



# ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

## publicité

Question écrite n° 48903

### Texte de la question

M. Patrick Vignal interroge Mme la ministre des affaires sociales et de la santé sur les prospectus ayant une visée commerciale en salle d'attente chez les médecins généralistes. Suite à une enquête de l'UFC-Que choisir publiée récemment celle-ci met en évidence la prédominance de la publicité parmi la documentation présente dans les cabinets des médecins généralistes. Plus de 670 cabinets de médecins généralistes ont été inspectés, récoltant près de 3 500 prospectus présents dans les salles d'attente. Pas moins de 59 % des cabinets médicaux visités possèdent des dépliants, avec en moyenne 9 documents différents par cabinet. L'analyse de ces brochures souligne l'emprise des intérêts commerciaux dans la documentation à disposition des patients. En effet, la majorité des brochures ont une visée commerciale créant alors une abondance d'informations et aussi une déferlante commerciale puisque seulement 40 % des brochures émanent d'acteurs institutionnels, comme des assurances maladie ou encore des autorités sanitaires, ou bien d'acteurs associatifs tels que les associations de patients, ou les sociétés savantes des professionnels de santé. À l'inverse, 53 % des documents présents dans les salles d'attente des médecins servent directement des intérêts commerciaux : 20 % sont par exemple édités par des laboratoires pharmaceutiques, et 13 % par l'industrie agro-alimentaire. On y trouve par ailleurs de nombreuses publicités pour des établissements thermaux, des sociétés de service à la personne ou encore des produits d'hygiène. Si bien que la publicité est trop souvent masquée, sous l'apparence trompeuse de documents d'information sur la santé. Il en ressortirait que 71 % des dépliants seraient concernés. Il semblerait alors important dans un impératif de santé publique d'essayer de préserver les salles d'attente des intérêts commerciaux car de par leur seule présence, les prospectus à des fins commerciales vont alors profiter de la crédibilité et de l'autorité scientifique du professionnel de santé. Ainsi il lui demande si des mesures vont être prises pour garantir aux usagers la qualité de l'information mise à disposition dans les cabinets médicaux, en la réservant aux seuls acteurs institutionnels de santé.

### Texte de la réponse

La ministre des affaires sociales, de la santé et des droits des femmes a pris connaissance des résultats de l'enquête menée par des associations locales d'UFC-Que Choisir, dans les salles d'attente des cabinets médicaux qui révèlent notamment la présence importante de documents publicitaires. Ces documents concernent une large gamme de produits et services qui vont bien au-delà des médicaments. Concernant ces derniers, le code de la santé publique n'autorise pas la publicité auprès du public pour les médicaments remboursables ou sur prescription médicale. Ainsi, seuls les médicaments qui ne sont pas sur prescription médicale peuvent faire l'objet d'une publicité auprès du public. La diffusion de publicités sur ces médicaments dans les salles d'attente des cabinets médicaux pose un problème de santé publique. La direction générale de la santé (DGS) et l'agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé (ANSM) ont rappelé à plusieurs reprises (recommandation relatives aux « publicités pour des médicaments de prescription médicale facultative destinées au grand public dans les salles d'attente de cabinets médicaux ») que la diffusion de publicités pour de tels médicaments n'est pas acceptable dans la mesure où ce lieu ne constitue pas un lieu de vente (a contrario des officines de pharmacie) et pourrait faire croire au patient que le médecin, autorité

scientifique, cautionne ces publicités. Seule est possible la diffusion de publicités en faveur des vaccins et des médicaments de sevrage tabagique, compte tenu des dispositions réglementaires particulières dont ils font l'objet en matière d'accès à la publicité grand public, et ce pour des considérations de santé publique. Cette recommandation est publiée sur le site de l'ANSM. Par ailleurs, s'agissant plus largement des documents sur la santé édités par les firmes pharmaceutiques, il y a lieu de préciser que la diffusion d'informations relatives à la santé humaine ou à des maladies humaines, pour autant qu'il n'y ait pas de référence même indirecte à un médicament, ne relève pas du le champ de la publicité en faveur des médicaments et se trouve donc autorisée. A cet égard, l'ANSM a élaboré une recommandation précisant que : « Ces informations non promotionnelles relatives à la santé humaine ou à des maladies humaines peuvent évoquer, de manière non exclusive, les thérapeutiques disponibles, médicamenteuses ou non. Pour les thérapeutiques médicamenteuses abordées, les classes thérapeutiques pourront être citées à condition que celles-ci ne comportent pas un médicament unique. Il ne pourra être fait référence à un médicament sous quelque appellation que ce soit : dénomination commune internationale ou nom de spécialité ».

## Données clés

**Auteur :** [M. Patrick Vignal](#)

**Circonscription :** Hérault (9<sup>e</sup> circonscription) - Socialiste, écologiste et républicain

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 48903

**Rubrique :** Professions de santé

**Ministère interrogé :** Affaires sociales et santé

**Ministère attributaire :** Affaires sociales, santé et droits des femmes

## Date(s) clé(e)s

**Question publiée au JO le :** [4 février 2014](#), page 939

**Réponse publiée au JO le :** [18 août 2015](#), page 6302