

Publicité, promotion et vente transfrontières de produits médicaux par Internet

Le Conseil exécutif

RECOMMANDE à la Cinquante et Unième Assemblée mondiale de la Santé d'adopter la résolution suivante :

La Cinquante et Unième Assemblée mondiale de la Santé,

Rappelant la résolution WHA50.4, "Publicité, promotion et vente transfrontières de produits médicaux par Internet", dans laquelle le Directeur général était prié de convoquer un groupe de travail spécial de l'OMS pour formuler des recommandations relatives à la publicité, à la promotion et à la vente transfrontières de produits médicaux par Internet;

Rappelant les résolutions WHA41.17, WHA45.30 et WHA47.16 sur les critères éthiques applicables à la promotion des médicaments;

Reconnaissant l'utilité et les possibilités considérables offertes par les moyens de communication électroniques, dont Internet, pour la diffusion et la recherche d'informations sur les produits médicaux;

Constatant les différences qui existent entre les Etats Membres en matière de réglementation et en matière de publicité, de promotion et de vente de produits médicaux;

Consciente de l'importance de la collaboration entre les Etats Membres et l'OMS, ainsi qu'entre les consommateurs, les professionnels de la santé et l'industrie, en ce qui concerne la publicité, la promotion et la vente transfrontières de produits médicaux par Internet;

Reconnaissant l'importance de la législation, de la réglementation, des directives et des politiques nationales et régionales pour contrôler la publicité, la promotion et la vente de produits médicaux, ainsi que la nécessité de faire respecter ces réglementations;

Consciente par ailleurs de la nécessité d'élaborer et de mettre en oeuvre des mécanismes d'autoréglementation pour établir des principes directeurs concernant de bonnes pratiques d'information, conformes s'il y a lieu aux principes énoncés dans les critères éthiques de l'OMS applicables à la promotion des médicaments;

Sachant également l'importance d'une éducation et d'une formation du public pour faire comprendre l'utilité et la qualité de l'information sur les produits médicaux disponible sur Internet, ainsi que la nécessité d'un usage rationnel des produits médicaux;

Prenant note du rapport et des recommandations du groupe de travail spécial sur la publicité, la promotion et la vente transfrontières de produits médicaux par Internet tels qu'ils figurent dans le rapport du Directeur général;

1. INVITE INSTAMMENT tous les Etats Membres :

1) à passer en revue la législation, la réglementation et les principes directeurs existants afin de vérifier qu'ils sont applicables et adaptés aux questions relatives à la publicité, à la promotion et à la vente transfrontières de produits médicaux par Internet, et à élaborer, évaluer et mettre en oeuvre des stratégies pour suivre et surveiller la situation et faire appliquer la réglementation;

2) à collaborer avec les autres Etats Membres au sujet des problèmes posés par l'utilisation d'Internet, notamment a) la diffusion d'informations sur des cas difficiles, b) la publicité, la promotion et la vente de produits médicaux par Internet, et c) les mesures spécifiques prises dans les pays pour faire respecter la réglementation; à désigner des points de contact pour cette collaboration; et à diffuser ces informations par l'intermédiaire de l'OMS à tous les Etats Membres;

3) de promouvoir l'utilisation d'Internet pour obtenir des informations sur les produits médicaux ainsi que pour assurer la qualité de certaines informations;

2. LANCE UN APPEL à l'industrie, aux professionnels de la santé et aux associations de consommateurs et autres parties intéressées afin :

1) qu'ils encouragent leurs membres, le cas échéant, à promouvoir la formulation et l'application de bonnes pratiques d'information, conformes s'il y a lieu aux principes énoncés dans les critères éthiques de l'OMS applicables à la promotion des médicaments; et

2) qu'ils suivent de près et signalent les cas et les aspects litigieux posés par la publicité, la promotion et la vente transfrontières de produits médicaux par Internet;

3. PRIE le Directeur général :

1) d'encourager la communauté internationale à élaborer des principes d'autoréglementation pour favoriser de bonnes pratiques d'information, conformes aux critères éthiques de l'OMS applicables à la promotion des médicaments;

2) d'élaborer un modèle de guide que pourraient utiliser les Etats Membres pour apprendre aux gens à se servir d'Internet et à obtenir des informations fiables, objectives et compatibles sur les produits médicaux par Internet;

3) de collaborer avec d'autres organisations internationales et institutions compétentes pour toutes les questions relatives aux produits médicaux sur Internet;

4) d'inviter instamment les Etats Membres à mettre en place des mécanismes de contrôle et d'enquête sur la publicité, la promotion et la vente transfrontières de produits médicaux par Internet, ou à renforcer ceux qui existent, et de fournir une assistance technique selon les besoins;

- 5) d'inviter instamment les Etats Membres à prendre des mesures de réglementation, s'il y a lieu, pour sanctionner les violations de leurs lois nationales en matière de publicité, de promotion et de vente de produits médicaux par Internet;
- 6) d'encourager les Etats Membres et les organisations non gouvernementales concernées à signaler à l'OMS les cas et les aspects litigieux de publicité, promotion et vente transfrontières de produits médicaux par Internet et de faire rapport, le cas échéant, aux Etats Membres sur ces problèmes ou d'autres sujets de préoccupation.

Dixième séance, 23 janvier 1998
EB101/SR/10

= = =