

REFLEXIONS
sur la création et le fonctionnement
d'un site Internet
dans le cadre d'une activité officinale

MARS 2007

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication se développent : Internet est devenu un moyen de communication usuel.

Dés lors, de nombreux pharmaciens s'interrogent sur la place que peut prendre, dans leur exercice officinal de demain, ce support particulier qui ignore les frontières, alors même que l'octroi des licences de pharmacies dépend de critères géo-démographiques. Et très souvent ils questionnent l'Ordre sur les conditions de la faisabilité d'un site officinal.

Que répondre ? La démarche est délicate à mener. Le Code de la Santé Publique ne vise pas en tant que tel le support Internet.

C'est donc dans ce contexte particulier que l'Ordre a souhaité proposer ce document, **simple recueil non exhaustif d'articles issus de diverses réglementations** (loi Informatique et Libertés, loi sur la confiance dans l'économie numérique, code de la consommation, Code de la Santé Publique ...), **de décisions de justice et de conseils sans valeur impérative**.

Dans tous les cas, il recommande aux pharmaciens titulaires d'officine qui souhaitent créer un site Internet, d'engager une réflexion préalable et globale sur le contenu et le périmètre qu'ils souhaitent lui donner : de la simple présentation de l'activité officinale à la proposition de multiples fonctionnalités.

Cette réflexion sera guidée par les principes généraux d'éthique et de déontologie auxquels est soumise l'activité officinale : les pharmaciens sont des professionnels de santé, leur activité est à ce titre fortement réglementée ; le médicament est un bien de santé qui ne peut être banalisé.

Par exemple, les frontières entre publicité et information étant assez ténues, il ne peut être exclu que la création d'un site Internet par un pharmacien puisse être, selon les cas, assimilée à de la publicité en faveur de l'officine, du pharmacien ou des médicaments.

En conséquence, dans l'état actuel des jurisprudences et dans un contexte légal et réglementaire non encore adapté au support Internet, l'Ordre incite les pharmaciens à la plus grande prudence, **leur responsabilité étant pleinement engagée notamment sur le plan disciplinaire**.

Norbert SCAGLIOLA
Président de la Section E

Isabelle ADENOT
Président de la Section A

Jean PARROT
Président du Conseil National

SOMMAIRE

1. Création d'un site

- 1.1 Déclaration à la CNIL
- 1.2 Mentions figurant sur le site
- 1.3 Choix du nom du site
- 1.4 Organiser le droit des personnes dont les données figurent sur le site

2. Présentation de l'activité professionnelle

- 2.1 Préambule : le respect des règles applicables à l'activité officinale
- 2.2 Secret professionnel
- 2.3 Respect de l'indépendance

3. Autres rubriques possibles

- 3.1 Diffuser des informations relatives à l'éducation à la santé
- 3.2 Diffuser une newsletter
- 3.3 Proposer des produits
 - 3.3.1 Généralités
 - 3.3.2 Nature des produits proposés

Préambule

Un site Internet de pharmacie ne peut être considéré que comme le prolongement virtuel d'une officine donnée, régulièrement autorisée. Il ne peut donc être ouvert que par un pharmacien titulaire en exercice, qui ne doit pas se consacrer exclusivement à sa gestion.

1. Création d'un site

1.1 Déclaration auprès de la CNIL

Les sites Internet n'ont plus à être déclarés en tant que tels auprès de la CNIL.



Cependant, dès lors que des données à caractère personnel sont collectées ou diffusées, le site devra faire l'objet, selon les cas, d'une déclaration normale ou d'une déclaration de conformité à une norme simplifiée.

Nature des données

La donnée à caractère personnel : il s'agit de toute information relative à une personne physique identifiée ou qui peut être identifiée, directement ou indirectement, par référence à un numéro d'identification ou à un ou plusieurs éléments qui lui sont propres. Pour déterminer si une personne est identifiable, il convient de considérer l'ensemble des moyens en vue de permettre son identification dont dispose ou auxquels peut avoir accès le responsable du traitement ou tout autre personne (article 2 de la loi du 6 janvier 1978).

La donnée de santé : il s'agit d'une catégorie particulière de données personnelles dont le périmètre est large. L'article L 1111-8 du code de santé publique fait référence aux données à caractère personnel recueillies ou produites à l'occasion des activités de prévention de diagnostic ou de soins. La loi pose un principe d'interdiction de collecte des données de santé en y assortissant néanmoins un certain nombre de dérogations (article 8 de la loi du 6 janvier 1978 modifiée).

La CNIL autorise une déclaration de conformité à une norme simplifiée (délibération n° 2006-161 du 8 juin 2006, JO du 5 juillet 2006 ; formulaire téléchargeable sur le site de la CNIL www.cnil.fr) lorsque les pharmaciens traitent des données à caractère personnel à des fins de gestion de l'officine et d'analyse statistique des ventes de médicaments, produits de santé et dispositifs médicaux. Cette norme comprend des conditions précises concernant la finalité du traitement, la nature des données, les destinataires, la durée de conservation des données et les règles de sécurité et rappelle l'interdiction d'exploiter de telles données à des fins commerciales.

1.2 Mentions figurant sur le site

A) Certaines informations doivent figurer sur un site. La loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique en dresse, notamment en son article 19, une liste précise à respecter, pour les personnes physiques ou morales agissant à titre professionnel

Le défaut de mise à disposition du public de ces informations est passible de sanctions pénales.

Des mentions supplémentaires pourront également être exigées sur le site, selon le contenu qui en aura été privilégié

B) L'internaute doit être en mesure d'identifier le site officinal comme étant celui d'une officine. En conséquence, un certain nombre de mentions, tels le nom du (des) pharmacien(s) titulaire(s) exerçant doit apparaître très visiblement sur le site, comme cela est imposé pour les officines. En complément le (les) numéro(s) d'inscription à l'Ordre permettrai(en)t à l'internaute de s'assurer auprès du site www.ordre.pharmacien.fr qu'il s'agit bien d'un site officinal.

De même les dispositions du code de la santé publique applicable à l'officine trouveront à s'appliquer

Enfin, toute utilisation de la croix verte doit par ailleurs respecter les dispositions du règlement d'usage.

1.3 Choix du nom du site

Le pharmacien s'assurera de la disponibilité du nom de site ou du nom de domaine par un dépôt soit auprès de l'association française pour le Nommage Internet en Coopération (AFNIC) pour les noms de domaine en .fr, .asso.fr, nom.fr ou .re (<http://www.afnic.fr>), soit auprès de l'Internet Corporation for Assigned Name and Number (ICANN) pour les noms de domaine en .com, .net, .org, .biz, .info ou .name.

La même démarche de recherche de disponibilité peut aussi être adoptée si le pharmacien souhaite protéger le nom du site ou le nom de domaine à titre de marque, auprès de l'INPI.



Le choix du nom du site devra respecter l'honneur et la dignité de la profession.

1.4 Organiser le droit des personnes concernées par les données figurant sur le site

Vous devez informer les personnes concernées de l'existence et des modalités d'exercice du droit d'accès aux informations qui les concernent et du droit de les faire modifier (changement de nom, d'adresse, de fonctions, etc.), rectifier (en cas d'erreur) ou supprimer.

Vous trouverez dans le guide de la CNIL un modèle de l'information préalable que vous pouvez porter à la connaissance de personnes concernées.

2. Présentation de l'activité professionnelle

2.1 Le respect des règles applicables à l'activité officinale

La présentation de l'activité officinale doit rester neutre et objective. Elle doit s'effectuer dans le respect du code de la santé publique et du code de déontologie qui interdit notamment la sollicitation de clientèle et de commandes auprès du public.

Le site Internet peut être considéré comme un prolongement de l'activité officinale ; il entraîne donc l'application des mêmes règles. En particulier, l'article R. 4235-30 rappelle que « *Toute information ou publicité, lorsqu'elle est autorisée, doit être véridique, loyale et formulée avec tact et mesure* ».

Les seules activités qui peuvent être présentées sur le site sont celles dont l'exercice est autorisé en officine.

D'autres règles devront aussi être prises en compte, le cas échéant, en fonction du contenu de ce site.

Ainsi, à titre d'illustration, la mise en ligne d'une photographie des membres de l'équipe officinale n'est envisageable qu'à la condition d'avoir obtenu l'autorisation expresse et écrite de la ou des personnes représentées. Toute personne dispose d'un droit à l'image et peut s'opposer à la mise en ligne de sa photographie

La création d'un site Internet par un pharmacien ne peut d'avantage constituer l'occasion de s'affranchir des règles en matière de publicité, applicables :

- à l'officine
- au médicament
- au pharmacien lui-même

De même, l'établissement de liens hypertextes à partir d'un site personnel vers d'autres sites devront être en relation directe avec les missions de l'officine et ne pas constituer l'occasion de s'affranchir de telles règles.

Une autorisation de chacun des webmasters des sites mis en lien, n'est a priori pas obligatoire. Toutefois, l'établissement de liens hypertextes peut heurter les droits d'auteur. Il est donc recommandé d'informer le responsable du site du fait qu'un lien a été établi et de respecter le souhait qu'un site aurait émis de ne pas être lié. Le pharmacien pourra privilégier des liens vers des sites institutionnels.

Extraits de certains articles du CSP qui traitent de publicité, d'information et de règles à observer dans les relations avec le public :

Article R. 4235-30 : *Toute information ou publicité, lorsqu'elle est autorisée, doit être véridique, loyale et formulée avec tact et mesure* ».

Article R. 4235-57 : « *L'information en faveur d'une officine de pharmacie dans les annuaires ou supports équivalents est limitée comme suit*

1° A la rubrique pharmacie, sont seules autorisées les mentions des noms et adresses et des numéros de téléphone et télécopie ;

2° À toute autre rubrique, ne peuvent figurer que les annonces relatives aux activités spécialisées autorisées dans l'officine ;

Les mentions prévues aux 1° et 2° ci-dessus ne peuvent revêtir, par leur présentation et leur dimension, une importance telle qu'elle leur confère un caractère publicitaire.

La publicité pour les médicaments, produits et articles dont la vente est réservée aux pharmaciens ne peut s'effectuer que conformément à la réglementation en vigueur. »

Article R. 4235-59 : « **Les vitrines des officines et les emplacements aménagés pour être visibles de l'extérieur** ne peuvent servir à présenter que les activités dont l'exercice en pharmacie est licite. Sous réserve de la réglementation en vigueur en matière de concurrence et de publicité et des obligations légales en matière d'information sur les prix pratiqués, ces vitrines et emplacements ne sauraient être utilisés aux fins de solliciter la clientèle par des procédés et moyens contraires à la dignité de la profession. »

Article R. 4235-67 : « **Il est interdit au pharmacien de mettre à la disposition de personnes étrangères à l'officine**, à quelque titre que ce soit, onéreux ou gratuit, tout ou partie des ses locaux professionnels pour l'exercice de toute autre profession. Seules les activités spécialisées réglementairement prévues sont autorisées. »

Article R. 5125- 26 : « **La publicité en faveur des officines de pharmacie** n'est autorisée que dans les conditions et sous les réserves ci-après définies :

1°La création, le transfert, le changement de titulaire d'une officine peuvent donner lieu à un communiqué dans la presse écrite limité à l'indication du nom du pharmacien, de ses titres universitaires, hospitaliers et scientifiques figurant sur la liste établie par le Conseil national de l'ordre des pharmaciens, mentionnée à l'article R 4235-52, le nom du prédécesseur , l'adresse de l'officine avec, le cas échéant, la mention d'activités liées au commerce des marchandises figurant sur la liste mentionnée au premier alinéa de l'article L 5125-24 ».

Article R. 5125-29 : « **Un groupement ou un réseau constitué entre pharmacies** ne peut faire de la publicité en faveur des officines qui le constituent.

Aucune publicité ne peut être faite auprès du public pour un groupement ou un réseau constitué entre officines ».

Article L. 5424-18 : « **Le non-respect des règles fixées par décret en Conseil d'Etat** conformément aux dispositions de l'article L 5125-32, et relatives à la publicité en faveur des officines de pharmacie est puni de 37500 euros d'amende. Sont punies de la même peine, quel que soit le mode de publicité utilisé, les personnes qui tirent profit d'une publicité irrégulière et les agents de diffusion de cette publicité. Les dispositions prévues à l'alinéa précédent sont applicables lorsque cette publicité est faite à l'étranger, mais perçue ou diffusée en France. Dans tous les cas, le tribunal peut ordonner la saisie et la destruction des documents et objets publicitaires concernés».

2.2 Secret professionnel

Le secret professionnel s'impose au pharmacien d'officine, mais aussi à l'ensemble de ses collaborateurs.

Le pharmacien tiendra donc compte de cette obligation quelles que soient les fonctionnalités de son site, sachant que la nature des informations couvertes par le secret est étendue puisqu' il s'agit de « l'ensemble des informations concernant la personne venues à la connaissance du professionnel de santé ».



Il conviendra donc de prévoir les moyens adaptés permettant de garantir la confidentialité des informations éventuellement échangées.

Article L. 1110-4 CSP: « Toute personne prise en charge par un professionnel, un établissement, un réseau de santé ou tout autre organisme participant à la prévention et aux soins a droit au respect de sa vie privée et du secret des informations le concernant.

Excepté dans les cas de dérogation, expressément prévus par la loi, ce secret couvre l'ensemble des informations concernant la personne venues à la connaissance du professionnel de santé, de tout membre du personnel de ces établissements ou organismes et de toute autre personne en relation, de par ses activités, avec ces établissements ou organisme. Il s'impose à tout professionnel de santé, ainsi qu'à tous les professionnels intervenant dans le système de santé.

Article R. 4235-5 CSP: « Le secret professionnel s'impose à tous les pharmaciens dans les conditions établies par la loi. Tout pharmacien doit en outre veiller à ce que ses collaborateurs soient informés de leurs obligations en matière de secret professionnel et à ce qu'ils s'y conforment. »

Article L. 226-13 du code pénal : « La révélation d'une information à caractère secret par une personne qui en est dépositaire soit par état ou par profession, soit en raison d'une fonction ou d'une mission temporaire, est punie d'un an d'emprisonnement et de 15 000 euros d'amende ».

2.3 Respect de l'indépendance

Le pharmacien ne doit se soumettre à aucune contrainte susceptible de porter atteinte à son indépendance. Ce principe s'applique au pharmacien responsable du site de la même manière que dans sa propre officine.

⇒ Sur le plan de son exercice officinal, il ne peut par exemple, être contraint par un groupement ou réseau à réaliser un site.

Article R. 4235-18 CSP : « Le pharmacien ne doit se soumettre à aucune contrainte financière, commerciale, technique ou morale, de quelque nature que ce soit, qui serait susceptible de porter atteinte à son indépendance dans l'exercice de sa profession, notamment à l'occasion de la conclusion de contrats, conventions ou avenants à objet professionnel ».

⇒ Aucune publicité ne peut être faite auprès du public pour un groupement ou un réseau constitué entre officine.

Article R. 5125-29 CSP : « Un groupement ou un réseau constitué entre pharmacies ne peut faire de la publicité en faveur des officines qui le constituent. Aucune publicité ne peut être faite auprès du public pour un groupement ou un réseau constitué entre officines ».

Une décision de la chambre de discipline du Conseil national de l'ordre des pharmaciens en date du 15 mai 2006 a sanctionné la diffusion, par un groupement, de listes de pharmaciens y adhérant. Cette affaire a fait l'objet d'un pourvoi en cassation et il convient donc d'attendre la position du Conseil d'Etat.



- Seules activités possibles : activités dont l'exercice est autorisé en officine ;
- Pas de sollicitation de clientèle par des procédés et moyens contraires à la dignité de la profession ;
- Présentation de l'activité officinale neutre, objective et informative (conforme à la dignité professionnelle) ;
- Précaution quant à la diffusion de certaines données, liens vers sites institutionnels ;
- Rappel du droit d'accès aux informations,

3. Autres rubriques possibles

3.1 Informations et éducation à la santé

L'information, le conseil et l'avis délivrés par le pharmacien doivent répondre à des exigences particulières, notamment parce qu'ils relèvent du domaine de la prévention et de la santé. **Le pharmacien doit agir avec prudence et réserve quant aux propos tenus, mais aussi ceux diffusés.** Des demandes de justification scientifique sur ces éléments peuvent lui être réclamées.

Il doit en toutes circonstances rester dans les limites de sa mission et de son champ d'intervention posés par le Code de la Santé Publique et le code de déontologie. En particulier, ses conseils ne doivent pas engendrer un quelconque risque pour la santé du patient internaute, qu'une approche personnalisée à l'officine aurait pu écarter.



L'information sera réputée scientifiquement exacte, actualisée et intelligible.

Des campagnes de prévention peuvent avantageusement être relayées, si leurs organisateurs le prévoient. En revanche, selon une position adoptée par l'AFSSAPS dans un courrier adressé à l'Ordre, la plus grande attention sera portée sur « *une possibilité de dérive promotionnelle en faveur d'une spécialité pharmaceutique : des messages d'éducation sanitaire, de prévention ou d'alerte doivent être déconnectés de tout lien avec un laboratoire pharmaceutique et ne pas permettre d'identifier une spécialité pharmaceutique même de façon indirecte* ».

Article R. 5125-27 CSP : « *Des brochures d'éducation sanitaire peuvent être remises gratuitement au public dans l'officine, à la condition que n'y figure aucune publicité en faveur de cette dernière, hormis le nom et l'adresse du pharmacien* ».

Article R. 4235-2 CSP : « *Le pharmacien exerce sa mission dans le respect de la vie et de la personne humaine. Il doit contribuer à l'information et à l'éducation du public en matière sanitaire et sociale. Il contribue notamment à la lutte contre la toxicomanie, les maladies sexuellement transmissibles et le dopage* ».

3.2 Newsletter et communication non sollicitée

La diffusion de toute communication engage pleinement la responsabilité du pharmacien titulaire. Cette communication doit respecter tous les principes énoncés dans le code de la santé publique, concernant la publicité et la sollicitation de clientèle.

La démarche s'apparente à celle existant dans les officines (brochures et notes d'information disponibles).

Seule une démarche **active** de l'internaute peut déclencher son envoi.



L'internaute doit pouvoir se désinscrire à sa convenance.

3.3 Proposer des produits

3.3.1 Généralités

⇒ Dans tous les cas, le pharmacien est soumis aux règles propres à son activité officinale

Article R. 4235-48 : « *Le pharmacien doit assurer dans son intégralité l'acte de dispensation du médicament, associant à sa délivrance :*

[...]

3° La mise à disposition des informations et les conseils nécessaires au bon usage du médicament.

Il a un devoir particulier de conseil lorsqu'il est amené à délivrer un médicament qui ne requiert pas une prescription médicale.

Il doit, par des conseils appropriés et dans le domaine de ses compétences, participer au soutien apporté au patient ».

Article R. 4235-64 : « *Le pharmacien ne doit pas, par quelque procédé ou moyen que ce soit, inciter ses patients à une consommation abusive de médicaments »*

Le pharmacien devra utilement s'interroger sur les conditions qui permettent d'assurer ces obligations hors contact physique via un espace de conseil virtuel.

Les tribunaux apprécieront, selon les cas, la qualité et la pertinence des moyens employés pour satisfaire aux obligations précitées.

⇒ Le pharmacien titulaire, responsable du site devra, en tout état de cause, comme dans son officine :

- être toujours en mesure de justifier, que tout acte s'est accompli en présence d'un personnel qualifié sous le contrôle effectif d'un pharmacien de l'officine ;
- diriger, si besoin, vers un praticien qualifié. Le pharmacien doit veiller à ne donner aucune consultation médicale ou vétérinaire.



⇒ La mise en ligne de biens et services peut s'accompagner, au choix du pharmacien, d'une vente à distance. En fonction de l'option privilégiée, un corps de textes plus ou moins important devra être respecté : code de la consommation ; code civil, loi pour la confiance dans l'économie numérique (mentions légales, information sur les produits et leurs prix), possibilité de diffuser l'image d'un produit, contrats de distribution sélective (vérifier le contenu des clauses de ces contrats sur ces aspects), code civil ...

La question de la création de sites Internet, telle qu'elle figure dans les contrats de distribution sélective, est l'une des préoccupations actuelles du Conseil de la concurrence qui s'oppose à une interdiction totale de la vente sur Internet ou des conditions trop restrictives imposées par les fabricants à leurs distributeurs agréés.

Le mode de délivrance des produits peut aussi être abordé : retrait à l'officine par le patient ? livraison ou dispensation à domicile ? en veillant sur ces deux derniers aspects à respecter les conditions fixées par le code de la santé publique (voir notamment en ce sens les articles L. 5125-25 et R. 5125-47).

Le libre choix par le patient du pharmacien doit bien évidemment toujours être respecté (R. 4235-21).

⇒ La jurisprudence sur ces sujets se construit progressivement, et plusieurs affaires sont actuellement en cours. Dans l'une d'entre elles, le Tribunal correctionnel de Paris a jugé le 14 mars 2006 qu'un site Internet proposant des bons de commande entre dans le champ du monopole pharmaceutique et que les pages de site contenant des éléments d'information incitatifs à l'usage et propres à promouvoir la prescription de médicaments, constituent de la publicité. Cette affaire récente doit encore être examinée par la Cour d'appel avant de pouvoir en tirer des conclusions définitives.

3.3.2 Nature des produits proposés

Seuls les produits vendus en officine sont susceptibles de figurer sur un site Internet.

Il est interdit de commercialiser tout produit qui relève de la définition du médicament par fonction ou par présentation, s'il n'est pas pourvu d'une AMM.

A) Les médicaments

Dans l'arrêt DOC MORRIS du 11 décembre 2003, la CJCE a jugé que :



- 1) les médicaments soumis à prescription ne peuvent pas être proposés en ligne
- 2) les médicaments non soumis à prescription préalable et non remboursables seraient susceptibles d'être proposés sur un site officinal.

La vente de médicaments non soumis à prescription préalable et non remboursables doit s'effectuer dans le respect des règles applicables en matière de dispensation (notamment articles R. 4235-48 et R. 4235-64 précités).

Ainsi la vente ne peut donc intervenir qu'après avoir recueilli un minimum d'informations auprès du patient. Il est en effet essentiel de privilégier dans tous les cas le conseil pharmaceutique et le contact direct avec le patient, via par exemple un dialogue interactif. La Cour de justice des Communautés Européennes (CJCE), dans son arrêt de 2003, relève à cet égard que la possibilité de vendre sur Internet des médicaments non soumis à prescription médicale n'exclut pas au moment de l'achat « *la possibilité de prévoir une information et un conseil suffisants* »

Mise en garde : En l'état actuel du droit de la santé, encore peu fourni sur ces questions nouvelles, les pages d'un site officinal pourraient être assimilées à de la publicité et tomber, le cas échéant, sous le coup des articles L. 5122-1 et suivants du CSP (contrôle de l'AFSSAPS, visa de publicité grand public...). **Dans l'attente d'une évolution de la réglementation** sur ces aspects, **l'on pourrait privilégier** comme le suggère l'AFSSAPS **une présentation assez neutre des médicaments non prescrits et non remboursables**, sous forme de liste exhaustive et alphabétique, sans tri, notamment par classe pharmacothérapeutique, sans information ni photo sur le médicament et sans aucun lien avec les laboratoires exploitant ces spécialités.

La Charte pour la communication sur Internet des entreprises pharmaceutiques, mise à jour en décembre 2006, n'envisage le dépôt d'un visa GP que de la part des entreprises

pharmaceutiques et rappelle que la publicité auprès du grand public est soumise à un contrôle a priori de l’AFFSAPS.

B) Autres produits

Il s’agit ici de produits qui ne relèvent pas d’une exclusivité de dispensation par les pharmaciens mais dont le commerce est autorisé en officine.

L. 5122-14 CSP : « La publicité pour les produits autres que les médicaments présentés comme favorisant le diagnostic, la prévention ou le traitement des maladies, des affections relevant de la pathologie chirurgicale et des dérèglements physiologiques, le diagnostic ou la modification de l’état physique ou physiologique, la restauration, la correction ou la modification des fonctions organiques est soumise aux dispositions du premier alinéa de l’article L. 5122-2 et des articles L. 5122-8 et L. 5122-9 ».

R. 4235-58 CSP : « La publicité pour les produits ou articles dont la vente n’est pas réservée aux pharmaciens est admise à condition de : 1° Demeurer loyale ; 2° Se présenter sur un support compatible avec la dignité de la profession ; 3° Observer tact et mesure dans sa forme et son contenu ; 4° Ne pas être trompeuse pour le consommateur ».

C) Dispositifs médicaux

L’art. L 165-8 du Code de la Sécurité sociale nouvellement adopté dans le cadre du PLFSS, indique : « **La publicité auprès du public pour les produits ou prestations inscrits sur la liste prévue à l’article L 165-1 ne peut mentionner que ces produits ou ces prestations peuvent être remboursés par l’assurance maladie ou par un régime complémentaire.**

Cette disposition ne s’oppose pas à ce que tout opérateur vendant au public de tels produits ou prestations fournisse au consommateur, sur le lieu de la vente et au moment de celle-ci, toute information sur son prix ainsi que sur les conditions de prise en charge par l’assurance maladie du produit ou de la prestation offerte à la vente, de ses différents éléments constitutifs dans le cas de dispositifs modulaires et des adjonctions ou suppléments éventuels.

Les infractions au présent article sont constatées et poursuivies dans les conditions prévues pour les infractions à l’article L.121-1 du code de la consommation. Elles sont punies d’une amende de 37 500 €, dont le montant maximum peut être porté à 50% des dépenses de la publicité constituant l’infraction. »

La convention nationale parue au JO du 25 juillet 2006, indique dans l’annexe II-2 les conditions particulières relatives à la délivrance de certains dispositifs médicaux : « Sans préjudice des dispositions du code de la santé publique définissant les obligations déontologiques qui lui sont opposables en matière de publicité dans le domaine du médicament, le pharmacien s’abstient d’utiliser tout support à finalité publicitaire **qui ferait référence au remboursement des dispositifs médicaux par l’assurance maladie.** De même renonce-t-il à utiliser tout procédé purement commercial qui induirait une consommation abusive.

Le pharmacien s’interdit également de délivrer ces mêmes produits de santé par des procédés de vente par correspondance consistant pour l’assuré à choisir par le biais de supports papier ou informatiques les dispositifs médicaux qui lui sont nécessaires et à les recevoir par envoi direct à son domicile **excluant toute relation directe avec le pharmacien.**

Les manquements constatés par les caisses peuvent faire l’objet de la mise en œuvre de la procédure conventionnelle visée aux articles 65 et suivants.

En revanche, l’information relative au conventionnement du pharmacien est admise »

