



# ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

grippe

Question écrite n° 50473

## Texte de la question

M. Éric Raoult attire l'attention de Mme la ministre de la santé et des sports sur l'ampleur de la campagne gouvernementale de communication et de prévention contre la propagation de la grippe A (H1N1). En effet, cette pandémie, apparue au Mexique fin avril 2009, semble s'être propagée à travers l'Europe et a suscité une réaction forte et efficace des autorités sanitaires de notre pays. Cette réaction, saluée par de nombreux médecins et de responsables compétents en ce domaine, a pris la forme d'une communication publicitaire importante, par des annonces parues dans la presse écrite. Cette campagne semble avoir été lancée avec des moyens financiers très importants. Il lui demande donc, d'une part, de lui préciser quelles ont été les publications choisies pour le passage de ces annonces, d'autre part, de lui indiquer le montant cumulé de l'ensemble de ces annonces publicitaires.

## Texte de la réponse

Dans le cadre de la réponse des autorités sanitaires françaises à l'épidémie de grippe A (H1N1) apparue au Mexique fin avril 2009, et qui s'est ensuite propagée, notamment en Europe, il a été demandé à l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) de développer une campagne d'information à destination du grand public. L'objectif était triple : délivrer une information pratique sur le nouveau virus, inciter à l'adoption des gestes barrière permettant de limiter sa transmission, favoriser le recours au 15 ou au médecin traitant en cas de symptômes. Le dispositif médias de cette campagne, a inclus du 5 au 19 mai 2009 un spot TV, trois spots radio et deux annonces dans la presse quotidienne nationale (5 et 6 mai) et régionale (6 et 7 mai). Les spots TV et radio ont bénéficié de la réquisition et ont donc été diffusés à titre gracieux. Des actions à destination des professionnels de santé ont également été mises en place, afin de les inciter à s'inscrire à la liste de diffusion « DGS- Urgent » et à s'informer via le site du ministère de la santé. Dans ce but, ont été diffusées des bannières sur des sites internet du 30 avril au 30 mai, et une annonce dans la presse professionnelle du 4 au 15 mai 2009. Les annonces à destination du grand public ont été passées au sein des journaux suivants : pour la presse quotidienne gratuite : 20 minutes, Direct plus, Direct soir et Métro ; pour la presse quotidienne des DOM : France Antilles, France Guyane, Le Journal de l'île de la Réunion, Le Quotidien de la Réunion ; pour la presse quotidienne nationale : La Croix, L'Équipe, Le Figaro, France Soir, L'Humanité, Libération, Le Monde ; pour la presse quotidienne régionale (61 titres) : L'Alsace, l'Ardennais, Le Berry républicain, Le Bien public, Centre presse Aveyron, Centre presse Vienne, Charente libre, Corse matin, Le Courrier de l'Ouest, La Marseillaise, Midi libre, La Montagne, Nice matin, Nord éclair, Nord littoral, La Nouvelle République des Pyrénées, La Nouvelle République du Centre-Ouest, Ouest France, Le Courrier picard, Le Dauphiné libéré, La Dépêche du Midi, Les Dépêches/Le Progrès, Les Dernières Nouvelles d'Alsace, La Dordogne libre, L'Écho, L'Écho républicain, L'Éclair Pyrénées, L'Est éclair, L'Est républicain, L'Éveil de la Haute-Loire, Havre libre, Le Havre Presse, L'Hérault du jour, L'Indépendant, Le Journal de la Haute-Marne, Le Journal de Saône-et-Loire, Le Journal du Centre, Libération Champagne, Le Maine libre, Paris Normandie, Le Parisien, Le Pays, Le Petit Bleu de l'Agenais, Le Populaire du Centre, La Presse de la Manche, Presse océan, Le Progrès, Le Progrès de Fécamp, La Provence, Le Républicain lorrain, La République des Pyrénées, La République du Centre, Sud-

Ouest, Le Télégramme, La Tribune/Le Progrès, L'Union, Var matin, La Voix du Nord, Vosges matin, L'Yonne républicaine ; pour la presse professionnelle : Le Concours médical, Le Généraliste, Le Quotidien du médecin, Impact médecine, Le Panorama du médecin, Infirmière libérale, Kiné actualité, Le Moniteur des pharmaciens, Le Quotidien du Pharmacien, Le Pédiatre, La Revue des maladies respiratoires ; enfin, les bannières internet concernent les sites santé Adverlines (informationhospitaliere.com, caducee.net, infirmiers.com, leresausantesocial.fr, medinfos.com, etc.), et Adlink (Quotimed, Quotipharm, Le Généraliste), ainsi que La Revue du praticien et La Gazette santé social. Quant au montant global de l'achat d'espace engagé pour, la campagne grand public (presse) et professionnels (internet + annonce presse), il s'élève à 1,9 million d'euros.

## Données clés

**Auteur :** [M. Éric Raoult](#)

**Circonscription :** Seine-Saint-Denis (12<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 50473

**Rubrique :** Santé

**Ministère interrogé :** Santé et sports

**Ministère attributaire :** Santé et sports

## Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 26 mai 2009, page 5093

**Réponse publiée le :** 18 août 2009, page 8154