

Conditions cadres pour la publicité pharmaceutique à la télévision

du 29 septembre 2020

La publicité télévisée pour les remèdes ou médicaments doit respecter les dispositions de la législation sur les médicaments.

Les spots télévisés de promotion d'analgésiques, de somnifères, de calmants, de substances favorisant le transit et de coupe-faim (groupes de médicaments: analgésiques, somnifères, sédatifs, laxatifs et anorexigènes) doivent toujours être soumis à Swissmedic pour autorisation avant leur diffusion initiale lorsque l'information sur le médicament mentionne un risque d'usage abusif ou de dépendance (art. 23, al. 1, de l'ordonnance sur la publicité pour les médicaments). Les autres spots télévisés publicitaires ne doivent dorénavant plus être soumis à Swissmedic pour autorisation avant leur diffusion.

Depuis le 1er janvier 2019, la législation sur les médicaments ne distingue plus que quatre catégories de remise, à savoir les catégories A, B, D et E. La catégorie de remise C est supprimée progressivement. Aussi longtemps qu'il reste des médicaments de la catégorie de remise C sur le marché, ces médicaments entrent dans le champ d'application des dispositions en matière de publicité établies pour la catégorie de remise D.

Toute publicité pour les médicaments des catégories de remise A et B (médicaments sur ordonnance) est interdite. Pour les médicaments de la catégorie de remise D (dont l'utilisation requiert un conseil spécialisé), la publicité est normalement permise, mais certaines obligations doivent être respectées. Les spots publicitaires à la télévision doivent ainsi contenir au minimum les informations suivantes:

- Nom de la préparation (marque) et nom du titulaire de l'autorisation
- Au moins une indication ou une possibilité d'emploi
- Spots télévisés de publicité pour des médicaments **avec notice d'emballage**: texte à la fin: «Ceci est un médicament autorisé. Demandez conseil à votre spécialiste et lisez la notice d'emballage.» Cet avertissement doit être énoncé de manière claire et audible et apparaître bien lisiblement sur fond neutre, dans un bloc de texte qui occupe au moins un tiers de l'image. En cas de publicités muettes, il suffit que l'avertissement soit visible.
- Spots télévisés de publicité pour des médicaments **sans notice d'emballage**: texte à la fin: «Ceci est un médicament autorisé. Demandez conseil à votre spécialiste et lisez les informations figurant sur l'emballage.» Cet avertissement doit être énoncé de manière claire et audible et apparaître bien lisiblement sur fond neutre, dans un bloc de texte qui occupe au moins un tiers de l'image. En cas de publicités muettes, il suffit que l'avertissement soit visible.

Pour les médicaments de la catégorie de remise E (médicaments en vente libre), la publicité est permise.

Les offres de vente pour des médicaments ou des traitements médicaux sont interdites.

Davantage de dispositions sur la publicité résultent de la loi sur les produits thérapeutiques (LPT, RS 812.21) et de l'ordonnance sur la publicité pour les médicaments (OPuM, RS 812.212.5). La liste de contrôle «Examen Publicité destinée au public» de Swissmedic peut également être consultée à ce sujet: <https://www.swissmedic.ch/swissmedic/fr/home/medicaments--usage-humain/surveillance-du-marche/publicite-pour-les-medicaments/instructions.html>