

Aggiornamento delle linee guida all'utilizzo dei nuovi mezzi di diffusione nella pubblicità sanitaria dei medicinali di automedicazione

1. Siti Web Istituzionali.

Sono i siti di proprietà dell'azienda che promuovono l'immagine o il logo dell'azienda senza alcun intento promozionale dei prodotti. Su tali siti istituzionali è possibile - senza la preventiva autorizzazione del Ministero della Salute - pubblicare l'elenco dei propri medicinali senza obbligo di prescrizione e di automedicazione, le cui denominazioni rimandino (con link attivabile) esclusivamente al Foglio Illustrativo ed, eventualmente, ad un'immagine della confezione.

In tale contesto non deve essere visibile alcun messaggio relativo alle proprietà sanitarie del prodotto, altrimenti si configurerebbe la fattispecie che necessita di autorizzazione.

2. Pubblicità su siti internet di proprietà aziendale.

Nel caso in cui la pubblicità venga effettuata su siti internet di proprietà aziendale, o sotto il diretto controllo dell'azienda (diversi dai siti web relativi ai prodotti), nella domanda di richiesta di autorizzazione del messaggio l'azienda deve inserire l'indirizzo web del sito dove la pubblicità sarà inserita. L'azienda deve inoltre circoscrivere con chiarezza il messaggio pubblicitario e porre una dicitura che specifichi che l'autorizzazione si riferisce solo al messaggio pubblicitario.

Nel caso di siti web relativi ai prodotti l'azienda deve trasmettere al Ministero la mappa del sito indicando le parti relative alla pubblicità che richiede l'autorizzazione. L'azienda deve circoscrivere con chiarezza i messaggi pubblicitari e porre una dicitura che chiarisca che l'autorizzazione si riferisce solo ai messaggi pubblicitari.

3. Pubblicità su siti internet non di proprietà aziendale.

E' possibile pubblicare sul web annunci pubblicitari di medicinali di automedicazione (immagini, script, video, audio), a condizione che questi abbiano ottenuto preventiva autorizzazione da parte del Ministero della Salute.

4. Social network e pubblicità sanitaria.

Il messaggio pubblicitario autorizzato dal Ministero sulla base del parere degli esperti della Sezione pubblicità riveste carattere di staticità, nel senso che non può essere modificato né dall'Azienda titolare del prodotto pubblicizzato, né da altri soggetti.

L'utilizzo del social network - che in via generale consente all'utenza di manifestare le proprie opinioni - per effettuare pubblicità compromette il suddetto requisito di staticità garantito dalla legge attraverso l'autorizzazione.

Tenuto conto, pertanto, che nei social network non è possibile prendere visione delle altre informazioni che - anche se non di carattere promozionale - potrebbero essere diffuse nelle stesse pagine del messaggio autorizzato, l'utilizzo di questi non è consentito salvo le seguenti fattispecie.

Facebook.

E' consentito l'utilizzo della piattaforma Facebook per la diffusione di messaggi pubblicitari (immagine, script, video, audio) esclusivamente nella colonna destra del "muro" del Social Network. Questa tipologia di

inserzione consente l'apposizione di un'immagine e di un testo breve. L'utente, cliccando sull'inserzione, sarà indirizzato verso un sito esterno rispetto a Facebook. In tale ipotesi l'Azienda deve indicare i siti web di destinazione e se gli stessi contengono messaggi pubblicitari già autorizzati.

Questa inserzione è visibile e disponibile solo in modalità desktop (non sulle applicazioni native IOS/Android, vale a dire la APP di Facebook installabile su tablet e smartphone), accedendo a Facebook attraverso browser di ricerca (Explorer, Firefox, Safari, Chrome, ecc.) da PC o dispositivo mobile.

I contenuti che, previa autorizzazione del Ministero, possono essere diffusi tramite inserzioni nella colonna

di destra di Facebook sono i seguenti:

1. Testo + Immagine singola + link a sito web
2. Testo + immagini multiple + link a sito web

Le pagine aziendali presenti su Facebook non possono pubblicare post relativi ai prodotti.

Non è ammessa la diffusione di messaggi pubblicitari attraverso altri social network (ad es. Twitter, Instagram ecc) in quanto tali modalità non consentono di fornire al destinatario in un unico messaggio il contenuto minimo della pubblicità al pubblico dei farmaci.

Canale Youtube

E' consentito l'utilizzo della piattaforma Youtube per la diffusione di messaggi pubblicitari (immagine, script, video, audio) a condizione che questi abbiano ottenuto preventiva autorizzazione da parte del Ministero della Salute e siano disattivate le funzionalità di interattività (mi piace, condividi, commenta).

5. Messaggi Mail, SMS e MMS

E' consentita la diffusione di messaggi pubblicitari autorizzati tramite mail o tramite MMS a condizione che l'azienda all'atto della presentazione della domanda dichiarare che i messaggi verranno diffusi esclusivamente previo consenso del consumatore, e che questi potrà liberamente revocare in qualunque momento il proprio consenso e chiedere la cancellazione dei propri dati.

E' consentita la diffusione di messaggi pubblicitari autorizzati tramite SMS, fermo restando il suddetto consenso del consumatore, se nella capienza di un singolo SMS (160 caratteri) sono presenti anche i contenuti minimi previsti dalla legge .

6. Messaggi pubblicitari contenenti link attivabili

- Link da siti, banners, e altri frames verso altri contenenti, ciascuno materiale promozionale autorizzato dal Ministero, rivolto al grande pubblico, sono consentiti a condizione che l'Azienda responsabile del materiale in rete provveda ad avvertire l'utente con la seguente dicitura: *“state abbandonando il sito Azienda XXXXXX... contenente materiale promozionale autorizzato ai sensi della vigente normativa in materia di pubblicità sanitaria”*. Questa dicitura non è richiesta nel caso il link attivabile rimandi esclusivamente al Foglio Illustrativo ed, eventualmente, ad un'immagine della confezione del medicinale.

- Link da siti, banners, e altri frames contenenti materiale promozionale autorizzato verso altri siti, banners o frames non contenenti materiale promozionale in lingua italiana soggetto ad autorizzazione (ad esempio contenenti informazioni di educazione sanitaria, automedicazione ecc.), sono accettabili a condizione che l'Azienda responsabile del materiale in rete provveda ad avvertire l'utente con dicitura di cui al precedente punto.

- Link da siti, banners, e altri frames contenenti materiale promozionale autorizzato verso altri siti, banners o frames italiani o esteri contenenti materiale promozionale in lingua italiana soggetto ad autorizzazione, ma non autorizzato, non sono accettabili.

7. Numeri Verdi

L'inserimento di un “Numero Verde” all'interno di messaggi pubblicitari non è consentito in quanto tutte le informazioni concernenti l'uso corretto del medicinale sono già presenti nel Foglio Illustrativo, ovvero possono essere fornite dal medico e/o dal farmacista eventualmente consultato.

8. Estensione della pubblicità già autorizzata ad altri mezzi di diffusione.

L'autorizzazione di un messaggio pubblicitario già concessa per uno o più mezzi di diffusione (carta stampata, video, radio ovvero internet) può essere estesa ad un altro mezzo di diffusione, senza che sia necessario proporre una nuova domanda di autorizzazione. A tal fine l'Azienda, che intenda estendere l'autorizzazione ad un altro mezzo di diffusione, deve inoltrare una comunicazione al Ministero della Salute, indicando i riferimenti dell'autorizzazione originaria, il/i mezzi di diffusione per cui si chiede l'estensione dell'autorizzazione originaria.

Alla predetta comunicazione devono essere allegati, in formato telematico, copia del messaggio pubblicitario già autorizzato unitamente alla lettera di autorizzazione ministeriale, nonché copia dell'attestato di pagamento dell'importo della tariffa stabilita per ogni mezzo di diffusione aggiuntivo.

L'estensione dell'autorizzazione ad altro mezzo di diffusione, senza presentazione di nuova domanda di autorizzazione, è consentita unicamente qualora il messaggio pubblicitario, per cui si chiede l'estensione dell'autorizzazione, sia esattamente uguale a quello precedentemente autorizzato e sia destinato ad essere divulgato nella originaria modalità mediale (script, video o audio) per cui era stata concessa l'autorizzazione. La data di scadenza dell'autorizzazione, anche a seguito dell'estensione, sarà comunque quella originariamente determinata in fase di autorizzazione del messaggio, secondo quanto previsto dall'art. 118 commi 8 e 9 del D. Lgs. 219/2006.

L'estensione dell'autorizzazione ad altro mezzo di diffusione avrà effetto decorsi cinque giorni lavorativi dalla data della comunicazione dell'Azienda di cui al primo capoverso del presente paragrafo.

9. L'informazione rivolta agli operatori sanitari è regolamentata da specifiche norme e rientra nelle competenze dell'Agenzia Italiana del Farmaco; essa deve essere accessibile esclusivamente ai predetti operatori, anche quando è diffusa via internet. Pertanto le Aziende devono prevedere l'istituzione di aree

criptate cui si accede con password, da rilasciarsi a medici, farmacisti e altri operatori sanitari, dopo che questi abbiano inviato i dati necessari alla loro individuazione. Ne consegue che, anche nell'ambito dei siti

di libero accesso al grande pubblico, i link verso aree destinate all'informazione degli operatori sanitari devono, comunque, fungere da barriera d'accesso, per coloro che non si configurano come tali.