

## Pharmacie drive ou le nouveau concept de la fast-pharmacie

Abderrahim DERRAJI - 2016-02-09 15:03:30 - Vu sur [pharmacie.ma](http://pharmacie.ma)

Le drive, ce moyen très pratique qui nous facilite la vie quand il nous évite les longues files d'attentes dans les fastfood, et nous évite par conséquent d'entendre une reprise en boucle de la fameuse phrase : je suis fatigué, j'ai faim que nos enfants adorent grincer de la bouche quand ils attendent avec lassitude leur menu "kids". Ce concept génial des grandes sociétés de consommation, où le temps est une denrée rare, où chaque seconde est comptée. En effet, dans les sociétés fortement industrialisées, l'homme n'est plus maître du temps. Il est en revanche pris à court par le temps. Les gens se pressent pour aller au travail. Ils se pressent pour terminer le travail. Les gens se pressent pour aller faire du sport. Ils se pressent pour terminer la séance de sport pour aller faire leurs courses. Les gens se pressent pour faire les courses, ils les font rapidement pour aller manger quelques part. Evidemment, ils mangent très rapidement pour pouvoir aller voir un film, une pièce de théâtre ou tout simplement rentrer voir une émission télé à forte audience. Les gens sont tellement pressés que les génies du marketing ont utilisés cette course contre la montre pour innover et créer de nouveaux services, poussant à d'avantage de consommation et permettant à ces gens pressés à prendre un peu le pas sur temps. Ce concept, dont l'impact sur le développement d'une activité commerciale n'est plus à démontrer est de plus en plus usité, tant par les entreprises de la restauration rapide que par la grande distribution, voire même par les banques, qui pour certaines réservent des espaces drive pour les clients désirant effectuer des opérations via un guichet automatique bancaire. Et le recours au drive ne s'arrête pas à ces activités. Je ne peux m'empêcher de me poser la question pour savoir si ce concept est transposable à l'activité pharmaceutique. Ma première réflexion a porté sur l'idée elle même, sur sa nouveauté dans la pratique officinale. Certes, il s'agit d'une idée géniale, d'un concept novateur, qui sans aucun doute permettra aux gens pressés d'acheter leurs médicaments avec la même rapidité qu'ils font pour acheter leurs hamburgers. Le drive en pharmacie est peut être pour le malade un bon moyen pour éviter les regards et l'ouïe développée des indiscrets, surtout quand on cherche à garder ses maux en secrets. Cependant, l'idée qui n'est pas contestée en elle même, risque d'altérer l'acte pharmaceutique de dispensation, de le banaliser, de le "mécaniser". L'acte pharmaceutique est au delà de la transaction matérielle qu'il représente, demeure un espace temporel de communion, de dialogue et d'échange entre un professionnel initié et son malade. L'acte pharmaceutique de dispensation reste un moment de confiance et d'assurance où le pharmacien est tenu par les règles du métier à s'investir dans cette relation en donnant au malade toutes les informations utiles et nécessaires sur son état de santé, sur son traitement. Réduire ce moment à un simple passage rapide sur une piste pour récupérer un sachet de médicament, c'est réduire l'espace pharmacie à un simple guichet et c'est réduire le pharmacien à un simple livreur. Avec les temps qui courent et avec tout ce qui se prépare pour la pharmacie, certains diront qu'il vaut mieux courir à grande vitesse derrière le monopole plutôt que de le voir s'effriter petit à petit.