

ASSEMBLÉE NATIONALE

17 octobre 2024

PLFSS POUR 2025 - (N° 325)

Tombé

AMENDEMENT

N ° AS1404

présenté par

Mme Rist, M. Rousset, Mme Dubré-Chirat, M. Lauzzana, M. Le Gac, Mme Le Nabour, Mme Liso
et Mme Vidal

ARTICLE 19

Après l'alinéa 1, insérer les deux alinéas suivants :

« 1° *bis* L'article L. 5121-33 du code de la santé publique est complété par un III ainsi rédigé :

« III. – En cas de rupture ou de risque de rupture d'un médicament figurant sur la liste mentionnée à l'article L. 5121-30, le directeur général de l'Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé peut interdire à l'exploitant de réaliser ou de poursuivre toute forme de publicité. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Les situations de rupture ou de risque de rupture de médicaments et produits de santé conduisent à des situations difficiles pour de nombreux patients et professionnels de santé au quotidien.

Si ces situations font l'objet de toute l'attention et l'action des pouvoirs publics et des professionnels de santé, il convient par ailleurs de limiter les activités publicitaires qui pourraient exister et qui viendraient accentuer les risques de pénuries. La publicité des médicaments et produits de santé est un sujet délicat qui soulève des préoccupations éthiques, économiques et de santé publique.

Dans le contexte actuel où la pénurie de médicaments est une réalité croissante, il devient impératif de prévenir tout sur-risque qui pourrait intervenir : la publicité des médicaments en situation de pénurie peut en effet induire une demande accrue et non nécessaire, entraînant une pression supplémentaire sur les approvisionnements déjà limités. La publicité des médicaments en situation de pénurie peut également favoriser la spéculation et le stockage excessif de ces produits par certains acteurs, ce qui aggrave la situation de pénurie et compromet l'accès des patients qui en ont réellement besoin.