MIS À JOUR LE 02/06/2026

Recommandations pour la publicité des médicaments auprès des professionnels de santé

Recommandations spécifiques aux classes thérapeutiques

- Publicité pour les Contraceptifs hormonaux combinés (CHC) : recommandation révisée en Février 2014
- Publicité pour les antibiotiques : recommandation révisée en octobre 2017
- Publicité relative aux Vaccins (02/03/2004)
- Publicité pour les médicaments à base de calcium ou de calcium et vitamine D (28/11/2000)
- Publicité pour les antihypertenseurs (18/04/2000)
- Publicité pour les hypnotiques et anxiolytiques (3/06/1997)

Génériques

- Catalogue de vente des spécialités génériques : recommandation révisée le 30/08/2005
- Médicaments génériques et substitution : recommandation révisée en Juin 2014

Recommandations générales

Bénéfice / Risque

- Indication et place dans la stratégie thérapeutique (2026)
- Présentation des données de sécurité (24/04/2019)

Prix, remboursement...

Remboursement : recommandation révisée en Mars 2014

Médicaments d’exception : recommandation révisée le 22/11/2005

Utilisation du niveau d'ASMR dans une publicité (21/10/2004)

Utilisation en publicité de la notion de service médical rendu (SMR) (19/12/2000) révisée le 08/06/2011

Prix conseillé (09/03/1999)

Supports promotionnels

Charte pour la communication et la promotion des produits de santé (médicaments et dispositifs médicaux) sur Internet et le e-media

Supports : recommandation révisée le 25/10/2005

Supports particuliers : recommandation révisée le 25/10/2005

Modifications mineures pouvant être apportées sur un support (21/12/2022)

Supports visibles du public (1997)

Quizz (30/04/2002)

Utilisation des résultats d'enquêtes d'opinion, de comportement thérapeutique, d'études épidémiologiques et des conférences de consensus dans la publicité professionnelle (1997)

Mentions particulières

Dénomination : recommandation révisée le 28/06/2005

Mentions obligatoires (24/04/2019)

Prix et distinctions

« AMM conditionnelle » ou « sous circonstances exceptionnelles » (03/11/2017)

Publicité comparative

Publicité comparative (18/11/2003)

Etudes cliniques

Source de données (18/11/2003) : recommandation révisée en Octobre 2014

Etude clinique en cours (15/12/1998)

Critères principaux et secondaires d’une étude clinique (24/11/1998)

Ciblage de d'une sous- population (12/01/1999)

Informations (documents non promotionnels)

Information institutionnelle des entreprises pharmaceutiques (09/01/2001)

Supports non soumis à dépôt (24/04/2019)

Informations relatives à la santé humaine ou à des maladies humaines et diffusées par les entreprises pharmaceutiques (09/01/2001)

Réunions et congrès (09/11/2000)

Terminologie

Terminologie (termes exclusifs, termes excessifs, référence, nouveau) (1997)

Axe de communication

Respect de l’autorisation de mise sur le marché (1997)

Spécialité ayant un changement de formulation, de forme ou de présentation (1997)

Contre-indication (1997)

Propriétés pharmacologique (24/11/1998)

Publicité commune a différents dosages ou formes pharmaceutiques d’un médicament (1997)

Primes ou cadeaux (21/03/2000)