

## **Assemblée Générale du Formindep novembre 2013**

### *Synthèse de l'atelier I : le dépliant du Formindep.*

Partant du constat que l'influence des firmes constitue un facteur de risque sanitaire, au même titre que le tabac ou le non respect de l'hygiène des mains pour un chirurgien, il nous a semblé nécessaire de trouver un moyen d'attirer l'attention sur le combat du *Formindep* pour l'indépendance des soignants. Un dépliant sur le même modèle que ceux de l'industrie pharmaceutique a ainsi été réalisé. Les participants de l'atelier, dépliant en main, étaient invités à donner leurs impressions et formuler des critiques.

Avant même de parler du dépliant dans sa forme et son contenu, une question a été rapidement soulevée : le *Formindep* doit-il faire du marketing ? Un consensus a été obtenu considérant que le marketing n'est qu'un outil et que son utilisation par le *Formindep*, compte tenu de son combat, est licite. Cet avis était d'autant plus fort parmi la jeune génération, habituée à la fréquence du marketing dans tous les domaines de la vie.

Sur la forme, de multiples suggestions ont été formulées et seront prises en compte pour la prochaine impression. Sur le contenu, il ressort des discussions qu'il s'avère difficile, dans un seul document qui doit rester concis et facile à lire, de s'adresser à l'ensemble des destinataires. Il a donc été décidé de constituer un groupe de travail, comprenant majoritairement des internes et des jeunes médecins, qui réalisera un deuxième dépliant, à l'attention des étudiants. Il nous a semblé primordial d'atteindre les étudiants le plus tôt possible au cours de leur formation, avant que les contacts avec l'industrie soient considérés comme la norme. Enfin, ce groupe réfléchira à optimiser la diffusion des dépliants.

A l'issue de l'AG, 1000 dépliants ont été distribués aux participants pour qu'ils commencent à les distribuer en privilégiant la remise en main propre (au cours de FMC par exemple).