

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

23 septembre 2011

**RENFORCEMENT DE LA SÉCURITÉ SANITAIRE DU MÉDICAMENT  
ET DES PRODUITS DE SANTÉ - (n° 3725)**

Commission	
Gouvernement	

**AMENDEMENT**

N° 10

présenté par  
M. Vannson-----  
**ARTICLE 23**

I. – À l'alinéa 13, après le mot :

« médicaux »,

insérer les mots :

« de classe II b et III ».

II. – En conséquence, après l'alinéa 13, insérer l'alinéa suivant :

« Toute publicité auprès du public sur les dispositifs médicaux de classe I et II a devra contenir a minima un message de prévention lié à la nécessaire interrogation du professionnel de santé sur l'adéquation entre le produit et le besoin, ainsi qu'un avertissement précisant qu'un produit de santé n'est pas un produit comme un autre, et que son achat doit répondre à un besoin spécifique évalué par le professionnel compétent. ».

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Cet amendement a pour objectif d'assouplir l'interdiction de la publicité sur les dispositifs médicaux posée par le projet de loi dont l'objectif semble être la recherche d'une protection plus efficace de la santé publique du consommateur mais aussi la maîtrise de la dépense de la dépense de santé.

Le texte du projet de loi place l'ensemble des fabricants et des distributeurs de dispositifs médicaux sous une interdiction générale, alors que la terminologie « dispositifs médicaux » regroupe une multitude de formes, de types de produits et d'applications, dont le le niveau de remboursement peut varier énormément.

---

Du point de vue de la santé publique du consommateur, le risque lié au mauvais usage d'un dispositif médical n'est pas le même selon qu'il s'agisse d'un dispositif implantable ou invasif comme une prothèse ou d'un dispositif externe comme une paire de lunettes.

Il semble donc plus opportun de limiter cette interdiction de publicité aux seuls dispositifs médicaux à risques élevés et sérieux faute de quoi un certain nombre de professionnels et notamment les opticiens risquent de se voir pénalisés par ce dispositif.

Par ailleurs, du point de vue des dépenses de santé, le maintien de l'autorisation de la publicité pour l'optique médicale notamment n'aura aucune incidence puisque le niveau de remboursement par l'assurance maladie reste le même quel que soit le produit choisi.

Enfin, la publicité permet la mise en oeuvre de rapport de concurrence entre les différentes entreprises d'optique avec pour conséquence une baisse des prix pour le consommateur.

II. De plus, dans une logique de protection du consommateur, le présent amendement prévoit également que toute publicité auprès du public sur les dispositifs médicaux de classe I et II a devra contenir a minima un message de prévention lié à la nécessaire interrogation du professionnel de santé sur l'adéquation entre le produit et le besoin, ainsi qu'un avertissement précisant qu'un produit de santé n'est pas un produit comme un autre, et que son achat doit répondre à un besoin spécifique évalué par le professionnel compétent.