

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2014



Bilan des actions de communication 2014

DIRECTION DE LA COMMUNICATION



Sommaire

Quelques définitions	5
La Direction de la communication	6
Préambule	6
La Direction	6
Faits marquants	8
Réaction de l'Ordre national des pharmaciens à l'étude de l'Inspection générale des finances concernant la profession de pharmacien titulaire d'officine.....	8
Le dispositif de communication : On a tous une pharmacie dans sa vie.....	10
Objectifs	10
Pilotage	10
Eléments du dispositif.....	11
Le dispositif éditorial de l'Ordre	13
Les publications	14
La photothèque	15
L'évènementiel.....	16
Pharmagora (29 et 30 mars 2014).....	16
Le rendez-vous des Conseillers ordinaires, des pharmaciens et des leaders d'opinion : la Journée de l'Ordre du 24 novembre 2014	17
Les relations presse	18
Le digital	20
Internet.....	20
Extranet	22
Intranet.....	24
Réseaux sociaux	25
Le budget.....	26

Quelques définitions...

... pour bien appréhender le territoire d'intervention de la Direction de la communication :

Image (de marque) : Ensemble des représentations mentales, évocations, associations, attachées par un individu (ou un groupe) à une marque (ou une entreprise, institution...). (source : www.mercator-publicitor.fr).

Réputation : manière dont quelqu'un, quelque chose est connu, considéré dans un public. Opinion favorable ou défavorable du public pour quelqu'un, quelque chose (source : www.larousse.fr).

Notoriété : caractère de ce qui est notoire, connu d'un grand nombre de personne (source : www.larousse.fr).

La Direction de la communication

Préambule

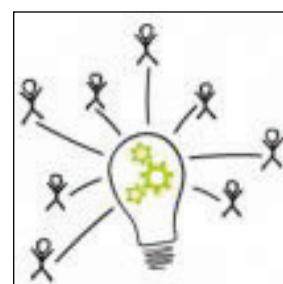
L'année 2014 a été, pour l'Ordre et la profession, riche en événements marquants qui ont nécessité la mobilisation de la Direction de la communication. On notera en particulier :

- l'étude de l'Inspection générale des finances concernant la profession de pharmacien titulaire d'officine ;
- l'amende prononcée par la Commission européenne pour infraction au droit de la concurrence (biologie) ;
- le dispositif de communication impliquant tous les représentants de l'officine.

La Direction

L'équipe est constituée de cinq personnes :

- Karine Lacour-Candiard, Directrice de la communication
- Anne-Laure Berthomieu, Directrice adjointe
- Caroline Gérain, Chargée de communication digitale
- Quiterie Gueniot, Responsable du dispositif éditorial et son remplaçant pendant le congé maternité, Adrien Dartiguenave
- Delphine Dupont, Assistante de la direction



Source : Google images

Chaque personne a des missions spécifiques et une expertise mais l'équipe travaille également de façon transverse sur les dossiers.



Source : Google images

En plus de ce qui est présenté de façon détaillée dans ce bilan, on notera que **la direction travaille également en étroite collaboration avec les sections** pour des conseils en communication.

Par exemple, des réunions communication trimestrielles sont organisées avec la section A. La Direction de la communication a participé à la mise en œuvre du programme qualité avec la section A (organisation du séminaire) et aux réunions de préparation des états généraux avec la section D.

Enfin, **la Direction de la communication fait partie du groupe « Conduite du changement »** et accompagne la DRH dans la réflexion et la mise en œuvre d'actions pour moderniser l'institution.



1 ANNÉE AVEC LA DIRECTION DE LA COMMUNICATION

RÉPUTATION



11 JOURNAUX PAR AN
15 LETTRES ÉLECTRONIQUES DONT 4 SPÉCIALES
1 CAHIER THÉMATIQUE

DISPOSITIF ÉDITORIAL



1199830
VISITES SUR LE SITE DE L'ORDRE

18 265
VISITES SUR L'INTRANET DE L'ORDRE

LANCEMENT DES COMPTES TWITTER
@ORDRE_PHARMA (1260 FOLLOWERS)
@ISABELLEADENOT (1125 FOLLOWERS)

DIGITAL

468 DEMANDES PRESSE GÉRÉES
3 CONFÉRENCES DE PRESSE ORGANISÉES
1 REVUE DE PRESSE QUOTIDIENNE

ÉDITION



10
PUBLICATIONS

RELATIONS PRESSE



2
ÉVÈNEMENTS ORGANISÉS :
LA JOURNÉE DE L'ORDRE ET PHARMAGORA

ÉVÈNEMENTIEL

CONDUITE DU CHANGEMENT

IMAGE

ACTIVITÉS PRINCIPALES



1 DISPOSITIF DE COMMUNICATION
"ON A TOUS UNE PHARMACIE DANS SA VIE"
+
PARTICIPATION À LA GESTION DE CRISE

Faits marquants

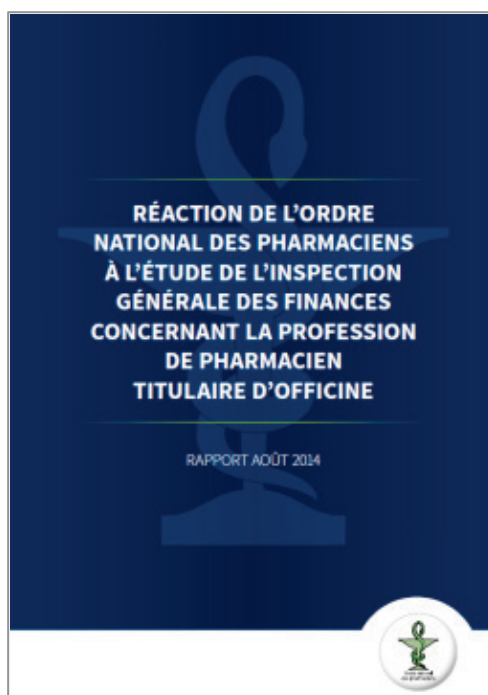
Réaction de l'Ordre national des pharmaciens à l'étude de l'Inspection générale des finances concernant la profession de pharmacien titulaire d'officine

Le 10 juillet dernier, le ministre de l'Economie Arnaud Montebourg détaillait sa feuille de route pour le redressement économique de la France. Son ambition : « restituer 6 milliards d'euros de pouvoir d'achat aux Français » via un projet de loi.

Parmi les mesures envisagées, le ministre remettait en question le bien-fondé des professions réglementées qui, selon ses termes, « *sont en situation de monopole et captent par leur position des revenus à la population pour des services payés trop chers qui entament le pouvoir d'achat des ménages* ».

A la suite de ces déclarations, l'Ordre a mis en œuvre une communication adaptée :

- ▶ Publication de la réponse de l'Ordre au rapport de l'Inspection générale des finances



- ▶ Diffusion de **5 communiqués de presse** entre le 22 août et le 30 septembre :
 - *L'Ordre national des Pharmaciens rend public le fact-checking du rapport IGF concernant la profession de pharmacien titulaire d'officine, et en démontre les aberrations*
 - *Projet de loi sur croissance et pouvoir d'achat : communiqué de presse commun*
 - *Une délégation des pharmaciens d'officine reçue par Marisol Touraine et Emmanuel Macron*
 - *Le 30 septembre, les pharmaciens seront mobilisés tout en assurant leur mission de service public*
 - *La mobilisation des pharmaciens atteint 100%, avec un service de garde assuré dans de bonnes conditions*

- ▶ Organisation des réponses à toutes les **demandes presse** : 95 demandes reçues (en août et septembre) et traitées
- ▶ Mise en œuvre de **permanences** les week-ends
- ▶ Mise en œuvre d'une **veille presse** spécifique
- ▶ **Articles** dans le Journal et la Lettre et lettres électroniques dédiés : création d'une rubrique dédiée
- ▶ Conception d'une **affiche** pour toutes les pharmacies pour la grève du 30 septembre



- ▶ Alimentation des comptes **Twitter** @IsabelleAdenot et Ordre_Pharma

Le dispositif de communication : On a tous une pharmacie dans sa vie

A l'occasion de sa 27^{ième} Journée annuelle, le 24 novembre, l'Ordre national des pharmaciens a lancé une campagne de communication sur le thème « On a tous une pharmacie dans sa vie ».



Objectifs

Pour conforter l'attachement des Français à leurs pharmacies, l'Ordre a décidé de communiquer sur la pharmacie, un espace de santé proche de chacun, accessible sans rendez-vous et qui contribue pleinement à l'efficacité du système de santé. Il entendait ainsi rappeler le rôle incontournable des officines pour l'accès aux soins de proximité et de premier recours.

Ce dispositif élaboré en concertation avec les trois syndicats représentatifs de la pharmacie d'officine (FSPF, UNPF, USPO), a été réalisé avec l'aide de l'agence Publicis Consultants (choisie à l'issue d'un appel d'offres conduit en 2014). Il rappelle que le public/patient a besoin d'un pharmacien indépendant, exerçant au sein :

- d'un « écosystème » santé construit avec les autres pharmaciens (hospitaliers et biologistes) et les autres professionnels de santé ;
- de la chaîne sécurisée pharmaceutique.

Pilotage

Un comité de pilotage (avec les représentants de la profession) et un comité opérationnel (composé des conseillers ordinaires et des permanents de l'Ordre) ont été mis en œuvre. Ils se sont réunis 14 fois. De plus, des réunions entre Publicis et la Direction de la communication ont eu lieu chaque semaine de juin à décembre 2014.

Eléments du dispositif

L'ensemble des éléments du dispositif est sur un site web spécialement conçu : on-a-tous-une-pharmacie.fr (50 375 visites).

Le dispositif comporte **4 actions** :

- ▶ **4 émissions Consomag** réalisées avec l'Institut National de la Consommation. Ces émissions (2 minutes) ont été diffusées à partir de la semaine du 18 novembre sur les chaînes de France Télévisions (France2, France3, France4, France5, FranceÔ). Pédagogiques, elles apportent des conseils aux téléspectateurs et traitent, par des voix experte - parfois extérieures à la profession - quatre thèmes : « Dossier Pharmaceutique : mode d'emploi », « Les pharmaciens et leurs missions », « Armoire à pharmacie : les règles à respecter » et « Médicaments sur Internet : attention aux contrefaçons ». Les mêmes thèmes sont traités avec plus de détails en 4 minutes et sont visibles sur le site on-a-tous-une-pharmacie.fr



Bilan Consomag (en plus des multiples diffusions sur France Télévisions) :

- 1 070 vues du film « Le pharmacien et ses missions »
- 1 460 vues du film « Dossier pharmaceutique »
- 715 vues du film « Médicaments sur Internet »
- 810 vues du film « Armoire à pharmacie »

- ▶ **Un film** (1 minute 30) présenté lors de la 27ème Journée de l'Ordre. Il a été médiatisé sur de nombreux sites visités par le grand public, notamment YouTube, pendant quatre semaines.

Son thème : une journée type d'un pharmacien et de son équipe (rôle de premier recours, prévention, test rapide d'orientation diagnostique, conseil, proximité avec la population et qualité de relation entretenue grâce à la confiance, au sein de la pharmacie).

Ce film est téléchargeable pour ceux qui veulent le diffuser dans leur officine ou ailleurs, sur le site de l'Ordre : <http://www.ordre.pharmacien.fr/Communications>



Plus de 88 000 vues du film sur YouTube (695 000 vues du teaser)

Le film a plu à 88% des Français et 94% des pharmaciens => la profession a adhéré (cf : étude IFOP).

► « Histoires de pharmacie »

Qui mieux que les pharmaciens et les Français pour se faire l'écho de leur quotidien ? Le site est une invitation au partage d'expériences. Nous avons proposé aux pharmaciens de témoigner. Nous avons reçu de très belles histoires et tranches de vie... Elles sont sur le site on-a-tous-une-pharmacie.fr. Maintenant, les patients sont invités à partager leurs « histoires de pharmacie » : le geste, le conseil, le moment d'écoute, le service et bien d'autres choses qui les ont touchés et convaincus que leur pharmacie est un lieu de santé unique.



- **1 affiche**, adressée aux pharmaciens d'officine courant septembre : « Pour tous vos médicaments, un seul lieu : votre pharmacie ».

Les résultats à retenir

- **88 231 vues** du film « Une journée comme une autre » sur YouTube le 05/02/15
- **50 375 visites** sur le site « Onatousunepharmacie.fr »
- **Les femmes et les jeunes ont été réceptifs à nos messages.** Ils étaient nos cibles privilégiées.
- **Un très bon taux de clics** sur les sites du Quotidien et du Moniteur sur lesquels nous avons mis des bannières.
- **240 tweets** sur le dispositif.
- Une étude a été commandée à l'Ifop pour évaluer le dispositif :
 - Le film a plu à **88% des Français et 94% des pharmaciens** ⇒ la profession a adhéré.
 - Le slogan « on a tous une pharmacie dans sa vie » a également été apprécié par **86% des Français et 93% des pharmaciens.**

Le dispositif éditorial

Donner des repères, être référence. Ce sont les objectifs du dispositif éditorial, dans un contexte de profonde mutation pour la profession.

En 2014, l'Ordre a réalisé et diffusé :

- **11 journaux**
- **15 lettres électroniques, dont 4 lettres spéciales :**
 - « Réponse au rapport de l'IGF » - (août)
 - « Rencontre avec la ministre de la santé » - (septembre)
 - « Mobilisation des pharmaciens le 30 septembre » - (octobre)
 - « Journée de l'Ordre » - (novembre)
- **1 cahier thématique**
 - « Le pharmacien et les plantes » (juillet)



Les résultats à retenir

- ▶ **8 pharmaciens sur 10 lisent le journal** au moins de temps en temps (70%, quelle que soit la section), un taux de lecture qui se consolide. Ils choisissent majoritairement les articles qui les intéressent.
- ▶ **La réception de la Lettre progresse** : plus d'un pharmacien sur deux la reçoit ; parmi ceux-ci :
 - Les 2/3 la lisent au moins de temps en temps
 - 6/10 font défiler la page de haut en bas pour la voir dans son intégralité
- ▶ **Une confiance quasi-totale** et qui progresse dans le Journal (97%) et la Lettre (95%)
- ▶ **Des informations spécifiques** et un dispositif majoritairement jugé **utile**.
- ▶ Un dispositif qui **dynamise** l'image de l'Ordre, tout en continuant à **informer sur ses actions** et à **montrer son engagement pour la profession**.

Source : Synthèse du baromètre d'évaluation du dispositif éditorial - Occurrence Healthcare, juin. 2014

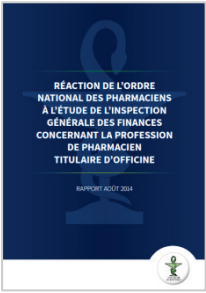
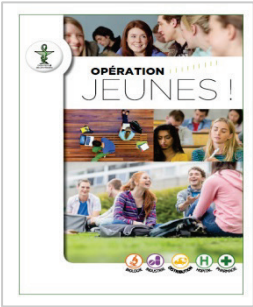


- ▶ **67 241 abonnés à la lettre@ en décembre 2014**, soit +30% par rapport à fin 2013 (lié à l'augmentation du nombre de pharmaciens ayant communiqué leur adresse email pour se connecter à l'extranet).

Les publications

6 publications et un kit de communication ont jalonné l'année 2014, dont deux sont désormais des rendez-vous récurrents (carte de vœux et « A quoi sert votre cotisation ? »).

Ces supports ont été mis en ligne sur le site de l'Ordre et ont fait l'objet d'un article dans le Journal de l'Ordre et la lettre électronique.

<p>Janvier</p>		<p>Carte de vœux (versions papier et digitale)</p> <p>En collaboration avec le Conseil national (CN) et la Direction de l'Organisation des Systèmes d'Information (Dosi) pour la version digitale</p> <p>4 000 exemplaires distribués aux CN, Sections (y compris CROP et délégations d'outre-mer) et Directions de l'Ordre</p>
<p>Mars</p>		<p>A quoi sert votre cotisation ?</p> <p>En collaboration avec le Conseil national (CN) et la Direction Administrative et Financière (DAF)</p> <p>Cibles : Pharmaciens inscrits au tableau de l'Ordre</p> <p>Résumé : Ce dépliant présente les orientations budgétaires de l'Ordre et les actions réalisées.</p> <p>Ce support a été diffusé à l'ensemble des pharmaciens inscrits au tableau de l'Ordre avec l'appel à cotisation 2014-2015.</p>
<p>Avril</p>	<p>Figure 1</p>  <p>Figure 2</p>  <p>Figure 3</p> 	<p>Kit de communication « Programme Qualité »</p> <p>En collaboration avec la Direction de l'Exercice Professionnelle (DEP)</p> <p>Cible : Présidents des CROP et Présidents et délégués locaux de délégation d'outre-mer</p> <p>Résumé : Ce kit a été conçu pour promouvoir le programme Qualité auprès des pharmaciens. Il était composé de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 100 brochures « La qualité, où en êtes-vous ? » et un porte-brochure (Figure 1) - 1 affiche « Découvrez le programme Qualité de l'Ordre » (Figure 2) - 1 film de présentation du programme (Figure 3) à diffuser lors de vos rencontres avec les confrères.
<p>Juillet</p>		<p>L'officine française – le contraire d'une rente</p> <p>Cibles : Abonnés du journal de l'Ordre et institutionnels</p> <p>Résumé : Ce document présente de nouvelles voies d'évolution à la fois sur le métier de pharmacien d'officine, la structure dans laquelle il exerce, les produits qu'il dispense et les services qu'il pourrait proposer.</p>

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Août</p>		<p>Réaction de l'ONP à l'étude de l'IGF concernant la profession de pharmacien titulaire d'officine</p> <p>Cibles : Institutionnels</p> <p>Résumé : L'Ordre national des Pharmaciens rend public le fact-checking du rapport IGF concernant la profession de pharmacien titulaire d'officine, et en démontre les aberrations.</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Octobre</p>		<p>Opération Jeunes !</p> <p>En collaboration avec le Secrétariat général du Conseil national (CN)</p> <p>Cibles : Etudiants en pharmacie, interne et jeunes pharmaciens</p> <p>Résumé : Ce document présente les recommandations des Présidents de l'Anepf et du FNSIP-BM issues de l'opération nationale d'écoute des jeunes et futurs pharmaciens. Il a été remis le 9 octobre 2014, lors de La convention nationale de synthèse de cette opération qui s'est tenue à la Maison de la Mutualité (Paris).</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Novembre</p>	<p>Figure 5</p>  <p>Figure 4</p> 	<p>Pourquoi est-ce important de parler avec son pharmacien ?</p> <p>En collaboration avec la HAS et le Ministère des affaires sociales, de la santé et des droits des femmes</p> <p>Cibles : Pharmaciens d'officine</p> <p>Résumé : Cette brochure (Figure 4) et cette affiche (Figure 5) ont été mises à la disposition des pharmaciens pour la Semaine de la sécurité des patients 2014. Ces outils interpellent les patients et invitent au dialogue.</p> <p>Ils peuvent être commandés sur le site du Cespharm</p>

La photothèque

La Direction de la communication a organisé des prises de vue auprès des représentants de l'officine et de la distribution afin d'enrichir les sources iconographiques.

L'évènementiel

Pharmagora (29 et 30 mars 2014)

La Direction de la communication a assuré l'interface avec les organisateurs et les conseillers participants à des conférences et plateau-TV.



Ces derniers ont présenté les dossiers clés de l'Ordre (DP, suivi du DPC, programme qualité) et ont porté la parole de l'institution sur les sujets d'actualité.

► Les différents plateaux-TV:

Avec Isabelle Adenot, Président du Conseil national de l'Ordre des pharmaciens :

- Plateau-TV inaugural traitant de sujets d'actualité
- L'Automédication (la perte du monopole est-elle inéluctable ?)
- « 3 questions à Isabelle Adenot » : présentation de l'Opération Jeunes.
- « La qualité, une priorité pour 2014 ».

Avec Alain Delgutte, Président du Conseil central A :

- « Idées reçues et contre-vérités sur l'officine : comment y répondre ? »
- « Comment augmenter le panier moyen en restant éthique ? ».

► Les conférences :

- **« Le contrôle par le CNOP du suivi de votre DPC »** (Xavier Desmas, Président de la Commission de l'exercice professionnel du CNOP et Marcelline Grillon, Vice-Présidente du Conseil central A)
- **« Les nouvelles fonctionnalités et l'évaluation du DP »** (Anna Sarfati, membre du CNOP représentant la section des pharmaciens hospitaliers, Alain Delgutte, Président du Conseil central A, Olivier Ferlet, membre du CNOP représentant la section des pharmaciens d'officine et Jean-Pierre Paccioni, Président du Conseil central B)
- **« Rencontres de la Section D »** (Jérôme Parésys-Barbier, Président du Conseil central D et les membres du bureau de la section D) : moment d'échanges avec les pharmaciens adjoints.

Le rendez-vous des Conseillers ordinaires, des pharmaciens et des leaders d'opinion de la pharmacie : la Journée de l'Ordre du 24 novembre 2014

Cette nouvelle édition a rassemblé près de 1 000 participants et a nécessité une solide organisation et coordination entre les différents acteurs de cette journée.

La Direction de la communication est mobilisée auprès du Secrétariat général : coordination des différents acteurs et intervenants de la journée (traiteur, Maison de la Chimie, agence de création,).



La Journée de l'Ordre a fait l'objet d'une lettre électronique spéciale et d'actions pour favoriser un taux de participation élevé : popin sur le site, articles dans le Journal et la Lettre, post sur Twitter, invitation presse...



- 16/09/14 : Projet de loi sur croissance et pouvoir d'achat : communiqué de presse commun
- 03/09/14 : Pour la 4ème année, l'Ordre national des pharmaciens ouvre ses portes au public à l'occasion des Journées européennes du patrimoine, les 20 et 21 septembre 2014
- 22/08/14 : L'Ordre national des Pharmaciens rend public le fact-checking du rapport IGF concernant la profession de pharmacien titulaire d'officine, et en démontre les aberrations
- 11/08/14 : Protéger les Français contre les dangers de la vente sauvage de médicaments
- 26/06/14 : Dossier Pharmaceutique : la force de l'usage - Rapport d'activité 2013
- 19/06/14 : La démographie des pharmaciens au 1er janvier 2014
- 19/06/14 : Sous prétexte d'innovation, peut-on s'affranchir de la sécurité des internautes ?
- 21/05/14 : Le programme d'accompagnement qualité à l'officine : pour consolider et progresser
- 14/05/14 : Le CNOP et la MILDECA coopèrent pour lutter contre les conduites addictives
- 31/01/14 : Santé publique et proximité, au cœur de la décision du Conseil constitutionnel
- 20/01/14 : Appel à projet de recherche sur l'évaluation du Dossier Pharmaceutique : Le CNOP retient deux projets d'étude
- 13/01/14 : Santé et conduite : « Certains signaux doivent vous faire réfléchir »
- 02/01/14 : Pour la seconde année, les pharmaciens et l'Ordre sont partenaires de l'opération Pièces Jaunes !

Le digital

Internet



Offrir une information de référence sur les 3 espaces de l'Ordre. Cela implique :

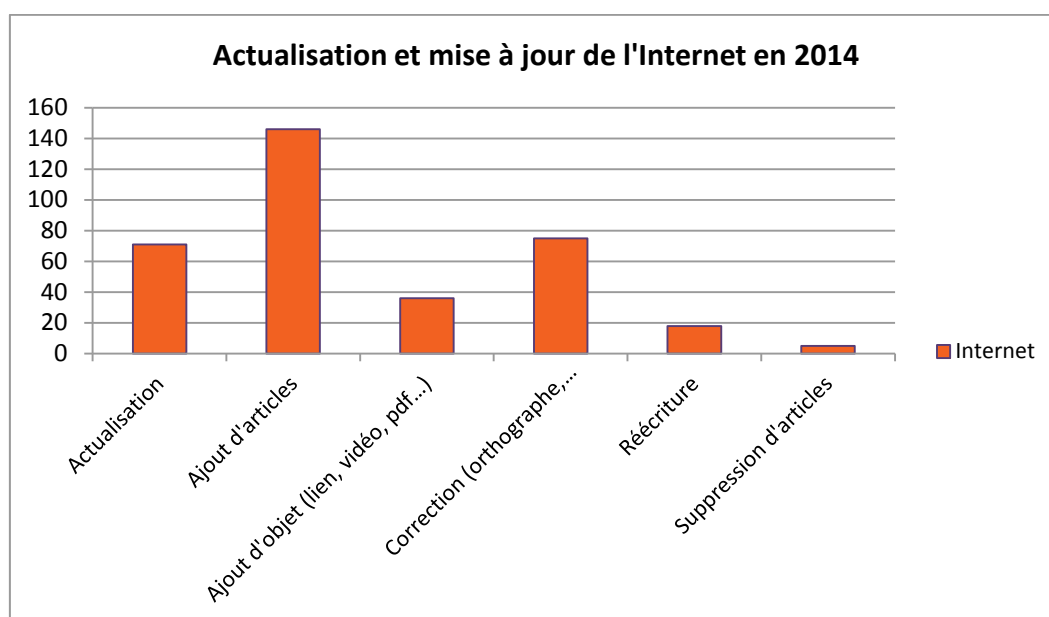
- un contrôle régulier,
- une coordination forte avec les directions et sections,
- et la gestion de validations parfois complexes.

En 2014, le site a ainsi fait l'objet :

- d'une revue complète et de 351 actions de modifications,
- d'une actualisation chaque semaine de la page d'accueil avec un nouveau « Le saviez-vous ? » et de nouveaux « Zoom sur »

Faciliter la navigation et rendre les sites attractifs pour les internautes sont des priorités qui se sont traduites par :

- la refonte du carrousel de la page d'accueil pour être graphiquement en phase avec la campagne « On a tous une pharmacie »
- la création d'un pictogramme pour inciter les pharmaciens à consulter l'extranet
- la création de nouvelles rubriques : « Rapports d'activité », « Programme qualité », « thèses d'exercice avec proposition de sujets de thèses pour les étudiants » ,



Les résultats à retenir

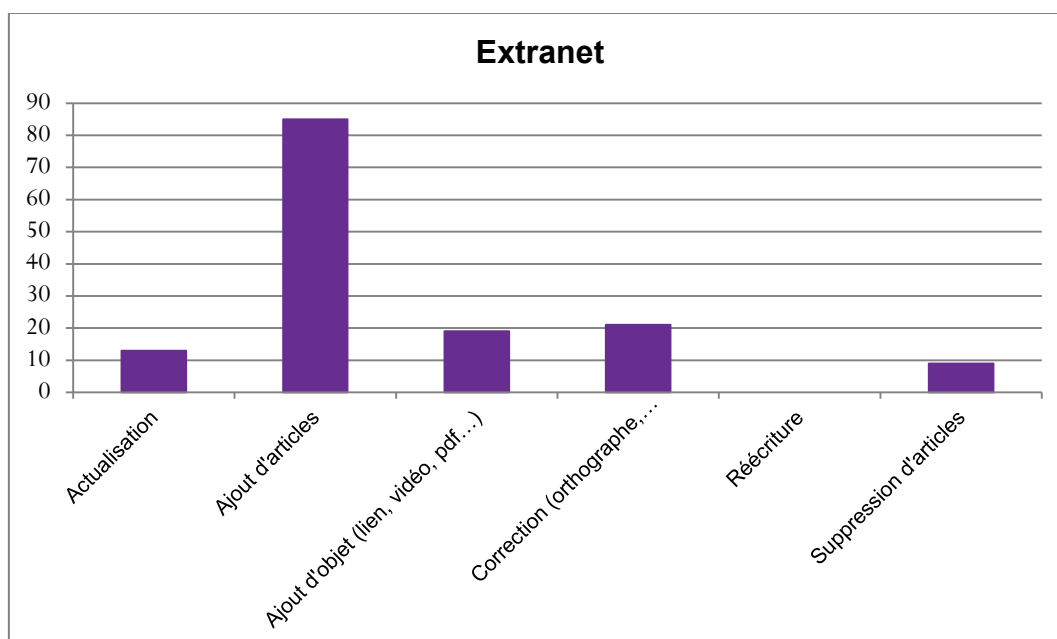
- ▶ **1 199 830 visites sur le site de l'Ordre en 2014** (+25% par rapport à 2013).

The screenshot shows the 'Espace pharmaciens' website interface. At the top left is the logo of the Ordre national des pharmaciens. The main header includes navigation tabs: 'LES CONSEILS', 'LES INFORMATIONS', 'CODE DE DÉONTOLOGIE', 'L'EXERCICE PROFESSIONNEL', 'SERVICES EN LIGNE', and 'DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL CONTINU'. A search bar is present with the text 'Rechercher:' and a magnifying glass icon. A user profile for 'DELPHINE DUPONT-ANANI' is visible in the top right corner, with options to 'Modifier mon mot de passe' and 'Mes alertes'. Below the navigation, a banner promotes 'commandez les carnets de suivi proposés par le Cespharm, l'ANSM et la Fédération Française de cardiologie'. The main content area is divided into several sections: 'Les informations' (with sub-tabs for 'LE JOURNAL', 'LA LETTRE', 'ACTUALITÉS', 'AUTRES'), 'Mon suivi de DPC', 'Services en ligne', 'Nouveau sur l'espace pharmaciens', 'Question flash', 'Le saviez-vous?', 'Fiches professionnelles', and 'Pages les plus consultées'. The 'Question flash' section contains a poll about the possibility of realizing certain vaccinations in pharmacies. The 'Fiches professionnelles' section lists articles with dates and titles, such as 'L'activité de sous-traitance de préparations pour une pharmacie d'officine par un établissement pharmaceutique'.

La direction de la communication a commencé à clarifier l'organisation des espaces. Ainsi, l'extranet va progressivement se concentrer sur les services proposés aux pharmaciens.

Pour ce faire, nous avons procédé à un travail de fond qui s'est traduit notamment par la suppression des articles en doublon avec le site internet ou déplacement des articles pouvant être portés à la connaissance du public.

Par ailleurs, Chaque semaine la rubrique « le saviez-vous ? » de la page d'accueil a été actualisée.



Les résultats à retenir

- ▶ **68 689 visites sur l'Espace pharmaciens** (+163% par rapport à 2013), dont 51 751 visites depuis septembre, date de lancement de la plateforme de DPC accessible via l'Espace pharmaciens.
- ▶ 147 actions de modifications sur l'Espace pharmaciens

Intranet



Dans le cadre de la conduite du changement, la direction de la communication en relation avec la DRH a lancé un « Comité de suivi Intranet » afin d'alimenter régulièrement l'intranet, de partager les actualités et préoccupations de chacun et développer la culture digitale en interne.

Afin de rester au plus près des attentes des internautes, une enquête a été menée auprès des collaborateurs 6 mois après son lancement. Celle-ci a révélé :

- **87%** des répondants déclarent se rendre sur l'intranet au moins une fois par semaine, voire tous les jours
- Pour plus de **9 intranutes sur 10**, le site leur permet d'être informé des **actualités et événements de l'Ordre** et connaître les **collaborateurs/élus**.
- Pour **8/10**, il permet de mieux connaître les **droits et démarches RH** et les **procédures internes**.

En lien avec la Dosi, l'évolution du site est constante : possibilité de voir sur la page d'accueil les dernières informations mises en ligne grâce au fil d'actualité « Nouveau », amélioration de la recherche dans l'annuaire.

Les résultats à retenir

- ▶ **48 265 visites sur l'Intranet de l'Ordre pharmaciens**, soit environ 4 000 visites par mois.
- ▶ 168 589 pages vues
- ▶ 550 articles et publications mis à la disposition des conseillers ordinaires et des collaborateurs

Réseaux sociaux



14 août 2014, lancement des comptes Twitter de l'Ordre et de Mme Adenot

► Compte de l'Ordre (au 9 janvier 2015) :

- 1 290 abonnés
- 167 abonnements
- 112 tweets



► Compte de Mme Adenot (au 8 janvier 2015) :

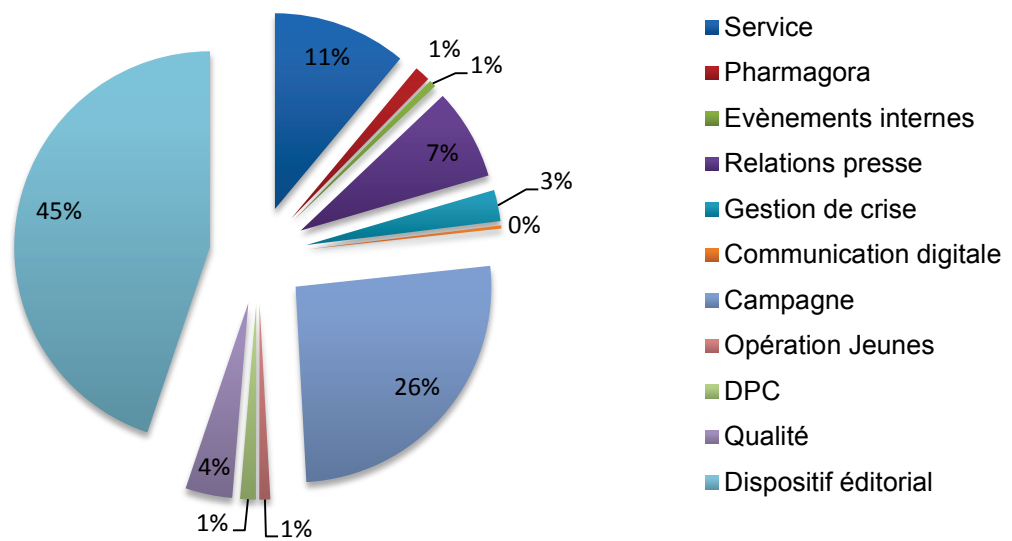
- 1 126 abonnés
- 176 abonnements
- 166 tweets



Chaque semaine, la Direction de la communication diffuse aux membres du Bureau-Présidents et du Codir-CSS, une veille des réseaux sociaux. Celle-ci permet de voir les sujets émergents, de quelle façon l'Ordre est interpellé et de mieux appréhender le fonctionnement des réseaux sociaux.

Le budget

**Répartition du budget
de la Direction de la communication en 2014**



LES SITES INTERNET DE L'ORDRE



Un espace dédié aux pharmaciens avec les informations réglementaires, juridiques et pratiques de la profession.

www.ordre.pharmacien.fr

Le portail de référence accessible à tous : un panorama complet et exhaustif de l'institution et de ses différentes missions.



www.acqo.fr

Des animations, tests de lecture et quiz pour parfaire les connaissances des pharmaciens sur l'accueil pharmaceutique des patients sans ordonnance.



www.cespharm.fr

Des outils pratiques pour agir au quotidien et contribuer à l'éducation sanitaire du patient.



www.eqo.fr

Le site dédié à la qualité à l'officine. Toutes les informations utiles et des outils d'évaluation en ligne pour accompagner le pharmacien.



www.meddispar.fr

L'information réglementaire de référence sur les médicaments à dispensation particulière



www.pharmavigilance.fr

Un site Internet pour accompagner les pharmacies dans leurs déclarations de vigilances sanitaires.



LA LETTRE ÉLECTRONIQUE

Inscrivez vous sur <http://recevoirlalettre.ordre.pharmacien.fr>

Un outil d'information synthétique et essentiel.



Suivez l'Ordre national des pharmaciens

sur Twitter

<https://twitter.com/IsabelleAdenot>

<https://twitter.com/OrdrePharma>

Ordre national des pharmaciens
4, avenue Ruysdaël - 75379 Paris cedex 08
Tél. : 01 56 21 34 34 - Fax : 01 56 21 34 99



Ordre national
des pharmaciens