

## CHARTRE DES METIERS DE LA PROMOTION DES PRODUITS DE SANTE AU CENTRE HOSPITALIER UNIVERSITAIRE DE TOULOUSE

*Etant préalablement exposé que la présente charte a été adoptée par l'instance de prévention des conflits d'intérêts du centre hospitalier universitaire et des facultés de santé de Toulouse lors de sa séance en date du 12 octobre 2017 et examinée par les instances suivantes :*

- commission médicale d'établissement du centre hospitalier universitaire de Toulouse en date du 17 octobre 2017,*
- conseil de la faculté de médecine de Toulouse-Rangueil en date du 16 octobre 2017,*
- conseil de la faculté de médecine de Toulouse-Purpan en date du 21 novembre 2017.*

### Article 1

La présente charte a pour objectif de décrire les modalités de promotion des produits de santé au centre hospitalier universitaire de Toulouse.

Le CHU et les facultés de médecine de Toulouse, dans le cadre du bon usage des produits de santé au sein de l'établissement et de l'indépendance professionnelle de ses personnels, se doivent de mettre en place les moyens permettant de s'assurer de la qualité de l'information délivrée sur ces produits au sein de l'établissement et du respect de la réglementation actuelle.

### Article 2

La présente charte s'applique à l'ensemble des entreprises commercialisant des produits de santé : médicaments, dispositifs médicaux, équipements ou prestations.

Les personnels des entreprises concernés sont : les visiteurs médicaux ou tout autre professionnel de la promotion des produits de santé.

L'exercice des métiers de la promotion des produits de santé au sein du CHU de Toulouse n'est possible qu'après la signature d'une convention établie entre le CHU et l'entreprise.

La convention comportera :

- Une fiche de renseignements sur l'identité du professionnel intervenant au sein de l'établissement accompagnée de la copie de la carte professionnelle pour les visiteurs médicaux ;
- La nature de l'entreprise et le nom, accompagnés des coordonnées, de la personne responsable
- La liste des produits de santé faisant l'objet d'une action de communication auprès des professionnels du CHU
- L'engagement de l'entreprise et du professionnel qui interviendra dans l'établissement au respect de la présente charte.

### Article 3

Le professionnel de la promotion des produits de santé devra transmettre une fois par an un rapport d'activité au CHU, validé par son employeur. Ce rapport devra en particulier détailler la date et le nombre d'interventions, la nature de celles-ci, les structures concernées, le nombre et les catégories professionnelles des personnes rencontrées.

### Article 4

Le professionnel de la promotion des produits de santé devra respecter le règlement intérieur de l'établissement, les règles de fonctionnement des structures visitées ainsi que les règles liées au secret professionnel et à la confidentialité.

Pour les visiteurs médicaux, l'exercice de leurs missions au sein du CHU de Toulouse devra se faire dans le respect de l'ensemble des règles édictées par le référentiel des bonnes pratiques de la visite médicale et la Charte de l'information par démarchage ou prospection visant à la promotion des médicaments signée entre le CEPS et le LEEM le 15 octobre 2014, ainsi que le code de l'European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations (EFPIA) du 6 juin 2014.

Le visiteur médical respectera en particulier les recommandations émises concernant la qualité de l'information délivrée et la déontologie.

### Article 5

Les dispositions suivantes s'appliquent à l'exercice des métiers de la promotion des produits de santé au sein du CHU de Toulouse :

- Les professionnels de l'information sur les produits de santé sont tenus de porter en permanence un badge comportant leur nom et celui de l'entreprise qu'ils représentent ;
- La présence de professionnels de l'information sur les produits de santé dans les secteurs à accès restreint (blocs opératoires, secteurs stériles, réanimation ou les zones techniques des pharmacies) de l'établissement est interdite. Cependant, la présence de professionnels en charge de dispositifs médicaux, de prestations ou d'équipement reste possible, après avis favorable du référent de la structure, dans les zones à accès restreint, lorsque celle-ci est justifiée par exemple par l'apprentissage de l'utilisation d'un dispositif médical spécifique ou une assistance technique ;
- Les actions de communication ne pourront avoir lieu que dans des lieux prévus à cet effet (salle de réunion par exemple) et à des périodes n'interférant pas avec les activités cliniques,
- Les actions de communication devant plusieurs professionnels seront privilégiées.
- Les actions de communication exclusivement destinées aux internes ou aux étudiants hospitaliers sont interdites en dehors des réunions collectives citées ci-dessus ;
- La remise directe d'échantillons de produits de santé à visée promotionnelle est interdite.

### Article 6

En aucun cas, le professionnel de la promotion des produits de santé ne pourra rechercher de données spécifiques (consommation, coût, ..) propres aux structures internes et aux prescripteurs.

## Article 7

L'information délivrée par les industriels devra comporter, outre les informations concernant l'efficacité et/ou les effets indésirables et les interactions médicamenteuses, la place du produit dans la stratégie thérapeutique recommandée et son intérêt médico-économique. Toute information sur un produit devra être accompagnée de la remise de l'avis de la commission de la transparence ou, le cas échéant, celui de la commission nationale d'évaluation des dispositifs médicaux et des technologies de santé.

## Article 8

Toute modification de l'identité des professionnels ou de la nature des produits de santé faisant l'objet de campagne d'information ou d'interventions auprès des professionnels de santé de l'établissement survenant en cours d'année civile devra faire l'objet d'une déclaration selon la procédure décrite à l'article 2.

De la même façon, l'établissement se réserve le droit de suspendre, pendant une période donnée, la visite médicale sur un produit ou une catégorie de produits de santé. La suspension peut concerner l'ensemble de l'établissement ou une ou plusieurs structures internes de l'établissement

## Article 9

En cas de manquement constaté aux dispositions des articles précédents, le CHU se réserve la possibilité de prononcer une interdiction d'accès à ses sites du visiteur médical ou de l'entreprise qu'il représente sur avis du président de la commission de prévention des conflits d'intérêt.

## Article 10

Les règles énoncées s'appliquent quelle que soit la forme de la communication.

La Charte signée par le Comité économique des produits de santé (CEPS) et par le LEEM énumère en effet les règles applicables en matière de visite médicale, quel qu'en soit le support, notamment internet.

La Charte adoptée par l'ANSM prévoit par ailleurs, en matière d'*e-mailings* promotionnels, qu'est interdite la prospection directe au moyen d'un courrier électronique en l'absence du consentement préalable du destinataire.

**Le Président de la Commission  
Médicale d'Etablissement,**

  
Laurent SCHMITT

**Le Doyen de la faculté  
de médecine de Toulouse- Purpan**

  
Didier CARRIE

**Le Directeur Général,**

  
Raymond LE MOIGN

**Le Doyen de la faculté  
de médecine de Toulouse-Rangueil**

  
Elie SERRANO