MIS À JOUR LE 26/09/2025

Publicité pour les antihypertenseurs

1. Les effets des médicaments antihypertenseurs sur la fonction endothéliale, l'insulinorésistance, la microalbuminurie et les fonctions rénales, l'athérosclérose, l'hypertrophie ventriculaire gauche, la fréquence cardiaque ou la fibrose myocardique ne peuvent être utilisés en publicité que s'ils sont validés par l'AMM et mentionnés dans le RCP.
De même, les effets de ces médicaments sur les paramètres lipidiques ou glycémiques ne peuvent être présentés comme bénéfiques que dans la mesure où ceci a été validé par l'AMM.

2. Lorsqu'un médicament possède plusieurs indications thérapeutiques validées par l'AMM, les effets de ce médicament sur la morbimortalité validés dans une indication ne peuvent être utilisés pour la promotion du produit dans une autre indication (Par exemple, l'effet d'un médicament sur la mortalité dans l'insuffisance cardiaque ne peut être étendu à l'hypertension artérielle tant que ceci n'est pas validé par l'AMM).

3. Pour les médicaments antihypertenseurs indiqués en deuxième intention, la mention "Après échec d'une monothérapie par ..." ne doit pas être dissociée de l'indication (Hypertension artérielle) et doit figurer en caractère de taille identique.

4. Dans une communication associant conjointement un médicament antihypertenseur et une association de ce médicament à un deuxième antre-hypertenseur, il convient de mentionner explicitement la place de l'association dans la stratégie thérapeutique, à savoir que cette association est indiquée lorsqu'une monothérapie par l'anti-hypertenseur initial est insuffisante.