

Bonnes pratiques du métier de délégué pharmaceutique Aspects déontologiques

Avis présenté et adopté par le CA de NèreS le 14/09/2023

I. Périmètre de l'avis

Il s'agit d'une auto-saisine.

A la lumière du questionnement de certains de ses membres, le comité a souhaité examiner les problématiques déontologiques qui ne seraient pas couvertes par les « Bonnes pratiques relatives aux Délégués Pharmaceutiques (DP) » adoptées par NèreS en septembre 2020.

II. Ce que n'est pas l'avis

L'avis ne remet pas en question le périmètre et les missions des DP tels que définis par les Bonnes pratiques adoptées par NèreS.

III. Les référentiels

L'avis a pris en compte les référentiels suivants :

- Définition de la publicité (ou promotion) : Cf. DIRECTIVE 2006/114/CE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 12 décembre 2006 en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative : « *toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale dans le but de promouvoir la fourniture de biens ou services, y compris les biens immeubles, les droits et les obligations.* »*
En matière de produits de santé, elle s'applique à toute activité visant à promouvoir la prescription ou la délivrance d'un produit quel qu'en soit le support ;
- Réglementation de la publicité des médicaments et DM par le code de la santé publique, dispositions issues du code de la consommation ;
- Charte de déontologie professionnelle de NèreS, en particulier les dispositions visant à instaurer avec les professionnels de santé une relation commerciale de

- qualité, respectueuse et loyale ; et à leur fournir une information validée, objective et vérifiable ;*
- Recommandation de l'ARPP selon laquelle la publicité doit pouvoir être clairement identifiée comme telle, et ce quelle que soit la forme sous laquelle elle se présente ;*
- Pour le médicament, les dispositions déontologiques professionnelles adoptées par le Leem en septembre 2020 relatives notamment à la transparence de la promotion ;
- Pour les dispositifs médicaux, le code d'éthique MedTech Europe.

On pourra noter que les référentiels juridiques varient selon le type de produits de santé et de prévention de premier recours considérés : les médicaments, les dispositifs médicaux grand public et les compléments alimentaires. Certains référentiels concernent tous les produits (marqués d'une étoile *) et d'autres sont spécifiques et ne s'appliquent qu'à un ou plusieurs statuts.

IV. Recommandation

Le Comité déontologique rappelle que le rôle des délégués pharmaceutiques, tel que défini par les Bonnes pratiques adoptées par le Conseil d'administration de NèreS consiste à vendre un portefeuille de produits multi-statuts. Pour cela, le DP a pour mission de développer les partenariats commerciaux et la vente de produits auprès des pharmaciens. Il peut transmettre des informations concernant les caractéristiques des produits vendus, afin d'en assurer le bon usage. Il ne réalise pas d'actions d'information promotionnelle vis-à-vis des médicaments.

1) La **publicité doit être présentée en tant que telle.**

Conformément aux recommandations de l'ARPP, la publicité doit pouvoir être clairement identifiée comme telle, et ce quelle que soit la forme sous laquelle elle se présente.

Les entreprises doivent s'assurer que les DP se présentent de façon telle qu'il ne puisse y avoir de confusion entre leurs missions commerciales et des activités promotionnelles.

Lorsque le caractère publicitaire du message ne se manifeste pas clairement, il est alors recommandé que le DP le mentionne explicitement afin de permettre d'identifier la publicité comme telle.

Dès lors toute information à caractère promotionnel qui serait diffusée par un DP devrait être identifiée comme telle.

Il est rappelé que le caractère promotionnel de l'information transmise par des DP n'est pas conforme au code de la Santé pour ce qui concerne les médicaments.

2) La mise en place d'une **formation des DP aux aspects juridiques et déontologiques** de leur profession est de la responsabilité déontologique de l'entreprise.

On entend par entreprise le laboratoire pharmaceutique qui emploie le DP ou qui est donneur d'ordre pour un prestataire tiers. Dans ce dernier cas, elle s'assure du respect des obligations déontologiques décrites dans le présent avis.

- 3) L'entreprise doit organiser les circuits de remontée et de traitement des informations et questions médicales ou scientifiques adaptés et les faire connaître à l'ensemble des DP, quel que soit le portefeuille de produits dont ils ont la responsabilité.
- 4) **Lorsque le DP constate une présentation non conforme à l'officine des produits relevant de son portefeuille**, il doit informer le pharmacien de cette constatation, et suggérer des mesures pour y remédier.
Le DP a un rôle d'appui au merchandising dans l'officine. Dans ce cadre, il peut être amené à constater une présentation non conforme des produits de santé et de prévention de premier recours dont il assure la commercialisation (libre accès non autorisé, présentoir destiné au pharmacien tourné vers le public...).
Lorsque le DP constate une présentation non conforme d'un produit de son portefeuille, il le signale au pharmacien.
Il appartient à l'entreprise de dispenser la formation nécessaire au DP
Il n'est pas de la responsabilité déontologique du DP de signaler la non-conformité éventuelle dans la présentation de produits ne relevant pas de son portefeuille.
- 5) Les entreprises mettent en place des **approches RH et commerciales et une gestion des DP** qui soutiennent le respect des obligations déontologiques décrites dans cet avis.

N
N N