

Madame Anne Rochon Ford
Action pour la protection de la santé des femmes
C.P. 291, Succursale Q
Toronto (Ontario) M4V 2M1

Madame,

J'ai bien reçu votre lettre du 22 janvier 2004 concernant la campagne publicitaire sur les tests de cholestérol. Je tiens d'abord à m'excuser d'y répondre si tardivement.

La campagne susmentionnée constitue une invitation lancée aux patients. Elle répond aux critères sur les messages non promotionnels énoncés par Santé Canada dans la politique *Distinction entre les activités publicitaires et les autres activités* (www.hc-sc.gc.ca/hpfb-dgpsa/tpd-dpt/advsactv_f.html). Elle n'est donc pas assujettie à la *Loi sur les aliments et drogues* et au règlement y afférent, qui définissent ainsi la publicité : « la présentation, par tout moyen, d'un aliment, d'une drogue, d'un cosmétique ou d'un instrument en vue d'en stimuler directement ou indirectement l'aliénation, notamment par vente ». La campagne en question ne recommande aucun médicament, hypocholestérolémiant ou autre, et ne mentionne aucun produit pharmaceutique ou fabricant de tels produits. Il ne s'agit donc pas d'un message publicitaire puisqu'on n'encourage pas la prise inutile d'un médicament pouvant causer des préjudices aux consommateurs.

L'élaboration et le financement de telles campagnes ne posent aucun problème si l'on respecte les critères établis par Santé Canada. Si le fabricant communique des renseignements sur une affection ou un trouble de santé particulier sans faire la promotion d'un de ses produits pharmaceutiques, il peut utiliser un énoncé générique (« Campagne commanditée par l'une des sociétés pharmaceutiques canadiennes axées sur la recherche », par exemple) au lieu de préciser sa raison sociale, ce qui permettrait, indirectement, d'identifier un médicament spécifique. Un tel énoncé n'est pas trompeur; il informe simplement les consommateurs qu'une société pharmaceutique commandite le message en question.

Cela dit, Santé Canada examinera ce dossier. Le Ministère analysera plus particulièrement les allégations suivantes : le fabricant transmettrait de l'information trompeuse sur les risques d'affections cardiovasculaires et exagérerait les risques d'hypercholestérolémie chez les personnes n'ayant jamais eu de maladies cardiovasculaires. Cette campagne n'enfreint pas la *Loi sur les aliments et drogues* et le règlement y afférent. Si vous acceptez que la société pharmaceutique soit saisie de votre plainte, veuillez le confirmer par lettre à l'adresse suivante :

Chef, Section de la réglementation de la publicité et de la communication des risques
Direction des produits de santé commercialisés
Pré Tunney
Ottawa (Ontario) K1A 0K9

Télécopieur : (613) 948-7996

Vous avez joint à votre lettre une copie de la plainte déposée auprès de l'organisme Normes canadiennes de la publicité, qui veille à l'application du *Code canadien des normes de la publicité*. Si vous désirez en appeler de sa décision, veuillez communiquer avec :

Madame Janet Feasby
Directrice, Communications et Affaires publiques
Sections des normes
175, rue Bloor Est
Tour Sud, pièce 1801
Toronto (Ontario) M4W 3R8

Téléphone : (416) 961-6311, poste 243
Télécopieur : (416) 961-7904

Santé Canada effectue un examen complet de sa législation sur la protection de la santé dans le but de remplacer des lois caduques par un nouveau cadre législatif mieux adapté à la technologie et à la société modernes. Certaines des consultations publiques qui ont eu lieu dans le cadre de ce projet de réforme portaient sur la publicité s'adressant directement aux consommateurs. Santé Canada juge essentiel de fournir aux consommateurs de l'information objective et mesurée afin qu'ils puissent prendre des décisions éclairées en matière de santé. La santé et la sécurité des Canadiennes et des Canadiens sont d'ailleurs un élément prioritaire de la réforme entreprise par Santé Canada. Vous trouverez de plus amples informations sur la Refonte de la législation sur la protection de la santé au www.hc-sc.gc.ca.

À Santé Canada, nous nous employons à réduire au minimum les risques pour la santé tout en développant au maximum la protection offerte par le mécanisme de réglementation. Ceci implique, forcément, veiller à ce que l'information transmise à la population canadienne soit juste, honnête et vraie.

Je vous remercie d'avoir attiré mon attention sur cette campagne et vous prie d'agréer, Madame, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

[signature]

Pierre S. Pettigrew