

L'importance du travail du CCPP pour vos membres

Ce document est destiné à aider les organisations à déterminer s'il est dans leur intérêt stratégique de devenir membres du CCPP. Il présente une description de notre organisation, de ses principaux services et de ce que nous voulons réaliser à travers ces services. N'hésitez pas à contacter le commissaire du CCPP, Patrick Massad, à patrickm@paab.ca si vous avez des questions sur la façon dont les intérêts stratégiques de nos organisations respectives sont en phase et comment vous pouvez donner à vos membres une voix dans le travail important du CCPP.

Le Conseil consultatif de publicité pharmaceutique (CCPP) est une association à but non lucratif qui s'efforce de protéger les Canadiens en veillant à ce que la publicité des produits de santé respecte les normes réglementaires, scientifiques, thérapeutiques et éthiques énoncées dans le Code d'acceptation de la publicité.

La vérité dans la promotion des produits de santé est importante car une information de qualité est au cœur des soins de pointe prodigués aux patients.

À quoi s'applique le Code CCPP ?

Le Code d'acceptation de la publicité du CCPP s'applique à :

- La publicité pour les produits de santé biologiques et naturels, avec ou sans ordonnance, destinée aux professionnels de la santé dans tous les médias.
- L'information des patients générée par les fabricants de médicaments en vue de sa diffusion par tout moyen impliquant les professionnels de la santé.

Le CCPP fournit également des services de conseil sur les matériels destinés directement aux consommateurs pour les médicaments sur ordonnance, les médicaments de l'annexe D et les médicaments éthiques de l'annexe.

Qui utilise le système de pré-approbation du CCPP et pourquoi ?

Les fabricants de produits de santé et leurs agences de communication soumettent leur matériel promotionnel par le biais du mécanisme de pré-approbation du CCPP. Ils le font parce que la pré-approbation du CCPP permet de s'assurer que la publicité respecte la réglementation en vigueur. Elle permet également de créer des conditions de concurrence équitables sur le marché :

- ✓ En aidant tous les fabricants à comprendre et à respecter le même ensemble de normes rigoureuses
- ✓ En procédant à des examens sous un angle indépendant et impartial

L'annonceur est autorisé à apposer le logo du CCPP sur les supports publicitaires approuvés. Le logo du CCPP a pour but de signaler que le matériel sur lequel il est apposé a fait l'objet d'un **examen indépendant** afin de répondre à des **normes élevées**.

Bien que la participation au processus de pré-approbation du CCPP soit volontaire pour la majorité des produits de santé, la participation au processus de pré-approbation est fortement recommandée par Santé Canada.

Pourquoi la pré-approbation du CCPP est-elle importante pour des organisations autres que les fabricants de produits de santé et les agences de communication ?

En raison de ce que le sceau d'approbation du CCPP (c'est-à-dire le logo du CCPP), représente pour de nombreuses parties prenantes différentes. Par exemple :

1. Pour les professionnels de la santé, cela signifie que le matériel promotionnel est digne de confiance car :
 - ✓ Toutes les affirmations qu'il contient sont étayées par des preuves valables et représentatives
 - ✓ Les demandes de prestations sont correctement équilibrées avec les informations importantes et pertinentes relatives au risque afin de promouvoir une pharmacothérapie rationnelle
2. Pour les patients, cela signifie que les documents d'information sont dignes de confiance car :
 - ✓ Les informations concernant le produit sont basées sur des informations approuvées par Santé Canada
 - ✓ Les informations sur les maladies sont basées sur des sources faisant autorité
 - ✓ Le ton est plus informatif que promotionnel
3. Pour les régulateurs, cela signifie que les matériaux répondent aux exigences réglementaires car :
 - ✓ Les matériaux sont conformes à l'étiquette approuvée par Santé Canada
 - ✓ Les documents sont véridiques et ne sont ni faux ni trompeurs
4. Pour les éditeurs, les sociétés de médias et les plates-formes, cela signifie que :
 - ✓ La publicité est en phase avec la réglementation applicable
 - ✓ La publicité peut être considérée comme digne de confiance par leurs déclarants ou leurs abonnés

Quels autres rôles clés le CCPP joue-t-il ?

En plus de la pré-approbation, le CCPP statue sur les plaintes relatives à la publicité des fabricants de médicaments et des professionnels de la santé. Le CCPP surveille également de manière proactive la publicité sur le marché.

Les systèmes de plainte et de suivi complètent le mécanisme de pré-approbation. La pré-approbation joue un rôle préventif car elle vise à garantir que les infractions au code du CCPP sont traitées avant que la publicité ne soit diffusée aux professionnels de la santé. En revanche,

les systèmes de plaintes et de surveillance jouent un rôle réactif/correctif. Ils constituent un filet de sécurité supplémentaire en identifiant et en traitant les infractions au code du CCPP dans les documents publicitaires mis en circulation.

Le CCPP dispense également des formations sur la réglementation de la publicité et fournit des évaluations consultatives.

Qui sont les membres de CCPP ?

Si le travail du CCPP a un impact sur vos membres, demandez-vous si votre organisation devrait rejoindre la liste des membres du CCPP :

- Best Medicines Coalition
- BIOTECanada
- Canadian Association of Medical Publishers (CAMP)
- Association canadienne du médicament générique (ACMG)
- Association médicale canadienne (AMC)
- Association des pharmaciens du Canada
- Consumer Council of Canada
- Médicaments novateurs Canada
- Food, Health & Consumer Products of Canada (FHCP)

Le CCPP maintient un équilibre entre la représentation à l'intérieur et à l'extérieur de l'industrie des produits de santé, tant dans sa composition que dans son conseil d'administration. Santé Canada participe également aux réunions du conseil d'administration du CCPP dans un rôle consultatif.

Comment puis-je lancer la procédure de demande d'adhésion ?

Rédigez une lettre sur papier à en-tête officiel indiquant l'intérêt de votre organisation à devenir membre du CCPP. Cette lettre doit :

- Être signée par le président/directeur général de l'organisation ou par un autre haut fonctionnaire.
- Désigner un représentant volontaire qui votera, au nom de son organisation, lors de la réunion annuelle des membres du CCPP.
- Être accompagnée d'informations générales sur le volontaire (par exemple, curriculum vitae ou résumé de l'expérience/des compétences/des intérêts).
- Être envoyée par courriel au commissaire du CCPP à l'adresse suivante : patrickm@paab.ca

Il n'y a pas de frais d'adhésion. Les dépenses pré-approuvées liées à la participation aux réunions sont remboursées.