

EB41.R24 Publicité pour les produits pharmaceutiques

Le Conseil exécutif,

Considérant l'augmentation constante et rapide du nombre des préparations pharmaceutiques mises sur le marché;

Regrettant que, dans certains cas, des médicaments aient fait l'objet d'informations inexactes leur attribuant des qualités d'efficacité alors qu'ils n'avaient pas encore été soumis à l'indispensable évaluation expérimentale et clinique, voire après cette évaluation, provoquant ainsi bien souvent chez le public des espoirs injustifiés;

Estimant, d'autre part, que, lorsqu'elle n'est pas objective, la publicité des produits pharmaceutiques, soit dans la grande presse, soit dans les émissions de radio ou de télévision, soit par tout autre moyen, est de nature à nuire à la santé publique; et

Tenant compte de la résolution WHA20.35,

1. PREND NOTE avec satisfaction du rapport préliminaire présenté par le Directeur général sur les critères éthiques et scientifiques qui, du point de vue médical, doivent régir la publicité relative aux médicaments; et
2. PRIE le Directeur général, sur la base de l'avant-projet des « Principes applicables à la publicité pour les produits pharmaceutiques », de préparer, à l'intention de la Vingt et Unième Assemblée mondiale de la Santé, un rapport accompagné de toutes recommandations qu'il jugera utiles, et tenant compte des discussions qui ont eu lieu lors de la quarante et unième session du Conseil.