



**CONSEIL DE L'ORDRE DES PHARMACIENS
DE LA POLYNESIE FRANCAISE**

NT 693739

B.P. 40147 – 98713 PAPEETE - TAHITI

Tél. (689) 40 54 32 90 - Fax (689) 40 54 32 91

Email : ordredespharmaciens@mail.pf

Papeete le 8 Juin 2016

Circulaire de Rappel

Alors qu'un pharmacien inspecteur vient d'être nommé et que la chambre de discipline est imminente, il nous a semblé opportun de vous faire parvenir :

- Un exemplaire du code de déontologie ci-joint
- Une circulaire ayant pour but de rappeler la position du Code de Déontologie et la position de l'Ordre sur certaines questions que peuvent se poser les officinaux dans leur exercice quotidien, ci-après.

1) Jurisprudence :

Conseil d'Etat du 13/03/1991

Le Conseil d'Etat a jugé que les dispositions du Code ne font pas obstacle au libre jeu de la concurrence concernant les produits de parapharmacie

CNOP du 29/07/1994

Le Code de déontologie s'impose au pharmacien sur l'ensemble de son exercice professionnel, qu'il s'agisse de la vente de médicaments ou de produits parapharmaceutiques

CNOP du 24/12/1995

A été qualifié de sollicitation illicite de clientèle la fidélisation de patients via la remise de cartes de « clients privilégiés »

Conseil d'Etat du 12/06/1998

Concernant l'article 57, le Conseil d'Etat a confirmé la légalité de ces dispositions en observant d'une part qu'elles n'interdisaient pas toute publicité en faveur des officines mais en fixaient uniquement les limites dans l'intérêt de la Santé Publique et d'autre part qu'elles ne portaient pas atteinte d'une manière excessive à la liberté d'expression.

En outre, le fait qu'elles imposent aux seules officines de pharmacie, à l'exclusion des commerces de parapharmacie, des restrictions en matière de publicité n'est pas contraire au principe d'égalité des lors que les pharmaciens qui sont seuls habilités à dispenser des médicaments ne sont pas placés dans une situation identique à celle des exploitants de commerces de parapharmacie

CNOP du 05/12/1998

Ne commet pas de manquement le pharmacien qui n'est pas présent de manière permanente dans son officine durant son service de garde, dès lors qu'il peut être joint à tout moment par téléphone et répondre dans un délai convenable aux besoins des patients.

CNOP du 04/03/1999

Commets un manquement le pharmacien qui ne répond pas, à plusieurs reprises, aux appels des patients et de la gendarmerie durant son service de garde, alors que France Telecom n'a signalé aucune anomalie technique sur la ligne.

CNOP du 31/01/2000

Est sanctionné le pharmacien qui, n'étant pas de garde, n'ouvrait son officine que le Lundi matin alors que ledit service s'étalait du samedi 19h30 au Lundi 14h. Il aurait dû dans ce cas la maintenir ouverte pendant la totalité du service de garde.

CNOP du 29/01/2002

Ont violé l'obligation déontologique de non cumul d'activités deux pharmaciens titulaires d'officine gérants de fait d'une parapharmacie.

CNOP du 16/05/2006

Commets un manquement à la déontologie, le pharmacien qui a laissé de façon habituelle son préparateur en pharmacie assurer seul des gardes de nuit à l'officine

CNOP du 21/05/2007

A été sanctionné le fait d'accorder une place prépondérante sur le fronton de l'officine à l'enseigne du groupement dont l'officine est adhérente, positionnée au-dessus de sa propre dénomination et dans une police de caractère deux fois plus importante.

CNOP du 11/03/2008

Ne commets pas de manquement le pharmacien qui s'absente momentanément de l'officine le jour de Noël et refuse d'y revenir immédiatement pour délivrer un médicament, dès lors que le médecin prescripteur lui avait confirmé que la délivrance pouvait attendre quelques heures.

CNOP du 01/07/2008

Constitue un manquement l'ouverture de l'officine au public en l'absence de tout pharmacien même si aucun acte pharmaceutique n'a été effectué ce jour-là.

CNOP du 17/11/2008

Constitue un manquement la délivrance de médicaments par la préparatrice en pharmacie en l'absence de tout contrôle du pharmacien.

CNOP du 15/12/2008

En se bornant à appliquer la politique promotionnelle décidée par le groupement d'officines auquel il a adhéré, le pharmacien titulaire a abdiqué en ce domaine toute indépendance professionnelle.

CNOP du 15/03/2009

A été sanctionné le fait d'apposer sur la vitrine des affiches recouvrant presque entièrement la surface de cette dernière et comportant des slogans tels que « *prix très bas sur toute la ligne* »

CNOP du 19/05/2009

Un titulaire d'officine ne peut gérer en sus de son activité une société commerciale même si ses fonctions de président dans les deux structures ne font l'objet d'aucun salaire.

CNOP du 18/05/2010 :

A été sanctionné le pharmacien qui prête son concours actif à la rédaction d'un article de presse débordant du simple cadre informatif et présentant un caractère manifestement publicitaire en faveur de son officine. Dès lors qu'il lui avait été soumis pour relecture, le pharmacien aurait dû informer le journaliste des contraintes déontologiques et réglementaires qui s'imposaient à lui et s'opposer à la parution de l'article en l'état.

CNOP du 29/06/2010 :

A été sanctionné le pharmacien qui, à l'occasion du transfert de son officine, participe à la rédaction d'un article de presse détaillant l'agencement intérieur de sa nouvelle officine puis ne s'oppose pas à sa publication.

CNOP du 15/09/2010

L'incompatibilité entre l'exploitation d'une officine et l'exercice d'une autre profession n'interdit pas l'exercice d'une autre activité accessoire ne revêtant pas la nature d'une profession.

CNOP du 16/03/2011

A été sanctionné le fait de recouvrir en totalité la vitrine d'une officine par des panneaux publicitaires énumérant certaines activités exercées comme la phytothérapie ou l'herboristerie, accompagnés par des slogans relatifs aux prix pratiqués et imprimés dans une police de caractères et de dimensions visibles depuis la voie publique, au détriment de toute information utile à la Santé Publique.

CNOP du 17/03/2011

Sont contraires aux dispositions déontologiques le fait de mettre temporairement à disposition d'une esthéticienne salariée d'une société, un espace de l'officine accessible au public afin que soit réalisée une animation ponctuelle pour des produits cosmétiques

CNOP du 28/06/2011

A l'inverse, a été autorisé le fait de faire apparaître plusieurs fois sur la façade le nom du réseau auquel l'officine adhère, cette mention étant inscrite en lettres de dimension bien inférieures à celles du terme « Pharmacie »

CNOP du 28/06/2011

Sont contraires aux dispositions déontologiques l'organisation sur rendez-vous d'une consultation gratuite de conseils en diététique et en nutrition dans l'officine par du personnel n'appartenant pas à l'officine.

CNOP du 14/05/2012

A été sanctionnée la vente par Internet de médicaments empêchant un échange interactif au moment de la vente avec le patient, elle ne permet pas d'accomplir l'intégralité de l'acte de dispensation.

2) Application pratique et position du conseil de l'Ordre de Polynésie

Publicité :

Un groupement ou un réseau constitué entre pharmacies ne peut faire de publicité en faveur des officines qui le constituent (Article R 5125-29 du Code de la santé Publique).

La seule publicité autorisée pour un groupement, un réseau et une officine est l'inscription dans l'annuaire.

Un pharmacien ne peut promouvoir ou encourager la vente ou une consommation abusive de médicaments, remboursés ou non. (Article 64)

Articles de presse :

Le seul objectif doit être informatif et non à but commercial.

Il ne doit pas être une publicité et doit profiter à l'ensemble de la profession.

Il ne doit pas être fait à l'initiative d'un pharmacien et ne doit jamais mettre en avant une officine.

Cartes de fidélité :

Toute carte de fidélité, provenant d'une officine, d'un groupement, ou de toute autre origine, est interdite en officine dans la mesure où elle crée un système de fidélisation de la clientèle pouvant avoir pour objectif de récupérer les ordonnances. (Articles 21 et 22)

Les bons d'achat :

Sont interdits car ils constituent une carte de fidélité détournée.

Flyers et communication :

Les flyers sont des supports d'informations assimilables à des articles de presse ou à Internet.

Ne peuvent être distribués qu'à l'intérieur de l'officine.

Ne doivent jamais mettre en avant un médicament remboursé ou non.

Peuvent présenter, à but informatif, de la parapharmacie seulement.

La publicité pour les produits dont la vente n'est pas réservée aux pharmaciens est admise à condition de :

- Demeurer loyale
- Se présenter sur un support compatible avec la dignité de la profession
- Observer tact et mesure dans sa forme et son contenu
- Ne pas être trompeuse pour le consommateur

Vitrines : article 53 et 58)

Il est interdit de faire la promotion de médicaments en vitrine et dans les emplacements visibles de l'extérieur.

La vitrine ne doit pas être utilisée aux fins de solliciter la clientèle par des procédés et moyens contraires à la dignité de la profession.

Les porte-ordonnances : (article 57)

Ne peuvent supporter que les noms et adresses de l'officine, le nom du ou des titulaires, le nom de la société propriétaire, le nom du groupement et les services apportées.

Aucune allégation commerciale n'est possible.

Les remises commerciales :

Sont autorisées y compris sur les médicaments remboursés, sans toutefois vendre à perte

Les promotions et publicités faites sur les remises sont interdites. Une remise faite sur un produit prescrit et pris partiellement en charge par une Caisse doit apparaître sur la facture et bénéficie également à la Caisse dans la proportion de la remise.

Livraison dans les îles : (Articles 21,22 et 27)

Le patient doit avoir le libre choix de son officine car toutes les officines sont capables de livrer des patients dans les îles.

Aucun acte de compérage avec des dispensaires, des infirmeries, ou autre professionnel de santé exerçant dans les îles n'est autorisé.

Livraison de médicaments :

Peut être effectuée mais avec tact et mesure.

Doit être effectuée par les seules personnes habilitées à délivrer des médicaments (pharmacien ou préparateur)

Le courtage est interdit.

Internet : (voir articles 53, 58 et 57)

Si la transmission d'ordonnances par mail ne pose pas plus de problèmes que la transmission par fax (elle est même plus sécurisée), elle est donc autorisée par l'Ordre. Il en est tout autrement des sites Internet qui sont régis par un certain nombre de principes :

- Les sites internet des officines doivent être déclarés à l'Ordre en préalable à leur utilisation.
- Leur validation par l'Ordre est obligatoire en préalable à leur utilisation et l'Ordre mettra sur son propre site la liste des sites Internet autorisés.
- Les réseaux sociaux (ex : Facebook, Twitter...) doivent également être déclarés au préalable et autorisés.

Il leur est de plus interdit d'acheter de la publicité en vue d'augmenter leur visibilité ou leur nombre de suiveurs.

Les sites internet et les réseaux sociaux (pages Facebook , Twitter, etc) déjà existants doivent également être déclarés avant fin 2016 pour validation par l'Ordre.

- La vente des produits par Internet est interdite.
- La publicité des produits par Internet est interdite.
- Le site doit contenir uniquement des informations générales (article 53) sur le nom de l'officine, du groupement ou du réseau, l'adresse, le téléphone, le nom du titulaire... ainsi que des informations générales à caractère éducatif et non publicitaire sur les traitements ou les maladies qui peuvent profiter à l'ensemble de la profession (ex : régimes à suivre pour un diabétique,)
- Le site ne peut en aucun cas promouvoir ou encourager la vente de médicaments (article 64)

Service de garde :

Visé à répondre à toutes les demandes du public en dehors des jours d'ouverture généralement pratiqués par les officines

Service d'urgence :

Organisé pour répondre aux demandes urgentes formulées en dehors des heures d'ouverture habituelles au public

Confraternellement

Le président

J . ALLEGRE