MIS À JOUR LE 25/05/2021

Fluidifiants bronchiques/expectorants

Octobre 2016

La publicité auprès du grand public en faveur des fluidifiants bronchiques ou des expectorants ne doit pas induire en erreur le destinataire sur le fait que le médicament agirait comme un antitussif, dans la mesure où la toux grasse (ou toux productive) est un moyen de défense naturel de l'organisme qui ne doit pas être bloqué.

Ainsi, les slogans du type « agit **contre** la toux grasse » ne sont pas admis.

Néanmoins la notion de toux grasse (ou productive) peut être mentionnée, notamment dans un but d'éducation du patient à la distinction entre la toux dite « grasse » et la toux dite « sèche ».

En outre, la publicité (hors audiovisuel et supports admis avec mentions allégées) doit mentionner au titre du bon usage : « Buvez régulièrement (eau, boissons chaudes). Evitez l'exposition au tabac et à la fumée. »

La publicité en faveur de ces médicaments auprès du grand public ne peut pas viser la femme enceinte, l'enfant (de moins de 15 ans) et le nourrisson, dans la mesure où dans ces populations ils ne doivent être utilisés que sur avis médical.