



Oncopharmavie, c'est une offre inédite de produits et services dédiés aux patients atteints d'un cancer, accessibles sans rendez-vous en

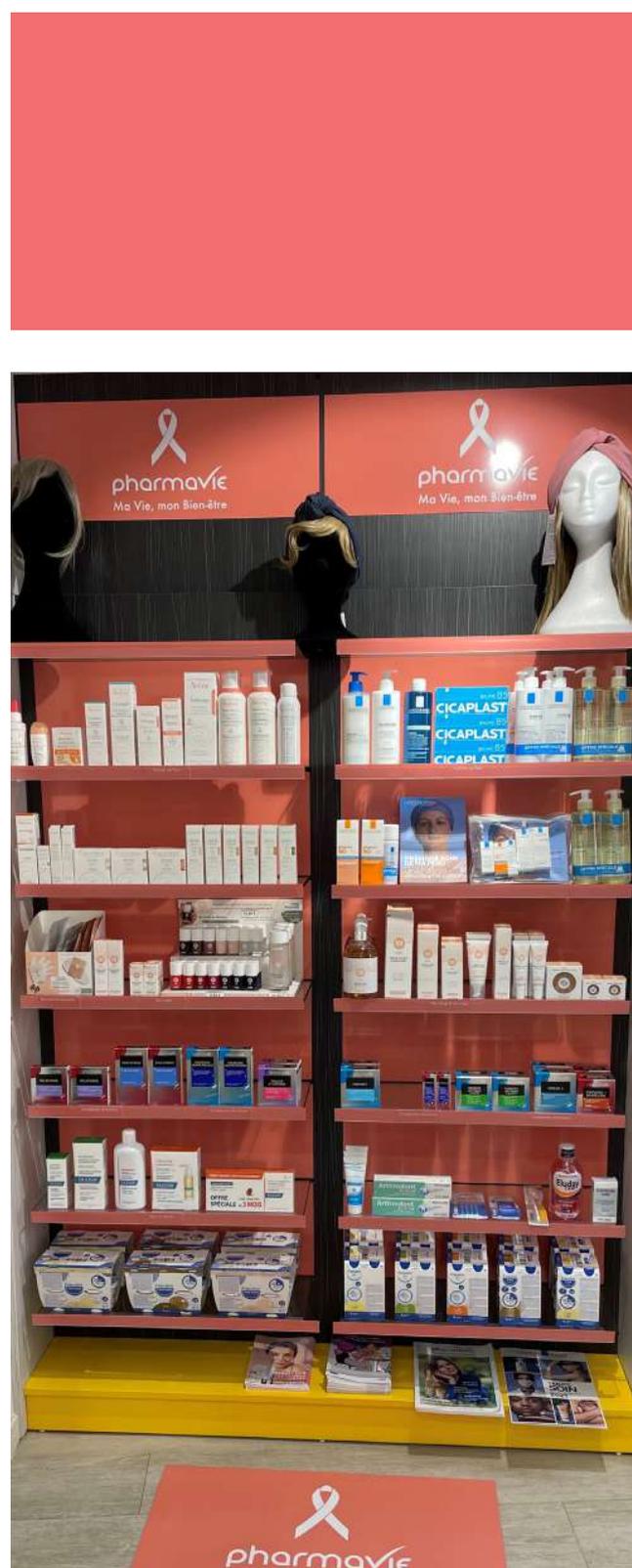
officines. C'est aussi la mise en avant de « cancer survivors », ces personnalités inspirantes dont le chemin de vie a connu la maladie et font bénéficier de leurs expériences aux autres...

**O**u comment un groupement de 500 pharmacies, réparties sur tout le territoire français, s'adresse aux patients atteints d'un cancer, de l'annonce de la maladie au suivi jusqu'à sa rémission ? Le réseau PHARMAVIE a imaginé un accompagnement inédit dédié à ces patients, entre formation des pharmaciens, sélection de marques et de services adaptés et partenariats sur mesure. Découverte...

Au début de l'année 2019, PharmaVie a lancé **OncoPharmaVie** avec le soutien du laboratoire AVÈNE, partenaire de la première heure. En jeu, la prise de conscience que le rôle des pharmaciens devenait de plus en plus important auprès de cette patientèle particulière, qui, au-delà des rendez-vous médicaux, a besoin au quotidien d'un accompagnement spécifique, avec de nombreuses questions sur les conséquences des traitements sur la peau, les cheveux, les ongles, sur la nutrition, l'activité physique, la socio-esthétique...

Toutes les questions qu'on ne peut pas toujours poser à son oncologue, faute de temps, mais aussi parce que ces thématiques ne sont pas purement médicales, alors même qu'elles permettent aux patients de rester dans « la vie ». Le rôle des pharmaciens est encore plus marquant dans les zones de déserts médicaux, où il peut incarner ce lien quotidien, accessible en continu et sans rendez-vous.

Plusieurs piliers soutiennent l'offre de services **OncoPharmaVie**, tous complémentaires, permettant à PharmaVie d'occuper une place unique dans l'accompagnement des patients. Avant toute chose, les pharmacies proposant cet accompagnement disposent d'un espace dédié à l'oncologie, rassemblant la sélection de produits en lien avec les attentes spécifiques de ces patients.



# Des partenariats avec des marques choisies

Espace de confidentialité et marques dédiées accueillent les patients tout en douceur : les espaces **OncoPharmaVie** présentent un certain nombre de marques, toutes sélectionnées pour leurs performances, mais plus au loin, c'est aussi l'histoire de ces marques qui a interpellé PharmaVie. Il s'agit souvent de marques fondées par des créateurs qui ont eux-mêmes vécu le cancer, et qui savent, mieux que quiconque, quels sont les besoins, l'évolution de ces besoins, les questions du quotidien, puisqu'ils ont eux-mêmes eu ce parcours quelques temps auparavant. Pour PharmaVie, il s'agit là de véritables cautions qui vont permettre une relation de confiance avec les patients. Selon les produits représentés, ces marques sont soit accessibles dans les espaces dédiés à l'oncologie, soit dans les zones de confidentialité, en toute discrétion. Parmi ces marques, de la multinationale centenaire aux marques niches juste nées (\*Nouveautés 2021), **le laboratoire AVÈNE** a mûri le projet aux côtés du groupement, fort d'une expertise complémentaire à celle des pharmaciens en officines.



Une marque née de l'imagination de deux femmes qui ont mis au point la 1<sup>re</sup> marque de produits de beauté entièrement dédiée aux femmes concernées par le cancer, à la fois experte, désirable et féminine. Une histoire de marque fondée sur la compréhension que les malades ont besoin de préserver leur image et leur estime personnelle. Que reconquérir sa féminité, c'est se sentir plus forte psychologiquement pour mieux se battre contre la maladie.

EAU THERMALE

**Avène**

le don d'apaiser

Réduire et soulager les effets cutanés indésirables des traitements anticancéreux, telle est la mission de l'Eau Thermale Avène pour ces patients spécifiques. Car ici aussi, le constat est identique pour la peau : si les nouveaux traitements offrent espoirs et perspectives pour les patients, les innovations thérapeutiques apportent aussi leur lot d'effets indésirables, liés au mode d'action de ces molécules, allant du simple désagrément à des situations très invalidantes pouvant même remettre en cause la poursuite de la thérapeutique anticancéreuse. La peau est très souvent concernée : sécheresse intense, inflammation et douleurs sur les zones d'appui, crevasses, fissures, éruptions acnéiformes... Il existe des solutions pour gérer ces effets cutanés liés aux médicaments, et éventuellement à la radiothérapie. Ces soins de support, très faciles à utiliser, font appel à des dermo-cosmétiques d'une grande exigence de qualité. Combinés à des recommandations sur les bonnes attitudes à adopter vis-à-vis de la peau, ils sont devenus le complément indispensable pour poursuivre le traitement anticancéreux dans un confort cutané et une qualité de vie moins impactés.

**LA ROCHE-POSAY**

LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

La marque affirme sa volonté de construire une passerelle entre dermatologie et oncologie depuis plusieurs années. Si les traitements (chirurgie, chimiothérapie, radiothérapie, hormonothérapie, immunothérapie et thérapies ciblées) offrent de nouvelles perspectives aux patients touchés par un cancer, les progrès provoquent des effets indésirables cutanés chez 2 patients sur 3 : sécheresse cutanée, radiodermite, syndrome mains-pieds, folliculite... Au-delà de l'inconfort physique, ces problèmes cutanés peuvent avoir impact psychologique et émotionnel importants dans le quotidien de la personne malade. Loin d'être une fatalité, grâce à des soins dermo-cosmétiques ciblés, La Roche-Posay prouve qu'il est possible de les prévenir et de les soulager : pommadage, hydratation, apaisement, douceur et maquillage adapté sont aussi essentiels que précieux, pour préserver sa qualité de vie. La marque propose aussi une large palette de soins oncologiques de support, reconnus par la communauté d'experts comme faisant partie intégrante du soin en cancérologie.



La fondatrice est une professionnelle passionnée et aguerrie dans les univers pharmaceutique et cosmétique quand elle est touchée par un cancer du sein en 2013. Ne trouvant pas les produits adaptés à ses besoins particuliers (par ex, une ultra-sensibilité olfactive et sensitive), elle décide de créer une gamme de produits de beauté et d'hygiène pensée et destinée aux femmes touchées par la maladie, qui leur apporterait confort et réconfort, en parfaite sécurité. En tant que « cancer survivor », la création d'Ozalys lui a permis de donner du sens à cette épreuve.

### 1001 perruques •

Créé en 2011, 1001 Perruques c'est avant tout une affaire de famille. En effet, Isabelle, la maman, est prothésiste capillaire depuis plus de 30 ans et c'est avec sa fille Alexie qu'elle a décidé de lancer le site 1001perruques.com. Ce duo leur permet de combiner l'expérience d'Isabelle dans le métier et l'aisance d'Alexie pour le e-commerce. 1001perruques.com possède aujourd'hui une gamme de plus de 3 000 références. Des perruques pour femmes, hommes et enfants, des bonnets et turbans de chimiothérapies ainsi que tous les accessoires pour l'entretien des perruques y sont proposés. Les plus grandes marques sont présentes sur le site : Ellen Wille, NJ Paris, Gisela Mayer, Eva Doria ou encore Modixx. Enfin, 1001 Perruques propose des perruques de Classe I, modèles 100 % pris en charge par la sécurité sociale à hauteur de 350 €.

### Micronutrition PharmaVie

PharmaVie présente une expertise de plus de 20 ans dans le domaine de la micronutrition, via sa marque propre de compléments alimentaires répondant aux besoins des patients. Les produits de la gamme micronutrition de PharmaVie sont formulés en répondant aux 3 exigences suivantes :

- des formules exclusives et développées en interne, par les équipes PharmaVie ;
- la qualité des actifs qui les composent ;
- une fabrication encadrée dans le respect des règles de bonne pratique.



### BIOGARAN

Un laboratoire pionnier connu de tous, devenu en quelques années un acteur majeur de l'industrie pharmaceutique, 1er laboratoire de médicaments génériques en France. Pour les patients atteints de cancer, Biogaran a choisi d'aller sur le chemin de la qualité de vie : confiance en soi ou bonne santé psychologique, c'est par le biais des « soins de support » que Biogaran accompagne les patients : nutrition, activité physique, médiation, acupuncture, art-thérapie, musicologie... Ces soins sont reconnus comme faisant partie intégrante du soin en cancérologie, ils ont pour objectif de minimiser les conséquences de la maladie et des traitements. Ils peuvent être proposés lors de l'annonce de la maladie, pendant et après le traitement et s'adaptent aux besoins des patients et de leur entourage.



Les produits Nutricia sont issus du groupe Danone, qui a une expertise dans le domaine de la nutrition médicale, et en particulier dans les besoins de personnes atteintes d'un cancer. Élaborés par des professionnels de santé, en concertation avec des associations de patients, les produits font l'objet d'un ambitieux programme d'études cliniques. Par exemple, la maladie et les traitements peuvent augmenter les besoins en protéines et en énergie des patients atteints d'un cancer. Mais s'alimenter peut être difficile car le cancer et les traitements associés s'accompagnent souvent d'effets secondaires qui peuvent restreindre l'alimentation. Autre sujet, lors de leur traitement, jusqu'à 70 % des patients souffrent d'altérations du goût (trop salé ou sucré en bouche, perte de goût qui peut être totale ou partielle, goût amer, acide ou métallique...). Il s'agit donc de proposer une alimentation adaptée aux besoins de ces patients.



### LES FRANJYNES

Une collection de franges (ou prothèses capillaires partielles), entièrement adaptées à l'alopecie et la pelade, évolutives à la repousse des cheveux et à accessoriser avec un turban, un bonnet, un foulard ou encore un turbonnet selon le look désiré. La marque, dont le système est breveté, a été créée par Julie, qui cherchait une alternative aux perruques lorsqu'elle a été elle-même touchée par un cancer du sein de grade III à 27 ans. Au-delà du look, Julie a réalisé que ce nouvel accessoire adapté à ses besoins lui procurait un réel effet thérapeutique, car le moral est essentiel à la guérison. Des déclinaisons existent pour les femmes, y compris les sportives, mais aussi les enfants (les Franjynettes) et les hommes (les Franjyns).

### amoena

Créée en 1975, Amoena est l'inventeur de la prothèse mammaire externe en gel de silicone avec un savoir-faire inégalé dans les techniques d'application pour améliorer la vie des femmes d'aujourd'hui. Sa mission est d'améliorer la qualité de vie des femmes opérées du sein et de les accompagner tout au long de leur parcours. Amoena accompagne la femme et lui propose un large éventail de services. Son magazine, Amoena Life, est distribué gratuitement aux femmes opérées du sein. Plus de plus de 400.000 lectrices dans une dizaine de pays le lisent régulièrement. En tant que leader mondial, Amoena a déposé de nombreux brevets pour des matériaux, des produits et des méthodes de fabrication, y compris en termes environnementaux.

# Des formations sur mesure pour les équipes officinales

Les pharmaciens de PharmaVie, désireux d'ouvrir un espace Oncologie, doivent obligatoirement suivre une formation dédiée. Dans les faits, **PharmaVie** s'est rendu compte que les pharmacies engagées sont très enthousiastes, et sensibilisent toute l'équipe, pas simplement un référent. Accompagner ces patients sur la route sinueuse de la maladie est un engagement fort, des liens se nouent, et les équipes sont elles-mêmes investies dans le suivi du combat mené. Chaque année, le programme de formation est complété, proposant un nouveau planning de formations pour faire monter encore en compétences les équipes sur le sujet.



## En 2021, de nouvelles formations ont été mises au point

Elles comprennent un temps d'échange avec chacune des marques partenaires : comprendre les spécificités de chaque produit, à quel profil de patients les conseiller, à quel stade de la maladie (annonce, suivi, rechute...). L'accompagnement, les mots, les produits et les soins supports ne sont pas les mêmes. En fin d'année, c'est une nouvelle plateforme dédiée qui va voir le jour, pour que les pharmaciens et leurs équipes puissent, à tout moment, choisir et suivre les différentes formations sous format digital.

## Le pharmacien s'affirme comme le 1<sup>er</sup> acteur de proximité dans le parcours patient

Le rôle du pharmacien ne cesse d'évoluer. Grâce à son accès direct, sans RDV, à sa proximité et à la confiance que les patients lui donnent, il joue un rôle non négligeable lié à l'observance des traitements, à l'état psychologique des patients, à l'orientation vers des équipes médicales ou des soins de support par exemple.

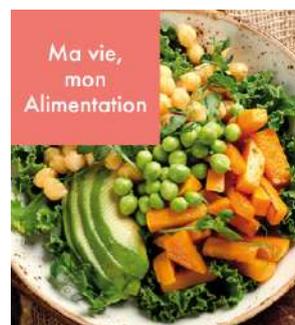
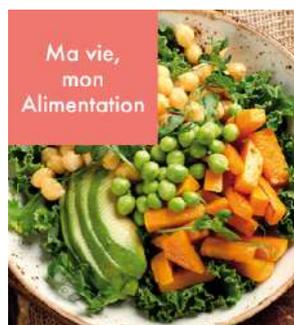
**Un nouveau décret** a d'ailleurs vu le jour le 30 septembre 2020, dans lequel est spécifié que les pharmaciens d'officine peuvent réaliser **un accompagnement pharmaceutique pour les patients traités par des anticancéreux oraux**, dans le cadre d'un accord interprofessionnel favorisant la coordination avec les prescripteurs. Ces nouveaux entretiens concernent des patients âgés de 18 ans et plus, traités par des anticancéreux administrés sous forme orale. L'intégration du patient dans le dispositif d'accompagnement, ainsi que la désignation du pharmacien choisi par le patient sont formalisées par une adhésion. En pratique, le pharmacien procède à l'analyse des interactions médicamenteuses potentielles avec ses autres traitements, puis réalise, la première année, un entretien initial permettant d'évaluer les connaissances du patient sur son traitement et de l'informer sur les modalités d'administration, et 2 entretiens thématiques, le premier portant sur les difficultés rencontrées dans sa vie quotidienne en lien avec son traitement (dont un focus sur les effets indésirables), le second visant à apprécier l'observance du patient.

Le pharmacien a alors pour mission d'informer le centre spécialisé en oncologie et le médecin traitant de ces patients sur l'intégration de ces derniers dans ce dispositif. Il les contacte selon les besoins (précisions sur le schéma thérapeutique, échange sur les risques d'interaction médicamenteuse, survenue d'effets indésirables nécessitant d'orienter le patient pour prise en soins...).

# Un programme de coaching dédié

Pour proposer une véritable offre de services à 360°, côté pharmaciens mais aussi patients, PharmaVie a également imaginé un programme de coaching & d'accompagnement, « **Ma Vie, Mon Bien-être** ». Lancé dès début 2019, ce programme complet donne aux pharmaciens les moyens de mieux prendre en charge les patients atteints de cancer. Il est mis à disposition des patients, directement sur le site PharmaVie :

<https://www.pharmavie.fr/page/3172-ma-vie-mon-bien-etre>



L'objectif est de renforcer l'expertise des pharmaciens, afin de proposer aux patients des solutions d'amélioration de la qualité de vie, au travers de conseils, de produits et de services spécifiques disponibles dans un espace dédié. C'est en collaboration avec ses pharmaciens, ainsi que ses partenaires engagés, que PharmaVie a développé « Ma Vie, mon Bien-être », traitant chaque mois d'un effet engendré par la maladie pour accompagner au quotidien les patients, en dehors de la pharmacie. Parmi les exemples de thématiques, « Ma vie, ma Peau », « Ma vie, mon Sourire », « Ma vie, mon Alimentation », « Ma vie, mon Sport », « Ma vie, mon Style », « Ma vie, mon Travail », « Ma vie,

ma Sérénité », « Ma vie, ma Féminité ». À chaque fois, des témoignages de patients, et un rappel des symptômes, les parties du corps pouvant être concernées, le délai d'apparition. PharmaVie propose alors quelques conseils pratiques du quotidien et des routines soins sur mesure.

Enfin, pour faciliter le quotidien des patients, et leur faire découvrir les marques proposées dans les espaces, **PharmaVie a mis au point un totebag** contenant une pochette trieuse qui permet aux patients de regrouper tous les papiers et informations reçus sur la maladie. Des échantillons de produits sont offerts pour qu'ils puissent les tester.

# 4 Des partenariats inédits, prenant en considération tous les aspects de la vie quotidienne

En résumé, c'est un véritable écosystème complet et bienveillant que PharmaVie a imaginé pour ses espaces oncologie, sans cesse enrichis des dernières nouveautés proposées par les marques et les partenaires. En un peu moins de 2 ans, le groupement de pharmaciens a conquis 160 nouvelles officines, et conseillé plus de 3000 patients sur le chemin de la maladie.



Enfin, dans ce programme inédit mis au point pour ses espaces OncoPharmaVie, le groupement a noué des partenariats, à l'instar de celui avec « **Cancer@work** », le 1<sup>er</sup> club d'entreprises dédié au sujet du cancer au travail.

A la fois plateforme d'échanges et de partage sur l'intégration de la maladie en entreprise ainsi qu'incubateur de projets d'innovation économique et sociale, « **Cancer@Work** » œuvre au quotidien à changer le regard de la société et de l'entreprise sur les malades. Ainsi, au travers de ses actions et de celles de ses membres, elle permet à tous (malade, aidant proche, manager opérationnel, collègue, service des ressources humaines, de santé au travail, dirigeants...) de mieux vivre le cancer au travail.



**Cancer@Work**

Ensemble, apprenons à mieux vivre le cancer au travail



Autre illustration avec l'engagement de PharmaVie dans le projet « **MyPeBS** » (My Personal Breast Screening). Il s'agit d'un projet international unique financé par l'Union européenne. Il a pour but d'évaluer si un dépistage personnalisé du cancer du sein pourrait être une meilleure option de dépistage pour les femmes de 40 à 70 ans. Les progrès scientifiques récents ont grandement amélioré la compréhension de la génétique du cancer du sein et ont permis d'identifier des facteurs de risque non génétiques. Nous disposons maintenant d'outils d'estimation des risques précis et de connaissances suffisantes pour étudier les avantages d'une nouvelle approche de dépistage basée sur l'estimation du risque individuel du cancer du sein : c'est précisément l'objectif de « **MyPeBS** ».



## À PROPOS DE PHARMAVIE

PharmaVie est un groupement de **500** pharmacies réparties sur le territoire français, **2000** pharmaciens, **5 000** préparateurs en pharmacie, conseillers en diététique et en dermo-cosmétique, qui se forment en continu pour être à la pointe de leur savoir-faire. Pour garantir ce niveau de services et d'expertises, PharmaVie accompagne ses adhérents dans la démarche de certification **ISO 9001/QMS**.



## RENSEIGNEMENTS LECTEURS

<https://www.pharmavie.fr/>

[Facebook](#)  
pages pharmavie  
+ oncopharmavie

[Linkedin](#)  
PharmaVie

[Instagram](#)  
Pharmavie

## CONTACTS PRESSE

### **BPFConseil**

**Béatrice Parrinello-Froment**  
beatriceparrinello@bpfconseil.com  
06 63 72 16 06

**Justine Germond**  
justine@bpfconseil.com  
06 30 19 79 77

