

Le nouveau Code et les groupements de pharmaciens

Le Code de déontologie a été modifié en mars 1995. Parmi les principaux changements : la reconnaissance tacite des groupements. Mais le projet de décret sur la pub qui doit être prochainement signé par le ministère de la Santé compromet sérieusement leurs chances de pouvoir communiquer.

• Dispositions du nouveau Code

- Le pharmacien peut indiquer son appartenance à une association, un groupement ou à un réseau dans l'enseigne à condition que ce signe distinctif "ne prévale pas sur la dénomination ou l'identité de l'officine".

- Le pharmacien peut indiquer sur les en-têtes de lettres ou papiers d'affaires le nom ou le sigle de l'association, du groupement, du réseau dont il fait partie. Cette appartenance ne doit pas non plus "prévaloir sur la dénomination de l'officine".

• Projet de décret sur la publicité

- Les officines peuvent communiquer dans la presse écrite à condition que le message, soumis au préalable au conseil régional de l'Ordre, porte sur la création, le transfert, le changement de titulaire ; que soient mentionnés le nom du prédécesseur, l'adresse de l'officine avec éventuellement la mention d'activités spécialisées. Le message peut également porter sur les activités spécialisées, comportant le nom, l'adresse, le numéro de téléphone, de fax et les heures d'ouverture. Dans les deux cas, l'annonce ne doit pas excéder 100 cm².

- En officine, l'information sur les prix pratiqués est autorisée à condition qu'elle soit "faite en son sein" : "Il est interdit au pharmacien d'officine de solliciter la clientèle par des procédés et des moyens contraires à la dignité de la profession."

- Toute publicité auprès du public effectuée par un groupement ou un réseau est interdite.

• Les formes de groupement possibles

Le nouveau Code de déontologie souligne l'indépendance du pharmacien d'officine. Mais il n'interdit pas formellement leur appartenance à un réseau ou à un groupement. Dès lors, des formes de partenariat dans le cadre de franchise ou de coopératives seraient possibles.

- La franchise :

La franchise est un contrat par lequel le franchiseur propriétaire d'un nom, d'une marque, d'une collection de produits ou de services et d'un savoir-faire en concède l'usage à une ou plusieurs personnes dites franchisees, moyennant le paiement d'une redevance. Certes, le code interdit au pharmacien d'officine d'aliéner son indépendance. Mais, selon le cabinet d'avocats Gast, en ce qui concerne la franchise ou la coopé-franchise, le pharmacien ne soumet pas son jugement professionnel à l'approbation de son partenaire franchiseur. Même s'il accepte de respecter l'image du réseau et des standards dans le cadre de l'aménagement, de la décoration.

- La coopé-franchise

Cette nouvelle forme de contrat*, est une synthèse du contrat de franchise et de la coopérative. Les fondateurs peuvent ainsi constituer une SARL ou une SA. Ils signent un contrat de partenariat avec des pharmaciens réunis dans une coopérative qui gère les produits et le métier. L'avantage par rapport à une simple franchise : ce n'est pas une seule personne qui décide. Et en même temps, le noyau dur des fondateurs reste capitaliste.

- Enfin, le pharmacien peut ouvrir son capital à d'autres pharmaciens pour former une SEL - société d'exercice libéral.

M. L. T.

* Cabinet Gast (voir liste des contacts en dernière page).