

# le pharmacien

LA RÉFÉRENCE POUR LES PHARMACIENS D'OFFICINE ET D'HÔPITAL

## L'Ordre réforme son code de déontologie

Dès janvier prochain, la profession de pharmacien sera régie par un nouveau Code de déontologie. Les principaux changements concernent l'autorisation de principe de la publicité tant personnelle que pour la vente de produits de parapharmacie. + Martine Versonne

« **E**nfin! », diront certains. Toujours est-il que les pharmaciens vont entamer l'année 2020 sous le sceau d'un nouveau Code de déontologie.

Cette réforme fait-elle suite à la condamnation de l'Ordre des pharmaciens par l'Autorité belge de la concurrence (ABC) qui lui reproche certaines de ses décisions limitant la capacité des pharmaciens à faire de la publicité, notamment via les réseaux sociaux ou le référencement payant, et à appliquer des ristournes pour les produits de parapharmacie? Rappelons que, début octobre, l'Auditorat de l'ABC a conclu une transaction avec l'Ordre, qui consiste en une amende de 225.000 euros et l'engagement de l'Ordre à revoir son code de déontologie et à encourager, via diverses mesures, la prise en compte et le respect du droit de la concurrence par ses instances disciplinaires, à savoir les Conseils provinciaux.

« Ce n'est pas la seule raison », précise le **Pr Bernard Pirotte**, président du Conseil national de l'Ordre des pharmaciens. « La réflexion relative à la réforme du Code de déontologie est antérieure à la demande de l'ABC. On y réfléchit depuis deux ans, la précédente réforme date de 2010, donc il était temps d'en faire une nouvelle. Le paysage pharmaceutique évolue, il faut que le code évolue en fonction, indépendamment des problèmes strictement liés à la concurrence. »

Le Rapport annuel 2018, rédigé par l'Ordre, apprend ainsi que le groupe de travail le plus actif a été celui consacré à la réforme du Code de déontologie, dont les travaux ont débuté en mars 2017. Il était composé de six membres du Conseil national et d'un juriste. +

21 novembre : Liège  
27 novembre : Mons  
3 décembre : Namur  
12 décembre : Bruxelles  
16 décembre : Libramont-Chevigny

Lire la suite en p 2



Soirées d'information  
Ordre des Pharmaciens

RÉFORME DU CODE DE DÉONTOLOGIE



**Rédactrice en chef**  
Veerle Caerels  
veerle.caerels@roularta.be

**Collaborateurs**  
Wouter Colson, Claire Debay, David Desmet,  
Dr Jivago, Gert Laekeman, Catherine Legrand,  
Aristide Padigraux, Bernard Roisin, Jan Roodhooft,  
Jean-Marie Segers, Karolien Van de Velde,  
Martine Versonne

**Photographie**  
Belgimage, Gettyimages

**Art director**  
Helga Orinx - helga.orinx@roularta.be

**Lay-out**  
Viviane Claes, Philippe Ossemann, Antonio Zamora

**Impression**  
Drukkerij Van Der Poorten

**Petites Annonces et Offres d'emploi**  
Guido Marit - 02-702.70.29  
guido.marit@roularta.be

**Abonnement annuel**  
Prix: €52 - 0800/158.63  
Changement d'adresse: veuillez informer  
notre service abonnement à l'adresse  
circulation.rhc@roularta.be en mentionnant  
vos ancienne et nouvelle adresses.

Les articles, les photos, les dessins et autres illustrations de la partie rédactionnelle du pharmacien ne comportent pas de publicité: les mentions d'entreprises ou de produits le sont à titre documentaire. Les articles, les photos et dessins les illustrant ainsi que les opinions et les publicités paraissent sous la seule responsabilité de leurs auteurs/annonceurs. Tous droits de traduction, d'adaptation et de reproduction par tous les procédés sont réservés pour tous pays.

**Régie**  
**Project & Communication Advisors**  
Corry Bas - 0471-58.40.86  
corry.bas@roularta.be  
Charlotte Boel - 0474-10.07.08  
charlotte.boel@roularta.be  
Sigi Van Cleemput - 0495-28.02.05  
sigi.van.cleemput@roularta.be

**Frontoffice**  
02-702.70.33  
frontoffice.rhc@roularta.be

le pharmacien  
est une publication de  
**Roularta  
HealthCare**

Rue de la Fusée 50 bte 14 - 1130 Bruxelles

**Directeur rédactions**  
Geert Verrijken

**Directeur médical**  
Jean-Luc Schouvelier

**Operations Manager**  
Virginie Meysmans - 02-702.70.30  
virginie.meymans@roularta.be

**Directeur des éditions**  
Jan Bamelis

**Editeur responsable**  
Sophie Van Iseghem

Ce magazine est protégé par le droit d'auteur. Vous souhaitez scanner des articles, les stocker électroniquement, les imprimer, les copier à de nombreux exemplaires ou les utiliser commercialement? Contactez Ann Soete: soete.ann@roularta.be. Plus d'info sur vos droits www.presscopyrights.be



« Les pages  
avec un fond de couleur  
ne tombent pas  
sous la responsabilité  
de la rédaction. »

Member of  
**QZB  
PRESS**

SUITE DE LA UNE

# Code déontologie : une réforme attendue

Le nouveau Code de déontologie sera d'application dès le 1<sup>er</sup> janvier 2020. Des séances d'information sont organisées dans toutes les provinces. + Martine Versonne

Qu'est-ce qui posait le plus de problème? La publicité et son autorisation, bien sûr. Raison pour laquelle le chapitre qui a le plus évolué est celui consacré à l'information, la publicité et les pratiques commerciales. « Dans l'ancien code, c'était mal présenté », rappelle le **Pr Bernard Pirotte**, président du Conseil national de l'Ordre des pharmaciens. « D'un côté, on parlait de l'information et de la publicité et de l'autre, des pratiques commerciales. Le nouveau code rassemble le tout dans un même chapitre et clarifie les choses: il y a une autorisation de principe de la publicité et des pratiques commerciales, moyennant le respect de limites précises liées à la profession de pharmacien et aux types de produits qu'il délivre. Ensuite, on fait une distinction claire entre l'information, la publicité personnelle et celle pour les produits. Enfin, il y a une grande nouveauté: on fait une distinction entre les médicaments (sur prescription ou en vente libre) et les autres produits vendus en pharmacie, la parapharmacie. »

« L'autorisation de principe de la publicité et des pratiques commerciales a nécessité d'établir des restrictions liées au caractère réglementé de la profession de pharmacien. Elles sont nécessaires pour atteindre ce que nous appelons des 'objectifs légitimes' qui sont d'une part, la défense de la santé publique et d'autre part, la défense de l'image de marque de la profession. Il faut que la mission

centrale du pharmacien reste celle d'assurer et de protéger la santé publique et de dispenser des soins de santé de qualité », commente-t-il.

L'objectif étant de préserver l'image du pharmacien, celle d'une personne de confiance et crédible. « Même si la publicité est autorisée par principe, il ne serait pas normal qu'elle porte atteinte à l'image de marque de la profession, qu'elle soit exagérée, tapageuse, trompeuse... Elle doit rester véridique, vérifiable... Le pharmacien est un universitaire qui a un sens critique, des responsabilités, et qui doit défendre sa crédibilité auprès du public. »

## Sujet à interprétation

Autre nouveauté: l'Ordre s'est également engagé à adopter un Code commenté destiné à compléter les dispositions du Code de déontologie et à faciliter l'interprétation de ces règles par les pharmaciens et les Conseils disciplinaires, dans le respect du droit de la concurrence. Ce code commenté sera adapté régulièrement pour tenir compte de l'évolution de la profession et de la législation. « Dans ce document annexe, on donne un peu plus de détails, d'information et d'interprétation sur les articles pour aider les Conseils provinciaux à mieux appréhender les articles changés. Mais également à l'intention des pharmaciens ou des médias pour mieux comprendre la portée des articles. »

Malgré ça, ce code de déontologie sera très probablement interprété plus ou moins différemment en fonction des Conseils provinciaux. « Ils restent libres de leurs appréciations et de juger les plaintes en fonction de leur vécu et des informations reçues. Il n'y aura pas d'harmonisation totale, pas de système de sanction strictement harmonisé et automatique en fonction de telle ou telle situation », estime-t-il.

Enfin, l'Ordre s'est engagé à réformer le code, tous les cinq ans, si nécessaire, en fonction de l'évolution et de la jurisprudence émanant des Conseils provinciaux.

## Image de marque

Le Pr Pirotte espère que cette réforme sera bien accueillie: « Il fallait clarifier les choses. Certaines étaient déjà dites dans l'ancien code, mais elles étaient mal interprétées par les Conseils provinciaux, il y a eu des sanctions qui ne devraient plus advenir. »

Ce nouveau Code devrait en effet permettre à l'Ordre d'être plus en phase avec la société. « Beaucoup de personnes voient l'Ordre via son activité disciplinaire, pratiquée par les Conseils provinciaux où sont examinées les plaintes, où certains pharmaciens sont entendus et sanctionnés. Mais, l'Ordre c'est aussi le Conseil national qui est essentiellement chargé de la réforme du code et de donner des avis sur différentes matières. »

Ce problème de communication, commun à tous les Ordres, les a poussés à publier un mémorandum commun, suivi par un autre propre à chaque profession. « L'Ordre a peut-être une mauvaise image dans le public parce qu'on méconnaît ce qu'il fait. C'est pourquoi notre réflexion porte aussi sur l'amélioration de notre communication », conclut le Pr Pirotte. +

· ordredespharmaciens.be  
· abc-bma.be