

Publicité destinée au public: données relatives au début de l'action d'un médicament et à la durée de cette action

Changement de pratique

Situation initiale

L'une des questions qui se pose dans le cadre de la surveillance de la publicité pour les médicaments est celle de savoir dans quelle mesure des allégations sur le début de l'action d'un médicament et sur la durée de cette action sont admissibles dans une publicité destinée au public. A cet égard, des slogans publicitaires comme par exemple «agit vite» ou «agit longtemps» sont considérés comme particulièrement problématiques. Savoir si ce type de mentions est admis est une question particulièrement importante pour les médicaments dont le début de l'action et la durée de celle-ci sont des caractéristiques essentielles.

La nouvelle pratique de Swissmedic présentée ci-dessous tient compte d'une part des exigences légales et d'autre part du fait que la publicité pour les médicaments peut être accrocheuse, pour autant que les dispositions de la législation sur les produits thérapeutiques relative à la publicité soient respectées.

Bases légales

La publicité trompeuse est illicite (art. 32, al. 1, let. a LPT).

Toutes les données figurant dans la publicité doivent être conformes à la dernière information sur le médicament telle qu'elle a été approuvée par Swissmedic (art. 16, al. 1 OPMéd).

La publicité doit présenter le médicament de façon véridique et sans exagération, que ce soit par l'image, le son ou la parole (art. 16, al. 2 OPMéd).

Nouvelle pratique

Des textes portant sur le début de l'action d'un médicament et sur la durée de cette action et qui figurent dans une publicité destinée au public doivent impérativement être fondés sur l'information sur le médicament approuvée par Swissmedic. La question de la présence ou de l'absence de données relatives au début de l'action du médicament et à la durée de cette action est essentielle à cet égard.

1. Dans la mesure où l'information sur le médicament contient des données concrètes relatives au début de l'action du médicament et à la durée de cette action, ces données peuvent apparaître dans la publicité destinée au public. De plus, des textes publicitaires comme «agit vite» ou «agit longtemps» sont alors autorisés, à la condition que ces messages soient complétés par les informations concrètes et complètes sur le sujet qui sont contenues dans l'information sur le médicament. Celles-ci doivent figurer, dans un format comparable à celui du slogan, juste à côté de celui-ci.

Exemple: «agit vite, le plus souvent en l'espace d'une demi-heure».

2. Utilisés seuls, les messages publicitaires tels que «agit vite» ou «agit longtemps» ne sont pas autorisés dans la publicité destinée au public. Utilisés seuls, sans plus de précision, ils doivent être considérés comme des présentations exagérées du médicament pour lequel la publicité est faite, ou comme des propos induisant en erreur. Sans mention concrète, correspondant à l'information sur le médicament, du temps qui s'écoule effectivement jusqu'au moment où le médicament commence à agir ou sur la durée de son action, de telles déclarations publicitaires peuvent susciter des attentes auxquelles la préparation pour laquelle la publicité est faite ne peut pas répondre.
3. Si l'information sur le médicament ne contient pas de données relatives au début de l'action du médicament ni à la durée de cette action, aucune donnée sur ce sujet ne doit apparaître dans la publicité destinée au public.

Début de la nouvelle pratique

La nouvelle pratique de Swissmedic est applicable de suite à toutes les nouvelles activités publicitaires.

Les publicités destinées au public autorisées autrefois par l'OICM ou désormais par Swissmedic qui ne satisfont pas à ces conditions ne peuvent plus être diffusées après le 31 décembre 2005. De même, les publicités destinées au public qui ne sont pas soumises au contrôle préalable et qui sont déjà publiées ne peuvent plus être diffusées après le 31 décembre 2005 si elles ne respectent pas les conditions décrites ci-dessus.