



ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

Régulation de la publicité dans le secteur des prothèses auditives

Question écrite n° 35368

Texte de la question

M. Nicolas Forissier interroge M. le ministre des solidarités et de la santé au sujet de la régulation des campagnes publicitaires conduites dans le secteur des prothèses auditives. Alors que le reste à charge zéro entrera pleinement en vigueur pour les aides auditives à compter du 1er janvier 2021, des campagnes publicitaires pilotées par des grandes enseignes, notamment issues du secteur de l'optique, se multiplient et font ainsi courir des risques significatifs pour les patients. D'après un rapport de l'Inspection générale des affaires sociales datant de 2013, la publicité dans ce domaine n'améliore pas l'information des usagers ou des financeurs et conduit à des achats inutiles et onéreux. Des personnes vulnérables se voient proposer des aides « absurdes », non adaptées à leurs problèmes de santé. De nombreuses associations de patients et d'audioprothésistes se plaignent de ces dérives qui contribuent à réduire les prothèses auditives à de simples biens de consommation, laissant en conséquence penser que l'audioprothésiste, professionnel dont le rôle est pourtant essentiel au suivi du patient, n'est pas indispensable. Un rapport publié par le Conseil d'État en 2018 sur les règles applicables aux professionnels de santé en matière d'information et de publicité fournit des recommandations concrètes dont le Gouvernement pourrait s'inspirer afin de pallier ce problème. Il souhaiterait donc savoir quand et comment le Gouvernement entend lutter contre cette dérive qui nuit autant à l'intérêt du patient qu'à celui de l'État.

Texte de la réponse

Le Gouvernement attache une importance toute particulière aux besoins croissants de la population en matière d'aide auditive, et aux risques en termes de santé publique qu'un sous-équipement ferait courir aux patients. C'est la raison pour laquelle le Gouvernement a mis en place la réforme « 100 % santé », afin que tous les Français qui souffrent de déficit auditif puissent être soignés. Ces patients doivent bénéficier d'une information objective, claire et transparente sur les produits et prestations associées. Ainsi, le Gouvernement soutient-il notamment l'objectif d'une publicité loyale et non trompeuse. En premier lieu, l'encadrement strict de la délivrance d'audioprothèses concourt à limiter les risques de « surconsommation », notamment par le biais de campagnes « racoleuses ». En effet, le fait que l'audioprothésiste ne puisse pas effectuer de tâches médicales, alors qu'il vend les aides auditives et assure des prestations de suivi, évite qu'il se trouve à la fois en position de prescripteur et de vendeur, et, partant, en situation de conflit d'intérêts. En deuxième lieu, depuis le 1er janvier 2020, le contenu du devis normalisé remis au patient préalablement à tout achat d'aides auditives a gagné en transparence. Il comprend l'offre « 100% santé », sans reste à charge, ainsi qu'une offre au tarif libre, permettant au patient de comparer les deux offres, d'exposer le descriptif technique détaillé des aides auditives, les prestations rendues par le professionnel et le montant total du reste à charge du patient. Ceci contribue à limiter les risques d'information trompeuse, et à favoriser un choix éclairé du patient. En troisième lieu, l'instruction interministérielle du 20 janvier 2020 relative à la publicité pour les dispositifs d'optique médicale et les aides auditives dans le cadre du « 100 % santé » est venue préciser le cadre applicable. Elle rappelle notamment la compétence de l'Agence nationale de la sécurité du médicament et des produits de santé (ANSM) pour le contrôle de la publicité sur les dispositifs médicaux, et le fait qu'en tant que professionnels de santé, les

audioprothésistes sont tenus de délivrer une information neutre et objective sur leurs modalités d'exercice destinée à faciliter l'accès aux soins, sans chercher à se valoriser particulièrement. Enfin, les pratiques commerciales ayant cours dans le secteur des aides auditives sont encadrées par le code de la consommation. Une enquête nationale de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) sur la protection des consommateurs dans les secteurs de l'aide auditive et de l'optique médicale, dans le contexte de la réforme « 100 % santé », a été initiée cet automne, et durera une année. Elle a pour objectif de faire un état des lieux des pratiques et d'endiguer tous types d'allégations mensongères et autres pratiques commerciales trompeuses, ou plus largement, déloyales. Des mesures appropriées seront prises dans l'éventualité où des manquements aux règles en vigueur seraient à cette occasion détectés. À cet égard, la condamnation récente d'une enseigne d'optique au versement d'une astreinte de 250 000 euros à la suite d'une procédure civile mise en œuvre par les services de la DGCCRF pour pratiques commerciales trompeuses montre l'utilité de tels contrôles. Aussi, un encadrement réglementaire supplémentaire de la publicité dans ce secteur, compte tenu des règles générales déjà en vigueur, n'apparaît-il pas nécessaire en première approche. En tout état de cause, cette question sera approfondie à l'aune du bilan des contrôles réalisés par la DGCCRF. Le cas échéant, les professionnels peuvent se rapprocher de l'autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) afin d'engager un travail commun sur des recommandations sectorielles.

Données clés

Auteur : [M. Nicolas Forissier](#)

Circonscription : Indre (2^e circonscription) - Les Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 35368

Rubrique : Professions de santé

Ministère interrogé : [Solidarités et santé](#)

Ministère attributaire : [Économie, finances et relance](#)

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [29 décembre 2020](#), page 9683

Réponse publiée au JO le : [9 mars 2021](#), page 2055