



Ministero della Salute

DIREZIONE GENERALE DEI DISPOSITIVI MEDICI E DEL SERVIZIO FARMACEUTICO

UFFICIO II

Aggiornamento delle linee guida per la pubblicità a mezzo Social network degli OTC

L'aggiornamento delle linee guida recentemente adottate in data 6 febbraio 2017 per la pubblicità sanitaria dei medicinali di automedicazione, limitatamente ai messaggi pubblicati sui social network, deriva dall'esigenza manifestata dalle Associazioni di settore di poter utilizzare in modo più ampio *facebook*, *youtube* ed *instagram* per la divulgazione dei messaggi pubblicitari.

Se da un lato l'utilizzo dei social network consente di raggiungere facilmente un pubblico sempre più vasto, dall'altro comporta il rischio che le informazioni contenute nel messaggio possano essere alterate attraverso le funzioni di interattività proprie di questo tipo di siti web.

La Sezione per il rilascio delle licenze per la pubblicità sanitaria (lett.e) del Comitato Tecnico Sanitario, nell'ottica della tutela della salute dei consumatori, ha proceduto a tal riguardo ad espletare un'approfondita analisi di tali rischi ritenendo ammissibile l'utilizzo di social network solo entro specifici limiti.

Nella seduta del 25 luglio 2017 il testo delle linee guida allegato alla presente è stato definitivamente approvato tenendo in considerazione, nel rispetto della tutela della salute dei cittadini, le esigenze manifestate dalle aziende farmaceutiche e le opportunità tecnologiche offerte da specifici social network.

Si auspica che questo aggiornamento possa agevolare il lavoro degli operatori professionali di settore nell'ottica della salvaguardia del consumatore/paziente da informazioni che potrebbero incidere negativamente sulla sua capacità di partecipare in modo consapevole alla cura delle patologie di cui portatore.

IL DIRETTORE GENERALE
Dott.ssa Marcella Marletta

Roma, 25/7/2017

Aggiornamento delle linee guida per la pubblicità a mezzo Social network degli OTC

Social network e pubblicità sanitaria.

Il messaggio pubblicitario autorizzato dal Ministero sulla base del parere degli esperti della Sezione pubblicità riveste carattere di staticità, nel senso che non può essere modificato né dall'Azienda titolare del prodotto pubblicizzato, né da altri soggetti.

L'utilizzo del social network - che in via generale consente all'utenza di manifestare le proprie opinioni - per effettuare pubblicità compromette il suddetto requisito di staticità garantito dalla legge attraverso l'autorizzazione.

Tenuto conto, pertanto, che nei social network non è possibile prendere visione delle altre informazioni che - anche se non di carattere promozionale - potrebbero essere diffuse nelle stesse pagine del messaggio autorizzato, l'utilizzo di questi non è consentito salvo le seguenti fattispecie.

Facebook.

È consentito l'utilizzo della piattaforma Facebook per la diffusione di messaggi pubblicitari (immagine, script, video, audio) sul "muro", anche in modalità "app/mobile", esclusivamente a condizione che l'Azienda garantisca le seguenti limitazioni alla fruizione del social network:

Funzionalità "commenta" e le reazioni (like, emoticon) disabilitate.

Considerato che la funzione di condivisione non può essere tecnicamente disabilitata, tutti i messaggi dovranno contenere il seguente disclaimer: *Il Ministero della salute autorizza esclusivamente il contenuto del messaggio pubblicitario. Eventuali commenti sono di esclusiva responsabilità dell'utente, l'azienda si dissocia dai commenti degli utenti)*

Il messaggio pubblicitario non deve essere visibile sulla pagina Facebook aziendale dove può essere pubblicata solo la pubblicità istituzionale (riconoscibile da un apposito segno di spunta azzurro che facebook pubblica sulle pagine ufficiali).

È consentito includere un link che dall'inserzione pubblicitaria su facebook conduca al sito internet di prodotto esterno alla piattaforma se autorizzato dal Ministero della Salute.

È consentito l'utilizzo della piattaforma Facebook per la diffusione di messaggi pubblicitari (immagine, script, video, audio) nella colonna destra del "muro" del Social Network. Questa tipologia di inserzione consente l'apposizione di un'immagine e di un testo breve. L'utente, cliccando sull'inserzione, sarà indirizzato verso un sito esterno rispetto a Facebook. In tale ipotesi l'Azienda deve indicare i siti web di destinazione e se gli stessi contengono messaggi pubblicitari già autorizzati.

Questa inserzione è visibile e disponibile solo in modalità desktop (non sulle applicazioni native IOS/Android, vale a dire la APP di Facebook installabile su tablet e smartphone), accedendo a Facebook attraverso browser di ricerca (Explorer, Firefox, Safari, Chrome, ecc.) da PC o dispositivo mobile.

I contenuti che, previa autorizzazione del Ministero, possono essere diffusi tramite inserzioni nella colonna di destra di Facebook sono i seguenti:

1. Testo + Immagine singola + link a sito web
2. Testo + immagini multiple + link a sito web

Le pagine aziendali presenti su Facebook non possono pubblicare post relativi ai prodotti.

Canale Youtube

E' consentito l'utilizzo della piattaforma Youtube per la diffusione di messaggi pubblicitari (immagine, script, video, audio) a condizione che questi abbiano ottenuto preventiva autorizzazione da parte del Ministero della Salute e siano rispettate le seguenti condizioni.

Disabilitare l'opzione "consenti commenti": disabilitando questa impostazione il titolare del contenuto ha la possibilità di disabilitare (per ciascun video caricato) i commenti di utenti terzi all'interno della "watch page" di YouTube relativa a quel video;

Disabilitare l'opzione "gli utenti vedono i voti di questo video": disabilitando questa impostazione si impedisce agli utenti di visualizzare il contatore dei "likes" e dei "dislikes" . Per chiarezza, si specifica che resta la possibilità per il singolo utente di apporre un "like" o un "dislike" al video in questione (tramite l'interfaccia della watch page YouTube) ma il relativo conteggio numerico non verrà visualizzato;

Disabilitare l'opzione "consenti incorporamento": disabilitando questa impostazione si impedisce che un utente - sia mediante l'utilizzo del tasto "condividi" , sia mediante un "copia e incolla" dell'URL (link) del video - possa rendere il contenuto del video fruibile al di fuori della "watch page" di YouTube. Pur restando quindi la possibilità per gli utenti di effettuare una condivisione del video, non è possibile visualizzare il contenuto di quel video al di fuori della watch page YouTube - sia che la condivisione sia avvenuta tramite il tasto "condividi" sia che sia avvenuta tramite un "copia e incolla" dell'URL (link).

L'immagine statica dei video (Thumbnail) deve contenere la rappresentazione grafica del prodotto e/o la rappresentazione del bollino di riconoscimento per i medicinali non soggetti a ricetta medica di cui al decreto del Ministro della salute 1° febbraio 2002, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 33 del 8 febbraio 2002.

Sono consentiti video autorizzati in modalità Pre-roll trasmessi prima dei video di contenuto ricercati dall'utente.

Instagram

Non è ammessa la diffusione di messaggi pubblicitari attraverso Instagram, fatta salva la modalità di seguito descritta.

È consentito inserire immagini o brevi video pubblicitari autorizzati nella sezione “Storie” dove gli utenti, nel visualizzare tali immagini/video, non hanno la possibilità di commentarli, esprimere reazioni o condividerli.

Nella visualizzazione del video, cliccando su “scopri di più”, è possibile essere ricondotti direttamente al sito di prodotto esterno, preventivamente autorizzato dal Ministero.