MIS À JOUR LE 25/05/2021

Catalogue de vente des spécialités génériques

Ce rectificatif abroge la précédente recommandation adoptée lors de la commission du 17/04/01

Cette recommandation concerne les catalogues de vente des spécialités génériques.

Son objectif est de définir, dans le cadre des spécialités génériques, plus précisément un catalogue de ventes en détaillant les destinataires, les modes de diffusion et les informations autorisées.

- Un catalogue de ventes est à visée commerciale : en conséquence, il ne peut être destiné qu'aux pharmaciens d'officine, pharmaciens hospitaliers et aux pharmaciens grossistes-répartiteurs.
- Son mode de diffusion comprend : la visite des délégués auprès des pharmaciens, les mailings et la presse spécialisée destinés aux pharmaciens, Internet (sites sécurisés destinés aux pharmaciens).
- Les seules données sur le médicament qu'il peut contenir sont :
  - le nom des spécialités et du laboratoire exploitant concerné,
  - le code CIP,
  - la quantité et la forme galénique (avec possibilité de pictogramme),
  - la situation du médicament au regard du remboursement,
  - l'inscription sur la liste des substances vénéneuses,
  - la DCI ou le nom de marque de la spécialité de référence et l'appartenance au répertoire des groupes génériques,
  - les photos de conditionnement,
  - les photos de formes galéniques,
  - les classes thérapeutiques issues de la classification ATC,
  - le prix dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur
  - le terme " nouveau " si la spécialité est commercialisée depuis moins d'un an,

Il peut également être inclus des données commerciales et générales relatives aux conditions de vente ainsi que des informations de nature institutionnelle.

- la mention "catalogue de ventes" doit figurer en caractères de taille lisible sur le document.
- le catalogue de ventes doit être dépourvu de toute allégation à caractère promotionnel.
- la diffusion d'un extrait de catalogue de vente est possible dans le cadre des exceptions à la définition de la publicité, notamment lors de la mise à jour au décours de la commercialisation de nouvelles spécialités par le laboratoire, sous réserve que cet extrait soit dépourvu de toute allégation à caractère promotionnel et qu'il se limite à une reproduction strictement fidèle de la page du catalogue de vente concerné dans laquelle la " nouvelle référence " sera ajoutée sans artifice de mise en valeur.