



# ASSEMBLÉE NATIONALE

## 13ème législature

médicaments

Question écrite n° 8882

### Texte de la question

Dans un rapport récemment rendu public, l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé attire l'attention sur la publicité pour les médicaments et accessoires vendus sans ordonnance. Dans nombre de cas, de telles publicités sont trompeuses, voire mensongères, et au moins de nature à abuser de la crédulité des malades (par exemple, les bijoux magnétiques sensés agir sur les douleurs, les appareils de protection contre les ondes néfastes, etc.). M. Benoist Apparu demande à Mme la ministre de la santé, de la jeunesse et des sports quelles sont les suites qu'elle compte donner au rapport de l'AFSSAPS en ce qui concerne ces produits.

### Texte de la réponse

Le rapport disponible sur le site internet de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (AFSSAPS) est un rapport annuel. Il constitue un bilan détaillé de l'activité du département de la publicité et du bon usage des produits de santé de l'Agence, pour l'année 2006. Il répond aux objectifs de transparence et d'information que s'est fixés l'AFSSAPS. Tous les exemples cités dans ce rapport ont fait l'objet d'une interdiction de publicité, au cours de l'année 2006, prise par décision du directeur général de l'agence. En effet, l'AFSSAPS exerce son contrôle sur la publicité des médicaments et des autres produits de santé afin de s'assurer que les messages promotionnels délivrés aux prescripteurs et aux patients ne soient pas trompeurs et ne présentent pas de danger pour la santé publique. Ceux-ci doivent également présenter les produits de manière objective, dans le respect des référentiels en vigueur afin d'en promouvoir le bon usage. Aux termes de l'article L. 5122-15 du code de la santé publique, l'une des activités de contrôle décrites dans le rapport précité concerne la publicité relative aux objets, appareils et méthodes présentés comme favorisant le diagnostic, la prévention ou le traitement des maladies, des affections et des dérèglements physiologiques, le diagnostic ou la modification de l'état physique ou physiologique, la restauration, la correction ou la modification des fonctions organiques. En effet, les publicités de ce type peuvent être interdites par l'AFSSAPS, autorité compétente, lorsqu'il n'est pas établi que ces objets, appareils et méthodes possèdent les propriétés annoncées. Cet article a été introduit en droit français en vue de contrôler les pratiques charlatanesques dans le domaine de la santé, particulièrement dangereuses pour le consommateur, telles que les articles de magnétothérapie, les méthodes d'amaigrissement ou de sevrage tabagique, etc. Ce contrôle s'exerce a posteriori sur les publicités dont l'AFSSAPS a connaissance par saisine ou auto-saisine, destinées au grand public et aux professionnels de santé, sans obligation de dépôt préalable. La firme concernée par une publicité relevant des dispositions prévues par l'article L. 5122-15 précité, est ainsi invitée à fournir la preuve des propriétés revendiquées sous la forme d'un dossier scientifique. La publicité et, le cas échéant, le dossier scientifique sont ensuite examinés par la commission de contrôle de la publicité en faveur des objets, appareils et méthodes présentés comme bénéfiques pour la santé prévue aux articles R. 5122-23 et suivants du code de la santé publique. À l'issue de cet examen et après avis de la commission, le directeur général de l'agence prend la décision d'interdire la publicité, lorsqu'il apparaît que le dossier fourni n'apporte pas la preuve scientifique des propriétés annoncées, ou de soumettre cette publicité à l'obligation de mentionner les avertissements et précautions d'emploi nécessaires à la bonne information du consommateur, le cas échéant. Cette décision prend effet trois semaines après sa publication au Journal officiel de la République française. En cas de non-respect d'une telle décision d'interdiction ou d'obligation de mentionner des mises en garde, l'article L. 5422-12 du même code prévoit une

incrimination pénale dont la peine est l'amende au taux de 37 500 euros. Ainsi, au cours de l'année 2006, la commission chargée du contrôle de la publicité en faveur des objets, appareils et méthodes présentés comme bénéfiques pour la santé a examiné 27 publicités concernant 55 objets, appareils et méthodes tels que des oreillers, des semelles, des méthodes d'amaigrissement, des appareils d'acupuncture. Après analyse des pièces justificatives fournies par les firmes concernées, la commission a émis des avis d'interdiction ayant conduit à 22 décisions d'interdiction de l'agence qui ont été publiées au Journal officiel de la République française.

## Données clés

**Auteur :** [M. Benoist Apparu](#)

**Circonscription :** Marne (4<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 8882

**Rubrique :** Pharmacie et médicaments

**Ministère interrogé :** Santé, jeunesse et sports

**Ministère attributaire :** Santé, jeunesse, sports et vie associative

## Date(s) clée(s)

**Question publiée le :** 30 octobre 2007, page 6674

**Réponse publiée le :** 3 juin 2008, page 4718