MIS À JOUR LE 25/05/2021

Parrainage d'une émission télévisée par une entreprise pharmaceutique

Recommandation révisée le 16/04/2013

Les entreprises qui ont notamment pour activité la fabrication ou la vente de médicaments ne peuvent parrainer des émissions télévisées que pour promouvoir leur nom ou leur image, dans les conditions fixées par le décret n° 92-280 du 27 mars 92 Titre II relatif à la liberté de communication et fixant les principes généraux concernant le régime applicable à la publicité et au parrainage.

Le parrainage d'une émission TV qui mentionnerait le nom d'une ou plusieurs spécialités n'est pas acceptable ; en effet, les mentions relatives au bon usage du médicament qui doivent nécessairement assortir les publicités destinées au public ne sont pas compatibles avec les dispositions du décret précité (art. 18).