

ASSEMBLÉE NATIONALE

8 mars 2019

SYSTÈME DE SANTÉ - (N° 1681)

Rejeté

AMENDEMENT

N ° AS1282

présenté par

Mme Fiat, Mme Autain, M. Bernalicis, M. Coquerel, M. Corbière, M. Lachaud, M. Larive,
M. Mélenchon, Mme Obono, Mme Panot, M. Prud'homme, M. Quatennens, M. Ratenon,
Mme Ressiguier, Mme Rubin, M. Ruffin et Mme Taurine

ARTICLE 22

Après l'alinéa 1, insérer l'alinéa suivant :

I bis (*nouveau*). – À la première phrase du 2° de l'article L. 161-37 du code de la sécurité sociale, les mots : « contribuer à l'information des professionnels de santé et du public » sont remplacés par les mots : « informer les professionnels de santé et le public ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Dans un contexte de surconsommation du médicament en France, après des décennies de surprescription qui posent désormais des problèmes de santé publique, on pense aux antibiotiques et aux anti-dépresseurs par exemple, il ne nous semble pas raisonnable de maintenir la publicité auprès du public comme la publicité par les industriels auprès des professionnels. La prescription d'antidépresseurs questionne tout particulièrement l'usage de la publicité médicale. Dans son rapport « Charges et Produits » pour 2015, la CNAMTS déplorait qu' « ils ne soient pas toujours prescrits de façon efficiente du fait d'un diagnostic et/ou d'un suivi insuffisant. La question de la pertinence de la prescription est encore accentuée par les débats sur l'efficacité dans la prise en charge des dépressions légères et modérées. Des publications semblent en effet montrer que pour les dépressions les moins sévères, ces médicaments ne font pas mieux que le placebo. »

Alors pourquoi la prescription d'antibiotiques en France est elle 41 % supérieure à la moyenne européenne, selon l'OCDE ? Parce que les industriels ont su orchestrer une véritable propagande auprès des professionnels de santé, au point de créer une culture de l'antidépresseur qui a marqué plusieurs générations.

Le bon sens peut parfaitement saisir qu'un industriel ayant intérêt à la prescription de son produit va déployer toutes les stratégies possibles pour le présenter de façon subjective et avantageuse. Et les organismes de régulation ne sont pas du tout en capacité de pouvoir contrôler efficacement les modes de publicité, c'est illusoire d'affirmer cela. Seules des chartes ont été mises en place, avec

des effets impossibles à évaluer.

Supprimer la visite médicale est d'ailleurs une proposition de l'Inspection générale des affaires sociales (IGAS) après l'affaire du Médiator. Conformément à son rapport qui proposait « une réforme d'envergure de la pharmacovigilance », nous proposons à la place de donner à la Haute Autorité de Santé le monopole de l'information sur le bon usage des soins et les recommandations de bonnes pratiques à destination des professionnels de santé mais aussi du public.