

INFORMAZIONE PROFESSIONALE N. 21/2017

22 marzo 2017 – Prot.n. 201700323

ORDINE DEI FARMACISTI DELLA PROVINCIA DI TREVISO

LINEE GUIDA PER PUBBLICITA' SANITARIA DEI MEDICINALI DI AUTOMEDICAZIONE

Rif. Circolare Fofi del 14/03/2017

Si informa che il Ministero della salute, lo scorso 6 marzo, ha aggiornato **le Linee guida per l'utilizzo dei nuovi mezzi di diffusione nella pubblicità sanitaria dei medicinali di automedicazione.**

In particolare, il documento opera una distinzione tra siti web istituzionali (che l'azienda utilizza per promuovere la propria immagine senza alcun intento promozionale dei prodotti), siti aziendali di proprietà, siti di prodotto e, infine, siti non di proprietà.

Al riguardo, il Ministero chiarisce che esclusivamente sui siti web istituzionali può essere pubblicato, senza alcuna richiesta di

autorizzazione, l'elenco dei **SOP e OTC** le cui denominazioni rimandino (con *link* attivabile) al foglio illustrativo ed eventualmente ad un'immagine della confezione.

Negli altri casi, invece, l'impresa deve richiedere al Ministero l'autorizzazione per la comunicazione pubblicitaria, indicando l'indirizzo web del sito dove l'annuncio sarà inserito e circoscrivendo con chiarezza il messaggio pubblicitario e la portata dello stesso.

Le Linee guida disciplinano, inoltre, l'uso della pubblicità sui **social network** prevedendo specifiche regole a tutela del requisito di staticità del



ORDINE DEI
FARMACISTI
DELLA
PROVINCIA DI
TREVISO

Via Cortese 8
31100 TREVISO

Telefono 0422 544873
Fax 0422 412466

E-Mail :

posta@ordinefarmacistitreviso.it

PEC:

ordinefarmacistitv@pec.fofi.it

Sito:

www.ordinefarmacistitreviso.it

Orari di apertura al pubblico:
dal lunedì al giovedì
dalle 10.30 alle 16.00
il venerdì dalle 10.30 alle 14.00

messaggio (garantito dalla legge attraverso l'autorizzazione ministeriale) che rischia di essere compromesso dalla possibilità, per gli utenti, di manifestare le proprie opinioni.

La pubblicità su **Twitter** non è, quindi, consentita mentre su **Facebook** è ammissibile soltanto se inserita nella colonna di destra del "muro" riservata ad annunci e inserzioni statiche, esclusivamente secondo le due formule: testo+immagine singola+link a sito web oppure testo+immagini multiple+link a sito web.

L'utilizzo della piattaforma **Youtube** è, invece, ammissibile previa autorizzazione ministeriale e previa disabilitazione delle

funzionalità di interattività ("mi piace", "condividi" e "commenta"), mentre quello **via sms e mms** è consentito a condizione che l'azienda, all'atto della presentazione della domanda, dichiari che i messaggi verranno diffusi esclusivamente con il consenso del consumatore e che quest'ultimo potrà liberamente revocare in qualsiasi momento il proprio consenso e richiedere la cancellazione di dati, e che nella capienza di un singolo SMS (160 caratteri) siano presenti anche i contenuti minimi previsti dalla legge.

Per la pubblicità effettuata attraverso **link/banner** e altri **frames** è, inoltre, richiesto che l'azienda fornisca uno specifico avvertimento riportando la seguente dicitura: "State

abbandonando il sito Azienda XXXXXX... contenente materiale promozionale autorizzato ai sensi della vigente normativa in materia di pubblicità sanitaria".

Non è mai consentito l'inserimento di un "Numero Verde" all'interno di messaggi pubblicitari.

Quanto, infine, alla comunicazione rivolta agli operatori sanitari, il Ministero chiarisce che, anche nel caso di pubblicità via *internet*, i link alle aree destinate all'informazione degli operatori sanitari devono essere riservati a tali professionisti mediante l'istituzione di aree criptate con accesso tramite password.

IL SEGRETARIO
Lucia Sartori

LA PRESIDENTE
Maria Cama