

## CIRCULAIRE N°08 DMP / 00 DU

### Objet : réglementation de la publicité des médicaments

il m'a été permis de constater que les dispositions réglementaires relatives à la publicité des médicaments instituées par le décret N°2- 76- 266 du 6 mai 1977 relatif à l'agrément à l'autorisation de débit des spécialités pharmaceutiques et à la publicité des médicaments spécialisés à l'officine et des spécialités pharmaceutiques, ont été perdues de vue.

J'attire utilement votre attention sur les termes des articles 18 et 23 de ce décret qui précisent que :

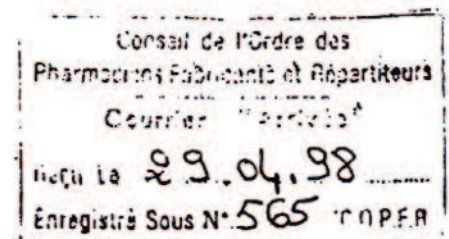
« Aucune publicité concernant les spécialités pharmaceutiques ne peut être faite sans avoir reçu préalablement le visa de publicité délivré par le ministre de la santé ( Direction du Médicament et de la Pharmacie) (Article 18).

« La publicité concernant les spécialités, faite auprès des médecins, médecins vétérinaires, pharmaciens, chirurgiens-dentistes et sages-femmes, est soumise aux dispositions relatives au visa de publicité.

« .....

« Sont dispensés du visa de publicité :

- a) Les prospectus Les fiches techniques ;
- b) Les conditionnement interne et externe ;



c) *Les catalogues ou documents similaires faisant uniquement mention des tarifs ou des conditions de vente des spécialités pharmaceutiques.*

*« Les textes et documents publicitaires mentionnés ci-dessus, dispensés du visa de publicité, doivent obligatoirement faire l'objet d'un dépôt en double exemplaire au ministère de la santé ( Direction du Médicament et de la Pharmacie) par envoi recommandé, préalablement à leur diffusion ». ( Article 23).*

Comme vous le savez, la réglementation de la publicité concernant les médicaments instituée par les dispositions précitées a pour objet de protéger la santé des personnes, qui pourrait être compromise par un abus ou par mauvais usage des médicaments.

La publicité relative aux médicaments doit être exacte, juste et objective et présentée de manière conforme non seulement aux exigences réglementaires en vigueur mais encore aux principes éthiques et déontologiques régissant la profession.

Les affirmations ne devront pas aller au-delà de ce qui est scientifiquement prouvé, et validé ni être tendancieuses de nature à induire en erreur.

Elles doivent être conformes au « résumé des caractéristiques du produit » figurant dans le dossier de l'autorisation de mise sur le marché.

Le matériel promotionnel, notamment les mailing ou les annonces dans les publications médicales ne doit pas chercher à dissimuler sa véritable nature. Il doit être objectif et sans ambiguïté. De toute façon, « la promotion » recherchée doit être compatible avec les préoccupations de santé publique.

Si la publicité se voit consacrée dans son rôle « promotionnel », pour autant, tout un chacun est conscient que le discours publicitaire doit comporter des restrictions quand on a affaire à un produit destiné à entrer dans l'arsenal thérapeutique.

Eu égard de ce qui précède, toute publicité de quelque nature quelle soit, doit être conforme aux prescriptions susvisées, dont l'inobservation sera sanctionnée conformément à la législation en vigueur.

Le Ministre de la Santé

Signature : *[Signature]* EL FASSI

#### AMPLIATIONS :

*Monsieur le Secrétaire Général  
Monsieur l'Inspecteur Général  
Monsieur le Chef de Cabinet  
Messieurs et Mme les directeurs de l'administration centrale.*

#### DESTINATAIRES :

*Monsieur le président du Conseil National de l'ordre des Pharmaciens.  
Monsieur le président du Conseil de l'ordre des Pharmaciens Fabricants et Répartiteurs.  
Monsieur le président de l'Association Marocaine de l'Industrie Pharmaceutique.  
Monsieur le président de la Fédération Marocaine des Syndicats des pharmaciens d'officine.*