

L'Ordre des pharmaciens prend le virage de la transparence et du dialogue

Interview de la Pre Carine De Vriese, par Martine Versonne

En 2026, l'Ordre des pharmaciens est en pleine réflexion pour améliorer sa communication, se montrer plus proche de ses membres voire de la population. L'objectif est toujours de servir l'intérêt de la profession et la santé publique, tout en conservant la confiance des patients. La Pre Carine De Vriese, sa co-présidente, fait le point sur ce chantier d'envergure.

Après les célébrations de son 75^e anniversaire, l'Ordre des pharmaciens passe à la vitesse supérieure et se lance dans la course à la communication. Le site web va être complètement revu, la newsletter dynamisée et les réseaux sociaux investis.

Carine De Vriese: Conscient d'un manque de communication et de son image d'institution «déconnectée» et «rigide», l'Ordre a lancé une refonte ambitieuse de sa communication. Lors de mon arrivée en tant que co-présidente (en 2020), on entendait peu l'Ordre, malgré un volume d'actions conséquent. Faute de compétences internes suffisantes, on a engagé une société de communication afin de réaliser une analyse qualitative auprès de nos membres sur la façon dont ils nous percevaient et les besoins en information et transparence, de définir une stratégie et un plan annuel de communication.

Ce plan annuel vise à établir une communication bidirectionnelle avec les membres, du Conseil national aux Conseils provinciaux, et vice versa, tout en renforçant la transparence des actions de l'Ordre. Il prévoit une refonte complète du site web afin de le rendre plus dynamique et attractif, et d'offrir un accès facilité aux informations juridiques. De plus, une newsletter bimestrielle ou trimestrielle sera relancée afin de partager les nouveautés pertinentes pour la profession. Enfin, une stratégie de communication renforcée sur les réseaux sociaux, en commençant par LinkedIn, est envisagée pour accroître la visibilité de l'Ordre et moderniser son image, souvent perçue comme trop discrète.

La première étape est centrée sur les membres les plus proches (conseils provinciaux...), nous visons ensuite le grand public avec des messages concrets et ponctuels ne se limitant pas au Rapport annuel.

Pourquoi l'Ordre des pharmaciens ne s'est-il pas attaché plus tôt à moderniser son image?

La mise en place des changements a été tardive en raison de processus décisionnels internes longs: analyse des offres, discussions budgétaires et suivi via une réunion mensuelle du Conseil national. Le rythme plus lent nous permet de sécuriser



© Lara Herbinia

Carine De Vriese

la qualité, la cohérence et la conformité des messages. Ainsi, la mise en ligne du nouveau site est prévue cette année, mais nous n'avons pas encore de date précise.

Au-delà de la communication, l'Ordre travaille à la simplification de ses procédures, à la révision de son règlement d'ordre intérieur et espère une modernisation du cadre légal pour devenir plus efficace et retrouver une certaine jeunesse. Notre ambition est d'en finir avec une discrétion excessive; d'installer des échanges bidirectionnels où les adhérents accèdent aux actions, publications et retours de discussions avec les décideurs politiques. L'Ordre veut accompagner les initiatives des pharmaciens en leur fournissant un cadre juridique et des possibilités concrètes.



La question du service de garde est-elle encore problématique?

« **P** arfois perçu comme une charge lourde, c'est un service clé mais fragile. Certains discutent la notion "d'urgence". Des dispenses de garde individuelles peuvent être accordées sur dossier, sans dispenser la pharmacie de l'obligation: le titulaire dispensé doit trouver un remplaçant. À plus long terme, l'Ordre juge nécessaire de redéfinir le système de garde et de communiquer au public qu'il s'agit bien d'un service d'urgence et non d'une extension des horaires, d'où l'application d'un honoraire de grade. Un avant-projet de loi (cabinet de la ministre Simonet) sur les heures d'ouverture pourrait impacter la garde. La double tutelle ministérielle (commerce et santé) complexifie la situation. Ici, notre mission est de veiller à l'exhaustivité réglementaire et au maintien de conditions acceptables pour les pharmaciens. »

Cela concerne notamment les activités annexes et la publicité?

Oui, aujourd'hui ces demandes sont mieux encadrées, moins problématiques grâce à un suivi rigoureux. Chaque initiative est analysée en amont; un projet d'avis précise, par exemple, la mise à disposition de locaux hors heures d'ouverture selon la finalité. Les juristes privilégient la prévention à la sanction, en tenant compte de la réalité de terrain.

« L'IA ne pose pas de problème en soi, c'est un outil d'aide, mais il ne remplace pas le jugement du professionnel. »

L'Ordre défend le monopole du pharmacien pour le médicament, dans un contexte où l'impact des ventes en ligne (OTC, compléments, dispositifs) reste difficile à estimer.

Ensuite, il y a le déploiement des services cliniques (revues de médication, sevrage des benzodiazépines...). En tant que première ligne accessible sans rendez-vous, le pharmacien joue un rôle de triage essentiel, orientant vers le médecin ou gérant des situations simples, voire en réintégrant ceux qui renoncent aux soins pour raisons financières par exemple. Ces actes non rémunérés sont essentiels pour la santé publique et renforcent l'image d'un professionnel de confiance.

Quel est le rôle de l'Ordre face aux défis actuels du système de santé, comme la digitalisation et l'IA?

L'IA ne pose pas de problème en soi, c'est un outil d'aide, mais il ne remplace pas le jugement du professionnel. L'enjeu est l'usage qu'on en fait et qui exige prudence, esprit critique et respect du RGPD. Par exemple, ne pas télécharger de documents patients dans des outils libres sur lesquels la maîtrise des données est perdue. L'Ordre n'a pas encore reçu de questions directes, mais il se prépare à des analyses juridiques au fil des cas.

Comment l'Ordre peut-il aider les pharmaciens à préserver leur indépendance professionnelle dans un contexte de plus en plus commercial?

Il y a une pression concurrentielle évidente, mais l'Ordre maintient les normes déontologiques pour préserver la confraternité et l'indépendance. La fidélisation passe par le conseil, le service et la qualité du suivi, souvent plus déterminants que le prix pour les patients.

Intervient-il dans les pénuries de médicaments?

C'est un problème transnational de santé publique. L'Ordre n'a pas le lead mais soutient les initiatives belges et européennes de détection, d'analyse et de communication, et se déclare prêt à participer aux discussions. Il a sensibilisé les décideurs en période électorale, parce que le pharmacien est en première ligne et se sent démuné sans décisions politiques fortes.