



Le commerce électronique de médicaments : contexte et options pour le pharmacien d'officine français

Colin Battisti

► To cite this version:

Colin Battisti. Le commerce électronique de médicaments : contexte et options pour le pharmacien d'officine français. Sciences pharmaceutiques. 2015. dumas-01266475

HAL Id: dumas-01266475

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01266475>

Submitted on 2 Feb 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Université de Bordeaux
U.F.R. DES SCIENCES PHARMACEUTIQUES

Année 2016

Thèse N°20

Thèse pour l'obtention du
DIPLOME D'ETAT DE DOCTEUR EN PHARMACIE

Présentée et soutenue publiquement

Le 9 Décembre 2015

Par **Monsieur BATTISTI COLIN**

Né le 5 octobre 1988 à Lesparre-Médoc (33)

**Le commerce électronique de médicaments :
contexte et options pour le pharmacien d'officine français.**

Directeur de thèse :

Monsieur MARLIAC Yves

Jury

M. MARLIAC Yves,
Maître de conférences

Président

M. BULOT Christophe,
PRAG

Juge

M. GROSS Olivier,
Directeur de l'exercice professionnel, Ordre National des Pharmaciens

Juge

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE DE MÉDICAMENTS : CONTEXTE ET OPTIONS POUR LE PHARMACIEN D'OFFICINE FRANÇAIS

REMERCIEMENTS

A Monsieur Marliac,

Pour vos précieux conseils dispensés avec une grande amabilité.
Pour m'avoir fait l'honneur de présider ce jury et juger ma thèse.
Veuillez trouver dans ce travail le témoignage de mon profond respect.

A Monsieur Bulot,

Merci de vous intéresser à ce travail et d'accepter de le juger.
Veuillez croire à l'expression de ma reconnaissance et de mes plus sincères remerciements.

A Monsieur Gross,

Merci d'avoir accepté de prendre part au jury.
Je vous remercie, ainsi que madame Adenot de m'avoir donné l'opportunité de travailler pour l'Ordre National des Pharmaciens. Pour l'accueil chaleureux au sein de votre service, ainsi que pour les conseils prodigués et les méthodes de travail que vous m'avez enseignées.
Veuillez accepter le témoignage de mon profond respect et de ma vive sympathie.
Je remercie également toute l'équipe de la DEP : Marie-Pierre, Suzanne, Stéphanie, et Pierre² sans oublier Véronique pour ses conseils précieux.

A mes parents,

Pour m'avoir donné envie de choisir cette voie, pour votre soutien durant toutes ces années. Merci de m'avoir permis d'accéder très tôt à un ordinateur. Vous êtes et resterez toujours pour moi des exemples à suivre, des modèles de réussite personnelle et professionnelle. Merci pour votre présence sans faille et pour tous les sacrifices que vous avez fait pour mon épanouissement.

Maman, merci pour tes relectures précieuses de ce travail (ta troisième thèse de pharmacie!) et pour ton aide inconditionnelle au cours de mes études.

Papa, pour ta bonne humeur constante, parce que tu sais toujours me motiver (stresser) quand il le faut. J'espère que tu trouveras ce travail digne d'un « roi du pétrole ».

A mes frères Mathias et Arnaud,

Pour cette fraternité et cette complicité qui nous lient (et cela n'est pas prêt de s'arrêter). Merci de m'avoir toujours défendu, encouragé et soutenu.

A Elsa,

Pour le bonheur absolu que tu m'apportes au quotidien. Tu es la clef de ma réussite, sans toi ce travail n'aurait pas la même saveur. Pour ta tolérance vis à vis de mes longues heures de « veille » dans le bureau. A nos projets futurs.

A nos deux familles qui n'en font qu'une,

Merci pour votre disponibilité et l'accueil toujours chaleureux que vous me réservez.

A Christophe, l'ami de toujours

Pour tous ces moments passés ensemble, pour ton aide dans notre travail sur le web. Parce que pour moi, tu es avant tout un graphiste de talent, merci pour la réalisation de certaines illustrations de ce travail. Une dernière partie ?

A Joël,

Pour tous ces moments passés ensemble. Être le parrain de Guillaume est un honneur. Parce que sans toi ce travail ne serait sans doute pas encore achevé...

A tous mes amis et e-amis,

Merci pour tous ces moments de complicité, de partage, et ce, depuis tant d'années. Merci pour tous les moments passés ensemble que ce soit dans le monde réel, ou sur le web. @+

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE DE MÉDICAMENTS : CONTEXTE ET OPTIONS POUR LE PHARMACIEN D'OFFICINE FRANÇAIS

Introduction.....	8
Partie 1 : Naissance et évolution du commerce électronique de médicaments.....	10
I. Quelques notions sur Internet et le commerce électronique.....	11
A. Naissance et émergence d'Internet	11
B. L'URL et les noms de domaine.....	11
C. Le commerce électronique	12
D. Web Archive : la mémoire d'Internet.....	12
E. Usenet et les newsgroups	12
II. Historique de la vente de médicaments sur Internet en Occident	13
A. 1996 : Eurocare.nl le pionnier hollandais	13
B. 1997 : Thepillbox.com	14
C. Le développement de la vente de médicaments sur Internet en 1998.....	16
D. 1999 : l'essor des pharmacies électroniques	18
E. 2000 : Action américaine et évolution en Europe	22
F. 2003 : une année charnière	23
G. 2004 : la législation sur la vente de médicaments sur internet en Allemagne	24
H. Octobre 2008 aux Etats-Unis: la loi Ryan Haight Online Pharmacy Consumer Protection Act.....	25
I. 2008-2009 : le commerce électronique de médicaments en Belgique	25
III. La situation Européenne en 2010	26
IV. La législation Européenne.....	27
A. La directive 2011/62 de l'Union Européenne.....	27
B. La convention Médicrime	28
V. En conclusion	29
Partie 2 : Le commerce électronique de médicaments en France.....	31
I. Un flou juridique jusqu'en 2012.....	32
A. Ultimatum pour la France (transposition de la loi européenne)	32
B. Pharmacie et déontologie.....	32
C. Les différents modèles utilisés alors par les officinaux	33
II. Novembre 2012 : deux pharmaciens français se lancent dans l'aventure	37

A. Une arrivée médiatisée	38
B. Les réactions officielles	39
III. Mise en place de la législation française liée au commerce électronique de médicaments	39
A. L'ordonnance du 19 décembre 2012	39
B. Le décret du 31 décembre 2012	42
C. Le circuit d'obtention d'une autorisation pour pratiquer le commerce électronique de médicaments	44
D. Recours devant le conseil d'état concernant la liste des médicaments autorisés à la vente sur internet	46
E. La première pharmacie française autorisée	47
F. Juin 2013 : les bonnes pratiques de dispensation par voie électronique	48
G. Impact de cette nouvelle législation sur le public	53
H. En conclusion	55
IV. Etat des lieux une année plus tard	57
A. Evolution du nombre d'autorisations mois par mois	58
B. Evolution des autorisations par région	58
C. Etude du passé des sites de pharmacies autorisées	59
D. Les manquements observés	60
E. L'Association Française des Pharmaciens en Ligne (AFPEL)	61
F. Les premières limites : enquête de l'UFC Que Choisir en 2014	61
V. La concurrence européenne	62
A. Belgique : le site Newpharma	62
B. Angleterre : vente de médicaments soumis à prescription médicale	64
Partie 3. Typologie des différents prestataires pour un officinal français désirant se lancer dans le commerce électronique de médicaments	69
I. Le site sur-mesure réalisé en collaboration avec l'officinal	70
A. Ses caractéristiques principales	70
B. Un exemple : Le site de la pharmacie du Bizet	72
C. Que faut-il retenir du modèle « sur-mesure » ?	76
II. Le site «générique» clé-en-main	77
A. Ses caractéristiques principales	77
B. Un exemple : la société PharmaDomicile	78
C. Que faut-il retenir du modèle « générique » clé en main ?	80

III. Le site « groupement »	82
A. Ses caractéristiques principales	82
B. Un exemple : Les sites du groupement Lafayette	82
C. Que faut-il retenir du modèle « groupement » ?	85
IV. Le cas des places de marché et des plateformes.....	86
A. Caractéristiques principales.....	86
B. Exemple 1 : 1001pharmacies.com	88
C. Exemple 2 : Pharmarket.com	95
D. Exemple 3 : Doctipharma.fr	97
E. Que faut-il retenir du modèle « plateformes/places de marché » ?	106
V. En conclusion	107
Partie 4 : Le commerce électronique illicite de médicaments à usage humain à destination de la France : comment participer à la protection de la santé publique	109
I. Une réalité à prendre en compte	110
A. Un constat global alarmant.....	110
B. Un commerce favorisé par l'utilisation d'internet	111
II. Les méthodes d'identification et de signalement d'un site illicite de vente de médicaments	113
A. Quelques notions importantes	114
B. Comment identifier un site Internet illicite ?	115
C. Comment signaler un contenu illicite sur Internet.....	117
D. Un exemple : identification d'un site illicite affilié en marque blanche	118
III. Contrecarrer les principales méthodes de sollicitations et d'usurpations des vendeurs illicites.....	123
A. Le spam par courrier électronique	124
B. Le spamdexing : plateforme de blogs, forums	125
C. Le piratage	126
D. Phishing et social engineering	129
E. Les noms de domaine expirés	130
Conclusion	133
Annexes	136
Table des illustrations.....	158
Bibliographie.....	161

Introduction

En informatique comme en thérapeutique, le pharmacien d'officine est confronté à une perpétuelle évolution. Internet est devenu un réseau international qui ne cesse de croître. Le pharmacien d'officine français doit trouver sa place dans ce réseau et ne pas se laisser distancer.

Depuis plusieurs années déjà, Internet est au cœur du métier de pharmacien. Il lui permet d'effectuer des tâches essentielles telles que la télétransmission, la gestion du dossier pharmaceutique... L'officinal reste en connexion pour fournir au patient, par le biais d'Internet, toujours plus de services.

Le pharmacien est avant tout un homme de science spécialiste du médicament. En devenant titulaire d'officine, il devient un chef d'entreprise à part entière. Aujourd'hui, il doit adapter le fonctionnement de son activité particulière aux aspects commerciaux d'Internet.

La vente en ligne de médicaments est d'actualité. C'est devenu aujourd'hui une opportunité de faire évoluer une officine. Avant de se lancer dans cette aventure le pharmacien titulaire d'officine doit bien s'informer, analyser le contexte et examiner les options techniques qui s'ouvrent à lui. De plus, afin de ne pas participer à son insu au commerce illicite sur le web, il devra aussi connaître certaines pratiques. Notre travail de thèse devrait lui apporter une contribution pour des choix plus faciles et plus judicieux.

Afin de mieux comprendre les enjeux et les risques dans l'activité de vente de médicaments sur Internet pour son exercice professionnel, nous analyserons dans la première partie l'émergence de la pratique au niveau occidental, notamment en Europe. Nous ferons une rétrospective de la vente de médicaments sur Internet grâce à un travail de recherche effectué via des outils accessibles sur le web.

Longtemps instable et ambiguë, la situation du commerce électronique de médicaments bénéficie aujourd'hui d'un cadre juridique en France. Ce dernier a été établi dans la continuité du droit européen, avec l'objectif d'assurer la protection de la santé publique.

Dans la deuxième partie, nous étudierons la mise en place de ce cadre législatif et analyserons les règles auxquelles doit se soumettre le titulaire d'officine. Nous verrons que ce processus a été imposé par l'Europe, dans le cadre de la libre circulation transfrontalière et dans un intérêt de santé publique.

Bien souvent néophyte des pratiques du commerce sur le web, le pharmacien doit faire appel à des prestataires externes spécialisés dans le domaine. Il est donc important pour l'officinal moderne d'être armé d'un minimum de connaissances sur

les possibilités qui s'offrent à lui. Dans la troisième partie, nous analyserons les différents modèles auxquels peuvent recourir aujourd'hui les officinaux lorsqu'ils décident de pratiquer le commerce électronique de médicaments.

Le commerce de médicaments illicites est un problème d'envergure mondiale. Il se développe aujourd'hui de manière très importante grâce à la démocratisation d'Internet.

Dans la dernière partie, nous détaillerons un autre volet du commerce électronique de médicaments : l'offre illicite à destination du marché français. Nous mettrons en avant les principales techniques du secteur et les moyens pour l'officinal de participer à l'endiguement de ce problème majeur.

Partie 1 : Naissance et évolution du commerce électronique de médicaments

I. QUELQUES NOTIONS SUR INTERNET ET LE COMMERCE ELECTRONIQUE

L'utilisation d'Internet est aujourd'hui chose courante dans notre société. Ce monde virtuel dispose cependant d'un vocabulaire et d'une histoire qui lui sont propres. Nous évoquerons ainsi dans ce chapitre sa genèse et son émergence. Nous soulignerons aussi le rôle des Url et des noms de domaine, notamment dans le cadre du développement du commerce électronique que nous définirons alors. Enfin, un organisme américain a prévu le stockage des données au long terme et leur consultation. Nous évoquerons cette mémoire accessible par tous et fort utile dans ce travail.

A. NAISSANCE ET EMERGENCE D'INTERNET

Internet est né au début des années 1990 en Amérique du Nord. Le premier navigateur (ou browser) voit le jour en 1993, il se nommait Mosaic et permettait d'afficher le contenu textuel et les images d'Internet. Ce logiciel a été rebaptisé par la suite Netscape et a dominé le marché pendant des années avec le célèbre navigateur de Microsoft : Internet Explorer.

En 2014 avec le développement des technologies mobiles, le monde compte environ 2,5 milliards d'internautes, soit près de 35% de la population (1). En France, 83% des habitants sont connectés à Internet, soit plus de 54 millions de personnes.

Selon l'institut TNS Sofres, en 2013, un français sur deux utilise le web pour effectuer des recherches liées à la santé. (2)

B. L'URL ET LES NOMS DE DOMAINE

La navigation au sein d'Internet est possible grâce à l'utilisation de chaînes de caractères permettant d'adresser les ressources du Web. Ces chaînes sont nommées URL (pour Uniform Ressource Locator).

Le nom de domaine correspond à l'adresse principale d'un site internet. Typiquement il est constitué du domaine primaire (également appelé extension) par exemple .fr, et du domaine secondaire : par exemple pharmacien pour le nom de domaine pharmacien.fr. Le domaine de troisième niveau est appelé sous domaine, le plus fréquemment utilisé est www. Techniquement, un nom de domaine permet aux navigateurs web de relier l'adresse du site au serveur sur lequel il est hébergé (via son adresse IP*).

* Une adresse IP est un numéro d'identification qui est attribué de façon permanente ou provisoire à chaque appareil connecté à un réseau informatique

C. LE COMMERCE ELECTRONIQUE

L'INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques) définit le commerce électronique ainsi :

ce sont les « Transactions commerciales utilisant l'internet ou d'autres réseaux informatiques (...) et impliquant un changement de propriété du bien ou du service commandé. Les biens et les services font l'objet d'une commande déposée via ces réseaux, mais le paiement et la livraison ultime du bien ou du service peuvent être effectués par des méthodes traditionnelles. Ne sont pas considérées comme relevant du commerce électronique les commandes reçues par téléphone, par télécopieur et par le courrier électronique. Ces outils ne permettent pas une automatisation complète des transactions commerciales. Les transactions bancaires et financières ne relèvent pas du commerce électronique. » (3)

Selon la Fédération du commerce électronique et de la vente à distance (FEVAD), syndicat des professionnels du secteur en France, les Français auraient dépensé 57 milliards d'euros en 2014. Ce chiffre est en augmentation de 11% par rapport à l'année 2013. (4). Le commerce électronique représente ainsi 9% du commerce de détail en France (hors produits alimentaires).

D. WEB ARCHIVE : LA MEMOIRE D'INTERNET

Depuis l'année 1996, un organisme américain à but non lucratif nommé Internet Archive sauvegarde sous forme de « clichés instantanés » l'ensemble des pages du web à intervalle régulier. Toutes ces données (2 millions de giga-octets en 2007) sont stockées dans les serveurs de l'association dans la région de San Francisco et également en Egypte dans la Bibliothèque d'Alexandrie. Derrière ce projet ambitieux se trouve Brewster Kahle, un informaticien américain qui est également le fondateur d'Alexa.com, le principal indicateur statistique d'Internet. Les données d'Internet Archive sont accessibles au public gratuitement grâce à l'outil WayBack Machine, qui comme son nom l'indique permet de voir le contenu d'un site internet tel qu'il était des années auparavant.

Plus d'une dizaine d'années après les prémices du commerce électronique de médicaments, de nombreuses sources et de nombreux sites de vente ne sont plus en ligne à l'heure actuelle. C'est pourquoi de nombreuses impressions d'écrans présentes dans cette partie sont tirées de cet outil accessible à l'adresse Web.archive.org. (5)

E. USENET ET LES NEWSGROUPS

Usenet est l'ancêtre des forums de discussion sur Internet. Ce réseau est organisé en groupes de discussions dans lesquels les internautes interagissent. Cette partie du web est aujourd'hui largement délaissée au profit des forums de discussion apparus au

début des années 2000. Toutefois, il est toujours possible de consulter les anciens messages sur internet notamment grâce au service « Groups » de la société Google, accessible sur le web.

II. HISTORIQUE DE LA VENTE DE MEDICAMENTS SUR INTERNET EN OCCIDENT

Munis de ces définitions et outils, nous allons maintenant retracer l'histoire de la vente de médicaments sur Internet. Cette chronologie, réalisée grâce à de nombreuses recherches sur le web, ne peut être considérée comme exhaustive, mais permet toutefois d'apprécier l'émergence de la pratique dans les pays occidentaux.

A. 1996 : EUROCORE.NL LE PIONNIER HOLLANDAIS

En septembre 1996, des internautes américains parlent d'un site dénommé Eurocare.nl sur lequel l'un d'entre eux s'est procuré des médicaments. (6)

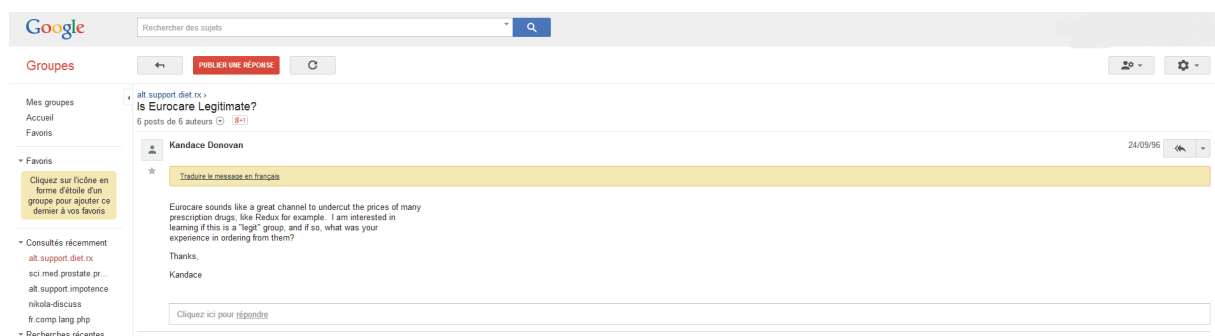


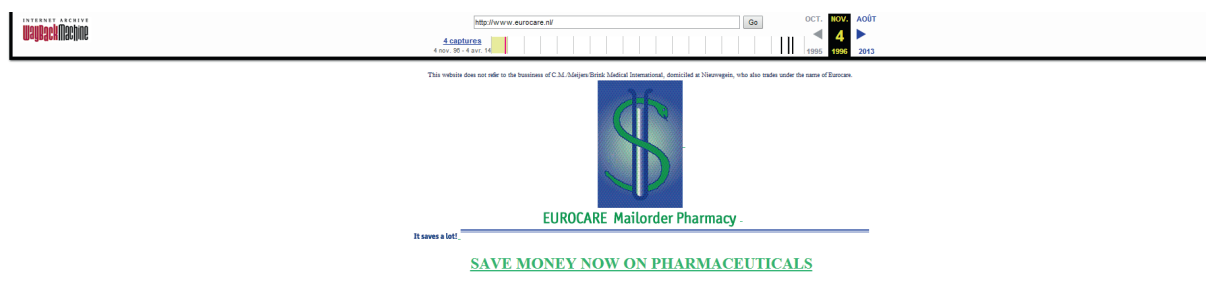
Figure 1 - Question à propos du site Eurocare.nl sur un groupe Usenet en 1996

A l'époque les principaux médicaments vendus sur ce site étaient des anorexigènes, notamment le Redux® (Dexfenfluramine) un médicament commercialisé par les laboratoires Servier depuis les années 1980. En France, sa dénomination commerciale était Isomèride®. Ce médicament est retiré du marché à la fin des années 1990 à cause des lourds effets indésirables de l'un de ses métabolites : la norfenfluramine (valvulopathie cardiaque, hypertension artérielle pulmonaire).

Eurocare.nl était géré par une société hollandaise basée à Leylad : EUROCORE Mail Order Pharmacy.

La commande des médicaments s'effectuait via un simple formulaire, le numéro de carte de crédit était ensuite demandé par téléphone. Nous ne pouvons donc pas qualifier cette pratique de commerce électronique de médicaments si l'on s'en tient à la définition de l'INSEE (voir partie 1. I, C.).

Cette société livrait partout dans le monde dans un délai maximum de quatre semaines. Les frais de port s'élevaient quant à eux à 9\$. Aucune prescription médicale n'était visiblement exigée en 1996.



EUROCARE Mailorder Pharmacy is a cheap source for "smart drugs" (Nootropics) and more than 2000 prescription drugs. For instance: U.S. prices are on average 50% higher.

This service is for overseas customers only.

We are specialized in finding [hard-to-get medication](#) at fair prices.

Use this [ordering facility](#) and we'll make sure you get what you want within 3-4 weeks after ordering. We accept VISA credit card payments as well as international money orders and cashier's checks.

Other Sources of Information

Figure 2 - Impression d'écran du site Eurocare.nl en 1996

Fin 1997, le ministère de la santé hollandais, en concertation avec l'Union Européenne a fait arrêter l'activité de cette société sur Internet. (7)

B. 1997 : THEPILLBOX.COM

1. Publicité newsgroup pour Thepillbox

En août 1997, une pharmacie américaine publie un message sur un groupe Usenet appelé «Support Impotence». Ce dernier comporte une publicité pour son site internet : [Thepillbox.com](#). (8)

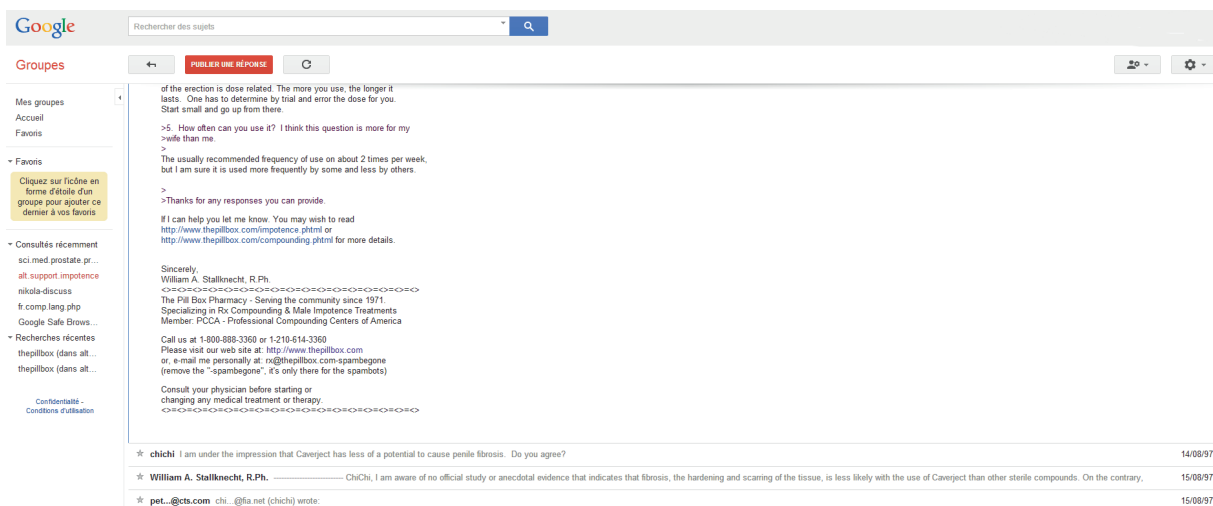


Figure 3 - Publicité pour le site ThepillBox en 1997

2. Le site ThepillBox.com

Le service Web Archive n'a pas sauvegardé de pages du site Thepillbox.com en 1997. Les premières sauvegardes datent de l'année 1998. Sur cette impression d'écran nous pouvons toutefois noter que le copyright indique que le site est lancé depuis l'année 1997.



Figure 4 - Impression d'écran du site Thepillbox.com en 1998

Les commandes semblaient comme sur Eurocare.nl être effectuées à l'époque directement par téléphone ou par courriel.



Figure 5 - Informations de contact Thepillbox.com 1998

3. Condamnation du site ThepillBox

La société ThepillBox est ensuite condamnée à rembourser ses clients du Missouri pour leurs achats effectués sur son site entre le 1er janvier et le 30 juin 1999. Cette condamnation fait suite à la possibilité pour les internautes de commander des médicaments en ligne sans avoir été en contact physique avec un médecin. (9)

C. LE DEVELOPPEMENT DE LA VENTE DE MEDICAMENTS SUR INTERNET EN 1998

1. Mars 98 : Autorisation de mise sur le marché du Viagra par la FDA

Le 27 mars 1998 la Food and Drug Administration (FDA), agence américaine des produits alimentaires et médicamenteux, délivre une autorisation de mise sur le marché (AMM) pour le Viagra®. A l'étude pour le traitement de l'hypertension artérielle et de la crise d'angine de poitrine depuis 1996 dans les laboratoires de la société Pfizer, ce médicament est finalement indiqué pour le traitement de la dysfonction érectile. Son arrivée sur le marché est une inflexion notable, qui participe en grande partie au développement de la vente de médicaments sur Internet outre-Atlantique. (10)

Les laboratoires Pfizer obtiennent ensuite une AMM européenne centralisée pour ce médicament le 16 septembre 1998. (11)

2. Mai 98 : focus-medical.com

Dans un compte rendu de la Federal Trade Commission de l'Etat du Nevada (Commission Fédérale du Commerce), nous apprenons que le site internet Focus-medical.com proposait à la vente sur son site Internet des médicaments soumis à prescription médicale, notamment du Viagra® depuis le 1er mai 1998. (12)

Grâce à WebArchive, nous voyons le contenu de ce site au début de l'année 1999. Ce dernier était à l'époque minimaliste. L'internaute lisait quelques informations pratiques à propos du Viagra® avant de passer commande. Cette dernière se déroulait en différentes étapes. Tout d'abord, l'acheteur devait répondre à un questionnaire médical, afin d'obtenir une prescription établie par un médecin partenaire du site. Cette étape était facturée 75\$. Lorsque le médecin validait la prescription, le patient commandait alors la quantité désirée de Viagra® en saisissant ses informations bancaires directement sur le site.

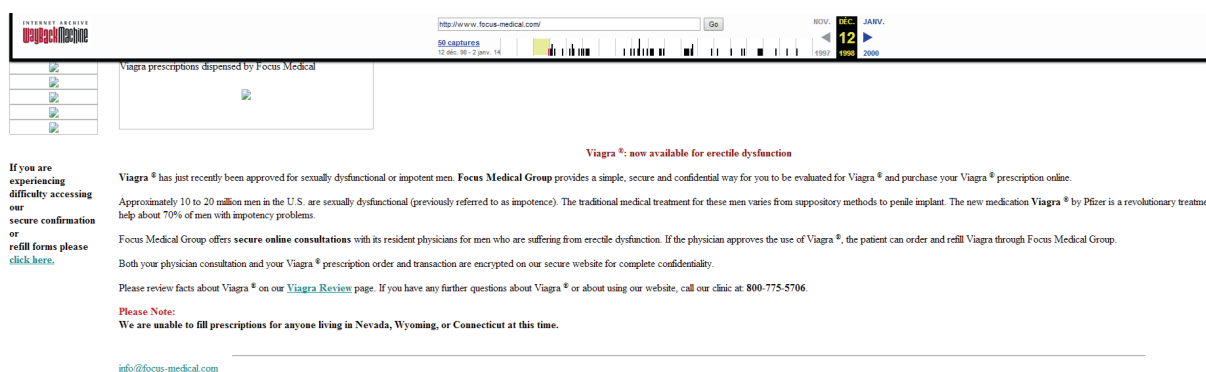


Figure 6 - Impression d'écran du site Focus-Medical.com en 1999

Thepillbox.com et Focus-medical.com visaient également le marché européen comme nous l'apprend un article du site Droit Technologie du mois de juillet 1998. (13)

3. Mars 98 : Un pharmacien français en ligne : parapharmacie

En 1998, Alain Breckler, pharmacien français, met en ligne un site de vente comportant uniquement des produits de parapharmacie. Son site accessible à l'adresse Paraformeplus.com était disponible en français et en anglais. La commande s'effectuait soit en ligne (l'internaute avait la possibilité de laisser son numéro de carte bancaire) soit par fax. Il s'agit ici du premier site marchand créé par une officine française.



Figure 7 - Impression d'écran du site Paraformeplus.com en 1998

D. 1999 : L'ESSOR DES PHARMACIES ELECTRONIQUES

1. Janvier 99 : Soma.com

L'année 1999 voit l'apparition de nombreuses pharmacies en ligne aux Etats-Unis. Soma.com a été ainsi lancé en janvier 1999. Derrière ce site, se trouve la société Soma Corporation basée à Seattle. La pharmacie rattachée à ce site se trouvait quant à elle à West Chester dans l'Ohio. En partenariat avec les principales compagnies d'assurances américaines, ce site facturait directement ces dernières lors de la délivrance de produits soumis à prescription médicale obligatoire.

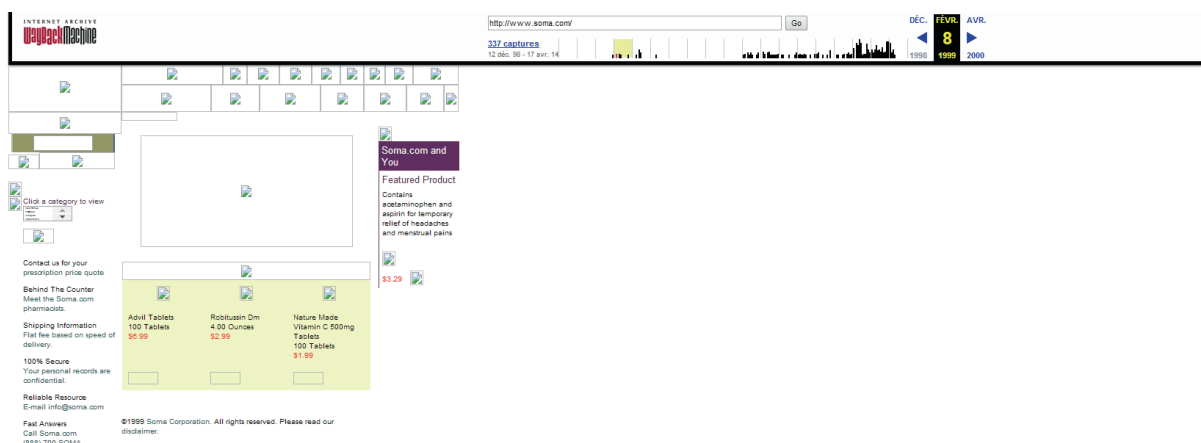


Figure 8 - Impression d'écran du site Soma.com en 1999

En juin 1999, quelques mois seulement après son ouverture, le site Soma.com a été racheté par la société CVS, seconde chaîne de pharmacie américaine à l'époque, pour 30 millions de dollars. (14)

2. Février 99 : Drugstore.com

La société Drugstore.com a été fondée en avril 1998 par un ancien dirigeant de Microsoft, Peter Neupert. Moins d'un an après le début de son développement, le site internet a été mis en ligne au mois de février 1999. L'internaute pouvait alors y trouver de nombreuses informations concernant la santé, mais également y commander des médicaments qu'ils soient soumis à prescription médicale ou pas.

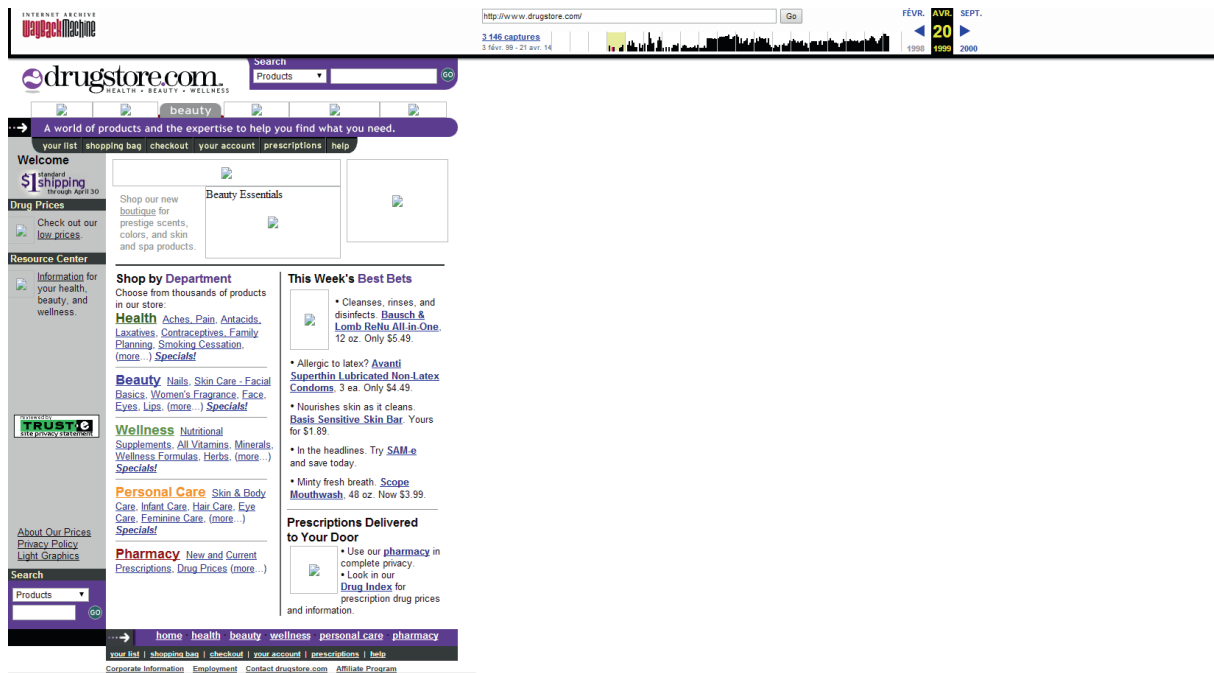


Figure 9 - Impression d'écran du site Drugstore.com en février 1999

Une inscription était nécessaire pour commander des médicaments sous prescription. L'internaute avait alors accès à un espace sécurisé lui permettant de remplir un questionnaire médical (traitements actuels, pathologies, allergies éventuelles). Différentes possibilités s'offraient ensuite à lui :

- envoyer son ordonnance par courrier
- demander à son médecin de contacter la société Drugstore.com
- demander à Drugstore de contacter son médecin
- faire transférer son ordonnance depuis sa pharmacie habituelle.

En juin 1999, Drugstore.com noue un partenariat avec la première chaîne de pharmacies aux USA : Rite Aid (4500 officines). Cet accord permet aux internautes de venir retirer leur commande directement dans une officine partenaire.

La société Amazon, leader du commerce électronique, est entrée au capital de Drugstore.com en 1999 (46% de part). Lors de son entrée en bourse en juillet 1999, cette société a réussi à lever 90 millions de dollars.

Enfin, Drugstore.com a réussi à nouer des partenariats avec les principaux portails* internet de l'époque (MSN, Netscape, Yahoo), ce qui lui a permis d'attirer un million de visiteurs au mois d'août 1999.

* Un portail est un site internet offrant une porte d'entrée à de nombreux services et de nombreuses ressources accessibles sur Internet.

3. Mars 99 : PlanetRx.com

Le site PlanetRx.com a été lancé en mars 1999, grâce à un partenariat marketing avec la société Yahoo. Des liens et des bannières publicitaires pour ce site de vente en ligne de médicaments étaient alors présents sur le portail Yahoo.com.



Figure 10 - Impression d'écran du site PlanetRx.com en 1999

En Décembre 1999, cette société a créé en partenariat avec un laboratoire pharmaceutique (Parke-Devis) le site Diabetes.com. Ce dernier était un guide médical en ligne comportant des informations et conseils à propos de cette pathologie. De nombreux liens permettant d'acheter leur traitement sur PlanetRx.com étaient alors proposés aux internautes sur ce site.

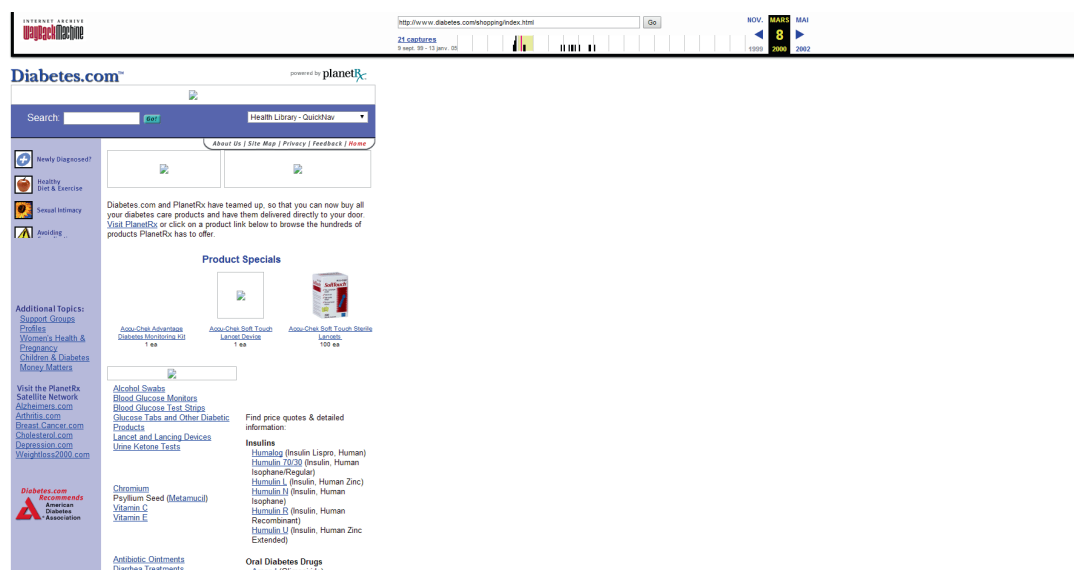


Figure 11 - Impression d'écran du site Diabetes.com en 1999

D'autres sites informatifs ont été ensuite lancés par la société PlanetRx.com, citons notamment Depression.com, Cholesterol.com ou encore Alzheimers.com. (15)

4. Operation Cure.All

En juin 1999, la Federal Trade Commission (Commission Fédérale du Commerce), organisme américain s'assurant que les revendeurs aient demandé les autorisations légales pour leurs produits, lance l'opération Cure.all. Cette dernière a pour but de stopper le développement de sites proposant à la vente des produits médicaux douteux. Durant les deux ans d'enquête, la FTC a ainsi identifié des centaines de sites. Différents états des USA engagent de ce fait des poursuites à l'encontre de ces sites. (16)

5. Création d'un programme de vérification des pharmacies en ligne

En 1999, la National Association of Board of Pharmacy (NABP), équivalent aux Etats-Unis de l'Ordre National des Pharmaciens, met en place le label Verified Internet Pharmacy Practice Sites (VIPPS) destiné à sécuriser la vente en ligne de médicaments. (17) Ce label certifie que les pharmacies en ligne appliquent exactement les mêmes règles de délivrance que les pharmacies traditionnelles.

Les pionniers Drugstore.com et PlanetRx.com font partis des premiers sites certifiés.

D'autres programmes apparaissent les années suivantes. Nous citerons notamment PharmacyChecker.

6. Novembre 1999 : la première pharmacie en ligne britannique Pharmacy2U

Pharmacy2u.co.uk est la première pharmacie en ligne britannique. Elle proposait à l'époque la vente de produits de parapharmacie et des médicaments sous prescription (à condition de fournir l'ordonnance papier). Rapidement, un concurrent fait son apparition : AllCures/AllDrugs. (18)

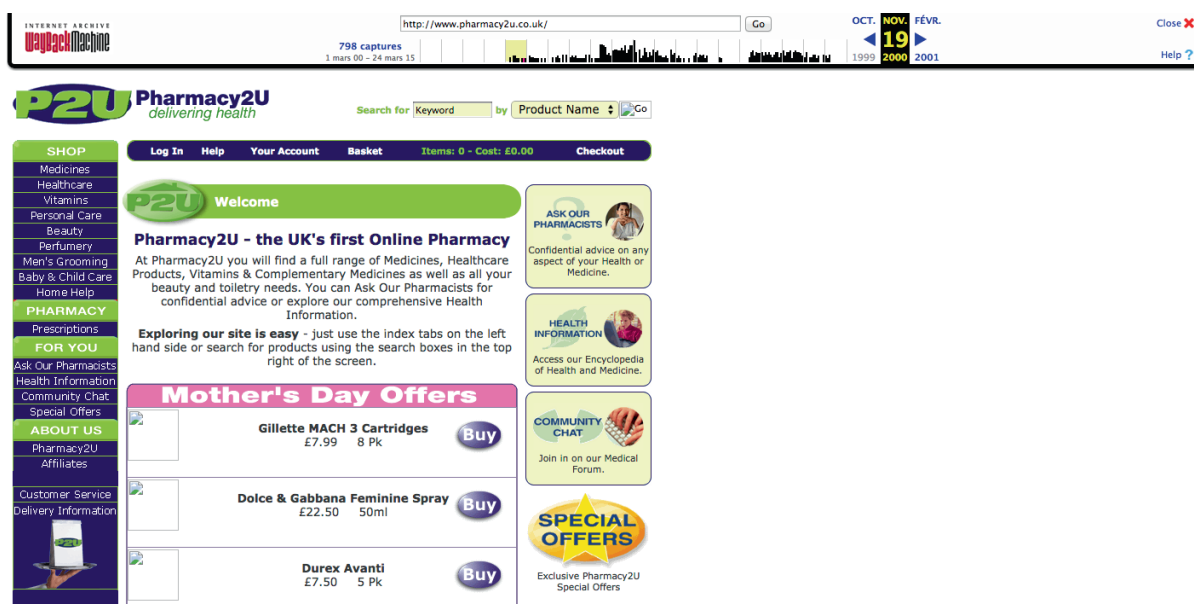


Figure 12 - Impression d'écran du site Pharmacy2u en 1999

E. 2000 : ACTION AMERICAINE ET EVOLUTION EN EUROPE

1. Réaction de la FDA en février

La FDA réagit de manière vigoureuse à l'émergence du commerce de médicaments sur internet en envoyant en février 2000 des courriers électroniques aux sites étrangers non certifiés vendant des médicaments soumis à prescription obligatoire. Pour la première fois, la FDA utilise Internet pour atteindre les contrevenants aux lois américaines qui encadrent la vente de médicaments. (19)

2. Deuxième pharmacie britannique (acceptant les ordonnances remboursables)

Les pharmacies en ligne continuent leur développement en Grande-Bretagne : ainsi le groupe Allcures obtient une autorisation du National Health Service (NHS), le système de santé publique du Royaume-Uni, afin d'accepter les ordonnances remboursables sur son site Internet.

3. Juin : lancement du site Hollandais DocMorris.

En juin 2000, Jacques Waterval, pharmacien hollandais et Ralf Dainghaus, directeur commercial allemand ouvrent la pharmacie en ligne DocMorris. Cette dernière est installée à Landgraff, une commune néerlandaise de la région dite des trois pays : à quelques rues des frontières belge et allemande.

Accessible à l'adresse 0800DocMorris.com, ce site propose dans l'Europe entière des médicaments soumis ou non à prescription médicale et n'étant pas forcément autorisés dans le pays de l'internaute. (20)



Figure 13 - Impression d'écran du site DocMorris en 2000

Les médicaments soumis à prescription médicale étaient alors signalés par un logo et leur délivrance était soumise à présentation de l'original de l'ordonnance par le patient.

La vente de médicaments sur Internet est depuis couverte par une autorisation délivrée par une autorité hollandaise cette même année. Dans ce pays, des entreprises dont l'activité est uniquement présente en ligne (on parle alors de « Pure Players ») peuvent vendre des médicaments sur Internet, à la condition que la délivrance soit contrôlée et validée par un pharmacien.

4. Novembre 2000 : la journée de l'Ordre « colloque internet » en France

En France, tandis que le premier pharmacien en ligne s'est vu empêcher la vente en ligne de certains produits de parapharmacie par la société Pierre Fabre fin 1999 (21), l'Ordre National des Pharmaciens organise lors de ses 13^{ème} journées, le colloque « Internet et médicament : la e-pharmacie n'aura pas lieu » afin de mettre en garde la profession. (22)

F. 2003 : UNE ANNEE CHARNIERE

1. 26 juin aux Etats-Unis : Internet Pharmacy Consumer Protection Act

La loi de protection des consommateurs de médicaments sur internet (23) amende la loi fédérale sur la nourriture, les médicaments et les produits cosmétiques de 1938 : il est interdit de délivrer ou vendre un médicament sous ordonnance si

- une quelconque partie de la transaction est effectuée sur un site internet
- ce site ne remplit pas les critères relatifs à l'inclusion d'une page (et les liens pour y accéder) donnant l'identité et la licence/permis/autorisation du vendeur, pharmacien ou personnel médical.

2. Décembre 2003 en Europe : l'arrêt DocMorris

Depuis l'année 2000, la société DocMorris vend des médicaments sur internet dans toute l'Europe, et réalise la majorité de son chiffre d'affaire en Allemagne. En effet, la proximité immédiate de ce pays permet à cette société d'y livrer ses médicaments pour un coût modique. En juin 2001, la Deutscher Apothekerverband (DAV), association de défense des intérêts économiques et sociaux des pharmaciens en Allemagne, engage devant la juridiction allemande une procédure à l'encontre de DocMorris.

En effet, le commerce électronique de médicaments et sa publicité sont interdits à l'époque en Allemagne. Le litige s'inscrivant dans un contexte communautaire et transfrontalier, le juge allemand décide de surseoir à statuer afin de poser des questions préjudicielles à la Cour de Justice des Communautés Européennes (CJCE). Cette dernière deviendra la CJUE : Cour de Justice de l'Union Européenne suite au traité de Lisbonne du 1^{er} décembre 2009.

La Cour tranche le 11 décembre 2003 : elle estime qu'une interdiction nationale de vente par correspondance de médicaments autorisés mais non soumis à prescription médicale constitue une restriction de la libre circulation des marchandises. Pour la CJCE, cette interdiction n'est donc pas justifiée. Toutefois, elle peut l'être pour les médicaments soumis à prescription médicale.

La Cour prend aussi nettement position contre la vente par Internet de médicaments non autorisés dans le pays de l'acheteur.

Cette décision de la CJCE, dite **arrêt DocMorris**, est la première à établir un début de législation concernant le commerce électronique de médicaments non soumis à prescription médicale en Europe. (24)

En 2007, le répartiteur allemand Celesio (connu en France via sa filiale OCP) acquiert la société Docmorris pour 220 millions d'euros, afin de profiter de la libéralisation attendue du marché des pharmacies en Europe. En 2012, suite au boycott incessant des pharmaciens allemands (notamment en regard des remises commerciales), Celesio cède finalement Docmorris au groupe suisse Zur Rose contre la somme de 25 millions d'euros.(25)

G. 2004 : LA LEGISLATION SUR LA VENTE DE MEDICAMENTS SUR INTERNET EN ALLEMAGNE

Peu après l'arrêt DocMorris, l'Allemagne autorise le commerce électronique de médicaments. Cette autorisation concerne tous les médicaments, qu'ils soient soumis à prescription médicale ou non.

Selon l'étude « la vente de médicaments sur Internet » d'EuroStaf en 2011 :

- les ventes de médicaments sur Internet non soumis à prescription représentent 742 millions d'euros en Allemagne
- celles de médicaments sur prescription, 343 millions d'euros.

H. OCTOBRE 2008 AUX ETATS-UNIS: LA LOI RYAN HAIGHT ONLINE PHARMACY CONSUMER PROTECTION ACT

En 2008 aux Etats-Unis, la loi dite « Ryan Haight Online Pharmacy Consumer Protection Act », promulguée lors du mois d'octobre (26), modifie la loi relative aux substances placées sous contrôle, ainsi que la loi sur l'exportation et l'importation de substances sous contrôle, en leur ajoutant différentes dispositions visant à stopper la délivrance illégale par internet de ces substances.

I. 2008-2009 : LE COMMERCE ELECTRONIQUE DE MEDICAMENTS EN BELGIQUE

1. Novembre 2008 : Newpharma.be première pharmacie en ligne belge

En novembre 2008, la pharmacie liégeoise Discry et la Société Privée à Responsabilité Limitée (SPRL) Pharma Conseil ouvrent le site Newpharma.be. Ce site ne proposait alors à la vente que des produits de parapharmacie, en attendant la mise en place de la législation belge.(27)

2. Janvier 2009 : la mise en place de la législation belge.

La Belgique adopte en janvier 2009 un arrêté contenant des dispositions s'appliquant aux pharmacies en ligne et interdisant la vente sur Internet de médicaments délivrés sur ordonnance. (28)

Différentes conditions doivent être ainsi remplies pour obtenir une autorisation pour le commerce électronique de médicaments :

- le site Internet doit être rattaché à une officine ouverte au public
- l'ouverture du site Internet doit être signalée à l'Ordre des Pharmaciens et à l'AFMPS (Agence fédérale des médicaments et des produits de santé)
- la vente de certains produits est interdite sur Internet (les médicaments vétérinaires, les préparations officinales et les médicaments à usage humain soumis à prescription médicale)
- le site ne doit être lié qu'à une seule officine.

Nous verrons plus tard que la majorité de ces dispositions ont été reprises dans la législation française.

III. LA SITUATION EUROPEENNE EN 2010

Presque quinze ans après les premières traces du commerce électronique de médicaments, différents pays européens autorisent la vente à distance de ces produits. Cependant, comme nous allons le voir chaque pays impose des limites qui lui sont propres.

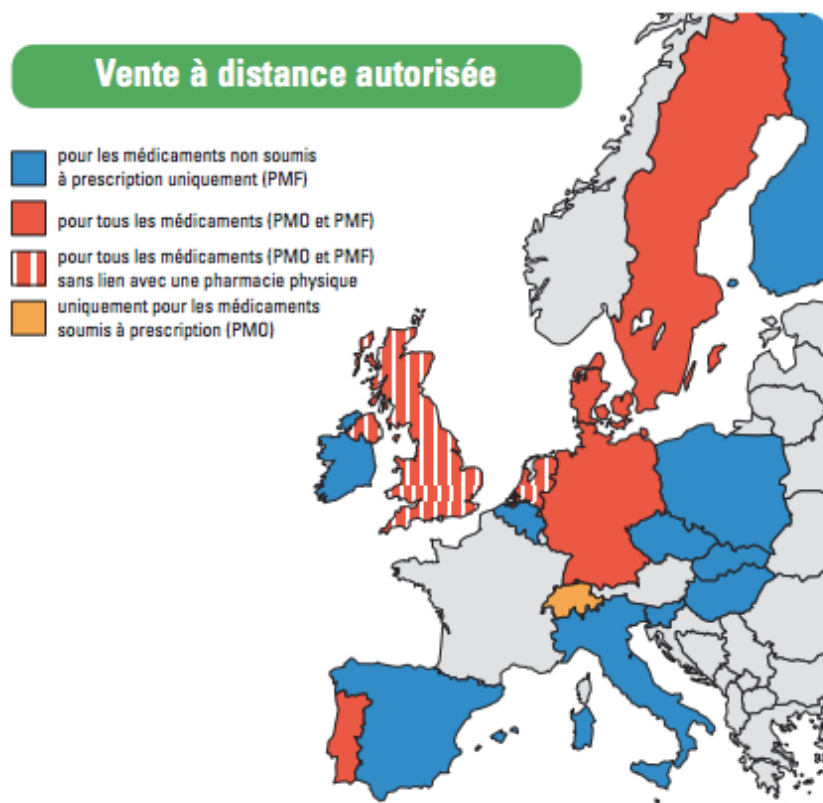


Figure 14 - Autorisation de vente à distance dans les pays européens (LNP - n°399 avril 2010)

Suite à l'arrêt DocMorris, différents Etats Membres ont ainsi autorisé le commerce électronique de médicaments :

- dans certains Etats la vente par correspondance ne concerne que les médicaments non soumis à prescription médicale (Belgique, Pologne, Irlande, Italie, Espagne).
- il n'y a pas de restriction liée à la prescription dans d'autres Etats (Danemark, Suède, Portugal, Allemagne)
- aux Pays-Bas et au Royaume-Uni, il n'y a pas d'obligation d'être adossé à une officine physique.

IV. LA LEGISLATION EUROPEENNE

Suite à l'arrêt DocMorris, la situation du commerce électronique de médicaments en Europe est donc instable, certains pays n'en autorisant toujours pas la pratique. Nous allons maintenant nous intéresser à la mise en place d'un cadre législatif au niveau européen. En effet, au sein de l'Union Européenne, le phénomène de falsification du médicament atteint alors un niveau alarmant (notamment à cause du développement d'Internet), constituant un grave problème de santé publique.

A. LA DIRECTIVE 2011/62 DE L'UNION EUROPEENNE

La directive Européenne 2011/62/UE du 16 mai 2011 modifiant la directive 2001/83/CE institue un code communautaire relatif aux médicaments à usage humain, en ce qui concerne la prévention de l'introduction dans la chaîne d'approvisionnement légale de médicaments falsifiés.

Une directive Européenne fixe des objectifs, elle doit ensuite être transposée par les états membres. Elle diffère donc d'un règlement européen, qui introduit une règle uniforme directement applicable dans les états membres.

Cette directive apporte une première définition du médicament falsifié :

« Tout médicament comportant une fausse présentation de :

- a) son identité, y compris de son emballage et de son étiquetage, de sa dénomination ou de sa composition s'agissant de n'importe lequel de ses composants, y compris les excipients, et du dosage de ces composants;
- b) sa source, y compris de son fabricant, de son pays de fabrication, de son pays d'origine ou du titulaire de son autorisation de mise sur le marché;
- c) son historique, y compris des enregistrements et des documents relatifs aux circuits de distribution utilisés. »

Elle différencie ainsi clairement le médicament falsifié :

- du médicament contrefait, désignant un médicament non conforme en matière de droits de propriété industrielle et intellectuelle.
- du médicament présentant des défauts de qualité non intentionnels.

De plus, le Parlement européen et le Conseil des ministres de l'Union Européenne reconnaissent que « la vente illégale de médicaments au public via l'Internet représente une menace majeure pour la santé publique étant donné que des médicaments falsifiés peuvent être distribués au public de cette manière ».

La directive précise ainsi dans son « article 85 quater » que :

« sans préjudice des législations nationales qui interdisent l'offre à la vente à distance au public de médicaments soumis à prescription, au moyen de services de la société de l'information, les Etats Membres veillent à ce que les médicaments soient offerts à la vente à distance au public au moyen de services de la société de l'information. »

Les Etats Membres mettent en vigueur les dispositions législatives, réglementaires et administratives nécessaires pour se conformer à la présente directive au plus tard le 2 janvier 2013. Ils doivent en informer immédiatement la Commission Européenne.

Selon le principe de la subsidiarité *, chaque état membre est donc tenu de légiférer sur le commerce électronique de médicaments.

* Le principe de subsidiarité est une maxime politique et sociale selon laquelle la responsabilité d'une action publique, lorsqu'elle est nécessaire, doit être allouée à la plus petite entité capable de résoudre le problème d'elle-même.

Toutefois, dans le cadre de la libre circulation transfrontalière, les états membres n'ont donc pas la possibilité d'interdire la vente de médicaments non soumis à prescription médicale sur Internet.(29)

La France a donc la possibilité de décider :

- de l'autorisation ou non de la vente en ligne de médicaments soumis à prescription médicale obligatoire
- des conditions à imposer pour des raisons de protection de la santé publique.

Ce dernier point rejoint l'un des fondements de l'Union Européenne : la protection de la santé publique relève avant tout de la compétence nationale. L'article 168 du Traité sur le fonctionnement de l'Union Européenne (30) précise en effet que :

« L'action de l'Union est menée dans le respect des responsabilités des États membres en ce qui concerne la définition de leur politique de santé, ainsi que l'organisation et la fourniture de services de santé et de soins médicaux. »

B. LA CONVENTION MEDICRIME

Quelques mois plus tard, le 28 octobre 2011, onze états membres du Conseil de l'Europe, dont la France, signent la convention Médicrime. Il s'agit du premier traité international contre les produits médicaux contrefaits et les infractions similaires menaçant la santé publique.

Cette convention offre un cadre d'échange d'informations et de coopération entre les autorités compétentes, que ce soit au niveau national ou international. Elle prévoit également que les Etats érigent en infraction pénale la fabrication et la diffusion de produits médicaux. (31)

V. EN CONCLUSION

Le commerce électronique de médicaments a suivi l'évolution d'Internet, en se développant de manière importante à la fin des années 1990. Ce commerce s'est rapidement tourné vers l'Europe, notamment depuis la commercialisation du Viagra® en 1998. Comme souvent avec Internet, ce sont les pratiques dans ce monde virtuel qui ont engendré la mise en place d'un cadre législatif.

Fin 2011, il ne reste plus que quelques mois à la France pour légiférer à ce propos. Nous allons maintenant nous intéresser plus précisément à la situation française.

EVOLUTION DU COMMERCE ELECTRONIQUE DE MEDICAMENTS EN OCCIDENT

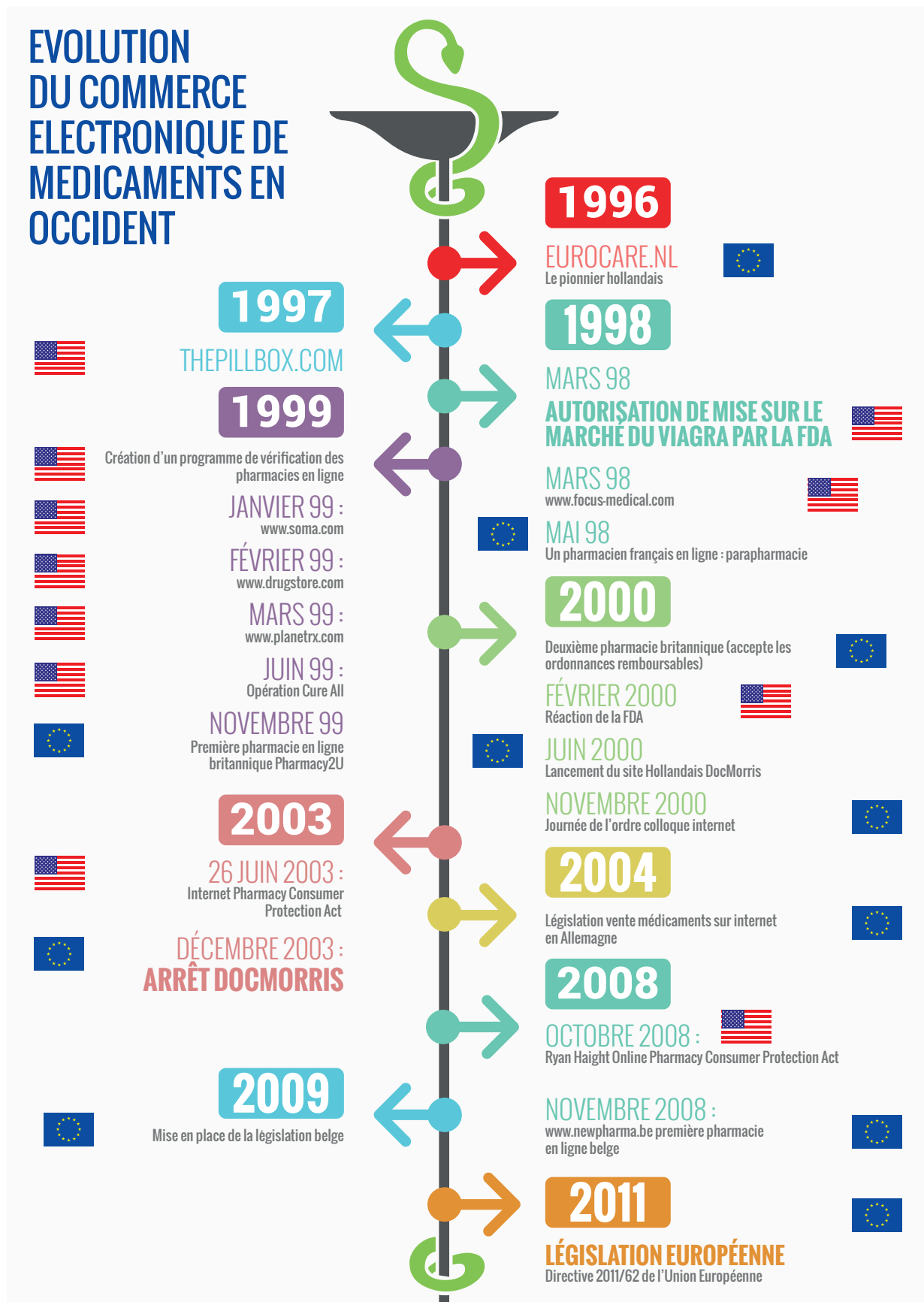


Figure 15 - Frise chronologique de l'émergence du commerce électronique de médicaments en Occident

Partie 2 : Le commerce électronique de médicaments en France

I. UN FLOU JURIDIQUE JUSQU'EN 2012

Nous allons maintenant nous intéresser à la situation des officinaux français vis à vis du commerce électronique jusqu'à la fin de l'ultimatum européen. Pour cela, nous décrirons notamment les différents modèles utilisés alors par les pharmaciens pour être visibles sur le Web.

A. ULTIMATUM POUR LA FRANCE (TRANSPOSITION DE LA LOI EUROPEENNE)

Début 2012, la majorité des pays européens (notamment frontaliers: Allemagne, Belgique) autorise notamment le commerce électronique de médicaments non soumis à prescription médicale.

Malgré le contexte juridique européen favorable à ce moment là, la France n'a toujours pas instauré de législation et le temps presse. La directive européenne 2011/62 impose en effet au gouvernement français un ultimatum au 2 janvier 2013.

Pourtant dès le mois d'avril 2010 Roselyne Bachelot, pharmacien et alors ministre de la Santé, met en place un groupe de travail sur un projet d'ouverture pour les médicaments non soumis à prescription et non remboursés par la sécurité sociale.

Ce projet a été abandonné quelques mois plus tard suite à un changement dans le gouvernement.

Il résulte de cet ultimatum européen une instabilité juridique, faisant naître un sentiment d'insécurité chez les pharmaciens français. En octobre 2011, le nouveau ministre de la santé, Xavier Bertrand reconnaît au cours d'un congrès de pharmaciens à Bordeaux que « le Code de la santé publique ne contient aucun principe d'interdiction ni d'autorisation ».(32)

B. PHARMACIE ET DEONTOLOGIE

Sans législation appropriée, les pharmaciens désirant se lancer dans l'aventure Internet se devaient alors, à l'époque, de respecter le code de déontologie.(33)

En effet, le code de la santé publique ne pose pas d'interdiction mais une « non autorisation de fait » résultant de différents articles :

- l'article L.4211-1 précise que la possibilité de vente des médicaments est réservée pour les seuls titulaires du diplôme de pharmacien et dont l'activité est exercée dans une officine en tant que pharmacien titulaire ou de pharmacien adjoint (salarié de l'officine)
- l'article L 5125-1 indique que cet exercice doit être réalisé dans une Officine: « l'établissement affecté à la dispensation au détail de

médicaments, produits et objets mentionnés à l'article L4211-1 ainsi qu'à l'exécution des préparations magistrales ou officinales »

- l'article L1111-23 précise que tout pharmacien d'officine est tenu d'alimenter le dossier pharmaceutique à l'occasion de la dispensation
- l'article R4235-48 indique que le pharmacien a un devoir particulier de conseil lorsqu'il est amené à délivrer un médicament qui ne requiert pas une prescription médicale
- l'article L5122-1 prévoit que la publicité pour les médicaments doit être objective et présenter les caractéristiques du produit en favorisant le bon usage de celui-ci
- l'article L5125-25 al.3 prévoit, concernant la livraison à domicile que « toutes commandes livrées en dehors de l'officine par toute autre personne ne peut être remise qu'en paquet scellé portant le nom et l'adresse du client ».

De nombreux pharmaciens n'ont cependant pas attendu de pouvoir vendre officiellement des médicaments pour être visible sur Internet. Depuis des années, des sites sont ainsi mis en ligne par les officinaux.

La principale question est alors de savoir quel usage une pharmacie d'officine peut réellement faire de l'outil Internet. Les officinaux ont, à l'époque, principalement opté pour des sites « vitrines » (avec ou sans services associés) ou pour des sites marchands, proposant des produits de parapharmacie. En effet, depuis 1987 les produits parapharmaceutiques sont sortis du monopole pharmaceutique.

C. LES DIFFERENTS MODELES UTILISES ALORS PAR LES OFFICINAUX

1. Site vitrine : présentation neutre de l'officine

La majorité des entreprises et des professionnels français sont présents sur Internet, il ne pouvait en être autrement pour les pharmacies françaises.

La solution la plus facile, peu coûteuse, est d'opter pour un site dit « vitrine » ou « carte de visite ».

Celui-ci comporte généralement :

- les coordonnées de l'officine
- son numéro de téléphone
- ses horaires d'ouverture
- une présentation des activités et spécialités officinales
- une présentation de l'équipe
- les numéros d'urgence et de service de garde.

Généralement, un formulaire permet également d'entrer en contact avec la pharmacie, le plus souvent par l'intermédiaire d'un courriel.



Figure 16 - Exemple de site vitrine pharmacie-sabrie.fr

Aujourd'hui, ce type de site est abordable, différentes sociétés informatiques se sont spécialisées en la matière (pour tout type de professionnels). Les tarifs vont de quelques dizaines d'euros par mois (sous la forme d'un abonnement), à 500 euros pour un achat définitif. Dans ce dernier cas, le pharmacien devra prendre en charge annuellement les frais liés au renouvellement de son nom de domaine et de son hébergement web.

Les officinaux désirant simplement communiquer leurs horaires d'ouverture et leurs coordonnées peuvent cependant faire appel au service « Google Business» du moteur du même nom. Ce qui leur permet d'afficher leurs coordonnées et horaires d'ouverture directement sur la page de recherche. Cette pratique est (à l'heure actuelle) entièrement gratuite pour l'officinal.

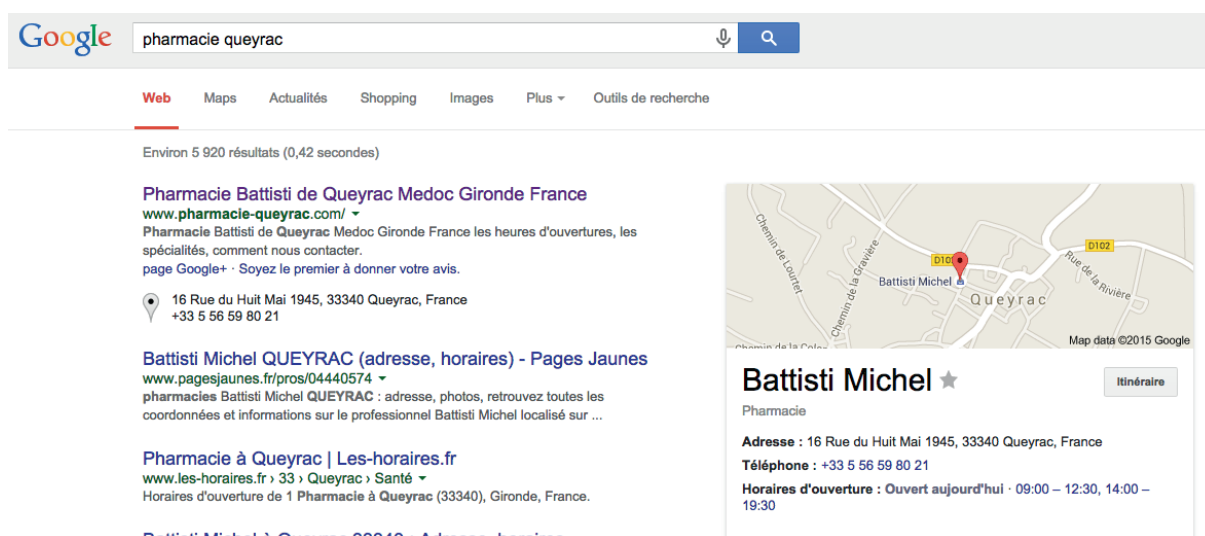


Figure 17 - Fiche Google Business d'une officine

2. Site de services et réservation d'ordonnances

Au fil du temps, la majorité des sites vitrines se sont étoffés, par la présence de services complémentaires. Le site internet est aussi un moyen de diffusion d'informations de santé publique et est utile pour relayer les campagnes du Ministère de la Santé, ou de l'Agence Nationale du Médicament.

Un espace privé est également proposé au patient pour poser des questions et recevoir des conseils personnalisés de la part de son pharmacien.

Le transfert d'ordonnances est un autre type de service proposé. L'ordonnance est alors scannée ou photographiée par le patient à l'aide de son smartphone par exemple. Elle est ensuite envoyée par courriel ou déposée directement sur le site de l'officine via l'espace privé.

A la réception, l'équipe officinale se charge de préparer l'ordonnance et de commander les produits manquants. Le patient vient ensuite à la pharmacie muni de l'original de son ordonnance pour s'y voir délivrer ses médicaments et recevoir les conseils associés.

Certains outils permettent également au pharmacien de prévenir le patient que sa commande est prête par sms ou courriel, ou que certains produits manquants ne seront disponibles que le lendemain par exemple.

3. Parapharmacies en ligne

Jusqu'au 19 décembre 2012, les produits de parapharmacie sont vendus sur Internet, entre-autre par les officinaux. En effet, les produits de parapharmacie sont soumis au libre jeu de la concurrence depuis 1987 suite à une décision du Conseil de la Concurrence, confirmée en janvier 1988 par la Cour d'Appel de Paris.

Plusieurs années avant de pouvoir délivrer des médicaments sur Internet, des pharmaciens proposent ainsi à la vente des produits de parapharmacie sur leur site web. Alain Breckler avait, comme nous l'avons vu précédemment, ouvert la voie en lançant cette activité en 1998.

Depuis que ce dernier a stoppé cette activité en 1999, d'autres pharmacies se sont lancées. C'est notamment le cas de la pharmacie d'Altkirch en Alsace, dont le site est accessible à l'adresse Pharmaservices.fr depuis 2005.

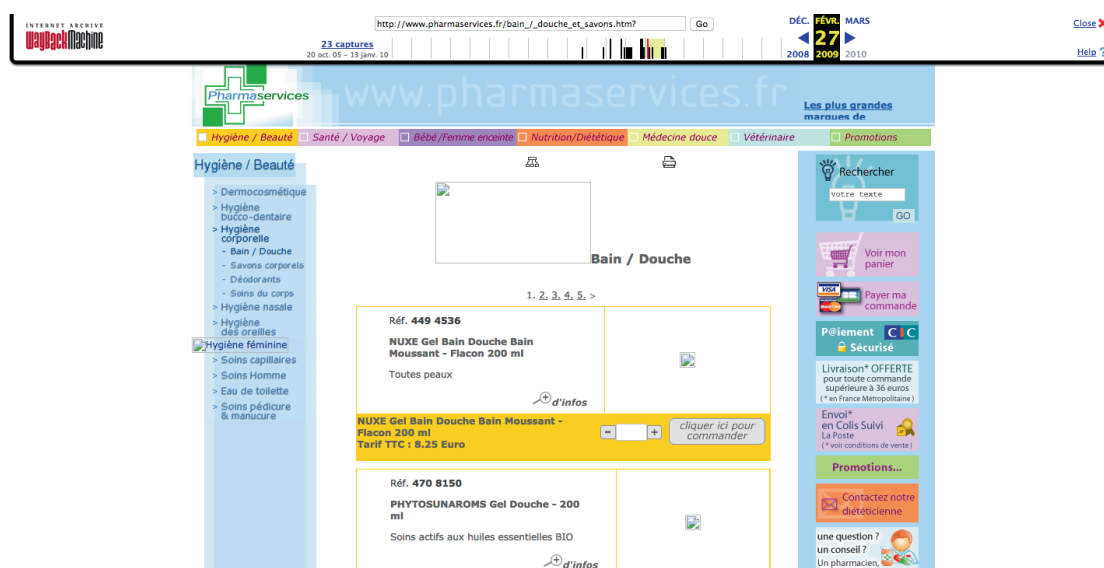


Figure 18 - Impression d'écran du site Pharmaservices.fr en 2009

En 2009, les internautes pouvaient commander sur ce site différents types de produits de parapharmacie. Le paiement s'effectuait directement sur internet par l'intermédiaire de la banque CIC. Les commandes étaient pour leur part, acheminées via la société La Poste.

Le numéro de téléphone de la pharmacie mis en évidence sur chaque page du site permettait au client d'entrer en contact avec l'officine.

La grande distribution et les principaux acteurs de l'e-commerce (sites internet pure-players*) se sont rapidement intéressés à ce secteur. Ce dernier leur donne la possibilité d'avoir des stocks plus conséquents que ceux d'une officine, donc des prix plus attractifs, et surtout l'autorisation de se faire de la publicité.

* Le terme « pure-player » dans le cadre du commerce électronique, désigne un site internet ne proposant aucun magasin dans lequel ses clients pourraient venir physiquement effectuer leurs achats.

En juillet 2010, Cdiscount, leader français du e-commerce, ouvre par l'intermédiaire de sa filiale 3W Santé, le site «lecomptoiresante.com ». Ce site n'est pas rattaché à une

officine, cependant il met en avant la présence d'un Docteur en Pharmacie, impliqué dans le choix des produits et les conseils aux clients. Cette présence leur est imposée par certains laboratoires pour pouvoir vendre certaines gammes de produits.



Figure 19 - Impression d'écran du site lecomptoirsante.com en 2010

Rebaptisé comptoirsante.com, il devient rapidement une référence de la parapharmacie en ligne, en proposant une offre de plus de 10.000 produits de 500 marques. Aujourd'hui, le site dispose même d'un point de vente physique, une parapharmacie à Bordeaux. Son succès s'explique notamment par la publicité effectuée pour ce site sur internet, sur les autres sites du groupe Cdiscount, mais également par le rachat en 2010 de l'un des leaders de la parapharmacie en ligne : pharmadiscout.com (site lancé en 2003 et réalisant 5 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2009).(34)

II. NOVEMBRE 2012 : DEUX PHARMACIENS FRANÇAIS SE LANCENT DANS L'AVENTURE

Nous allons maintenant voir que quelques semaines avant l'expiration de l'ultimatum européen, plusieurs officinaux français, bien préparés techniquement, ont proposé la vente de médicaments non soumis à prescription médicale sur leur site Internet. Nous verrons dans un deuxième temps les réactions officielles à cette pratique.

A. UNE ARRIVEE MEDIATISEE

Le 14 novembre 2012, Philippe Lailler, pharmacien à Caen, propose le commerce électronique de médicaments sur le site de son officine : Pharma-gdd.com.

Ce site lancé en 2011 vendait jusqu'à présent des produits de parapharmacie. Les fiches des médicaments ont visiblement été ajoutées courant 2012, mais une mention indiquait alors qu'ils seraient « bientôt proposés à la vente sur ce site ».



Figure 20 - Impression d'écran du site Pharma-gdd.com en octobre 2012

Philippe Lailler, président d'un groupe politique dans le Calvados, est le titulaire de la pharmacie de la Grâce de Dieu, située dans un quartier populaire de Caen. Son officine se situe dans la galerie d'une grande surface et est connue dans la région pour ses prix attractifs et pour proposer une livraison avec un triporteur électrique.

Le 14 novembre 2012, les internautes ont la possibilité, sur ce site internet, de commander des médicaments non soumis à prescription médicale et également celle de réserver des médicaments sur ordonnance. La délivrance de ces derniers ne se fait visiblement qu'à l'officine sur présentation de l'ordonnance originale.(35)

Cinq jours plus tard, une deuxième officine emboîte le pas à la pharmacie de la Grâce de Dieu en proposant également des médicaments sur son site internet accessible à l'adresse Lasante.net. Il s'agit de la pharmacie du Bizet à Villeneuve d'Ascq. Les internautes ont alors la possibilité d'y commander plus de 500 médicaments, non soumis à prescription médicale.

Rapidement, l'information est diffusée sur de nombreux supports et notamment à la télévision. Le 17 novembre 2012, le journal télévisé de TF1 consacre ainsi un reportage au site de la pharmacie de la Grâce de Dieu.(36)

Plus de 200 pharmaciens portent alors plainte auprès du Conseil de l'Ordre des Pharmaciens contre ce pionnier.(37)

B. LES REACTIONS OFFICIELLES

Le mardi 20 novembre 2012, l'union des Syndicats de Pharmacies d'Officine (ou USPO) réagit auprès du Cabinet de la Ministre de la Santé française. Leurs revendications sont simples, l'USPO demande à Marisol Touraine, la ministre de la santé, de prendre position le plus rapidement possible vis à vis de la vente des médicaments sur Internet. Deux autres syndicats, l'UNPF et la FSPF, interviennent de même. Ce dernier syndicat publie un communiqué de presse intitulé « non à la vente de médicaments par correspondance ». (38)

L'Ordre National des Pharmaciens réagit pour sa part le 22 novembre 2012 par l'intermédiaire d'une interview de sa présidente Isabelle Adenot dans le Quotidien du Pharmacien. (39)

Selon la Présidente, « L'Ordre n'écrit pas le droit. Ce n'est pas à lui de décider si la vente de médicaments sur Internet est autorisée ou interdite ».

“Un autre problème que soulève la question de la vente de médicaments sur le net est celui de la contrefaçon. On sait que le Web est un puissant accélérateur de ventes de médicaments falsifiés”.

« Il ne faut pas que cette pratique conduise à une banalisation du médicament : ce qui pose problème c'est d'assimiler le médicament à un produit comme un autre”.

III. MISE EN PLACE DE LA LEGISLATION FRANÇAISE LIEE AU COMMERCE ELECTRONIQUE DE MEDICAMENTS

Suite aux diverses réactions relatives aux deux sites vus précédemment, nous allons maintenant voir la mise en place de la législation concernant le commerce électronique de médicaments en France. Cette dernière a donné naissance à différents textes que nous allons maintenant analyser.

A. L'ORDONNANCE DU 19 DECEMBRE 2012

Le mercredi 19 décembre 2012, la Ministre de la Santé et des Affaires sociales présente en conseil des Ministres une ordonnance (n°2012-1427) relative notamment à l'encadrement de la vente de médicaments sur Internet. (40)

Cette transposition de la directive européenne 2011/62/UE a pour objectif d'empêcher la pénétration de médicaments falsifiés dans la chaîne d'approvisionnement légale (voir partie 1. IV, A).

Ce texte est promulgué le jour même et est publié au Journal Officiel du 21 décembre 2012. Cette ordonnance prévoit également un encadrement des activités de courtage de médicaments, de fabrication, d'importation ou de distribution de matières premières à usage pharmaceutique.

L'article 7 de ce texte insère un chapitre V bis au Code de la Santé Publique (après le chapitre V du titre II du livre Ier de la cinquième partie du Code de la Santé Publique) relatif au commerce électronique de médicaments par une pharmacie d'officine.

L'ordonnance définit juridiquement l'activité de commerce électronique de médicaments : c'est l'article L. 5125-33.

« On entend par commerce électronique de médicaments l'activité économique par laquelle le pharmacien propose ou assure à distance et par voie électronique la vente au détail et la dispensation au public des médicaments à usage humain et, à cet effet, fournit des informations de santé en ligne. »

Il est à noter que cette définition ne concerne que les médicaments à usage humain et non pas les médicaments vétérinaires. Selon ce même article, la dispensation de médicaments par voie électronique est bien limitée aux officines physiques : « L'activité de commerce électronique est réalisée à partir du site internet d'une officine de pharmacie. »

Ceci est confirmé par l'article L. 5125-35 qui précise que « La création du site internet de commerce électronique de médicaments de l'officine de pharmacie prévu au troisième alinéa de l'article L. 5125-33 est subordonnée à l'existence de la licence mentionnée à l'article L. 5125-4 ou de la décision du ministre chargé de la santé mentionnée à l'article L. 5125-19 et à l'ouverture effective de la pharmacie. »

La création et l'exploitation d'un tel site sont exclusivement réservées aux pharmaciens suivants :

- pharmacien titulaire d'une officine,
- pharmacien gérant d'une pharmacie mutualiste ou de secours minière, exclusivement pour leurs membres.

Les pharmaciens adjoints ayant reçu délégation du pharmacien d'officine peuvent participer à l'exploitation du site internet de l'officine de pharmacie. D'après ce texte, un site internet de commerce électronique de médicaments est donc obligatoirement rattaché à une officine physique, on parle alors de « Brick and Mortar ».

Dans le e-commerce, ce terme sert à désigner une entreprise de vente traditionnelle ayant pignon sur rue.

L'ordonnance spécifie également le champ des médicaments autorisés à la vente sur internet (Article L. 5125-34) :

« Seuls peuvent faire l'objet de l'activité de commerce électronique les médicaments de médication officinale qui peuvent être présentés en accès direct au public en officine ».

La médication officinale correspond aux médicaments dits « en libre accès » dans les pharmacies, c'est à dire les médicaments situés de l'autre côté du comptoir, dans l'espace patient en accès direct au public. A ce moment, seulement environ 400 références (comarketing inclus) en faisaient partie.

Cette règle impose aux pionniers de déréferencer de leur catalogue produit, l'ensemble des médicaments remboursés par la sécurité sociale.

Ce texte prévoit également les conditions d'obtention pour une officine d'une autorisation pour pratiquer le commerce électronique de médicaments :

d'après l'article L. 5125-36. : « La création du site internet de commerce électronique de médicaments de l'officine de pharmacie est soumise à autorisation du directeur général de l'Agence Régionale de Santé territorialement compétente. »

Une fois cette autorisation obtenue, le pharmacien informe « de la création du site le conseil compétent de l'Ordre des Pharmaciens dont il relève ».

Ce texte définit les sanctions pouvant être infligées aux officinaux par l'ARS en cas de manquement à la législation.

L'ordonnance introduit l'article L. 5125-40 concernant les acteurs européens amenés à pratiquer le commerce électronique de médicaments sur le marché français : « Une personne physique ou morale légalement habilitée à vendre des médicaments au public dans l'Etat membre de l'Union européenne dans laquelle elle est installée doit, dans le cadre d'une activité de commerce électronique de médicaments à destination d'une personne établie en France, respecter les dispositions de l'article L. 5125-34 ainsi que la législation applicable aux médicaments commercialisés en France ».

Enfin, cette ordonnance modifie l'article L5121-5 du code de la santé publique:

« la dispensation, **y compris par voie électronique**, des médicaments doit être réalisée en conformité avec des bonnes pratiques dont les principes sont définis par arrêté du ministre chargé de la santé. »

Cette modification permet au ministère de la santé de fixer les bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique par l'intermédiaire d'un arrêté.

B. LE DECRET DU 31 DECEMBRE 2012

Comme le spécifiait l'article. L. 5125-41 de l'ordonnance 2012-1427: les modalités d'application de cette dernière, notamment les informations minimales que doivent contenir les sites internet de commerce électronique, sont déterminées par le décret n° 2012-1562 du 31 décembre 2012. Celui-ci est relatif au renforcement de la sécurité de la chaîne d'approvisionnement des médicaments et à l'encadrement de la vente de médicaments sur internet

Ce texte modifie le code de la santé publique (41):

- il crée l'article R5125-70 qui précise les conditions de création et d'exploitation du site internet de commerce électronique de médicaments « par les pharmaciens mentionnés à l'article L. 5125-33 inscrits aux sections A, D et E de l'ordre national des pharmaciens ». Cet article prévoit aussi que le site Internet doit contenir :
 - les coordonnées de l'Agence Nationale de Sécurité du Médicament et des produits de santé
 - un lien hypertexte vers le site internet de l'Ordre National des Pharmaciens et du Ministère chargé de la Santé
 - ainsi que le logo commun mis en place au niveau européen, qui est affiché sur chaque page du site internet qui a trait au commerce électronique de médicaments.
- l'article R5125-71 précise les éléments devant figurer à minima dans la demande d'autorisation adressée par les pharmaciens au directeur général de l'Agence Régionale de Santé (voir Annexe 1) :
 - le nom du pharmacien titulaire de l'officine ou gérant d'une pharmacie mutualiste ou de secours minière responsable du site
 - le certificat d'inscription à l'Ordre des Pharmaciens du pharmacien titulaire de l'officine ou gérant d'une pharmacie mutualiste ou de secours minière
 - le nom et l'adresse de l'officine ou de la pharmacie mutualiste ou de secours minière
 - l'adresse du site internet utilisé à des fins de commerce électronique
 - toutes les informations nécessaires pour identifier le site internet
 - la description du site et de ses fonctionnalités permettant de s'assurer du respect de la législation et de la réglementation en vigueur

- le descriptif des conditions d'installation de l'officine prescrites par l'article R. 5125-9.

Il impose également un délai maximum au directeur général de l'Agence Régionale de Santé de deux mois à compter de la date de réception de la demande. Passé ce délai, la demande d'autorisation est alors réputée acceptée en l'absence de décision.

L'article précise enfin la démarche à suivre par l'officinal lorsqu'il reçoit son autorisation :

« Dans les quinze jours suivant la date d'autorisation explicite ou implicite, le titulaire d'officine informe le conseil de l'ordre des pharmaciens dont il relève (*c'est à dire le conseil régional de l'Ordre des Pharmaciens*) de la création de son site internet de commerce électronique de médicaments et transmet à cet effet une copie de la demande adressée à l'agence régionale de santé et, le cas échéant, une copie de l'autorisation expresse. »

Ainsi, nous voyons que l'Agence Régionale de Santé peut rendre sa décision sans avoir pu contrôler le site en production. La demande d'autorisation est basée sur un dossier purement informatif, décrivant les fonctionnalités futures du site.

Une pharmacie peut alors se voir autoriser à pratiquer le commerce électronique de médicaments sans avoir de site Internet fonctionnel pour cette activité.

- l'article R5125-72 prévoit qu'« en cas de modification substantielle des éléments de l'autorisation mentionnés à l'article R. 5125-71, le pharmacien titulaire de l'officine ou gérant d'une pharmacie mutualiste ou de secours minière en informe sans délai, par tout moyen permettant d'en accuser réception, le directeur général de l'agence régionale de santé territorialement compétente et le conseil de l'ordre des pharmaciens dont il relève ». Ce cas, se présente notamment, si un pharmacien désire changer l'adresse de son site Internet.
- l'article R5125-73 fixe pour sa part, les modalités d'arrêt de l'exploitation d'un site internet de commerce électronique de médicaments :

« en cas de suspension ou de cessation d'exploitation de son site internet, le pharmacien titulaire de l'officine ou gérant d'une pharmacie mutualiste ou de secours minière en informe sans délai le directeur général de l'agence régionale de santé territorialement compétente et le conseil de l'ordre des pharmaciens dont il relève. »

- l'article R5125-74 précise le rôle de l'Ordre National des Pharmaciens qui doit tenir « à jour une liste des sites internet des officines de pharmacie autorisés et la mettre à la disposition du public sur son site internet. Cette liste est également disponible sur le site du ministère chargé de la santé. Le site internet

de l'ordre national des pharmaciens et celui du ministère chargé de la santé contiennent des informations sur la législation applicable au commerce électronique des médicaments par une pharmacie d'officine, sur les risques liés aux médicaments fournis illégalement sur internet ainsi que sur le logo commun mis en place au niveau communautaire. »

L'Ordre National des Pharmaciens diffuse la première liste le 26 mars 2013. Cette dernière se trouve sous la forme d'un fichier PDF à télécharger (voir annexe 2 qui correspond à la liste des officines ayant un site autorisé pour le commerce électronique de médicaments au 3 mai 2013). En juillet 2013, la liste est ensuite accessible directement sur une page du site internet de l'Ordre à l'adresse : www.ordre.pharmacien.fr/ecommerce/search. L'internaute a ainsi la possibilité de filtrer les sites autorisés par région, département ou ville. (voir annexe 3).

C. LE CIRCUIT D'OBTENTION D'UNE AUTORISATION POUR PRATIQUER LE COMMERCE ELECTRONIQUE DE MEDICAMENTS

Pour être autorisé à pratiquer le commerce électronique de médicaments, le pharmacien doit donc effectuer une demande auprès de son Agence Régionale de Santé, en renseignant les éléments décrits précédemment.

L'Agence Régionale de santé a alors deux mois pour prendre sa décision. Le cas échéant, l'autorisation est réputée acceptée.

Une fois l'autorisation obtenue, le pharmacien doit contacter, dans les quinze jours, le Conseil Régional de l'Ordre des Pharmaciens dont il dépend.

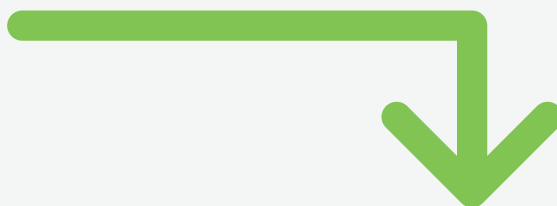
Ce dernier ajoute ainsi l'adresse du site Internet dans la liste des sites autorisés à pratiquer le commerce électronique de médicaments disponible sur le site Internet de l'Ordre National des Pharmaciens et sur celui du Ministère chargé de la Santé.



DEMANDE D'AUTORISATION POUR PRATIQUER LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE DE MÉDICAMENTS



Le pharmacie effectue une demande
auprès de son  Agence Régionale de Santé
(dossier informatif)



AUTORISATION DÉLIVRÉE



Ordre National des
Pharmaciens

Le pharmacien doit contacter **sous quinze jours**
le Conseil Régional de l'Ordre des Pharmaciens
dont il dépend.

Ce dernier ajoute ainsi l'adresse du site Internet
dans la liste des sites autorisés à pratiquer le
commerce électronique de médicaments, même
si le site internet n'est pas encore fonctionnel ou
existant.



En cas de refus, le pharmacien
a deux mois pour contester
cette décision.

Il peut par la suite effectuer
une nouvelle demande.



L'ARS a alors deux mois pour
prendre sa décision.

Passé ce délai, l'autorisation
est réputée acceptée.



AUTORISATION REFUSÉE

Figure 21 - Circuit d'obtention d'une autorisation pour pratiquer le commerce électronique de médicaments

D. RECOURS DEVANT LE CONSEIL D'ETAT CONCERNANT LA LISTE DES MEDICAMENTS AUTORISES A LA VENTE SUR INTERNET

Le 17 janvier 2013, l'un des pharmaciens pionniers (Philippe Lailier, titulaire de l'officine de la Grâce de Dieu à Caen) dépose un recours devant le Conseil d'Etat concernant deux articles de l'ordonnance N°2012-067.

Tout d'abord, le « cyber-pharmacien » saisit cette juridiction en invoquant le fait que la transposition effectuée par le gouvernement français est trop restrictive, ne se référant à la mise en ligne que des seuls médicaments de « médication officinale ».

En effet, cette Directive Européenne laisse aux Etats Membres la possibilité d'imposer des limitations sur les médicaments autorisés à être vendu sur Internet, si ces dernières sont « justifiées par la protection de la santé publique ».

Selon le « cyber-pharmacien », le texte de la Directive Européenne n'établit de distinction qu'entre deux catégories de médicaments :

- les médicaments soumis à prescription médicale,
- et tous les autres.

Le 24 février 2013, le juge des référés rend une décision qui élargit l'autorisation à la vente en ligne de tous les médicaments vendus sans prescription médicale.

En effet, le juge constate : « D'une part qu'eu égard au développement constant et rapide de l'activité de vente de médicaments en ligne du requérant, au fait que ce dernier a embauché plusieurs nouveaux préparateurs en pharmacie pour faire face à cette nouvelle activité et à la part importante, dans la proportion des médicaments ainsi vendus par lui, des médicaments qui ne sont pas soumis à prescription obligatoire mais ne sont pas sur la liste des médicaments en accès libre, l'application à compter du 1er mars 2013 des restrictions à la vente en ligne prévues par l'article L. 5125-34 serait de nature à porter un préjudice grave et immédiat au requérant. Il relève d'autre part que l'intérêt public commande que soient prises les mesures provisoires nécessaires pour faire cesser immédiatement l'atteinte portée aux droits conférés par le droit de l'Union européenne. »

Sa deuxième demande concernant l'article L. 5125-36 du Code de la santé publique, qui soumet la création d'un site internet de commerce de médicaments à l'autorisation du Directeur de l'Agence Régionale de Santé territorialement compétente est rejeté par le juge.

Suite à la décision concernant la première demande, le 17 juillet 2013, l'article L. 5125-34 est alors annulé par la décision n° 365317 du Conseil d'Etat :

« L'article 7 de l'ordonnance n° 2012-1427 du 19 décembre 2012 relative au renforcement de la sécurité de la chaîne d'approvisionnement des médicaments, à

l'encadrement de la vente de médicaments sur internet et à la lutte contre la falsification de médicaments est annulé en tant que l'article L. 5125-34 qu'il insère dans le code de la santé publique ne limite pas aux seuls médicaments soumis à prescription obligatoire l'interdiction de faire l'objet de l'activité de commerce électronique. »

Le code de la santé publique est ensuite modifié par la loi n°2014-201 du 24 février 2014 (42):

« Article L5125-34 : Seuls peuvent faire l'objet de l'activité de commerce électronique les médicaments qui ne sont pas soumis à prescription obligatoire. »

Cette loi modifie également l'article L5125-40 relatif aux acteurs étrangers (voir partie 2. III, A) : « Une personne physique ou morale légalement habilitée à vendre des médicaments au public dans l'Etat membre de l'Union européenne dans laquelle elle est installée ne peut vendre, dans le cadre d'une activité de commerce électronique de médicaments à destination d'une personne établie en France, que des médicaments mentionnés à l'article L. 5125-34 et bénéficiant d'une autorisation de mise sur le marché en France en application de l'article L. 5121-8 ou de l'un des enregistrements mentionnés aux articles L. 5121-13 et L. 5121-14-1. »

Tous les médicaments qui ne sont pas soumis à prescription médicale peuvent être vendus sur Internet en France, soit environ 4000 références.

E. LA PREMIERE PHARMACIE FRANÇAISE AUTORISEE

Le 26 mars 2013, la seule pharmacie présente dans la première liste diffusée par l'Ordre National des Pharmaciens est Pharmaservices.fr, le site de la pharmacie Meunier à Altkricht. L'Agence Régionale de Santé d'Alsace est donc la première à autoriser une officine à pratiquer le commerce électronique de médicaments. Cette autorisation survient avant la mise en place des bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique.

Le 11 avril 2013, un internaute décrit sur son site internet son expérience de commande de médicaments sur le site Pharmaservices.fr. (43)

Pour l'occasion, il a commandé six boîtes de Donormyl®, un antihistaminique utilisé comme somnifère, et quatre boîtes de Nurofen® 400, commande qu'il reçoit quarante-huit heures plus tard, sans avoir été contacté par la pharmacie.

Il met ainsi en avant certaines limites :

- l'absence de questionnaire médical
- l'absence de respect des doses d'exonération
- l'absence de conseil effectif.

Le pharmacien réagit à cet article, en précisant que l'internaute a été victime d'un dysfonctionnement du site Internet. Le site était en effet conçu pour vendre des produits de parapharmacie, comme nous l'avons vu précédemment. L'autorisation obtenue, le pharmacien n'avait pas encore adapté son site pour la vente de médicaments, n'ayant pas à ce moment-là de document de référence tel que celui des bonnes pratiques.

F. JUIN 2013 : LES BONNES PRATIQUES DE DISPENSATION PAR VOIE ELECTRONIQUE

Comme prévu par l'article 3 de l'ordonnance n°2012-1427 du 19 décembre 2012, le ministre de la santé fixe par un arrêté le 20 juin 2013 les bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique.(44)

Ce texte précise les règles techniques applicables à la création et au fonctionnement des sites Internet de pharmacies autorisés pour la vente des médicaments en ligne. Il entre en vigueur le 12 juillet 2013 alors qu'une trentaine d'officines sont déjà autorisées à pratiquer le commerce électronique de médicaments.

Comme le précisait Marisol Touraine le 4 juin 2013, ce texte a pour but de « rassurer les Français ». Elle veut ainsi « clairement rappeler que le médicament n'est pas un produit comme un autre. », rejoignant la réaction de la présidente de l'Ordre National des Pharmaciens en novembre 2012. (45)

Le premier projet d'arrêté, datant de février 2013, a fait l'objet d'un avis défavorable de la part de l'Autorité de la Concurrence.(46) En effet, ce projet comportait plusieurs mesures restrictives, jugées non justifiées par des considérations de santé publique (notamment interdiction de vente, sur le même site, de médicaments et de produits de parapharmacie).

D'emblée, le texte de juin précise que la dispensation par voie électronique doit se faire « selon les mêmes principes que la dispensation au comptoir ». En effet, les « bonnes pratiques s'appliquent sans préjudice des règles déontologiques et professionnelles inscrites dans le code de la santé publique ». Ce texte précise ensuite que la délivrance doit être possible au comptoir de la pharmacie et que « le site internet de la pharmacie est considéré comme le prolongement virtuel d'une officine de pharmacie autorisée et ouverte au public ».

Nous allons souligner quelques autres points essentiels de cet arrêté :

1. Financement et sous-traitance

Tout d'abord, le préambule indique que « la création et l'exploitation du site internet ne doivent pas être financées, pour tout ou partie, par une entreprise produisant ou commercialisant des produits de santé ».

Cette règle empêche ainsi les laboratoires pharmaceutiques, et les groupements commercialisant leur propre gamme de produits parapharmaceutique de financer en tout ou partie le développement des sites internet marchands de leurs clients ou adhérents.

De plus, « la sous-traitance à un tiers de tout ou partie de l'activité de vente par internet est interdite, à l'exception de la conception et de la maintenance techniques du site internet, qui ne peuvent cependant pas être confiées à une entreprise produisant ou commercialisant des produits de santé ».

Cette règle interdit ainsi théoriquement la mutualisation de la logistique de préparation et d'envoi des colis et l'utilisation des places de marché par les pharmaciens, comme nous le verrons ultérieurement.

Ces mesures sont justifiées dans le but de préserver l'indépendance professionnelle du pharmacien, le secret professionnel, et dans celui de permettre une communication d'informations neutres et objectives.

De même, « sont interdits les liens hypertextes vers les sites des entreprises pharmaceutiques ».

2. Mentions obligatoires et identification de la pharmacie

L'arrêté précise que l'officine à laquelle se rattache le site Internet de commerce électronique de médicaments ainsi que ses pharmaciens doivent être « clairement identifiés ».

Le site Internet doit contenir les mentions légales obligatoires en France (en application de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, loi dite LCEN) dont l'accès doit être « facile, direct et permanent ». Il doit également posséder des liens vers le site de l'Ordre National des Pharmaciens, celui du Ministère de la Santé, de l'ANSM et vers le formulaire de pharmacovigilance. Ce formulaire permet aux patients de déclarer les effets indésirables.

L'adresse du site Internet « ne doit pas revêtir une visée promotionnelle ou tromper le patient sur le contenu du site, ou encore être fantaisiste ».

Le patient doit ainsi pouvoir identifier l'officine comme étant une pharmacie légalement autorisée à pratiquer le commerce électroniquement de médicaments.

3. Communication

Les règles déontologiques de la profession interdisent aux pharmaciens tout acte de concurrence déloyale. Ces règles déontologiques prévoient également que la

présentation de l'activité officinale doit être neutre, dans le respect et la dignité de la profession.

L'arrêté de bonnes pratiques précise que « la recherche de référencement dans des moteurs de recherche ou des comparateurs de prix contre rémunération est interdite. ».

Cette règle interdit les pharmacies en ligne autorisées à utiliser les programmes de liens sponsorisés des moteurs de recherche.

A l'opposé du lien dit « naturel », réalisé sans contrepartie financière, le lien sponsorisé est un lien placé dans une page web contre rémunération.

Le programme de « liens sponsorisés » le plus courant est celui du moteur de recherche Google. Il s'intitule Google Adwords.

Moyennant une rémunération par action des utilisateurs (clics ou impression de l'annonce) l'annonce publicitaire (lien sponsorisé) apparaît en bonne position dans les résultats de recherche sur des expressions définies au préalable par l'acheteur.

Basé sur le système de la meilleure enchère, le programme Google Adword incite les acheteurs à augmenter le coût par action, parfois au détriment de l'offre d'information (site Internet) proposée à l'utilisateur.

Google.fr est le moteur de recherche le plus utilisé en France avec plus de 90% de part de marché. Ce moteur est la principale porte d'entrée sur le web pour les internautes français.

Ne pouvant pratiquer les liens sponsorisés, une pharmacie en ligne autorisée doit donc focaliser sa stratégie sur le référencement dit « naturel » de son site internet.

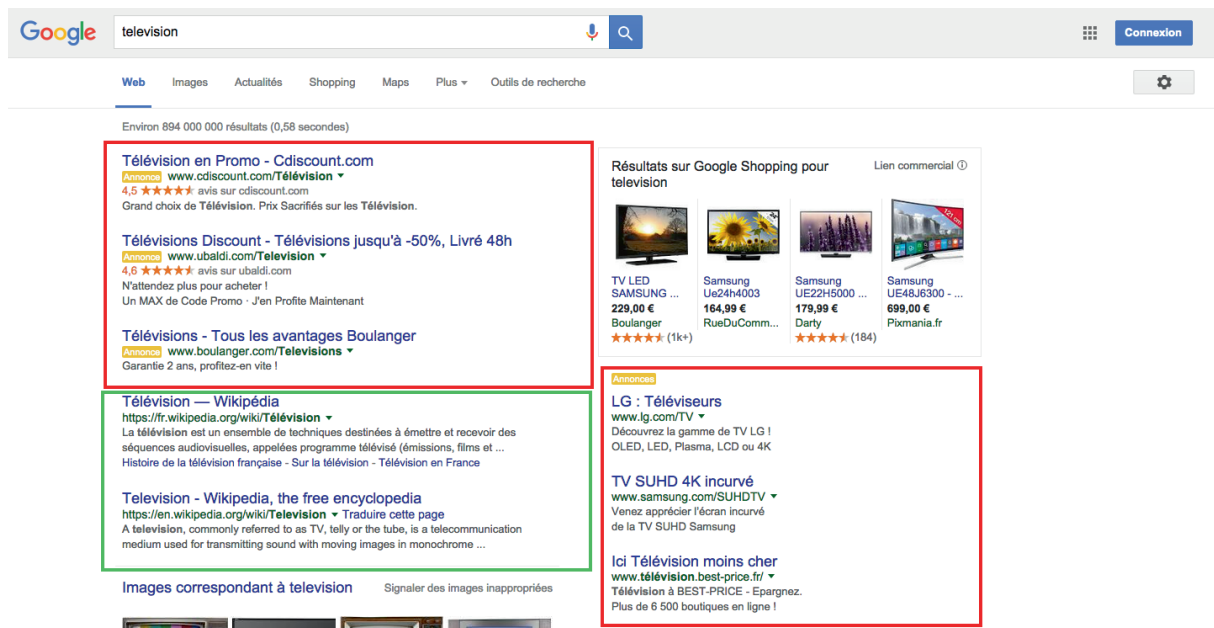


Figure 22 - différence entre liens naturels et liens sponsorisés sur Google.fr

Cette impression d'écran correspond au résultat de la recherche « télévision » sur le moteur de recherche Google.fr. Les rectangles rouges comportent les liens « sponsorisés », le rectangle vert, les liens dit « naturels ».

Le moteur de recherche permet à un patient d'accéder au site internet d'une officine sans connaître son adresse au préalable. Porte d'entrée majeure et quasi exclusive pour accéder à l'information sur Internet, le moteur de recherche Google se révèle souvent être la principale source de trafic pour un site internet.

Le fonctionnement des algorithmes de classement des différents moteurs de recherche est basé sur d'innombrables facteurs.

Les principaux sont :

- l'analyse sémantique, le contenu du site Internet doit être en rapport avec le mot clé visé
- l'originalité et l'unicité du contenu, le moteur de recherche n'a aucun intérêt à positionner deux pages web ayant le même contenu
- le maillage interne, les pages d'un site internet doivent être liées suivant une arborescence pertinente
- la structure de la page (l'adresse de la page, son titre, le sous titre, les paragraphes, les images, les liens...)
- l'actualisation du site, les sites souvent mis à jour sont jugés plus pertinents par les moteurs de recherche qui cherchent avant tout à délivrer la meilleure

information aux utilisateurs. Cette qualité de l'information est caractérisée par l'emploi du terme « relevant »

- la présence de liens hypertextes externes de qualité (liens menant vers le site Internet).

Théoriquement, pour être bien positionné, le site Internet officinal doit donc avoir un maximum de pages dont le contenu est unique (chaque nouvelle page devient en effet une nouvelle porte d'entrée) et un maximum de liens externes en provenance de sites populaires.

Cependant, les places sont limitées, puisque seules dix pages web peuvent être ainsi présentes sur la première page d'un moteur de recherche pour une requête donnée.

Le choix des mots clés visés doit donc faire partie intégrante de la stratégie de visibilité en ligne de l'officinal. Les pionniers par exemple ont visé d'emblée les principales requêtes associées à l'activité de commerce électronique de médicaments : « pharmacie en ligne », « médicaments sur internet », ou encore « acheter nom du médicament ».

Ces requêtes sont les plus concurrentielles, puisque toutes les pharmacies autorisées vont théoriquement chercher à s'y placer.

D'autres pharmaciens ont pour leur part choisi de référencer localement leur site internet, en l'optimisant pour des requêtes telles que « pharmacie en ligne + nom de la ville ».

4. Présentation des médicaments

Conformément à l'avis de l'Autorité de la Concurrence, le cyber-pharmacien peut proposer à la vente en ligne d'autres gammes de produits vendues dans l'officine, notamment les produits de parapharmacie.

« Le site comporte un onglet spécifique à la vente de médicament, établissant une distinction claire par rapport aux autres produits vendus le cas échéant par le pharmacien. »

Le site doit être conçu de telle sorte que « la notice du médicament soit systématiquement affichée dans le processus de la commande », et consultée par le patient.

Les fiches des médicaments ne doivent comporter que le résumé des caractéristiques produits ou la notice car « les médicaments vendus en ligne devront être présentés de façon objective, claire et non trompeuse. ». « Le prix doit être affiché de façon claire, lisible et non ambiguë pour le patient, avec un affichage identique pour tous les médicaments. »

5. Données de santé et interaction patient/pharmacien

Un questionnaire médical doit être imposé au patient avant la première commande et doit pouvoir être modifié à chaque nouvelle commande.

Un espace privé pour chaque client-patient doit pouvoir être créé. Ce compte personnel du client récapitule l'intégralité des commandes et des échanges avec le pharmacien.

L'hébergement des données de santé à caractère personnel doit obligatoirement être réalisé chez un hébergeur agréé par le Ministère chargé de la Santé.

L'hébergement de données de santé à caractère personnel est traité de manière spécifique par l'article L. 1111-8 du Code de la Santé Publique : « l'hébergement de données ne peut avoir lieu qu'avec le consentement exprès de la personne concernée ».

Le site doit être conçu de façon à ce « qu'aucun médicament ne puisse être vendu sans qu'un échange interactif et pertinent ne soit rendu possible avant la validation de la commande ».

6. Quantités délivrables

« La quantité maximale à délivrer recommandée est conforme à la durée du traitement indiquée dans le RCP. La quantité ne peut excéder un mois de traitement à posologie usuelle ou la quantité maximale nécessaire pour les traitements d'épisode aigu. La consultation médicale doit être recommandée si les symptômes persistent. »

Ce paragraphe semble ambigu. Il laisse toutefois la possibilité au pharmacien d'effectuer un blocage technique des quantités avant la commande, mais également celle de bloquer manuellement celle-ci lors de sa préparation après paiement par le patient.

A la fin de ce travail, cet arrêté du ministre des affaires sociales et de la santé du 20 juin 2013 est ensuite annulé par la décision n°370072 du 16 mars 2015 du Conseil d'Etat statuant au contentieux (47). A ce jour, un nouveau texte est visiblement en préparation.

G. IMPACT DE CETTE NOUVELLE LEGISLATION SUR LE PUBLIC

Depuis l'année 2004, la société Google propose une fonctionnalité permettant d'analyser les tendances des recherches via un service appelé Google Trends, accessible à l'adresse suivante: <http://www.google.fr/trends/>

Cette fonction nous permet notamment d'observer l'évolution du nombre de recherche sur un mot clé donné.

Ainsi, si nous nous intéressons à la requête "pharmacie en ligne", nous pouvons remarquer différents pics de recherche :

- un pic en novembre 2012 suite au lancement des deux pionniers
- un pic en janvier/février 2013 après la mise en place de la législation
- un pic en juin/juillet 2013 après la parution de l'arrêté des bonnes pratiques.

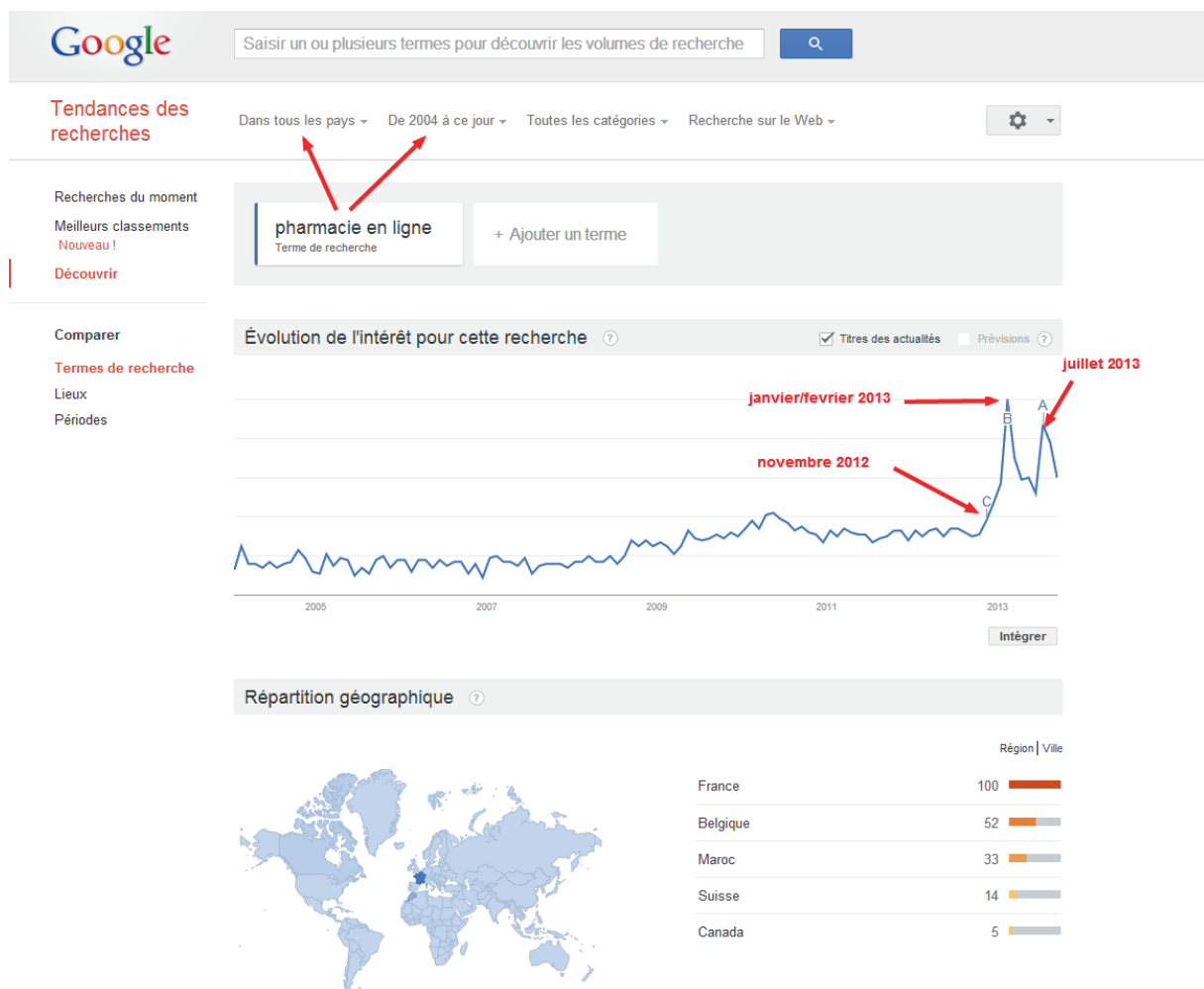


Figure 23 - Evolution des recherches sur "pharmacie en ligne" sur le moteur de recherche Google.fr

La mise en place de cette nouvelle législation a donc bien eu un impact important sur le grand public.

H. EN CONCLUSION

Nous venons de le voir, le gouvernement français poussé par un ultimatum européen et par le début de la vente de médicaments sur Internet par deux officinaux français a dû rapidement mettre en place un cadre législatif.

Ce dernier est le prolongement des règles auxquelles doivent se soumettre les officinaux français dans leurs officines physiques. Ces règles diffèrent des pratiques classiques du e-commerce.



FRISE CHRONOLOGIQUE DE LA MISE EN PLACE DE LA **LÉGISLATION FRANÇAISE** RELATIVE AU COMMERCE ÉLECTRONIQUE DE MÉDICAMENTS



MI-NOVEMBRE 2012

Lancement des deux sites pionniers d'officine
proposant des médicaments



**ORDONNANCE DU 19 DÉCEMBRE
2012**



DÉCRET DU 31 DÉCEMBRE 2012



2 JANVIER 2013

Date butoir de l'ultimatum européen



24 FÉVRIER 2013

Le Conseil d'Etat ouvre la vente à tous les médicaments non soumis à prescription médicale.



26 MARS 2013

Premier site autorisé



20 JUIN 2013

Parution de l'arrêté de bonnes pratiques de dispensation par voie électronique



12 JUILLET 2013

Entrée en vigueur de l'arrêté de bonnes pratiques



Figure 24 - Frise chronologique de la mise en place de la législation française relative au commerce électronique de médicaments

IV. ETAT DES LIEUX UNE ANNEE PLUS TARD

Nous allons maintenant faire un point sur la situation un an après la mise en place de cette législation.

Au mois de mars 2014, j'ai réalisé un état des lieux des sites internet des officines autorisées à pratiquer le commerce électronique de médicaments. Pour ce faire, j'ai choisi de me baser sur la liste présente sur le site de l'Ordre National des Pharmaciens.

En effet, l'article R5125-74 du code de la santé publique précise que la liste des sites de pharmacies autorisées est « également disponible sur le site du ministère chargé de la santé ». Cependant cette liste ne semble pas être synchrone avec celle de l'Ordre des Pharmaciens et n'était pas à jour au moment de cet état des lieux.

Plus d'un an après la mise en place de la législation, cent huit pharmacies ont obtenu une autorisation pour pratiquer le commerce électronique de médicaments, dans dix huit régions différentes.

A l'époque, quarante pourcent des sites (43 unités) de ces officines était encore hors ligne.

En effet, comme nous l'avons vu précédemment, la demande d'autorisation est réalisée à partir d'un dossier informatif, présentant des fonctionnalités théoriques. Plusieurs pharmacies ont ainsi obtenu une autorisation avant d'avoir réellement leur propre site internet. Lors de cet état des lieux, deux pharmacies n'avaient pas encore pris la peine de réserver le nom de domaine de leur futur site internet.

Parmi les sites effectivement en ligne, vingt deux ne proposaient pas encore de médicaments à la vente. Dans la majorité des cas, il s'agissait là de pharmacies possédant préalablement un site internet vitrine. Les pharmaciens ont effectué la demande d'autorisation avec l'adresse de leur site Internet, mais n'ont pas encore développé leur site.

Au final, seules 43 pharmacies autorisées (40%) semblaient proposer à la vente des médicaments sur Internet.

A. EVOLUTION DU NOMBRE D'AUTORISATIONS MOIS PAR MOIS

Autorisations

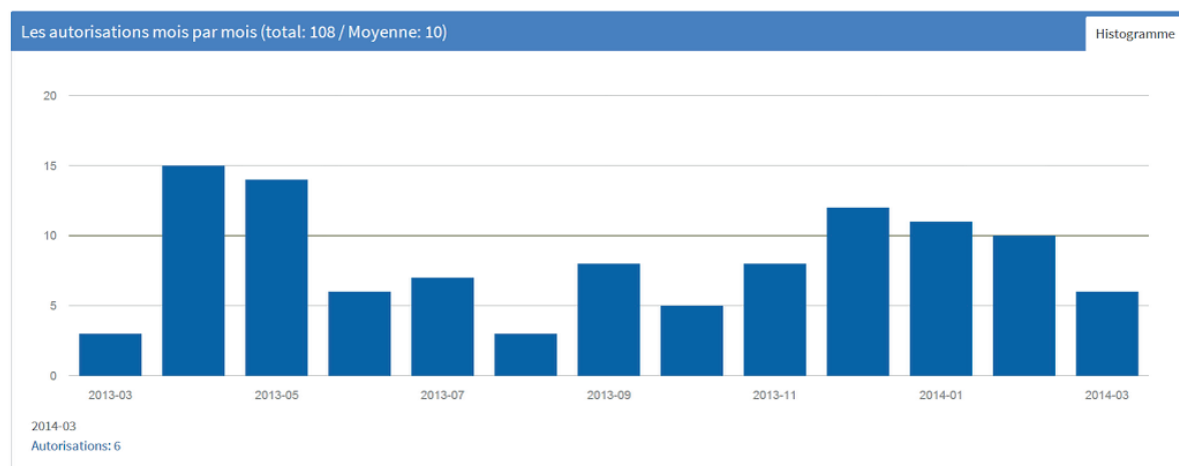


Figure 25 - Evolution du nombre d'autorisations par mois

Nous observons que de nombreux pharmaciens ont effectué une demande auprès de leur Agence Régionale de Santé dès que la législation a été mise en place fin 2012.

De plus, nous notons une diminution des autorisations à partir du mois de juin 2013. Cette baisse s'explique notamment par l'apparition de l'arrêté des bonnes pratiques. A partir de cette date, les ARS ont en effet enfin un texte sur lequel se baser lorsqu'ils étudient le dossier du pharmacien.

B. EVOLUTION DES AUTORISATIONS PAR REGION

Les autorisations par régions

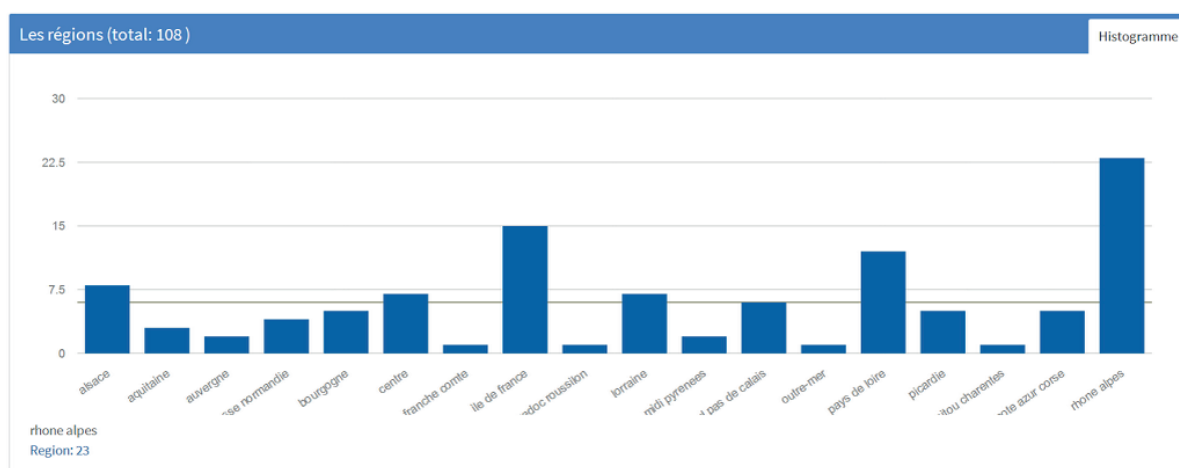


Figure 26 - Les autorisations par région (histogramme)

Tableau de données			
Région	Nombre de sites/ Nombre d'officines		
alsace	8/459 : 17 pour 1000	aquitaine	3/1252 : 2 pour 1000
auvergne	2/575 : 3 pour 1000	basse normandie	4/494 : 8 pour 1000
bourgogne	5/606 : 8 pour 1000	centre	7/862 : 8 pour 1000
franche comte	1/429 : 2 pour 1000	ile de france	15/3894 : 4 pour 1000
languedoc roussillon	1/1011 : 1 pour 1000	lorraine	7/739 : 9 pour 1000
midi pyrenees	2/1068 : 2 pour 1000	nord pas de calais	6/1480 : 4 pour 1000
outre-mer	1/625 : 2 pour 1000	pays de loire	12/1190 : 10 pour 1000
picardie	5/613 : 8 pour 1000	poitou charentes	1/668 : 1 pour 1000
provence cote azur corse	5/2043 : 2 pour 1000	rhone alpes	23/2060 : 11 pour 1000

Figure 27 - les autorisations par région (tableau)

Les disparités s'expliquent principalement par le manque d'homogénéité entre les Agences Régionales de Santé, qui traitent chacune à leur manière les demandes d'autorisation.

En Auvergne par exemple, les deux autorisations semblent avoir été délivrées après le délai de deux mois (autorisation implicite).

C. ETUDE DU PASSE DES SITES DE PHARMACIES AUTORISEES

Les différents passifs des sites autorisés

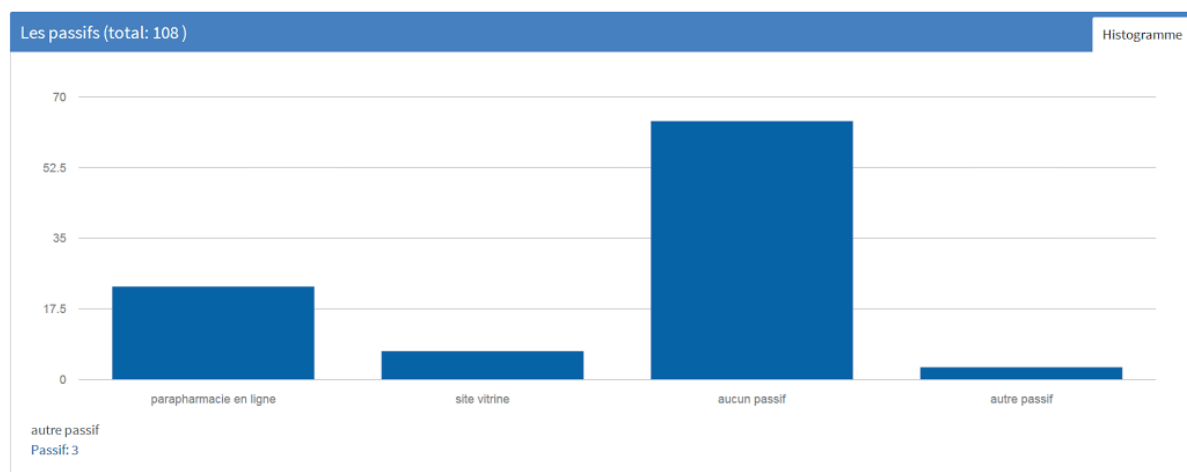


Figure 28 - les différents passifs des sites autorisés (histogramme)

Tableau de données	
Passif	Nombre de sites
parapharmacie en ligne	23
site vitrine	7
aucun passif	64
autre passif	3

Figure 29 - les différents passifs des sites autorisés (tableau)

Nous pouvons ici observer qu'un tiers des officines autorisées à pratiquer le commerce électronique de médicament étaient déjà présentes sur Internet. La majorité d'entre elles proposaient déjà des produits de parapharmacie à la vente sur leur site internet (de la même manière que le site pharmaservices.fr dont nous avons parlé précédemment). Les autres possédaient de simples sites vitrines, ou des sites de services.

D. LES MANQUEMENTS OBSERVES

Pour terminer cet état des lieux, j'ai analysé sur quelques critères essentiels les quarante trois sites autorisés qui proposaient à la vente des médicaments.

Ces critères ont été choisis de par leur intérêt dans le cadre de la santé publique.

Tout d'abord, trente neuf sites ne disposaient pas d'un mécanisme de blocage technique concernant les quantités délivrables (avec notamment le respect des doses d'exonération). Un même patient pouvait ainsi ajouter dans son panier d'achat des quantités aberrantes de médicaments et finaliser sa commande en la payant directement en ligne.

Cependant, comme nous l'avons vu précédemment, le pharmacien avait dans ce cas toujours la possibilité d'annuler la commande lors de sa préparation et de rembourser ainsi le patient.

D'autre part, vingt trois sites ne proposaient pas de questionnaire médical au patient lors de sa commande de médicament.

Vingt-deux sites ne permettaient pas pour leur part la possibilité de retirer les médicaments à l'officine.

Enfin, une très large majorité de ces sites n'était pas encore hébergée chez un hébergement agréé données de santé à caractère personnel (trente-sept sur quarante trois).

Ces différents manquements s'expliquent par divers facteurs. Tout d'abord, des dizaines de pharmacies ont été autorisées avant la parution de l'arrêté des bonnes pratiques et n'ont donc visiblement pas encore eu le temps de se mettre en

conformité quelques mois plus tard. De plus, comme nous l'avons vu précédemment, plusieurs sites étaient auparavant des parapharmacies en ligne, les pharmaciens autorisés ont alors simplement ajouté une catégorie de produits « médicaments » sans adapter leur boutique en ligne aux exigences de la législation.

En effet, la majorité des outils utilisés pour la création d'un site e-commerce ne sont pas adaptés nativement pour la vente de médicaments. Ils nécessitent des développements supplémentaires, qui sont chronophages et plus coûteux.

La question de l'hébergement agréé données de santé est, quant à elle, épineuse. En effet, au moment de l'état des lieux, peu de sociétés étaient autorisées à héberger des pharmacies en ligne.

La liste des hébergeurs agréés est disponible sur le site de l'Agence des systèmes d'information partagés de santé (ASIP Santé) à l'adresse : <http://esante.gouv.fr/services/referentiels/securite/hebergeurs-agrees>

En plus de l'agrément données à caractère de santé, l'ASIP Santé demande aux hébergeurs d'obtenir un agrément supplémentaire, spécifique à l'activité de commerce électronique de médicaments.

Pour se mettre en conformité, l'officiel devait donc attendre que l'hébergeur obtienne préalablement ce nouvel agrément. (48)

A ceci s'ajoute le coût de cet hébergement qui n'est pas négligeable : à partir de cinq cents euros par mois.

E. L'ASSOCIATION FRANÇAISE DES PHARMACIENS EN LIGNE (AFPEL)

Le 18 septembre 2014, vingt deux pharmaciens autorisés à vendre des médicaments sur Internet se réunissent et fondent l'AFPEL : l'Association Française des Pharmacies en ligne. Cette dernière leur permet d'envisager ensemble les problématiques techniques, pratiques et déontologiques auxquelles ils sont confrontés.

F. LES PREMIERES LIMITES : ENQUETE DE L'UFC QUE CHOISIR EN 2014

Dans son édition de janvier 2014, la revue de l'UFC Que Choisir (Union fédérale des consommateurs) consacre une enquête au Commerce électronique de médicaments. Différents problèmes sont alors mis en évidence. Le titre est en effet peu flatteur pour les pharmaciens : « des conseils trop rares ». (49)

L'UFC Que Choisir se félicite toutefois de pouvoir enfin comparer les prix.

L'enquête concerne les 60 pharmacies en ligne autorisées au 30 octobre 2013. Leur première constatation est que seulement 50% de ces sites vendent réellement des médicaments.

L'UFC Que Choisir a réalisé la même commande sur chacun de ces sites:

- Aspirine UPSA[®] vitamine C
- Nurofen[®] 200
- Euphytose[®]
- Mag 2[®]
- Citrate de bétaine
- Ginkor Fort[®]
- Actifed[®] Allergie
- Biseptine[®] Spraid.

Quatorze sites proposent au moins cinq de ces produits.

La moitié des pharmaciens auraient averti de l'incompatibilité entre l'Aspirine UPSA[®] et le Nurofen[®]:

- seulement deux l'ont fait lors du processus de commande
- deux l'ont fait par téléphone et deux par courriel (après encaissement)
- les autres ont simplement laissé un message sur la facture, notamment sur des post-it.

Les autres points mis en évidence par cette enquête:

- seuls 50% des sites testés proposaient un questionnaire médical
- sur le site d'un pharmacien, lors de l'ajout de l'Aspirine UPSA[®] au panier d'achat une fenêtre proposant d'acheter de l'Advil[®] et du Nurofen[®] s'est affichée.

Nous venons de le voir, les pharmaciens français se sont effectivement lancés dans la vente de médicaments sur Internet après la parution de la législation correspondante en France. Ils rencontrent cependant de nombreux problèmes, à la fois techniques et financiers.

V. LA CONCURRENCE EUROPEENNE

Avant de découvrir les différents choix proposés au pharmacien désirant se lancer dans cette activité, intéressons-nous aux pratiques des pharmacies en ligne autorisées en Europe, et qui se tournent vers le marché français.

A. BELGIQUE : LE SITE NEWPHARMA

Comme nous l'avons vu précédemment, le groupe NewPharma est le pionnier belge qui, à l'instar de Philippe Lailler en France, a plus ou moins obligé les instances politiques à mettre en place une législation en Belgique.

Pour rappel, le site a ouvert en 2008, la législation belge à propos du commerce électronique a été instaurée début 2009. A l'origine l'adresse de ce site internet était www.newpharma.be, puis le site s'est étendu grâce au lancement de versions géo localisées, notamment à l'adresse www.newpharma.fr destinée au marché français.

Newpharma est le leader belge de la pharmacie en ligne. Plus de 200.000 patients achètent des médicaments sans prescription ou des produits de parapharmacie sur leurs différents sites Internet.

Plus de 1,3 million de produits ont ainsi été visiblement livrés de 2009 à 2012. En 2012, le site affichait une croissance de plus de 70%. Il réalisait alors près de la moitié de son chiffre d'affaires hors de Belgique (principalement en France et en Hollande).(50)

Le site newpharma.fr a proposé des médicaments non soumis à prescription médicale au public français de mi-2012 jusqu'en octobre 2013.

Le site newpharma.fr a alors changé de logo, renforçant son tournant vers la parapharmacie en ligne :



Figure 30 - Logo du site Newpharma.fr jusqu'en octobre 2013



Figure 31 - Nouveau logo du site Newpharma.fr

Depuis les internautes ne peuvent plus s'y procurer que des produits de parapharmacie. Certains médicaments sont toujours disponibles à la vente pour les internautes français sur leur autre site internet accessible à l'adresse : www.newpharma.be/pharmacie.

Les autres affichent la mention « ce médicament n'est pas livrable en France ».

La raison de ce changement n'a donné lieu à aucune communication de la part de NewPharma. Toutefois, elle est sans doute due à deux éléments :

- certains médicaments belges non soumis à prescription médicale ne disposent pas d'une autorisation de mise sur le marché communautaire et ne peuvent donc pas être délivrés en France.

La directive médicaments falsifiés est en effet ambiguë sur ce point : elle indique seulement que les médicaments achetés en ligne doivent disposer d'une autorisation de mise sur le marché dans le pays de destination (article 85 quarter §1 c).

- le principal levier marketing utilisé par NewPharma est la publicité sur le moteur de recherche Google par l'intermédiaire du programme de liens sponsorisés Google Adwords. En France, l'arrêté des bonnes pratiques exclut cette façon de faire. Google n'ouvre donc pas son programme aux sites internet proposant des médicaments en France.

Il est probable également que cet acteur Belge ait préféré rebrousser chemin, à cause de faibles ventes sur le sol français qui n'est pas encore habitué à cette pratique.

En novembre 2014, Newpharma rachète la parapharmacie en ligne française monguidesante.com, et fait rediriger cette adresse vers newpharma.fr. Il confirme ainsi sa position de parapharmacie en ligne en France.(51)

B. ANGLETERRE : VENTE DE MEDICAMENTS SOUMIS A PRESCRIPTION MEDICALE

Comme nous l'avons vu précédemment, en France, les pharmacies autorisées à pratiquer le commerce électronique ne peuvent proposer à la vente que des produits non soumis à prescription médicale. Cela n'est pas le cas dans d'autres pays européens, notamment en Grande-Bretagne, où la vente par Internet de médicaments sur ordonnance est autorisée.

Ainsi, le site Internet Euroclinux.net propose à la vente des médicaments sous prescription médicale obligatoire comme l'y autorise la législation britannique.

Ce site appartient à une société britannique (Hexpress Ltd. 3rd Floor. 207 Regent Street, London) qui fait intervenir une pharmacie pour les médicaments et un médecin pour les prescriptions. Euroclinux.net n'est donc pas rattaché à une officine française et n'a pas obtenu d'autorisation pour le commerce électronique de médicaments en France. Le site euroclinux.net dispose d'une version française accessible à l'adresse fr.euroclinux.net.

Une commande sur ce site se déroule en trois étapes :

- l'internaute choisit tout d'abord son traitement
- il est ensuite invité à remplir un questionnaire médical (qui est déjà complété par défaut)

Une question ? [Contactez nous par messagerie instantanée](#) ou par téléphone au **0975 178 868**

Vous êtes déjà patient ?

Ce n'est pas ma première commande - j'ai déjà commandé sur le site.

Viagra 25mg x 4

Complétez votre commande dès maintenant et votre consultation médicale et livraison seront **incluses dans le prix** (valeur €30) et [Commencez votre consultation maintenant](#)

▼ La consultation médicale est nécessaire pour s'assurer que le traitement est adaptée à votre profil santé.

Consultation médicale

Dr Brons MRCGP
Médecin généraliste et directeur de l'équipe médicale
Diplômé en 1976 à l'Université de Leidan (Numéro de registre : 7010626)

Questions médicales générales (Etape 1 de 3)

Est-ce votre première commande sur [france.euroClinix.net](#) ? ☐ Oui ☐ Non

Quelle est votre taille ?

Quel est votre poids ?

Quelle est votre pression artérielle ?

Avez-vous des problèmes cardiovasculaires ou avez-vous déjà eu une attaque cardiaque ? ☐ Non ☐ Oui

Souffrez-vous d'allergies ? ☐ Non ☐ Oui

Avez-vous d'autres traitements en cours ? ☐ Non ☐ Oui

Avez-vous des antécédents familiaux ? (ex : cholestérol, diabète) ☐ Non ☐ Oui

Avez-vous déjà subi des opérations chirurgicales ? ☐ Non ☐ Oui

[Continuer la consultation médicale gratuite ▶](#)

Votre commande

Viagra 25mg x 4	€100.00
Consultation médicale	€20.00
Livraison express UPS	€10.00
Total	€100.00

euroClinix 100% Sûr et sécurisé

- ✓ **Sécurité:** Vos informations sont confidentielles et encryptées avec un dispositif de sécurité 256bits.
- ✓ **Respect de la vie privée:** Vos informations personnelles sont confidentielles et ne sont en aucun cas diffusées à des tiers.
- ✓ **Confidentialité:** Vos informations sont confidentielles et protégées par un dispositif strict de sécurité. Vous pouvez également à tout moment supprimer vos informations définitivement.

Figure 32 - Impression d'écran de la page 1 du questionnaire médical d'Euroclinix.net

Une question ? [Contactez nous par messagerie instantanée](#) ou par téléphone au **0975 178 868**

Vous êtes déjà patient ?

Ce n'est pas ma première commande - j'ai déjà commandé sur le site.

Viagra 25mg x 4

Complétez votre commande dès maintenant et votre consultation médicale et livraison seront **incluses dans le prix** (valeur €30) et [Commencez votre consultation maintenant](#)

▼ La consultation médicale est nécessaire pour s'assurer que le traitement est adaptée à votre profil santé.

Consultation médicale

Dr Brons MRCGP
Médecin généraliste et directeur de l'équipe médicale
Diplômé en 1976 à l'Université de Leidan (Numéro de registre : 7010626)

Questions médicales spécifiques (Etape 2 de 3)

Avez vous des difficultés à obtenir une érection pour la pénétration ? ☐ Non ☒ Oui
Depuis combien de temps avez-vous de ce problème ?

Avez vous des difficultés à maintenir une érection pendant le rapport sexuel ? ☐ Non ☒ Oui

Vous a-t'il été médicalement conseillé de ne pas avoir de rapports sexuels ? ☐ Non ☒ Oui

Pensez-vous que votre impuissance soit d'origine psychologique (anxiété, timidité, dépression...) ? ☐ Non ☒ Oui

Avez-vous un pénis anormal ? ☐ Non ☒ Oui

Y'a-t'il d'autres informations médicales que vous souhaitez communiquer à notre médecin ? ☐ Non ☒ Oui

Je suis d'accord avec le fait de ne pas combiner plusieurs traitements contre l'impuissance ou l'éjaculation précoce (Viagra, Cialis, Levitra, Pniligy). ☒

J'accepte de lire la notice du médicament avant de le prendre. ☒

[Continuer la consultation médicale gratuite ▶](#)

Votre commande

Viagra 25mg x 4	€100.00
Consultation médicale	€20.00
Livraison express UPS	€10.00
Total	€100.00

euroClinix 100% Sûr et sécurisé

- ✓ **Sécurité:** Vos informations sont confidentielles et encryptées avec un dispositif de sécurité 256bits.
- ✓ **Respect de la vie privée:** Vos informations personnelles sont confidentielles et ne sont en aucun cas diffusées à des tiers.
- ✓ **Confidentialité:** Vos informations sont confidentielles et protégées par un dispositif strict de sécurité. Vous pouvez également à tout moment supprimer vos informations définitivement.

Figure 33 - Impression d'écran de la page 2 du questionnaire médical d'Euroclinix.net

Ce n'est pas ma première commande - j'ai déjà commandé sur le site.

Viagra 25mg x 4

Complétez votre commande dès maintenant et votre consultation médicale et livraison seront **incluses dans le prix** (valeur €30) et [Commencez votre consultation maintenant](#)

▼ La consultation médicale est nécessaire pour s'assurer que le traitement est adaptée à votre profil santé.

Consultation médicale



Dr Brons MRCGP
Médecin généraliste et directeur de l'équipe médicale
Diplômé en 1976 à l'Université de Leiden (Numéro de registre : 7010626)

Détails personnels (Etape 3 de 3)

Prénom du patient

 Veuillez indiquer votre prénom

Nom du patient

Date de naissance JJ MM AAAA

Sexe du patient

Email
(L'adresse à laquelle vous sera adressé l'email de confirmation)

Créer le mot de passe

Confirmer votre mot de passe

☐ En cochant cette case, j'accepte et je reconnais avoir pris connaissance des Termes et Conditions, des Responsabilités du patient, des Cookies et de Confidentialité.

[Poursuivre vers les détails de livraison ►](#)

Votre commande

Viagra 25mg x 4	€100.00
Consultation médicale	€20.00
Livraison express UPS	€10.00
Total	€100.00







euroClinix 100% Sûr et sécurisé

- ✓ **Sécurité:** Vos informations sont confidentielles et encryptées avec un dispositif de sécurité 256bits.
- ✓ **Respect de la vie privée:** Vos informations personnelles sont confidentielles et ne sont en aucun cas diffusées à des tiers.
- ✓ **Confidentialité:** Vos informations sont confidentielles et protégées par un dispositif strict de sécurité. Vous pouvez également à tout moment supprimer vos informations définitivement.




Figure 34 - Impression d'écran de la page 3 du questionnaire médical d'Euroclinux.net

- il procède ensuite au paiement de sa commande.

Une prescription médicale est automatiquement générée en ligne, émise par le médecin partenaire du site : le docteur Brons, après « vérification » du questionnaire santé. Le contrôle de la prescription médicale semble donc être factice.

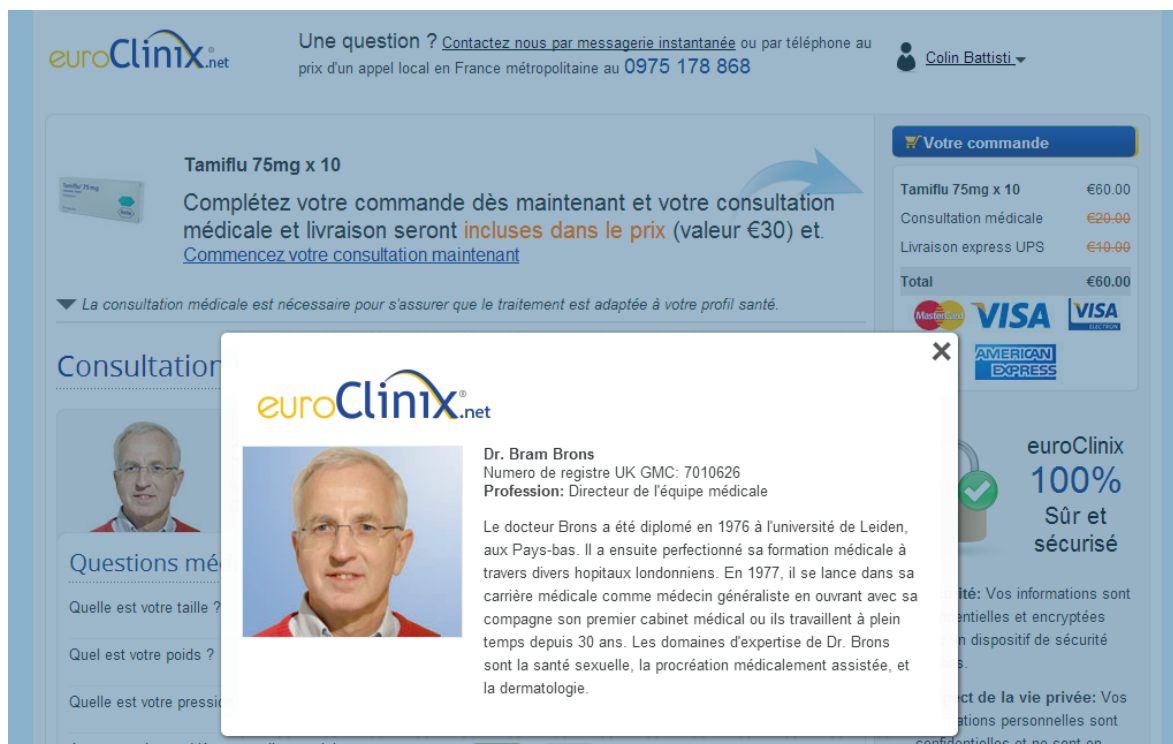


Figure 35 - Impression d'écran concernant le médecin d'Euroclinix.net

Les médicaments sont ensuite envoyés en France via la société UPS par une pharmacie anglaise située à Londres et partenaire d'Euroclinix.

Cette pratique semble très répandue en Grande-Bretagne, puisqu'il existe plusieurs sites du même type :

- Fr.meds4all.com
- Fr.121doc.net
- Acheter-ma-pilule.com

Chacun dispose d'une version destinée au marché français.

D'un point de vue légal, la question semble difficile. En effet, la directive médicaments falsifiées ne demande aux Etats Membres de prévoir des sanctions que pour la vente en ligne par des acteurs non autorisés (art. 85 quarter paragraphe 6) ce qui ne semble pas couvrir le cas décrit ci-dessus.

Toutefois, l'article L. 5125-40 du Code de la Santé Publique précise que « une personne physique ou morale légalement habilitée à vendre des médicaments au public dans l'Etat membre de l'Union européenne dans laquelle elle est installée doit, dans le cadre d'une activité de commerce électronique de médicaments à destination d'une personne établie en France, respecter les dispositions de l'article L. 5125-34 ainsi que la législation applicable aux médicaments commercialisés en France. »

Par décision rendue le 17 juillet 2013, le Conseil d'Etat a confirmé la décision du juge des référés et a annulé l'article L. 5125-34 du code de la santé publique, en ce qu'il « ne limite pas aux seuls médicaments soumis à prescription obligatoire l'interdiction de faire l'objet de l'activité de commerce électronique ». (voir partie 2. III, D)

Par conséquent, les médicaments qui peuvent être vendus sur Internet en France sont ceux qui ne sont pas soumis à prescription médicale obligatoire, qu'ils figurent ou non sur la liste des médicaments de médication officinale. Les médicaments délivrés uniquement sur ordonnance restent donc interdits à la vente sur Internet en France.

Or ces sites vendent aux consommateurs français des médicaments soumis à prescription médicale obligatoire en France, ce qui ne semble pas conforme à l'article L. 5125-40.

Après avoir vu la mise en place de la législation française relative au commerce électronique de médicaments et les principales pratiques des acteurs frontaliers à destination des internautes de notre territoire, nous allons maintenant nous intéresser aux différents modèles proposés aux pharmaciens désirant se lancer dans cette activité en France.

Partie 3. Typologie des différents prestataires pour un officinal français désirant se lancer dans le commerce électronique de médicaments

D'après la législation française, le site Internet de commerce électronique de médicament est considéré comme « le prolongement virtuel d'une officine ». Cependant, la création d'un site e-commerce est un processus complexe qui nécessite des compétences techniques que n'ont pas la majorité des officinaux.

Pour vendre des médicaments sur Internet, l'officinal a donc besoin d'être accompagné par un prestataire, le plus souvent externe, spécialiste du web. Les premiers à s'être lancés dans l'aventure l'ont majoritairement fait grâce aux compétences apportées par un proche (amis, membre de la famille). Ce dernier, devenu salarié, conseille l'officine sur sa stratégie web.

Le pharmacien doit cependant participer activement à la rédaction du cahier des charges de son site Internet pour qu'il soit conforme à la législation relative au commerce électronique de médicaments en France et à celle de la pharmacie d'une manière générale.

Nous allons maintenant analyser les différents modèles que peut choisir à ce jour un pharmacien lorsqu'il désire se lancer dans le commerce électronique de médicaments.

Le plus dur est d'arriver à choisir un acteur qui lui permette de développer son activité commerciale sur Internet de manière optimale tout en gardant son indépendance professionnelle. Nous allons le voir, ceci dépendra principalement de la stratégie optée par l'officinal et de son budget.

Nous commencerons par le « site sur-mesure », puis nous étudierons le modèle « générique » et son évolution pour les groupements pharmaceutiques (le modèle « groupement »). Enfin, nous analyserons le concept des « plateformes et places de marché ».

I. LE SITE SUR-MESURE REALISE EN COLLABORATION AVEC L'OFFICINAL

A. SES CARACTERISTIQUES PRINCIPALES

Le *site sur-mesure* est un site internet réalisé par un prestataire uniquement pour une officine donnée. Ce site dispose de fonctionnalités qui lui sont propres, généralement réalisées grâce à un cahier des charges élaboré en collaboration avec l'officinal. Ce dernier apporte alors sa touche professionnelle et personnelle.

Ce site possède une apparence visuelle (charte graphique) et un contenu qui lui sont propres. Le patient ne peut donc pas le confondre avec celui d'une autre pharmacie autorisée.

Dans la majorité des cas, ce site est accessible sur un nom de domaine propre, qui appartient à la pharmacie. Lors d'un changement de prestataire, la pharmacie ne perdra ainsi pas son adresse sur Internet.

Différents coûts sont à prendre en charge par le pharmacien :

- la création technique du site Internet
- sa charte graphique
- sa maintenance technique
- le renouvellement annuel de son nom de domaine
- l'hébergement web.

Le pharmacien saisit ici manuellement l'ensemble de ses « fiches produits ». Une opération très chronophage, surtout pour celles des médicaments, qui comme nous l'avons vu précédemment doivent notamment comporter la notice complète, et des limitations sur les quantités.

Dans ce cas de figure, l'officinal a un total contrôle des informations présentes sur son site internet. C'est le meilleur moyen pour conserver totalement son indépendance professionnelle et la meilleure solution pour un positionnement optimal dans les moteurs de recherche.

Lors de la rédaction de cette thèse, les adresses Internet de pharmacies autorisées présentes sur la première page de Google pour la recherche « pharmacie en ligne » sont d'ailleurs toutes celles de sites « sur-mesure ».

Il s'agit ici du modèle le plus coûteux (10 000 à 30 000€), mais le plus pérenne. Le site sur-mesure semble être un véritable moyen de diversifier l'activité de son officine.

C'est pour cela que les deux pionniers français (voir partie 2. II,A) ont opté pour ce type de site dès le départ.

Le site Internet de la pharmacie du Bizet à Villeneuve d'Ascq est techniquement le plus abouti des deux. Il est aujourd'hui encore un acteur incontournable du commerce électronique de médicaments en France.

Lors de la rédaction de ce travail, je me suis entretenu avec Cyril Tetard, pharmacien titulaire de la pharmacie du Bizet. Je le remercie d'avoir bien voulu répondre à mes questions (voir annexe 4).

Nous allons maintenant présenter ce site Internet et l'étudier.

B. UN EXEMPLE : LE SITE DE LA PHARMACIE DU BIZET

1. Présentation

Avant d'appartenir à la pharmacie du Bizet, le site internet accessible à l'adresse Lasante.net était un magazine d'information sur la santé. Son riche contenu scientifique et sa popularité auprès des moteurs de recherche ont permis d'en faire rapidement un site incontournable. En effet, grâce à ces deux facteurs, ce site Internet a bénéficié d'un grand nombre de visiteurs lors de sa transformation en site commercial, et s'est également positionné très rapidement dans les moteurs de recherche sur de nombreuses requêtes relatives à l'activité de commerce électronique de médicament.

Cette transformation a lieu au mois de novembre 2012, quelques semaines avant la mise en place de la législation française. (voir partie 2. II,A).



Figure 36 - Impression d'écran du site commercial lasante.net

La pharmacie du Bizet obtient ensuite le 17 avril 2013 une autorisation pour pratiquer le commerce électronique de médicaments. Cette dernière est délivrée par l'Agence Régionale de Santé du Nord-Pas-de-Calais. (Voir annexe 5).

2. Environnement technique de base (application web)

Ce site internet est réalisé par la société Toucouleur, domiciliée à Perpignan.

a. Le logiciel (application)

Techniquement, il est construit sur la base d'un CMS open source appelé Prestashop.

Un système de gestion de contenu ou CMS (Content Management System) est une famille de logiciels destinés à la conception et à la mise à jour dynamique de sites.

La désignation open source, ou « code source ouvert », s'applique aux logiciels dont la licence respecte des critères précisément établis : les possibilités de libre redistribution, d'accès au code source et de création de travaux dérivés.

PrestaShop est une application Web open source permettant de créer une boutique en ligne : c'est une solution e-commerce pour la réalisation de sites marchands.

Aujourd'hui utilisé par plus de deux cents mille sites e-commerces dans le monde entier, Prestashop utilise les langages de programmation PHP et Mysql (langage de base de donnée).

En d'autres termes, l'installation et l'utilisation de cette application est entièrement gratuite. Il faut cependant avoir les compétences techniques pour l'installer, la customiser graphiquement et l'optimiser pour le référencement naturel dans les moteurs de recherche.

b. Intérêt pour les sites marchands

Ce logiciel Web contient nativement de nombreuses fonctionnalités indispensables dans le cadre d'un site e-commerce de base: gestion des clients, des fiches produits, du stock, des commandes ou encore des pages de contenu (mentions légales, conditions générales de vente).

c. Intérêt pour les sites marchands pharmaceutiques

Prestashop est le principal logiciel utilisé jusqu'alors par les pharmaciens ayant une activité de parapharmacie en ligne. Sa souplesse de gestion permet à l'officinal de se mettre en conformité sur plusieurs points, notamment au niveau de l'identification de la pharmacie, des mentions légales, de l'absence de droit de rétraction concernant les médicaments et la présence d'un onglet spécifique à la vente de médicaments.

Toutefois comme nous allons le voir, l'exercice de la pharmacie nécessite d'autres exigences qui sont développées spécifiquement pour le site de commerce électronique de médicaments de la pharmacie du Bizet.

3. Les adaptations liées au métier de pharmacien

Nous avons vu précédemment que l'arrêté des bonnes pratiques impose certaines règles techniques (voir partie 2. III, F). Ces dernières ne sont pas présentes originellement dans les outils e-commerce open source. Différents développements annexes ont donc été nécessaires pour que ce site internet se conforme à la législation.

a. Adaptations sécuritaires

Lors de la rédaction de cette thèse, ce site internet était en cours de migration chez un hébergeur agréé « données à caractère de santé ».

Cependant, depuis son lancement, cette pharmacie en ligne utilise un certificat de sécurité SSL (Secure Sockets Layer). Ce dernier permet de sécuriser les flux d'information transmis entre les internautes et un site internet.

Sur les navigateurs web, le certificat SSL active le protocole « https ». Les internautes voient alors s'afficher un cadenas dans la barre d'adresses. Cette mesure de sécurité n'a cependant pas été prévue dans l'arrêté des bonnes pratiques du 20 juin 2013.



Figure 37 - Certificat de sécurité du site internet Lasante.net

b. Les adaptations professionnelles

Elles sont de deux types, d'une part un module pour la gestion des doses d'exonération et des interactions et d'autre part un module pour le questionnaire médical.

Le module pour la gestion des doses d'exonération et des interactions médicamenteuses

Grâce à une interface reliée à la base de données de la société Vidal, le site lasante.net possède un mécanisme de blocage et d'avertissement empêchant au patient de commander des quantités de médicaments dépassant la dose d'exonération.

Ce système leur permet également d'avertir en temps réel les patients d'éventuelles interactions entre les médicaments sélectionnés ou précédemment commandés.

Techniquement :

Il s'agit d'un pré filtre technique : la commande sera tout de même validée manuellement par un pharmacien, qui en cas de doute contactera directement le patient.

Les avertissements :

Voici comment réagit ce module pour les interactions médicamenteuses :

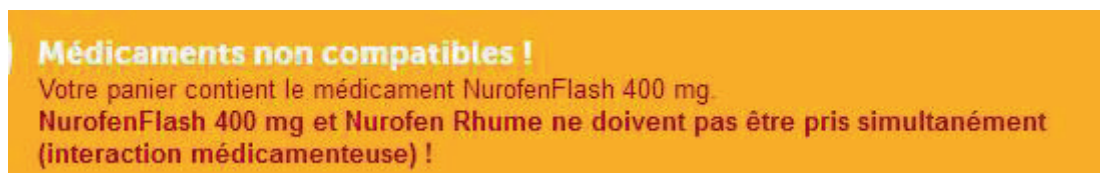


Figure 38 – Le cas d'un médicament sélectionné incompatible avec un médicament du panier, interaction "grave"

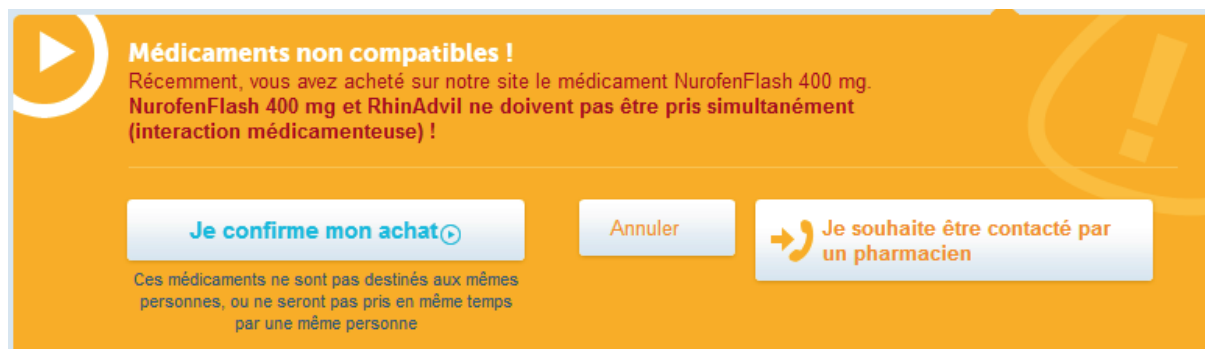


Figure 39 - Le cas d'un médicament sélectionné incompatible avec un médicament commandé récemment, interaction "grave"

Ce site répond ici à une problématique qui n'est pas prise en compte par les bonnes pratiques de dispensation par voie électronique : la possibilité pour une personne de commander des médicaments pour un proche.

En effet, il est fréquent au comptoir d'une officine qu'une personne vienne chercher des médicaments pour une autre (par exemple, une mère pour l'un de ses enfants malade).

Le module pour le questionnaire médical

Un questionnaire médical obligatoire est présent lors du processus de commande.

Ces données permettent au pharmacien de vérifier les incompatibilités de traitement, de conseiller au mieux le patient et de le contacter par téléphone et/ou par courriel si un doute subsiste.

Votre profil médical

Ce questionnaire est obligatoire. Il peut être mis à jour avant chaque commande. Ces données sont enregistrées et permettent à notre pharmacien de valider votre commande.

Age: 5 Octobre 1988

Poids: Choisir

Sexe: ☐ Femme ☒ Homme

Antécédents allergiques

Les médicaments que je prends actuellement

Médicament 1: METFORMINE ARROW 1000 mg cp pellic

Médicament 2: PERMIXON 160 mg gél

Médicament 3: AMLOR 10 mg gél

Ajouter plus de médicaments

Commentaire (facultatif)

☐ Je confirme la véracité de ces informations
☒ Je ne m'oppose pas à l'engagement de ces données personnelles

Valider

[Retour à votre compte](#) [Accueil](#)

Les avantages de la pharmacie en ligne

- 500 médicaments sans ordonnance
- 500 marques de parapharmacie
- Un pharmacien à votre service
- Origine des produits certifiée
- Livraison 24/48h
- Fidélité et Parrainage
- Paiement sécurisé

Pharmacie en ligne française autorisée par le ministère de la Santé

ars Agence Régionale de Santé

Pharmacie en ligne autorisée à vendre des médicaments depuis le 17 avril 2013

Colissimo Une livraison rapide en 24h

PayZen

CHRONOPST

ansm l'Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé

Ordre National des Pharmaciens

Pharmacie du Bizet 49 boulevard Georges Bizet 59650 Villeneuve d'Ascq 09 72 41 40 91

La communauté

Questions réponses

PAIEMENT COMMANDE Marie-Madeleine K., 1 Octobre

De la gamme Cooper Isabelle D., 30 Septembre

doses grippales René R., 29 Septembre

Les produits les mieux notés

Bio-Beauté by hux Masque...

Vichy Idéale B5 Crème SPF 25...

B5 Crème

Rejoignez-nous !

Facebook

Twitter

Google+

Compartagez pour valider la légalité de ce site

Page mise à jour le 01/02/2015

Tous droits réservés | Conditions générales de ventes | Mentions légales | Qui sommes-nous ? | Une création Toucouleur.fr

Figure 40 - Impression d'écran du questionnaire médical du site Lasante.net

Ce questionnaire doit être rempli par le patient lors de sa première commande, puis modifié si nécessaire à chaque nouvelle commande.

C. QUE FAUT-IL RETENIR DU MODELE « SUR-MESURE » ?

1. Transposition du modèle dans le monde réel

Afin de mieux comprendre les différents modèles évoqués dans cette partie, nous allons pour chacun d'entre eux filer une métaphore comparant le site Internet de l'officine et un appartement.

a. Situation de l'appartement

Dans le cas du site « sur-mesure » : l'officinal dispose d'un appartement « clos » et indépendant pour lequel il paie un loyer directement à son hébergeur (qui est d'après les bonnes pratiques, un hébergeur agréé « données à caractère de santé »).

Cet appartement comporte une seule porte d'entrée et de sortie, qui donne directement dans la rue. Son adresse est facilement mise en avant dans de nombreuses pages d'un annuaire (moteur de recherche).

b. L'agencement

L'agencement de l'appartement est unique et réalisé par un prestataire externe (agence web) suivant les besoins de l'officinal. Il est la propriété du pharmacien.

c. Les produits

Les médicaments se trouvent uniquement à l'intérieur de l'appartement. Le patient peut saisir les médicaments présents dans l'appartement. Mais il doit obligatoirement passer par le comptoir avant de pouvoir payer sa commande.

Le règlement est directement effectué par le patient à l'officinal. Si l'officinal désire changer l'agencement de son appartement, il peut changer de prestataire, tout en gardant la même adresse.

2. Avantages et inconvénients

Le site sur-mesure semble donc être le modèle idéal pour la création d'un site ambitieux de commerce électronique de médicaments respectant la législation. Cependant, il a plusieurs inconvénients de taille : son coût et son délai de mise en œuvre auxquels s'ajoute la maintenance active de la base produits.

Profitant du buzz médiatique engendré par la légalisation de cette activité, des acteurs se sont spécialisés dans la création de sites internet pour les officinaux. Ils permettent en mutualisant certains moyens techniques de faire baisser le coût global pour le pharmacien et de réduire considérablement le temps de mise en œuvre.

II. LE SITE "GENERIQUE" CLE-EN-MAIN

A. SES CARACTERISTIQUES PRINCIPALES

Pour se spécialiser dans la création de sites web pour les officinaux, le prestataire met au point un modèle technique, qu'il déploiera de la même manière pour chacun de ses clients.

Concrètement, il met au point un « site témoin vierge », qu'il met ensuite à disposition des pharmaciens pour qu'ils puissent l'utiliser à leur image (identification de la

pharmacie, mentions légales). Chaque pharmacien dispose ainsi de son propre site indépendant.

De ce fait, si le modèle n'est pas conforme à la législation, ce sont donc toutes les pharmacies clientes du prestataire qui seront en infraction.

Le prestataire facturera généralement un abonnement mensuel, assorti de frais d'installation, somme à laquelle s'ajoutent d'éventuels surcoûts en fonction des options choisies, citons notamment la création d'une interface graphique unique et la mise en place d'un paiement en ligne sécurisé. Le nom de domaine du site internet est généralement unique et propre à l'officine.

Cette pratique permet à l'officinal de se lancer rapidement sur Internet, pour un coût abordable. Cependant cela se fait au détriment d'une bonne visibilité dans les moteurs de recherche et d'un total contrôle sur l'agencement et le contenu de son site Internet.

Aujourd'hui, de nombreux pharmaciens sont tentés par ce type de site Internet. Nous allons maintenant présenter et étudier le modèle « générique clé en main » proposé par la société Pharmadomicile.

B. UN EXEMPLE : LA SOCIÉTÉ PHARMADOMICILE

1. Présentation

Depuis 2006, Pharmadomicile, édité par la société Infoworks, est une solution dédiée à la création de sites internet pour les pharmacies.

Bien avant la mise en place de la législation française relative au commerce électronique de médicaments, cette société proposait déjà des solutions clés-en-mains / « génériques » pour les officinaux : sites vitrines, de services ou de vente de parapharmacie.

2. Environnement technique de base

a. Tarif

La plaquette commerciale de cette société (52), valable à compter du mois de juin 2013, nous informe que leur solution dédiée à la vente de médicaments sur Internet est proposée au tarif de 108 euros hors taxes par mois pour un engagement de 24 mois, assortie de 450 euros de frais d'installation et de 20 euros par mois pour l'utilisation d'un terminal de paiement en ligne sécurisé.

b. Fonctionnalités

Cette somme comprend :

- l'achat et le renouvellement du nom de domaine du site Internet

- l'hébergement du site Internet chez un hébergeur partenaire agréé « données de santé à caractère personnel»
- un certificat de sécurité SSL
- une interface graphique (agencement) à choisir parmi plusieurs modèles
- l'utilisation de l'ensemble des parties techniques du modèle :
 - la zone de gestion du site permettant de gérer le catalogue produit, les commandes effectuées par les patients et les pages de contenus.
 - Les modules accessibles directement au public (affichage du catalogue produit, processus de commande, développements spécifiques à l'activité de commerce électronique, des actualités santé et diverses pages de contenu)
- la maintenance technique du site Internet
- un espace sécurisé mutualisé pour les patients.

L'offre de cette société comprend également les fonctionnalités de base d'un site de services : réservation d'ordonnance, zone de dialogues sécurisée.

Pharmadomicile aide également l'officiel dans sa démarche de demande d'autorisation auprès de son Agence Régionale de Santé, en fournissant un dossier type présentant les fonctionnalités du site.

Nous allons maintenant analyser les principaux moyens techniques mutualisés.

Mutualisation de l'espace patient

Lors du processus de commande sur les sites des officinaux clients de cette société, le patient est dirigé vers l'adresse secure.pharmadomicile.biz qui héberge l'ensemble des comptes patients de toutes les officines partenaires.

Cependant, chaque espace est bien clos, les informations ne semblent pas pouvoir communiquer d'un site à l'autre : un même patient devra donc s'inscrire deux fois s'il souhaite acheter des médicaments sur deux sites réalisés par cette société.

Mutualisation des fiches produits

Autre service indéniable, cette solution permet au pharmacien d'accéder directement à une base de données des médicaments non soumis à prescription médicale avec images et notices fournis par l'ANSM. Lorsqu'il souhaite ajouter un médicament sur son site internet, l'officiel gagne ainsi énormément de temps, puisqu'il lui suffit de sélectionner le médicament dans son interface de gestion et de renseigner son prix public (et éventuellement le nombre d'unités en stock).

Mutualisation du contenu scientifique

Enfin, Pharmadomicile propose également la publication centralisée d'actualités santé sur les sites de ses clients. Cette pratique donne un côté dynamique au site officinal grâce à l'ajout régulier de contenu actualisé.

Cependant, ces articles étant ajoutés de manière identique sur tous les sites réalisés par le prestataire, la visibilité du site officinal ne sera pas améliorée dans les moteurs de recherche. Cette pratique peut même s'avérer pénalisante dans les algorithmes de recherche du moteur de Google.

C. QUE FAUT-IL RETENIR DU MODELE « GENERIQUE » CLE EN MAIN ?

1. Transposition du modèle dans le monde réel

a. Situation de l'appartement

L'officinal dispose d'un appartement clos au sein de l'immeuble géré par le prestataire. Le patient ne peut entrer dans un appartement qu'en empruntant sa porte d'entrée extérieure. Pour entrer dans un autre appartement, le patient doit forcément ressortir dans la rue.

Son adresse est principalement présente dans l'annuaire (moteur de recherche) au nom de l'officine. Les patients peuvent la retenir facilement.

L'officinal paie un loyer mensuel au prestataire (lui même payant un loyer global à l'hébergeur agréé « données à caractère de santé »).

b. L'agencement

L'agencement de l'appartement de l'officinal est similaire à celui des autres appartements de l'immeuble.

c. Les services assurés par l'immeuble

En plus de son appartement, l'officinal dispose d'un "box" au sous-sol dans lequel se trouvent les questionnaires médicaux, l'historique des commandes. Ce "sous-sol" est accessible depuis chacun des appartements, l'officinal ne peut cependant accéder qu'à son "box".

L'immeuble met à disposition de l'officinal des employés (moyens mutualisés) chargés des inscriptions, de la vérification des quantités délivrables lors de l'ajout de médicaments au panier d'achat, de l'enregistrement des questionnaires médicaux.

L'immeuble assure séparément la promotion de chaque appartement.

d. Les produits vendus

En sortant, le patient sait qu'il a effectué un achat dans un appartement spécifique (adresse autorisée).

Les médicaments se trouvent uniquement à l'intérieur de l'appartement. Le patient peut saisir les médicaments présents dans l'appartement. Mais il doit obligatoirement passer par le comptoir situé dans ce dernier avant de pouvoir payer sa commande.

L'officinal encaisse personnellement le montant total des achats effectués dans son appartement. C'est donc la pharmacie qui encaisse les paiements.

e. Les autres appartements de l'immeuble

S'il se rend plus tard dans un autre appartement de l'immeuble, le patient devra de nouveau : s'inscrire, renseigner son questionnaire médical. Depuis ce deuxième appartement, l'employé de l'immeuble ne saura pas que le patient a déjà effectué un achat dans un autre appartement.

S'il souhaite déménager, l'officinal ne repartira pas de zéro, puisqu'il pourra conserver la même adresse.

2. Avantages et Inconvénients

Cette solution est réellement économique pour l'officinal puisque l'abonnement mensuel reviendra moins cher à lui seul que le coût d'un hébergeur agréé « données à caractère de santé » pris dans le cadre d'un site « sur-mesure » (entre 400 et 800 euros).

Elle permet au pharmacien de disposer d'un site Internet indépendant sur lequel il peut proposer à la vente les médicaments de son choix.

Toutefois, à contrario du site sur-mesure, l'officinal n'a plus la main sur l'intégralité du site. De plus, même si cette société propose différents modèles d'habillage graphique, les sites paraissent similaires pour les internautes, la démarcation vis à vis de la concurrence est donc beaucoup plus compliquée.

Enfin, le contenu des sites réalisés par cette société étant quasiment similaire, les chances d'une bonne visibilité dans les moteurs de recherche déclinent considérablement.

Cette solution est ainsi à privilégier par les pharmacies désirant uniquement proposer rapidement un service supplémentaire à leurs patients. Ces derniers pourront les trouver sur Internet en cherchant le nom de l'officine dans les moteurs de recherche.

Nous allons maintenant voir que ce modèle sert de base pour certains groupements pharmaceutiques, qui le font évoluer pour leurs adhérents.

III. LE SITE « GROUPEMENT »

A. SES CARACTERISTIQUES PRINCIPALES

Les groupements de pharmacies sont donc des associations de titulaires de pharmacies. Ces derniers se rassemblent principalement pour la négociation auprès des laboratoires et des grossistes-répartiteurs.

Nous entendons par site « groupement », un site internet créé pour un pharmacien adhérent d'un groupement pharmaceutique. Dans ce cas, un groupement fait appel à un seul prestataire chargé de réaliser l'ensemble des sites internet de ses adhérents. Les principaux acteurs proposant des sites « génériques » proposent également des solutions pour les groupements.

En effet, il s'agit là d'une évolution du précédent modèle. Le prestataire met à disposition des adhérents, une solution technique et graphique identique : les sites ne se différencient que par leur nom et leurs mentions légales. Chaque adhérent dispose d'un site internet indépendant qui lui est propre.

Ces sites sont généralement accessibles sur un sous domaine d'un nom de domaine appartenant au groupement (par exemple : <http://nomdelapharmacie.nomdugroupement.fr>). Mais, il est également possible que chaque adhérent possède son propre nom de domaine, comportant le nom du groupement.

Le pharmacien paie un abonnement mensuel, voire un droit d'entrée pour la création initiale (à discrétion selon les groupements).

Tous les sites des adhérents sont généralement identiques, seules l'identification de la pharmacie et les mentions légales diffèrent. Individuellement, les perspectives de positionnement naturel dans les moteurs de recherche sont donc quasi-nulles.

Presque tous les groupements de pharmacies proposent aujourd'hui des sites Internet à leurs adhérents. Pour notre exemple, nous avons choisi d'étudier le modèle utilisé par le groupement Lafayette.

B. UN EXEMPLE : LES SITES DU GROUPEMENT LAFAYETTE

1. Présentation

a. Le site « mère » du groupement

Pharmacielifayette.com est le site principal du groupement Lafayette. Ce site ne fait qu'afficher les produits vendus au sein des officines adhérentes et aucune vente/dispensation ne peut être faite à partir de celui-ci. Les internautes désirant acheter un produit sont redirigés vers les sites internet des officines adhérentes au groupement.

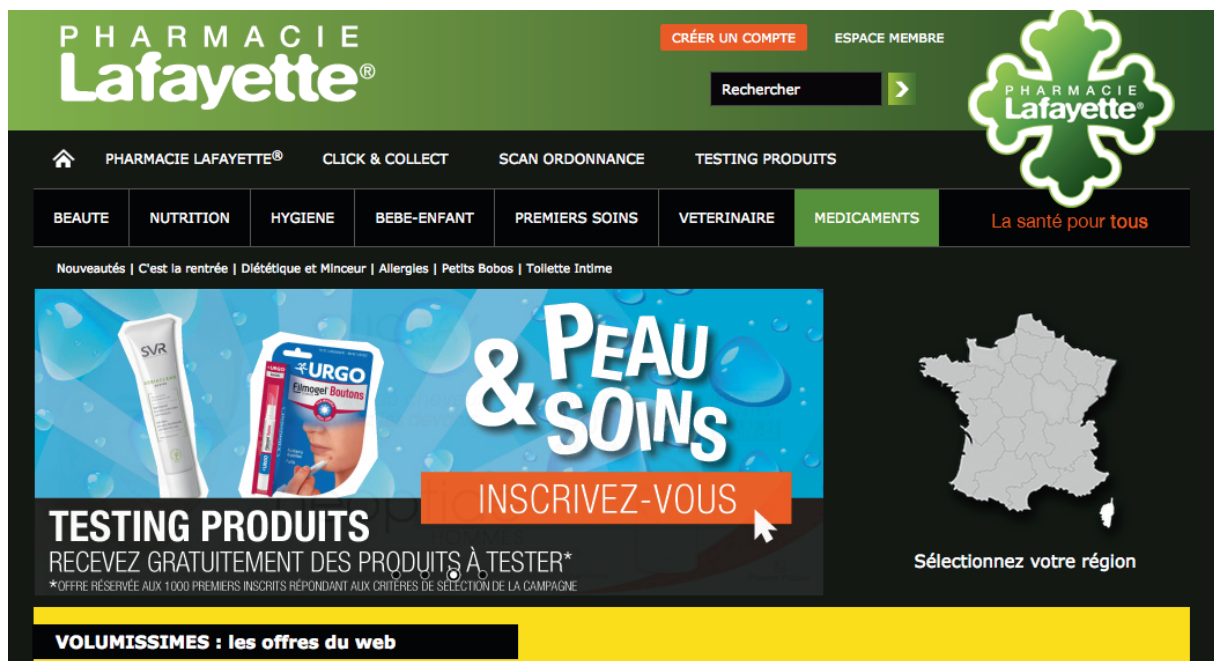


Figure 41 - Impression d'écran du site pharmacielifayette.com

b. Les sites des adhérents

Les pharmacies de ce groupement disposent d'un site Internet qui leur est propre. Ce dernier possède une adresse unique de la forme pharmacielifayettenomdelaville.com

(par exemple : pharmacielifayettetoulouse.com)

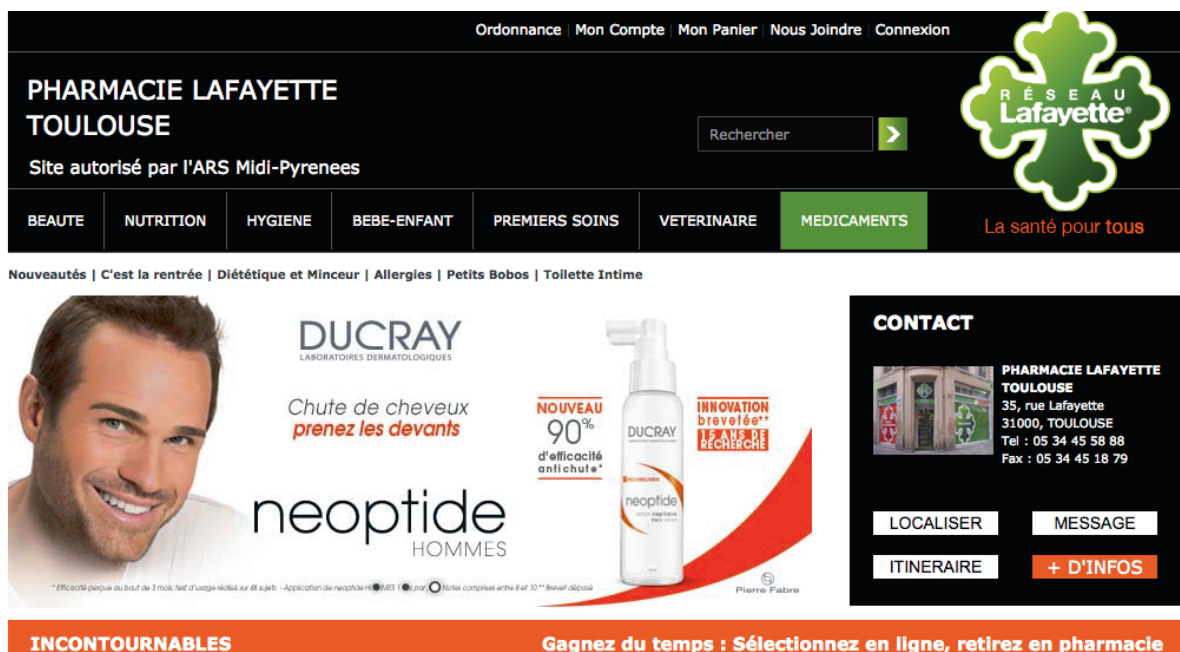


Figure 42 - Impression d'écran du site de la pharmacie Lafayette à Toulouse

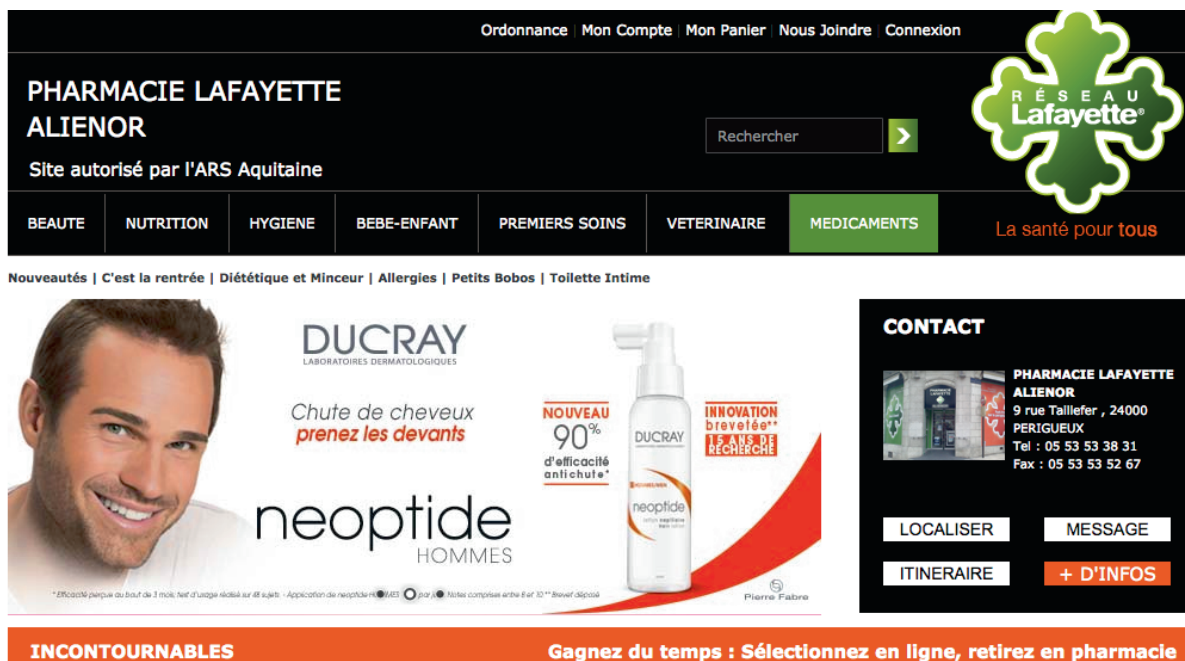


Figure 43 - Impression d'écran du site de la pharmacie Lafayette de Périgueux

2. Environnement technique de base

Ces sites utilisent le CMS Open Source Oscommerce, un ancien acteur présent bien avant Prestashop. Ils ont été réalisés par la société spécialisée : Itek Pharma.

Tous les sites de ce groupement se ressemblent, en effet ils possèdent la même charte graphique.

La mutualisation concerne ici:

- l'hébergement agréé « données de santé »
- l'interface graphique
- l'ensemble des développements techniques
- le contenu textuel du site internet

3. La particularité des sites Internet de ce groupement

Les sites des adhérents de ce groupement possèdent une particularité qu'il est important de souligner. Sur ces sites, il est seulement possible de réserver des médicaments, le paiement et le retrait s'effectuent directement à l'officine.

On parle alors de « click-and-collect ».

Les pharmacies de ce groupement ont obtenu des autorisations pour pratiquer le commerce électronique de médicaments même si elles ne permettent qu'une réservation en ligne.

En effet, d'après l'article L. 5125-33 du Code de la Santé Publique, « on entend par commerce électronique de médicaments l'activité économique par laquelle le pharmacien propose ou assure à distance et par voie électronique la vente au détail et la dispensation au public des médicaments à usage humain et, à cet effet, fournit des informations de santé en ligne ».

L'activité de commerce électronique de médicaments n'est donc pas limitée au seul fait d'assurer à distance et par voie électronique la vente au détail, mais aussi au simple fait de proposer cette vente.

C. QUE FAUT-IL RETENIR DU MODELE « GROUPEMENT » ?

1. *Transposition du modèle dans le monde réel*

a. Situation de l'appartement

L'officinal dispose d'un appartement personnel "semi-clos" dans l'immeuble du groupement. Le patient peut entrer dans l'appartement par sa porte d'entrée extérieure (adresse autorisée), ou par une porte située dans le hall de l'immeuble (site mère du groupement).

Son adresse est principalement présente dans l'annuaire (moteur de recherche) au nom de l'officine et à celui de l'immeuble.

b. L'agencement

Tous les appartements sont agencés entièrement de la même manière.

L'ensemble des informations propres au patient (questionnaire médical, historique de commandes) est confiné dans l'appartement, seul l'officinal peut également y accéder.

c. Les produits vendus

L'acte de dispensation se déroule entièrement dans l'appartement de l'officinal. La pharmacie encaisse directement les paiements.

d. Les autres appartements de l'immeuble

Pour changer d'appartement, le patient peut : ressortir dans la rue ou repartir dans le hall de l'immeuble (sans avoir en main des médicaments non réglés). Lorsqu'il est dans le hall, le patient peut voir la vitrine de l'appartement avant de rentrer. Le hall de l'immeuble permet uniquement de rentrer dans l'un des appartements.

En sortant, le patient sait qu'il a effectué un achat dans un appartement (adresse autorisée) situé dans l'immeuble du groupement. L'immeuble assure la promotion de chaque appartement et celle du hall.

Si l'officinal désire quitter l'immeuble (le groupement), il devra alors déménager (changer d'adresse) et repartir de zéro.

2. Avantages et inconvénients

Ce modèle comporte les mêmes avantages et inconvénients que le modèle précédent.

Cependant, dans ce cas, l'officine bénéficie de la visibilité du site mère du groupement. Cet avantage ne parvient pas à contrebalancer un problème de taille au long terme : l'existence du site officinal est dépendante de son adhésion au groupement. S'il quitte ce dernier, l'activité du pharmacien sur Internet ne pourra être poursuivie à la même adresse. D'autres groupements proposent également des sites Internet pour leurs adhérents, en assurant cette fois la vente au détail des médicaments par le web.

Nous venons de voir trois modèles permettant au pharmacien de disposer d'un site Internet commercial qui est propre à son officine. Pour limiter les coûts, des sociétés spécialisées permettent donc de mutualiser certains moyens techniques, tout en gardant une indépendance fonctionnelle vis à vis des autres sites Internet réalisés avec le même modèle.

D'autres acteurs vont encore plus loin dans la mutualisation en proposant au pharmacien un espace mutualisé sur un même site Internet. Il s'agit des plateformes, que nous allons maintenant analyser.

IV. LE CAS DES PLACES DE MARCHÉ ET DES PLATEFORMES

A. CARACTERISTIQUES PRINCIPALES

1. Définition

Une marketplace (ou place de marché) est un site commercial offrant, sous la forme d'une plate-forme technique, des processus de transaction sécurisés permettant à n'importe quel internaute de comparer et de sélectionner différentes offres de fournisseurs.

En France, les places de marché les plus connues sont Amazon, Cdiscount, et Ebay.

2. Environnement technique de base

De la même manière que dans le concept du modèle « générique clé en main », la plateforme dispose d'un seul modèle technique de base.

Toutefois, contrairement aux sites « génériques » et de « groupements », ce modèle n'est pas ensuite déployé de manière indépendante pour chaque pharmacie.

C'est le catalogue de l'officine qui est inséré directement dans le modèle, accompagné du catalogue des autres partenaires. La partie octroyée au pharmacien fait donc partie intégrante du site Internet de la plateforme.

3. Avantages

a. Pour les consommateurs

Les marketplaces permettent aux acheteurs de bénéficier de prix réduits (forte concurrence entre les pharmaciens partenaires) et de connaître le panorama des offres grâce à la compilation des catalogues des officines en un seul endroit.

b. Pour les pharmaciens

Le pharmacien paie ici un abonnement mensuellement (une cinquantaine d'euros) pour faire apparaître son catalogue produit au sein de celui de la place de marché. Celui-ci est généralement assorti d'une commission sur les ventes (hors médicaments visiblement).

Le coût pour l'officinal est ainsi le plus faible des quatre modèles. Toutefois, il est à noter que la majorité des places de marché ont offert l'abonnement à leurs premières pharmacies partenaires.

C'est la plateforme qui gère tous les aspects techniques et commerciaux : la création et l'exploitation du site, les développements techniques pour se mettre en conformité avec la législation (questionnaire médical, quantités délivrables), sa communication, la gestion des paiements, des comptes clients et le plus souvent du service après vente.

En sus, le pharmacien dispose généralement d'une vitrine qui lui est propre sur une sous-partie du site de la plateforme.

Les plateformes offrent ainsi aux pharmaciens un canal de prospection et de distribution performant à un coût très avantageux, mais au détriment de leur propre visibilité.

4. Inconvénients

a. Pour les consommateurs

Lorsqu'il se voit délivrer des médicaments sur une plateforme/place de marché, le patient lambda pense avoir passé commande sur le site « Place de Marché », et non pas sur le site internet d'une pharmacie donnée. Ce principe rend fortement opaques les responsabilités.

b. Pour les pharmaciens

Contrairement aux autres modèles, ici le pharmacien ne dispose pas d'un site Internet qui lui est propre et qui soit indépendant techniquement et fonctionnellement. Son site n'est en réalité qu'un « sous-site » de la place de marché et son fonctionnement

dépend intégralement de celui de cette dernière. Cette pratique ne permet donc pas à l'officinal de préserver totalement son indépendance professionnelle.

De plus, d'un point de vue stratégique, l'officinal se met ici directement en concurrence avec d'autres confrères. La seule possibilité pour lui de se démarquer est alors de baisser ses prix au maximum.

Enfin, lorsqu'il décide de quitter la plateforme, le pharmacien repart de zéro, et devra en plus relancer l'activité marchande sur une autre adresse Internet.

En France, trois modèles différents de plateformes pour les officinaux ont vu le jour depuis la mise en place de la législation relative à la vente de médicament sur Internet. Chacun d'entre eux dispose d'un mode de fonctionnement différent, que nous allons maintenant étudier.

B. EXEMPLE 1 : 1001PHARMACIES.COM

1. Présentation

La plateforme 1001pharmacies.com ouvre ses portes à la rentrée 2012. Cette place de marché est éditée par la société Enova Santé basée à Montpellier.

A l'heure actuelle, 1001pharmacies.com ne permet pas aux pharmaciens de vendre des médicaments. Aucune pharmacie partenaire n'a d'ailleurs jamais été autorisée pour y pratiquer cette activité. Ce site Internet n'est pas géré par une pharmacie physique même si l'un de ses cofondateurs est docteur en pharmacie.

Cette place de marché est centrée sur la vente de produits de parapharmacie.

Initialement, 1001pharmacies.com, comme son nom l'indique, était uniquement destinée aux pharmacies. Depuis, leur réseau de partenaires s'est agrandi avec la présence de parapharmacies physiques, de salons de coiffure et de beauté, ou encore de boutiques de cigarettes électroniques.

Si cette plateforme ne propose pas la vente de médicaments, son analyse nous permet de mieux cerner le fonctionnement et les enjeux d'une marketplace pour les pharmaciens.

2. Fonctionnement de base

Les pharmaciens et les autres types de partenaires paient un abonnement mensuel, et une commission est prélevée sur chaque vente réalisée sur la plateforme (10%).

Les stocks et les livraisons sont donc gérés par les pharmacies partenaires.

a. Présentation des produits

Le site internet de cette plateforme est accessible au public à l'adresse www.1001pharmacies.com. Elle présente un catalogue global comportant l'ensemble des produits mis à la vente par ses partenaires.

FRAIS DE PORT OFFERTS dès 49€ d'achat (voir conditions) | CRÉER UN COMPTE | M'IDENTIFIER | MON PANIER 0 article

1001PHARMACIES
N°1 DE LA SANTÉ EN LIGNE

Rechercher...

ACCUEIL | **PARAPHARMACIE** | DESTOCKAGE | MARQUES | BLOG

SANTÉ | VISAGE | CORPS | CHEVEUX | HYGIÈNE | SOLAIRE | FITNESS | BIO / NATURE | MATERNITÉ | VÉTÉINAIRE | **PRIX BAS** | MATÉRIEL MÉDICAL | SANTÉ CONNECTÉE

Accueil > Santé > Douleurs / Maux > Digestion / Transit

CATÉGORIES

- ▲ **Santé**
 - ↳ Compléments Alimentaires
 - ▲ **Douleurs / Maux**
 - Herpès / Verrues
 - Douleurs Musculaires
 - Digestion / Transit**
 - Jambes Lourdes
 - Toux / Bronches
 - Mal De Tête
 - Nausées / Mal Des Transports
 - Maux De Gorge
 - Douleurs Articulaires
 - Rhume / Rhinite
 - Confort Urinaire / Troubles Féminins

DIGESTION / TRANSIT : NOS PRODUITS DISPONIBLES

Résultats 1 - 24 sur 92 | Produits par page - 24 - 48 | Trier par Popularité

LACTIBIANE RÉFÉRENCE 30 GÉLULES PILEJE
★★★★★ (14 avis)
Ce complément alimentaire aide à améliorer les troubles intestinaux, à maintenir l'équilibre de la flore...
A partir de **20,06 €** **VOIR**

DÉTOXINATION, ÉQUILIBRE INTESTINAL ERGYPHILUS CONFORT 60 GÉLULES NUTERGIA
★★★★☆ (9 avis)
Ventre plat. Ballonnements, inconforts. Régulation du transit.
A partir de **15,25 €** **VOIR**

Figure 44 - Impression d'écran de la catégorie Digestion/transit du site 1001pharmacies.com

En se rendant sur une « fiche produit », l'internaute ne sait pas quel partenaire propose ce produit à la vente. La mention tarifaire « à partir de » laisse suggérer la présence de plusieurs offres.

FRAIS DE PORT OFFERTS dès 49€ d'achat
(voir conditions)

CRÉER UN COMPTE | M'IDENTIFIER

MON PANIER 0 article

N°1 DE LA SANTÉ EN LIGNE

Rechercher...

ACCUEIL
PARAPHARMACIE
DESTOCKAGE
MARQUES
BLOG

SANTÉ VISAGE CORPS CHEVEUX HYGIÈNE SOLAIRE FITNESS BIO / NATURE MATERNITÉ VÉTÉINAIRE
PRIX BAS
MATÉRIEL MÉDICAL
SANTÉ CONNECTÉE

Accueil > Santé > Compléments Alimentaires > Appareil Digestif / Foie > Lactibiane Référence 30 Gélules

LACTIBIANE RÉFÉRENCE 30 GÉLULES

★★★★★
5/5 (14 avis)

PILEJE

Ce complément alimentaire aide à améliorer les troubles intestinaux, à maintenir l'équilibre de la flore intestinale et à renforcer les défenses immunitaires.

Contenance : 18 g

En savoir plus >

À partir de
20,06 €
soit 1 114,44€/Kg

Quantité 1

AJOUTER AU PANIER

Ajouter à une liste d'envies

Partager 0

Tweeter

G+ 1

Pin it

Figure 45 - Impression d'écran d'une fiche produit du site 1001pharmacies.com

Le nom du partenaire n'est visible qu'après un clic sur le bouton « ajouter au panier ».

N°1 DE LA SANTÉ EN LIGNE

Païement sécurisé

PANIER > IDENTIFICATION > LIVRAISON > RÉCAPITULATIF > PAIEMENT & CONFIRMATION

MON PANIER

ARTICLE	QUANTITÉ	PRIX UNITAIRE	PRIX TOTAL PAR ARTICLE
EXPÉDIÉ PAR : PHARMACIE DE LA TRINITÉ - 75009 PARIS			
Frais de port estimés : 3,95€			
PILEJE Lactibiane Référence 30 gélules	1 Supprimer	20,06 €	20,06 €

Figure 46 - Impression d'écran du panier d'achat du site 1001pharmacies.com

b. Inscription du patient sur la plateforme

Pour finaliser sa commande, l'internaute doit s'inscrire sur le site 1001pharmacies.com. Il peut alors passer commande chez l'ensemble des pharmacies partenaires.

Il ne peut s'inscrire spécifiquement chez l'une d'entre elles. C'est l'une des caractéristiques principales d'une marketplace.

L'internaute s'inscrit directement sur la plateforme et non pas chez le partenaire qui propose le produit à la vente. Les données patients sont donc détenues par la plateforme et non pas par le partenaire.

c. La partie du site mise à disposition de l'officiel

La pharmacie partenaire dispose d'une page de présentation qui lui est propre. Cette page se trouve directement sur le site internet de la plateforme, l'officiel ne dispose donc pas d'un « sous-site ».

Pour trouver l'adresse de cette page, l'internaute peut utiliser un moteur de recherche et saisir le nom de l'officine, ou peut se rendre dans la section « nos pharmacies » à partir de n'importe quelle page du site 1001pharmacies.com.

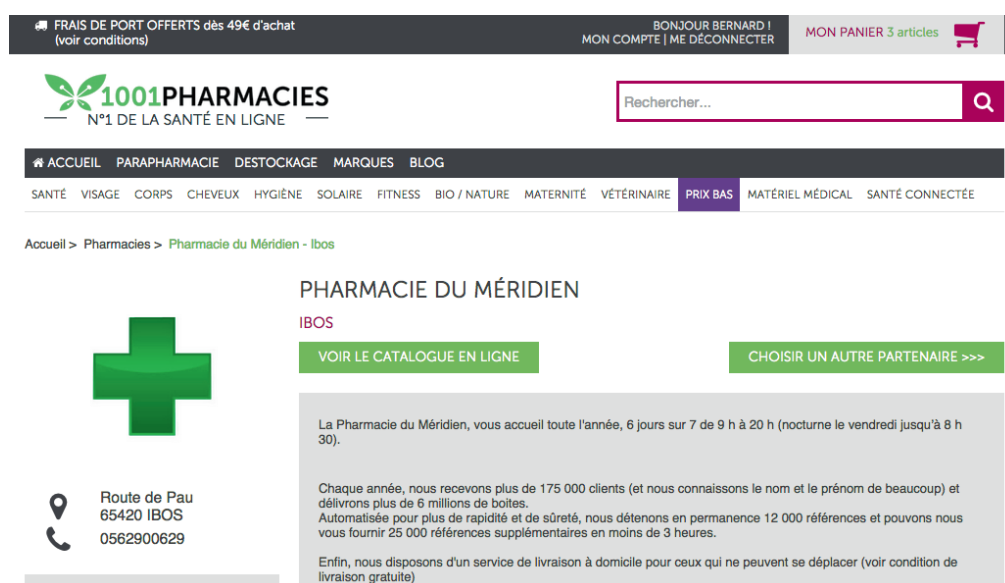


Figure 47 - Impression d'écran de la vitrine de la pharmacie du Meridien sur 1001pharmacies.com

Depuis cette page, l'internaute a la possibilité de visualiser le catalogue propre à l'officine, en cliquant sur « voir le catalogue en ligne ». Sur cette plateforme, le partenaire a la possibilité de mettre à la vente les produits de son choix.

Comme nous l'observons sur l'impression d'écran ci-dessus, ces pages propres aux partenaires sont imbriquées graphiquement et fonctionnellement dans le site 1001pharmacies.com.

Elles en sont donc indissociables. Si l'internaute clique sur un autre lien que celui « voir le catalogue en ligne », il est redirigé vers le catalogue global de la plateforme.

Ne s'agissant pas de « sous-sites » propres aux officinaux, les partenaires ne peuvent donc pas demander d'autorisation auprès de leur Agence Régionale de Santé.

En effet, le législateur impose que :

« **Le** site internet de la pharmacie est considéré comme le prolongement virtuel **d'une** officine de pharmacie autorisée et ouverte au public. » (Préambule de l'arrêté du 20 juin 2013 relatif aux bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique)

Dans une marketplace, les pages propres aux partenaires ne sont pas dissociables du fonctionnement et de l'apparence de la plateforme.

d. Choix du partenaire pour la livraison du produit

Sur 1001pharmacies.com, les internautes commandent par défaut dans la pharmacie la moins chère, les produits qu'ils ont sélectionnés. Ils peuvent toutefois choisir de retirer leurs produits dans la pharmacie la plus proche ou celle de leur choix, sans tenir compte du prix.

e. Paiement de la commande par l'internaute

Les paiements sont encaissés directement par 1001pharmacies.com avant d'être rétrocédés aux pharmaciens (amputés de la commission).

C'est une autre caractéristique majeure d'une marketplace : cette dernière est un intermédiaire de paiement entre le partenaire (pharmacien) et le client (patient).

3. Stratégie marketing

a. Visibilité de la plateforme

Cette plateforme a focalisé sa stratégie de visibilité sur Internet par la fédération d'une communauté de blogueuses autour des thèmes de la santé et de la beauté. En échange de produits envoyés gratuitement, ces dernières parlent de la plateforme sur leur blog et à leurs connaissances.

La plateforme ne communique qu'en son nom et ne cherche à accroître que sa propre visibilité dans les moteurs de recherche.

On peut en conclure que les marketplaces ne proposent pas directement aux pharmaciens une visibilité sur Internet, mais plus spécifiquement une visibilité sur leur propre plateforme.

b. Visibilité du catalogue produit propre à l'officiel partenaire

Seule la page de présentation de la pharmacie partenaire est visible dans les moteurs de recherche, tels que Google. Le catalogue produit qui est propre au partenaire est en effet volontairement caché à ces moteurs.

Cette pratique est démontrable en s'intéressant au fichier robots.txt* de la plateforme.

* Un fichier robots.txt est un fichier situé à la racine d'un site Internet et qui indique aux robots d'exploration des moteurs de recherche de ne pas explorer certaines parties du site.

```
User-agent: *
Disallow: /images/frontend/
Disallow: /list/
Disallow: /produits/
Disallow: /files/

Disallow: /parapharmacie/pharmacies/
Disallow: /pharmacies/
Disallow: /mentions-legales
Disallow: /cgv
Disallow: /panier
Disallow: /mon-compte/login
Disallow: /communaute
Disallow: /media/StoreNotFound.gif
Disallow: /marques/

Sitemap: http://www.1001pharmacies.com/sitemap.xml
```

Figure 48 - Fichier robots.txt du site 1001pharmacies.com

En regardant le fichier présent à l'adresse www.1001pharmacies.com/robots.txt, nous nous apercevons que la plateforme empêche les moteurs de recherche d'explorer le catalogue qui est propre à une officine donnée. Cette pratique permet à la plateforme de favoriser la visibilité du catalogue global au détriment de celui de l'officinal.

Les perspectives de visibilité dans les moteurs de recherche pour une pharmacie partenaire sont donc réduites à son propre nom.

Pour réaliser des ventes sur cette plateforme, les pharmaciens partenaires ont deux possibilités.

- Le cas le plus courant : l'internaute passe commande depuis le site mère, qui est fortement visible dans les moteurs de recherche. Pour effectuer la vente, le pharmacien doit avoir le meilleur prix par rapport aux autres partenaires. Il n'est pas maître de sa visibilité, si un autre pharmacien s'inscrit et propose un tarif inférieur, il ne vendra plus le produit depuis le catalogue global.
- Le cas rare : l'internaute passe commande depuis le catalogue qui est propre à l'officine. S'il s'agit de sa première commande, il s'inscrit alors sur la plateforme. L'officinal a donc peu de chances que son patient recommande ultérieurement chez lui, s'il ne pratique pas le meilleur prix.

4. Une tentative de vente de médicaments

En mars 2014, cette plateforme proposa la livraison de médicaments (53) dans certaines villes de France (Paris, Montpellier).

Après inscription et vérification de son code postal, l'internaute pouvait saisir une liste de médicaments (désignation, quantité). Des prix « indicatifs » étaient alors affichés :

« Les prix individuels sont unitaires et donnés à titre indicatif car ils dépendent de la pharmacie qui traitera votre réservation. Le prix définitif total vous sera communiqué par e-mail après la livraison. »

Après avoir choisi son heure de livraison, l'internaute procédait à un « prépaiement » en enregistrant son numéro de carte bleu. Il était alors directement débité des frais de livraison (10 euros). Le montant de la commande de médicaments n'était débité qu'après la livraison.

Il était possible alors de commander sur cette plateforme, des médicaments soumis à prescription médicale obligatoire ou non. Dans le cas d'un médicament sur ordonnance, le coursier venait dans un premier temps récupérer l'ordonnance, la carte vitale et l'éventuelle attestation mutuelle pour les amener dans la pharmacie partenaire.

Le paiement était effectué directement à la société 1001pharmacies, que l'internaute (en validant les conditions générales de vente) mandatait « pour aller acheter ses médicaments en mon nom et pour mon compte en pharmacie ».

A cette époque, comme lors de la rédaction de ce travail, aucune pharmacie partenaire de la plateforme n'est autorisée à pratiquer le commerce électronique de médicaments. De plus, l'hébergement de cette plateforme n'est pas réalisé sur un hébergeur agréé « données à caractère de santé ».

De ce fait, suite à une plainte déposée par le Conseil National de l'Ordre des Pharmaciens, le juge des référés condamna, le 8 août 2014, la société de vente en ligne 1001pharmacies.com à suspendre son activité de livraison de médicaments, sous peine d'une astreinte de mille euros par jour (54).

La plateforme stoppa immédiatement cette activité et fit appel de la décision.

Nous allons maintenant étudier deux autres plateformes, dont des pharmacies partenaires sont autorisées à pratiquer le commerce électronique de médicaments.

C. EXEMPLE 2 : PHARMARKET.COM

1. Présentation

Pharmarket.com est le site internet du groupement CofiSanté (55). C'est la première plateforme dont certaines pharmacies partenaires ont été autorisées à pratiquer le commerce électronique de médicaments non soumis à prescription médicale, par des Agences Régionales de Santé (voir annexe 3).

Les adresses autorisées des partenaires sont des « sous-domaines » du nom de domaine utilisé par la plateforme. Le site mère, accessible à l'adresse www.pharmarket.com, n'est quant à lui pas rattaché à une officine et n'a jamais été autorisé à pratiquer le commerce électronique de médicaments.

Lors de ce travail, seules des pharmacies proposent des produits à la vente sur cette plateforme.

2. Fonctionnement de base

a. Le « sous-site » propre à l'officinal

L'officinal dispose donc d'un sous-domaine qui lui est propre. C'est cette adresse qui a été autorisée par l'Agence Régionale de Santé (Par exemple : paris-beaugrenelle.pharmarket.com).

Comme dans le cas de la plateforme précédente, le « sous-site » propre à l'officine contient une présentation de cette dernière, qui est totalement imbriquée dans le site mère de la plateforme (visuellement et fonctionnellement).

Cette page comporte les coordonnées de l'officine, ses mentions légales, des liens vers les sites du ministère de la santé, de l'Ordre National des Pharmaciens et de l'Agence Régionale de Santé.

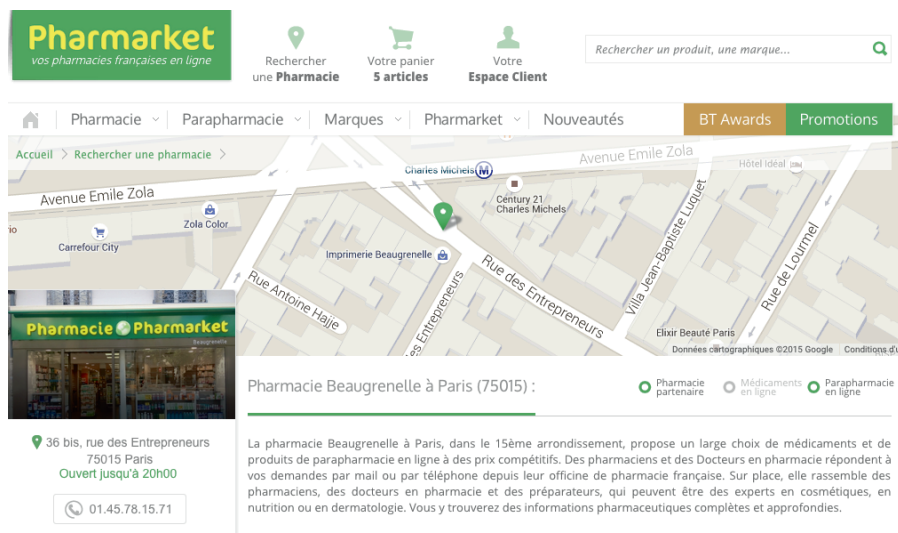


Figure 49 - Impression d'écran du "sous-site" de la pharmacie Beaugrenelle sur la plateforme Pharmarket.com

b. Présentation des produits

Ici l'officine partenaire ne dispose pas d'un catalogue produit qui lui est propre. L'ensemble des liens présents sur le « sous-site » dirige les internautes vers le site mère : www.pharmarket.com.

L'ensemble des étapes du processus de commande (de la sélection des produits au paiement en passant par l'inscription et la saisie du questionnaire médical) se déroule sur le site mère qui est hébergé chez un hébergeur agréé « données à caractère de santé ».

Les pharmacies partenaires ont obtenu des autorisations pour pratiquer le commerce électronique de médicaments, même si la vente se déroule donc finalement au niveau du même site internet.

Le fonctionnement de cette plateforme s'écarte toutefois légèrement de celui d'une marketplace. Dans ce cas, même si toutes les pharmacies partenaires vendent à partir du même site Internet (le site mère), les internautes n'ont pas la possibilité de comparer les prix entre les pharmacies partenaires. En effet, ces dernières ont toutes le même catalogue qui est mutualisé (références et prix identiques).

Le pharmacien partenaire ne semble ainsi pas avoir la possibilité de choisir les produits proposés à la vente sur la plateforme.

c. Choix du partenaire pour la livraison du produit

L'internaute en passant une commande sur cette plateforme choisit obligatoirement une pharmacie parmi les partenaires. Par défaut, la plateforme lui impose la pharmacie la plus proche de son adresse postale. Il a ensuite la possibilité de changer d'officine à chaque nouvelle commande.

3. Stratégie marketing

La plateforme assure sa propre promotion. La visibilité des « sous-sites » propres aux officinaux est limitée à leur page de présentation.

4. Transposition du modèle dans le monde réel

a. Situation

L'officinal dispose d'une simple porte (adresse autorisée) donnant sur le hall de l'immeuble Pharmarket. Le patient peut entrer dans l'immeuble par la porte de l'officinal, ou par l'entrée principale (site mère).

b. Les produits vendus

L'officinal paie un loyer mensuel pour sa « porte », il perçoit une rémunération lorsque le patient paie dans le hall un produit pris dans son propre stock. Cette rémunération lui est reversée par l'immeuble (qui peut également prélever une commission).

c. Les services assurés par l'immeuble

C'est l'immeuble qui choisit les produits proposés à la vente, ainsi que leur prix.

L'acte de dispensation se déroule entièrement dans le hall de l'immeuble (site mère) : sélection des médicaments, inscription, vérification des quantités délivrables, questionnaire médical, paiement. La dispensation peut se dérouler entièrement dans ce hall sans que le patient ne passe par la porte de l'officinal (adresse autorisée).

L'ensemble des informations propres au patient (questionnaire médical, historique de commandes) est stocké dans le hall. En sortant, le patient sait qu'il a effectué un achat dans l'immeuble Pharmarket.

L'immeuble assure uniquement la promotion de son hall. Les employés du hall enregistrent/récupèrent les questionnaires médicaux, vérifient les quantités et les interactions puis encaissent les paiements.

Si le pharmacien souhaite déménager il repartira de zéro et devra changer d'adresse.

D. EXEMPLE 3 : DOCTIPHARMA.FR

1. Présentation

Doctipharma.fr se définit comme « une plateforme e-commerce qui permet de créer son officine en ligne ». Ce site internet est une filiale du groupe Doctissimo.

Créé en mai 2000, Doctissimo.fr est le leader des sites français d'information sur la santé et le bien-être pour le grand public. Ce site est omniprésent dans les moteurs de recherches sur toutes les requêtes relatives aux médicaments et à la santé.

Selon Médiamétrie*, en juin 2013 doctissimo.fr a reçu :

- 8 444 000 visiteurs uniques
- Près de 112 millions de pages vues
- 33 millions de visites mensuelles
- 750 000 abonnés à la newsletter hebdomadaire

* Médiamétrie est une société anonyme spécialisée dans la mesure d'audience et les études marketing des médias audiovisuels et interactifs en France.

Un lien hypertexte vers la plateforme Doctipharma.fr est présent sur la majorité des pages du site Doctissimo.fr.

Ce service dédié aux pharmaciens leur permet de commercialiser les produits de parapharmacie et médicaments non soumis à prescription médicale sur Internet.

Lors de la rédaction de cette thèse, une pharmacie est autorisée à pratiquer le commerce électronique de médicaments sur cette plateforme.

2. Fonctionnement de base

a. Présentation des produits

La plateforme Doctipharma.fr comporte :

- un site mère (www.doctipharma.fr) qui présente le catalogue produit (médicaments et parapharmacie) global de tous les partenaires. Ce dernier propose pour chaque produit, les différentes offres tarifaires des pharmacies. C'est ce site qui abrite également toutes les étapes du processus de commande.
- des « sous-sites » qui utilisent un sous-domaine (pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr). Ils présentent le catalogue produit d'une seule officine, mais ne sont pas indépendants graphiquement et fonctionnellement (inscription mutualisée, processus de commande commun sur le site mère, paiement effectué au site mère, liens redirigeant vers le site mère).

Doctipharma.fr n'est donc pas une plateforme se limitant à la conception et à la maintenance technique du site internet de l'officiel. Il s'agit là d'une marketplace au sens strict, son concept est très similaire à celui de 1001pharmacies.com.

Pour commander des médicaments sur cette plateforme, l'internaute peut passer par deux chemins différents : par l'adresse autorisée (« sous-site » autorisé du pharmacien), ou par le site mère.

b. La partie du site de la plateforme mise à disposition de l'officiel

En se rendant sur l'adresse autorisée : pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr (voir annexe 6), nous observons que l'ensemble des liens

présents dans le haut et dans le pied de page ramène les internautes vers le site mère. Le moteur de recherche présent dans l'en-tête permet par défaut d'effectuer une recherche parmi les produits du catalogue de l'officine autorisée, mais il est possible de chercher chez l'ensemble des pharmacies partenaires.

La partie centrale permet de naviguer au sein du catalogue de l'officine, tout en restant sur l'adresse autorisée pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr.

Cette partie centrale comporte également les informations légales de l'officine, ses coordonnées, et des liens vers les sites du ministère de la santé, de l'Ordre et de l'Agence Régionale de Santé.

En cliquant sur le lien « médicaments » de la partie centrale l'internaute est redirigé vers la page pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr/medicaments (voir annexe 7). Nous pouvons y trouver le catalogue propre au partenaire.

Cette page est construite suivant le même modèle que la précédente : les liens présents en haut et bas de page redirigent vers le site mère, les liens de la partie centrale permettent de naviguer au sein du catalogue produit du site autorisé.

En cliquant sur l'un des médicaments, l'internaute accède à la fiche produit de ce dernier, toujours sur l'adresse autorisée : pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr/p/14666-abufene-400-mg-comprime-boite-de-30-124592

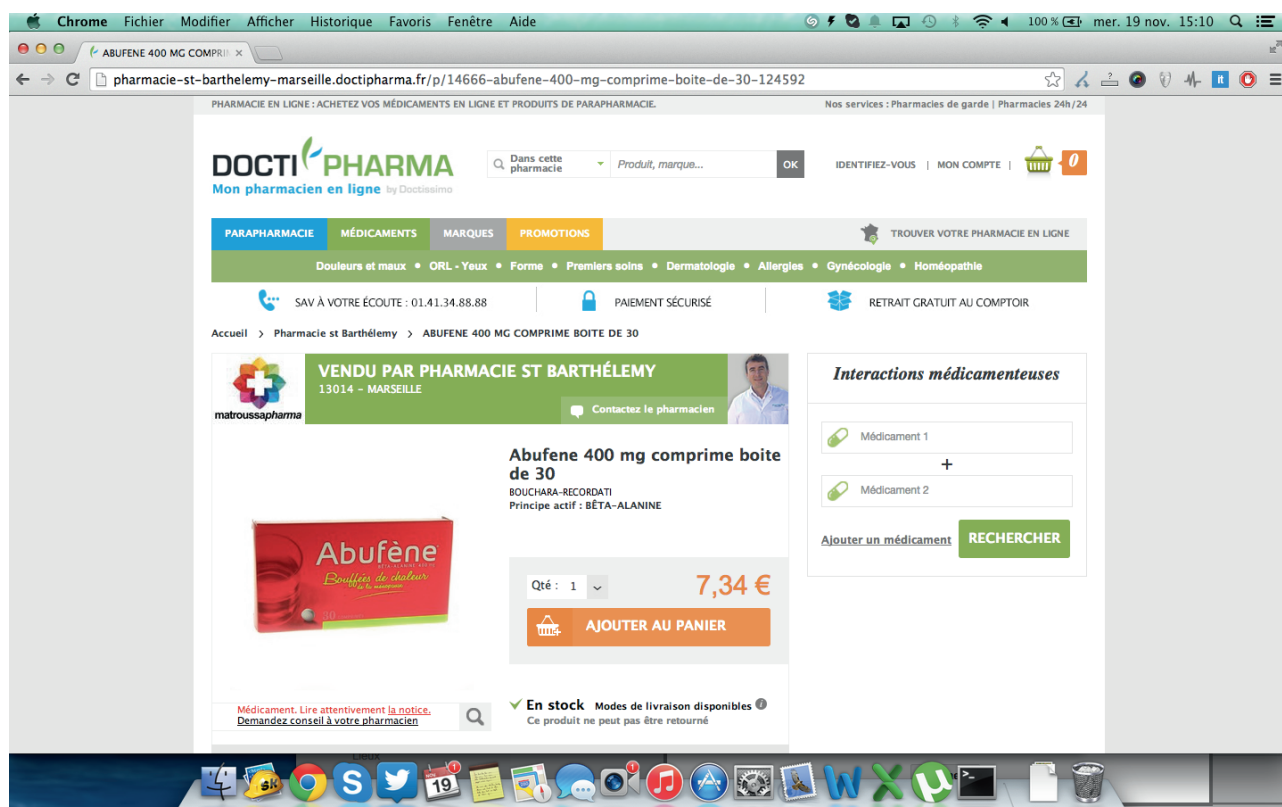


Figure 50 - Impression d'écran de la fiche produit de l'Abufène 400mg sur le "sous-site" de la pharmacie St Barthelemy

L'internaute accède à ce « sous-site » depuis un moteur de recherche tel que Google, depuis un lien hypertexte direct (sur la liste des sites autorisés à pratiquer le commerce électronique de médicaments par exemple) ou depuis n'importe quelle page de la plateforme en cliquant sur le lien « trouver votre pharmacie en ligne ».

Cette page (voir annexe 8) présente un listing des officines partenaires, avec des liens hypertextes menant vers leurs « sous-sites ».

c. Le site mère de la plateforme

En se rendant directement à l'adresse www.doctipharma.fr, l'internaute a trois possibilités pour acheter des médicaments :

- rechercher un nom de médicament grâce au moteur de recherche présent dans l'en-tête.
- cliquer sur l'onglet médicaments
- chercher un « sous-site » d'officine grâce à la page « trouver votre pharmacie en ligne ».

En cliquant sur l'onglet « Médicaments », l'internaute atterrit sur la page www.doctipharma.fr/medicaments (voir annexe 9). Cette dernière permet de naviguer parmi plusieurs catégories (au quotidien, forme, ORL, gynécologie...), et présente un listing des médicaments proposés à la vente par les partenaires.

Lors de cette analyse, une seule officine partenaire propose des médicaments (la pharmacie St Barthelemy à Marseille).

En cliquant sur l'un de ces médicaments, l'internaute arrive sur la « fiche produit », présente directement sur le site mère: www.doctipharma.fr/p/14666-abufene-400-mg-comprime-boite-de-30 (voir annexe 10). Cette dernière présente en pied de page les informations d'identification de l'officine St Barthelemy.

Un lien est présent sur la mention « Vendu par Pharmacie St Barthelemy », et redirige les internautes vers l'adresse autorisée. Toutefois, un comportement normal verra l'internaute lambda cliquer directement sur le bouton « ajouter au panier » présent sur cette page.

d. Une commande de médicaments

Dans les deux cas décrit précédemment, en cliquant sur le bouton « ajouter au panier » situé sur une « fiche produit », l'internaute doit certifier avoir lu la notice du médicament, puis doit s'inscrire sur la plateforme et renseigner un questionnaire médical. Ces trois étapes aboutissent à la page « panier ». Sur cette dernière (présente à l'adresse www.doctipharma.fr/panier) se trouve la mention « Vendu par Pharmacie St Barthelemy » comportant un lien vers l'adresse autorisée (« sous-site » de l'officinal).

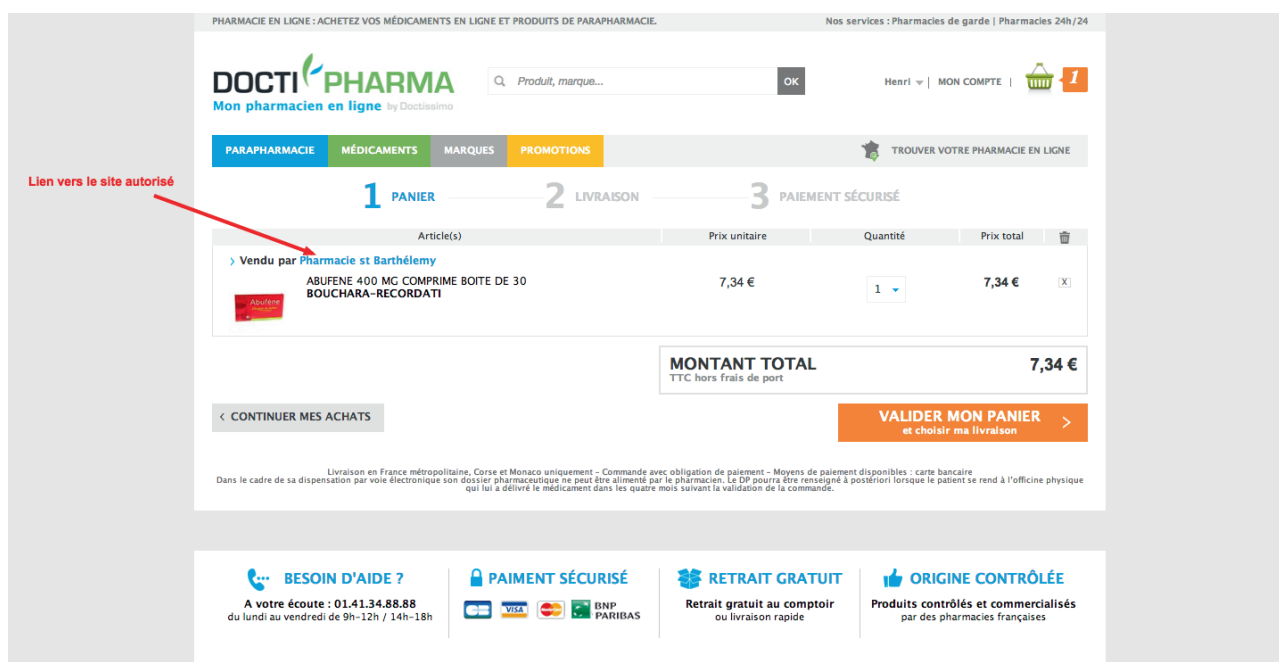


Figure 51 - Impression d'écran du panier d'achat sur la plateforme Doctipharma.fr

En cliquant sur « Valider mon panier », l'internaute se voit proposer la livraison à domicile ou le retrait à l'officine. La page de paiement par carte bancaire n'indique pas d'information concernant l'officine, elle comporte simplement la mention « DOCTIPHARMA ».

e. Choix du partenaire pour la livraison du produit

La présence d'une seule pharmacie vendant des médicaments ne permet pas d'analyser complètement le fonctionnement de cette marketplace. Toutefois, il y a fort à parier que le comportement sera le même que celui adopté pour les produits de parapharmacie.

Lorsqu'un produit est proposé à la vente par différents partenaires, la plateforme propose par défaut à l'internaute de commander le moins cher, tout en lui laissant la possibilité de changer de fournisseur s'il le désire.

Nous pouvons également observer qu'après s'être inscrit sur la plateforme à partir du sous-site d'une officine, l'internaute est automatiquement reconnu sur le site mère de la plateforme et sur l'ensemble des autres « sous-sites ».

3. Stratégie marketing

Comme 1001pharmacies.com, la plateforme Doctipharma.fr a mis en place des mesures techniques limitant la présence et le positionnement dans les moteurs de recherche des « fiches produits » des catalogues des pharmacies partenaires.

Pour se rendre compte de cette pratique, il suffit d'utiliser le préfixe de recherche "site:" du moteur de recherche [Google.fr](http://www.google.fr). La commande « site: » permet de restreindre une recherche sur un site ou une partie de site. Si on omet tout mot-clé, le moteur renvoie une liste de pages indexées du site en question.

Exemple avec l'Abufène 400® :

- la fiche produit sur le site mère se trouve à l'adresse : www.doctipharma.fr/p/14666-abufene-400-mg-comprime-boite-de-30



Figure 52 - Impression d'écran de la recherche « [site:www.doctipharma.fr/p/14666-abufene-400-mg-comprime-boite-de-30](http://www.doctipharma.fr/p/14666-abufene-400-mg-comprime-boite-de-30) » sur [Google.fr](http://www.google.fr)

Nous observons que cette page se trouve bien dans les résultats du moteur de recherche.

- la fiche produit sur l'adresse autorisée se trouve à l'adresse : pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr/p/14666-abufene-400-mg-comprime-boite-de-30-124592



Figure 53 - Impression d'écran de la recherche « [site :pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr/p/14666-abufene-400-mg-comprime-boite-de-30-124592](http://pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr/p/14666-abufene-400-mg-comprime-boite-de-30-124592) » sur [Google.fr](http://www.google.fr)

Nous observons que cette page ne se trouve pas dans les résultats du moteur de recherche.

Nous pouvons également noter que le nom de l'officine autorisée n'est pas cité lorsqu'un internaute cherche un médicament dans un moteur de recherche.

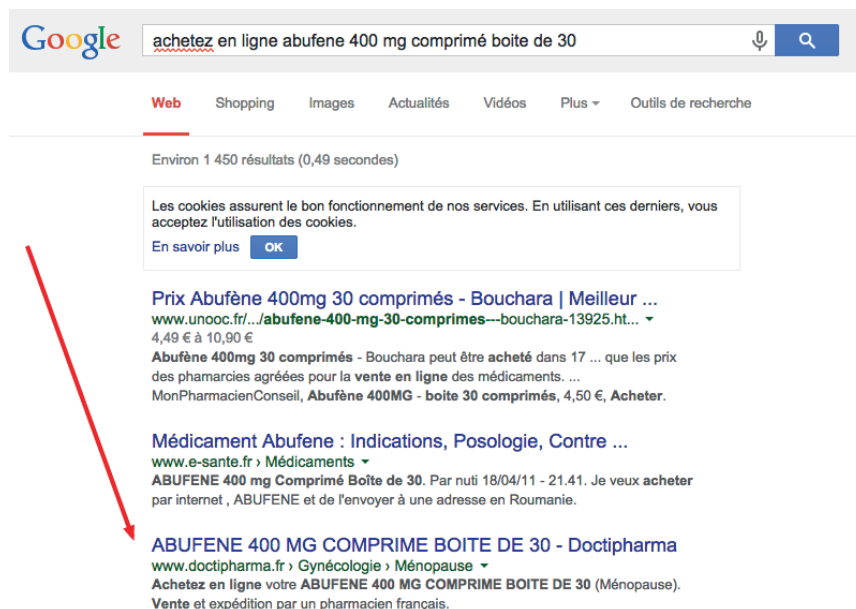


Figure 54 - Impression d'écran de la recherche "achetez en ligne abufene 400 mg"

A l'heure actuelle, seule la page d'accueil du "sous-site" de la pharmacie St Barthelemy est ainsi présente dans le moteur de recherche [Google.fr](http://www.google.fr).

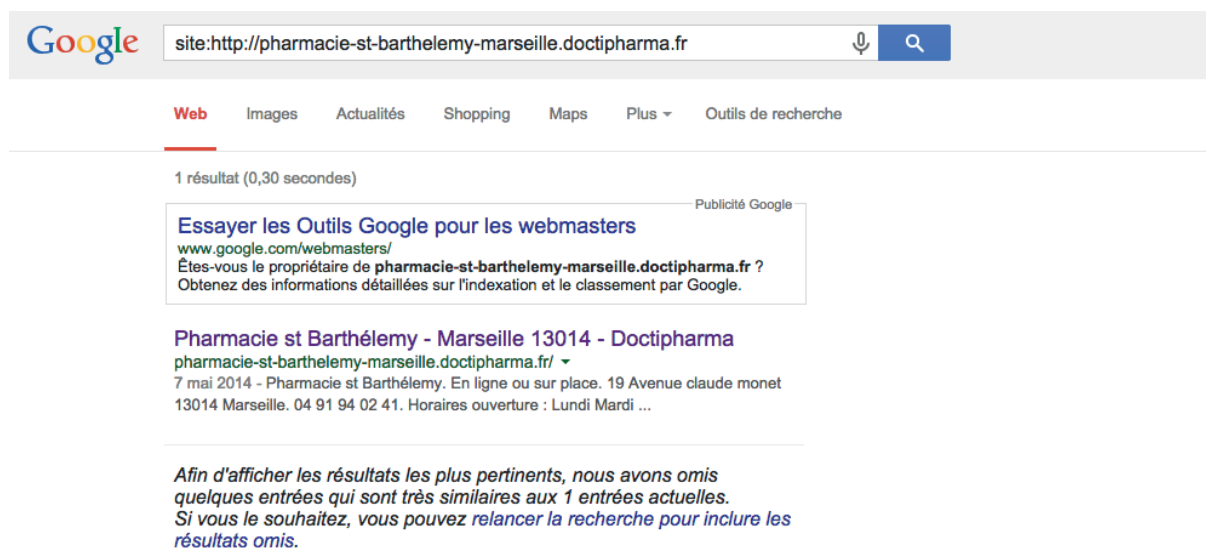


Figure 55 - Impression d'écran de la recherche "site:pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr" sur Google .fr

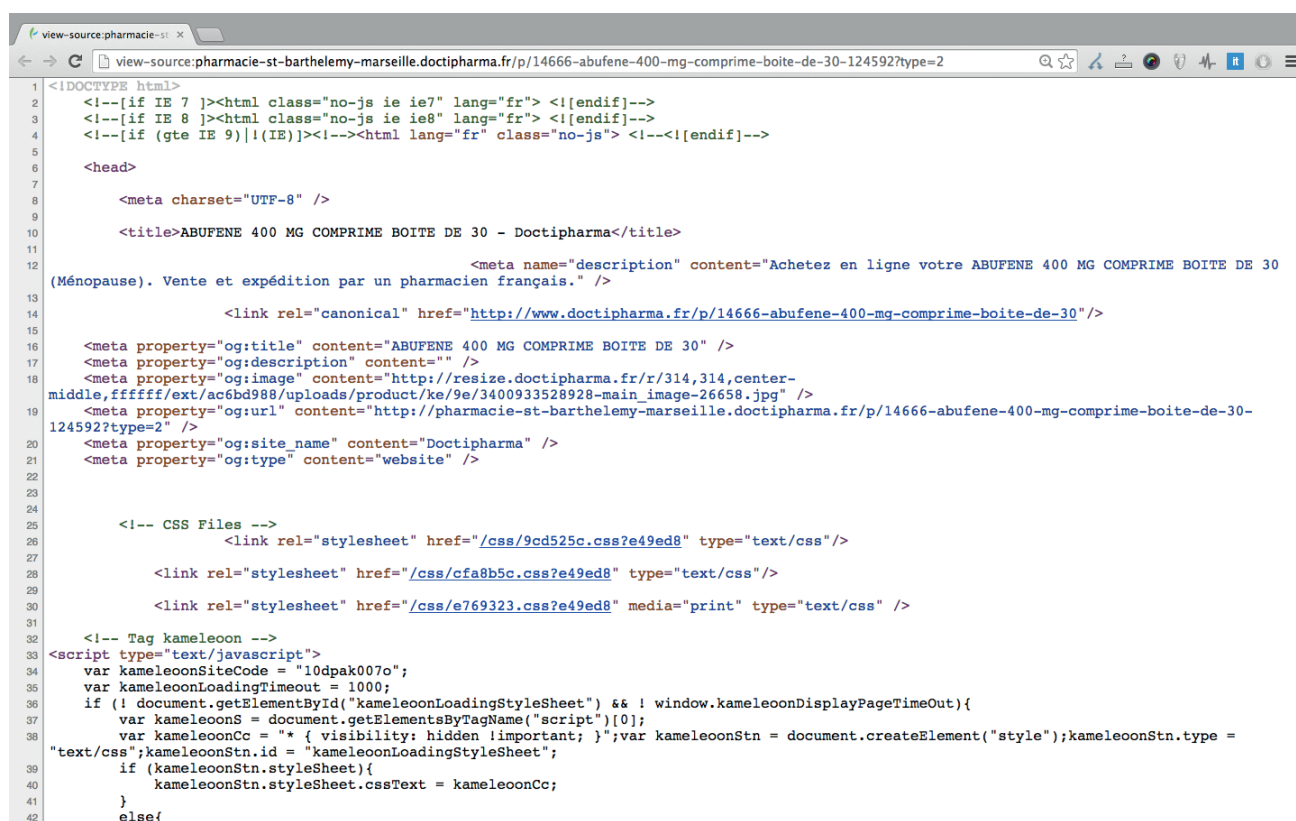
Pour arriver à ce résultat, la plateforme utilise ici deux techniques :

a. la balise "rel=canonical"

Une URL canonique correspond à la version préférée d'un ensemble de pages au contenu similaire pouvant créer des cas de contenus dupliqués (par exemple sur la plateforme Doctipharma.fr : les « fiches produits »). L'ajout de la balise canonique permet aux propriétaires de sites d'identifier les ensembles de contenus identiques et d'indiquer au moteur de recherche : "parmi toutes ces pages dont le contenu est très similaire, merci de ne prendre en compte dans les résultats de recherche que cette URL canonique".

Nous observons l'utilisation de cette balise en regardant le code source* d'une « fiche produit » présente sur l'adresse autorisée (ligne 14) :

* le code source d'une page Internet est le code informatique envoyé au navigateur pour qu'il affiche une page.



```
1 <!DOCTYPE html>
2 <!--[if IE 7 ]><html class="no-js ie ie7" lang="fr"> <![endif]-->
3 <!--[if IE 8 ]><html class="no-js ie ie8" lang="fr"> <![endif]-->
4 <!--[if (gte IE 9) || !(IE)]><!--><html lang="fr" class="no-js"> <!--<![endif]-->
5
6 <head>
7
8 <meta charset="UTF-8" />
9
10 <title>ABUFENE 400 MG COMPRIME BOITE DE 30 - Doctipharma</title>
11
12 <meta name="description" content="Achetez en ligne votre ABUFENE 400 MG COMPRIME BOITE DE 30 (Ménopause). Vente et expédition par un pharmacien français." />
13
14 <link rel="canonical" href="http://www.doctipharma.fr/p/14666-abufene-400-mg-comprime-boite-de-30/">
15
16 <meta property="og:title" content="ABUFENE 400 MG COMPRIME BOITE DE 30" />
17 <meta property="og:description" content="" />
18 <meta property="og:image" content="http://resize.doctipharma.fr/r/314,314,center-middle,ffffff/ext/ac6bd988/uploads/product/ke/9e/3400933528928-main_image-26658.jpg" />
19 <meta property="og:url" content="http://pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr/p/14666-abufene-400-mg-comprime-boite-de-30-124592?type=2" />
20 <meta property="og:site_name" content="Doctipharma" />
21 <meta property="og:type" content="website" />
22
23
24 <!-- CSS Files -->
25 <link rel="stylesheet" href="/css/9cd525c.css?e49ed8" type="text/css"/>
26
27 <link rel="stylesheet" href="/css/cfa8b5c.css?e49ed8" type="text/css"/>
28
29 <link rel="stylesheet" href="/css/e769323.css?e49ed8" media="print" type="text/css" />
30
31
32 <!-- Tag kameleon -->
33 <script type="text/javascript">
34 var kameleonSiteCode = "10dpak007o";
35 var kameleonLoadingTimeout = 1000;
36 if (! document.getElementById("kameleonLoadingStyleSheet")) && ! window.kameleonDisplayPageTimeout){
37 var kameleonS = document.getElementsByTagName("script")[0];
38 var kameleonCc = "* { visibility: hidden !important; }";var kameleonStn = document.createElement("style");kameleonStn.type =
39 "text/css";kameleonStn.id = "kameleonLoadingStyleSheet";
40 if (kameleonStn.styleSheet){
41 kameleonStn.styleSheet.cssText = kameleonCc;
42 }
43 else{
```

Figure 56 - Impression d'écran du code source d'une fiche produit présente sur un "sous-site" autorisé

Ainsi, si Google ou un autre moteur de recherche visite cette page, il reçoit « l'ordre » de ne pas la prendre en compte dans son algorithme, mais d'utiliser à la place la fiche produit principale, c'est à dire celle présente sur le site mère de la plateforme.

b. Utilisation du fichier robots.txt

Le « sous-site » de la pharmacie St Barthelemy dispose d'un fichier robots.txt accessible à l'adresse : pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr/robots.txt

Lorsque les robots des moteurs de recherche arrivent sur l'adresse autorisée, ils reçoivent une interdiction d'explorer les autres pages, notamment l'ensemble des fiches produits (présentes sous l'arborescence : pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr/p/)

```
# www.robotstxt.org/  
# www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl=en&answer=156449  
  
User-agent: *  
Disallow: /rechercher?q*  
Disallow: /?q*  
Disallow: /?*  
Disallow: /p/
```

Figure 57 - Impression d'écran du fichier robots.txt du "sous-site" de la pharmacie St Barthelemy

4. Transposition du modèle dans le monde réel

a. Situation de l'appartement

L'officinal dispose d'un appartement (« sous-site » présent à l'adresse autorisée) dans l'immeuble Doctipharma.

Cet appartement est entièrement ouvert sur le reste de l'immeuble.

Le patient peut entrer dans l'immeuble par l'appartement, ou par l'entrée principale (site mère). L'appartement n'est présent dans l'annuaire qu'au nom de l'officine, contrairement au site mère qui est présent dans de nombreuses pages.

b. L'agencement de l'appartement

Tous les appartements de l'immeuble ont le même agencement, qui est par ailleurs identique à celui du hall.

c. Les produits vendus

Le pharmacien choisit les produits proposés à la vente et leur tarif. Son stock peut être saisi dans l'appartement, ou directement dans le hall.

Le patient peut prendre des produits dans différents appartements avant de finir son achat. Dans ce cas, les employés du hall lui proposent automatiquement de ne

prendre les produits que dans un appartement (celui ayant la combinaison des médicaments sélectionnés la moins chère).

L'officinal paie un loyer mensuel pour son appartement, il perçoit une rémunération lorsque le patient paie dans le hall un produit pris dans son stock. Cette rémunération lui est reversée par l'immeuble qui peut prélever une commission.

d. Les services assurés par l'immeuble

L'acte de dispensation se termine forcément dans le hall de l'immeuble (site mère de la plateforme) : inscription, vérification des quantités délivrables, questionnaire de santé, paiement.

La dispensation peut avoir commencé depuis ce hall (catalogue produit présent sur le site mère) sans que le patient ne passe par le « sous-site » qui est propre à l'officinal. En sortant, le patient sait qu'il a effectué un achat dans l'immeuble Doctipharma.

L'ensemble des informations propres au patient (questionnaire médical, historique de commandes) est stocké dans le hall. L'immeuble assure uniquement la promotion de son hall. Le hall encaisse les paiements.

E. QUE FAUT-IL RETENIR DU MODELE « PLATEFORMES/PLACES DE MARCHÉ » ?

Ces trois plateformes ont des caractéristiques communes :

- une seule inscription de l'internaute lui permet d'acheter des produits chez l'ensemble des partenaires
- une commission est prélevée sur chaque vente réalisée par les officinaux sur ces plateformes (pour l'instant uniquement sur la parapharmacie).
- les paiements des internautes sont effectués directement à ces sociétés, qui rétribuent les officinaux dans un second temps en prélevant leur éventuelle commission.
- les officinaux ne disposent pas d'un site internet fonctionnellement et graphiquement indépendant
- la plateforme assure sa propre promotion au long terme.

Elles ont toutefois opté pour deux stratégies différentes pour vendre des médicaments non soumis à prescription obligatoire :

- 1001pharmacies.com veut obtenir une autorisation globale pour son site, ce que ne permet pas la législation actuelle.
- Doctipharma.fr et Pharmarket.com obtiennent une autorisation par officine partenaire. Ils créent pour cela un « sous-site par officine. Ce dernier est toujours relié au site principal qui permet la commande de médicaments, ce qui ne semble toutefois pas conforme aux bonnes

pratiques : «**le** site internet de la pharmacie est considéré comme le prolongement virtuel **d'une** officine de pharmacie autorisée et ouverte au public.»

Le coût et le délai de mise en œuvre sont les plus faibles des modèles présentés dans ce travail, cependant ceci se fait au détriment de l'indépendance professionnelle du pharmacien. Ce dernier devient, en tant que simple fournisseur, entièrement tributaire des commandes apportées par la plateforme. La perspective économique peut paraître intéressante à court terme, mais ne permet pas de garantir au pharmacien la pérennité du niveau de son activité sur Internet à moyen terme.

Dans le e-commerce traditionnel, les places de marché sont généralement utilisées (56):

- pour diversifier les ventes d'un site Internet marchand (qui vend donc à la fois sur son propre site Internet et sur celui de la plateforme)
- pour tester rapidement l'engouement autour d'un produit en particulier.

Ces deux possibilités ne trouvent cependant pas leur place dans le domaine de la pharmacie.

Selon la législation, « **le** site internet de commerce électronique de médicament est **le** prolongement **d'une** officine ». Un officinal ne peut donc pas vendre des médicaments sur son propre site Internet et sur celui d'une plateforme.

De plus, à terme tous les pharmaciens sont amenés à proposer des produits similaires. La mise en avant sur la place de marché ne se fait plus alors qu'en fonction de la politique tarifaire.

V. EN CONCLUSION

Afin de préserver son indépendance professionnelle et de viser le maintien de l'activité au long terme, il est important que l'officinal dispose d'un site internet clos qui ne dépende pas du fonctionnement d'une éventuelle plateforme.

D'un point de vue stratégique, il est primordial que le pharmacien soit propriétaire du nom de domaine de son site web, qui correspond donc à son adresse sur Internet. Cependant, comme nous allons le voir plus tard, l'officinal doit être vigilant et ne pas oublier de renouveler ce nom, sous peine de le voir récupérer par une personne malveillante.

Le site « sur-mesure » est le modèle le plus intéressant pour un officinal qui souhaite développer de manière optimale son activité sur Internet sur le long terme.

Le modèle « générique » est le meilleur choix pour faciliter la vente de médicaments sur Internet en France puisqu'il est peu coûteux et rapidement utilisable, tout en préservant l'indépendance professionnelle des pharmaciens.

En revanche, les plateformes sont un réel danger pour cette indépendance. Elles ne permettent pas aux officinaux de développer de manière pérenne leur activité sur Internet et certaines les poussent à s'auto concurrencer à outrance. De plus, elles se servent d'eux pour accroître leur propre visibilité sur le long terme.

Leur utilisation rend opaques les responsabilités, le patient ne sachant plus vraiment à qui s'adresser en cas de problème. Enfin, plus inquiétant : dans certaines plateformes, une pharmacie n'est principalement mise en avant, par rapport à une autre, que par sa politique tarifaire. Les plateformes, qui mettent en avant le fait de permettre facilement de développer le commerce électronique de médicaments en France, ne font donc en réalité qu'accentuer la différence entre les petites et les grosses officines.

Partie 4 : Le commerce électronique
illicite de médicaments à usage humain à
destination de la France : comment
participer à la protection de la santé
publique

Nous avons abordé lors des parties précédentes les problématiques du commerce licite de médicaments. Dans cette dernière partie, nous traiterons du commerce illicite de médicaments qui lui aussi se développe rapidement sur Internet et notamment à destination des internautes français.

Le pharmacien d'officine est un acteur de santé de première ligne. Il est en contact régulier avec les patients. Il peut donc les informer du danger des pratiques du commerce illicite sur Internet et des moyens d'identifier ce dernier.

L'officinal devra d'autre part être vigilant s'il lance son propre site de vente de médicaments sur le web. Il se doit d'être exemplaire et prudent. Il devra prendre garde que son site n'entraîne ou n'aide à son insu la vente de produits illicites sur Internet.

I. UNE REALITE A PRENDRE EN COMPTE

Nous allons d'abord nous intéresser au problème du commerce illicite de médicaments dans sa globalité, avant de centrer notre travail sur son développement sur Internet.

A. UN CONSTAT GLOBAL ALARMANT

1. Une ampleur considérable

La contrefaçon de médicaments est un phénomène mondial qui prend de plus en plus d'ampleur. En 2010, le « Center for Medicines in the Public Interests » estime que les ventes de médicaments contrefaits atteignent 75 milliards de dollars, augmentant ainsi d'environ quatre-vingt-dix pourcent par rapport à 2005. De son côté, le chiffre d'affaires global du secteur pharmaceutique passe de 605 milliards de dollars à plus de 860 milliards en 2010.

L'expansion rapide de ce phénomène s'explique en partie par sa rentabilité. Elle est de dix à vingt-cinq fois supérieure à celle du trafic de stupéfiants (drogues).(57)

2. Une mondialisation du trafic

Selon un rapport de l'Institut International de Recherche Anti-Contrefaçon des Médicaments (l'IRACM) publié en novembre 2013 (58), la « dimension mondiale de la contrefaçon de médicaments peut s'observer selon trois axes : les flux physiques, l'organisation des trafics illicites et Internet ».

3. Des pays sources incriminés

Les principaux pays sources de production de médicaments contrefaits sont :

- l'Inde
- la Chine
- la Russie.

Dubaï serait la principale zone de transit. Selon l'IRACM, la moitié de cette production transiterait ainsi par les Émirats Arabes Unis pour empêcher toute traçabilité.

4. Des dangers avérés

Ce même rapport met également en avant les conséquences de ce trafic. Les médicaments contrefaits tuent environ 700.000 personnes par an.

En 2008, vingt-cinq enfants meurent au Nigéria suite à la prise d'un sirop pour les dents « My Pikin » falsifié, contenant du di éthylène glycol (composé présent notamment dans le liquide antigel).(59)

L'OMS (60) précise pour sa part dans son programme IMPACT (le groupe spécial international anti-contrefaçon de produits médicaux) :

- un médicament sur 5 est contrefait dans les anciennes républiques soviétiques.
- un médicament sur 3 est contrefait dans certains pays africains, asiatiques ou d'Amérique latine.

Selon un rapport de la Commission européenne paru en 2012, les médicaments contrefaits sont les premiers produits saisis aux frontières de l'Union européenne. Ils transitent principalement par les échanges postaux. En France, les douanes ont réalisé une saisie d'1,2 million de sachets d'aspirine contrefaits le 20 mai 2013 au port du Havre. En février 2014, ce triste record a été battu par une saisie de 2,4 millions de médicaments contrefaits en provenance de Chine.(61)

Le rapport « Cracking Counterfeit Europe » mené dans 14 pays européens, conclut pour sa part que le marché des faux médicaments en Europe est de l'ordre de 10,5 milliards d'euros par an et qu'en France, ce marché représente près d'un milliard d'euros. (62)

B. UN COMMERCE FAVORISE PAR L'UTILISATION D'INTERNET

La présence croissante de produits illicites est aggravée par le développement du commerce sur le web. En effet, celui-ci permet aux uns d'écouler leur marchandise contrefaite et aux autres de se procurer rapidement ces produits à peu de frais et sans avoir besoin d'une prescription médicale.

L'Alliance Européenne pour l'Accès à des Médicaments Sûrs (l'EAASM), estime ainsi, pour sa part, qu'en 2008, 62% des médicaments achetés sur Internet sont des contrefaçons. (63)

1. Une prise en compte internationale du danger : l'opération PANGEA

PANGEA est le nom d'une opération mondiale annuelle de lutte contre la criminalité pharmaceutique sur Internet. Elle est coordonnée par Interpol, l'Organisation Mondiale des Douanes (OMD), le « Permanent Forum on International Pharmaceutical Crime » (PFIPC) ainsi que le « Head of Medicine Agencies Working Group of Enforcement Officers » (HMA/WGEO). (64)

Cette opération bénéficie également du soutien de l'industrie pharmaceutique.

La première opération eut lieu en novembre 2008. La France n'y participa que lors de sa deuxième édition, en 2009.

Sur notre territoire, l'opération est réalisée en collaboration entre l'ANSM, l'OCLAESP (Office central de lutte contre les atteintes à l'environnement et à la santé publique), les douanes, la police et la gendarmerie nationale.

En 2014, l'opération PANGEA VII implique 111 pays dont la France. Cette opération s'est déroulée du 13 au 20 mai 2014. En France, les douanes ont alors saisi près de six cent milles médicaments de contrefaçon, dont plus de cinq cent milles à Roissy. (65)

2. Une prolifération rapide des sites illicites.

LegitScript est une entreprise indépendante américaine reconnue par la National association of Boards of pharmacy (NABP). Elle propose depuis 2007 sur son site Internet, accessible à l'adresse www.legitscript.com, un service de vérification des pharmacies en ligne américaines, australiennes et canadiennes.(66)

Dans une présentation diffusée en 2013, Legitscript précise :

- 35.000 à 50.000 mille sites vendent des médicaments sur Internet.
- 3% d'entre eux seulement sont légitimes, le reste pratique une activité illicite.
- 80 à 90% des pharmacies en ligne faisant leur promotion sur le moteur de recherche Google sont illicites

LegitScript parle alors de « rogue online pharmacie », c'est à dire de pharmacies en ligne « escrocs ».

Il ne s'agit cependant là, pas uniquement de contrefaçon ou de médicaments falsifiés. En effet, ce programme de vérification des pharmacies en ligne considère comme non légitime :

- les pharmacies en ligne dont l'identification n'est pas possible
- les sites Internet proposant à la vente des médicaments soumis à prescription médicale obligatoire sans que l'internaute ait besoin d'une ordonnance
- des pharmacies étrangères qui vendent des médicaments à destination des Etats-Unis, sans être basées aux USA.

D'après l'OMS, 50% des médicaments vendus sur des sites qui cachent leur identité seraient contrefaits. (67)

3. Une situation en France préoccupante

En 2014, lors de l'opération PANGAEA, Cyberdouane (service des douanes pour lutter contre les fraudes sur Internet) identifie 89 sites illégaux de vente de faux médicaments à destination du public français.

Sur le marché français, le commerce illicite profite du buzz médiatique engendré par la mise en place de la législation relative au commerce électronique de médicaments. En effet, comme nous allons l'avoir vu précédemment, celle-ci a notamment conduit à une forte augmentation des recherches sur Internet en rapport avec cette activité. Les sites illicites se sont ainsi placés encore plus rapidement, devançant les sites de pharmacies françaises qui se lançaient juste dans l'aventure.

Nous allons maintenant nous intéresser au fonctionnement des sites Internet utilisés par les vendeurs de médicaments illicites pour être présents sur le marché français. Nous mettrons ainsi en avant des solutions permettant aux pharmaciens de les identifier et de les signaler.

II. LES METHODES D'IDENTIFICATION ET DE SIGNALEMENT D'UN SITE ILlicITE DE VENTE DE MEDICAMENTS

Dans un premier temps, nous allons décrire certaines notions relatives à Internet. Ces dernières nous permettront ensuite d'identifier un site manifestement illicite. Enfin, nous mettrons en avant les moyens pour signaler ces sites Internet aux autorités compétentes.

A. QUELQUES NOTIONS IMPORTANTES

Afin d'étudier le fonctionnement d'un site illicite, nous allons tout d'abord d'analyser certains concepts qui sont propres à Internet.

1. L'affiliation

L'affiliation est une technique marketing qui est propre à Internet. C'est le principe par lequel un site marchand propose à un réseau de partenaires (les affiliés) de promouvoir par le biais de bandeaux ou de liens textes ses produits, sur leurs sites Internet. Selon les cas, les affiliés sont rémunérés par une commission sur les ventes, les visites ou les contacts commerciaux générés à partir des liens présents sur leur propre site.



Figure 58 - Principe de l'affiliation avec Amazon.fr

Dans le cas du commerce illicite de médicaments sur le web, les sites Internet des affiliés promeuvent notamment les propriétés thérapeutiques de médicaments soumis à prescription médicale obligatoire, afin d'attirer des clients en vue de les rediriger vers le site marchand.

2. Le site affilié en marque blanche

La marque blanche est un cas particulier d'affiliation. C'est un procédé par lequel un site internet (celui de l'affilié) propose à ses visiteurs un service assuré par un tiers (le site marchand), sans que ce dernier n'apparaisse clairement comme en étant le fournisseur.

Généralement, le fournisseur donne à ses affiliés un modèle technique (concrètement, un site internet complet) qu'ils n'ont plus qu'à personnaliser. Lorsqu'un internaute passe commande sur le site en marque blanche, le fournisseur encaisse le montant, se charge de l'expédition, puis reverse une commission à l'affilié.

Les réseaux illicites fonctionnent généralement sur le principe de l'affiliation en marque blanche. Ils peuvent inclure de quelques sites affiliés à plusieurs milliers.(68)

3. Le registrar et le WHOIS

Le bureau d'enregistrement

Un bureau d'enregistrement de nom de domaine (registrar en anglais) est une entreprise gérant la réservation de noms de domaine sur Internet. En France, les principaux acteurs du secteur sont les sociétés OVH, GANDI et 1&1.

Le WHOIS

Le WHOIS (littéralement "qui est ce") est un service d'accès à une base de données de contacts concernant une extension de noms de domaines. Les modalités d'accès au WHOIS et les informations disponibles varient suivant l'extension du nom de domaine (pour rappel : .fr, .net, .com par exemple).(69)

D'une manière générale, l'accès à une base WHOIS permet de savoir à qui appartient un nom de domaine. Cet accès permet également de connaître les coordonnées du propriétaire et les dates d'enregistrement de cette adresse.

Il est cependant important de préciser que les informations présentes sur ce WHOIS peuvent être volontairement masquées. Le réel propriétaire du nom de domaine peut également utiliser un prête-nom pour brouiller les pistes.

Plusieurs sites internet proposent gratuitement des interfaces graphiques d'interrogation des bases WHOIS. C'est notamment le cas du site whois.sc.

Ce dernier va permettre lors de ce travail de découvrir, en plus des informations relatives au propriétaire du nom de domaine du site illicite, le nom de l'hébergeur web, et sa localisation géographique. Pour ce faire, ce service analyse l'adresse IP du serveur vers laquelle redirige le nom de domaine (voir partie 1. I, B).

B. COMMENT IDENTIFIER UN SITE INTERNET ILLICITE ?

1. Définition

Par site illicite nous entendons ici un site qui n'est manifestement pas autorisé à pratiquer l'activité de commerce électronique de médicaments. Généralement l'identification de l'entité mettant ce site à disposition n'est pas possible. Il en est de même pour la provenance des médicaments. En effet, il est impossible de préciser le caractère contrefait ou falsifié d'un médicament proposé à la vente sur Internet sans pouvoir l'analyser, l'observer.

La principale difficulté est donc de différencier les sites licites des sites illicites. Plusieurs critères doivent alors être connus de l'officiel pour aiguiller l'internaute.

2. Les critères d'identification

Le contenu textuel

Tout d'abord, les sites illicites sont généralement écrits dans un français approximatif. En effet, leur contenu textuel est principalement généré par des procédés de traduction automatisée.

Le type de médicaments proposés à la vente

Ensuite, le problème majeur à l'heure actuelle sur le marché français concerne la vente de médicament soumis à prescription médicale (notamment ceux contre l'insuffisance érectile). D'après la législation, ces médicaments ne peuvent pas être vendus sur internet par des officines françaises.

Un site qui prétend être rattaché à une pharmacie française ne peut donc pas vendre ces produits, à fortiori sans demander d'ordonnance médicale

La présence de l'adresse du site Internet dans la liste des sites autorisés à pratiquer le commerce électronique en France

De plus, en France, les sites autorisés à pratiquer le commerce électronique de médicaments sont présents sur la liste diffusée par l'Ordre National des Pharmaciens. Il convient donc de la consulter avant tout achat.

La présence sur le site Internet du logo commun européen

Enfin, le 1er juillet 2015, le règlement d'exécution n°699/2014 de la Commission européenne entre en application. Celui-ci définit le design d'un logo commun pour les pharmacies en ligne établies dans l'Union européenne et instaure les exigences techniques qui garantissent l'authenticité de ce logo. Ce dernier doit être obligatoirement présent sur l'ensemble des pages du site internet autorisé à pratiquer le commerce électronique de médicaments.

Comme défini dans l'article 3 de ce règlement, un lien hypertexte doit être permanent et réciproque entre :

- le site Internet de la personne autorisée ou habilitée à délivrer des médicaments à distance au public au moyen de services de la société de l'information. (le site internet autorisé à pratiquer le commerce électronique de médicaments)
- et le site hébergeant la liste nationale, en France, le site de l'Ordre National des Pharmaciens et celui du Ministère en charge de la Santé.

Il convient donc sur un site internet prétendu rattaché à une officine française de :

- vérifier la présence de ce logo
- puis cliquer sur celui-ci pour vérifier la présence de l'adresse du site web dans la liste nationale



Figure 59 - Logo Européen relatif au commerce électronique de médicaments

C. COMMENT SIGNALER UN CONTENU ILICITE SUR INTERNET

En 2009, le ministère de l'intérieur français lance le portail officiel de signalement des contenus et des comportements illicites d'Internet(70). Ce service est intitulé PHAROS (la Plateforme d'Harmonisation, d'Analyse, de Recoupement et d'Orientation des Signalements). Il est accessible à l'adresse suivante : www.internet-signalement.gouv.fr.

N'importe quel internaute constatant une infraction, peut y remplir un formulaire pour signaler un contenu illicite, contribuant ainsi à mieux protéger la sécurité des patients. En effet, la vente illicite de médicaments en ligne et l'usurpation d'identité sont concernées par ce service.

Ces signalements sont ensuite traités par l'OCLCTIC (Office Central de Lutte contre la Criminalité liée aux Technologies de l'Information et de la Communication), une composante de la police nationale.



Figure 60 - Impression d'écran de la plateforme de signalement PHAROS

D. UN EXEMPLE : IDENTIFICATION D'UN SITE ILLICITE AFFILIE EN MARQUE BLANCHE

Nous allons maintenant, par un exemple, analyser un réseau de sites illicites affiliés en marque blanche.

1. Sélection d'un site Internet à partir d'une recherche sur Google.fr

Lors de la rédaction de cette thèse, le site internet www.pharmacie-fr24.net est présent en deuxième page sur la recherche « pharmacie en ligne » dans le moteur de recherche Google.fr.

2. Les éléments présents pour rassurer les internautes

Afin de s'accorder la confiance du grand public, les vendeurs illicites sont en effet capables de créer des sites internet ressemblant à des sites légitimes.

Pour ce faire, ils utilisent ici notamment :

- la mention « votre pharmacie française en ligne »
- des mentions destinées à rassurer le consommateur : « médicaments plus sûrs »
- les emblèmes de la pharmacie : la croix verte et le caducée pharmaceutique (qui sont, en France, des marques déposées par le Conseil National de l'Ordre des Pharmaciens)
- des photos d'une pharmacie française
- un numéro de téléphone français
- des avis clients



Figure 61 - Impression d'écran de la page d'accueil du site Internet www.pharmacie-fr24.net

3. Les indicateurs du caractère illicite

Ce site Internet est rédigé dans un français approximatif. Il propose à la vente des médicaments soumis à prescription médicale. Leur commande ne nécessite pas, visiblement, la possession d'une ordonnance médicale.

Ce site web n'est pas présent dans la liste des sites autorisés à pratiquer le commerce électronique de médicaments en France. Aucune information relative à la pharmacie présente en images sur le site Internet n'est disponible.

4. Qui se cache derrière ce site Internet ?

D'après un WHOIS, ce nom de domaine est enregistré via le registrar OnlineNic.com, par une personne habitant à Chypre et nommée Gao Quilin. Nous apprenons également que ce site internet est hébergé en Hollande, sur un serveur de la société d'hébergement LeaseWeb.

Whois Record for Pharmacie-Fr24.net

— Whois & Quick Stats

Email	onlinenic-enduser@onlinenic.com is associated with ~769,085 domains gaoqilin123912@live.com is associated with ~22 domains	↗
Registrant Org	Gao Quilin is associated with ~21 other domains	↗
Registrar	ONLINENIC, INC.	
Registrar Status	clientTransferProhibited	
Dates	Created on 2015-05-13 - Expires on 2016-05-13 - Updated on 2015-05-13	↗
Name Server(s)	NS11.CLOUDNS.NET (has 47,226 domains) NS12.CLOUDNS.NET (has 47,226 domains) NS13.CLOUDNS.NET (has 47,226 domains) NS14.CLOUDNS.NET (has 47,226 domains)	↗
IP Address	85.17.150.166 - 10 other sites hosted on this server	↗
IP Location	 - Noord-holland - Amsterdam - Leaseweb B.V.	
ASN	 AS60781 LEASEWEB-NL LeaseWeb Netherlands B.V. (registered May 13, 2013)	
Domain Status	Registered And Active Website	
Whois History	2 records have been archived since 2015-05-12	↗
IP History	1 change on 2 unique IP addresses over 0 years	↗
Registrar History	1 registrar	↗
Hosting History	1 change on 2 unique name servers over 0 year	↗
Whois Server	whois.onlinenic.com	

— Website

Website Title	 Pharmacie en ligne France Viagra Cialis et Levitra	↗
Server Type	Apache	
Response Code	200	
SEO Score	99%	
Terms	1315 (Unique: 511, Linked: 179)	
Images	42 (Alt tags missing: 0)	
Links	78 (Internal: 38, Outbound: 0)	

Whois Record (last updated on 2015-10-05)

```

Domain Name: pharmacie-
fr24.net

Registry Domain ID:
Registrar WHOIS Server: whois.onlinenic.com
Registrar URL: http://www.onlinenic.com
Updated Date: 2015-05-13T08:00:32.0Z
Creation Date: 2015-05-13T04:00:00.0Z
Registrar Registration Expiration Date: 2016-05-13T04:00:00.0Z
Registrar: Onlinenic Inc
Registrar IANA ID: 82
Registrar Abuse Contact Email: onlinenic-enduser@onlinenic.com
Registrar Abuse Contact Phone: +1.5107698492
Domain Status: clientTransferProhibited
Registry Registrant ID:
Registrant Name: Gao Quilin
Registrant Organization: Gao Quilin
Registrant Street: Avalos1 Maria House
Registrant City: Nicosia
Registrant State/Province: Cyprus
Registrant Postal Code: 1075
Registrant Country: CY
Registrant Phone: +357.0991244557
Registrant Phone Ext:
Registrant Fax: +357.0991244557
Registrant Fax Ext:
Registrant Email: gaoqilin123912@live.com

Registry Admin ID:
Admin Name: Gao Quilin
Admin Organization: Gao Quilin
Admin Street: Avalos1 Maria House
Admin City: Nicosia
Admin State/Province: Cyprus
Admin Postal Code: 1075
Admin Country: CY
Admin Phone: +357.0991244557
Admin Phone Ext:
Admin Fax: +357.0991244557
Admin Fax Ext:
Admin Email: gaoqilin123912@live.com

Registry Tech ID:
Tech Name: Gao Quilin
Tech Organization: Gao Quilin
Tech Street: Avalos1 Maria House
Tech City: Nicosia
Tech State/Province: Cyprus
Tech Postal Code: 1075
Tech Country: CY
Tech Phone: +357.0991244557
Tech Phone Ext:
Tech Fax: +357.0991244557
Tech Fax Ext:
Tech Email: gaoqilin123912@live.com

Name Server: ns11.cloudns.net
Name Server: ns12.cloudns.net
Name Server: ns13.cloudns.net
Name Server: ns14.cloudns.net
DNSSEC: unsigned
URL of the ICANN WHOIS Data Problem Reporting System: http://wdprs.int
ernic.net/

```

 Cancel

Figure 62 - Whois du nom de domaine www.pharmacie-fr24.net

Les mentions légales de ce site internet citent une société basée en Espagne, Online H.C Limited.

Online H.C limited

**Avda. Andalucía, 96
26131 , Robres del Castillo
SPAIN**

Germany : +49 800 6644881
Spain : +34 9 11516726
UK : +44 203 1500258
France : +33 1 70615770

International calls -
+49 30 89677804881

Email -
service@customer-support24.com

Figure 63 - Impression d'écran des mentions légales du site Internet www.pharmacie-fr24.net

Après une brève recherche sur le moteur de recherche Google.fr, il s'avère que cette dernière est déjà impliquée dans différentes affaires de commerce illicite de médicaments. (71)

5. Peut-il s'agir d'un site affilié en marque blanche ?

Chaque page de ce site internet comporte les informations d'un support clientèle :

A green rectangular banner for customer service. On the left, the text 'Service clientèle' is in white. To its right is a small photo of a smiling woman wearing a headset. Below the photo, the text 'Lundi – Vendredi 09:00 - 17:00' is in white. Further down, the phone number 'Téléphone: 01 70 70 20 72' is listed, followed by 'Appels internationaux: +33 170 70 20 72' and 'Fax (Austria): +43 (0) 720 88 45 24'. At the bottom, the email address 'service@customer-support24.com' is provided in white.

Service clientèle

**Lundi – Vendredi
09:00 - 17:00**

**Téléphone:
01 70 70 20 72**

**Appels internationaux:
+33 170 70 20 72**

**Fax (Austria):
+43 (0) 720 88 45 24**

service@customer-support24.com

Figure 64 - Encart Service clientèle du site Internet www.pharmacie-fr24.net

Cet encart comporte une adresse mail présente sur un autre nom de domaine (customer-support24.com).

Il s'agit là du premier indice nous permettant d'émettre l'hypothèse qu'il s'agit là d'un site affilié en marque blanche.

Le deuxième indice est trouvé lors de l'analyse du processus de commande. Après avoir sélectionné un médicament, l'internaute est redirigé vers un troisième site internet pour procéder au paiement :

<https://www.billing-secure-pay.com/fr/checkout2/6916/17171/0/7//EUR/>

6. Identification du réseau de sites affiliés en marque blanche

Grâce à une recherche dans le moteur [Google.fr](https://www.google.fr/) à l'aide d'un footprint* présent sur la page mentions légales, nous trouvons rapidement d'autres sites internet basés sur le même modèle.

* Un footprint, littéralement une empreinte, désigne un ensemble de mots clés permettant de filtrer des sites sur les moteurs de recherche. Ici, l'utilisation de footprint, nous permet de remonter des réseaux de sites affiliés en marque blanche.

L'un d'entre eux est accessible à l'adresse www.pharmacie-francaise.com. Ce nom de domaine est enregistré au nom d'une personne vivant en Géorgie. Le site internet est pour sa part hébergé en Ukraine.

Il utilise la même interface graphique que le précédent, seul le contenu textuel varie entre les deux. Nous observons ainsi qu'il dispose des mêmes coordonnées de « support clientèle » que le précédent, et des mêmes mentions légales.

Lorsqu'un internaute sélectionne un médicament il est également redirigé vers le site de paiement :

https://www.billing-secure-pay.com/fr/checkout2/5532/14160/0/7//EUR

Nous pouvons donc en conclure qu'il s'agit là, de sites affiliés en marque blanche.



Figure 65 - Impression d'écran de la page d'accueil du site Internet *www.pharmacie-francaise.com*

Nous venons de voir qu'il est possible de créer rapidement un site illicite par l'intermédiaire d'une affiliation en marque blanche. Ce procédé permet la prolifération des réseaux illicites et explique l'importance du problème et son essor. Nous allons maintenant nous intéresser aux méthodes utilisées par les vendeurs illicites pour obtenir un maximum de visiteurs sur leurs sites Internet ainsi créés.

III. CONTRECARRER LES PRINCIPALES METHODES DE SOLLICITATIONS ET D'USURPATIONS DES VENDEURS ILLICITES

Le site illicite doit assurer rapidement sa communication sur le web pour acquérir des visiteurs et générer ainsi des ventes. Nous allons maintenant étudier les principales méthodes utilisées. Nous verrons qu'elles sont principalement tournées vers la visibilité dans les moteurs de recherche. L'officiel présent sur le web a un rôle à jouer pour empêcher ces pratiques.

A. LE SPAM PAR COURRIER ELECTRONIQUE

1. Définition

Le spam par courrier électronique est la forme de spam la plus courante. Il est aisé d'envoyer un email à des millions de destinataires. Son coût d'envoi est négligeable.

Ce type de courrier électronique n'est pas sollicité par l'internaute, contrairement aux courriels de promotions commerciales pour lesquelles les utilisateurs peuvent avoir donné leur accord.

Devant cette nuisance, les logiciels permettant de lire les mails se sont dotés de filtres anti-spams.

2. Les techniques

Récupération des adresses mails

Les adresses utilisées par les spammeurs sont généralement collectées par des robots d'exploration. Ces derniers parcourent les pages web à la recherche d'adresses mails. Ces adresses, une fois collectées, sont ensuite réunies dans des listes pour être revendues au marché noir.

Jouer sur l'orthographe des mots clés

Un spam par courriel électronique est souvent rédigé spécialement pour contourner les filtres anti-spams des boîtes emails des internautes. Un mot clé tel que Cialis (souvent vanté dans les spams) peut être ainsi écrit « ci@lis » ou « c|alis » ou « c i a l i s » de manière à tromper un filtrage automatique basé sur ce mot.

Le spam-image

Une autre technique employée, appelée « spam image » consiste à accompagner un texte quelconque d'une image sur laquelle se trouve le véritable message publicitaire. L'absence de mot compromettant en dehors de l'image rend le filtrage de ces messages très compliqué.

3. Sa place dans le trafic

En mai 2011, des chercheurs américains ont conduit une étude sur la distribution du Viagra contrefait sur Internet (72). Selon cette dernière, le taux de vente de médicaments contrefaits en utilisant cette technique serait de 0,0001 % (nombre de spam envoyés par rapport au nombre de commandes).

4. Comment s'en prémunir ?

Tous les internautes et à fortiori les pharmaciens se doivent d'être prudents dans la diffusion de leur adresse email sur le web. Toute adresse diffusée publiquement est susceptible d'être utilisée dans cette pratique.

L'officiel possédant un site Internet doit ainsi préférer l'utilisation d'un formulaire de contact sécurisé plutôt qu'une retranscription textuelle de son adresse mail sur l'une des pages de son site.

Selon une autre étude conduite par l'Information Networking Institute de l'Université de Carnegie Mellon, la manipulation des moteurs de recherche s'avère être beaucoup plus efficace dans la distribution de médicaments illicites : le taux de conversion (nombre de visiteurs par rapport au nombre de commandes) oscillant alors entre 0,3 et 3 %. (73)

La stratégie marketing des vendeurs "illicites" sur le marché français est donc aujourd'hui principalement tournée vers l'acquisition de visiteurs par l'intermédiaire des moteurs de recherche. Nous allons maintenant étudier les différentes techniques utilisées par les sites illicites pour augmenter leur visibilité dans ces derniers.

B. LE SPAMDEXING : PLATEFORME DE BLOGS, FORUMS

1. Définition

Nous l'avons vu précédemment, l'un des principaux critères de positionnement dans les moteurs de recherche est l'acquisition de liens hypertextes externes menant vers un site internet. (voir partie 2 III, F).

Grossièrement, lorsqu'un site A fait un lien hypertexte vers un site B, il lui transmet par la même occasion une partie de sa popularité auprès des moteurs de recherche.

Pour améliorer leur positionnement, les vendeurs illicites augmentent artificiellement leur popularité en créant de très nombreux liens hypertextes vers leurs sites.

2. Les techniques et outils

Pour ce faire, ils postent des messages publicitaires sur les forums, les blogs ou tout autre espace de discussion ouvert aux internautes.

Différents logiciels permettent d'automatiser cette tâche. La référence mondiale en la matière se nomme Xrumer. Il s'agit d'un logiciel créé en Russie, et comportant une version anglaise. (74)

En quelques clics, le vendeur de médicaments illicites crée grâce à ce logiciel des milliers de liens, dits artificiels, vers son propre site.

3. Sa place dans le trafic

Depuis quelques années, le moteur de recherche Google chasse cette pratique, et sanctionne les sites l'utilisant en les faisant disparaître de ses pages de résultat.

Cependant, le site internet cible bénéficie tout de même pendant quelques temps d'une visibilité accrue dans les moteurs de recherche. Certains forums possédant une forte popularité auprès de ces derniers, les pages contenant les liens créés par les pirates se positionnent rapidement sur les mots clés choisis.

Lorsque le site est pénalisé par Google, le vendeur illicite n'a plus qu'à racheter un nom de domaine et y réinstaller son site affilié en marque blanche.

Comme nous l'avons vu précédemment, cette dernière étape est simple et réalisable rapidement.

4. Comment s'en prémunir ?

L'officiel possédant un site Internet peut être amené à mettre à disposition des internautes des espaces de discussion publiques, des commentaires sur un blog par exemple.

Il doit alors veiller à valider manuellement l'ensemble des contenus soumis par ses visiteurs avant de les afficher sur son site web.

C. LE PIRATAGE

1. Définition

Dans son édition du 3 septembre 2013, la radio France Bleu indique que « le site Internet de la Cinémathèque de Grenoble a été piraté par des vendeurs de Viagra ».(75)

Cet article nous apprend que depuis quelques jours les pages de ce site internet redirigent les internautes vers des sites illégaux de « vente de Viagra et de médicaments de contrefaçon ».

Il s'agit là d'une autre pratique courante d'acquisition de visiteurs par les vendeurs de médicaments illicites.

L'objectif des pirates est le même que précédemment : positionner le mieux possible leurs boutiques dans les résultats du moteur de recherche Google. Pour cela, ils ajoutent des milliers de pages cachées sur des sites « populaires » auprès de ce dernier. Généralement, ces pages ne sont pas directement accessibles aux internautes lorsqu'ils parcourent le site piraté.

2. Les techniques

Le but est ici de profiter de la popularité du site piraté dans les moteurs de recherche pour positionner rapidement les pages cachées sur les mots clés visés (par exemple : acheter du viagra en ligne).

Le cloaking

Ces pages redirigent les internautes en provenance des moteurs de recherche vers des boutiques en ligne illicites. Le moteur de recherche, quant à lui, voit lorsqu'il visite ces pages cachées un contenu généré automatiquement en rapport avec le mot clé choisi.

Cette technique s'appelle le cloaking. Elle consiste à montrer un contenu différent aux robots des moteurs de recherche et aux internautes.

Lorsque ces derniers saisissent le mot clé dans Google, ils pensent être dirigés vers le site piraté, mais une redirection automatique les envoie directement sur le site illicite.

Généralement, ces pages cachées sont également reliées entre elles, afin d'améliorer encore plus leur positionnement. Cette pratique est utilisée sur des milliers de sites internet, de manière quasi-industrielle.

Comment piratent-ils des sites Internet ?

Le piratage est bien souvent dû à une négligence de la part du gestionnaire d'un site internet.

De très nombreux sites institutionnels utilisent des CMS open source (voir partie 3. I, A) pour gérer de manière dynamique leur contenu. Ces logiciels web nécessitent des mises à jour régulières. En effet, leur code source étant public, des failles critiques sont fréquemment découvertes et publiées sur Internet.

Bien souvent, les sites institutionnels font appel à des prestataires externes pour la création de « sous-sites » événementiels. Pour des raisons de coût, ces sites sont réalisés à l'aide d'outils open source. Si l'institution rompt ensuite son contrat avec le prestataire, ou ne prévoit pas de contrat de maintenance technique, le CMS n'est plus mis à jour et donc piratable.

Pour trouver les sites vulnérables, les pirates récupèrent automatiquement des listes de sites internet utilisant le CMS cible de l'attaque, en utilisant des footprints. Leurs robots sont ensuite chargés de tester automatiquement l'ensemble de ces sites cibles pour trouver ceux qui ne sont pas à jour. Il ne leur reste plus alors qu'à injecter sur ces sites les pages promotionnelles de leur boutique en ligne.

Transposition dans le monde réel:

Un pavillon (site internet) est livré par un promoteur (entreprise réalisant des sites internet), à un locataire (gestionnaire du site). Le pavillon est construit comme des centaines d'autres avec le même modèle d'architecture (logiciels web = CMS). Au bout

de quelques mois, les architectes se rendent compte d'un problème de sécurité avec leur modèle (une fenêtre pouvant être ouverte de l'extérieur par exemple). Le locataire n'est pas au courant du problème et n'a pas la capacité technique pour le corriger.

Si le promoteur n'effectue pas les réparations (mise à jour du modèle/du logiciel web), l'appartement du locataire est vulnérable à une attaque. Les pirates apprennent rapidement qu'un problème de sécurité existe sur les pavillons réalisés avec ce modèle. Il ne leur reste plus qu'à essayer d'ouvrir toutes les fenêtres de ce type de pavillon.

3. Sa place dans le trafic

Cette pratique permet aux vendeurs illicites d'obtenir rapidement une visibilité importante dans les moteurs de recherche. Grâce à elle, ils bénéficient également de la confiance des internautes envers le site piraté.

Aujourd'hui, les algorithmes du moteur de recherche Google.fr sont en mesure de détecter cette pratique. Certains résultats suspects sont ainsi automatiquement signalés aux internautes grâce à la mention « Il est possible que ce site ait été piraté ».

Site de la ville de Vélizy-Villacoublay: Accueil

www.velizy-villacoublay.fr/ ▼

Il est possible que ce site ait été piraté.

Il y a 6 jours - Site officiel. Informations pratiques: démarches administratives, enfance et jeunesse, action sociale, entreprises, emploi, associations, culture, sports et loisirs.

Figure 66 - Résultat de recherche suspect sur Google.fr

4. Comment s'en prémunir ?

Empêcher un piratage

Pour éviter que son site internet ne soit piraté, la principale règle est de s'assurer de la mise à jour régulière de l'éventuel CMS utilisé.

Le pharmacien d'officine faisant appel à un prestataire utilisant un CMS open source pour la création de son site internet, doit s'assurer que ce dernier effectuera régulièrement les mises à jour de sécurité. Généralement, l'officiel souscrit alors à un abonnement de maintenance technique.

Réagir rapidement

Les attaques ayant pour but de bien positionner des pages dans le moteur de Google.fr, il est intéressant de vérifier que les pages de son site internet présentes

dans ce moteur ne contiennent pas de texte en rapport avec les principaux produits vendus illicitement. Pour ce faire, il suffit d'utiliser le préfixe de recherche « site : » devant l'adresse de son site internet, accompagné du mot clé choisi (viagra, cialis...).

Par exemple : « site :france2.fr » viagra en ligne

La société Google propose un service gratuit intitulé Google Alerts, permettant de recevoir un courrier électronique lorsque de nouvelles pages en rapport avec une recherche apparaissent dans le moteur. Cette technique permet de vérifier à un instant T que son site n'a pas été piraté. Elle n'empêche pas le site de se faire pirater, mais permet d'être averti rapidement.

Le risque zéro n'existe cependant pas. Les pirates peuvent également utiliser des techniques de social engineering pour arriver à leurs fins.

D. PHISHING ET SOCIAL ENGINEERING

1. Définition

Le phishing (ou hameçonnage) est une technique utilisée pour obtenir des renseignements personnels dans le but de perpétrer une usurpation d'identité, ou de récupérer des numéros de carte bancaire par exemple.

Il s'agit d'une technique d'ingénierie sociale (social engineering) : le pirate ne cherche alors pas une faille informatique, mais une négligence humaine.

Statistiquement, les fraudeurs l'utilisent principalement pour récupérer des informations bancaires.

2. Les techniques

Pour ce faire il suffit au pirate de :

- copier les pages web d'identification du site internet de la banque
- mettre en place ces pages sur un site internet lui appartenant (voire un site piraté)
- envoyer un lien menant vers ces pages aux clients de cette banque (par email, ou via les réseaux sociaux) en se faisant passer pour l'un de ses employés, ou pour un contact connu.

Si l'internaute n'est pas attentif et saisit ses identifiants de connexion sur les pages du pirate, ce dernier les récupérera directement.

3. Sa place dans le trafic

Cette technique est également employée pour pénétrer dans un site internet. Pour ce faire, le pirate cherche alors à récupérer les identifiants permettant d'accéder à l'espace de gestion du site web (back-office) ou aux comptes sur les réseaux sociaux.

Dans le cas de la pharmacie, le pirate peut alors récupérer les coordonnées des patients, leur historique de commandes, voire plus.

Au mois de janvier 2015, cette pratique permet à des pirates de s'approprier les accès aux comptes du journal Le Monde sur les réseaux sociaux Twitter et Facebook. (76)

4. Comment s'en prémunir ?

L'officiel doit faire preuve de prudence lorsqu'il est amené à saisir des informations sensibles sur le web, notamment les identifiants de connexion à l'espace de gestion de son site Internet.

Il est important et impératif pour lui de vérifier alors l'URL présente dans la barre d'adresse de son navigateur web, pour s'assurer que celle-ci corresponde bien au site en question.

E. LES NOMS DE DOMAINE EXPIRES

1. Définition

Un nom de domaine est enregistré pour une durée prédéfinie (de un à dix ans en général). Lorsque le propriétaire ne le renouvelle pas, celui-ci redevient « libre » et n'importe qui peut le racheter.

2. Les techniques

Différentes sociétés étrangères et françaises se sont spécialisées dans la récupération de ces noms de domaine expirés. En effet, ces derniers sont très prisés, car ils bénéficient d'une bonne popularité dans les moteurs de recherche, dû à leur ancienneté et à la présence d'éventuels liens hypertextes menant vers eux.

3. Sa place dans le trafic

Dans son édition du 7 août 2013 (77), le journal Le Parisien annonce que le Conseil National de l'Ordre des Pharmaciens porte plainte contre onze sites internet n'ayant reçu aucune autorisation pour pratiquer le commerce électronique de médicaments en France.

Alain Delgutte, président de la section A (titulaires d'officines) de l'Ordre National des Pharmaciens précise alors que « ces onze sites illégaux se cachent derrière des noms sonnant bien français, parfois même des noms de pharmacies bien réelles ».

Le Parisien précise que les noms de domaine utilisés par ces sites internet « ont précédemment appartenu à de vrais pharmaciens, qui, entre-temps, les ont abandonnés ».

Il s'agit donc bien là de la pratique évoquée précédemment.

Enfin, il est intéressant de noter que cet article précise que « parmi les autres suspects, » un site internet « cache en réalité une société (Online HC Limited) basée en Espagne ». Il s'agit de la société présente dans les mentions légales des sites affiliés en marque blanche vus dans le II de cette partie.

La récupération d'anciens noms de domaines ayant appartenu à des officines françaises présente plusieurs avantages pour les vendeurs de médicaments illicites :

- ces noms sonnent bien français et semblent légitimes aux yeux du grand public
- ils bénéficient d'une ancienneté dans les moteurs de recherche, ils se positionnent donc facilement sur un certain nombre de mots clés en rapport avec les produits vendus.
- Différents sites, notamment des annuaires de professionnels font encore des liens vers ces noms de domaine.

4. Comment s'en prémunir ?

Action pour l'officinal

L'officinal peut être confronté à ce problème lorsqu'il rompt son contrat avec le prestataire chargé de la création et de la maintenance technique de son site internet. Il convient donc de s'assurer de la pérennité de ce nom de domaine au long terme.

Deux possibilités se présentent alors. Si le pharmacien l'a acheté sous son nom propre, la société d'enregistrement (registrar) peut lui envoyer un email plusieurs mois avant la date d'échéance. Ce dernier sera renvoyé régulièrement jusqu'à ce que le renouvellement soit effectivement réalisé.

En revanche, si, comme dans la majorité des cas, le nom de domaine est géré par le prestataire qui a créé le site, il est important que l'officinal anticipe lui-même la date-anniversaire. Pour cela, le pharmacien peut, comme nous l'avons vu précédemment effectuer un WHOIS.

Une proposition de l'Ordre des Pharmaciens

L'Ordre National des Pharmaciens réagit à cette pratique par la voix de sa présidente Isabelle Adenot lors d'une interview pour le site medscape.fr (78):

« Si ces sites sont hackés, c'est tout simplement parce qu'ils sont laissés à l'abandon. Dès qu'un nom de domaine, déposé, n'est plus utilisé, n'importe qui peut s'en saisir. Et c'est ce qui arrive à ces sites de pharmacies en ligne, récupérés par des réseaux. Nous allons proposer dès le mois d'octobre d'héberger sous notre nom de domaine tous les sites de pharmacies en ligne qui le désirent, quels que soient leurs statuts. Ainsi, nous leur éviterons de se faire pirater car ils seront hébergés sous notre nom de domaine, lequel reste actif ».

Privilégier l'extension de nom de domaine « .fr »

Les noms de domaines avec l'extension .fr sont gérés par un organisme français, l'Association française pour le nommage Internet en coopération (Afnic).

En cas de malveillance, l'officinal aura un interlocuteur direct à qui exposer son problème, notamment via la procédure SYRELI (79).

Cela s'avère beaucoup plus compliqué pour d'autres extensions : l'extension .com étant gérée, par exemple, par VeriSign un organisme américain.

Il est donc opportun pour un officinal français de choisir cette extension de nom de domaine.

Conclusion

L'autorisation pour les officinaux français de vendre des médicaments non soumis à prescription médicale obligatoire sur Internet résulte d'un processus d'harmonisation du droit européen. L'objectif de la transposition de la Directive européenne 2011/62/UE permettant cette activité est aussi d'empêcher la pénétration des médicaments falsifiés dans la chaîne d'approvisionnement légale de médicaments.

En France, le monopole pharmaceutique s'est imposé et maintenu dans un intérêt de santé publique. Il est soumis à un encadrement réglementaire strict. Nous avons vu dans ce travail qu'il en est de même pour la dispensation des médicaments sur le web. Cette dernière ne peut être effectuée que sur des sites Internet appartenant à des pharmacies autorisées à la pratiquer par l'Agence Régionale de Santé. Ces sites doivent respecter certaines règles propres à la vente de médicaments sur le web, citons notamment l'hébergement agréé données de santé à caractère personnel, la présence d'un questionnaire médical au cours du processus de commande et le contrôle des quantités délivrables.

Actuellement, la pharmacie d'officine fait face à des difficultés qui mettent en péril son équilibre économique. La légalisation de la vente des médicaments non soumis à prescription médicale obligatoire sur Internet ouvre de nouvelles perspectives de développement commercial pour les officinaux.

Pourtant, s'il décide de se lancer dans cette activité, le pharmacien doit faire la balance entre son budget et les attentes de ses patients. Dans ce travail, centré sur le côté technique des pratiques du web nous avons juste évoqué ce point. En vendant sur Internet, l'officinal doit gérer de nouveaux problèmes de logistiques avec notamment la préparation et l'expédition de colis, mais également des problèmes de personnel engendrés par le surplus d'activité et nécessitant une formation adéquate.

Nous avons étudié les différents modèles utilisés aujourd'hui par les sites autorisés à pratiquer le commerce électronique de médicaments.

Le modèle « générique » permet de faciliter le développement de cette activité en France, tout en maintenant le niveau de sécurité exigé dans un intérêt de santé publique et en préservant l'indépendance professionnelle du pharmacien. Il aide les petites officines à prendre le virage du numérique en mutualisant les coûts de création et de maintenance technique de leurs sites de vente en ligne. Il permet à l'offre légale de préempter le marché en ligne à court terme et aux officinaux de tester l'impact de la vente en ligne pour un faible investissement de départ.

Un officinal ambitieux préférera pour sa part le modèle « sur-mesure » tout autant garant de la santé publique et de son indépendance professionnelle. Il lui confère un

total contrôle sur le contenu de son site Internet et de meilleures perspectives de visibilité dans les moteurs de recherche.

Autoriser le pharmacien à sous-traiter la gestion de son site Internet à une plateforme aurait pour conséquence de rendre opaques les responsabilités. En commandant sur ce type de site Internet regroupant plusieurs officines voir d'autres types de commerce, le patient ne sait plus à qui s'adresser en cas de problème. S'aliéner à une plateforme assure certes au pharmacien de réaliser des ventes à court terme, mais empiète fortement sur son indépendance professionnelle.

En proie depuis des années à de nombreuses attaques sur son monopole, le pharmacien a tout à gagner à renforcer son rôle de professionnel de santé sur Internet comme il le fait dans son officine par l'intermédiaire des nouvelles missions qui lui sont confiées.

Le pharmacien, homme de science, doit-il accepter d'être réduit au simple rang de manutentionnaire tributaire d'un apporteur d'affaire ?

Le pharmacien doit garder à l'esprit qu'Internet est une porte d'entrée majeure pour les médicaments falsifiés. C'est un espace sans frontière physique à l'évolution constante et dont les pratiques sont bien souvent en avance sur la législation. Il est mission quasi-impossible pour les institutions d'anticiper son fonctionnement. Le pharmacien présent sur le web doit s'assurer que son site Internet soit sécurisé, que son contenu soit contrôlé et que son éventuel nom de domaine ne puisse pas être récupéré par quelqu'un de malveillant.

Tous les acteurs doivent faire preuve de vigilance et agir pour l'éducation du patient à l'identification des sites licites de vente en ligne de médicaments. Les patients doivent être sensibilisés pour savoir reconnaître les sites autorisés à pratiquer cette activité. Leur apprentissage est aujourd'hui facilité grâce à la mise en place d'un logo commun défini au niveau européen.

Les pharmaciens, les pouvoirs publics et les prestataires doivent agir dans le même sens pour permettre un développement sain de cette activité économique tout en respectant les enjeux de la santé publique. Aujourd'hui encore la législation évolue : à la fin de la rédaction de ce travail, l'arrêté des bonnes pratiques est annulé. Un nouveau texte en préparation fera bientôt son apparition. Il y a cependant peu de chances qu'il remette tout en question. De la même manière, les discussions à propos de la ratification de la convention Mécrime en France doivent reprendre au Sénat au mois de décembre 2015.

Le conseil au comptoir est l'un des fondements de la profession. La pharmacie d'officine est un endroit où n'importe qui peut se confier, demander des conseils, et recevoir des soins de première urgence gratuitement. L'arrêté du 20 juin 2013 relatif

aux bonnes pratiques de dispensation par voie électronique prévoit que le site Internet est conçu de façon à ce qu'aucun médicament ne puisse être vendu sans qu'un échange interactif pertinent ne soit rendu possible avant la validation de la commande.

Aujourd'hui, il est techniquement envisageable de prolonger ce dialogue sur le web. La majorité des ordinateurs et des téléphones sont équipés d'une caméra et d'un microphone. Il serait donc intéressant que les pharmaciens en ligne imposent ce dialogue en temps réel lors du processus de commande.

En Grande-Bretagne, les pharmacies en ligne ont la possibilité de délivrer sur le web des médicaments soumis à prescription médicale obligatoire. Cette pratique est possible techniquement grâce à l'émission d'ordonnances électroniques. Cette e-prescription se fera peut être une place dans le paysage numérique français dans les décennies à venir, amenant à réétudier la législation pour la vente en ligne de médicaments soumis à prescription médicale. Encore faudrait-il que cette pratique soit possible techniquement, en permettant la dématérialisation de la carte vitale par exemple ?

ANNEXES

Annexe 1 : Dossier-type de demande d'autorisation de création d'un site Internet de commerce électronique de médicaments humains (Agence Régionale de Santé d'Aquitaine).

Annexe 2 : Liste des officines ayant un site autorisé de commerce électronique de médicaments au 3 mai 2013.

Annexe 3 : Liste des officines ayant un site autorisé de commerce électronique de médicaments en juillet 2013.

Annexe 4 : Autorisation pour pratiquer le commerce électronique de médicaments de la pharmacie du Bizet.

Annexe 5 : Interview de Cyril Tetard, pharmacien titulaire de la pharmacie du Bizet.

Annexe 6 : Impression d'écran de l'adresse pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr (novembre 2014)

Annexe 7 : Impression d'écran de l'adresse pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr/medicaments (novembre 2014)

Annexe 8 : Impression d'écran de la page « Trouvez votre pharmacie » de la plateforme Doctipharma.fr (novembre 2014)

Annexe 9 : Impression d'écran de l'adresse www.doctipharma.fr/medicaments (novembre 2014)

Annexe 10 : Impression d'écran de l'adresse www.doctipharma.fr/p/14666-abufene-400-mg-comprime-boite-de-30 (novembre 2014)

Annexe 1 :



DOSSIER-TYPE DE DEMANDE D'AUTORISATION DE CREATION D'UN SITE INTERNET DE COMMERCE ELECTRONIQUE DE MEDICAMENTS HUMAINS

Références juridiques :

Articles L.5125-33 à L.5125-41, article L.5122-6-1 et article L.5121-5 du code de la santé publique ;

Articles R.5125-70 à R.5125-74, article R.5125-26 du code de la santé publique ;

Ordonnance de référé du 14 février 2013, M. L. n°365459, par laquelle le Conseil d'Etat a suspendu l'exécution de l'article L. 5125-34 du code de la santé publique en tant qu'il ne limite pas aux seuls médicaments soumis à prescription médicale obligatoire l'interdiction de faire l'objet de l'activité de commerce électronique. *Ainsi, jusqu'à ce que le Conseil d'Etat se prononce sur le fond de l'affaire, le champ des médicaments qui peuvent être vendus sur internet est : les médicaments humains à l'exception des médicaments soumis à prescription médicale obligatoire (et non plus les médicaments de médication officinale).*

Arrêté du 20 juin 2013 relatif aux bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique (JO du 23 juin 2013) applicable **le 12 juillet 2013**.

La demande est constituée

- D'une lettre de demande du ou des pharmacien(s) titulaire(s) au directeur général de l'agence régionale de santé dans le ressort duquel est située l'officine (lorsque la demande est présentée par une société ou par plusieurs pharmaciens réunis en copropriété, elle est signée par chaque associé ou copropriétaire devant exercer dans l'officine).
- D'un dossier dont la composition est décrite ci-dessous
Dans un souci de lisibilité, il est conseillé de présenter les pièces du dossier dans l'ordre mentionné ci-après.

La demande est à déposer (après avoir pris rendez-vous au préalable) ou à adresser en recommandé avec AR et en 1 seul exemplaire au Directeur Général de l'ARS :

Agence Régionale de Santé (ARS) Aquitaine
Direction de l'Offre de Soins et de l'Autonomie – Pôle Autorisations
103 bis rue Belleville | CS 91704 | 33063 Bordeaux Cedex

Pour tous renseignements, vous pouvez contacter les personnes suivantes:

- **Marie-Pierre SANCHEZ-LARGEOIS** – Pharmacien Inspecteur de Santé Publique
Direction de la Santé Publique - Pôle qualité et sécurité des soins et des accompagnements
Tél : 05 57 01 44 78 ou marie-pierre.sanchez-largeois@ars.sante.fr
- **Aurélie NAUD** - Assistante à partir du 1^{er}/01/2014
Direction de l'Offre de Soins et de l'Autonomie – Pôle Autorisations
Tél. : 05 57 01 44 85 ou aurelie.naud@ars.sante.fr
- **Sabine COLMET** – Chargée de mission Pôle Autorisations
Direction de l'Offre de Soins et de l'Autonomie – Pôle Autorisations
Tél. : 05 57 01 44 71 ou sabine.colmet@ars.sante.fr

COMPOSITION DU DOSSIER ACCOMPAGNANT LA DEMANDE

(Article R. 5125-71 du CSP)

- 1) **Le nom du (des) pharmacien(s) titulaire(s) de l'officine responsable(s) du site**
- 2) **Copie du certificat d'inscription à l'ordre des pharmaciens du (des) pharmacien(s) titulaire(s) de l'officine**
- 3) **Le nom et l'adresse de l'officine de pharmacie concernée ;**
Préciser également le numéro de téléphone, de fax / télécopie, l'adresse du courrier électronique.
- 4) **L'adresse du site internet utilisé à des fins de commerce électronique ;** il est recommandé que cette adresse comprenne le nom du pharmacien, éventuellement accolé à celui de l'officine. Elle ne doit être ni trompeuse, ni fantaisiste.
- 5) **Toutes les informations nécessaires pour identifier le site internet ;**

Le site doit respecter les dispositions relatives à l'obligation d'identification en cas de vente en ligne qui découlent de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (loi dite LCEN) et des textes relatifs à la vente à distance. Il doit être impérativement rédigé en langue française. Une traduction du site est cependant admise.

L'officine de pharmacie ainsi que son ou ses titulaires doivent être clairement identifiés sur le site internet qui propose des médicaments à la vente à distance. En effet, le patient doit être en mesure d'identifier le site officinal comme étant celui d'une officine physique dûment autorisée.

Le site internet comporte *a minima*, les informations suivantes :

- la raison sociale de l'officine ;
- les noms et prénoms du ou des titulaire(s) ;
- le numéro RPPS du ou des pharmaciens ;
- l'adresse de l'établissement ;

ARS AQUITAINE – DIRECTION DE L'OFFRE DE SOINS ET DE L'AUTONOMIE
Pôle Autorisations
Dossier type de demande d'autorisation de création
d'un site internet de commerce électronique de médicaments
Mis à jour le 10 décembre 2013.

2 / 7

ANNEXE N°3

- l'adresse de courrier électronique ;
- le numéro de téléphone et de fax / télécopie ;
- le numéro de licence de la pharmacie ;
- le nom et l'adresse de l'agence régionale de santé territorialement compétente ;
- les coordonnées de l'hébergeur agréé par le Ministre de la santé (la protection des données doit être assurée à chaque stade d'échange entre le pharmacien et le patient)

Le demandeur peut également renseigner des informations suivantes :

- le code APE (47.73 Z pour « Commerce de détail de produits pharmaceutiques en magasin spécialisé ») ;
- le numéro individuel d'identification relatif à l'assujettissement à la taxe sur la valeur ajoutée (article 286 ter du code général des impôts) ;
- le numéro Siret ;
- le numéro d'inscription au registre du commerce et des sociétés ;

L'accès à ces informations est « *facile, direct et permanent* » (art 19 de la [Loi n° 2004-575](#) du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique).

Ces informations doivent figurer dans une rubrique d'identification (ex : « mentions légales » ou « qui sommes-nous ? »)

6) La description du site et de ses fonctionnalités permettant de s'assurer du respect de la législation et de la réglementation en vigueur :

Le site doit comporter :

- les coordonnées de l'Agence Nationale de Sécurité du Médicament et des produits de santé (ANSM) : 143/147, bd Anatole France 93285 Saint Denis cedex – Tél : 01.55.87.30.00 – <http://ansm.sante.fr/>
- les liens hypertextes vers :
 - le site du Ministère des Affaires sociales et de la Santé
 - le site de l'Ordre national des pharmaciens
- un onglet spécifique à la vente de médicaments si d'autres produits sont proposés : les médicaments sont classés par indication générale, puis par principe actif puis par ordre alphabétique sans autre artifice.
- le médicament doit être présenté de façon claire, objective et non trompeuse :
 - la dénomination de fantaisie du médicament et sa dénomination commune ;
 - la ou les indications thérapeutiques de l'autorisation de mise sur le marché ;
 - la forme galénique et le nombre d'unités de prise ;
 - le prix ;
 - une mention spéciale indiquant que les informations relatives aux précautions d'emploi (interactions médicamenteuses, contre-indications, mises en garde

spéciales, effets indésirables...) ainsi que la posologie sont détaillées par la notice du médicament. La notice est disponible en format PDF et imprimable ;

— un lien hypertexte vers le RCP du médicament disponible sur le site de l'Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé afin que le patient puisse déclarer les effets indésirables liés à un médicament ou, le cas échéant, sur le site de l'Agence européenne du médicament ;

— les photos du conditionnement, dans le respect des droits de la propriété intellectuelle. Les photos doivent représenter le médicament tel qu'il est proposé à la vente en officine. Toutes les photos doivent être de la même taille et présenter le médicament de manière claire et non ambiguë.

- Le prix est affiché de manière claire, lisible et non ambiguë pour le patient. Il doit être exporté sur le site via une procédure normalisée. Le patient doit être informé sur le régime de prix des médicaments. Le prix doit être affiché TTC hors frais de livraison de la même façon pour tous les médicaments.
- Les frais de livraison sont clairement indiqués au moment de la commande.
- Sont interdits la publicité trompeuse et l'incitation à la consommation abusive.
- Est obligatoire la publicité favorisant le bon usage.
- Si des promotions sont effectuées, elles doivent respecter les règles déontologiques.
- Aucun médicament ne peut être vendu sans qu'un échange interactif pertinent ne soit rendu possible avant la validation de la commande. Une réponse automatisée à une question posée par le patient n'est donc pas suffisante pour assurer une information et un conseil adaptés au cas particulier du patient.
- Les quantités doivent respecter la dose d'exonération indiquée pour chaque substance active concernée conformément à la réglementation en vigueur (R5132-2 CSP).
- Un compte privé uniquement accessible à l'internaute doit être prévu afin de faciliter les échanges avec le pharmacien. Sont exigés les noms, prénom, date de naissance et adresse électronique du patient. Le patient doit pouvoir se désinscrire à tout moment. Dans l'espace « *mon compte* », le patient doit pouvoir accéder à toutes les commandes déjà effectuées et à tous les échanges ayant eu lieu avec le pharmacien.
- avant la validation de la commande, le pharmacien doit mettre en ligne un questionnaire dans lequel le patient doit renseigner son âge, son poids, son sexe, ses traitements en cours, ses antécédents allergiques et, le cas échéant, son état de grossesse ou d'allaitement. Le patient doit attester de la véracité de ces informations. Le patient doit être informé de ses droits d'accès et de rectification des données à caractère personnel.
- Une actualisation du questionnaire est proposée à chaque commande.
- Un dialogue doit être mis en place, par des moyens sécurisés propres à préserver la confidentialité des échanges entre le pharmacien et le patient. Dans le cadre du dialogue, le pharmacien doit rappeler la posologie propre au patient, les contre-indications et les effets indésirables.

- Le patient doit être en mesure de poser des questions en toute confidentialité tout en pouvant authentifier son interlocuteur. Le pharmacien a une obligation de réponse sans inciter le patient et en s'assurant que les conseils ont été compris.
- Le site internet doit afficher la possibilité pour le patient d'imprimer ses échanges avec le pharmacien, en affichant une iconographie proposant cette impression.
- La protection des données du patient doit être assurée à chaque stade d'échange. Le patient doit être informé de son droit d'accès et de rectification et de l'absence de droit d'opposition face au compte personnel et au questionnaire.
- La notice doit être affichée systématiquement au cours du processus de la commande. Le patient est clairement informé, au moment de la commande, que dans le cadre de la dispensation par voie électronique son dossier pharmaceutique (DP) ne peut être alimenté par le pharmacien.
- Sur chaque page doit être indiquée la date de mise à jour.
- Les conditions générales de vente doivent être clairement présentées et accessibles. Le pharmacien vérifie que le patient a pris connaissance des conditions de vente avant de cocher la case d'acceptation.
- L'absence de droit de rétractation doit être affichée en clair avant validation de la commande et des ales conditions générales de vente.
- Les modalités de remboursement et de retour en cas d'erreur de commande doivent être mentionnées dans les conditions générales de vente.
- La dispensation doit être interdite à un patient de moins de 16 ans.
- Les factures doivent être faites avec le nom et l'adresse de l'officine et le nom du pharmacien qui a assuré la dispensation.
- Sont interdits le droit de rétractation et la remise en stock.

Le(s) demandeur(s) décrira(ont) :

- les mises en garde générales affichées sur le site (exemples :
*« Le médicament n'est pas un produit comme les autres »,
« Lire attentivement la notice du médicament avant de le commander »,
« Ne laissez pas les médicaments à la portée des enfants »,
« Si les symptômes persistent, s'ils s'aggravent ou si de nouveaux symptômes apparaissent, demandez l'avis de votre médecin ou de votre pharmacien »,
« Attention aux incompatibilités avec vos traitements en cours »,
« Si vous avez besoin de plus d'informations et de conseils, contacter un pharmacien de notre équipe »...*)
- les documents d'information (notice intégrale de la spécialité) et de conseils mis en ligne et/ou adressés aux patients, en fonction du type de médicament, de l'état (ex : femme enceinte ou allaitante, enfant), de la pathologie du patient et de ses traitements en cours.
- les modalités d'échanges d'informations et de conseils entre patient et pharmacien, avant et après dispensation (ex : messagerie, boîte de dialogue, coordonnées téléphoniques de la pharmacie).

Le(s) demandeur(s) s'engagera(ont) par écrit sur les points suivants :

- **A respecter les bonnes pratiques** telles que définies par l'arrêté du 20 juin 2013.
- **A respecter le Code de Déontologie**, et tout particulièrement des articles R.4235-2, R.4235-3, R.4235-5, R.4235-10, R.4235-18, R.4235-22, R.4235-30, R.4235-48, R.4235-61, R.4235-62 et R.4235-63, R.4235-64 du Code de la Santé Publique.
- A ce que le site ne soit pas financé par une entreprise de produits de santé.
- A ne pas délivrer de lettres d'informations autres que celles des autorités sanitaires.
- A ne pas créer de forums de discussion.
- A ne pas faire sous-traiter le site par un tiers sauf pour la conception et la maintenance technique à condition que ce tiers ne soit pas lié à une entreprise de vente de produit de santé.
- A vendre des médicaments humains, à l'exception de ceux soumis à une prescription médicale obligatoire.
- A s'engager à ce que le contrôle effectif des opérations réalisées soit fait par un (des) pharmacien(s).
- A respecter l'intégrité des conditionnements (conditionnement primaire, boîte et notice) et l'envoi en colis scellé et banalisé.
- A dispenser des quantités de médicaments telles qu'elles n'incitent pas le patient à une consommation abusive de médicaments : la quantité commandée doit être conforme à la durée du traitement du RCP. La quantité commandée doit être inférieure ou égale à un mois de traitement en routine ou inférieure ou égale à la quantité maximale pour les épisodes aigus. Les quantités dispensées doivent être inférieures aux quantités exonérées. Un dispositif de blocage doit être mis en œuvre si le patient commande plus que des quantités exonérées. Il est interdit d'imposer une quantité minimale d'achat.
- A refuser, s'il le juge nécessaire, la dispensation ; à réorienter le patient vers un médecin.
- A s'engager à assurer personnellement la délivrance, à vérifier personnellement que l'envoi correspond à la commande et à enregistrer les dispensations via internet dans le logiciel d'aide à la dispensation de l'officine.
- A archiver les échanges avec le patient pendant 3 ans.
- A mettre à jour des informations de santé, recommandations et mises en garde générales et spécifiques aux médicaments.
- A afficher sur chaque page le logo commun mis en place au niveau communautaire dès qu'il sera défini.
- A garantir l'identification du patient, à chiffrer les correspondances et les conserver sur une base de données durant 3 ans. A adapter les procédures de l'officine à la dispensation via internet.
- A effectuer la préparation de la commande dans l'officine dans un espace adapté. A adapter les locaux de l'officine en conséquence.
- A respecter, lors de la livraison à domicile, les conditions de conservation (l'envoi se faisant selon les modalités prévues dans l'article R5127-47 à -49).
- A proposer, lorsque la délivrance s'effectue à l'officine, de compléter le dossier pharmaceutique.
- A archiver les factures pendant 3 ans.

Le(s) demandeurs joindront :

- La liste et la qualification du personnel de l'officine.
- La liste du personnel affecté à l'activité de vente en ligne.
Il sera pris en compte la conformité du nombre de pharmaciens adjoints au regard du dernier chiffre d'affaires déclaré auprès de l'ARS Aquitaine.
- Le cas échéant, la délégation d'exploitation du site internet à un pharmacien adjoint de l'officine
- Le justificatif d'agrément de l'hébergeur de données par le ministère chargé de la santé (site esante.gouv.fr).
- La déclaration normale de leur site internet auprès de la Commission nationale de l'informatique et des libertés.

7) Eléments descriptifs des conditions d'installation de l'officine :

Le(s) demandeurs joindront :

Le plan coté de la pharmacie, précisant l'emplacement des différentes activités de l'officine.

Le(s) demandeurs décriront :

Les locaux et équipements affectés aux différentes étapes de l'activité de vente de médicaments par internet, depuis la commande jusqu'à un éventuel retour.

Il est rappelé que :

- la superficie, l'aménagement, l'agencement et l'équipement des locaux d'une officine de pharmacie sont adaptés à ses activités et permettent le respect des bonnes pratiques ;
- les locaux de la pharmacie doivent être d'un seul tenant : l'activité de vente de médicaments en ligne doit être exercée au sein de la pharmacie dont dépend le site internet. Elle ne peut être située dans un lieu séparé, même à proximité immédiate ;
- le préparatoire étant un emplacement réservé à l'exécution et au contrôle des préparations (R.5125-10 du CSP), il ne peut être utilisé pour l'activité de vente de médicaments par internet.

Délai de réponse :

Selon les dispositions de l'article R.5125-71 du code de la santé publique (CSP), le directeur général de l'agence régionale de santé dispose d'un délai de deux mois à compter de la **date de réception d'un dossier enregistré complet par l'ARS** pour prendre une décision. Le défaut de réponse dans ce délai de deux mois vaut acceptation de la demande.

Annexe 2 :

**LISTE DES OFFICINES AYANT UN SITE AUTORISE
DE COMMERCE ELECTRONIQUE DE MEDICAMENTS**

Région	Adresse du site	Nom du (des) titulaires(s)	Adresse physique
ALSACE	parapharmacie-du-soleil.com	M. FREDERIC SCHNEIDER	PHARMACIE SCHNEIDER 32 R DES CLEFS 68000 COLMAR
	pharmacie-riquewihr.fr	M. OLIVIER ALMERAS	PHARMACIE ALMERAS 5 A RTE DE COLMAR 68340 RIQUEWIHR
	pharmaservices.fr	MME MARIE-CLAUDE MEUNIER M. HUBERT MEUNIER	PHARMACIE MEUNIER 7 R DU GIVET 68130 ALTKIRCH
BASSE NORMANDIE	pharma-gdd.com	M. PHILIPPE LAILLER	PHARMACIE LAILLER PHARMACIE DE LA GRACE DE DIEU 14054 CAEN CEDEX 4
BOURGOGNE	crisalide.fr	M. ALAIN MALOT	PHARMACIE MALOT 21 R DE LYON 89200 AVALLON
	parapharmadirect.com	M. OLIVIER GRENIER	PHARMACIE GRENIER PHARMACIE DU DRAPEAU 21000 DIJON
CENTRE	mapharma28.fr	M. PHILIPPE POUZOLS MME COLETTE POUZOLS	PHARMACIE POUZOLS SELARL PHARMACIE DE LA MADELEINE 28000 CHARTRES
LORRAINE	i-pharma.fr	MLLE LAURE MALLET	PHARMACIE MALLET 20 B R DU GENERAL DE GAULLE 54180 HOUEMONT
NORD PAS DE CALAIS	lasante.net	M. CYRIL TETART	PHARMACIE TETART 49 BD GEORGES BIZET 59650 VILLENEUVE-D'ASCQ
PAYS DE LOIRE			

Le Conseil National de l'Ordre des Pharmaciens tient à jour une liste des sites internet des officines de pharmacie autorisés par les Agences régionales de santé et la met à la disposition du public sur son site internet (article R. 5125-74 du code de la santé publique). Les informations que vous adressez au Conseil de l'Ordre des pharmaciens dont vous relevez, afin de l'informer de la création de votre site internet de commerce électronique de médicaments, feront l'objet d'un traitement automatisé par le Conseil national de l'Ordre des pharmaciens, en vue de l'établissement et de la diffusion de cette liste, qui est accessible au public.

Conformément à la loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978 modifiée, vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification relativement aux informations vous concernant. Vous pouvez exercer ces droits en écrivant au Conseil national de l'Ordre des pharmaciens, 4 avenue Ruysdaël - 75379 PARIS CEDEX 08, ou à l'adresse électronique suivante : dep@ordre.pharmacien.fr. Nos services sont à votre disposition pour répondre à vos questions.

pharmacieveau.fr	
PHARMACIE VEAU Jérôme CASTAGNA LAURE DURI FERRAS BERTRAND VEAU VERONIQUE DAMONVILLE-TILLET DELPHINE VEAU-THORATY	AV DE LA RESISTANCE 7110 - TOURUS SONE ET LOIRE BOURGOGNE
CENTRE	
magpharm29.fr	
PHARMACIE POIZOL Ulrich AKOUELOU LAURENT ARNOU Philippe POIZOL EMILIE PETIAUD LETANG MARIE-CLAUDE SAINT-GRELIN COLLEET POIZOL DAMIEN CORNELY	ZUP DE LA MADELEINE AV MARCEL PROUST 2805 - CHARTRES EURE ET LOIR CENTRE
pharmacie.ma	
PHARMACIE CULLERIER GREGOIRE CULLERIER RENE CULLERIER	519 AV MAGNOT 37005 - TOURS LOIRE ET LOIRE CENTRE
FRANCHE-COMTE	
pharm-on-line.com	
PHARMACIE GRIFFOND BOITER - MARCHEL ISABELLE GRIFFOND BOITER-PIGNON ADELINE MARCHEL-PIGOT	80 R CENTRALE 25230 - DABLE DOUBS FRANCHE-COMTE
ILE DE FRANCE	
medicament.com	
Pharmacie CHEVALER GABRIELLE SAMSON-FOURNEL MARIE-JOSE CHEVALER	R DES CHAMNELLES 79110 - BOUAFLE VIELLEVILLE I.E DE FRANCE
pharmacia.com	
PHARMACIE WUHLIN VERONIQUE BOUQUET-FRANCOSA MATHIEU DUTY AMANDINE SIMPSON-WUHLIN ANNE BOUILLON JEAN-CLAUDE PHILIPPE PATRICK WUHLIN	2 PL DU GENERAL KOENIG 75017 - PARIS I.E DE FRANCE
LORRRAINE	
lpharma.fr	
PHARMACIE MALLET MARTINE BRACH LAURE MALLET VIRGINE EYCHEN-KENNEL	208 R DU GENERAL DE GAULLE 54150 - HOUDOMONT MEURTHE ET MOSELLE LORRRAINE
NORD PAS DE CALAIS	
lesante.net	
PHARMACIE DU BIZET PRISCILLA HACHE CYRIL LEJAYE	49 BD GEORGES BIZET 59500 - VILLENEUVE-D'ASCO NORD NORD PAS DE CALAIS
moncoincanta.com	
PHARMACIE LOUVIGNES MARIE LOUVIGNES-OURVISEZ CHRISTIAN TATON	4 GRAND PLACE - 4 R A BRAND 59130 - TRILLON NORD NORD PAS DE CALAIS
morpharmacie.com	
PHARMACIE DRICON ALIX BERTAGNE ARNAUD DRICON DOROTHÉE LECOCQ-DECRUYENNAIRE	11A R JEAN-BAPTISTE LEBAS 59115 - PHALEMPIN NORD NORD PAS DE CALAIS
pharma-4.com	
PHARMACIE CLUNGNET STEPHANE CLUNGNET Benoit SCHORE	2 R ALBERT THOMAS 62360 - LUMBRES PAS DE CALAIS NORD PAS DE CALAIS
pure-vida.fr	
PHARMACIE HANON Anne-Sophie LHOTELLERIE-BONTE Aurélien COURBIEUX FRANÇOIS-XAVIER HANON Océane GUERIN	258 RUE JEAN JAURES 59504 - DINAND NORD NORD PAS DE CALAIS
PAYS DE LOIRE	
jevalmiamercredi.com	
PHARMACIE FILLOUX Anne BOURDAS ROMAIN FILLOUX Léa BARRANGER CLAIRE LOZEAU	CCAL LECLERIC AV DES CHAUVIERES 85500 - HERBERS (E.S) VENNE PAYS DE LOIRE
magpharmacie.com	
PHARMACIE BELARD-COMMEL SABINA BERNARD MARIE COMMEL	CCAL CARREFOUR LA REALLOIRE - LOCAL N°3 AV FLORENCE TRISTAN 43000 - NANTES LOIRE ATLANTIQUE PAYS DE LOIRE
medicamentologie.fr	
PHARMACIE MONIN CARINE ANTONES EMILIE THIESSCHER MICHELE MONIN	CCAL DE LA CROIX JEANNETTE 44340 - ROUAUDAN LOIRE ATLANTIQUE PAYS DE LOIRE
parapharmacie-chaenno.fr	
PHARMACIE PASQUIER-LALANNE EMILIE LAFOSSE-DUTCH VERONIQUE PASQUIER	ZAC DE LA CONTREE 49122 - MAYENNEVILLE (L.D.) MAINE ET LOIRE PAYS DE LOIRE
pharmacie-medanella.com	
PHARMACIE BISIAU PIERRE JEAN BISIAU FRANCOISE CAUSTAN	10 PL DANT NICOLAS 49110 - VIERES MAINE ET LOIRE PAYS DE LOIRE
pharmaciecolindreaux.fr	
PHARMACIE ARNAUD DE FOIARD BRUNO ARNAUD DE FOIARD MANUELA BLANC JULIEN CHAMNAT	3/5 R DELA CHERNAIE 44400 - REZE LOIRE ATLANTIQUE PAYS DE LOIRE
POTOU-CHARENTES	
parapharmacie-gaillard.com	
PHARMACIE DAVY AMANDINE BOUOT NADINE PASQUET SARAH LEYER MARCEL DAVY MICHELE L'ETIONNAC	CCAL GEANT CASINO 86000 - POTIERS VENNE POTOU-CHARENTES
RHONE-ALPES	
pharmacie-tour-gemas.com	
PHARMACIE TARRAUD DOMINIQUE TARRAUD-GAOUTIER CAROLINE MORTIER-MAS DAVID TARRAUD	3A RTE DE LYON 69140 - ORNAS RHONE RHONE-ALPES
pharmacieinvestigations.fr	
PHARMACIE ALLOUCH Michèle ALLOUCH BRIGITTE FOLLET CECILE CHAMPAUDAT SOPHIE FARRIER ELIANE LARIVIE-FERRY	CCAL DES ALLANDIERS CTRE AVENUE DEL EUROPE 69140 - RUEILLER-LA-PARE RHONE RHONE-ALPES
pharmayon.fr	
PHARMACIE BOBET-PETIT MICHELE Miguel ARCO MICHELE BOBET STEPHANE BUTTIGNOL MICHELE BRESCHIN-DANG PATRICIA JACQUET SEBASTIEN ARCO ELISABETH OSTERBERGER VERONIQUE DUCLOS JULIEN DECOSSEY	CCAL DU PERCULIER 69130 - ECALLEY RHONE RHONE-ALPES
pharmashop.com	
PHARMACIE SILVESTRE-BENECH LAURENCE SILVESTRE ANNE CAVAGNA-LACROIX	10 R DE LA REPUBLIQUE 39400 - DOMAINE IERRE RHONE-ALPES



Arrêté portant autorisation de commerce électronique de médicaments et de création d'un site internet de commerce électronique de médicaments d'une officine de pharmacie

**LE DIRECTEUR GENERAL DE L'AGENCE REGIONALE DE SANTE
DU NORD- PAS- DE- CALAIS**

Vu le Code de la Santé Publique, et notamment les articles L.5121-5, L.5125-33 à L.5125-41, R.5125-9 et R.5125-70 à R.5125-74 ;

Vu la loi 2009-879 du 21 Juillet 2009 portant réforme de l'hôpital et relative aux patients, à la santé et aux territoires ;

Vu l'ordonnance n°2012-1427 du 19 décembre 2012 relative au renforcement de la sécurité de la chaîne d'approvisionnement des médicaments, à l'encadrement de la vente de médicaments sur internet et à la lutte contre la falsification de médicaments ;

Vu le décret n° 2010-336 du 31 Mars 2010 portant création des agences régionales de santé ;

Vu le décret du 1^{er} avril 2010 portant nomination de Daniel Lenoir en qualité de directeur général de l'agence régionale de santé (ARS) de Nord – Pas-de-Calais ;

Vu le décret n°2012-1562 du 31 décembre 2012 relatif au renforcement de la sécurité de la chaîne d'approvisionnement des médicaments et à l'encadrement de la vente de médicaments sur internet ;

Vu l'arrêté préfectoral en date du 25 octobre 1968 autorisant, sous le numéro 1148, la création d'une officine de pharmacie au 49 boulevard Georges Bizet à Villeneuve d'Ascq (59 650) ;

Vu la décision du Directeur général de l'ARS de Nord - Pas-de-Calais en date du 4 mars 2013 portant délégation de signature à Monsieur Jean-Pierre Robelet, Directeur général délégué, Directeur de l'Offre de Soins ;

Vu l'ordonnance du Conseil d'Etat en date du 14 février 2013 suspendant l'exécution de l'article L.5125-34 du code de la santé publique en tant qu'il ne limite pas aux seuls médicaments soumis à prescription obligatoire l'interdiction de faire l'objet de l'activité de commerce électronique ;

Vu la décision du Directeur général de l'ARS de Nord - Pas-de-Calais en date du 4 mars 2013 portant délégation de signature à Monsieur Jean-Pierre Robelet, Directeur général délégué, Directeur de l'Offre de Soins ;

Vu le certificat d'inscription au tableau de la section A de l'Ordre des Pharmaciens, en date du 7 février 2007, de Monsieur Cyril Tétart, en qualité de pharmacien titulaire de l'officine de pharmacie sise à Villeneuve d'Ascq (59 650), 49 boulevard Georges Bizet ;

Vu la demande présentée par Monsieur Cyril Tétart en vue d'être autorisé à créer un site internet de commerce électronique de médicaments (<http://LaSante.net/>) rattaché à l'officine de pharmacie qu'il exploite, sous forme d'EURL, au 49 boulevard Georges Bizet à Villeneuve d'Ascq, enregistrée au vu de l'état complet du dossier, le 28 février 2013 ;

Vu le document, en date du 12 mars 2013, par lequel Monsieur Cyril Tétart s'engage à respecter les bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique ;

Considérant que Monsieur Cyril Tétart, pharmacien titulaire de l'officine de pharmacie sise à Villeneuve d'Ascq (59 650), 49 Boulevard Georges Bizet, enregistrée sous le numéro 1148 par arrêté préfectoral du 25 octobre 1968 et effectivement ouverte, peut être autorisé, en application des articles L.5125-33, L.5125-35 et R.5125-70 du code

de la santé publique, à réaliser l'activité de commerce électronique de médicaments à partir du site internet de commerce électronique de médicaments, <http://LaSante.net/> ;

Sur proposition du Directeur général délégué, Directeur de l'Offre de Soins ;

ARRETE

Article 1er – L'autorisation de commerce électronique de médicaments et de création d'un site internet de commerce électronique de médicaments est accordée à Monsieur Cyril Tétart, pharmacien titulaire, pour l'officine de pharmacie qu'il exploite, sous forme d'EURL, au 49 boulevard Georges Bizet à Villeneuve d'Ascq (59 650).

L'adresse du site internet est la suivante : <http://LaSante.net/>

Article 2 -.En cas de modification substantielle des éléments de l'autorisation mentionnés à l'article R.5125-71 du code de la santé publique, le pharmacien titulaire de l'officine en informe sans délai, par tout moyen permettant d'en accuser réception, le directeur de l'agence régionale de santé de Nord – Pas-de-Calais et le conseil de l'ordre des pharmaciens dont il relève.

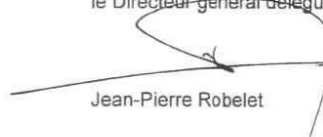
Article 3 – La cessation définitive d'activité de l'officine de pharmacie mentionnée à l'article L.5125-7 du code la santé publique entraîne la fermeture du site internet.

Article 4 – La présente décision est susceptible de faire l'objet d'un recours gracieux auprès du Directeur général de l'Agence Régionale de Santé Nord – Pas-de-Calais, ou d'un recours hiérarchique auprès de la Ministre chargée des Affaires Sociales et de la Santé dans un délai de 2 mois à compter de sa notification ou de sa publication. Ces recours administratifs ne constituent pas un recours préalable au recours contentieux qui peut être formé dans le même délai auprès du Tribunal Administratif de Lille. A peine d'irrecevabilité, le recours contentieux devra être accompagné d'un timbre fiscal de 35€ en application de l'article R.411-2 du Code de Justice Administrative.

Article 5 – Le Directeur général délégué, Directeur de l'Offre de Soins est chargé de l'exécution de la présente décision.

Fait à Lille, le 17 avril 2013

Pour le Directeur général et par délégation,
le Directeur général délégué, Directeur de l'Offre de Soins,



Jean-Pierre Robelet

Entretien avec Cyril Tetard

Bonjour Monsieur Tetard, merci d'avoir accepté de répondre à mes questions. Pouvez-vous tout d'abord vous présenter ?

Cyril Tetart, pharmacien titulaire de la pharmacie du Bizet depuis le 01 Février 2007.

Mon cursus est un peu particulier. J'ai fait mes études de pharmacie à Lille puis l'internat ensuite j'ai fait un DESS de Management du Secteur Santé à l'IAE de Lille.

Qu'est-ce qui vous a motivé à lancer le 19 novembre 2012 la vente de médicaments sur votre site internet lasante.net ?

Depuis mon installation à la pharmacie du Bizet, je savais qu'un jour les médicaments sans ordonnances seraient sur internet. Donc j'ai commencé à travailler sur le sujet dès 2010. De plus il fallait trouver des relais de croissance à l'activité de pharmacie de ville qui économiquement n'est pas bonne.

Concernant la création de votre site Internet, pourriez-vous nous communiquer le délai de mise en oeuvre ainsi que son coût approximatif ?

Nous avons mis environ une année pour développer le site et mettre les premières fiches produits. Le coût fut d'environ 30.000 euros.

Quelles sont les principales difficultés auxquelles vous êtes confronté au quotidien ?

Les difficultés principales sont :

- les problèmes logistiques
- des problèmes de personnel
- des bugs techniques sur le site
- une trésorerie tendue
- une difficulté de compréhension de notre activité par les institutions.

Annexe 6 :

PHARMACIE EN LIGNE : ACHETEZ VOS MÉDICAMENTS EN LIGNE ET PRODUITS DE PARAPHARMACIE. Nos services : Pharmacies de garde | Pharmacies 24h/24

Liens redirigeant vers le site "mère"

DOCTIPHARMA
Mon pharmacien en ligne by Doctissimo

Dans cette pharmacie Produit, marque... OK IDENTIFIEZ-VOUS | MON COMPTE |  0

PARAPHARMACIE MÉDICAMENTS MARQUES PROMOTIONS TROUVER VOTRE PHARMACIE EN LIGNE

Santé • Grossesse - Bébé • Hygiène • Visage • Corps • Cheveux • Minceur • Compléments alimentaires • Bio • Zen • Sexualité • Vétérinaire

SAV À VOTRE ÉCOUTE : 01.41.34.88.88 PAIEMENT SÉCURISÉ RETRAIT GRATUIT AU COMPTOIR

Accueil > Pharmacie st Barthélemy

Bienvenue sur le site de Pharmacie st Barthélemy

 **Votre pharmacien : Leon Blanchet**
MATROUSSAPHARMA pharmacie st Barthélemy est le prolongement virtuel de la pharmacie st Barthélemy située à Marseille.
Horaires d'ouverture Cliquez ici pour voir les horaires d'ouverture

Inscrit depuis le 07/05/2014

Pharmacie st Barthélemy 19 Avenue claude monet 13014 Marseille | Tél : 04 91 94 02 41 | Fax : 04 83 88 02 41

 LIVRAISON GRATUITE DÈS 49,00 € D'ACHAT DANS CETTE PHARMACIE

Parapharmacie (1910) Médicament (564)

TRIÉ PAR Les plus vus ARTICLES PAR PAGE 30 1 2 3 ... 64 >

				
Aderma - Gel Moussant Apaisant 500ml ADERMA Pharmacie st Barthélemy 7,69 € 	Avène - Cold Cream Lait Corporel Nourrissant 400ml AVÈNE Pharmacie st Barthélemy 14,29 € 	Vichy - Pureté thermale eau moussante 150ml VICHY Pharmacie st Barthélemy 10,99 € 	Audispray - Adute Hygiène de l'Oreille 50ml AUDISPRAY Pharmacie st Barthélemy 7,59 € 	Apaisyl - Xpert 100% Radical Poux et Lentes 200ml MERCK MÉDICATION FAMILIALE Pharmacie st Barthélemy 16,49 € 

				
Iprad - Thalamag Magnésium Marin 30 gélules lot de 2 IPRAD Pharmacie st Barthélemy 6,59 € 	Synergia - D-Stress 80 comprimés SYNERGIA Pharmacie st Barthélemy 14,29 € 	Arkopharma - Forcapil cheveux et ongles 180 gélules + 1 mois offert ARKOPHARMA Pharmacie st Barthélemy 19,79 € 	XL-S - Draineur Express 500 ml XL-S Pharmacie st Barthélemy 13,19 € 	Sterimar - Hygiène du Nez 100ml STERIMAR Pharmacie st Barthélemy 4,39 € 

				
3 Chênes - COLOR & SOIN - Blond acajou 7M 3CHÊNES Pharmacie st Barthélemy 9,79 € 	Mitosyl - Lingettes Nettoyantes et Apaisantes Lot de 2 MITOSYL Pharmacie st Barthélemy 6,59 € 	Pouxit - Répulsif spray préventif anti-poux 75ml POUXIT Pharmacie st Barthélemy 8,75 € 	Avent - Lot 3 Biberons PP 3 x 330 ml AVENT Pharmacie st Barthélemy 17,59 € 	Oenobiol - Capillaire Fortifiant 60 capsules lot de 3 OENOBIOI Pharmacie st Barthélemy 30,79 € 

CATÉGORIES

- > Santé (164)
- > Grossesse - Bébé... (129)
- > Hygiène (118)
- > Visage (123)
- > Corps (54)
- > Cheveux (29)
- > Minceur (48)
- > Compléments al... (102)
- > Bio (17)
- > Zen (29)
- > Sexualité (4)
- > Vétérinaire (2)

MARQUES

- ☐ 3M(1)
- ☐ 3chênes(17)
- ☐ Accu-Chek(1)
- ☐ Addax(2)
- ☐ Aderma(23)

[Voir tout](#)

PRIX

- ☐ Tout(1910)
- ☐ 0-15€(1613)
- ☐ 16 - 30€(261)
- ☐ 31 - 45€(27)
- ☐ 46 - 60€(-)
- ☐ > 60€(9)
- ☐ PROMOS(10)

Catégorie Médicaments du site autorisé

Dodie - Tétine Col étroit Silicone 3 vitesses Spéciale liquide épais 6 DODIE Pharmacie st Barthélemy 3,29 €	Prorhinel - Lavage Nasal Jet Tonique Adultes 150ml PRORHINEL Pharmacie st Barthélemy 7,69 €	Mustela - 9 Mois Baume Allaitement 30ml MUSTELA Pharmacie st Barthélemy 9,89 €	Bausch & Lomb - PreserVision 3 60 Capsules BAUSCH & LOMB Pharmacie st Barthélemy 21,99 €	Pouxit - Lotion anti-poux 100ml POUXIT Pharmacie st Barthélemy 8,69 €
La Roche Posay - Déodorant Physiologique 24h Sile LA ROCHE POSAY Pharmacie st Barthélemy 7,69 €	Avene - Eluage Emulsion 30 ml AVENE Pharmacie st Barthélemy 23,09 €	Paranix - Spray Anti-Poux 100ml PARANIX Pharmacie st Barthélemy 10,99 €	Urgo - Parsement waterproof 20 Parsements URGO Pharmacie st Barthélemy 4,39 €	Bayer - Supradyn Boost 20 comprimés effervescent BAYER Pharmacie st Barthélemy 9,89 €
Fixodent - Pro Crème fixative Duo Action FIXODENT Pharmacie st Barthélemy 5,49 €	Hydralin - Apaisa Soin intime quotidien 400ml lot de 2 BAYER Pharmacie st Barthélemy 17,59 €	Oenobiol - Intensif Nutri-Protection Peaux Claires 30 capsules lot de 2 OENOBIO Pharmacie st Barthélemy 28,59 €	3 Chênes - COLOR & SOIN - Châtain naturel 4N 3 CHÊNES Pharmacie st Barthélemy 8,79 €	Ob - Tampon Normal Pro Comfort 16 Tampons OB Pharmacie st Barthélemy 4,68 €

TRIÉ PAR Les plus vus ARTICLES PAR PAGE 30 1 2 3 ... 64 >

Par défaut, tous les prix sont affichés TTC - hors frais de port

Page mise à jour le 10/11/2014

Pharmacie st Barthélemy

Qui sommes nous ? | CGV | Conditions de retour | Politique des frais de port | Contact

19 Avenue Claude Monet
13014 Marseille
Tél : 04 91 94 02 41
Fax : 04 83 88 02 41
Siret : 753 073 253 000 27

VOTRE PHARMACIEN : Blanchet Leon
RPPS : 1000206180
Ordre national des pharmaciens
ansm
Formulaire de pharmacovigilance

Site internet autorisé à vendre des médicaments par l'A.R.S. de Provence Alpes Côte d'Azur sous le numéro : 2014251-0004
Site autorisé
ars

L'ensemble des liens présents dans le pied de page redirigent vers le site "mère"

Le numéro de téléphone est celui de Doctipharma et non pas celui du pharmacien

liens vers le site de l'Ordre

BESOIN D'AIDE ?
A votre écoute : 01.41.34.88.88
du lundi au vendredi de 9h-12h / 14h-18h

PAIEMENT SÉCURISÉ
CB VISA BNP PARIBAS

RETRAIT GRATUIT
Retrait gratuit au comptoir ou livraison rapide

ORIGINE CONTRÔLÉE
Produits contrôlés et commercialisés par des pharmacies françaises

AIDE
Présentation du service
F.A.Q.
Nous contacter

NOS SERVICES
Pharmacies en ligne
Pharmacies de garde
Pharmacies 24h/24
Numéros d'urgence
Les marques

APPLI MOBILE
Trouvez une pharmacie
Google Play
App Store

PHARMACIENS
Vous êtes pharmacien et souhaitez en savoir plus sur le service Doctipharma ?
Contact pharmacien

SUIVEZ-NOUS
Inscrivez-vous à la newsletter :
Votre email
Ok

Suivez nos actualités
f t g+ y

Leurait prix Netexplo
Chinois 2014
netexplo

Doctipharma est membre
Associé l'Association de
e-commerce et de la vente
à distance

ILS PARLENT DE NOUS
RMC Europe Les Echos BFM RTL B 20m Le Point Direct Matin Challenge L'EXPRESS

C.G.U. | CHARTRE DE DONNÉES PERSONNELLES ET COOKIES © Copyright Doctipharma 2014

Annexe 7 :

PHARMACIE EN LIGNE : ACHETEZ VOS MÉDICAMENTS EN LIGNE ET PRODUITS DE PARAPHARMACIE.

Nos services : Pharmacies de garde | Pharmacies 24h/24

DOCTI PHARMA
Mon pharmacien en ligne by Doctissimo

Dans cette pharmacie Produit, marque... OK

IDENTIFIEZ-VOUS | MON COMPTE |  0

PARAPHARMACIE MÉDICAMENTS MARQUES PROMOTIONS

TROUVER VOTRE PHARMACIE EN LIGNE

Douleurs et maux • ORL - Yeux • Forme • Premiers soins • Dermatologie • Allergies • Gynécologie • Homéopathie

SAV À VOTRE ÉCOUTE : 01.41.34.88.88 PAIEMENT SÉCURISÉ RETRAIT GRATUIT AU COMPTOIR

Accueil > Pharmacie st Barthélemy

Bienvenue sur le site de Pharmacie st Barthélemy



matroussapharma
Horaires d'ouverture
Cliquez ici pour voir les horaires d'ouverture

Votre pharmacien : Leon Blanchet

MATROUSSAPHARMA pharmacie st Barthélemy est le prolongement virtuel de la pharmacie st Barthélemy située à Marseille.

[CONTACTEZ-MOI](#)

Inscrit depuis le 07/05/2014

Pharmacie st Barthélemy 19 Avenue claudé monet 13014 Marseille Tél : 04 91 94 02 41 Fax : 04 83 88 02 41

 LIVRAISON GRATUITE DÈS 49,00 € D'ACHAT DANS CETTE PHARMACIE

Parapharmacie (1910) Médicament (564)

TRIÉ PAR A-Z ARTICLES PAR PAGE 30 1 2 3 ... 19

CATÉGORIES

- > Douleurs et ma... (198)
- > ORL - Yeux (139)
- > Forme (121)
- > Premiers soins (36)
- > Dermatologie (57)
- > Allergies (23)
- > Gynécologie (21)
- > Homéopathie (10)

PRINCIPE ACTIF

- ☐ Aciclovir(2)
- ☐ Acide salicylique(3)
- ☐ Acétyl-aspartyl-glutamique N acide(3)
- ☐ Acétyl-aspartyl-glutamique acide(1)
- ☐ Acétylcystéine(2)

[Voir tout](#)

PRIX

- ☐ Tout(564)
- ☐ 0 - 15€(540)
- ☐ 16 - 30€(21)
- ☐ 31 - 45€(1)
- ☐ 46 - 60€(-)
- ☐ > 60€(2)



Abufène 400 mg comprimé boîte de 30
Pharmacie st Barthélemy
7,34 €



Acétylcystéine mylan 200 mg poudre pour solution buvable boîte de 20
Pharmacie st Barthélemy
2,68 €



Acétylleucine mylan 500 mg comprimé boîte de 30
Pharmacie st Barthélemy
4,46 €



Acide folique ccd 0,4 mg comprimé boîte de 30
Pharmacie st Barthélemy
3,99 €



Actifed allergie cetirizine 10 mg comprimé boîte de 7
Pharmacie st Barthélemy
4,10 €



Actifed états grippaux poudre pour solution buvable sachets-dose
Pharmacie st Barthélemy
4,19 €



Actifed rhume jour et nuit comprimé boîte de 16
Pharmacie st Barthélemy
4,19 €



Actisoufre solution orl flacon pressurisé de 100 ml
Pharmacie st Barthélemy
6,20 €



Activir 5 % crème tube avec pompe dosée de 2 g
Pharmacie st Barthélemy
6,14 €



Activir 5 % crème tube de 2 g
Pharmacie st Barthélemy
3,14 €



Advil 400 mg comprimé boîte de 14
Pharmacie st Barthélemy
2,63 €



Advilcaps 200 mg capsule boîte de 16
Pharmacie st Barthélemy
2,63 €



Advilcaps 400 mg capsule boîte de 14
Pharmacie st Barthélemy
3,77 €



Advilmed 100 mg comprimé boîte de 30
Pharmacie st Barthélemy
2,51 €



Advilmed enfant nourrisson 20 mg/ml suspension buvable
Pharmacie st Barthélemy
3,71 €

				
Agyrax comprimé boîte de 15	Alairgix rhinite allergi cromo 2 % pulvérisations nasales flacon	Alcool modifié cooper solution pour usage local boîte de 1 flacon de 250	Alcool modifié cooper solution pour usage local boîte de 1 flacon de 500	Algisédal 400 mg/25 mg comprimé boîte de 16
Pharmacie st Barthélemy	Pharmacie st Barthélemy	Pharmacie st Barthélemy	Pharmacie st Barthélemy	Pharmacie st Barthélemy
2,84 € 	5,09 € 	1,58 € 	1,58 € 	2,59 € 

				
Alka seltzer 324 mg comprimé effervescent boîte de 20	Almide 0,1 % collyre boîte de 20 récipients unidoses de 0,40 ml	Alodont bain de bouche flacon (+ godet-doseur) de 500 ml	Alopxy 2 % solution pour usage local boîte de 3 flacons (petit+pipette)	Alostil 5 % solution pour usage local etui de 3 flacons avec
Pharmacie st Barthélemy	Pharmacie st Barthélemy	Pharmacie st Barthélemy	Pharmacie st Barthélemy	Pharmacie st Barthélemy
4,19 € 	3,77 € 	7,34 € 	10,49 € 	82,53 € 

				
Ambroxol mylan 30 mg comprimé boîte de 20	Amoroline mylan 5 % vernis à ongles flacon de 2,50 ml	Antarene 100 mg comprimé boîte de 40	Antarene 5 % gel usage local tube de 100 g	Apaisyl 0,75 % gel usage local tube de 30 g
Pharmacie st Barthélemy	Pharmacie st Barthélemy	Pharmacie st Barthélemy	Pharmacie st Barthélemy	Pharmacie st Barthélemy
2,99 € 	15,04 € 	2,88 € 	4,29 € 	4,19 € 

TRIÉ PAR A-Z ARTICLES PAR PAGE 30 1 2 3 ... 19

Par défaut, tous les prix sont affichés TTC - hors frais de port, le prix des médicaments non remboursables est libre.

Page mise à jour le 19/11/2014

Pharmacie st Barthélemy

Qui sommes nous ? CGV Conditions de retour Politique des frais de port Contact

19 Avenue claud monet
13014 Marseille
Tél : 04 91 94 02 41
Fax : 04 83 88 02 41
Siret : 753 073 253 000 27

VOTRE PHARMACIEN : Blanchet Leon
RPPS : 1000206180

anrm
Formulaire de pharmacovigilance

Site Internet autorisé à vendre des médicaments par l'A.R.S. de Provence-Alpes Côte d'Azur sous le numéro : 2014251-0004

Site autorisé

BESOIN D'AIDE ?

A votre écoute : 01.41.34.88.88
du lundi au vendredi de 9h-12h / 14h-18h

PAIEMENT SÉCURISÉ



RETRAIT GRATUIT

Retrait gratuit au comptoir ou livraison rapide

ORIGINE CONTRÔLÉE

Produits contrôlés et commercialisés par des pharmacies françaises

AIDE Présentation du service FAQ Nous contacter	NOS SERVICES Pharmacies en ligne Pharmacies de garde Pharmacies 24h/24 Numéros d'urgence Les marques	APPLI MOBILE Trouvez une pharmacie  	PHARMACIENS Vous êtes pharmacien et souhaitez en savoir plus sur le service Doctipharma ? Contact pharmacien	SUIVEZ-NOUS Inscrivez-vous à la newsletter : Ok Suivez nos actualités    
---	--	--	---	--

L'entité prix Netpharma
Chaque 2014
 Doctipharma est membre associé Fédération du commerce et de la santé à distance

ILS PARLENT DE NOUS             

C.G.U. | CHARTRE DE DONNÉES PERSONNELLES ET COOKIES

© Copyright Doctipharma 2014

Annexe 8 :

PHARMACIE EN LIGNE : ACHETEZ VOS MÉDICAMENTS EN LIGNE ET PRODUITS DE PARAPHARMACIE. Nos services : Pharmacies de garde | Pharmacies 24h/24

DOCTIPHARMA
Mon pharmacien en ligne by Doctissimo

Produit, marque... OK

Henri | MON COMPTE |  0

PARAPHARMACIE MÉDICAMENTS MARQUES PROMOTIONS

TROUVER VOTRE PHARMACIE EN LIGNE

Santé • Grossesse - Bébé • Hygiène • Visage • Corps • Cheveux • Minceur • Compléments alimentaires • Bio • Zen • Sexualité • Vétérinaire

SAV À VOTRE ÉCOUTE : 01.41.34.88.88 PAIEMENT SÉCURISÉ RETRAIT GRATUIT AU COMPTOIR

Pharmacies en ligne Pharmacies de garde Pharmacies 24h/24 Numéros d'urgence

Pharmacies en ligne sur Doctipharma

Chez de nombreux pharmaciens dès 49€ d'achat [LIVRAISON GRATUITE](#)



PHARMACIE MICHELET
127, Boulevard Michelet 13009 Marseille
Tél. : 04 91 71 49 64 | Fax : 04 91 77 45 41
[Horaires d'ouverture](#)

[VOIR SUR LA CARTE](#)

Pharmacien Maurice Sayag
[Contactez-moi](#)

[LIVRAISON GRATUITE dès 49€ d'achat](#) [VOIR LES PRODUITS](#)

PHARMACIE ST BARTHÉLEMY
19 Avenue Claude Monet 13014 Marseille
Tél. : 04 91 94 02 41 | Fax : 04 83 88 02 41
[Horaires d'ouverture](#)

[VOIR SUR LA CARTE](#)

Pharmacien Leon Blanchet
[Contactez-moi](#)

[LIVRAISON GRATUITE dès 49€ d'achat](#) [VOIR LES PRODUITS](#)

PHARMACIE DE RUIELLE
6 rue du dessous 80200 Athies
Tél. : 03 22 85 61 20 | Fax : 04 22 85 74 71
[Horaires d'ouverture](#)

[VOIR SUR LA CARTE](#)

Pharmacien Albert de Ruelle
[Contactez-moi](#)

[LIVRAISON GRATUITE dès 49€ d'achat](#) [VOIR LES PRODUITS](#)

[Liens vers l'adresse autorisée](#)

Annexe 9 :

PHARMACIE EN LIGNE : ACHETEZ VOS MÉDICAMENTS EN LIGNE ET PRODUITS DE PARAPHARMACIE. Nos services : Pharmacies de garde | Pharmacies 24h/24

DOCTIPHARMA
Mon pharmacien en ligne by Doctissimo

Produit, marque... OK Henri | MON COMPTE |  0

PARAPHARMACIE MÉDICAMENTS MARQUES PROMOTIONS TROUVER VOTRE PHARMACIE EN LIGNE

Douleurs et maux • ORL - Yeux • Forme • Premiers soins • Dermatologie • Allergies • Gynécologie • Homéopathie

SAV À VOTRE ÉCOUTE : 01.41.34.88.88 PAIEMENT SÉCURISÉ RETRAIT GRATUIT AU COMPTOIR

ACHAT DE MÉDICAMENTS EN LIGNE

Achetez vos médicaments en ligne sans ordonnance vendus et expédiés par des pharmacies françaises sur Doctipharma. Pour chaque commande, les pharmaciens contrôlent automatiquement votre sélection et vous garantissent des médicaments sans ordonnance d'origine certifiée. Doctipharma respecte la réglementation en vigueur et les pharmacies en ligne sur Doctipharma sont habilitées avec l'agrément des autorités de santé compétentes à vous délivrer des médicaments sans ordonnance. N'hésitez pas à demander conseil à votre pharmacien en ligne.

Médicaments

SPÉCIAL HIVER
Rhume
Etat grippal
Fièvre

AU QUOTIDIEN
Hémorroïdes
Digestion
Douleurs articulaires

ORL
Maux de gorge
Toux sèche
Toux grasse

FORME
Vitamines
Sommeil
Arrêt du tabac

PREMIERS SOINS
Désinfectants
Brûlures
Bleus-bosses

GYNÉCOLOGIE
Cystite
Mycoses
Antiseptiques

CATÉGORIES

- Douleurs et maux (198)
- ORL - Yeux (139)
- Forme (121)
- Premiers soins (36)
- Dermatologie (42)
- Allergies (23)
- Gynécologie (21)
- Homéopathie (10)

PRINCIPE ACTIF

- ☒ Aciclovir(2)
- ☐ Acide salicylique(3)
- ☐ Acétyl-aspartyl-glutamique N acide(1)
- ☐ Acétyl-aspartyl-glutamique acide(1)
- ☐ Acétylcystéine(2)

[Voir tout](#)

PRIX

- ☐ Tout(564)
- ☐ 0 - 15€(540)
- ☐ 16 - 30€(21)
- ☐ 31 - 45€(1)
- ☐ 46 - 60€(-)
- ☐ > 60€(2)

TOUS LES MÉDICAMENTS

TRIÉ PAR A-Z ARTICLES PAR PAGE 30

1 2 3 ... 19

Abufene
Abufene 400 mg comprimé boîte de 30
Pharmacie st Barthélemy
7,34 €

Acetylcysteine mylan 200
Acetylcysteine mylan 200 mg poudre pour solution buvable boîte de 20
Pharmacie st Barthélemy
2,68 €

Acetylcysteine mylan 500
Acetylcysteine mylan 500 mg comprimé boîte de 30
Pharmacie st Barthélemy
4,46 €

Acide folique ccd 0,4 mg
Acide folique ccd 0,4 mg comprimé boîte de 30
Pharmacie st Barthélemy
3,99 €

Actifed allergie cetirizine
Actifed allergie cetirizine 10 mg comprimé boîte de 7
Pharmacie st Barthélemy
4,10 €

Actifed
Actifed états grippaux poudre pour solution buvable sachets-dose
Pharmacie st Barthélemy
4,19 €

Actifed rhume jour et nuit
Actifed rhume jour et nuit comprimé boîte de 16
Pharmacie st Barthélemy
4,19 €

Actisoufre solution ori
Actisoufre solution ori flacon pressurisé de 100 ml
Pharmacie st Barthélemy
6,20 €

Activir 5 % crème tube
Activir 5 % crème tube avec pompe doseuse de 2 g
Pharmacie st Barthélemy
6,14 €

Activir 5 % crème tube
Activir 5 % crème tube de 2 g
Pharmacie st Barthélemy
3,14 €

Advil
Advil 400 mg comprimé boîte de 14
Pharmacie st Barthélemy
2,63 €

Advilcaps 200 mg
Advilcaps 200 mg capsule boîte de 16
Pharmacie st Barthélemy
2,63 €

Advilcaps 400 mg
Advilcaps 400 mg capsule boîte de 14
Pharmacie st Barthélemy
3,77 €

Advilmed 100 mg
Advilmed 100 mg comprimé boîte de 30
Pharmacie st Barthélemy
2,51 €

Advilmed enfant
Advilmed enfant nourrisson 20 mg/ml suspension buvable
Pharmacie st Barthélemy
3,71 €

				
Agyrax comprimé boîte de 15 Pharmacie st Barthélemy	Alairix rhinite allergi cromo 2 % pulvérisations nasales flacon Pharmacie st Barthélemy	Alcool modifié cooper solution pour usage local boîte de 1 flacon de 250 Pharmacie st Barthélemy	Alcool modifié cooper solution pour usage local boîte de 1 flacon de 500 Pharmacie st Barthélemy	Algisidal 400 mg/25 mg comprimé boîte de 16 Pharmacie st Barthélemy
2,84 €	5,09 €	1,58 €	1,58 €	2,59 €

				
Alka seitzer 324 mg comprimé effervescent boîte de 20 Pharmacie st Barthélemy	Almide 0,1 % collyre boîte de 20 récipients unidoses de 0,40 ml Pharmacie st Barthélemy	Alodont bain de bouche flacon (+ godet-doseur) de 500 ml Pharmacie st Barthélemy	Alopecy 2 % solution pour usage local boîte de 3 flacons (petit + pipette) Pharmacie st Barthélemy	Alostil 5 % solution pour usage local etui de 3 flacons avec Pharmacie st Barthélemy
4,19 €	3,77 €	7,34 €	10,49 €	82,53 €

				
Ambroxol mylan 30 mg comprimé boîte de 20 Pharmacie st Barthélemy	Amoroline mylan 5 % vernis à ongles flacon de 2,50 ml Pharmacie st Barthélemy	Antarene 100 mg comprimé boîte de 40 Pharmacie st Barthélemy	Antarene 5 % gel usage local tube de 100 g Pharmacie st Barthélemy	Apaisyl 0,75 % gel usage local tube de 30 g Pharmacie st Barthélemy
2,99 €	15,04 €	2,88 €	4,29 €	4,19 €

TRIÉ PAR A - Z

ARTICLES PAR PAGE 30

1 2 3 ... 19

Par défaut, tous les prix sont affichés TTC - hors frais de port, le prix des médicaments non remboursables est libre.

Page mise à jour le 19/11/2014

FIL INFO ANSM

XOFIGO 1000 kBq/mL, solution injectable (radium (223Ra)) - Remise à disposition

Tout le fil info ANSM

Achat de médicaments en ligne sécurisé



- Acheter sur Doctipharma, c'est acheter vos médicaments en ligne et sans ordonnance en toute sécurité auprès de pharmacies françaises.
- Doctipharma respecte la réglementation en vigueur et les pharmacies référencées sur le site sont autorisées à vendre des médicaments sans ordonnance.
- L'automédication est un acte responsable pour soigner les maux du quotidien, avec l'aide de votre pharmacien. Si les symptômes persistent, consultez votre médecin.

Interactions médicamenteuses

Médicament 1

+

Médicament 2

Ajouter un médicament

RECHERCHER

Trouver une pharmacie

PHARMACIES EN LIGNE :

Passiez commande près de chez vous et évitez la queue au comptoir ! Cliquez sur la pharmacie de votre choix pour parcourir son catalogue.

Retrouvez également :
Les pharmacies de garde à Paris
Les pharmacies ouvertes 24h/24



BESOIN D'AIDE ?

A votre écoute : 01.41.34.88.88
du lundi au vendredi de 9h - 12h / 14h - 18h

PAIEMENT SÉCURISÉ

BNP PARIBAS

RETRAIT GRATUIT

Retrait gratuit au comptoir
ou livraison rapide

ORIGINE CONTRÔLÉE

Produits contrôlés et commercialisés
par des pharmacies françaises

AIDE

Présentation du service
F.A.Q.
Nous contacter

NOS SERVICES

Pharmacies en ligne
Pharmacies de garde
Pharmacies 24h/24
Numéros d'urgence
Les marques

APPLI MOBILE

Trouvez une pharmacie
Google Play
App Store

PHARMACIENS

Vous êtes pharmacien et
souhaitez en savoir plus sur le
service Doctipharma ?

Contact pharmaciens

SUIVEZ-NOUS

Inscrivez-vous à la newsletter :

Votre email

Suivez nos actualités



Labelé prix Netexpro
Changé 2014
netexpro

Doctipharma est membre
associé Fédération des
e-commerce et de la vente
à distance

ILS PARLENT DE NOUS

RMC Europe Les Echos RTL B Le Point Direct.Matin Challenge L'EXPRESS

C.G.U. | CHARTE DE DONNÉES PERSONNELLES ET COOKIES

© Copyright Doctipharma 2014

Annexe 10 :

PHARMACIE EN LIGNE : ACHETEZ VOS MÉDICAMENTS EN LIGNE ET PRODUITS DE PARAPHARMACIE. Nos services : Pharmacies de garde | Pharmacies 24h/24

DOCTI PHARMA
Mon pharmacien en ligne by Doctissimo

Produit, marque... OK Henri | MON COMPTE |

PARAPHARMACIE MÉDICAMENTS MARQUES PROMOTIONS TROUVER VOTRE PHARMACIE EN LIGNE

Douleurs et maux • ORL - Yeux • Forme • Premiers soins • Dermatologie • Allergies • Gynécologie • Homéopathie

SAV À VOTRE ÉCOUTE : 01.41.34.88.88 PAIEMENT SÉCURISÉ RETRAIT GRATUIT AU COMPTOIR

Accueil > Gynécologie > Ménopause

VENDU PAR PHARMACIE ST BARTHÉLEMY
13014 - MARSEILLE

Abufène 400 mg comprimé boîte de 30
BOUCHARA-RECORDATI
Principe actif : BÉTA-ALANINE

Qté : 1 7,34 €

AJOUTER AU PANIER

Médicament. Lire attentivement la notice. Demandez conseil à votre pharmacien

En stock Modes de livraison disponibles
Ce produit ne peut pas être retourné

INFORMATIONS POSOLOGIE PRÉCAUTIONS CONTRE-INDICATIONS

Indication : Ce médicament est utilisé dans les bouffées de chaleur de la ménopause.
Composition : Béta-alanine

> Informations complètes (ansm) > Notice du médicament (pdf)

Statut de prescription : médicament non soumis à prescription médicale obligatoire

Le médicament n'est pas un produit comme les autres. Ne laissez pas les médicaments à portée des enfants.

Si les symptômes persistent, s'ils s'aggravent ou si de nouveaux symptômes apparaissent, demandez l'avis de votre médecin. Ce médicament disponible sur internet est également en libre accès, sans ordonnance, chez votre pharmacien. L'automédication est un acte responsable et il convient de bien connaître les bons usages du médicament. Attention aux incompatibilités avec vos traitements en cours. Vérifier qu'il n'y a pas d'interaction grâce au module "interactions médicamenteuses" (à droite)

Pour des raisons de sécurité, la quantité maximale pouvant être commandée pour ce médicament est de 1 exemplaires.

Par défaut, tous les prix sont affichés TTC - hors frais de port, le prix des médicaments non remboursables est libre.

Pharmacie st Barthélemy

Qui sommes nous ? | CGV | Conditions de retour | Politique des frais de port | Contact

19 Avenue claudé monet
13014 Marseille
Tél : 04 91 94 02 41
Fax : 04 83 88 02 41
Siret : 753 073 253 000 27

VOTRE PHARMACIEN : Blanchet Leon
RPPS : 1000206180

Ordre national des pharmaciens

ansm Formulaire de pharmacovigilance

Site internet autorisé à vendre des médicaments par l'A.R.S. de Provence Alpes Côte d'Azur sous le numéro : 2014251-0004

BESOIN D'AIDE ?
A votre écoute : 01.41.34.88.88
du lundi au vendredi de 9h-12h / 14h-18h

PAIEMENT SÉCURISÉ

RETRAIT GRATUIT
Retrait gratuit au comptoir ou livraison rapide

ORIGINE CONTRÔLÉE
Produits contrôlés et commercialisés par des pharmacies françaises

AIDE
Présentation du service
F.A.Q.
Nous contacter

NOS SERVICES
Pharmacies en ligne
Pharmacies de garde
Pharmacies 24h/24
Numéros d'urgence
Les marques

APPLI MOBILE
Trouvez une pharmacie

PHARMACIENS
Vous êtes pharmacien et souhaitez en savoir plus sur le service Doctipharma ?
Contact pharmaciens

SUIVEZ-NOUS
Inscrivez-vous à la newsletter :
Votre email Ok
Suivez nos actualités

Lauréat prix Netexplo Change 2014

Doctipharma est membre associé Fédération du e-commerce et de la vente à distance

ILS PARLENT DE NOUS

C.G.U. | CHARTRE DE DONNÉES PERSONNELLES ET COOKIES © Copyright Doctipharma 2014

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Figure 1 - Question à propos du site Eurocare.nl sur un groupe Usenet en 1996	13
Figure 2 - Impression d'écran du site Eurocare.nl en 1996.....	14
Figure 3 - Publicité pour le site ThepillBox en 1997	14
Figure 4 - Impression d'écran du site Thepillbox.com en 1998	15
Figure 5 - Informations de contact Thepillbox.com 1998	15
Figure 6 - Impression d'écran du site Focus-Medical.com en 1999.....	17
Figure 7 - Impression d'écran du site Paraformeplus.com en 1998	17
Figure 8 - Impression d'écran du site Soma.com en 1999	18
Figure 9 - Impression d'écran du site Drugstore.com en février 1999	19
Figure 10 - Impression d'écran du site PlanetRx.com en 1999	20
Figure 11 - Impression d'écran du site Diabetes.com en 1999.....	20
Figure 12 - Impression d'écran du site Pharmacy2u en 1999.....	22
Figure 13 - Impression d'écran du site DocMorris en 2000	23
Figure 14 - Autorisation de vente à distance dans les pays européens (LNP - n°399 avril 2010)	26
Figure 15 - Frise chronologique de l'émergence du commerce électronique de médicaments en Occident	30
Figure 16 - Exemple de site vitrine pharmacie-sabrie.fr	34
Figure 17 - Fiche Google Business d'une officine	35
Figure 18 - Impression d'écran du site Pharmaservices.fr en 2009	36
Figure 19 - Impression d'écran du site lecomptoirsante.com en 2010	37
Figure 20 - Impression d'écran du site Pharma-gdd.com en octobre 2012	38
Figure 21 - Circuit d'obtention d'une autorisation pour pratiquer le commerce électronique de médicaments.....	45
Figure 22 - différence entre liens naturels et liens sponsorisés sur Google.fr	51
Figure 23 - Evolution des recherches sur "pharmacie en ligne" sur le moteur de recherche Google.fr	54

Figure 24 - Frise chronologique de la mise en place de la législation française relative au commerce électronique de médicaments	56
Figure 25 - Evolution du nombre d'autorisations par mois.....	58
Figure 26 - Les autorisations par région (histogramme)	58
Figure 27 - les autorisations par région (tableau)	59
Figure 28 - les différents passifs des sites autorisés (histogramme)	59
Figure 29 - les différents passifs des sites autorisés (tableau).....	60
Figure 30 - Logo du site Newpharma.fr jusqu'en octobre 2013	63
Figure 31 - Nouveau logo du site Newpharma.fr	63
Figure 32 - Impression d'écran de la page 1 du questionnaire médical d'Euroclinux.net	65
Figure 33 - Impression d'écran de la page 2 du questionnaire médical d'Euroclinux.net	65
Figure 34 - Impression d'écran de la page 3 du questionnaire médical d'Euroclinux.net	66
Figure 35 - Impression d'écran concernant le médecin d'Euroclinux.net.....	67
Figure 36 - Impression d'écran du site commercial lasante.net	72
Figure 37 - Certificat de sécurité du site internet Lasante.net	74
Figure 38 – Le cas d'un médicament sélectionné incompatible avec un médicament du panier, interaction "grave"	75
Figure 39 - Le cas d'un médicament sélectionné incompatible avec un médicament commandé récemment, interaction "grave"	75
Figure 40 - Impression d'écran du questionnaire médical du site Lasante.net.....	76
Figure 41 - Impression d'écran du site pharmacielafrayette.com.....	83
Figure 42 - Impression d'écran du site de la pharmacie Lafayette à Toulouse	83
Figure 43 - Impression d'écran du site de la pharmacie Lafayette de Périgueux.....	84
Figure 44 - Impression d'écran de la catégorie Digestion/transit du site 1001pharmacies.com.....	89
Figure 45 - Impression d'écran d'une fiche produit du site 1001pharmacies.com	90
Figure 46 - Impression d'écran du panier d'achat du site 1001pharmacies.com.....	90

Figure 47 - Impression d'écran de la vitrine de la pharmacie du Meridien sur 1001pharmacies.com.....	91
Figure 48 - Fichier robots.txt du site 1001pharmacies.com	93
Figure 49 - Impression d'écran du "sous-site" de la pharmacie Beaugrenelle sur la plateforme Pharmarket.com	96
Figure 50 - Impression d'écran de la fiche produit de l'Abufène 400mg sur le "sous-site" de la pharmacie St Barthelemy	99
Figure 51 - Impression d'écran du panier d'achat sur la plateforme Doctipharma.fr.	101
Figure 52 - Impression d'écran de la recherche « site:www.doctipharma.fr/p/14666-abufene-400-mg-comprime-boite-de-30 » sur Google.fr.....	102
Figure 53 - Impression d'écran de la recherche « site :pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr/p/14666-abufene-400-mg-comprime-boite-de-30-124592 » sur Google.fr	102
Figure 54 - Impression d'écran de la recherche "achetez en ligne abufene 400 mg".	103
Figure 55 - Impression d'écran de la recherche "site:pharmacie-st-barthelemy-marseille.doctipharma.fr" sur Google .fr.....	103
Figure 56 - Impression d'écran du code source d'une fiche produit présente sur un "sous-site" autorisé.....	104
Figure 57 - Impression d'écran du fichier robots.txt du "sous-site" de la pharmacie St Barthelemy	105
Figure 58 - Principe de l'affiliation avec Amazon.fr	114
Figure 59 - Logo Européen relatif au commerce électronique de médicaments.....	117
Figure 60 - Impression d'écran de la plateforme de signalement PHAROS.....	117
Figure 61 - Impression d'écran de la page d'accueil du site Internet www.pharmacie-fr24.net.....	119
Figure 62 - Whois du nom de domaine www.pharmacie-fr24.net	120
Figure 63 - Impression d'écran des mentions légales du site Internet www.pharmacie-fr24.net.....	121
Figure 64 - Encart Service clientèle du site Internet www.pharmacie-fr24.net	121
Figure 65 - Impression d'écran de la page d'accueil du site Internet www.pharmacie-francaise.com	123
Figure 66 - Résultat de recherche suspect sur Google.fr	128

BIBLIOGRAPHIE

1. Ropars F. Tous les chiffres 2014 sur l'utilisation d'Internet, du mobile et des médias sociaux dans le monde [Internet]. Blog du Modérateur. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-2014-mobile-internet-medias-sociaux/>
2. Les Français et l'internet santé | TNS Sofres [Internet]. [cité 27 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.tns-sofres.com/etudes-et-points-de-vue/les-francais-et-linternet-sante>
3. Insee - Définitions et méthodes - Commerce électronique [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/commerce-electronique.htm>
4. Bilan annuel du e-commerce en France : les Français ont dépensé 57 milliards d'euros sur internet en 2014 - FEVAD [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.fevad.com/espace-presse/bilan-annuel-du-e-commerce-en-france-les-francais-ont-depense-57-milliards-d-euros-sur-internet-en-2014#topContent>
5. Manach J-M. La mémoire du Web est sur Archive.org, qui répertorie quelque 65 millions de sites. Le Monde.fr [Internet]. 13 nov 2007 [cité 18 oct 2015]; Disponible sur: http://www.lemonde.fr/technologies/article/2007/11/13/la-memoire-du-web-est-sur-archive-org-qui-repertorie-quelque-65-millions-de-sites_977786_651865.html
6. Is Eurocare Legitimate? - Google Groupes [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: https://groups.google.com/forum/#!msg/alt.support.diet.rx/T1zzLB_49Xc/9AjY7g7DwAUJ
7. FARMACI: RICHIESTA DIVIETO VENDITA PER INTERNET'' [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: http://www1.adnkronos.com/Archivio/AdnSalute/1997/07/11/Altro/FARMACI-RICHIESTA-DIVIETO-VENDITA-PER-INTERNET_161500.php
8. Questions re: Caverject - Google Groupes [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: https://groups.google.com/forum/#!msg/alt.support.impotence/Qcy35_OCbiQ/ybEFgPX93H4J
9. Medcost : Brèves de dernière minute [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: http://www.medcost.fr/asp/breve/bre_fiche.asp?oid_breve=184&action=1
10. FDA approves Viagra - Mar 27, 1998 - HISTORY.com [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.history.com/this-day-in-history/fda-approves-viagra>
11. AFSSAPS. Impression Sans titre (9 pages) - at-viagra-2000-12-06.pdf [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <https://medicaments.pfizer.fr/medicaments/documents/viagra/avis-transparence/at-viagra-2000-12-06.pdf>
12. International Outsourcing Group, Inc. - Complaint for Permanent Injunction and Other Equitable Relief [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/cases/2000/07/ftc.gov-iogcomp.htm>

13. Prescriptions médicales via Internet - International [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.droit-technologie.org/actuality-89/prescriptions-medicales-via-internet-international.html>
14. Soma.com to change name to CVS.com [Internet]. CNET. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.cnet.com/news/soma-com-to-change-name-to-cvs-com/>
15. Medcost : Diabetes.com - Le diabète de A à Z [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: http://www.medcost.fr/html/etude_cas_we/we_131299.htm
16. « Operation Cure.all » Targets Internet Health Fraud | Federal Trade Commission [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/1999/06/operation-cureall-targets-internet-health-fraud>
17. VPPS [Internet]. Wisconsin State Legislature. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <http://legis.wisconsin.gov/LRB#>
18. Medcost : Le Royaume-Uni tête de pont des e-pharmacies en Europe ? [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: http://www.medcost.fr/html/pharmacies_ph/ph_200400.htm
19. Research C for DE and. Cyber Letters [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.fda.gov/Drugs/GuidanceComplianceRegulatoryInformation/EnforcementActivitiesbyFDA/CyberLetters/default.htm>
20. APM International - MEDICAMENT SUR INTERNET : DOCMORRIS MAINTIENT SON CAP SUR L'ALLEMAGNE MALGRE L'ADVERSITE [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: http://www.apmnews.com/print_story.php?numero=107982
21. Medcost : Interview de M. Breckler [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: http://www.medcost.fr/html/pharmacies_ph/ph_140300.htm
22. Medcost : E-pharmacie en France : résistance des pharmaciens [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: http://www.medcost.fr/html/pharmacies_ph/ph_291200.htm
23. H.R.3880 - 108th Congress (2003-2004): Internet Pharmacy Consumer Protection Act | Congress.gov | Library of Congress [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <https://www.congress.gov/bill/108th-congress/house-bill/3880>
24. EUR-Lex - 62001CJ0322 - EN - EUR-Lex [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:62001CJ0322>
25. UPDATE 1-Celesio sells mail-order pharmacy business. Reuters [Internet]. 25 oct 2012 [cité 18 oct 2015]; Disponible sur: <http://www.reuters.com/article/2012/10/25/celesio-sale-idUSL5E8LPOOC20121025>
26. Text of H.R. 6353 (110th): Ryan Haight Online Pharmacy Consumer Protection Act of 2008 (Passed Congress/Enrolled Bill version) [Internet]. GovTrack.us. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <https://www.govtrack.us/congress/bills/110/hr6353/text>
27. Lancement de la première pharmacie en ligne de Belgique [Internet]. 7s7. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur:

<http://www.7sur7.be/7s7/fr/1518/Sante/article/detail/478797/2008/11/06/Lancement-de-la-premiere-pharmacie-en-ligne-de-Belgique.dhtml>

28. Nouvelle législation à l'attention des pharmaciens d'officine - - AFMPS [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: http://www.fagg-afmps.be/fr/news/news_ar_21_01_2009_pharmaciens.jsp

29. Directive 2011/62/UE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2011 modifiant la directive 2001/83/CE instituant un code communautaire relatif aux médicaments à usage humain, en ce qui concerne la prévention de l'introduction dans la chaîne d'approvisionnement légale de médicaments falsifiés Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE - LexUriServ.do [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:174:0074:0087:FR:PDF>

30. EUR-Lex - 12012E/TXT - EN - EUR-Lex [Internet]. [cité 20 oct 2015]. Disponible sur: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=celex:12012E/TXT>

31. Lutte contre les médicaments falsifiés : la convention Médicrime bientôt ratifiée par la France ? - La lettre 52 (lundi 16 février 2015) - Ordre National des Pharmaciens [Internet]. [cité 18 oct 2015]. Disponible sur: <http://lalettre.ordre.pharmacien.fr/accueil-lettre-52/Lutte-contre-les-medicaments-falsifies-la-convention-Medicrime-bientot-ratifiee-par-la-France>

32. Le moniteur des Pharmacies, éditeur. Vente en ligne de médicaments - l'exception Française. 3 mars 2012;(2922). Disponible sur: http://www.directmedica.com/content/uploads/2012/04/2012-03-03_Moniteur_2.pdf

33. Code de déontologie - Nos missions - Ordre National des Pharmaciens [Internet]. [cité 19 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.ordre.pharmacien.fr/Nos-missions/Assurer-le-respect-des-devoirs-professionnels/Code-de-deontologie>

34. Un hacker dévoile le nouvel axe stratégique de Cdiscount - JDN [Internet]. [cité 19 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/cdiscount-dans-la-parapharmacie-1010.shtml>

35. Caen : une pharmacie propose de vendre des médicaments en ligne [Internet]. France 3 Basse-Normandie. [cité 19 oct 2015]. Disponible sur: <http://france3-regions.francetvinfo.fr/basse-normandie/2012/11/20/caen-une-pharmacie-propose-de-vendre-des-medicaments-en-ligne-147132.html>

36. Philippe Lailier au journal de TF1 - vidéo dailymotion [Internet]. Dailymotion. [cité 19 oct 2015]. Disponible sur: http://www.dailymotion.com/video/xv6cjp_philippe-lailier-au-journal-de-tf1_news

37. Médicaments en ligne : 202 plaintes. Info - Cagnes-sur-Mer.maville.com [Internet]. [cité 19 oct 2015]. Disponible sur: http://www.cagnes.maville.com/actu/actudet_-Medicaments-en-ligne-202-plaintes_fil-2394821_actu.Htm

38. PharmaSite - La FSPF contre la vente de médicaments sur Internet [Internet]. [cité 19 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.pharmasite.fr/actualites/la-fspf-contre-la-vente-de>

medicaments-sur-internet.html

39. Doukhan D. Isabelle Adenot : « C'est à la ministre de trancher ». Le quotidien du pharmacien. 22 nov 2012;4.

40. Ordonnance n° 2012-1427 du 19 décembre 2012 relative au renforcement de la sécurité de la chaîne d'approvisionnement des médicaments, à l'encadrement de la vente de médicaments sur internet et à la lutte contre la falsification de médicaments - Article 7.

41. Décret n° 2012-1562 du 31 décembre 2012 relatif au renforcement de la sécurité de la chaîne d'approvisionnement des médicaments et à l'encadrement de la vente de médicaments sur internet. 2012-1562 déc 31, 2012.

42. LOI n° 2014-201 du 24 février 2014 portant diverses dispositions d'adaptation au droit de l'Union européenne dans le domaine de la santé. 2014-201 févr 24, 2014.

43. Pharmaservices.fr - avis sur la pharmacie en ligne d'Alsace [Internet]. Blog pharmacie en ligne : tout savoir sur les epharmacies en France. [cité 19 oct 2015]. Disponible sur: <http://blog.pharmacie.biz/pharmaservices-fr-pharmacie-en-ligne-alsace.html>

44. Arrêté du 20 juin 2013 relatif aux bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique.

45. Médicaments sur Internet : la vente bientôt encadrée. Le Monde.fr [Internet]. 4 juin 2013 [cité 19 oct 2015]; Disponible sur: http://www.lemonde.fr/sante/article/2013/06/04/medicaments-sur-internet-la-vente-bientot-encadree_3423550_1651302.html

46. Avis n° 13-A-12 du 10 avril 2013 relatif à un projet d'arrêté de la ministre des affaires sociales et de la santé relatif aux bonnes pratiques de dispensation des médicaments par voie électronique - 13a12.pdf [Internet]. [cité 19 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.autoritedelaconcurrence.fr/pdf/avis/13a12.pdf>

47. Décision nos 370072 et autres du 16 mars 2015 du Conseil d'Etat statuant au contentieux.

48. Note_juridique_hebergement_des_sites_de_vente_en_ligne_de_medicaments_ASIPsante.pdf [Internet]. [cité 19 oct 2015]. Disponible sur: http://esante.gouv.fr/sites/default/files/Note_juridique_hebergement_des%20sites_de%20vente_en_ligne_de_medicaments_ASIPsante.pdf

49. Enquête Pharmacies sur Internet : ça peut être dangereux. Que Choisir. janv 2014;(521):48-52.

50. Cas client E-Commerce : Newpharma tire profit d'AFS@Store [Internet]. Antidot. [cité 19 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.antidot.net/marchands-en-ligne-fr-en/newpharma/>

51. NewPharma rachète le site MonGuideSanté [Internet]. FrenchWeb.fr. [cité 19 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.frenchweb.fr/newpharma-rachete-le-site->

monguidesante/175090

52. PlaquetteTarifs.pdf [Internet]. [cité 30 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.creation-site-internet-pharmacie.fr/wp-content/uploads/2014/01/PlaquetteTarifs.pdf>
53. 1001Pharmacies.com livre les médicaments à domicile en scooter en moins de 4 heures — Silver Economie [Internet]. [cité 30 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.silvereco.fr/1001pharmacies-com-livre-les-medicaments-a-domicile-en-scooter-en-moins-de-4-heures/3114618>
54. 1001Pharmacies condamné à stopper son activité de livraison de médicaments [Internet]. [cité 30 oct 2015]. Disponible sur: http://www.ticsante.com/1001Pharmacies-condamne-a-stopper-son-activite-de-livraison-de-medicaments-NS_1967.html
55. Pharmarket.com parie sur le décollage des ventes de médicaments en ligne [Internet]. Les Echos Business. [cité 30 oct 2015]. Disponible sur: <http://business.lesechos.fr/entrepreneurs/idees-de-business/pharmarket-com-parie-sur-le-decollage-des-ventes-de-medicaments-en-ligne-100869.php>
56. 10 choses à savoir sur les marketplaces [Internet]. FrenchWeb.fr. [cité 30 oct 2015]. Disponible sur: <http://www.frenchweb.fr/10-choses-a-savoir-sur-les-marketplaces/105212>
57. IMS. Health Market Prognosis. mars 2010;
58. IRACM. Rapport Etude IRACM Contrefaçon de Médicaments et Organisations Criminelles [Internet]. 2013. Disponible sur: http://www.iracm.com/wp-content/uploads/2013/09/A-Rapport-Etude_IRACM_Contrefaçon-de-Médicaments-et-Organisations-Criminelles_FR_FINAL-copie-2.pdf
59. Institut de Veille Sanitaire. Bulletin Hebdomadaire International. déc 2008;(168).
60. OMS Programme IMPACT. Counterfeit medicines, Fact sheet, Estimates. 14 nov 2006;
61. Saisie record de médicaments contrefaits. Le Monde.fr [Internet]. 10 avr 2014 [cité 17 nov 2015]; Disponible sur: http://www.lemonde.fr/societe/article/2014/04/10/saisie-record-de-medicaments-contrefaits_4399171_3224.html
62. MyPharma Editions. « Les faux médicaments représenteraient 10,5 milliards d’euros en Europe ». 16 févr 2010;
63. Agence France Presse. « Les médicaments vendus sur Internet inquiètent ». 2 juill 2008;
64. Operation Pangea / Operations / Criminalité pharmaceutique / Criminalité / Internet / Accueil - INTERPOL [Internet]. [cité 17 nov 2015]. Disponible sur: <http://www.interpol.int/fr/Crime-areas/Pharmaceutical-crime/Operations/Operation-Pangea>
65. OPERATION PANGAEA VII - Lutte contre les réseaux de vente illicite de médicaments sur internet - Communiqué - ANSM : Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé [Internet]. [cité 17 nov 2015]. Disponible sur: <http://ansm.sante.fr/S-informer/Presse-Communiques-Points-presse/OPERATION-PANGAEA-VII-Lutte-contre-les->

66. Online Pharmacy Verification Services - LegitScript [Internet]. [cité 17 nov 2015]. Disponible sur: <https://www.legitscript.com/about/>
67. APEC RHSC SPOC. Internet and pharmacy [Internet]. 2015. Disponible sur: [http://www.nifds.go.kr/apec/files/tp201501/\(21\)%20Gren%20-%20Internet%20and%20%20pharmacy%20v3%20-%2028jan2015.pdf](http://www.nifds.go.kr/apec/files/tp201501/(21)%20Gren%20-%20Internet%20and%20%20pharmacy%20v3%20-%2028jan2015.pdf)
68. Franck Guarnieri, Éric Przyswa. Contrefaçon de médicaments sur Internet : prévenir une menace réelle sur la santé publique. Trib Santé. automne 2013;(40).
69. Aide - AFNIC [Internet]. [cité 17 nov 2015]. Disponible sur: <https://www.afnic.fr/fr/produits-et-services/services/whois/aide/>
70. La lettre de l'Ordre National des Pharmaciens. 16 sept 2013;(31). Disponible sur: <http://lalettre.ordre.pharmacien.fr/accueil-lettre-31/www.internet-sigalement.gouv.fr-comment-signaler-les-contenus-ou-comportements-illicites>
71. Alerte sur la vente en ligne de fausses pilules de Viagra [Internet]. leparisien.fr. 2013 [cité 17 nov 2015]. Disponible sur: <http://www.leparisien.fr/economie/alerte-sur-la-vente-en-ligne-de-fausse-pilules-de-viagra-10-08-2013-3043983.php>
72. Levchenko,Pitsillidis. Click Trajectories: End-to-End Analysis of the Spam Value Chain [Internet]. 2011. Disponible sur: <https://cseweb.ucsd.edu/~savage/papers/Oakland11.pdf>
73. N. Christin, N. Leontiadis, T. Moore. « Measuring and analyzing search-redirection attacks in the illicit online prescription drug trade », 2011.
74. 21:06 VJG 20/04/12. XRumer : un outil très puissant, à utiliser avec précautions [Internet]. [cité 17 nov 2015]. Disponible sur: <http://www.journaldunet.com/solutions/seo-referencement/logiciel-black-hat-seo/xrumer.shtml>
75. Le site Internet de la Cinémathèque de Grenoble piraté par des vendeurs de Viagra ! [Internet]. France Bleu. [cité 17 nov 2015]. Disponible sur: <https://www.francebleu.fr/le-site-internet-de-la-cinematheque-de-grenoble-pirate-par-des-vendeurs-de-viagra-1378226377>
76. Guibert MU Damien Leloup et Nathalie. Comment « Le Monde » a été piraté par l'Armée électronique syrienne. Le Monde.fr [Internet]. 20 janv 2015 [cité 17 nov 2015]; Disponible sur: http://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/01/20/comment-le-monde-a-ete-pirate-par-l-armee-electronique-syrienne_4559393_4408996.html
77. Une plainte vise onze sites [Internet]. leparisien.fr. 2013 [cité 17 nov 2015]. Disponible sur: <http://www.leparisien.fr/societe/une-plainte-vise-onze-sites-07-08-2013-3036145.php>
78. Des sites de pharmacies en ligne hackés par la mafia russe [Internet]. Medscape. [cité 17 nov 2015]. Disponible sur: <http://www.medscape.com/viewarticle/3581579>
79. Parl : Procédures alternatives de résolution de litiges - AFNIC [Internet]. [cité 17 nov 2015]. Disponible sur: <https://www.afnic.fr/fr/resoudre-un-litige/actions-et-procedures/parl-procedures-alternatives-de-resolution-de-litiges>

SERMENT DE GALIEN

Je jure, en présence des maîtres de la Faculté, des conseillers de l'Ordre des Pharmaciens et de mes condisciples :

D'honorer ceux qui m'ont instruit(e) dans les préceptes de mon art et de leur témoigner ma reconnaissance en restant fidèle à leur enseignement ;

D'exercer, dans l'intérêt de la santé publique, ma profession avec conscience et de respecter non seulement la législation en vigueur, mais aussi les règles de l'honneur, de la probité et du désintéressement ;

De ne jamais oublier ma responsabilité et mes devoirs envers le malade et sa dignité humaine.

En aucun cas, je ne consentirai à utiliser mes connaissances et mon état pour corrompre les mœurs et favoriser des actes criminels.

Que les hommes m'accordent leur estime si je suis fidèle à mes promesses.

Que je sois couvert(e) d'opprobre et méprisé(e) de mes confrères si j'y manque.

Achevé d'imprimer à Mérignac par
EDITIONS BERGERET
by **COPYMÉDIA** 05 56 99 50 22
23 rue Francisco Ferrer - 33700 Mérignac
www.editions-bergeret.com
Décembre 2015