



FICHE 7

L'information des professionnels de la Santé Animale vise à leur permettre de choisir de façon optimale les thérapeutiques les plus adaptées, avec le moins d'effets secondaires, pour une action la plus ciblée possible et la plus rapide. Elle contribue par là même au bien-être de l'animal.»

Bernard Armange - Directeur Technique - VIRBAC FRANCE.

En plus des dispositions réglementaires, les laboratoires adhérents s'engagent à respecter les avis du S.I.M.V. (Syndicat de l'Industrie du Médicament Vétérinaire et Réactif) qui concernent leur communication produit. L'instruction des demandes s'effectue au sein d'un «Observatoire de la publicité» selon trois étapes :

- recevabilité du cas
- examen des griefs par rapport aux textes juridiques et aux recommandations
- appréciation de la qualité de la réponse de la société concernée.

Les observateurs sont «entraînés» six mois avant de devenir «titulaires» pour six autres mois et sont choisis par les adhérents eux-mêmes. Les recommandations qui en découlent sont rassemblées dans le «Guide des bonnes pratiques de communication en matière de médicament vétérinaire». 45 cas ont été enregistrés en 2002 dont 40 ont été classés. Au 1er semestre 2002, 53 % des cas ont été classés «satisfaisants», 40 % "insatisfaisants" et 7 % des griefs n'ont pas été confirmés.

Définitions :

Publicité pour des médicaments : il s'agit de toute forme de communication visant à promouvoir la prescription, la délivrance, la vente ou la consommation de médicaments vétérinaires.

Elle comprend en particulier :

- la publicité pour des médicaments auprès du public,
- la publicité pour les médicaments auprès des personnes habilitées à les prescrire ou à les délivrer, (les ayants droit)
- la visite des délégués vétérinaires auprès des personnes habilitées à les prescrire ou à les délivrer
- le parrainage de réunions promotionnelles auxquelles assistent des personnes habilitées à prescrire ou à délivrer des médicaments
- l'information sur la sponsorship au moyen de dons pour la recherche et l'enseignement au profit d'établissements publics ou de fondations reconnues (Art. R. 5146-47 du CSP)

Principes généraux de la publicité pour le médicament vétérinaire :

Selon l'article R.5146-44 du CSP, «la publicité en faveur des médicaments vétérinaires... ne doit jamais faire apparaître la consultation vétérinaire comme superflue, ni être assortie de promesses ou d'avantages de quelque sorte que ce soit, ni d'utiliser des attestations ou des expertises.»

www.simv.org