



Publicité directe au consommateur

Approuvé par le Conseil d'administration de l'AMC, septembre 2002

Les Canadiens ont le droit d'avoir de l'information sur les médicaments d'ordonnance et d'autres interventions thérapeutiques afin de prendre des décisions éclairées sur leur propre santé. Cette information doit être factuelle et présenter des détails autant sur les effets secondaires et les risques pour la santé que sur les avantages.

Les annonces de médicaments qui s'adressent directement au consommateur, comme celles qui sont permises aux États-Unis, ne fournissent pas d'information optimale sur les médicaments d'ordonnance. Ainsi, nous craignons que la publicité directe au consommateur :

- soit non pas de l'information, mais bien du marketing et présente le médicament d'ordonnance comme un «bien de consommation» plutôt qu'un élément des soins de santé;
- n'informe pas suffisamment le consommateur pour lui permettre de choisir les bons médicaments; par exemple, elle n'informe habituellement pas au sujet d'autres produits ou thérapies qui pourraient servir à traiter le même problème; en outre, elle peut stimuler la demande en exagérant les risques d'une

- maladie et en suscitant des craintes inutiles;
- nuise à la relation entre patients et soignants, par exemple si l'on refuse d'accéder à la demande d'un patient qui souhaite obtenir un médicament annoncé;
- fasse augmenter le coût des soins de santé et mine les efforts déployés par les médecins, les pharmaciens et d'autres intervenants pour promouvoir une pharmacothérapie optimale.

Il faut appuyer les activités des groupes de patients, des prestataires de soins de santé, des gouvernements et des fabricants de produits pharmaceutiques qui visent à produire de l'information objective, fiable et formulée dans un langage accessible à tous au sujet des médicaments d'ordonnance, afin d'assurer que les Canadiens soient en mesure de prendre des décisions éclairées en matière de soins de santé.

Voilà pourquoi :

- nous appuyons la diffusion au public d'information objective, factuelle, fiable et formulée dans un langage accessible à tous au sujet des médicaments d'ordonnance;
- nous nous opposons à la publicité directe au consommateur de médicaments d'ordonnance au Canada.

© 2002 Association médicale canadienne. Vous pouvez, à des fins personnelles non commerciales, reproduire en tout ou en partie, sous quelque forme et par quelque moyen que ce soit, un nombre illimité de copies des énoncés de politique de l'AMC, à condition d'en accorder le crédit à l'auteur original. Pour toute autre utilisation, y compris la republication, la redistribution, le stockage dans un système de consultation ou l'affichage sur un autre site web, vous devez demander explicitement l'autorisation de l'AMC.

Veillez communiquer avec le Coordonnateur des autorisations, Publications AMC, 1867, promenade Alta Vista, Ottawa (Ontario) K1G 3Y6; télécopieur : 613 565-2382; courriel : permissions@cma.ca. Veuillez adresser toute correspondance et demande d'exemplaires supplémentaires au Centre des services aux membres, Association médicale canadienne, 1867, promenade Alta Vista, Ottawa (Ontario) K1G 3Y6; téléphone : 888 855-2555 ou 613 731-8610, poste 2307; télécopieur : 613 236-8864.

La version électronique des politiques de l'AMC est versée sur le site web de l'Association (AMC En direct, adresse www.amc.ca)