MIS À JOUR LE 25/05/2021

Ciblage d’une sous-population

Lorsque l’axe principal d’une publicité concerne l’effet d’un médicament sur une sous-population de patients, cette communication n’est acceptable que si elle est fondée sur des résultats d’études cliniques méthodologiquement correctes permettant de l’affirmer.

Dans le cas où une sous-population ciblée dans une publicité, fait l’objet dans le Résumé des Caractéristiques du Produit d’une mention d’effet indésirable ou de précaution d’emploi pour ce médicament, cela devra être mentionné clairement dans la publicité.