REPÚBLICA PORTUGUESA

AGRICULTURA E MAR





2026

PUBLICIDADE DE MEDICAMENTOS VETERINÁRIOS

PERGUNTAS FREQUENTES
FAQs





dgav
Direção Geral de Alimentação e Veterinária

REPÚBLICA PORTUGUESA
AGRICULTURA E MAR

dgav Direção Geral de Alimentação e Veterinária

Questões frequentes - FAQ

PUBLICIDADE DE MEDICAMENTOS VETERINÁRIOS

Atualizado em outubro de 2026

versão 02 2026

Nome d@ Autor(a)

Direção-Geral de Alimentação e Veterinária

índice

Definição de Publicidade 6

Diferença entre publicidade e material educativo 6

Promoção de medicamentos sem AIM e após parecer positivo do CVMP 6

Artigos científicos com informações não consentâneas com o RCMV 7

Publicidade comparativa e marcas comerciais 7

Materiais promocionais contendo publicidade comparativa de medicamentos não sujeitos a receita médico-veterinária destinados a detentores de animais e ao público em geral 8

Menção dos nomes dos medicamentos veterinários no patrocínio de eventos promocionais destinados a detentores de animais e ao público em geral 8

Advertências a incluir nos materiais promocionais 9

Registos da publicidade realizada pelo titular da AIM 9

Responsabilidade do titular da AIM relativamente às amostras fornecidas 10

Publicidade de medicamentos veterinários contendo elementos não conformes com as informações constantes do RCMV 10

Publicidade de medicamentos veterinários junto do público em geral 11

Campanhas de informação sobre doenças animais 11

Conteúdo educativo e publicidade 12

Menção ao nome comercial de um medicamento numa campanha de literacia em saúde 12

Requisitos gerais aplicáveis à publicidade 12

Menções como «o melhor», «o mais eficaz» ou «sem riscos» 13

Divulgação de informação promocional relativa a medicamentos sujeitos a receita médico-veterinária em hospitais ou clínicas veterinárias 13

Venda à distância de medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária 14

Utilização de logótipos de entidades públicas em publicidade 14

Responsabilidade pelo cumprimento da legislação da publicidade 14

Consequências do incumprimento das regras de publicidade 15

Dispensadores e materiais promocionais de medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária para exposição em CAMV 15

QR Code que permita aceder a informação sobre um medicamento veterinário numa clínica veterinária 16

QR Codes de medicamentos veterinários disponibilizados em clínicas veterinárias 16

Folhetos destinados a médicos veterinários em clínicas com acesso ao público (fiquei aqui)* 17

Documentação técnica ou promocional destinada a médicos veterinários disponível na receção das clínicas veterinárias 17

Distinção entre informação dirigida aos tutores de animais e informação dirigida aos médicos veterinários..... 18

Informação acessível apenas através de QR Code..... 18

Cuidados a adotar pelas clínicas veterinárias na disponibilização de informação sobre medicamentos veterinários 19

Referência à duração do tratamento na publicidade dirigida aos profissionais de saúde animal 19

Utilização de logótipos, imagens ou menções identificativas de medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária 20

Utilização da palavra «seguro» em materiais promocionais 20

Utilização da palavra «novo» em materiais promocionais 20

Utilização de expressões superlativas em materiais promocionais 21

Alterações das embalagens exteriores ou advertências no âmbito da farmacovigilância veterinária..... 21

Publicidade em revistas e informação obrigatória do RCMV 22

Utilização do nome comercial de uma gama de medicamentos destinada ao público em geral 22

Utilização de médicos veterinários ou peritos em publicidade dirigida ao público em geral 23

Publicidade online de medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária 23

Responsabilidade pela publicidade efetuada por PVMV, farmácias ou CAMV 24

Definição de Publicidade

É considerada publicidade aos medicamentos veterinários, qualquer forma de representação de medicamentos veterinários com o objetivo de promover o fornecimento, a distribuição, a venda, a prescrição ou a utilização de medicamentos veterinários, incluindo também o fornecimento de amostras e patrocínios.

O presente documento baseia-se no Regulamento (UE) 2019/6, que constitui o enquadramento jurídico europeu diretamente aplicável em matéria de medicamentos veterinários, e nas disposições nacionais complementares constantes do DL n.º 148/2008 (na redação em vigor), incluindo as relativas à publicidade e ao respetivo regime sancionatório.

Diferença entre publicidade e material educativo

A publicidade tem uma finalidade promocional e procura incentivar a utilização de um medicamento veterinário. O material educativo ou científico tem um objetivo informativo, formativo ou de divulgação de conhecimento, sem promover, direta ou indiretamente, um medicamento específico.

(Base legal: n.º 40 do art. 4.º e art. 119º do Regulamento (UE) 2019/6)

Promoção de medicamentos sem AIM e após parecer positivo do *CVMP*

Apenas os medicamentos veterinários autorizados ou registados num Estado-Membro podem ser objeto de publicidade nesse Estado-Membro.

É proibida a publicidade de medicamentos veterinários que não disponham de autorização de introdução no mercado ou registo.

Entende-se por autorização de introdução no mercado o ofício de aprovação emitido pela DGAV para os medicamentos veterinários registados pelos procedimentos nacional, de reconhecimento mútuo ou descentralizado, e a Decisão da Comissão Europeia, conjuntamente com o código nacional, para os medicamentos veterinários registados pelo procedimento centralizado.

Os medicamentos veterinários autorizados pelo procedimento centralizado são aprovados pela Comissão Europeia. Assim, apenas após essa aprovação poderá ser realizada publicidade ao medicamento veterinário.

(Base legal: art. 119º do Regulamento (UE) 2019/6 e nº 1 do art. 103.º do Republicado DL 148/2008)

Artigos científicos com informações não consentâneas com o RCMV

A divulgação de artigos científicos que contenham informações não coincidentes com as condições de utilização aprovadas no Resumo das Características do Medicamento Veterinário (RCMV) deve ser avaliada em função do conteúdo, da finalidade e do contexto em que ocorre.

A resposta a pedidos específicos de informação científica formulados por médicos veterinários deve ser distinguida da divulgação de artigos científicos enquanto instrumento de promoção de um medicamento veterinário.

A disponibilização espontânea de artigos científicos por titulares de autorizações de introdução no mercado ou pelos seus representantes poderá configurar publicidade quando, atendendo ao seu conteúdo e contexto, tenha por objetivo promover a prescrição ou utilização de um medicamento veterinário.

Quando os artigos científicos sejam utilizados em materiais ou ações promocionais, a informação divulgada deve respeitar as condições da autorização de introdução no mercado e não pode sugerir indicações terapêuticas, espécies-alvo, dosagens ou condições de utilização diferentes das aprovadas.

(Base legal: art. 104.º do Republicado DL 148/2008)

Publicidade comparativa e marcas comerciais

Na publicidade comparativa não podem ser referidas as marcas comerciais nem os nomes dos medicamentos utilizados na comparação, devendo apenas ser referidas as respetivas substâncias ativas.

A publicidade comparativa apenas é autorizada para medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária, desde que seja fundamentada em trabalhos científicos de reconhecida idoneidade e mencione as respetivas referências bibliográficas.

Sendo este tipo de publicidade autorizado apenas para medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária, só pode ser dirigida a profissionais de saúde animal.

(Base legal: art. 102º e 103.º do Republicado DL 148/2008)

Materiais promocionais contendo publicidade comparativa de medicamentos não sujeitos a receita médico-veterinária destinados a detentores de animais e ao público em geral

É proibida a publicidade comparativa, de medicamentos sujeitos e não sujeitos a receita médica junto dos detentores de animais e do público em geral.

(Base legal: nº 3 do art. 102º e alínea b) do nº 2 do art. 103.º do Republicado DL 148/2008)

Menção dos nomes dos medicamentos veterinários no patrocínio de eventos promocionais destinados a detentores de animais e ao público em geral

É proibida a publicidade junto dos detentores de animais e do público em geral quando os medicamentos veterinários estejam sujeitos a receita médico-veterinária.

É igualmente proibida a menção ao nome de um medicamento veterinário não sujeito a receita médico-veterinária no patrocínio de qualquer iniciativa, salvo se essa menção for efetuada nos termos do n.º 1 do artigo 105.º do republicado Decreto – Lei nº 148/2008.

Não é permitida a denominada publicidade recordatória para medicamentos veterinários não sujeitos a receita médico-veterinária. A publicidade deve cumprir sempre os requisitos mínimos legalmente estabelecidos.

(Base legal: alíneas a) e d) do nº 2 do art. 103.º e art. 105.º do Republicado DL 148/2008)

Advertências a incluir nos materiais promocionais

Os materiais promocionais devem incluir as respetivas advertências.

A secção do RCMV que deve ser referida nos materiais promocionais é a secção 4.4. "Advertências especiais para cada espécie-alvo", bem como outras advertências consideradas relevantes para a utilização prudente do medicamento veterinário.

(Base legal: alínea c) do nº 2 do art. 102º e alínea d) do nº 4 do art. 104.º do Republicado DL 148/2008)

Registos da publicidade realizada pelo titular da AIM

O titular de uma autorização de introdução no mercado, ou o seu representante, deve manter registos de toda a publicidade realizada.

O titular de uma autorização de introdução no mercado ou registo é obrigado a manter registos de toda a publicidade realizada, mencionando os destinatários, o modo e a data da sua difusão.

O material promocional deve:

- Ser revisto pelo menos aquando da emissão de uma nova versão do RCMV;
- Ser revisto e aprovado pelo departamento técnico;
- Possuir uma referência que assegure a sua rastreabilidade.

(Base legal: artigo 106.º do Republicado DL 148/2008)

Responsabilidade do titular da AIM relativamente às amostras fornecidas

O titular de uma autorização de introdução no mercado deve criar um sistema adequado de controlo e responsabilização relativamente às amostras fornecidas.

O sistema de controlo deve garantir a rastreabilidade do medicamento. Devem ser mantidos registos contendo o número do lote, prazo de validade, quantidade, nome do medicamento veterinário e identificação do médico veterinário destinatário da(s) amostra(s), bem como a data de receção e a assinatura, ou documento equivalente, que comprove a receção das amostras.

As amostras gratuitas apenas podem ser cedidas, a título excecional, a médicos veterinários, nas seguintes condições:

- Não excederem um número limitado de amostras de cada medicamento veterinário;
- Conterem as menções «Amostra gratuita» e «Venda proibida», ou outras equivalentes.

Os medicamentos veterinários antimicrobianos não podem ser distribuídos para fins promocionais sob a forma de amostras gratuitas nem em qualquer outra apresentação promocional.

(Base legal: alínea b) do art. 106.º e n.º 6 do art. 104 do Republicado DL 148/2008 e do n.º 9 do artigo 119.º do Regulamento (UE) 2019/6 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de dezembro de 2018.

Publicidade de medicamentos veterinários contendo elementos não conformes com as informações constantes do RCMV

A publicidade deve conter apenas elementos conformes com as informações constantes do RCMV.

O mesmo número determina ainda que a publicidade aos medicamentos veterinários deve ser verdadeira, correta, atual, verificável e promover a sua utilização racional, de forma objetiva e sem exagerar as suas propriedades.

Neste contexto, é proibida qualquer publicidade que sugira indicações, espécies-alvo, dosagens, vias de administração ou condições de utilização que não constem dos termos autorizados do RCMV.

O recurso à cascata constitui uma ferramenta terapêutica exclusiva da responsabilidade do médico veterinário, estando sujeito às condições legalmente previstas, nomeadamente à inexistência de medicamentos veterinários autorizados para a espécie e indicação em causa e à necessidade de evitar sofrimento inaceitável ao animal.

Importa ainda salientar que não devem ser retiradas e divulgadas isoladamente frases ou excertos do RCMV. Mesmo quando uma afirmação conste do RCMV, a sua utilização fora do contexto em que foi aprovada pode conduzir a interpretações erróneas e configurar publicidade enganosa.

(Base legal: alínea c) do n.º 2 do artigo 102.º do Republicado DL 148/2008 e do n.º 4 do artigo 119.º do Regulamento (UE) 2019/6

Publicidade de medicamentos veterinários junto do público em geral

Os medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária não podem ser publicitados junto dos detentores de animais nem do público em geral.

A promoção destes medicamentos encontra-se reservada aos médicos veterinários e a outros profissionais legalmente habilitados.

(Base legal: alínea a) do nº 2 do art. 103.º do Republicado DL 148/2008)

Campanhas de informação sobre doenças animais

Podem ser realizadas campanhas de informação e de literacia em saúde animal sobre doenças, prevenção, diagnóstico, bem-estar animal ou boas práticas de utilização de medicamentos, desde que essas campanhas não promovam, direta ou indiretamente, medicamentos veterinários específicos nem permitam a sua identificação.

(Base legal: nº 40 do art. 4.º do Regulamento (UE) 2019/6)

Conteúdo educativo e publicidade

Um conteúdo aparentemente educativo pode ser considerado publicidade quando, na prática, incentive a utilização de um medicamento veterinário.

Tal poderá ocorrer, designadamente, quando:

- Destaca excessivamente uma determinada opção terapêutica;
- Utiliza linguagem promocional;
- Faz referência a tratamentos facilmente identificáveis;
- É concebido de forma a induzir a procura, prescrição ou utilização de um medicamento veterinário.

  (Base legal: n.º 40 do art. 4.º do Regulamento (UE) 2019/6)

Menção ao nome comercial de um medicamento numa campanha de literacia em saúde

A referência a nomes comerciais ou a quaisquer elementos que permitam identificar um medicamento veterinário pode transformar uma ação de literacia em saúde numa ação publicitária, ficando sujeita às restrições legais aplicáveis à publicidade de medicamentos veterinários.

(Base legal: n.º 40 do art. 4.º do Regulamento (UE) 2019/6 e art. 103.º do Republicado DL 148/2008)

Requisitos gerais aplicáveis à publicidade

Toda a publicidade a medicamentos veterinários deve ser:

- Verdadeira;
- Objetiva;
- Atual;

- Verificável;
- Baseada na informação aprovada para o medicamento veterinário;
- Compatível com a sua utilização racional.

A publicidade não pode exagerar os benefícios nem minimizar os riscos associados à utilização do medicamento.

(Base legal n.º 2 do art. 102.º, do Republicado DL 148/2008)

Menções como «o melhor», «o mais eficaz» ou «sem riscos»

Expressões que sugiram superioridade absoluta, ausência de riscos ou eficácia garantida não são compatíveis com os princípios da publicidade responsável e podem induzir os destinatários em erro.

Por esse motivo, estas menções não são admissíveis em publicidade a medicamentos veterinários.

(Base legal: art. 102.º, n.º 2 do Republicado DL 148/2008)

Divulgação de informação promocional relativa a medicamentos sujeitos a receita médico-veterinária em hospitais ou clínicas veterinárias

Não pode existir divulgação de informação promocional relativa a medicamentos sujeitos a receita médico-veterinária junto do público em geral.

A divulgação pública deste tipo de informação constitui uma infração à legislação aplicável à publicidade de medicamentos veterinários.

(Base legal: art. 103.º do Republicado DL 148/2008)

Venda à distância de medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária

A venda à distância de medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária não é permitida.

A venda à distância apenas é autorizada para medicamentos veterinários não sujeitos a receita médico-veterinária e por entidades devidamente autorizadas para o efeito.

(Base legal: arts. 104.º e 120.º do Regulamento (UE) 2019/6)

Utilização de logótipos de entidades públicas em publicidade

A utilização de logótipos, símbolos oficiais ou outros elementos identificativos de entidades públicas pode induzir o público em erro quanto à existência de apoio institucional, recomendação ou aprovação oficial.

Assim, a sua utilização em materiais publicitários não é permitida, salvo quando exista autorização expressa da entidade competente.

(Base legal: nº 2 do art. 102.º do Republicado DL 148/2008)

Responsabilidade pelo cumprimento da legislação da publicidade

A responsabilidade pelo cumprimento da legislação aplicável à publicidade de medicamentos veterinários recai sobre as entidades que promovem, patrocinam ou divulgam a comunicação, incluindo titulares de autorização de introdução no mercado, distribuidores por grosso, estabelecimentos de venda a retalho de veterinários e quaisquer outros intervenientes envolvidos na sua divulgação.

(Base legal: art. 106.º do Republicado DL 148/2008)

Consequências do incumprimento das regras de publicidade

O incumprimento das normas relativas à publicidade de medicamentos veterinários pode dar origem a:

- Notificações para correção, alteração ou remoção dos conteúdos;
- Processos de contraordenação;
- Aplicação de coimas;
- Outras medidas legalmente previstas.

Base legal: art. 122.º e regime contraordenacional do Republicado DL 148/2008)

Dispensadores e materiais promocionais de medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária para exposição em CAMV

O titular da autorização de introdução no mercado pode promover medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária junto dos médicos veterinários.

Ao disponibilizar materiais promocionais a um médico veterinário, o titular deve alertá-lo para o facto de ser proibida a divulgação desses materiais junto dos detentores de animais e do público em geral. Deve haver especial cuidado em não deixar estes materiais não só nas salas de espera, mas também em todas as salas às quais os detentores dos animais possam ter acesso, como, por exemplo, salas de consulta, de tratamento ou de fisioterapia.

Os materiais promocionais podem ser entregues ao médico veterinário, ficando este responsável pela sua correta utilização e divulgação.

(Base legal: nº 2 do art. 103.º do Republicado DL 148/2008)

QR Code que permita aceder a informação sobre um medicamento veterinário numa clínica veterinária

A admissibilidade da disponibilização de um QR Code acessível ao público depende do conteúdo a que permite aceder.

A mera disponibilização de um QR Code não constitui, por si só, publicidade.

Contudo, se o QR Code permitir o acesso livre a conteúdos promocionais relativos a medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária por parte de tutores de animais ou do público em geral, essa disponibilização poderá constituir publicidade proibida.

Quando uma página eletrónica contenha simultaneamente conteúdos destinados ao público e conteúdos reservados a profissionais de saúde animal, devem existir mecanismos adequados de controlo de acesso.

O critério determinante é o conteúdo disponibilizado e os destinatários que lhe podem aceder, e não a tecnologia utilizada.

(Base legal: nº 2 do art. 103.º do Republicado DL 148/2008)

QR Codes de medicamentos veterinários disponibilizados em clínicas veterinárias

Os tutores de animais e o público em geral não devem ter livre acesso a QR Codes que permitam consultar informação destinada exclusivamente a médicos veterinários.

A informação promocional relativa a medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária apenas pode ser disponibilizada a profissionais legalmente habilitados.

Sempre que exista um QR Code colocado em áreas acessíveis ao público, a entidade responsável deve garantir que os conteúdos reservados aos profissionais estão protegidos por mecanismos adequados de controlo de acesso.

(Base legal: nº 2 do art. 103.º do Republicado DL 148/2008)

Folhetos destinados a médicos veterinários em clínicas com acesso ao público

Os materiais promocionais dirigidos a médicos veterinários destinam-se exclusivamente a profissionais de saúde animal.

Consequentemente, não devem estar livremente disponíveis em salas de espera, receções ou outras áreas acessíveis aos tutores dos animais ou ao público em geral.

A disponibilização destes materiais em tais áreas poderá configurar divulgação indevida de informação promocional.

(Base legal: n.º 2 do artigo 103º do Republicado DL 148/2008 e nº. 1 do artigo 119.º do Regulamento (UE) 2019/6

Documentação técnica ou promocional destinada a médicos veterinários disponível na receção das clínicas veterinárias

A documentação destinada exclusivamente a médicos veterinários pode ser disponibilizada aos profissionais da clínica, desde que seja mantida em locais de acesso restrito.

Sempre que exista risco de consulta ou recolha desses materiais por tutores de animais ou visitantes, devem ser adotadas medidas adequadas para restringir o acesso e garantir o cumprimento da legislação aplicável.

(Base legal: n.º 2 do artigo 103º do Republicado DL 148/2008 e nº. 1 do artigo 119.º e artigo 120.º, n.º 1, alínea a) do Regulamento (UE) 2019/6)

Distinção entre informação dirigida aos tutores de animais e informação dirigida aos médicos veterinários

A informação destinada aos tutores de animais deve ter uma finalidade informativa, educativa ou de apoio à correta utilização do medicamento veterinário, utilizando linguagem adequada ao público-alvo e respeitando as restrições legalmente aplicáveis.

Por sua vez, a informação destinada aos médicos veterinários pode incluir informação técnica especializada, estudos científicos, dados comparativos, informação detalhada sobre eficácia e segurança ou outros conteúdos de natureza profissional.

Quando ambos os tipos de conteúdo coexistam no mesmo suporte físico ou digital, deverá existir uma separação clara entre os conteúdos e os respetivos destinatários.

(Base legal: artigo 119.º e artigo 120.º do Regulamento (UE) 2019/6)

Informação acessível apenas através de QR Code

As regras aplicáveis à publicidade de medicamentos veterinários são independentes do meio utilizado para a divulgação da informação.

Assim, uma mensagem veiculada através de um QR Code, página eletrónica, aplicação móvel, rede social ou qualquer outro meio digital pode ser considerada publicidade se tiver por objetivo ou efeito promover a utilização de um medicamento veterinário.

Quando o QR Code remeta para informação promocional relativa a medicamentos sujeitos a receita médico-veterinária, o acesso a essa informação deve estar limitado aos destinatários previstos no artigo 120.º do Regulamento (UE) 2019/6.

A utilização de um QR Code não afasta a responsabilidade do titular da autorização ou registo pelo cumprimento das regras aplicáveis à publicidade.

A avaliação deve incidir sobre o conteúdo, o contexto e os destinatários da comunicação.

(Base legal: n.º 2 do artigo 103º do Republicado DL 148/2008, artigo 119.º e artigo 120.º do Regulamento (UE) 2019/6)

Cuidados a adotar pelas clínicas veterinárias na disponibilização de informação sobre medicamentos veterinários

As clínicas veterinárias devem assegurar que:

- Os materiais destinados aos médicos veterinários não são acessíveis ao público;
- Os conteúdos promocionais cumprem as restrições legais aplicáveis aos medicamentos sujeitos a receita médico-veterinária;
- Os QR Codes e ligações eletrónicas não permitem o acesso indiscriminado a conteúdos reservados a profissionais;
- A informação disponibilizada aos tutores de animais possui carácter informativo e não promocional;
- São evitadas situações suscetíveis de serem interpretadas como publicidade encapotada.

Desta forma, garante-se a adequada distinção entre informação ao público e promoção profissional dos medicamentos veterinários.

(Base legal: artigo 119.º e artigo 120.º do Regulamento (UE) 2019/6)

Referência à duração do tratamento na publicidade dirigida aos profissionais de saúde animal

A publicidade a medicamentos veterinários deve ser verdadeira, correta, atual e verificável, promovendo a sua utilização racional de forma objetiva e sem exagerar as suas propriedades.

A duração do tratamento referida na publicidade deve corresponder integralmente às informações constantes do RCMV, nomeadamente às previstas na secção 4.9.

(Base legal: alíneas a), b) e c). n.º 1, Artigo 120.º do Regulamento (UE) 2019/6)

Utilização de logótipos, imagens ou menções identificativas de medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária

Os logótipos, imagens e demais elementos identificativos de medicamentos veterinários sujeitos as receitas médico-veterinárias apenas podem ser utilizadas em materiais promocionais dirigidos a profissionais de saúde animal.

(Base legal: n.º 1, Artigo 119.º do Regulamento (UE) 2019/6)

Utilização da palavra «seguro» em materiais promocionais

Todos os medicamentos veterinários autorizados demonstraram qualidade, segurança e eficácia no âmbito do respetivo processo de autorização.

Todavia, a publicidade não pode conter elementos que sugiram que os efeitos do medicamento são garantidos ou que a sua utilização está isenta de riscos, reações adversas ou efeitos secundários.

Consequentemente, a utilização da palavra «seguro» deve ser ponderada e não pode induzir perceções de ausência de risco.

(Base legal: alíneas b) e c) do n.º 1, Artigo 120.º do Regulamento (UE) 2019/6)

Utilização da palavra «novo» em materiais promocionais

A utilização da palavra «novo» é admissível, desde que limitada temporalmente.

Embora a legislação não estabeleça um prazo específico, considera-se adequado que esta expressão seja utilizada apenas durante os cinco anos subsequentes à concessão da autorização de introdução no mercado.

A palavra «novo» deve reportar-se a uma característica efetivamente inovadora, nomeadamente uma nova substância ativa, uma nova dosagem, uma nova forma farmacêutica ou outra inovação relevante.

(Base legal: alíneas b) e c) do n.º 1, Artigo 120.º do Regulamento (UE) 2019/6)

Utilização de expressões superlativas em materiais promocionais

A utilização de expressões superlativas não é compatível com os princípios que regem a publicidade a medicamentos veterinários.

A publicidade deve promover uma utilização responsável do medicamento, apresentando-o de forma objetiva e sem exagerar as suas propriedades.

(Base legal: alíneas a) b) e c) do n.º 1, Artigo 120.º do Regulamento (UE) 2019/6)

Alterações das embalagens exteriores ou advertências no âmbito da farmacovigilância veterinária

As comunicações relativas a alterações significativas da embalagem exterior ou a advertências decorrentes de atividades de farmacovigilância veterinária não são consideradas publicidade, uma vez que têm uma finalidade informativa.

Incluem-se, designadamente:

- Alterações significativas da embalagem que possam dificultar o reconhecimento do medicamento pelo utilizador;
- Alterações suscetíveis de gerar confusão com outros medicamentos presentes no mercado;
- Alterações que introduzam restrições ou advertências relevantes para a utilização do medicamento;
- Nova informação de segurança resultante das atividades de farmacovigilância.

(Base legal: Artigo 73.º a 81.º do Regulamento (UE) 2019/6)

Publicidade em revistas e informação obrigatória do RCMV

Nas revistas em suporte papel, a informação obrigatória do RCMV deve constar da mesma página da publicidade ou, quando tal não seja possível, de página imediatamente anterior ou posterior.

Esta informação não deve ser apresentada em folhas soltas inseridas na publicação, uma vez que estas podem separar-se do anúncio publicitário e comprometer a disponibilização da informação obrigatória.

Nas revistas em formato digital dirigidas a médicos veterinários, a informação obrigatória pode ser disponibilizada através de uma ligação eletrónica presente na própria página da publicidade.

Essa ligação poderá remeter para o RCMV disponibilizado na base de dados MedVet ou no sítio eletrónico do titular da AIM, cabendo a este assegurar a sua permanente atualização.

Utilização do nome comercial de uma gama de medicamentos destinada ao público em geral

Os medicamentos veterinários sujeitos as receitas médico-veterinárias não podem ser publicitados junto dos detentores de animais nem do público em geral.

Consequentemente, também não devem ser promovidas junto destes destinatários gamas ou linhas comerciais que integrem medicamentos sujeitos a receita médico-veterinária.

(Base legal: nº 2 do art. 103.º do Republicado DL 148/2008 e n.º 1, Artigo 119.º do Regulamento (UE) 2019/6)

Utilização de médicos veterinários ou peritos em publicidade dirigida ao público em geral

A publicidade a medicamentos veterinários não pode recorrer a recomendações ou testemunhos emitidos por cientistas, profissionais de saúde animal ou outras personalidades que, pelo seu prestígio ou notoriedade, possam incentivar a utilização do medicamento.

Assim, médicos veterinários ou outros peritos da área não devem ser utilizados para promover medicamentos veterinários junto dos detentores de animais ou do público em geral.

(Base legal: alínea d) do n.º 3 do artigo 105.º do Republicado DL n.º 148/2008 e artigos 119.º e 120.º do Regulamento (UE) 2019/6.

Publicidade online de medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária

É proibida a publicidade *online* de medicamentos veterinários sujeitos a receita médico-veterinária junto dos detentores de animais e do público em geral.

As entidades legalmente habilitadas para a venda a retalho devem assegurar que os respetivos sítios eletrónicos cumprem integralmente as restrições legais aplicáveis à publicidade destes medicamentos.

A disponibilização de conteúdos em áreas de acesso reservado, designadamente mediante registo ou autenticação dos utilizadores, pode constituir um meio de limitar o acesso à informação aos destinatários legalmente admissíveis. Contudo, o acesso restrito não dispensa o cumprimento das regras aplicáveis à publicidade, nomeadamente quanto aos destinatários previstos no artigo 120.º do Regulamento (UE) 2019/6.

Base legal: n.º 1 do artigo 102.º e n.º 1 do artigo 103.º do Republicado DL n.º 148/2008 e artigo 120.º do Regulamento (UE) 2019/6

Responsabilidade pela publicidade efetuada por PVMV, farmácias ou CAMV

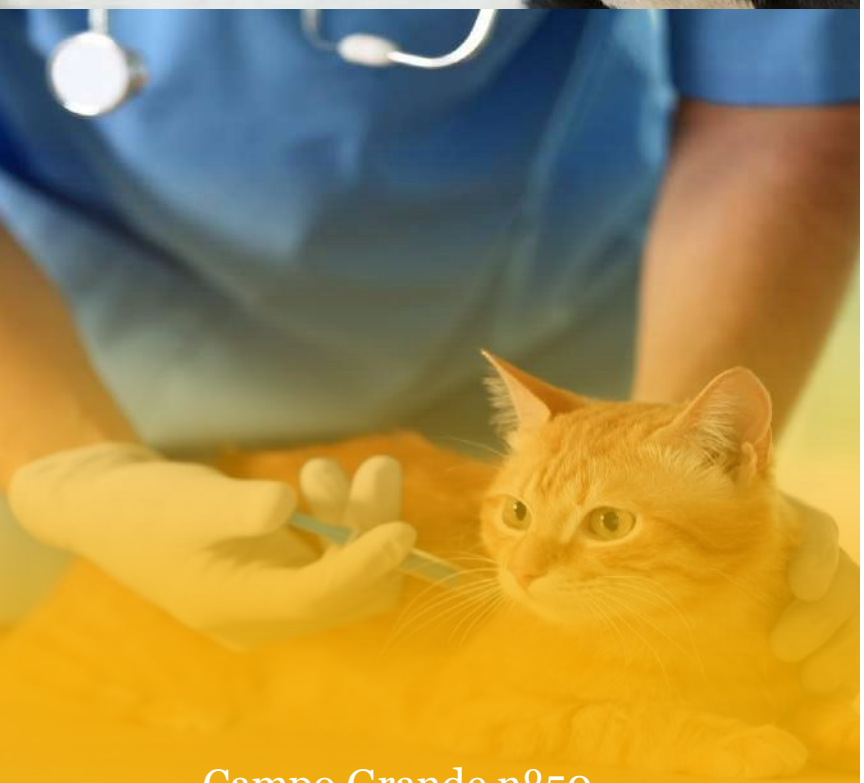
Os postos de venda de medicamentos veterinários (PVMV), as farmácias e os centros de atendimento médico-veterinário (CAMV) são responsáveis pelo cumprimento da legislação aplicável à publicidade de medicamentos veterinários nos seus estabelecimentos e sítios eletrónicos.

Contudo, quando utilizem materiais publicitários elaborados e fornecidos pelo titular da autorização de introdução no mercado para esse efeito, a responsabilidade deverá ser apurada em função da participação de cada interveniente, sem prejuízo das obrigações legais que recaem sobre quem divulga a publicidade

Base legal: n.º 1 do artigo 102.º e n.º 1 do artigo 103.º do Republicado DL n.º 148/2008, conjugados com o artigo 119.º do Regulamento (UE) 2019/6.

Para mais informações sobre estes temas contactar: inspecao.comercializacao@dgav.pt





Campo Grande nº50
1700-093 Lisboa

Tel.: +351 213 239 500
www.dgav.pt

www.dgav.pt