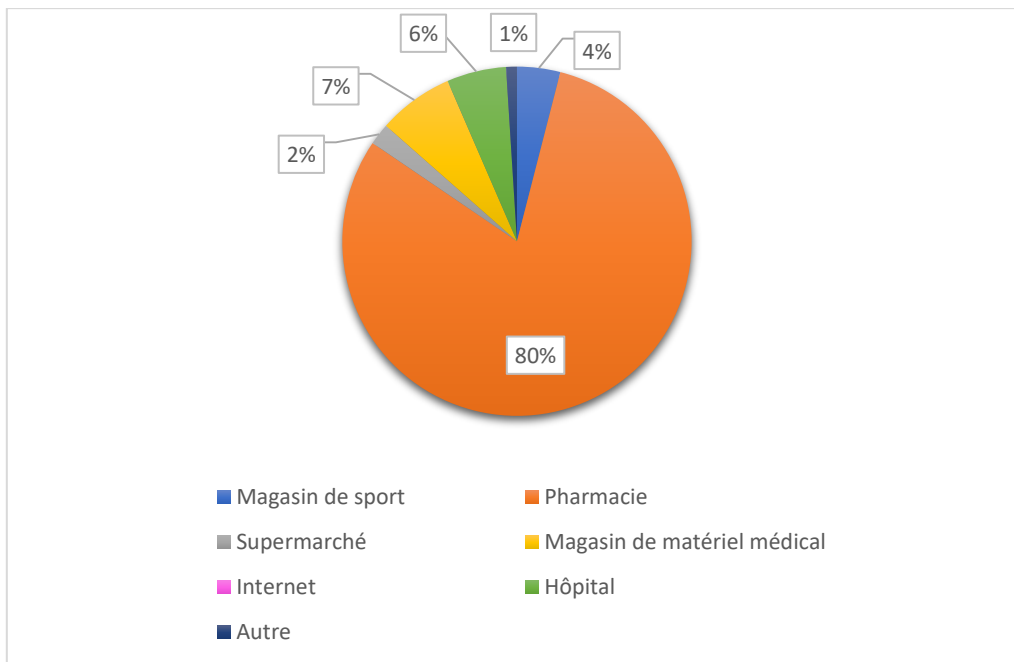


Figure 8 : Répartition générale des lieux d'achat de l'orthèse de série

Dans la catégorie « Autre » se trouvent les réponses suivantes :

- Prêt de l'orthèse par un ami (1 réponse)
- Orthèse fournie par un kinésithérapeute (1 réponse)

Il faut également remarquer qu'aucune personne n'a acheté d'orthèses de série sur internet.

La répartition générale des lieux montre que 161 personnes se sont rendues en officine contre 39 dans les autres lieux.

L'officine est donc le lieu choisi majoritairement. Cela peut s'expliquer par deux raisons :

- Le maillage territorial des officines qui garantit une très bonne proximité des pharmacies pour les patients.
- 168 personnes sur les 188 ayant déjà porté une orthèse ont eu une prescription (soit 89,4%) ce qui oriente le patient plutôt en officine ou dans un magasin de matériel médical afin de bénéficier de la prise en charge de la sécurité sociale. Néanmoins, les orthèses de série sont, dans la pratique, prescrites sur la même ordonnance que les médicaments ce qui favorise l'achat de ces dernières dans les pharmacies. Il faut rappeler que l'arrêté du 13 juillet 2009 relatif à la codification du chapitre I^{er} du titre II de la liste des produits et prestations remboursables (LPPR) prévue à l'article L.165 – 1 du code de la Sécurité Sociale (17) stipule que la prescription « doit être libellée sur une ordonnance particulière, indépendante de celle comportant la prescription de produits pharmaceutiques ou de tout autre appareil ». Selon cet arrêté, la prescription d'une orthèse de série doit donc être faite sur une ordonnance séparée afin de

pouvoir obtenir une prise en charge ce qui est rarement le cas dans la pratique courante.

b. Influence de certains paramètres sur le choix du lieu d'achat de l'orthèse de série

Maintenant que nous avons vu la répartition générale des lieux d'achat de l'orthèse de série, nous pouvons étudier l'influence de certains paramètres sur le choix du lieu de l'achat de l'orthèse de série.

Le tableau IX ci-dessous rassemble toutes les données.

Tableau IX : Paramètres qui peuvent influencer le choix du lieu de l'achat de l'orthèse de série

	Officine	Autres lieux	Valeur P
Existence d'une ordonnance			Effectifs insuffisants
Oui	153	27	
Non	8	11	
Profession			0,67
Du domaine de la santé	20	6	
D'un autre domaine	55	13	
Type de blessure			0,60
Accident	57	18	
Blessure sportive	62	14	
Affection chronique et prévention	88	20	

Répartition des lieux d'achat selon la possession d'une ordonnance par le patient :

Les données présentes dans le tableau IX indiquent que parmi les 180 personnes qui ont obtenu une ordonnance, 153 ont choisi le lieu officine soit 85%. Cette proportion est quasiment divisée par 6, soit 15%, pour les autres lieux.

Dans ce deuxième cas de figure, les clients vont alors davantage dans les magasins de sport ou bien l'orthèse leur est fournie directement à l'hôpital.

Le fait que le patient dispose d'une ordonnance semble donc modifier le choix du lieu de vente. Le libre choix du patient concernant le lieu de l'achat est donc certainement bafoué quand celui-ci possède une ordonnance sur laquelle l'orthèse est prescrite à côté de médicaments.

Il faudrait réaliser un test statistique du Chi² pour comparer les pourcentages pour chaque lieu de vente mais cela est impossible parce que les effectifs sont trop petits.

Répartition des lieux d'achat selon la catégorie socio-professionnelle :

Il est aussi important de voir si le fait d'exercer un métier dans le domaine de la santé influence le choix du lieu pour l'achat d'une orthèse de série ou au contraire si cela n'a aucun impact.

Les professions ont donc été classées dans deux catégories :

- Les métiers du domaine de la santé
- Les métiers n'appartenant pas au domaine de la santé

Les étudiants, les retraités et les sans-emplois n'ont pas été inclus dans ces catégories car le domaine d'étude ou d'activité n'était que rarement précisé.

Par ailleurs, quatre personnes n'ont pas souhaité répondre à la question concernant la profession exercée. Ainsi leurs réponses ne sont donc pas prises en compte.

Les données sont présentées dans le tableau IX ci-dessus.

Nous comparons alors les effectifs observés grâce à un test du Chi². Nous obtenons une valeur P égale à 0.67 ce qui est supérieur à 0,05. Ainsi, le fait d'exercer un métier dans le domaine de la santé n'a donc pas d'influence significative sur le choix du lieu de l'achat de l'orthèse de série.

Répartition des lieux d'achat selon le type de blessure :

Il est possible également d'étudier la répartition des lieux d'achat selon le type de blessure. En effet, selon l'affection dont souffre le patient, le choix du lieu peut être différent.

Différentes affections peuvent nécessiter le port d'une orthèse de série :

- Les accidents : cette catégorie comprend les accidents de travail, les accidents domestiques, les accidents de la route et de la voie publique ainsi que les situations post-opératoires,
- Les blessures sportives : nous trouvons dans cette catégorie toutes les blessures survenues lors de la pratique d'une activité sportive,
- Les affections chroniques et la prévention : cette catégorie rassemble des pathologies telles que l'insuffisance veineuse qui nécessite le port chronique de chaussettes, bas ou collants de compression, les pathologies arthrosiques ou bien la

grossesse ou les voyages en avion qui nécessitent le port d'une orthèse de série en prévention.

En comparant les proportions de chaque catégorie avec un test statistique du Chi², nous obtenons la valeur p, mentionnée dans le tableau IX, égale à 0,60 ce qui est supérieur à 0,05. Cela montre qu'il n'y a pas d'influence significative du type de blessure sur le choix du lieu.

Nous pouvons néanmoins constater que la part du lieu pharmacie est moins élevée en cas d'accident. Cela s'explique par le fait que la proportion de personnes qui ont reçu l'orthèse à l'hôpital est plus importante que dans les autres cas. Ainsi, dès que la prise en charge nécessite un passage aux urgences ou une hospitalisation, les patients sont équipés au sein de l'établissement de santé et ne peuvent choisir leur fournisseur. Comme cela a été souligné précédemment, il faut distinguer les patients qui ont été hospitalisés de ceux qui ont été équipés dans le service des urgences. En effet, dans ce second cas, il est impossible de vérifier si plusieurs marques ont été proposées au patient, si plusieurs prestataires fournissent le matériel et si le libre choix du patient a été acté sur un document.

Par ailleurs, dans le cas de blessures sportives, la proportion de personnes qui sont allées s'équiper dans un magasin de sport reste assez faible (5,3% seulement) alors que nous aurions pu nous attendre à un pourcentage plus élevé. Cela montre que le sportif ne semble pas privilégier les magasins de sport.

Enfin, si nous nous intéressons précisément aux situations post-opératoires, seulement deux lieux sont sollicités : la pharmacie en majorité et le magasin de matériel médical. Très souvent, dans cette situation, les patients ont une ordonnance avec prescription d'un produit spécifique ou qui apporte une immobilisation stricte. Ce type de produit n'est disponible qu'en officine ou en magasin de matériel médical ce qui explique la répartition des lieux dans ce cas-là.

Répartition des lieux d'achat selon la catégorie d'âge :

Nous analysons maintenant la répartition des lieux d'achat selon la catégorie d'âge pour voir si ce paramètre influence le choix des patients / clients.

Le graphe de la figure 9 montre la répartition du choix du lieu officine par rapport aux autres lieux d'achat selon différentes catégories d'âge.

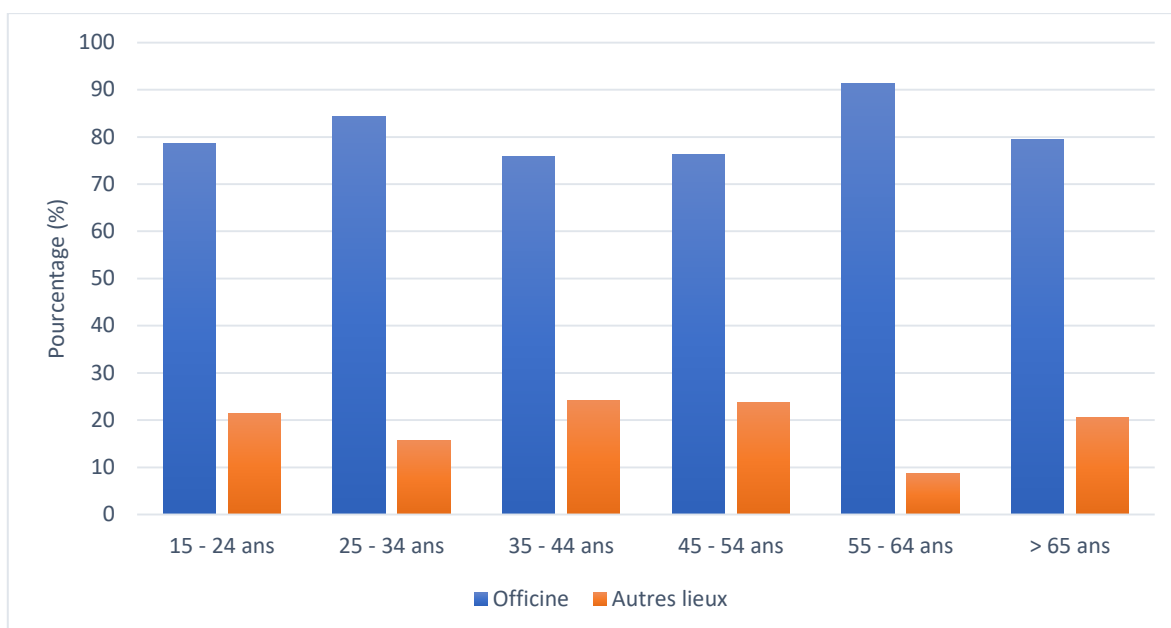


Figure 9 : Répartition des lieux d'achat selon les catégories d'âge

A première vue, l'âge ne semble pas modifier le choix du lieu pour l'achat d'une orthèse de série car les pourcentages obtenus pour le lieu officine et pour les autres lieux semblent sans écart majeur d'une catégorie d'âge à une autre.

Si nous regardons plus précisément la répartition des lieux de vente selon la catégorie d'âge, il est possible de constater qu'à part le lieu « pharmacie », aucun autre lieu ne se distingue réellement. *A priori*, il était possible de s'attendre à un pourcentage plus élevé pour les magasins de sport dans les catégories d'âge jeunes (les personnes jeunes sont *a priori* plus sportives) et à l'inverse à un pourcentage plus élevé pour les magasins de matériel médical dans les catégories plus âgées (les produits vendus dans les magasins de matériel médical ciblent davantage les personnes âgées). Cependant, il est impossible de comparer par un test statistique les pourcentages pour chaque lieu d'achat car les effectifs sont trop faibles.

C. Critères qui ont orienté le choix du lieu de l'achat

Enfin, l'enquête a aussi pour but d'étudier les critères qui peuvent influencer le lieu de l'achat de l'orthèse. Le graphe ci-dessous (figure 10) montre que trois critères se distinguent :

- La qualité du produit (28%)
- La qualité du conseil (27%)
- La disponibilité du produit (23%)

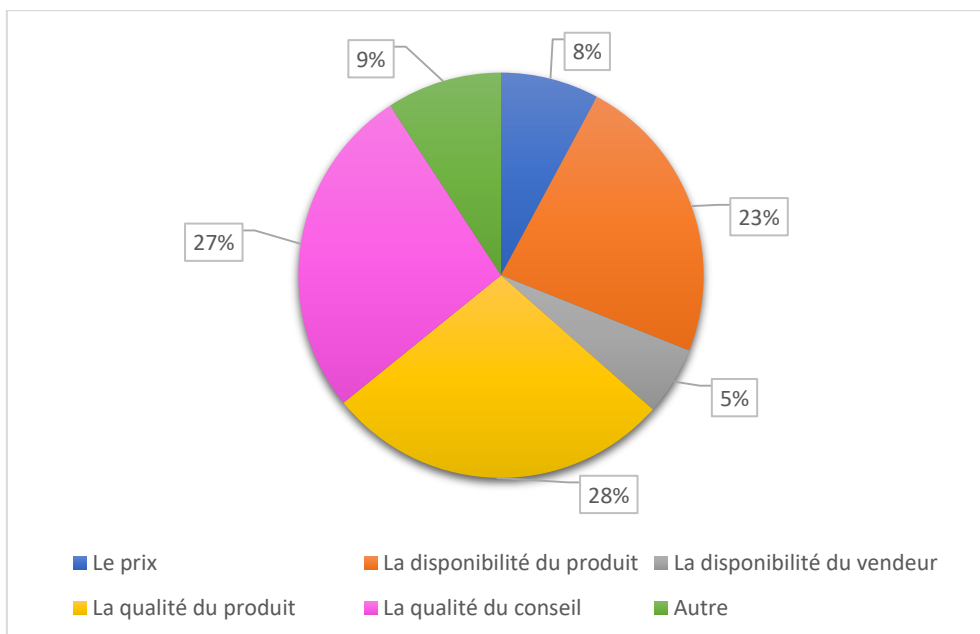


Figure 10 : Répartition des critères des consommateurs pour le choix du lieu d'achat de l'orthèse de série

La catégorie « Autre » comprend des réponses telles que l'absence de choix liée à une hospitalisation, l'attachement à la pharmacie habituelle, les conseils du médecin, l'esthétique de l'orthèse ou encore le hasard.

En ce qui concerne les conseils du médecin, il faut rappeler que ce dernier ne peut conseiller à un patient un lieu précis sans risquer d'être accusé de compérage. Cette pratique n'est pas autorisée par la loi.

Afin de voir si l'âge influence les critères de choix du lieu de l'achat de l'orthèse, un histogramme a été réalisé (figure 11) afin d'observer la répartition de ces critères selon quatre catégories d'âge.

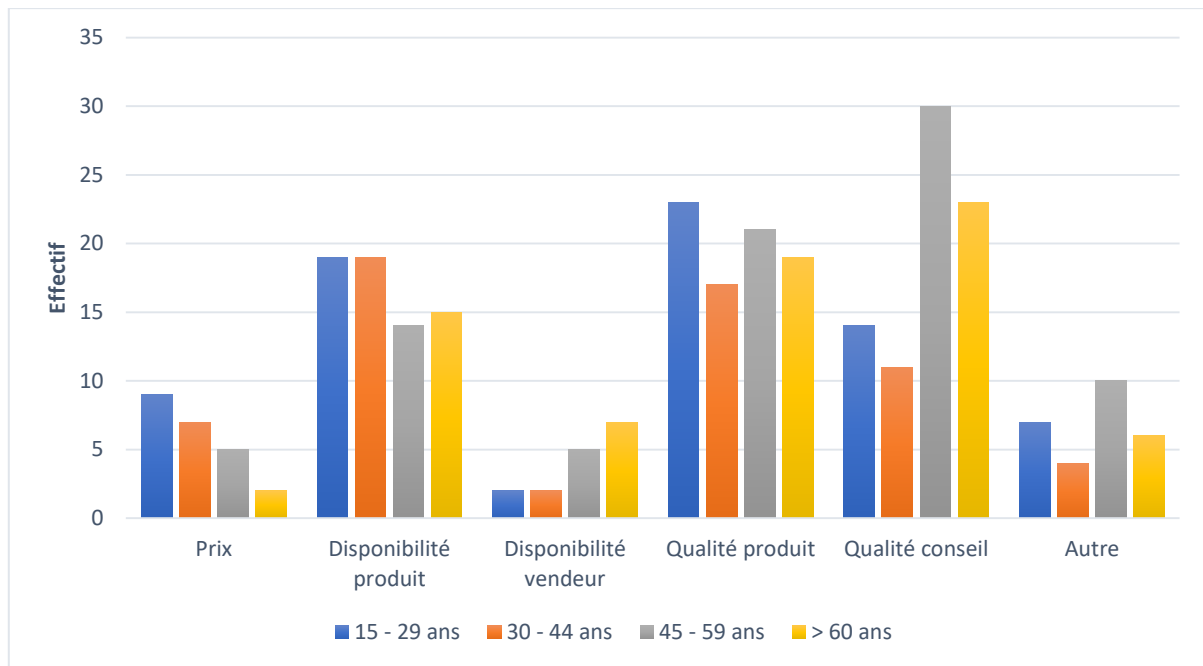


Figure 11 : Répartition des critères de choix selon la catégorie d'âge

Il est possible de distinguer plusieurs tendances :

- La qualité du produit reste constante d'une catégorie d'âge à l'autre. Il s'agit donc d'un critère important que toute personne, quel que soit son âge, recherche.
- La disponibilité du vendeur et la qualité du conseil augmentent avec l'âge. Cela montre que les personnes plus âgées privilégient davantage la discussion et les interactions avec le vendeur.

A l'inverse, les personnes plus jeunes semblent accorder moins d'importance au conseil reçu. Il faut donc être plus attentif au comptoir avec ce type de population et insister sur la bonne mise en place de l'orthèse et les conseils associés.

- La proportion correspondant à la disponibilité du produit est légèrement plus élevée dans les catégories d'âge jeune. Les personnes plus jeunes sont donc dans l'immédiateté ce qui correspond aux nouveaux modes de consommation.
- De façon générale, nous pouvons constater que le prix n'est pas un critère essentiel. Cependant, en regardant plus en détail, les clients plus jeunes y accordent plus d'importance.

En conclusion, quelques tendances se distinguent mais il faudrait un échantillon plus grand de répondants pour être certain que cela est significatif grâce à un test statistique.

5. Les attentes des personnes qui n'ont jamais eu recours à une orthèse de série

La troisième partie du questionnaire s'intéresse aux personnes qui n'ont jamais eu recours à une orthèse de série. Cela a pour but de voir, *a priori*, quel(s) lieu(x) seraient sollicités et quelles seraient les attentes des futurs patients afin de comparer les réponses à celles des personnes ayant déjà eu recours à une orthèse de série.

Sur les 265 répondants, 77 ont déclaré ne jamais avoir porté d'orthèses de série.

Les données sont indiquées dans le tableau X ci-dessous :

Tableau X : Influence du port d'une orthèse sur divers paramètres

	Port orthèse	Pas de port	Valeur P
Lieux			0,002
Officine	161	59	
Autres lieux	26	25	
Critères de choix			0,038
Prix	23	25	
Qualité du produit	81	59	
Disponibilité du produit	67	25	
Qualité du conseil	78	59	
Disponibilité du vendeur	15	12	

A. Les lieux d'achat

Tout d'abord, commençons par analyser la répartition des lieux que choisiraient les personnes dans le cas où ils auraient besoin d'une orthèse de série.

Les deux graphes ci-dessous montrent la répartition des lieux d'achat choisis par les personnes n'ayant jamais eu recours à une orthèse de série (figure 12) et par les personnes ayant déjà porté une orthèse de série (figure 13).

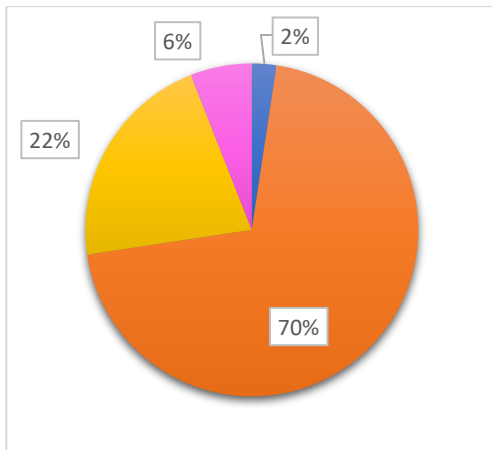


Figure 12 : Répartition des lieux d'achat des personnes n'ayant pas eu recours à une orthèse de série

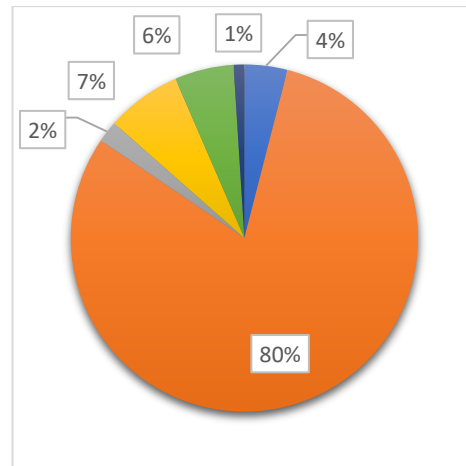
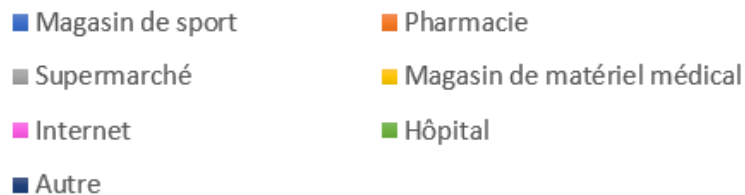


Figure 13 : Répartition des lieux d'achat des personnes ayant déjà porté une orthèse de série



Lorsque nous comparons la répartition des lieux d'achat chez les personnes n'ayant jamais eu recours à une orthèse de série à celle des personnes qui ont déjà porté une orthèse de série, nous remarquons que la répartition semble différente. La valeur p , mentionnée dans le tableau X, est égale à 0,002 ce qui est inférieur à 0,05. Cela permet de conclure que le port de l'orthèse influence significativement le choix du lieu.

En effet, la proportion de pharmacie est plus faible dans le cas des personnes qui n'ont jamais porté d'orthèses de série (70% contre 80%).

Il faut donc regarder quels sont les autres lieux que solliciteraient les personnes qui n'ont pas eu recours à une orthèse de série.

Nous constatons alors que 22% iraient dans des magasins de matériel médical contre 7% des personnes qui ont déjà porté une orthèse de série. Ces personnes mettent en avant la qualité du produit et la qualité du conseil principalement.

Par ailleurs, 6% déclarent qu'ils achèteraient sur internet alors qu'aucune des personnes ayant eu recours à une orthèse n'a préféré internet. Cela peut s'expliquer par plusieurs raisons :

- La moyenne d'âge des personnes ayant répondu « Internet » est de 34 ans. Il s'agit d'une moyenne d'âge où les personnes sont habituées à se servir d'internet et à faire des achats en ligne.

- Cela correspond aux nouveaux modes de consommation dans lesquels internet occupe une place très importante
- Internet joue aussi un rôle informatif. En effet, il permet aux internautes de se renseigner sur les produits qui existent, leurs prix, leurs indications, etc. C'est une source d'informations considérable qui suscite beaucoup d'intérêt.
- L'achat par internet demande un délai pour la livraison qui nuit à la disponibilité immédiate du produit. Or, nous avons vu précédemment que cela est un critère important pour les personnes qui ont déjà eu recours à une orthèse de série. Cette raison peut donc expliquer pourquoi les personnes qui ont déjà porté une orthèse ne sont pas allées sur internet pour l'acheter.
- Enfin, les personnes qui ont dit qu'elles se rendraient sur internet évoquent comme critère de choix le prix du produit.

Enfin, nous pouvons voir que très peu de personnes se rendraient en magasin de sport comme c'était déjà le cas avant.

B. Les attentes des futurs patients

Enfin, nous pouvons étudier les critères des futurs patients / clients qui justifieraient le choix du lieu d'achat.

Les graphiques ci-dessous montrent les attentes des personnes qui n'ont pas eu recours à une orthèse de série (figure 14) par rapport aux critères des personnes qui ont déjà porté une orthèse de série (figure 15).

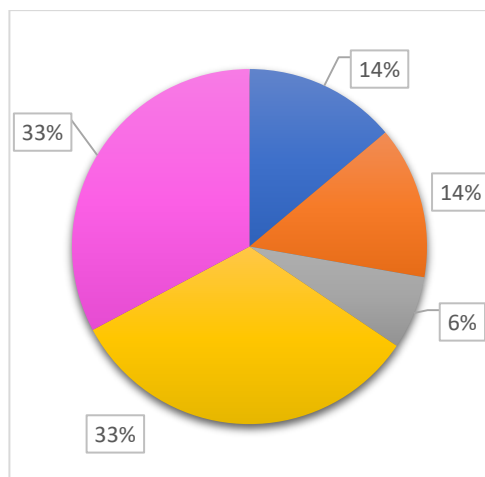


Figure 14 : Répartition des attentes des personnes n'ayant pas eu recours à une orthèse de série

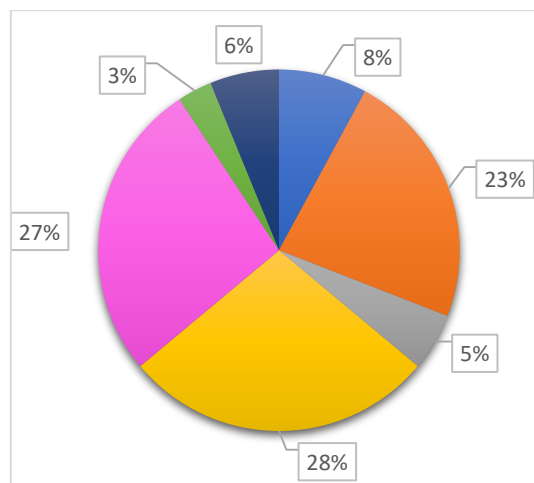


Figure 15 : Répartition des critères de choix des personnes ayant déjà porté une orthèse de série

- Le prix
- La disponibilité du produit
- La disponibilité du vendeur
- La qualité du produit
- La qualité du conseil
- Hôpital
- Autre

Il est possible de constater que la qualité du produit (33%) et la qualité du conseil (33%) sont les deux critères essentiels chez les personnes n'ayant pas porté d'orthèse de série. La disponibilité du produit, quant à elle, ne représente que 14% de l'ensemble des critères. Cela est différent du graphique correspondant aux personnes ayant déjà eu recours à une orthèse de série. En effet, dans ce cas, la qualité du produit, la qualité des conseils et la disponibilité du produit sont les trois critères prépondérants. Cela laisse penser qu'une fois que le besoin est présent (une blessure, une douleur par exemple), la disponibilité du produit devient plus importante.

Pour le vérifier, il faut regarder la valeur p obtenue qui est indiquée dans le tableau X. Elle est égale à 0,038 ce qui est inférieur à 0,05 ce qui prouve que le port de l'orthèse influence significativement les critères de choix.

Par ailleurs, une différence importante entre les deux graphiques est la proportion du critère « prix ». En effet, le pourcentage est quasiment multiplié par deux chez les personnes qui n'ont pas encore porté d'orthèse de série (14% contre 8%). Nous pouvons donc penser que l'apparition du besoin de porter une orthèse rend le critère « prix » moins important afin de privilégier d'autres critères comme la qualité du produit ou la disponibilité de ce dernier.

6. Conclusion

Pour conclure, cette étude sur le point de vue du consommateur lors de l'achat d'une orthèse de série a permis de mettre en évidence plusieurs comportements.

Tout d'abord, les personnes ayant déjà eu recours à une orthèse de série ont consulté en grande majorité le médecin et ont eu une prescription pour une orthèse de série. Ils se sont rendus principalement en officine, notamment parce qu'ils possédaient une ordonnance.

La minorité restante s'est rendue dans les magasins de matériel médical, dans les magasins de sport, en supermarché ou à l'hôpital. Dans ce dernier cas, nous avons pu voir que le patient n'a pas eu le choix du lieu ni du produit et a été équipé d'office.

Par ailleurs, il est important de souligner qu'aucune personne n'a acheté d'orthèse de série sur internet.

Nous avons également pu constater que l'âge du patient, l'exercice d'un métier du domaine de la santé ou bien le type de blessure ne semblent pas influencer le choix du lieu. Cependant, en cas d'accident, l'hôpital occupe quand même une place plus importante alors qu'une blessure sportive ne fait pas augmenter la proportion des magasins de sport. De surcroît, dans les cas post-opératoires, seulement deux lieux sont sollicités : les officines et les magasins de matériel médical.

De plus, l'étude a montré que les critères principaux pour choisir le fournisseur sont :

- La qualité du produit,
- La qualité du conseil,
- La disponibilité du produit.

Enfin, chez les personnes qui n'ont jamais porté d'orthèses de série, nous voyons des divergences apparaître. Concernant les lieux, internet serait sollicité alors que ce n'est pas le cas chez les personnes ayant déjà eu recours à une orthèse de série. En ce qui concerne les critères de choix du lieu, la qualité du produit et la qualité du conseil restent des critères primordiaux. Cependant, l'élément « prix » prend de l'importance alors que l'élément « disponibilité du produit » ne semble pas être la priorité. Ainsi lorsque le besoin d'une orthèse devient fondamental, le choix du lieu et les critères permettant de faire ce choix changent.

Maintenant que le comportement du consommateur a été expliqué, il est important de s'intéresser à la satisfaction de ce dernier et de proposer des pistes d'amélioration.

PARTIE 3 : LA SATISFACTION DES PATIENTS / CLIENTS ET PISTES D'AMELIORATION

Dans cette dernière partie, nous commencerons par étudier la satisfaction des patients / clients pour ensuite faire le lien avec les lieux que les patients recommanderaient. Enfin, nous recentrerons ce travail sur l'officine en vérifiant, dans un premier temps, si les attentes des patients supposées par les officinaux sont en adéquation avec leurs attentes réelles, puis nous proposerons une réflexion sur les pistes d'amélioration à l'officine.

1. Analyse de la satisfaction

A. Matériel et méthode

a. Impact sur la pratique

La satisfaction du patient / client est primordiale dans le processus de vente. En effet, d'un point de vue médical, c'est elle qui garantit la bonne observance du traitement et du point de vue commercial, elle permet de fidéliser le client.

La satisfaction doit donc être étudiée sous deux aspects :

- La satisfaction du produit
- La satisfaction du conseil reçu

b. Objectif de l'étude

Cette étude statistique a deux objectifs :

- 1) Vérifier si les patients / clients sont globalement satisfaits du conseil reçu et de l'orthèse proposée
- 2) Mettre en évidence les critères qui influent sur la satisfaction du conseil reçu et sur la satisfaction de l'orthèse proposée

c. Méthode

Type d'étude :

Il s'agit d'une étude étiologique rétrospective sur un groupe de patients / clients de Nancy.

Patients / clients :

Les patients inclus dans l'étude avaient déjà porté une ou plusieurs orthèses de série au cours de leur vie.

Toutes personnes répondant à ce critère pouvaient faire partie de l'étude à la seule condition de ne pas travailler dans une officine en tant que pharmacien ou préparateur afin d'éviter les biais.

Instrument d'étude et collecte des données :

Les données ont été collectées au moyen d'un questionnaire papier ou numérique (Google Form®) durant l'été 2017 puis l'été 2018.

Toutes les données ont ensuite été saisies dans une feuille de calcul Excel®.

Analyse statistique :

L'analyse statistique a été réalisée avec le logiciel Stata®.

Afin de voir quels critères ont eu une influence significative sur la satisfaction du patient / client, une régression logistique multivariée a été effectuée.

Principe de l'analyse multivariée :

Il faut, tout d'abord, sélectionner les critères pertinents à inclure dans l'analyse multivariée. Pour cela, il faut effectuer une analyse univariée qui consiste à déterminer si le critère X et la satisfaction Y sont indépendants (ceci est l'hypothèse nulle H_0). L'échantillon étant petit, nous utilisons un test non paramétrique qui est le test exact de Fisher.

Ce test permet d'obtenir les p value pour chaque critère. Il s'agit du seuil de risque qui a été fixé à une probabilité de 5%. Ainsi, lorsque la p value est supérieure à 0,05, l'hypothèse nulle est validée : le critère et la satisfaction sont donc indépendants au risque d'erreur supérieur à 5%. A l'inverse, si la p value est inférieure à 0,05, le critère et la satisfaction sont significativement dépendants au risque d'erreur inférieur à 5%.

Dans l'analyse multivariée, sont inclus :

- Tous les critères dont p value < 0,05
- Tous les critères dont p value < 0,20 car il peut s'agir de facteurs de confusion
- Les critères biologiquement pertinents comme l'âge et le sexe

Une fois le choix des critères effectué, l'analyse multivariée peut débuter.

Cette analyse permet d'obtenir pour chaque critère l'odd ratio ajusté (OR), la valeur P et l'intervalle de confiance (IC) de l'odd ratio.

Si la p value est inférieure à 0,05, l'OR est différent de 1 et l'IC exclut 1 alors nous rejetons H_0 donc nous montrons une liaison significative entre le critère et la satisfaction.

B. La satisfaction de l'information reçue

Dans un premier temps, nous étudions la satisfaction des patients / clients pour l'information reçue.

a. Les patients ont-ils été satisfaits de l'information reçue ?

Tout d'abord, analysons la satisfaction globale des patients / clients pour l'information reçue. Le tableau XI ci-dessous présente les résultats obtenus.

Tableau XI : Satisfaction du conseil reçu

Paramètres	Effectifs
Satisfaction du conseil reçu	
Oui	172 (91,5%)
Non	14 (7,4%)
Non renseigné	2 (1,1%)

Le tableau XI montre que 172 personnes ont déclaré être satisfaites du conseil reçu contre seulement 14 personnes insatisfaites.

Ainsi, la satisfaction globale pour le conseil reçu est très bonne.

b. Les critères qui peuvent avoir une influence

Pour pouvoir procéder à l'analyse statistique de la satisfaction, il faut au préalable réfléchir à l'ensemble des critères qui peuvent avoir une influence sur la satisfaction de l'information reçue.

Le tableau XII ci-dessous répertorie les critères qui peuvent avoir une influence sur la satisfaction du patient / client vis-à-vis du conseil reçu.

Tableau XII : Critères pouvant influencer la satisfaction du conseil reçu

Critères	Satisfaits	Insatisfaits	Valeur P
	N = 173	N = 15	
Existence d'une consultation médicale	164 (94,8%)	11 (73,3%)	0,0124
Présence d'une ordonnance	160 (92,5%)	8 (53,3%)	0,0002
Profession du client dans le domaine de la santé	23 (13,3%)	2 (13,3%)	0,9967
Lieu = officine	155 (89,6%)	6 (40,0%)	1,9827
Critère de choix du lieu = qualité du conseil	77 (44,5%)	1 (6,7%)	0,0047
Information reçue par un conseil oral	138 (79,8%)	4 (26,7%)	4,2242

L'existence d'une consultation médicale, la présence d'une ordonnance, l'exercice d'un métier dans le domaine de la santé, le lieu officine pour l'achat de l'orthèse de série, l'importance du critère « qualité du conseil » pour le choix du lieu ou encore le faire de recevoir une information par un conseil oral sont autant de paramètres qui peuvent influencer la satisfaction du conseil reçu.

Nous commençons par réaliser une analyse univariée pour sélectionner les paramètres pertinents à inclure dans l'analyse multivariée.

L'analyse univariée par le test exact de Fisher montre que certains critères présentent une p value inférieure à 0,05 et influencent donc la satisfaction. Les p value sont indiquées dans le tableau XII ci-dessus.

C'est le cas de :

- La présence d'une ordonnance
- L'existence d'une consultation chez le médecin
- L'importance du critère « qualité du conseil reçu » pour le choix du lieu d'achat de l'orthèse de série

Ces trois critères sont donc pertinents pour intégrer l'analyse multivariée. Il faut également ajouter l'âge et le sexe qui sont des critères biologiquement pertinents.

c. Présentation des résultats

Nous pouvons ensuite réaliser l'analyse multivariée qui permettra d'obtenir de façon précise les paramètres influençant la satisfaction du conseil reçu.

L'analyse multivariée donne les résultats présentés dans le tableau XIII ci-dessous.

Tableau XIII : Résultats de la première étape de l'analyse multivariée de la satisfaction de l'information reçue

Critères	OR	Erreur standard	Z	P > z	IC à 95%	
Sexe = Femme	1,608	0,989	0,77	0,441	0,481	5,371
Age	1,007	0,017	0,44	0,662	0,974	1,042
Existence d'une consultation médicale	1,013	1,119	0,01	0,991	0,116	8,840
Présence d'une ordonnance	6,837	6,837	1,92	0,055	0,963	48,535
Critère de choix du lieu = qualité du conseil	7,533	8,055	1,89	0,059	0,926	61,261

Dans le tableau XIII, nous constatons que le sexe, l'âge et l'existence d'une consultation médicale ne sont pas des facteurs qui influencent de manière significative la satisfaction. Il faut donc les enlever afin d'augmenter la précision de l'estimation des OR sur les facteurs d'intérêt.

Nous obtenons donc le tableau XIV ci-dessous :

Tableau XIV : Résultats finaux de l'analyse multivariée de la satisfaction de l'information reçue

Critères	OR	Erreur standard	Z	P > z	IC à 95%	
Présence d'une ordonnance	6,855	4,344	3,04	0,002	1,979	23,734
Critère de choix du lieu = qualité du conseil	7,398	7,891	1,88	0,061	0,915	59,839

Le tableau XIV montre que le critère « Présence d'une ordonnance » est significatif. Quant au critère « Qualité du conseil », nous pouvons voir que l'OR est très différent de 1 et que l'intervalle de confiance tend à exclure la valeur 1. Nous pouvons donc penser qu'avec un effectif plus grand, l'importance du critère « qualité du conseil » pour le choix du lieu serait un facteur significatif.

d. Analyse des résultats

L'analyse multivariée permet ainsi de montrer que la satisfaction du consommateur pour l'information reçue est essentiellement influencée par la présence d'une ordonnance. En effet, la possession d'une ordonnance par le patient augmente les chances que ce dernier soit satisfait de l'information reçue. Il est très difficile de pouvoir expliquer ce résultat. En effet, le lieu semblait être le seul critère qui pouvait réellement influencer la satisfaction pour le conseil reçu mais ce n'est pas le cas. Ainsi, l'analyse de la satisfaction pour l'information

reçue ne donne pas de résultats probants. Cela est peut-être dû à l'effectif de la population insatisfaite qui est très petit par rapport à l'effectif des personnes satisfaites.

C. La satisfaction de l'orthèse proposée

Dans un second temps, nous analysons la satisfaction des patients / clients pour l'orthèse proposée.

a. Les patients ont-ils été satisfaits de l'orthèse proposée ?

Le tableau XV présente les résultats obtenus à la question « Votre orthèse vous a-t-elle donné satisfaction ? ».

Tableau XV : Satisfaction globale pour l'orthèse proposée

Paramètres	Effectifs
Satisfaction de l'orthèse	
Oui	174 (92,6%)
Non	14 (7,4%)

174 personnes déclarent être satisfaites de l'orthèse proposée alors que 14 personnes s'avèrent être insatisfaites. Ainsi, comme pour la satisfaction du conseil reçu, nous pouvons constater qu'une grande majorité de personnes a été contente du produit proposé.

b. Les critères qui peuvent avoir une influence

Comme pour l'analyse de la satisfaction pour l'information reçue, il faut au préalable recenser les critères qui peuvent avoir une influence sur la satisfaction pour le produit.

Le tableau XVI ci-dessous répertorie les critères qui peuvent avoir une influence sur la satisfaction du patient / client vis-à-vis de l'orthèse.

Tableau XVI : Critères pouvant influencer la satisfaction de l'orthèse

Critères	Satisfaits	Insatisfaits	Valeur P
	N = 174	N = 14	
Profession du client dans le domaine de la santé	24 (13,8%)	1 (7,1%)	0,6976
Existence d'une consultation médicale	163 (93,7%)	12 (85,7%)	0,2502
Présence d'une ordonnance	156 (89,7%)	12 (85,7%)	0,648
Lieu = officine	150 (86,2%)	11 (78,6%)	0,429
Critère de choix du lieu = qualité produit	76 (43,7%)	5 (35,7%)	0,7802
Qualité de l'information reçue	163 (93,7%)	10 (71,4%)	0,0165
Présence d'un délai pour commander le produit	31 (17,8%)	6 (42,9%)	0,0348
Obligation de retourner le produit au fournisseur	2 (1,1%)	2 (14,3%)	0,0284

Parmi les critères choisis, nous trouvons la qualité du produit. Il s'agit des personnes qui choisissent le lieu d'achat de l'orthèse de série en attachant davantage d'importance à la qualité du produit.

L'analyse univariée par le test exact de Fisher montre que certains critères présentent une p value inférieure à 0,05 et influencent donc la satisfaction.

C'est le cas de :

- La qualité de l'information reçue
- La présence d'un délai pour commander le produit
- L'obligation de retourner le produit au fournisseur

Ces trois critères sont donc pertinents pour intégrer l'analyse multivariée. Il faut également ajouter l'âge et le sexe qui sont des critères biologiquement pertinents.

c. Présentation des résultats

L'analyse multivariée donne les résultats présentés dans le tableau XVII ci-dessous.

Tableau XVII : Résultats de la première étape de l'analyse multivariée de la satisfaction du produit

Critères	OR	Erreur standard	Z	P > z	IC à 95%	
Sexe = Femme	1,538	1,032	0,64	0,522	0,412	5,733
Age	0,996	0,017	-0,23	0,818	0,964	1,029
Présence d'un délai pour commander le produit	0,415	0,284	-1,28	0,199	0,108	1,589
Obligation de retourner le produit au fournisseur	0,047	0,053	-2,70	0,007	0,005	0,431
Qualité de l'information	8,917	6,604	2,95	0,003	2,088	38,075

Tout d'abord, nous remarquons que le sexe, l'âge et la présence d'un délai pour commander le produit ne sont pas des critères significatifs donc nous les enlevons pour la suite de l'analyse.

Nous obtenons alors le tableau XVIII ci-dessous :

Tableau XVIII : Résultats finaux de l'analyse multivariée de la satisfaction du produit

Critères	OR	Erreur standard	Z	P > z	IC à 95%	
Obligation de retourner le produit au fournisseur	0,044	0,047	-2,91	0,004	0,005	0,362
Qualité de l'information	9,029	6,379	3,11	0,002	2,261	36,059

Le tableau XVIII montre que l'obligation de retourner le produit au fournisseur et la qualité de l'information sont des critères significatifs.

d. Analyse des résultats

L'analyse multivariée permet de montrer que la satisfaction du consommateur pour le produit est influencée par deux facteurs :

- La qualité de l'information reçue,
- L'obligation de retourner le produit au fournisseur.

En effet, l'analyse met en évidence le fait qu'un patient qui a été satisfait par l'information reçue, aura plus de chance d'être satisfait par le produit.

Par ailleurs, en ce qui concerne l'obligation de retourner le produit au fournisseur, l'influence a lieu dans le sens inverse : le retour du produit augmente la satisfaction du patient. Cela s'avère être paradoxal mais il est possible que les personnes soient satisfaites de la

réactivité du fournisseur pour leur proposer un produit plus adapté et que, de ce fait, elles expriment une satisfaction pour l'orthèse proposée. Cependant, cela doit être nuancé car le retour d'un produit au fournisseur n'a concerné que très peu d'individus.

Néanmoins, l'analyse statistique a aussi permis d'exclure des facteurs biologiques tels que l'âge et le sexe. Il en est de même pour les facteurs « Profession du domaine de la santé », « Existence d'une consultation médicale », « Lieu officine », « Présence d'un délai pour commander le produit » et « Présence d'une ordonnance ». Ce dernier critère joue donc un rôle uniquement sur la satisfaction de l'information reçue.

Enfin, le paramètre « qualité du produit » a été lui aussi inclus dans l'étude car il s'agit d'un critère déterminant le choix du lieu de l'achat de l'orthèse pour certains patients. Nous voyons qu'il n'influence pas la satisfaction pour le produit.

Ainsi, seules la qualité de l'information reçue et l'obligation de retourner le produit au fournisseur augmentent la satisfaction du patient pour le produit.

D. Réflexion sur les biais

Tout d'abord, les sujets qui ont été inclus dans l'étude connaissaient, pour certains, personnellement l'auteur de ce travail ce qui a pu biaiser les réponses.

Par ailleurs, le questionnaire, tel qu'il a été rédigé, manquait parfois de précision. C'est le cas par exemple à la question « Avez-vous consulté un médecin ? ». Le terme « médecin » est trop restrictif car il n'inclut pas les autres prescripteurs d'orthèse de série comme les kinésithérapeutes par exemple. De plus, la question concernant la profession exercée manquait également de précision. En effet, les étudiants et les retraités n'étaient pas amenés à préciser leur domaine d'étude ou d'activité ce qui a induit un manque d'information.

2. Les lieux recommandés par les patients

Maintenant que nous avons vu quels critères sont impliqués dans la satisfaction du patient / client pour l'information reçue et pour le produit, il est intéressant de répondre à cette interrogation : quel(s) lieu(x) les patients recommanderaient-ils ?

Pour cela, voici un histogramme (figure 16) permettant de comparer la répartition des lieux choisis par les patients nécessitant une orthèse et les lieux qu'ils recommanderaient.

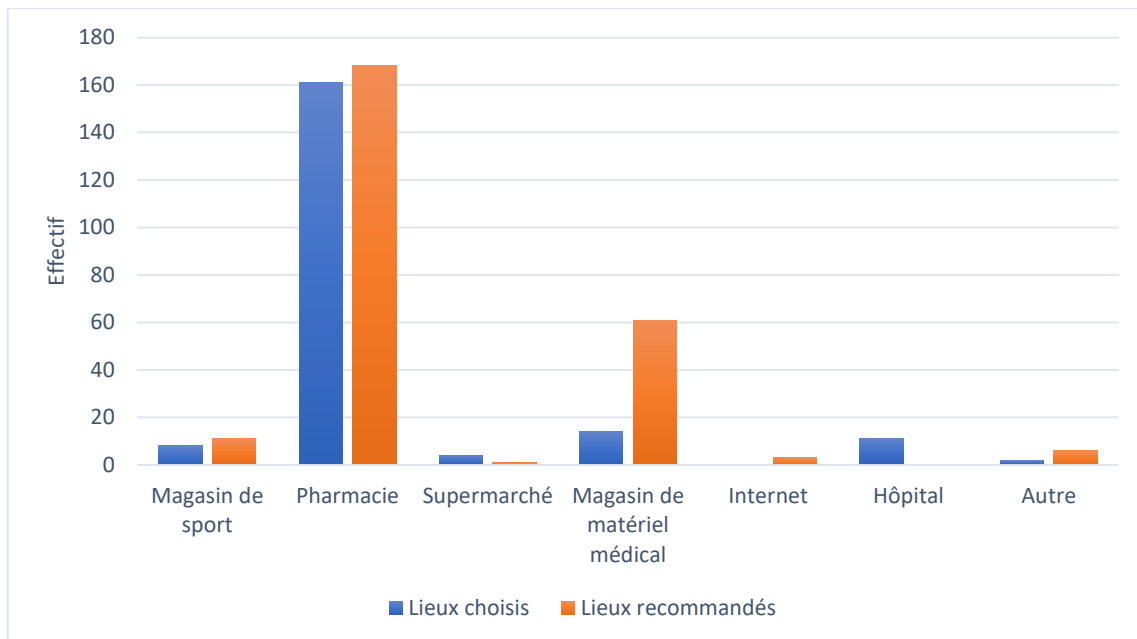


Figure 16 : Comparaison de la répartition des lieux choisis et des lieux recommandés

La figure 16 montre que la répartition des lieux semble similaire dans les deux cas. Il faudrait réaliser un test statistique pour le valider mais les effectifs sont parfois trop petits.

Néanmoins, une différence semble significative pour les magasins de matériel médical. En effet, certains patients recommandent les magasins de matériel médical alors que ce n'est pas le lieu qu'ils ont choisi pour se fournir l'orthèse dont ils avaient besoin. De plus, l'enquête sur la satisfaction pour le produit ou pour l'information reçue n'a pas montré l'importance du critère lieu.

Une hypothèse possible serait donc que le maillage territorial des magasins de matériel médical ne permet pas à l'ensemble de la population de s'y rendre puisqu'ils sont surtout situés près des villes, ce qui n'est pas le cas pour les officines. De plus, les patients / clients sont peut-être mal informés de la possibilité de prise en charge et de tiers payant dans les magasins de matériel médical.

3. Les attentes des patients vues par les officinaux

Les consommateurs semblent donc satisfaits du conseil reçu et du produit proposé. C'est certainement pour cette raison qu'ils recommanderaient majoritairement le lieu officine qui est le lieu privilégié pour l'achat de l'orthèse de série. Il convient donc de s'intéresser plus particulièrement aux officines et notamment pour voir si les officinaux ont bien situé les attentes des patients.

Dans le questionnaire distribué à toutes les officines lorraines, une question portait sur les attentes probables des clients. Cette question a pour but de voir si les attentes des patients supposées par les officinaux sont en adéquation avec leurs attentes réelles.

Pour répondre à cette question, les officinaux devaient cocher, pour chaque critère, un chiffre sur une échelle de 1 à 5, 1 représentant un critère de faible importance et 5 un critère de forte importance.

La figure 17 présente donc les résultats obtenus. Pour une meilleure visibilité, les chiffres 1 et 2 de l'échelle ont été regroupés sous le terme « Faible importance », le chiffre 3 correspond au terme « Moyenne importance » et les chiffres 4 et 5 ont été rassemblés sous le terme « Forte importance ».

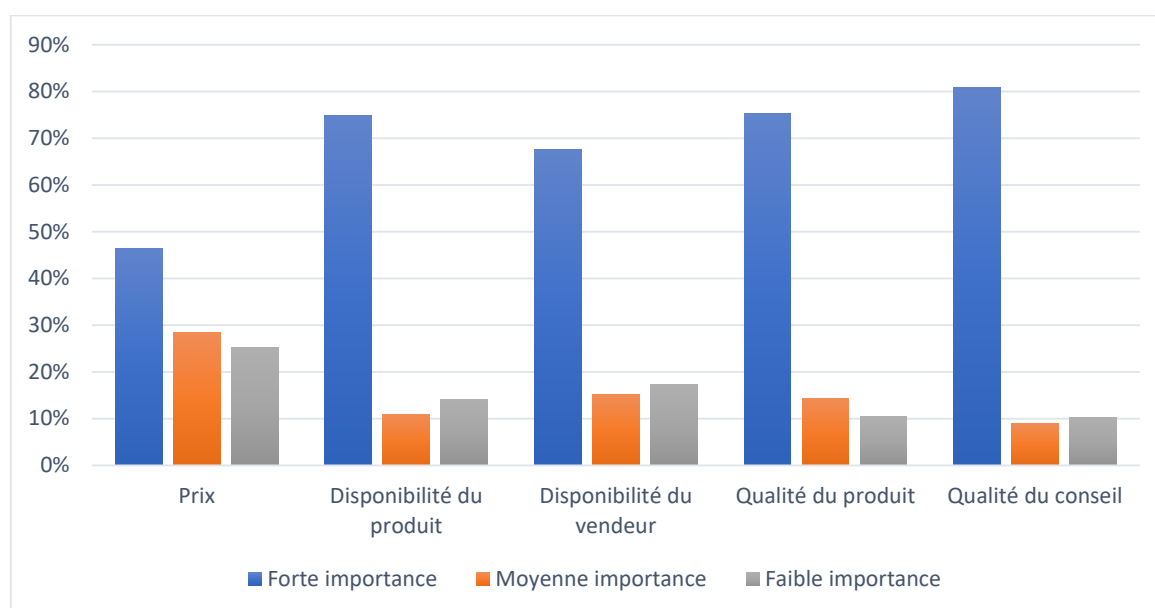


Figure 17 : Les attentes des patients supposées par les officinaux

Cet histogramme montre que les officinaux semblent estimer que tous les critères sont importants pour le patient notamment les quatre critères suivants :

- La qualité du conseil,
- La qualité du produit,
- La disponibilité du produit,
- La disponibilité du vendeur.

Si nous nous rappelons la figure 5 portant sur la répartition des critères de choix des consommateurs, nous pouvons voir que les trois critères qui priment sont la qualité du produit puis la qualité du conseil et enfin la disponibilité du produit. Seule la disponibilité du vendeur semble moins importante pour les patients / clients.

Nous pouvons donc constater que les officinaux semblent avoir correctement appréciés les attentes de la patientèle en ce qui concerne les orthèses de série.

4. Pistes d'amélioration

Au fur et à mesure de l'avancée de ce travail, nous avons pu constater que plusieurs aspects de la pratique de l'activité d'orthopédie en officine devaient être améliorés.

Cette sous-partie a donc pour but de proposer une réflexion afin d'améliorer les pratiques des officinaux dans le domaine des orthèses de série.

A. Le local d'orthopédie

Comme nous l'avons vu dans la première partie de ce travail, le local d'orthopédie est un élément obligatoire pour pouvoir pratiquer cette activité. Néanmoins, il manque dans beaucoup d'officines ou alors il ne répond pas aux exigences de la réglementation en vigueur.

Pour rappel, le local doit donc être un lieu fermé dédié uniquement à l'activité d'orthopédie et former un seul tenant avec les autres espaces de l'officine. Il doit également se situer de telle façon que les patients aient un accès direct sans passer par les zones de stockage des médicaments.

Afin de respecter les bonnes pratiques, le local doit donc :

- Comporter au minimum un lit ou une table d'examen ainsi qu'une chaise,
- Avoir une taille adaptée afin de permettre aux patients de déambuler correctement,
- Garantir l'intimité du patient et la confidentialité (isolation phonique et visuelle adaptées).

Pour rendre cet espace fonctionnel, il faut également mettre à disposition les catalogues des différents fournisseurs, un mètre-ruban et des fiches de mesure. Un point d'eau peut aussi être recommandé pour se laver les mains avant et après la prise en charge d'un patient.

Enfin, le local d'orthopédie doit aussi être accueillant et convivial. C'est pour cette raison que nous pouvons y ajouter un porte-manteau, un tapis et un miroir qui présente aussi l'avantage de pouvoir montrer au patient comment positionner correctement l'orthèse de série.

L'illustration ci-dessous (figure 18) présente un exemple de local d'orthopédie respectant les bonnes pratiques, tel qu'il pourrait être conçu dans une officine.



Figure 18 : Exemple de local d'orthopédie

B. La mise en avant de l'activité

Tout d'abord, il est important de se faire connaître de l'environnement médical de l'officine (médecins, kinésithérapeutes, sages-femmes). Il faut se présenter et connaître les besoins des prescripteurs et les habitudes de prescription. Cela présente le double avantage de dynamiser l'activité d'orthopédie et de mieux cerner les besoins pour améliorer la gestion de stock.

Par ailleurs, la présence d'une devanture dédiée à l'orthopédie est une première façon de mettre en avant l'activité. Malheureusement, de nombreuses officines n'utilisent pas cette technique. Il faut donc rappeler qu'il est important de consacrer une partie de la vitrine à la mise en avant de quelques produits afin de montrer au public les domaines de compétence de l'officine et donner envie aux futurs patients potentiels d'entrer. Il faut bien sûr renouveler fréquemment la vitrine afin de toujours attirer l'attention. Il est possible également de composer la devanture en utilisant des thématiques différentes en lien avec les saisons par exemple. La photographie ci-dessous (figure 19) montre la vitrine d'une officine qui a profité de la ferveur pour la coupe du monde de football pour présenter des orthèses de série.



Figure 19 : Vitrine d'une officine dédiée aux orthèses de série

Les laboratoires d'orthopédie mettent à disposition des pharmaciens de nombreux outils de communication pour mettre en avant les produits. En effet, tous proposent de la publicité sur point de vente (PLV) avec des affiches, des pancartes, des vitrophanies par exemple. A cela il est possible d'ajouter des mannequins en vitrine et des tirelles pour présenter les produits. Certains développent également des outils numériques avec des applications pour smartphone et tablette, des vidéos d'application sur Youtube®, des sites internet interactifs pour aider le pharmacien et le patient. Quatre laboratoires proposent aussi des dépliants et des affichettes à poser sur le comptoir pour les patients. Enfin, le laboratoire Cizeta® vient de développer un tout nouveau concept appelé Orthoshop® (figure 20). Il s'agit d'un espace situé au cœur de l'espace vente de l'officine destiné à faire découvrir ou redécouvrir au patient la compression médicale. Il se compose d'un présentoir initiatique pour présenter les modèles, d'un espace de confidentialité, d'une cabine de mesure et d'une application pour tablette reliée au stock de l'officine. Ce dispositif s'adresse surtout aux pharmacies disposant d'une grande surface de vente.



Figure 20 : Espace Orthoshop® de la Grande Pharmacie à Castres (18)

Le tableau XIX récapitule tous les outils de communication proposés par différents laboratoires d'orthopédie. Cette liste s'appuie sur les déclarations des fabricants et n'est peut-être pas exhaustive.

Le laboratoire Bauerfeind® n'a pas répondu et les laboratoires Gibaud®, BSN® et Medi® n'ont pas souhaité communiquer sur les outils commerciaux à disposition des pharmaciens.

Tableau XIX : Tableau récapitulatif des outils de communication proposés par les laboratoires d'orthopédie

	Thuasne®	Donjoy®	L&R®	Innothera®	Sigvaris®	Cizeta®	Orliman®
Publicité sur point de vente (PLV)							
Affiches	X	X	X	X	X	X	X
Pancartes	X	X	X	X	X	X	
Vitrophanies	X	X	X	X	X	X	X
Kakemonos					X		
Totems et drapeaux			X	X		X	X
Stop-rayon				X			X
Outils numériques							
Vidéos d'application	X	X	X			X	X
Applications pour smartphones et tablettes	X	X					
Prises de mesures digitales	X						
Sur le comptoir							
Affichettes				X		X	X
Dépliants pour les patients			X	X			X
Autre							
Mannequins (bustes, jambes)	X		X	X	X		X
Tirelles	X			X	X	X	
Questionnaires d'évaluation de la pathologie						X	
Autre concept						X	

L'annexe 7 présente les outils commerciaux du laboratoire Cizeta® afin d'illustrer les possibilités que les pharmaciens ont pour mettre en avant les orthèses de série.

C. Le stock

La règle d'or pour pratiquer correctement l'activité d'orthopédie est d'avoir du stock. En effet, le but est de pouvoir répondre à toutes les demandes. Pour cela, il faut plusieurs fournisseurs, une large gamme d'orthèses de série et toutes les tailles disponibles.

Nous avons vu précédemment qu'en officine il est possible de trouver tous les types d'orthèses de série existants. Néanmoins, toutes les officines ne disposent pas de toutes les orthèses de série en stock et encore moins dans toutes les tailles. Cela peut induire une impossibilité à équiper un patient et contraindre ce dernier à se rendre dans une autre officine pour qu'il puisse trouver l'orthèse adaptée sans délai. Il est donc primordial pour chaque officine qui souhaite faire de l'orthopédie de détenir un stock suffisant d'orthèses, adapté au pouvoir d'achat des patients et aux habitudes de prescription de l'environnement médical pour ainsi éviter de perdre des patients ou tout simplement pour pouvoir équiper chaque patient avec l'orthèse la plus adaptée.

D. Le prix

Le prix du produit ne fait pas partie des critères les plus importants pour le patient si nous nous référons à la partie 2 de ce travail.

Cependant, il faut pouvoir appareiller tous les patients sans que le prix devienne un critère bloquant. C'est pour cette raison qu'il faut pouvoir proposer une gamme de base sans dépassement et une gamme plus sophistiquée qui puisse répondre à des demandes spécifiques ou à des attentes supérieures en termes de qualité par exemple. L'implantation des gammes doit donc être réfléchié aussi en fonction de la patientèle de l'officine.

E. La formation

Comme nous l'avons vu, le diplôme universitaire d'orthopédie est obligatoire pour pouvoir exercer l'activité d'orthopédie. L'obligation est personnelle c'est-à-dire que chaque dispensateur d'orthèse de série doit détenir ce diplôme pour pouvoir délivrer des orthèses de série. Avoir dans l'équipe officinale une personne diplômée n'est donc pas suffisant pour pouvoir pratiquer l'orthopédie.

C'est certainement le plus gros point négatif des officines actuellement car beaucoup d'entre elles pratiquent l'activité d'orthopédie sans avoir au minimum un membre de l'équipe formé

et encore moins l'ensemble du personnel qualifié. De nombreux DU d'orthopédie existent dans l'ensemble des facultés de pharmacie françaises. La liste des DU d'orthopédie est disponible en annexe (Annexe 6).

Il faut donc rappeler que le DU est obligatoire et indispensable pour acquérir une bonne expertise dans le domaine de l'orthopédie. Les officines doivent donc se mettre en conformité le plus rapidement possible si elles veulent continuer à prôner la sécurité envers le patient et éviter de se faire rattraper par la grande distribution.

Il est également nécessaire pour chaque membre du personnel de se tenir sans cesse informé des nouveaux produits et de leurs spécificités par rapport aux orthèses existantes.

F. Le conseil associé

L'expérience du client mystère dans les officines a montré que parfois la prise en charge du patient est insuffisante. Il faut toujours considérer la délivrance d'une orthèse au même niveau que la délivrance d'un médicament. C'est pour cette raison qu'il faut prendre le temps avec le patient pour lui expliquer la durée du traitement, le positionnement de l'orthèse, l'entretien du produit sans oublier tous les conseils associés à sa pathologie.

Par exemple, en cas de délivrance d'une ceinture lombaire pour un patient souffrant de lombalgies, il est possible de lui rappeler les bonnes positions à adopter et les exercices d'étirement à réaliser pour éviter les récurrences. Le pharmacien peut utiliser des outils que proposent les laboratoires d'orthopédie. Dans ce cas, il est possible de conseiller au patient d'utiliser l'application « Mon coach Dos », développée par le laboratoire Thuasne®, pour l'accompagner au quotidien, l'informer sur le mal de dos et l'aider à faire des exercices pour le soulager. Il faut aussi penser aux ventes associées : proposer des antalgiques per os en association avec des traitements locaux dans le cas de douleurs par exemple.

Par ailleurs, il faut aussi penser au suivi des patients. En effet, il est judicieux de pouvoir vérifier la tolérance et l'efficacité de l'orthèse quelques jours après la première délivrance. Nous pouvons alors proposer aux patients les plus motivés des rendez-vous de suivi ce qui permettra d'instaurer une relation de confiance et de donner envie de revenir.

C'est de cette manière que le pharmacien d'officine pourra faire valoir son expertise et sa qualité de service.

G. La démarche qualité

Il est important que l'activité d'orthopédie intègre une démarche qualité. Cette partie présente quelques éléments qu'il est possible de mettre en place lors de la pratique de l'activité d'orthopédie.

Tout d'abord, il faudrait mettre en avant les compétences de chaque membre de l'équipe. Pour cela, les badges du personnel peuvent contenir la mention « Orthopédie » afin de désigner les personnes habilitées à dispenser des orthèses de série, c'est-à-dire diplômées du DU d'orthopédie et régulièrement formées.

Par ailleurs, les zones du front office doivent être définies. Aussi, une signalétique visuelle permet d'indiquer au patient l'emplacement du local d'orthopédie.

De plus, la traçabilité est un élément primordial lors de la délivrance des orthèses de série. En effet, la date de la délivrance, les mesures et remarques éventuelles doivent être enregistrées dans le logiciel de gestion officinale (LGO) pour permettre un suivi de chaque patient.

Il est possible également d'élaborer des documents permettant d'apporter la preuve de la délivrance des conseils de mise en place et d'entretien ou tout simplement en mentionnant dans le LGO que les conseils ont été donnés.

En outre, chaque retour de produit doit être enregistré *via* une fiche d'enregistrement des retours afin de consigner le problème rencontré (problème de taille par exemple) et de prendre des mesures correctives.

Enfin, il est possible de distribuer de temps en temps une enquête satisfaction auprès des patients pour évaluer l'activité et améliorer les pratiques.

H. Exemple : la dispensation des chaussures thérapeutiques de série à usage temporaire et prolongé

Les conditions de prise en charge des chaussures thérapeutiques de série à usage temporaire et prolongé viennent d'être modifiées. Cela permet d'illustrer l'importance de l'attention que les pharmaciens doivent porter au local d'orthopédie, à la formation et au conseil associé. En effet, l'arrêté du 24 juillet 2018 portant modification des modalités de prise en charge des chaussures thérapeutiques à usage temporaire et prolongé au chapitre 1^{er} du titre II de la liste prévue à l'article L. 165-1 (LPP) du Code de la sécurité sociale (19) stipule que dorénavant « la prise en charge d'une chaussure thérapeutique à usage temporaire n'intervient qu'à condition que sa délivrance soit précédée d'un essayage effectué dans le local de vente, en présence d'un professionnel habilité à délivrer ce dispositif médical. Les locaux des professionnels habilités à délivrer ces dispositifs sont équipés de

manière à garantir l'intimité du patient lors de l'accueil et des essayages, et dans le respect des règles d'hygiène. Un espace minimum de déambulation est requis ».

Le texte insiste donc sur la nécessité d'avoir un local d'orthopédie de taille adaptée et répondant aux exigences d'isolation phonique et visuelle pour préserver l'intimité du patient. Par ailleurs, le texte fait également référence à la formation des professionnels d'où l'importance d'avoir du personnel diplômé du DU d'orthopédie.

Le texte précise aussi que « cet essayage de la chaussure thérapeutique doit permettre au patient d'apprendre à ajuster la chaussure thérapeutique à usage temporaire à son pied en fonction de sa pathologie et à l'utiliser ». Le professionnel doit donc dispenser des conseils au patient et former ce dernier à la bonne utilisation de la chaussure.

Enfin, l'arrêté indique que « compte tenu du rôle et des conditions de délivrance assignés au professionnel habilité à délivrer ces dispositifs, il ne peut y avoir de prise en charge de ces dispositifs lorsqu'ils sont achetés à distance ». Cela induit qu'aucune chaussure thérapeutique de série ne pourra être remboursée si elle est vendue sur internet.

Cet exemple montre donc que l'exercice de l'orthopédie dans de bonnes conditions garantit au pharmacien la prise en charge de certaines orthèses de série par la sécurité sociale et en même temps le protège des autres lieux de vente comme internet. La politique actuelle de l'assurance maladie peut donc laisser penser que ces nouvelles conditions de prise en charge seront étendues à plus ou moins long terme à d'autres produits, incitant le pharmacien à réaliser des dispensations de qualité.

5. Conclusion

La troisième partie de ce travail a permis d'étudier la satisfaction du patient / client sous deux aspects : la satisfaction pour le conseil reçu et la satisfaction pour le produit proposé. Dans les deux cas, la majorité des répondants sont satisfaits et certains facteurs ont montré qu'ils peuvent influencer la satisfaction. Le retour du produit chez le fournisseur ainsi que la satisfaction pour le conseil reçu sont des facteurs influençant la satisfaction pour le produit proposé.

Si les patients / clients recommandent le lieu officine, lieu dans lequel ils ont principalement acheté l'orthèse de série, certains recommandent aussi les magasins de matériel médical alors qu'ils n'ont pas fait le choix de ce lieu pour l'achat de leur orthèse de série.

Les officinaux doivent donc cerner correctement les attentes des patients, ce qui est quasiment le cas puisqu'ils mettent en avant la qualité du conseil, la qualité du produit, la

disponibilité du produit et la disponibilité du vendeur, qui sont, pour les trois premiers, des critères importants pour les patients.

Si l'officine est le lieu privilégié pour l'achat des orthèses de série, des améliorations sont nécessaires afin d'exercer l'activité d'orthopédie dans de bonnes conditions, en respectant les lois et réglementations en vigueur.

Ces améliorations concernent notamment le local d'orthopédie, la mise en avant de l'activité, la gestion du stock et des prix, la formation des professionnels et le conseil associé.

CONCLUSION

Les orthèses de série sont en évolution constante avec le développement de nouveaux produits toujours plus sophistiqués et des tableaux de taillage toujours plus variés. Cela permet d'appareiller le plus grand nombre de personnes sans avoir à faire appel aux orthèses sur-mesure.

Ainsi, il est possible de trouver des orthèses de série partout : dans les officines, dans les magasins de matériel médical mais aussi dans les magasins de sport, dans les supermarchés et même sur internet.

Si ces produits ne font pas partie du monopole pharmaceutique et peuvent donc être distribués dans n'importe quel magasin, le conseil et l'expertise d'un professionnel compétent restent primordiaux pour assurer une délivrance sûre et de qualité.

A ce jour, aucune enquête n'a été réalisée pour apprécier les différences entre chaque lieu de vente et pour voir si le consommateur est en mesure de distinguer leurs avantages et inconvénients respectifs.

Une étude comparative entre la dispensation des orthèses de série à l'officine et leurs ventes dans la grande distribution a été menée pour dresser le constat général du marché des orthèses de série actuel, connaître le point de vue du consommateur, apprécier la satisfaction du client et enfin situer l'officine parmi les lieux de vente et proposer des pistes d'amélioration.

De grandes disparités entre les lieux sont visibles. Si les officines et les magasins de matériel médical proposent des orthèses de série de qualité répondant aux exigences de la LPPR, les magasins de sport, les supermarchés et internet vendent des produits qui peuvent être, pour certains, peu chers et apportant peu de maintien. Du point de vue de la santé publique, quels risques pour le consommateur cela peut-il engendrer ?

A cela s'ajoute l'absence de personnel qualifié dans chaque lieu de vente. Même si les officines sont pourvues de pharmaciens et de préparateurs en pharmacie sensibles aux problématiques de santé publique, le nombre de pharmaciens détenteurs du DU d'orthopédie est trop faible.

Les locaux ne sont, bien souvent, pas adaptés alors que la loi impose aux officines un espace dédié, et l'activité d'orthopédie n'est pas assez mise en valeur.

Le consommateur, quant à lui, choisit majoritairement le lieu officine après avoir consulté un médecin et obtenu une ordonnance.

Malgré les nouveaux modes de consommation qui peuvent s'observer de nos jours, l'enquête a montré qu'internet n'est jamais sollicité pour l'achat d'une orthèse de série.

Les trois critères déterminants le choix du lieu sont donc la qualité du produit, la qualité du conseil et la disponibilité du produit. Si le prix s'avère être un critère important pour des personnes n'ayant jamais eu recours à une orthèse de série, une fois le besoin présent les trois attentes précédemment citées reprennent l'avantage.

Néanmoins, l'étude a permis de déplorer que le libre choix du patient n'est pas toujours respecté quand ce dernier est pris en charge dans un service d'urgence. En effet, certains établissements de santé disposent d'un stock d'orthèses de série pour équiper d'office les patients.

Enfin, si les consommateurs sont majoritairement satisfaits par le conseil reçu et le produit proposé et qu'ils recommandent principalement le lieu officine, il va de soi que les officinaux doivent se montrer exemplaires et donc améliorer leur pratique afin de continuer à répondre au mieux aux attentes des patients. Pour cela, les officines doivent toutes s'équiper de local d'orthopédie répondant à la réglementation en vigueur, promouvoir l'activité grâce aux vitrines notamment, gérer leur stock et les prix de façon à pouvoir répondre à toutes les demandes et former les équipes *via* le DU d'orthopédie afin de délivrer le bon produit en y associant des conseils adaptés.

Le pharmacien a donc un rôle important à jouer lorsqu'un patient se présente avec une prescription ou une demande d'orthèse de série.

C'est au pharmacien de savoir comment équiper au mieux un patient selon sa pathologie, sa morphologie et ses habitudes de vie en choisissant la bonne orthèse parmi toutes celles présentes sur le marché.

Le pharmacien doit donc mettre ses compétences et son expertise au service du consommateur pour éviter à tout prix que ce dernier aille dans un autre lieu de vente où il sera peut-être seul pour choisir un produit qui ne lui correspondra certainement pas, avec le risque d'absence d'efficacité, de retard de guérison voire de complications.

De cette manière, le pharmacien peut se distinguer des autres lieux de vente et sécuriser la délivrance des orthèses de série.

Une campagne de sensibilisation avec des affiches ou des brochures pourrait être envisagée pour informer le consommateur, l'inciter à demander conseil à un professionnel de santé et aider le pharmacien à communiquer sur les orthèses de série.

ANNEXES

Annexe 1 : FICHE DE RECUEIL D'INFORMATIONS POUR CHAQUE MAGASIN

Magasin visité :

Type de magasin : Magasin de matériel médical Magasin de sport Supermarché

Adresse postale :

Téléphone : ____/____/____/____/____

Situation géographique : Centre-ville Centre commercial Milieu rural
 Quartier Zone commerciale

Réalisation de l'activité d'orthopédie : Oui Non

Remarques :

Si oui à la question précédente :

Présence d'une vitrine dédiée : Oui Non

Présence d'un local d'orthopédie : Oui Non

Diplômes obtenus par les vendeurs :

--

Laboratoires choisis :

--

Produits travaillés :

--

Autres commentaires :

--

Enquête sur les orthèses de série

Dans le cadre de ma thèse à propos de la dispensation des orthèses de série, j'aurais besoin de vous pour répondre à ce questionnaire qui ne prendra que quelques minutes. Celui-ci est anonyme, vous êtes libre d'y répondre.
Merci pour votre participation.

*Obligatoire

Votre pharmacie se situe en : *

- Centre ville
- Centre commercial
- Milieu rural
- Autre :

Faites-vous de l'orthopédie ? *

- Oui
- Non

Avez-vous une vitrine d'orthopédie ? *

- Oui
- Non

Avec quels laboratoires travaillez-vous ?

Votre réponse

Avez-vous un local dédié ? *

- Oui
- Non

Comptez-vous dans votre équipe des pharmaciens possédant le DU d'orthopédie? *

- Oui
- Non

D'après votre expérience, quelles sont les attentes des clients ?

Merci d'attribuer à chaque proposition un chiffre de 1 à 5 (1 = faible importance ; 5 = forte importance)

	1	2	3	4	5
Le prix	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La disponibilité du produit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La disponibilité du vendeur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La qualité du produit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La qualité des conseils	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Annexe 3 : « CLIENT MYSTERE »

Synopsis :

J'ai des entorses récidivantes au niveau de la cheville gauche. La dernière date d'il y a 2 mois. J'ai porté la grosse orthèse pendant 1 mois et j'ai eu des séances de kiné.

Mon médecin me propose de reprendre le sport progressivement. Il souhaite que je vois avec vous ce qui serait le plus adapté pour faire ensuite une ordonnance.

Informations me concernant pour répondre aux questions éventuelles :

- Sport pratiqué : tennis (beaucoup de rotation de la cheville – sport pivot)
- Cheville en cause : la gauche
- Orthèse utilisée précédemment (pendant 1 mois) : orthèse stabilisatrice de cheville avec montants latéraux rigides
- Métier : employé de bureau

Grille d'évaluation :

Lieu :

- Pharmacie (ville, campagne, centre commercial, vitrine d'orthopédie, à côté d'un hôpital)
- Magasin de sport
- Magasin de matériel médical

Présence d'une vitrine ?

- Oui
- Non

Qui me sert ?

- Pharmacien
- Préparateur
- Etudiant
- Autre

Est-ce qu'on me demande quel sport je compte pratiquer ?

- Oui
- Non

Que me propose-t-on ?

- Revoir avec médecin ou kiné pour prescription
- Strapping
- Orthèse (de quel type ? _____)
- Autre

Si on me propose une orthèse :

Prise de mesure ?

- Oui
- Non

Essayage de l'orthèse ?

- Oui
- Non (du coup demander à essayer)

La pharmacie dispose-t-elle d'un local dédié ?

- Oui
- Non

Comment se passe l'essayage ?

- Assis
- Debout

Vérification du maintien sans garroter ?

- Oui
- Non

Vérification que je sais la poser moi-même ?

- Oui
- Non

Annexe 4 : RESULTATS DE L'ENQUÊTE « CLIENT MYSTERE »

N°	Type de lieu	Localisation	Profession du vendeur	Question sur le sport pratiqué	Produit(s) proposé(s)	Essayage du produit	Local dédié	Prise de mesure	Position pour l'essayage	Vérification du maintien sans garroter	que le patient sait poser le produit lui-même
1	Magasin de matériel médical	Zone commerciale	Inconnue	Oui	Ligastrap Malleo® Malleoaction®, (Thuasne)	Oui	Oui	Oui	Assis	Oui	Non
2	Magasin de matériel médical	Zone commerciale	Inconnue	Ne pratique l'orthopédie de série que dans un contexte post-opératoire d'après le vendeur alors que dans le rayon « orthèses » du magasin, des produits auraient pu répondre à la demande ; le vendeur conseille d'aller dans une pharmacie ou un magasin de sport							
3	Magasin de matériel médical	Rural	Inconnue	Non	Chevillère ligamentaire	Non, renvoie chez le médecin	Non	Non			
4	Magasin de sport	Zone commerciale	Inconnue	Non	Aucun, c'est au client de choisir	Oui par le client seul	Non	Oui par le client avec un mètre mis à disposition	Aucun conseil	Non	Non
5	Magasin de sport	Zone commerciale	Inconnue	Non	Aucun, c'est au client de choisir	Oui par le client seul	Non	Non	Aucun conseil	Non	Non
6	Magasin de sport	Zone commerciale	Inconnue	Non	Aucun, c'est au client de choisir	Oui par le client seul	Non	Oui par le client avec un mètre mis à disposition	Assis	Non	Non

N°	Type de lieu	Localisation	Profession du vendeur	Question sur le sport pratiqué	Produit(s) proposé(s)	Essayage du produit	Local dédié	Prise de mesure	Position pour l'essayage	Vérification du maintien sans garroter	que le patient sait poser le produit lui-même
7	Officine	Agglomération	Inconnue	Oui	A60® (Donjoy) Malleoaction® MalleoDynastab® (Thuasne)	Non, renvoie chez le médecin					
8	Officine	Agglomération	Préparatrice	Oui	Ligastrap Malleo® MalleoDynastab® (Thuasne)	Oui	Non	Oui	Assis	Non	Non
9	Officine	Agglomération	Préparatrice	Oui	Ligation® (L&R)	Oui	Oui	Oui	Assis	Non	Non
10	Officine	Agglomération Vitrine	Inconnue	Non	Gel d'arnica Airsport® A60® (Donjoy)	Non, renvoie chez le médecin					
11	Officine	Centre commercial	Préparatrice	Non	Strapping® (Donjoy)	Non, renvoie chez le médecin	Oui				
12	Officine	Centre-ville À côté hôpital	Pharmacien	Oui	Strapping® (Donjoy)	Oui	Oui	Oui	Assis	Non	Non
13	Officine	Centre-ville À côté hôpital Vitrine	Inconnue	Oui	Airsport+® (Donjoy)	Oui	Non	Non, taille unique	Assis	Non	Non
14	Officine	Centre-ville Vitrine	Pharmacien	Oui	Ligastrap Malleo® MalleoDynastab® (Thuasne)	Non, renvoie chez le médecin					

N°	Type de lieu	Localisation	Profession du vendeur	Question sur le sport pratiqué	Produit(s) proposé(s)	Essayage du produit	Local dédié	Prise de mesure	Position pour l'essayage	Vérification du maintien sans garroter	que le patient sait poser le produit lui-même
15	Officine	Rural	Pharmacien	Oui	Ligastrap Malleo® (Thuasne)	Oui	Oui	Oui	Assis	Oui	Oui
16	Officine	Rural Vitrine : compression	Pharmacien	Oui	Ligastrap Malleo® (Thuasne)	Oui	Oui	Oui	Assis	Oui	Oui
17	Officine	Rural	Préparateur	Oui	Ligation® (L&R) MalleoDynastab® (Thuasne)	Oui	Oui	Oui	Assis	Oui	Non
18	Officine	Rural Vitrine : compression	Pharmacien	Oui	Malleoaction® (Thuasne)	Oui	Oui	Oui	Assis	Oui	Oui
19	Officine	Rural	Pharmacien	Non	Fortilax® (Donjoy)	Non, renvoie chez le médecin	Non				
20	Officine	Rural Vitrine : compression	Pharmacien	Non	MalleoDynastab® (Thuasne)	Oui	Oui	Oui	Assis	Non	Oui
21	Officine	Centre commercial	Préparateur	Oui	Strapping® (Donjoy)	Non, renvoie chez le médecin	Oui				

Annexe 5 : ENQUÊTE POPULATION

Dans le cadre de ma thèse à propos de la vente des orthèses de série, j'aurais besoin de vous pour répondre à ce questionnaire. Celui-ci est anonyme, vous êtes libre d'y répondre. Il ne vous prendra que quelques minutes.

Merci pour votre participation.

Sexe : Femme Homme

Age : _____

Profession exercée : _____

Avez-vous déjà eu besoin de porter une des orthèses suivantes ?

Colliers cervicaux, Ceintures lombaires / thoraciques / abdominales / de grossesse, Orthèses de poignet / main / doigt, Orthèses de coude (coudière ...), Orthèse d'épaule (orthèses d'immobilisation, épaulières ...), Chaussettes, bas ou collants de contention veineuse, Orthèses de genou (genouillères, attelles d'immobilisation ...), Orthèses de cheville (chevillères, orthèses stabilisatrices de cheville avec montants latéraux rigides ...), Orthèses du pied (talonnettes, semelles amortissantes, bottes de marche, chaussures thérapeutiques ou autre ...), autre orthèse non citée.

OUI, Laquelle ? _____

NON (ou orthèse **sur-mesure**)

Si la réponse est OUI,

Avez – vous consulté un médecin ?

OUI NON

Avez – vous eu une ordonnance ?

OUI NON

Où avez-vous acheté l'orthèse ?

- Magasin de sport
- Pharmacie
- Supermarché
- Magasin de matériel médical
- Internet
- Autre, précisez _____

Quels critères ont orienté votre choix ?

- Le prix
- La disponibilité du produit
- La disponibilité du vendeur
- La qualité du produit
- La qualité des conseils
- Autre, précisez _____

Si la réponse est NON,

Où iriez-vous l'acheter en cas de besoin ?

- Magasin de sport
- Pharmacie
- Supermarché
- Magasin de matériel médical
- Internet
- Autre, précisez _____

Pour quelle raison ?

Quelles seraient vos attentes ?

- Le prix
- La disponibilité du produit
- La disponibilité du vendeur
- La qualité du produit
- La qualité des conseils
- Autre, précisez _____

Ce questionnaire est maintenant terminé. Merci pour votre participation



Pour quelle raison avez – vous eu besoin d'une orthèse ?

- Blessure suite à la pratique d'une activité sportive
- Accident de travail ou blessure liée à l'exercice de son métier
- Accident domestique
- Blessure chronique
- En prévention
- Autre, précisez _____

De quelle façon avez-vous été informé concernant l'utilisation de l'orthèse ?

- Par la notice
- Par un conseil oral (du vendeur, du pharmacien)
- Je n'ai pas ressenti le besoin d'être informé
- Autre, précisez _____

Vous êtes-vous senti suffisamment informé lors de l'achat ?

- OUI
- NON

Vous a-t-on fourni immédiatement l'orthèse ?

- OUI
- NON

Si NON, dans quel délai ? _____

Avez-vous dû retourner chez le fournisseur après fourniture de l'orthèse ?

- OUI
- NON

Si OUI, pourquoi ? _____

Votre orthèse vous a-t-elle donné satisfaction ?

- OUI
- NON

Si NON, pourquoi ? _____

Quel type de fournisseur recommanderiez-vous à vos connaissances ?

- Magasin de sport
- Pharmacie
- Supermarché
- Magasin de matériel médical
- Internet
- Autre, précisez _____

Merci pour votre participation

Annexe 6 : LISTE DES DU D'ORTHOPEDIE EN FRANCE

Facultés	Intitulé du DU	Remarque
Amiens	Orthopédie et petit appareillage	
Angers	Orthèses et prothèses externes	
Besançon	Orthopédie pratique et petit appareillage	
Bordeaux	Orthèse, petit matériel orthopédique	
Caen	Pharmacien orthésiste	
Châtenay-Malabry	Orthèses et prothèses externes	
Clermont-Ferrand	Orthopédie	
Dijon	Orthopédie	
Grenoble	Orthopédie	Pas ouvert en 2018-2019
Lille	Orthopédie petit appareillage	
Limoges	Pharmacien orthopédiste orthésiste	
Lyon	Orthopédie et petit appareillage pratique	Pas ouvert en 2018-2019
Marseille	Petit appareillage en orthopédie	
Montpellier	Pharmacien orthopédiste	
Nancy	Orthèses	
Nantes	Orthopédie pour les pharmaciens	
Paris V (Descartes)	Orthèses et prothèses externes	
Poitiers	Orthopédie et petit matériel	
Rennes	Pharmacien Orthésiste	
Rouen	Orthopédie petit appareillage	
Strasbourg	Pharmacien orthopédiste orthésiste	
Toulouse	Pharmacien orthésiste	
Tours	Petit appareillage	Pas ouvert en 2018-2019

Annexe 7 : LES OUTILS COMMERCIAUX DU LABORATOIRE CIZETA®

PLV ORTO SL LADY / SL 500

PLV COMPTOIR GAMME ELASTIQUES

DÉPLIANT-POSTER ENTORSE DE CHEVILLE

A2T

SON INDICATEUR SPÉCIAL PERMET DE BIEN SUIVRE L'ÉTAT DE VOTRE CHEVILLE...
 +20% de confort
 +37% de stabilité
 +36% de protection

6000

Entorses de cheville par jour

30% d'athlètes

20% à 30% des traumatismes de la cheville surviennent dans les 3 semaines

1,2 millions d'€ en coût journalier de frais médicaux

5% à 20% d'invalidité chronique*

LES TRAUMATISMES DE LA CHEVILLE

Le protocole GREC

	1	2	3	4	5	6	7
Pathologie	Entorse de cheville	Entorse latérale	Entorse antérieure	Entorse postérieure	Entorse médiale	Entorse latérale médiale	Entorse latérale médiale postérieure
Sévérité	1	2	3	4	5	6	7
Produit de soins	Cheville Cizeta Talo	Cheville Talo	GL	Patella	A2T	Patella	A2T
Prévention de port à long terme	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Repos	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Élévation	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Compression	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non

BLOC QUESTIONNAIRE

Questionnaire : évaluer le niveau d'instabilité de la cheville

Cette évaluation ne permet pas de faire un diagnostic médical. Si le patient n'est pas à l'aise et que le traumatisme est récent, il est conseillé de consulter un médecin.

Douleur :

- Traumatisme récent de la cheville (entorse, choc, chute), pas d'œdème et pas d'ecchymose : 5 points
- Localisation périmalléolaire (malléole interne ou externe) : 3 points
- Pendant les activités sportives : 4 points
- Localisée en niveau du cou-de-pied : 2 points
- Pas de douleur : 0 point

Œdème :

- En permanence : 5 points
- Après activité : 3 points
- Pas d'œdème : 0 point

Sensation d'instabilité :

- Permanente : 5 points
- Uniquement durant le sport : 3 points
- Léger : 1 point
- Aucune instabilité : 0 point

Conflit articulaire : sensation de ressaut (claquement interne) :

- Au niveau des malléoles : 3 points
- À l'intérieur de la cheville : 5 points
- Au niveau du cou-de-pied : 3 points
- Non : 0 point

TOTAL : / 20

Instabilité échelle de 0 à >18

TALO STAB (0-6), TALO PROTECT (6-12), TALO STRAPP (12-18), >18 consultation médicale recommandée et port d'un appareil de maintien type A2T

Questionnaire : évaluer le niveau d'instabilité du genou

Cette évaluation ne permet pas de faire un diagnostic médical. Si le patient n'est pas à l'aise et que le traumatisme est récent, il est conseillé de consulter un médecin.

Douleur :

- Traumatisme récent (entorse, choc, chute, luxation rotule), pas d'œdème et pas d'ecchymose : 5 points
- Localisation patella (rotule) : 3 points
- Pendant les activités sportives : 4 points
- Au réveil et par temps froid : 3 points
- Localisée en bas du tendon patellaire (insertion du tendon rotulien) : 2 points
- Pas de douleur : 0 point

Œdème :

- En permanence : 5 points
- Après activité : 3 points
- Pas d'œdème : 0 point

Sensation d'instabilité :

- Permanente : 5 points
- Uniquement durant le sport : 3 points
- Léger : 1 point
- Aucune instabilité : 0 point

Conflit articulaire : sensation de ressaut (claquement interne) :

- Au niveau de la patella (rotule) lors des mouvements de flexion et extension : 3 points
- Plus à l'intérieur du genou : 5 points
- Non : 0 point

TOTAL : / 20

Instabilité échelle de 0 à >18

GL STAB (0-6), PATELLA STAB (6-12), GL STRAPP (12-18), >18 consultation médicale recommandée et port d'un genouillier réglementaire GL 120

Questionnaire : évaluer le niveau de la lombalgie

1. Est-ce le premier épisode de lombalgie ?

- Oui : 1 point
- Non : 3 points

2. Depuis combien de temps souffrez-vous de votre lombalgie ?

- Moins d'1 semaine : 1 point
- Entre 1 et 4 semaines : 2 points
- Entre 1 mois et 3 mois : 3 points
- Plus de 3 mos : 4 points

3. Quel âge avez-vous ?

- 20 - 35 ans : 1 point
- 36 - 45 ans : 2 points
- 46 - 55 ans : 3 points
- 56 - 65 ans : 4 points
- > 66 ans : 5 points

4. Votre activité (professionnelle) vous amène-t-elle à porter des charges ?

- Non (travail administratif, sédentaire, ...) : 1 point
- Rarement : 2 points
- Fréquemment (jardinage, bricolage, déplacement régulier, ...) : 3 points
- Tout le temps (manutentionnaire, maçon, artisan, ...) : 4 points

5. Sur une échelle de 1 à 10, quel est votre niveau de douleur ? (1 étant très supportable et 10 insupportable)

- Intérieur à 3 : 2 points
- 3 à 5 : 4 points
- 5 à 8 : 6 points
- > 8 : 8 points

TOTAL : / 25

SL 350 (0-12), SL LADY (12-14), SL 500 (14-16), SL THAMO (16-22), >22 consultation médicale recommandée

Présentoir comptoir VIVA



Réglettes de segmentation du linéaire 1,8 X 35 cm

VARISAN Transparent *Elegance, douceur & résistance de la microfibre*

VARISAN Semi-transparent *La solidité de la microfibre en 10 couleurs*

VARISAN Naturels *Elegance et confort unique pour les peaux sensibles*

VARISAN Homme *Innovation et technicité pour un confort ultime*

VARISAN Accès aux soins *La compression médicale pour tous*

PLV Totem 50 X 155 cm



BIBLIOGRAPHIE

1. Ordre National des Pharmaciens. Carte régionale - Officine, disponible sur : <http://www.ordre.pharmacien.fr/Le-pharmacien/Secteurs-d-activite/Pharmacie/Cartes-regionales-Officine/Nombre-d-officines#> (page consultée le 4 septembre 2018)
2. Article R5125-10 du Code de la Santé Publique
3. Article R5125-8 du Code de la Santé Publique
4. Arrêté du 1er février 2011 relatif aux professions de prothésiste et orthésiste pour l'appareillage des personnes handicapées (JO du 10 juillet 2015)
5. Article D4364-10 du Code de la Santé Publique
6. Décret n° 2011-1432 du 3 novembre 2011 modifiant les articles D. 4364-2, D. 4364-3 et D. 4364-6 du code de la santé publique (JO du 5 novembre 2011)
7. Article D4364-6 du Code de la Santé Publique
8. Arrêté du 3 décembre 2015 relatif à la délivrance des orthèses de série par les orthoprothésistes, les podoprothésistes et les orthopédistes-orthésistes
9. Zamst France. Filmista, disponible sur : <https://zamst.fr/> (page consultée le 26 novembre 2018)
10. Décathlon. Ceinture lombaire SOFT 100, disponible sur : https://www.decathlon.fr/ceinture-lombaire-soft-100-id_8358391.html (page consultée le 26 novembre 2018)
11. Thuasne (FR). ManuImmo® pro, disponible sur : <https://fr.thuasne.com/fr/manuimmor-pro>, (page consultée le 26 novembre 2018)
12. Thuasne sport. Poignet de stabilisation Boa®, disponible sur : <http://www.thuasnesport.com/produits/ortheses-de-sport/stabilite-5/poignet-de-stabilisation-boa/>, (page consultée le 26 novembre 2018)

13. Cdiscount. Lot 2 cheilliere de maintien entorse luxation, disponible sur : <https://www.cdiscount.com/le-sport/soins-du-sportif/lot-2-cheilliere-de-mainti/f-12114-auc8606416811272.html?idOffre=236410281#mpos=1|mp>, (page consultée le 26 novembre 2018)
14. Article L5125-29 du Code de la Santé Publique
15. INSEE (Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques). Population totale par sexe et âge au 1er janvier 2018, France – Bilan démographique 2017, disponible sur : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1892086?sommaire=1912926> (page consultée le 11 septembre 2018)
16. INSEE (Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques). Pyramide des âges en 2018, disponible sur : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2381472#tableau-Donnes> (page consultée le 27 novembre 2018)
17. Arrêté du 13 juillet 2009 relatif à la codification du chapitre 1er du titre II de la liste des produits et prestations remboursables prévue à l'article L. 165-1 du code de la sécurité sociale (JO 31 juillet 2009)
18. La Revue Pharma. Orthoshop : découvrez le premier corner orthopédie de Cizeta Medicali, disponible sur : <https://www.revuepharma.fr/2018/07/orthoshop-decouvrez-le-premier-corner-orthopedie-de-cizeta-medicali/> (page consultée le 26 novembre 2018)
19. Arrêté du 24 juillet 2018 portant modification des modalités de prise en charge des chaussures thérapeutiques à usage temporaire et prolongé au chapitre 1er du titre II de la liste prévue à l'article L. 165-1 (LPP) du code de la sécurité sociale (JO 1 août 2018)

DEMANDE D'IMPRIMATUR

Date de soutenance : 30 JANVIER 2019

<p align="center">DIPLOME D'ETAT DE DOCTEUR EN PHARMACIE</p> <p>présenté par : FICARA CHARLINE</p> <p><u>Sujet :</u> ÉTUDE COMPARATIVE ENTRE LA DISPENSATION DES ORTHÈSES DE SÉRIE A L'OFFICINE ET LEURS VENTES DANS LA GRANDE DISTRIBUTION (LES ORTHÈSES, LE MARCHÉ, LE RÔLE DU PHARMACIEN)</p> <p><u>Jury :</u> Président : M. STEPHANE GIBAUD, Maître de Conférences Directeur : Mme AUDE LEMAIRE, Pharmacien Juges : Mme MARIE-EVE LAURENT, Pharmacien M. JULIEN GRAVOULET, Pharmacien</p>	<p align="center">Vu, Nancy, le 20 DECEMBRE 2018</p> <p align="center">Le Président du Jury Directeur de Thèse</p> <p align="center">M. STEPHANE GIBAUD Mme AUDE LEMAIRE</p>  
<p align="center">Vu et approuvé, Nancy, le</p> <p align="center">Doyen de la Faculté de Pharmacie de l'Université de Lorraine,</p> 	<p align="center">Vu, Nancy, le 10 JANV. 2010</p> <p align="center">Le Président de l'Université de Lorraine,</p>  <p align="center">Pierre MUTZENHARDT</p> <p>N° d'enregistrement :</p>

N° d'identification :

TITRE

**ÉTUDE COMPARATIVE ENTRE LA DISPENSATION DES ORTHÈSES DE SÉRIE
A L'OFFICINE ET LEURS VENTES DANS LA GRANDE DISTRIBUTION
(LES ORTHÈSES, LE MARCHÉ, LE RÔLE DU PHARMACIEN)**

Thèse soutenue le 30 janvier 2019

Par Charline FICARA

RESUME :

Actuellement, le marché des orthèses de série est en plein essor. Les fabricants confectionnent des produits de plus en plus techniques avec des tableaux de taillage permettant d'équiper de nombreuses personnes.

Paradoxalement, bien que la technicité des orthèses de série soit de plus en plus grande, ces dernières ne font pas partie du monopole pharmaceutique et peuvent donc être distribuées en dehors des officines. Mais le client est-il en capacité de s'y retrouver ? Quelle place le pharmacien d'officine occupe-t-il aujourd'hui parmi les autres distributeurs d'orthèses de série ?

Une étude comparative entre la dispensation des orthèses de série à l'officine et leurs ventes dans la grande distribution a été menée. Elle a pour but de connaître l'état de l'offre actuelle, le point de vue du consommateur, son comportement lors de l'achat d'une orthèse de série et sa satisfaction. A partir des constats et résultats obtenus, des pistes d'amélioration ont été proposées pour aider les pharmaciens d'officine à pratiquer l'activité d'orthopédie dans de bonnes conditions.

En effet, de grandes disparités entre les différents lieux de vente sont visibles, tant au niveau des produits proposés que de la prise en charge du public. Si les consommateurs sont majoritairement satisfaits par le conseil reçu et le produit proposé et qu'ils recommandent principalement le lieu officine, il va de soi que les officinaux doivent se montrer exemplaires et donc améliorer leur pratique. Grâce à ses compétences et son expertise, le pharmacien d'officine doit donc sensibiliser le public aux avantages et inconvénients de chaque lieu dans le but de sécuriser la dispensation des orthèses de série.

MOTS CLES :

Orthopédie, orthèses de série, étude comparative, conseils à l'officine

Directeurs de thèse	Intitulé du laboratoire	Nature
Mme LEMAIRE Aude	Pharmacien d'officine	Expérimentale <input checked="" type="checkbox"/>
M. GIBAUD Stéphane	Cibles thérapeutiques, formulation et expertise préclinique du médicament	Bibliographique <input type="checkbox"/> Thème <input checked="" type="checkbox"/>

Thèmes

1 – Sciences fondamentales
3 – Médicament
5 – Biologie

2 – Hygiène/Environnement
4 – Alimentation – Nutrition
⑥ – Pratique professionnelle