



# CONTRÔLE DE LA PUBLICITE

---

Rencontre Afssaps/Associations de patients

Afssaps, 2 décembre 2004



# DÉFINITION DE LA PUBLICITÉ

## Art. L. 5122-1 du CSP

---

« ...**toute forme d'information**, y compris le démarchage, de prospection ou d'incitation **qui vise à promouvoir** :

- la prescription,
- la délivrance,
- la vente ou,
- la consommation de médicaments... »



# SELON LE CODE DE LA SANTÉ PUBLIQUE

---

## La publicité ne doit pas

- Être trompeuse
- Porter atteinte à la protection de la santé publique

## La publicité doit

- Présenter le médicament de façon **objective**
- Favoriser son **bon usage**
- **Respecter les dispositions de l'AMM**



## CRITERES ESSENTIELS AUXQUELS DOIT REpondRE LA PUBLICITE GRAND PUBLIC (ART.R.5046 ET R.5046-1 CSP)

---

**Impact important des messages en  
terme de santé publique :**

⇒ *Nécessité d'une publicité*

- Loyale
- Objective
- Véridique
- Favorisant le bon usage du médicament



## Art. L. 5122-6 du C.S.P.

---

« La publicité auprès du public pour un médicament n'est admise qu'à la condition :

- que ce médicament ne soit *pas soumis à prescription médicale*,
- qu'il ne soit *pas remboursable* par les régimes obligatoires d'assurance maladie
- que *l'autorisation de mise sur le marché* ou l'enregistrement ne comporte pas de restrictions en matière de publicité auprès du public en raison d'un risque possible pour la santé publique »



# RAPPELER LA DÉFINITION DU MÉDICAMENT

---

- Produit utilisé dans
  - La prévention
  - Le diagnostic
  - Le traitement des maladies
  - La modification d'une fonction physiologique
- Mis sur le marché après une autorisation administrative (A.M.M.)
- Délivré en pharmacie



## BIEN DEFINIR L'A.M.M.

---

- Délivrée par l'AFSSaPS (Agence de Sécurité Sanitaire des Produits de Santé)
- Assure qu'ont été démontrées
  - ✓ Sa **qualité** de fabrication
  - ✓ Son **efficacité**
  - ✓ Sa **sécurité d'emploi**



# APPRENDRE A DISTINGUER LE MÉDICAMENT DES

---

- Produits de phytothérapie
- Produits diététiques
- Compléments alimentaires
- Alicaments
- Eaux minérales
- Produits d'hygiène
- Cosmétiques...



## PRATIQUES ET DANGEREUSES

---

Achat sur **INTERNET** de substances

- Potentiellement toxiques
- Ou ne contenant parfois qu'un placebo
- Dont la fabrication n'est pas surveillée
- Dont la publicité n'est pas contrôlée

**QUI NE SONT PAS DES MEDICAMENTS!**



# PRÉSENTATIONS INTERDITES

---

- Surpromesse d'efficacité
- Incitation à une utilisation préventive ou curatives pour un traitement symptomatique
- Publicités de gamme
- Associations contre-indiquées sur une même publicité (ex: ibuprofène-aspirine)
- Mélange des genres
  - Visa GP
  - Visa PP...



## INFORMATIONS RELATIVES A LA SANTE HUMAINE OU A DES MALADIES HUMAINES

(hors champ PUB – art.L5122-1) (Tout Public)

---

Peuvent évoquer les thérapeutiques disponibles:

- médicamenteuses
- non médicamenteuses
- Classification ATC (sauf si médicament unique)
- Pas de DCI
- Pas de nom de spécialité



# COMMUNICATIONS SPORADIQUES PARTICULIERES SUR LE MEDICAMENT DE PRESCRIPTION

---

- Communication favorisant le bon usage
  - Mode d'emploi difficile (injections...)
  - Effets indésirables diminuant l'observance
  - Interactions médicamenteuses multiples
  - Risque particulier : *méd. tératogène*
  - Règles hygiénodiététiques incontournables
  - Surveillance contraignante
  - Programmes d'encadrement



## COMMUNICATIONS DES LABORATOIRES PHARMACEUTIQUES VIA INTERNET

---

- Données **standardisées** sur le médicament  
*RCP, EPAR, notice*
- Photo du conditionnement et de la forme pharmaceutique
- Banques de données de référence
- **LIENS** vers d'autres sites dont ceux des sociétés savantes et des **associations de patients**