



VIA MAIL

SITO sì

IFO sì

**Ai Presidenti degli Ordini
dei farmacisti**

**Ai Componenti
il Comitato Centrale**

Loro Sedi

Si informa che il Ministero della salute, lo scorso 6 marzo, ha aggiornato le Linee guida per l'utilizzo dei nuovi mezzi di diffusione nella pubblicità sanitaria dei medicinali di automedicazione (All. 1).

In particolare, il documento opera una distinzione tra siti *web* istituzionali (che l'azienda utilizza per promuovere la propria immagine senza alcun intento promozionale dei prodotti), siti aziendali di proprietà, siti di prodotto e, infine, siti non di proprietà.

Al riguardo, il Ministero chiarisce che esclusivamente sui siti *web* istituzionali può essere pubblicato, senza alcuna richiesta di autorizzazione, l'elenco dei SOP e OTC le cui denominazioni rimandino (con *link* attivabile) al foglio illustrativo ed eventualmente ad un'immagine della confezione.

Negli altri casi, invece, l'impresa deve richiedere al Ministero l'autorizzazione per la comunicazione pubblicitaria, indicando l'indirizzo *web* del sito dove l'annuncio sarà inserito e circoscrivendo con chiarezza il messaggio pubblicitario e la portata dello stesso.

Le Linee guida disciplinano, inoltre, l'uso della pubblicità sui *social network* prevedendo specifiche regole a tutela del requisito di staticità del messaggio (garantito dalla legge attraverso l'autorizzazione ministeriale) che rischia di essere compromesso dalla possibilità, per gli utenti, di manifestare le proprie opinioni.

La pubblicità su **Twitter** non è, quindi, consentita mentre su **Facebook** è ammissibile soltanto se inserita nella colonna di destra del "muro" riservata ad annunci e inserzioni statiche, esclusivamente secondo le due formule: testo+immagine singola+link a sito *web* oppure testo+immagini multiple+link a sito *web*.

Federazione Ordini Farmacisti Italiani

00185 ROMA – VIA PALESTRO, 75 – TELEFONO (06) 4450361 – TELEFAX (06) 4941093
CODICE FISCALE n° 00640930582

PEC: posta@pec.fofi.it - e-mail: posta@fofi.it - sito: www.fofi.it

L'utilizzo della piattaforma **Youtube** è, invece, ammissibile previa autorizzazione ministeriale e previa disabilitazione delle funzionalità di interattività (“*mi piace*”, “*condividi*” e “*commenta*”), mentre quello **via sms e mms** è consentito a condizione che l'azienda, all'atto della presentazione della domanda, dichiari che i messaggi verranno diffusi esclusivamente con il consenso del consumatore e che quest'ultimo potrà liberamente revocare in qualsiasi momento il proprio consenso e richiedere la cancellazione di dati.

Per la pubblicità effettuata attraverso **link/banner** e altri **frames** è, inoltre, richiesto che l'azienda fornisca uno specifico avvertimento riportando la seguente dicitura: “*State abbandonando il sito Azienda XXXXXX... contenente materiale promozionale autorizzato ai sensi della vigente normativa in materia di pubblicità sanitaria*”.

Quanto, infine, alla comunicazione rivolta agli operatori sanitari, il Ministero chiarisce che, anche nel caso di pubblicità via *internet*, i *link* alle aree destinate all'informazione degli operatori sanitari devono essere riservati a tali professionisti mediante l'istituzione di aree criptate con accesso tramite *password*.

Cordiali saluti.

Roma, 14 marzo 2017

All. 1