



RÈGLES DE DÉONTOLOGIE

dans le cadre de l'activité d'information promotionnelle pour un médicament ou un dispositif médical réalisée par PHARMAFIELD Groupe

Nous nous engageons à respecter la Charte de l'information par démarchage ou prospection visant à la promotion des médicaments et le Référentiel de certification de l'activité d'information promotionnelle en vigueur et la charte LPPR.

Les délégués à l'information promotionnelle de PHARMAFIELD Groupe et leurs accompagnants s'engagent à respecter les règles de déontologie définies dans la Charte et dans le Référentiel pour les médicaments remboursés et les médicaments non remboursés, la charte LPPR et le code anti-corrupcion PHARMAFIELD.



RÈGLES APPLICABLES EN TOUS LIEUX



Vis-à-vis des professionnels de santé

- Rechercher et respecter les règles de visite édictés par les professionnels de santé (rendez-vous ou prise de connaissance des horaires ainsi que des conditions d'accès et de circulation, durée et lieu...).
- Décliner son identité, sa fonction, le nom de son entreprise et du titulaire de l'AMM et/ou de l'exploitant de la spécialité présentée.
- En cas de visite accompagnée recueillir l'assentiment du professionnel de santé pour recevoir l'accompagnant et présenter son identité et sa fonction.
- Présenter la spécialité en favorisant le bon usage et sans dénigrer les spécialités concurrentes.
- Proposer ou relayer la remise d'invitations pour des manifestations promotionnelles, scientifiques ou professionnelles.
- Respecter les règles de LEA et notamment les repas offerts aux professionnels de santé :
 - Soit le repas fait l'objet d'une convention d'hospitalité dans le cadre d'une manifestation promotionnelle, scientifique ou professionnelle.
 - Soit de manière impromptue : le jour même de la visite et sans anticipation, en lien avec la visite auprès du professionnel de santé invité et uniquement pour un déjeuner.
- Ne pas utiliser d'incitations pour obtenir un droit de visite, ni offrir à cette fin un dédommagement ou une rémunération.
- Ne jamais proposer ou remettre de cadeaux, ni répondre à d'éventuelles sollicitations.
- Ne pas remettre d'échantillons médicaux et si le collaborateur PHARMAFIELD Groupe présente une spécialité pharmaceutique ne pas remettre d'échantillons de produits cosmétiques, de compléments alimentaires et de dispositifs médicaux.
- Respecter les dispositions de la Charte de l'information par démarchage ou prospection visant à la promotion des médicaments dans toutes les relations avec les professionnels de santé.
- Recueillir des informations professionnelles et factuelles conformes à la loi « Informatique et Libertés » et au RGPD.
- Proposer systématiquement une information sur les données de sécurité et éléments de surveillance du traitement.
- Présenter loyalement le niveau de SMR et d'ASMR fixé par la HAS en s'appuyant sur les avis de la Commission de la Transparence.
- Présenter objectivement les conditions de remboursement et les divers conditionnement au regard de leur coût pour l'Assurance maladie. Préciser si la spécialité fait l'objet d'un tarif forfaitaire de responsabilité.
- Ne participer ni au recrutement et à la mise en place d'études cliniques ni à la rémunération des professionnels de santé.
- Respecter la charte LPPR le cas échéant.

RÈGLES APPLICABLES EN TOUS LIEUX



Vis-à-vis des patients

- Respecter le secret professionnel.
- Avoir un comportement discret dans les lieux d'attente.



Vis-à-vis de son Entreprise

- Remonter au service concerné du Laboratoire partenaire les notifications de pharmacovigilance / matériovigilance, les usages non conformes au bon usage, les défauts qualité, dans un délai de 24h maximum.



RÈGLES SPÉCIFIQUES



Au sein des établissements de santé

- Organiser au préalable les visites.
- Prendre connaissance et respecter les règles d'organisation de l'établissement (identification, accès et circulation au sein de l'établissement et des structures...).
- Respecter le caractère collectif ou non de la visite.
- Porter son badge professionnel.
- Ne pas accéder aux structures à accès restreint (blocs opératoires, secteurs stériles, réanimation...) sans accord préalable, à chaque visite, des responsables des structures concernées.
- S'assurer de l'accord préalable du cadre responsable ou du cadre de la structure pour rencontrer les personnels en formation.

- Rencontrer les étudiants en médecine, en odontologie et en pharmacie en présence ou avec l'accord préalable du praticien qui les encadre.
- Ne pas rechercher de données spécifiques (consommation, coût...) propres aux structures internes et aux prescripteurs.
- Il est interdit d'offrir de l'hospitalité pour les étudiants en formation initiale et les associations les représentants.

Règles spécifiques dans le cadre de la promotion d'un dispositif médical

- **Interdiction d'organiser une enquête, à l'initiative de l'entreprise, pour collecter des données spécifiques concernant la structure médicale ou médico-sociale** où elle intervient (de consommation, de coûts, de santé, etc.) à l'occasion des visites de promotion;
- **Interdiction de réaliser des visites au cours de la période d'appel d'offres (entre la soumission de l'offre et l'attribution du marché)**
- L'information délivrée par l'acteur doit porter (pour ce qui concerne son activité propre) : **sur la place de ce produit** ou de ces prestations éventuellement associées dans la stratégie thérapeutique définie par la CNEDiMTS.
- Remettre systématiquement l'avis de la CNEDiMTS (pour chaque indication si le produit a plusieurs indications et les fiches BUT ou les fiches d'information thérapeutique

 PharmaField
Groupe

PharmaField
Officine by Pharminov

PharmaField
Dom-Tom by DOM Pharm