MIS À JOUR LE 25/05/2021

Quelles sont les règles générales à respecter ?

La publicité doit présenter le DM/DMDIV de façon objective, notamment en termes de performances ou de conformité aux exigences essentielles de sécurité, et favoriser son bon usage.

Dans le même sens, une publicité ne peut mentionner une position prise par une autorité administrative ou une instance consultative à l'égard d'un DM/DMDIV d'une manière susceptible d'en altérer le sens ou l'objectivité. Par exemple, la revendication d'une "amélioration du service attendu" sur la base d'un avis de la Haute Autorité de Santé ne pourrait faire appel à des renvois ou à une réduction de la taille des caractères pour certaines parties de l'avis, qui conduirait à en minimiser certains aspects.

La publicité ne peut ni être trompeuse, ni présenter un risque pour la santé publique.

Les informations présentées dans une publicité doivent être adaptées à ses destinataires.
Elles doivent être à jour, exactes, vérifiables, lisibles et suffisamment complètes pour permettre au destinataire d'apprécier les caractéristiques du DM/DMDIV présenté.

La reproduction de toute "citation" empruntée doit être fidèle et la source citée. Toute mention écrite doit être parfaitement lisible.

Le terme " nouveau " est acceptable si le dispositif est mis sur le marché depuis moins d'un an.

Les publicités diffusées sur le territoire français s'adressent à un public francophone, elles doivent donc être rédigées en français. A titre exceptionnel, certaines d'entre elles peuvent toutefois être diffusées en langue anglaise, les tirés à part de revues scientifiques notamment.

Enfin les publicités doivent présenter certaines mentions obligatoires (voir question 5).