



LISTE DE CONTRÔLE Publicité s'adressant directement aux consommateurs pour un médicament d'ordonnance

La présente liste de contrôle vous aidera à concevoir une publicité s'adressant directement aux consommateurs pour des médicaments d'ordonnance, conforme à l'article C.01.044 du *Règlement sur les aliments et drogues*. Lorsque vous aurez rempli avec succès cette liste de contrôle, vous serez prêt à soumettre votre publicité aux Services d'approbation de NCP à des fins d'examen.

Liste de contrôle sur la publicité s'adressant directement aux consommateurs pour un médicament d'ordonnance de NCP

Cette Liste de contrôle est publiée par Les normes canadiennes de la publicité, organisme de l'industrie dont la mission est de favoriser et de maintenir la confiance du public dans la publicité. Les normes canadiennes de la publicité, 175, rue Bloor Est, Tour Sud, bureau 1801 Toronto (Ontario) M4W 3R8

Téléphone : 416 961-6311, Télécopieur : 416 961-7904, www.normespub.com

© Les normes canadiennes de la publicité, 2008

Cette Liste de contrôle est la propriété de Les normes canadiennes de la publicité et ne peut être reproduite, en tout ou en partie, sans le consentement préalable écrit et exprès de cet organisme.



Advertising Standards Canada
Les normes canadiennes de la publicité



LISTE DE CONTRÔLE

Publicité s'adressant directement aux consommateurs pour un médicament d'ordonnance

1	MÉDICAMENT D'ORDONNANCE	<p>Le matériel publicitaire soumis à l'examen des Services d'approbation de NCP s'adresse-t-il aux consommateurs et porte-t-il sur un médicament d'ordonnance?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ▼ Passez à la question 2.</p> <p><input type="checkbox"/> NON ► Le matériel publicitaire ne peut être examiné en vertu du cadre de la Publicité s'adressant directement aux consommateurs pour un médicament d'ordonnance.</p>
2	AUTORISATION DE SANTÉ CANADA « REQUISE » POUR VENDRE UN MÉDICAMENT D'ORDONNANCE	<p>Santé Canada a-t-il autorisé la vente du médicament d'ordonnance au Canada?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ▼ Passez à la question 3.</p> <p><input type="checkbox"/> NON ► Le matériel publicitaire ne peut être examiné par les Services d'approbation de NCP. (Article 9(1) de la Loi; article C.08.002 du Règlement.)</p>
3	PUBLIC CIBLE DE LA PUBLICITÉ	<p>Le matériel publicitaire s'adresse-t-il aux professionnels de la santé OU sera-t-il diffusé par des professionnels de la santé aux patients?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ► La publicité ne peut être examinée en vertu du cadre de la Publicité s'adressant directement aux consommateurs pour un médicament d'ordonnance.</p> <p><input type="checkbox"/> NON ▼ Passez à la question 4.</p>
4	DÉFINITION DE LA PUBLICITÉ	<p>Le matériel publicitaire est-il admissible comme « publicité » aux termes de la Loi sur les aliments et drogues?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ▼ Passez à la question 5.</p> <p><input type="checkbox"/> NON ► Le matériel publicitaire ne peut être examiné en vertu du cadre de la Publicité destinée directement aux consommateurs. Cependant, NCP examine le matériel non promotionnel en vertu du cadre de l'Information destinée directement aux consommateurs pour un médicament d'ordonnance, qui traite de problèmes de santé et des indications à suivre. (Voir la politique de Santé Canada intitulée <i>Distinction entre les activités publicitaires et les autres activités</i> de même que le Guide sur l'information destinée directement aux consommateurs de NCP.)</p> <p>Nota : La Loi sur les aliments et drogues définit ainsi le terme <i>publicité</i> : « la présentation, par tout moyen, d'un aliment, d'une drogue, d'un cosmétique ou d'un instrument en vue d'en stimuler directement ou indirectement l'aliénation, notamment par vente. » (Article 2 de la Loi)</p>
5	IDENTIFICATION DES MÉDICAMENTS D'ORDONNANCE DANS LA PUBLICITÉ	<p>Le matériel publicitaire identifie-t-il un médicament d'ordonnance?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ▼ Passez à la question 6.</p> <p><input type="checkbox"/> NON ► Le matériel publicitaire ne peut être examiné en vertu du cadre de la Publicité destinée directement aux consommateurs pour un médicament d'ordonnance. Se reporter au Guide sur l'information destinée directement aux consommateurs de NCP.</p>
6	CLASSE DE DROGUE : ANNEXE F	<p>Le produit est-il une drogue mentionnée à l'annexe F?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ▼ Passez à la question 8.</p> <p><input type="checkbox"/> NON ► Le matériel publicitaire ne peut être examiné en vertu du cadre de la Publicité s'adressant directement aux consommateurs pour un médicament d'ordonnance.</p> <p>Nota : L'article C.01.044 (1) du Règlement sur les aliments et drogues stipule ce qui suit : « Quiconque fait la publicité auprès du grand public d'une drogue mentionnée à l'annexe F (soit un médicament d'ordonnance) doit ne faire porter la publicité que sur la marque nominative, le nom propre, le nom usuel, le prix et la quantité de la drogue ».</p>

7	CLASSE DE DROGUE : ANNEXE D	<p>Le produit est-il une drogue mentionnée à l'annexe D?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ► Bien que le matériel publicitaire ne puisse être examiné en vertu du cadre de la Publicité destinée directement aux consommateurs pour un médicament d'ordonnance, NCP peut le revoir afin de s'assurer qu'il est conforme aux dispositions pertinentes de la <i>Loi sur les aliments et les drogues et de son Règlement</i>.</p> <p><input type="checkbox"/> NON ▼ Passez à la question 8.</p> <p>Nota : <i>Bien que les drogues mentionnées à l'annexe D (par exemple, les vaccins et l'insuline) ne soient pas assujetties aux interdictions contenues dans l'article C.01.044(1) du Règlement, et qu'elles peuvent être annoncées aux consommateurs, de telles publicités sont assujetties aux dispositions pertinentes de la Loi sur les aliments et les drogues et de son Règlement.</i></p>
8	PUBLICITÉ DANS DES MÉDIAS AUTRES QUE CANADIENS	<p>La publicité est-elle destinée à paraître dans des médias étrangers et non dans des médias canadiens?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ► Les publicités paraissant dans des médias étrangers ne sont pas assujetties aux exigences réglementaires canadiennes et ne peuvent faire l'objet d'un examen en vertu du cadre de la Publicité s'adressant directement aux consommateurs pour un médicament d'ordonnance.</p> <p><input type="checkbox"/> NON ▼ Passez à la question 9.</p> <p>Nota : <i>Les médias étrangers sont des médias d'origine autre que canadienne, dans lesquels paraît la publicité en question. Il s'agit également de messages publicitaires diffusés sur les chaînes de télé américaines et de publicités imprimées qui paraissent dans des magazines étrangers vendus au Canada.</i></p>
9	MENTION DIRECTE OU IMPLICITE DE L'INDICATION THÉRAPEUTIQUE	<p>La publicité communique-t-elle, directement ou indirectement, les indications thérapeutiques du produit?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ► La publicité est non conforme et sera refusée.</p> <p><input type="checkbox"/> NON ▼ Passez à la question 10.</p> <p>Nota : <i>Cette mention implicite ou cette représentation peuvent être contenues dans :</i> (a) <i>une bande audio (musique, voix hors champ, effets sonores), et/ou</i> (b) <i>une vidéo (représentations, attitudes, références, allusions).</i></p>
10	AU-DELÀ DU « NOM, PRIX OU QUANTITÉ »	<p>La publicité comporte-t-elle des allégations ou des énoncés directs ou implicites sur le produit, qui vont au-delà du « nom, prix ou quantité »?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ► La publicité est non conforme et sera refusée.</p> <p><input type="checkbox"/> NON ▼ Passez à la question 11.</p> <p>Nota : <i>Cette mention implicite ou cette représentation peuvent être contenues dans :</i> (a) <i>une bande audio (musique, voix hors champ, effets sonores), et/ou</i> (b) <i>une vidéo (représentations, attitudes, références, allusions).</i></p>
11	MENTION DIRECTE OU IMPLICITE DES AVANTAGES DU PRODUIT	<p>La publicité communique-t-elle, directement ou indirectement, une caractéristique ou un avantage du produit (par ex., fréquence des prises, durée d'action, disponibilité sur le marché)?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ► La publicité est non conforme et sera refusée.</p> <p><input type="checkbox"/> NON ▼ Passez à la question 12.</p> <p>Nota : <i>Cette mention implicite ou cette représentation peuvent être contenues dans :</i> (a) <i>une bande audio (musique, voix hors champ, effets sonores), et/ou</i> (b) <i>une vidéo (représentations, attitudes, références, allusions).</i></p>

12	REPRÉSENTATION VISUELLE DU PRODUIT	<p>Le produit est-il représenté visuellement de quelque façon que ce soit dans la publicité (par ex., plan d'un comprimé ou d'une boîte)?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ▼ Passez à la question 13.</p> <p><input type="checkbox"/> NON ▼ Passez à la question 14.</p>
13	IDENTIFICATION DE L'INDICATION THÉRAPEUTIQUE PAR LA REPRÉSENTATION DU PRODUIT	<p>L'indication thérapeutique du produit peut-elle être identifiée par la façon dont le produit est représenté visuellement et/ou verbalement?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ► La publicité est non conforme et sera refusée.</p> <p><input type="checkbox"/> NON ▼ Passez à la question 14.</p>
14	IDENTIFICATION DE L'INDICATION THÉRAPEUTIQUE PAR LA REPRÉSENTATION DE MÉDECINS SPÉCIALISTES	<p>La publicité inclut-elle une référence directe ou implicite à une catégorie de médecins spécialistes (par ex., dermatologue, urologue)?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ► La publicité est non conforme et sera refusée.</p> <p><input type="checkbox"/> NON ▼ Passez à la question 15.</p> <p>Nota : Toute référence à des médecins spécialistes identifiés peut mener à l'identification de l'indication thérapeutique du produit.</p>
15	MESSAGES AVEC MENTION DE MARQUE ET SANS MENTION DE MARQUE DIFFUSÉS SIMULTANÉMENT	<p>Avez-vous prévu de concevoir et de diffuser simultanément une campagne d'information seulement (c'est-à-dire sans mention de marque) au sujet d'une maladie ou d'un état particulier pour lesquels ce médicament d'ordonnance est indiqué?</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ▼ Passez à la question 16.</p> <p><input type="checkbox"/> NON ▼ Passez à la question 17.</p>
16	TRAITEMENT SIMILAIRE DES MESSAGES AVEC MENTION OU SANS MENTION DE MARQUE	<p>Existe-t-il des ressemblances entre la publicité avec mention de marque de ce produit et les communications sans mention de marque au sujet d'une maladie ou d'un état en particulier, quant aux éléments suivants?</p> <p>a. thème ou contexte, b. personnes représentées, c. style – musique, police de caractères, couleurs, arrière-plan, ou d. libellé</p> <p><input type="checkbox"/> OUI ► Si « OUI » à l'un des éléments ci-dessus, la publicité n'est pas conforme et sera refusée. (Voir l'énoncé de politique de Santé Canada intitulé : <i>Campagnes de publicité comprenant des messages avec ou sans mention de marque</i>)</p> <p><input type="checkbox"/> NON ▼ Passez à la question 17.</p>
17	FIN DE LA LISTE DE CONTRÔLE	<p>Vous avez complété avec succès la liste de contrôle et êtes maintenant prêt à soumettre votre publicité à l'examen des Services d'approbation de NCP. Pour soumettre votre demande en ligne, visitez le www.normespub.com/approbation.</p>