

# Marketing et publicité de produit au temps de la COVID-19

08 mai 2020

La pandémie de COVID-19 a créé une demande sans précédent pour certains produits de santé, notamment l'équipement de protection individuelle, les écouvillons nécessaires aux tests diagnostiques et le désinfectant pour les mains. Ce type de produits est réglementé par Santé Canada, qui a adopté plusieurs [mesures provisoires](#) pour en faciliter et en accélérer l'accès compte tenu de la crise. Santé Canada surveille également le marché pour repérer les produits qui prétendent prévenir, traiter ou guérir la COVID-19.

Nous présentons ici certaines des mesures prises par Santé Canada de même que les obligations en matière de publicité que les fabricants, les importateurs et les distributeurs doivent garder en tête en ces temps de pandémie.

## Publicité sur les produits de santé

Le terme « produits de santé » englobe les médicaments, les vaccins, les produits de santé naturels (par exemple, certains désinfectants pour les mains), les dispositifs médicaux (les masques chirurgicaux et N95 entre autres) et d'autres produits similaires censés prévenir ou traiter une maladie, un trouble ou un autre problème de santé ou en atténuer les symptômes.

En général, seuls les produits de santé qui répondent aux exigences applicables en matière de production, d'étiquetage et d'emballage et dont la vente a été autorisée par Santé Canada peuvent faire l'objet d'une publicité et être vendus légalement au pays. Cette règle s'applique à la publicité dans tous les médias, y compris la presse, Internet, la radiodiffusion, la télédiffusion et les réseaux sociaux.

La Loi sur les aliments et les drogues du Canada et ses règlements connexes (collectivement, la « LAD ») interdisent ce qui suit :

- faire auprès du grand public la publicité d'une drogue ou d'un instrument à titre de traitement ou de mesure préventive d'une maladie, d'un désordre ou d'un état physique anormal énumérés à l'annexe A.1 (y compris les syndromes respiratoires infectieux aigus) ou à titre de moyen de guérison; et

- étiqueter, emballer, ou vendre un produit de santé - ou en faire la publicité - de manière fausse, trompeuse ou mensongère ou susceptible de créer une fausse impression quant à sa nature, sa valeur, sa quantité, sa composition, ses avantages ou sa sûreté.

De plus, la LAD interdit les pratiques de marketing suivantes relativement aux médicaments et aux instruments médicaux :

- Omission des risques ou minimisation de leur importance
- Exagération de l'efficacité
- Promotion d'utilisations non autorisées (hors indications)
- Promotion d'un produit non homologué
- Attestations et allégations comparatives trompeuses

Vous trouverez plus de renseignements sur le marketing illégal des médicaments et des instruments médicaux sur le [site Web du gouvernement canadien](#).

Selon Santé Canada, « il n'existe [...] aucun vaccin ou produit thérapeutique pour la COVID-19 qui soit homologué pour traiter ou prévenir la maladie ». Par conséquent, toute publicité qui prétend qu'un produit de santé peut prévenir ou guérir la COVID-19 sera jugée non conforme à la LAD.

Santé Canada a récemment publié une [liste de plus de 100 cas](#) de publicités de produits de santé qui contiennent des allégations fausses, trompeuses ou mensongères liées à la COVID-19. Ces publicités portent sur une grande variété de produits qui, directement ou indirectement, permettraient soi-disant de stériliser du matériel, de contrôler le virus, de prévenir ou de traiter la maladie, d'offrir une protection contre celle-ci ou de diminuer les risques de la contracter. Au nombre de ces produits figurent des couvre-visage, l'argent colloïdal, des formules et des élixirs à base de plantes, de l'huile d'origan et des lampes ultraviolettes. Santé Canada a pris des mesures à l'encontre des entreprises fautives afin d'assurer la conformité et le respect de la loi. Il convient de mentionner que plusieurs poursuites, y compris des actions collectives, ont été intentées relativement à des déclarations mensongères sur la COVID-19 dans des publicités, notamment aux États-Unis.

## **Publicité sur d'autres produits**

D'autres lois fédérales et provinciales interdisent aux commerçants de faire des allégations fausses ou trompeuses, dont la Loi sur la concurrence du Canada, qui empêche les entreprises d'émettre ce genre de déclarations pour vendre tout produit ou service ou promouvoir leurs intérêts commerciaux. Cette dernière prohibe aussi les indications de rendement qui ne sont pas fondées sur une épreuve suffisante et appropriée. Le Bureau de la concurrence surveille étroitement le marché et a envoyé des avertissements relatifs à la conformité à des sociétés afin de mettre fin aux allégations fausses ou trompeuses sur la COVID-19. Ces avertissements visent divers produits non médicaux, y compris des masques, des aliments et des produits naturels de même que des appareils de ventilation et de purification d'air.

Les entreprises qui vendent des produits non médicaux pouvant être associés ou ressembler à des produits de santé, tels que des masques/couvre-visage non

médicaux, doivent veiller à ne pas présenter ces articles comme des produits de santé. Dans bien des cas, les entreprises devraient songer à ajouter un avertissement dans leurs publicités ou sur leurs étiquettes et emballages qui indique expressément que le produit n'est pas conçu pour prévenir, traiter, diagnostiquer ou guérir la COVID-19 (ou toute autre maladie, selon le cas), en atténuer les symptômes ou s'en protéger.

Les entreprises qui font des déclarations à propos des effets d'un produit sur la COVID-19 devraient s'assurer de pouvoir corroborer leurs dires. Elles devraient aussi examiner attentivement leurs allégations afin de déterminer si ces dernières peuvent être considérées comme fausses, trompeuses ou mensongères par les consommateurs, de façon à atténuer les risques réglementaires et de litige liés à la vente de ces produits.

**Par**

[Lydia Wakulowsky, Alexandra M. Nicol, Edona C. Vila](#)

**Services**

[Litiges, Soins de santé et sciences de la vie](#)

---

**BLG | Vos avocats au Canada**

Borden Ladner Gervais S.E.N.C.R.L., S.R.L. (BLG) est le plus grand cabinet d'avocats canadien véritablement multiservices. À ce titre, il offre des conseils juridiques pratiques à des clients d'ici et d'ailleurs dans plus de domaines et de secteurs que tout autre cabinet canadien. Comptant plus de 725 avocats, agents de propriété intellectuelle et autres professionnels, BLG répond aux besoins juridiques d'entreprises et d'institutions au pays comme à l'étranger pour ce qui touche les fusions et acquisitions, les marchés financiers, les différends et le financement ou encore l'enregistrement de brevets et de marques de commerce.

[blg.com](http://blg.com)

**Bureaux BLG****Calgary**

Centennial Place, East Tower  
520 3rd Avenue S.W.  
Calgary, AB, Canada  
T2P 0R3

T 403.232.9500  
F 403.266.1395

**Ottawa**

World Exchange Plaza  
100 Queen Street  
Ottawa, ON, Canada  
K1P 1J9

T 613.237.5160  
F 613.230.8842

**Vancouver**

1200 Waterfront Centre  
200 Burrard Street  
Vancouver, BC, Canada  
V7X 1T2

T 604.687.5744  
F 604.687.1415

**Montréal**

1000, rue De La Gauchetière Ouest  
Suite 900  
Montréal, QC, Canada  
H3B 5H4

T 514.954.2555  
F 514.879.9015

**Toronto**

Bay Adelaide Centre, East Tower  
22 Adelaide Street West  
Toronto, ON, Canada  
M5H 4E3

T 416.367.6000  
F 416.367.6749

Les présents renseignements sont de nature générale et ne sauraient constituer un avis juridique, ni un énoncé complet de la législation pertinente, ni un avis sur un quelconque sujet. Personne ne devrait agir ou s'abstenir d'agir sur la foi de ceux-ci sans procéder à un examen approfondi du droit après avoir soupesé les faits d'une situation précise. Nous vous recommandons de consulter votre conseiller juridique si vous avez des questions ou des préoccupations particulières. BLG ne garantit aucunement que la teneur de cette publication est exacte, à jour ou complète. Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite sans l'autorisation écrite de Borden Ladner Gervais S.E.N.C.R.L., S.R.L. Si BLG vous a envoyé cette publication et que vous ne souhaitez plus la recevoir, vous pouvez demander à faire supprimer vos coordonnées de nos listes d'envoi en communiquant avec nous par courriel à [desabonnement@blg.com](mailto:desabonnement@blg.com) ou en modifiant vos préférences d'abonnement dans [blg.com/fr/about-us/subscribe](http://blg.com/fr/about-us/subscribe). Si vous pensez avoir reçu le présent message par erreur, veuillez nous écrire à [communications@blg.com](mailto:communications@blg.com). Pour consulter la politique de confidentialité de BLG relativement aux publications, rendez-vous sur [blg.com/fr/ProtectionDesRenseignementsPersonnels](http://blg.com/fr/ProtectionDesRenseignementsPersonnels).

© 2025 Borden Ladner Gervais S.E.N.C.R.L., S.R.L. Borden Ladner Gervais est une société à responsabilité limitée de l'Ontario.