

Conseil de l'APAB sur les systèmes publicitaires/promotionnels (SPP) visibles dans les zones d'interaction patient-professionnel de la santé:

En 2009, suite à une consultation avec les responsables de Santé Canada, un conseil de l'CCPP a clarifié l'application de la section 6 du code de l'CCPP aux SPP visibles dans les zones d'interaction patient-professionnel de la santé. Bien que les principes soient largement inchangés, le conseil est ici mis à jour pour refléter le libellé utilisé dans le document de politique de Santé Canada 2023, « Orientation sur la distinction entre la publicité et autres activités pour les produits de santé ».

Une liste non exhaustive d'exemples de zones d'interaction patient-professionnel de la santé incluant souvent des SPP visibles comprend les salles d'examen des cliniques, les salles de conseil en pharmacie et les salles de traitement dentaire. Les SPP visibles dans de telles zones comprennent (sans s'y limiter) des affiches, des modèles anatomiques, des porte-brochures et des brochures. Ces SPP ont été et continueront d'être soumis à l'examen de l'CCPP. Le professionnel de la santé est impliqué dans la décision de placer des matériaux dans ces environnements et ils utilisent ces éléments dans le conseil aux patients ; par conséquent, ils font partie du public cible de ces matériaux. Ces SPP sont examinés pour approbation et un numéro d'acceptation de l'CCPP est émis.

Ces matériaux sont considérés, en plus du public primaire du professionnel de la santé et du patient, comme ayant un public secondaire - le consommateur de soins de santé. Par conséquent, ces SPP sont soumis aux sections applicables de la Loi sur les aliments et drogues et des règlements, aux documents de politique de Santé Canada relatifs à la publicité destinée aux consommateurs et au code de l'CCPP.

En plus des exigences de la section 6 du code de l'CCPP, veuillez considérer ce qui suit pour les matériaux visibles par les consommateurs de soins de santé dans les zones d'interaction patient-professionnel de la santé :

- Les SPP marqués du nom d'un produit pour un médicament sur ordonnance doivent se limiter au nom, au prix et à la quantité conformément à la section C.01.044 du Règlement sur les aliments et drogues. Cette limitation ne s'applique pas aux médicaments sans ordonnance et aux produits de santé naturels (PSN) ; cependant, les restrictions de l'annexe A discutées ci-dessous doivent être considérées.
- Les SPP marqués du nom d'un produit pour un médicament sur ordonnance ou sans ordonnance ne peuvent pas discuter du traitement ou de la guérison de toute maladie de l'annexe A (section 3 de la Loi). Notez que la section A.01.067 ajoutée au règlement le 1er juin 2008 permet aux produits sans ordonnance et aux PSN indiqués pour la prévention des maladies inscrites à l'annexe A de faire des allégations préventives
- Les matériaux de sensibilisation aux conditions médicales et traitements doivent suivre

AVIS DU CCPP

SPP dans les zones d'interaction patient



les directives du document de politique de Santé Canada « Orientation sur la distinction entre la publicité et autres activités pour les produits de santé »

- Les matériaux pour produits contrôlés et produits narcotiques ne peuvent pas être visiblement exposés dans ces espaces.

Les SPP qui ne seront visibles que lors du conseil patient-professionnel de la santé (c.-à-d., les SPP qui ne sont pas ouvertement visibles) ne sont pas considérés comme ayant un public consommateur secondaire et sont examinés selon les exigences de la section 6 du code de l'CCPP.