

Direction de l'Évaluation de la Publicité
Des Produits Cosmétiques et Biocides
Département de la publicité et
Du bon usage des produits de santé

COMMISSION CHARGÉE DU CONTRÔLE DE LA PUBLICITÉ ET DE LA DIFFUSION DE RECOMMANDATIONS SUR LE BON USAGE DES MÉDICAMENTS

Réunion du 5 octobre 2011

Etaient présents :

- en qualité de personnalités choisies en raison de leur compétence en matière de médicaments : M. SIMON (membre titulaire) - M. LAIRY (membre titulaire)
- le directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé ou son représentant : Mme DESMARES
- le directeur de la sécurité sociale ou son représentant : Mme CASANOVA
- le président du Conseil national de l'ordre des médecins ou son représentant : M. LAGARDE (membre titulaire)
- représentant de la caisse nationale de l'assurance maladie des travailleurs salariés : Mme SIMONI-THOMAS (membre titulaire)
- représentants de la Caisse centrale de mutualité sociale agricole : M. HARLIN (membre suppléant)
- représentants des organismes représentatifs des fabricants de produits pharmaceutiques : Mme PAULMIER-BIGOT (membre titulaire) - Mme LACOSTE (membre suppléant)
- personnalités choisies en raison de leur compétence en matière de publicité : M. BOHUON (membre suppléant)
- représentants de la presse médicale : M. MARIE (membre suppléant) – Mme GAGLIONE-PISSONDES (membre suppléant)
- représentants de la visite médicale : Mme BROT WEISSENBAACH (membre titulaire)
- en qualité de pharmacien d'officine ou pharmacien hospitalier : Mme RIVIERE – (membre titulaire) – Mme ARTIGUE (membre suppléant)
- en qualité de personnalités choisies en raison de leur compétence en matière de médicaments : Mme GOLBERG (membre titulaire) – M. DURAIN (membre titulaire) – M. BEAU (membre suppléant) – M. VIRGITTI (membre suppléant) – M. de LUCAS (membre suppléant)

Etaient absents :

- le directeur général de la santé ou son représentant : Mme ANGLADE
- le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes ou son représentant : Mme AMIEVA-CAMOS

- le directeur général de la compétitivité, de l'industrie et des services ou son représentant : M. SUN (membre titulaire) - Mme THORN (membre suppléant)
- le chef du service juridique et technique de l'information ou son représentant : Mme BOURCHEIX
- le président du Conseil national de l'ordre des pharmaciens ou son représentant : Mme SALEIL
- représentants du régime social des indépendants: Mme BOURDEL (membre titulaire) - M. RICARD (membre suppléant)
- le président de la Commission d'autorisation de mise sur le marché prévue à l'article R. 5121-50 du code de la santé publique ou son représentant : M. VITTECOQ
- le président de la Commission de la transparence prévue à l'article R. 163-15 du code de la sécurité sociale ou son représentant : M. BOUVENOT
- représentants d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation : Mme BERNARD HARLAUT (membre titulaire) – Mme LEMER (membre suppléant)
- personnalités choisies en raison de leur compétence en matière de publicité : Mme JOSEPH (membre titulaire) – Mme SWINBURNE (membre suppléant)
- en qualité de personnalités choisies en raison de leur compétence en matière de médicaments: Mme SANTANA (membre titulaire) – Mme GAU (membre suppléant)

Secrétariat scientifique de la Commission :

Mme GOURLAY - Mme HENNEQUIN

Au titre des dossiers les concernant respectivement :

Mme PRINCE - Mme PLAN – Melle VANSEYMORTIER ;

CONFLITS D'INTERETS :

Les conflits d'intérêts sont évalués lors de l'analyse de chaque dossier présenté.

**COMMISSION CHARGÉE DU CONTRÔLE DE LA PUBLICITÉ
ET DE LA DIFFUSION DE RECOMMANDATIONS SUR
LE BON USAGE DES MÉDICAMENTS**

Réunion du 5 octobre 2011

ORDRE DU JOUR

I. Approbation du relevé des avis – Commission du 14 septembre 2011

II. Publicité pour les professionnels de santé

1. Propositions de décisions d'interdiction
2. Propositions de mises en demeure examinées en commission

III. Publicité destinée au Grand Public

**IV. Publicité pour les produits présentés comme bénéfiques pour la santé au sens de l'article L.5122-14
Code de la santé publique (visa PP)**

I. APPROBATION DU RELEVÉ DES AVIS DE LA COMMISSION DU 14 SEPTEMBRE 2011

II. PUBLICITE POUR LES PROFESSIONNELS DE SANTE

1. Propositions de décisions d'interdiction

Néant

2- Propositions de mises en demeure examinées en commission

Néant

III. PUBLICITE DESTINEE AU PUBLIC

Médicaments

Dossiers discutés

1118G11 Support : Présentoir de Comptoir

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Cette publicité est en faveur d'une spécialité indiquée dans le traitement de courte durée des diarrhées aiguës passagères de l'adulte en complément des mesures diététiques.

Elle a été ajournée lors de la commission du 14 septembre 2011, en attente de l'aboutissement de la procédure concernant le changement du nom de la spécialité.

La décision portant modification de l'autorisation de mise sur le marché du médicament en date du 22 septembre 2011 ayant validé ce changement de dénomination, il est proposé à la commission de lever l'ajournement de cette publicité et de lui octroyer un visa.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 19 voix en faveur de la levée d'ajournement
- 1 abstention.

1119G11 Support : Stop-Rayon

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Cette publicité est en faveur d'une spécialité indiquée dans le traitement de courte durée des diarrhées aiguës passagères de l'adulte en complément des mesures diététiques.

Elle a été ajournée lors de la commission du 14 septembre 2011, en attente de l'aboutissement de la procédure concernant le changement du nom de la spécialité.

La décision portant modification de l'autorisation de mise sur le marché du médicament en date du 22 septembre 2011 ayant validé ce changement de dénomination, il est proposé à la commission de lever l'ajournement de cette publicité et de lui octroyer un visa.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 19 voix en faveur de la levée d'ajournement
- 1 abstention.

1120G11 Support : Remis

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Cette publicité est en faveur d'une spécialité indiquée dans le traitement de courte durée des diarrhées aiguës passagères de l'adulte en complément des mesures diététiques.

Elle a été ajournée lors de la commission du 14 septembre 2011, en attente de l'aboutissement de la procédure concernant le changement du nom de la spécialité.

La décision portant modification de l'autorisation de mise sur le marché du médicament en date du 22 septembre 2011 ayant validé ce changement de dénomination, il est proposé à la commission de lever l'ajournement de cette publicité et de lui octroyer un visa.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 19 voix en faveur de la levée d'ajournement
- 1 abstention.

1361G11 Support : Publi-rédactionnel Internet

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Ce publi-rédactionnel Internet en faveur d'un médicament homéopathique traditionnellement utilisé dans le traitement des affections de la voix : extinction de voix, enrouement, fatigue des cordes vocales, est destiné à être diffusé sur différents sites Internet tels que pass-education.fr et planete-enseignant.com.

Certains membres du groupe de travail considèrent que l'axe de communication de cette publicité dirigé vers les enseignants présente un problème de fond. En effet, la cause des enrouements chez les enseignants étant occasionnée par leur activité professionnelle, ce symptôme risque de revenir fréquemment chez les personnes qui y sont sujettes dans la mesure où le facteur initial perdure.

Or, il ne semble pas compatible avec le bon usage du médicament d'inciter le public des enseignants à utiliser de façon récurrente un traitement symptomatique dont la notice précise qu'il doit être de courte durée par la mention « la durée du traitement est limitée à 6 jours, cependant l'absence d'amélioration au bout de 2 jours devra amener à consulter un médecin », et sans que cette publicité n'évoque à aucun moment la nécessité d'avoir recours à une prise en charge globale permettant notamment l'apprentissage de techniques aidant à poser sa voix afin de limiter la fatigue des cordes vocales. De plus, un enrouement chronique nécessite un examen du larynx pour écarter un éventuel cancer du larynx.

A contrario, d'autres membres du groupe de travail soulignant que les enseignants constituent un public bien informé, que la durée limite du traitement devant être ajoutée dans cette publicité afin de compléter la posologie présentée de façon partielle, et que la mention « si les symptômes persistent, consultez votre médecin » figurant dans cette publicité, le positionnement dans la population des enseignants est acceptable. Ces membres soulignent néanmoins que cette publicité soulève d'autres problématiques qui nécessiteraient les corrections suivantes :

- ajout d'une séparation visuelle de cette publicité du reste de la page Internet sous la forme d'un cadre de couleur afin d'en délimiter clairement le contour, et ajout de la mention « publicité » afin de rendre le caractère publicitaire du texte clairement apparent
- suppression des mentions « les enseignants 2 fois plus touchés ! » et « un problème qui touche des milliers d'enseignants et même 1 enseignante sur 2 », les études appuyant ces allégations n'ayant pas été versées au dossier
- suppression des termes « aphonie », « stop au silence forcé », de l'action « en cas de dysphonie » et de « douleurs laryngées », dans la mesure où ces termes semblent excessifs au regard de l'indication
- suppression de la mention « sans effets secondaires connus » car contraire aux dispositions du code de la santé publique
- suppression de la possibilité de partager cette publicité notamment sur les réseaux sociaux, les commentaires insérés par les internautes n'étant pas contrôlables.

L'avis du groupe de travail étant ainsi partagé, il est demandé l'avis de la commission sur l'acceptabilité du positionnement de cette publicité dans la population des enseignants.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 19 votants sont :

- 6 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité sous réserve des corrections exposées dans la présentation du dossier
- 12 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 1 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.

1377G11 Support : Film TV

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Ce film est en faveur d'un médicament à base d'ibuprofène indiqué dans le traitement de courte durée de la fièvre et/ou des douleurs telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires, courbatures et règles douloureuses.

Cette publicité met en scène un homme dans son lit qui se dédouble, le double qui reste au lit représentant l'homme souffrant, et le double qui se lève représentant une version « en bonne forme » de l'homme. Nous suivons ainsi ces deux doubles du même personnage tout au long de la même journée, le double en forme distançant le double souffrant dans ses différentes activités car ce dernier présente différents symptômes qui le ralentissent tels que douleurs et fièvre des états grippaux, maux de tête et courbatures. Dans la seconde partie de ce film, la présentation du médicament promu est suivie de la fusion des deux doubles en une seule et même personne présentant au final le même aspect souriant et en bonne santé que le double en forme mis en scène dans la première partie du film. Le personnage poursuit alors ses activités, pilotant un avion.

Certains membres du groupe de travail considèrent que l'axe de communication de cette publicité est problématique, dans la mesure où la mise en scène du double malade et du double en forme d'un même personnage qui fusionnent ensemble en gardant l'aspect de bonne santé du double en forme constitue une présentation excessive de l'efficacité du médicament promu.

En outre, le mécanisme d'action illustré dans cette publicité à l'aide de visuels évoquant des neurones, des membres du groupe soulignent que cette mise en scène présente le médicament promu comme un antalgique d'action centrale alors qu'il s'agit d'un antalgique d'action périphérique, ce qui ne constitue pas une représentation exacte du mode d'action de ce médicament. Ces 2 aspects seraient donc contraires à l'article R 5122-4 11° du code de la santé publique qui précise que la publicité pour un médicament ne peut comporter aucun élément qui présenterait de manière excessive ou trompeuse l'action du médicament dans le corps humain.

A contrario, d'autres membres du groupe de travail soulignent que le public n'ayant pas une formation scientifique ne reconnaîtra pas des neurones dans le visuel présenté pour illustrer le mécanisme et n'interprétera par conséquent pas cette mise en scène comme la présentation d'une action centrale. De même, certains membres du groupe estiment que la fusion des deux doubles constitue une simple illustration du soulagement des symptômes ressentis par le double souffrant, ce qui correspond effectivement à l'indication du médicament promu, et qu'en conséquence cet axe de communication est acceptable. Ces membres soulignent néanmoins que la scène finale de cette publicité met en scène une efficacité excessive qui nécessiterait la correction suivante : visage moins souriant du pilote d'avion représenté dans le cockpit.

L'avis du groupe de travail étant ainsi partagé, il est demandé l'avis de la commission sur l'acceptabilité de la mise en scène du mécanisme d'action et de la fusion des deux doubles.

AVIS DE LA COMMISSION :

Un membre de la commission estime que l'illustration du mécanisme d'action utilise des représentations qui évoquent clairement des neurones et des synapses. Le président de la commission est également de cet avis. Un deuxième membre de la commission souligne également que les illustrations du mécanisme ressemblent à des neurones, mais que la mise en scène de la fusion des deux doubles n'évoque pas une mise en avant exagérée de l'efficacité. Un autre membre de la commission souligne que le médicament mis en scène a fait la preuve de son efficacité, mais s'étonne de ne pas voir figurer les effets indésirables causés par ce type de médicament tel que des ulcères d'estomac ou des insuffisances rénales.

Le président de la commission rappelle qu'il est essentiel que le message véhiculé par une publicité soit le plus objectif possible, et estime que cette publicité donne l'impression que ce médicament est efficace dans tous les cas, ce qui n'a pas été démontré.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 16 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 4 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.

1378G11 Support : Film TV

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Ce film est en faveur d'un médicament à base d'ibuprofène indiqué dans le traitement de courte durée de la fièvre et/ou des douleurs telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires, courbatures et règles douloureuses.

Cette publicité met en scène un homme dans son lit qui se dédouble, le double qui reste au lit représentant l'homme souffrant, et le double qui se lève représentant une version « en bonne forme » de l'homme. Nous suivons ainsi ces deux doubles du même personnage tout au long de la même journée, le double en forme distançant le double souffrant dans ses différentes activités car ce dernier présente différents symptômes qui le ralentissent tels que douleurs et fièvre des états grippaux, maux de tête et courbatures. Dans la seconde partie de ce film, la présentation du médicament promu est suivie de la fusion des deux doubles en une seule et

même personne présentant au final le même aspect souriant et en bonne santé que le double en forme mis en scène dans la première partie du film. Le personnage poursuit alors ses activités, grim pant les escaliers 2 à 2.

Certains membres du groupe de travail considèrent que l'axe de communication de cette publicité est problématique, dans la mesure où la mise en scène du double malade et du double en forme d'un même personnage qui fusionnent ensemble en gardant l'aspect de bonne santé du double en forme constitue une présentation excessive de l'efficacité du médicament promu.

En outre, le mécanisme d'action illustré dans cette publicité à l'aide de visuels évoquant des neurones, des membres du groupe soulignent que cette mise en scène présente le médicament promu comme un antalgique d'action centrale alors qu'il s'agit d'un antalgique d'action périphérique, ce qui ne constitue pas une représentation exacte du mode d'action de ce médicament. Ces 2 aspects seraient donc contraires à l'article R 5122-4 11° du code de la santé publique qui précise que la publicité pour un médicament ne peut comporter aucun élément qui présenterait de manière excessive ou trompeuse l'action du médicament dans le corps humain.

A contrario, d'autres membres du groupe de travail soulignent que le public n'ayant pas une formation scientifique ne reconnaîtra pas des neurones dans le visuel présenté pour illustrer le mécanisme et n'interprétera par conséquent pas cette mise en scène comme la présentation d'une action centrale.

De même, certains membres du groupe estiment que la fusion des deux doubles constitue une simple illustration du soulagement des symptômes ressentis par le double souffrant, ce qui correspond effectivement à l'indication du médicament promu, et qu'en conséquence cet axe de communication est acceptable. Ces membres soulignent néanmoins que la scène finale de cette publicité met en scène une efficacité excessive qui nécessiterait la correction suivante : montée des escaliers par le personnage de façon normale et non pas 2 par 2.

L'avis du groupe de travail étant ainsi partagé, il est demandé l'avis de la commission sur l'acceptabilité de la mise en scène du mécanisme d'action et de la fusion des deux doubles.

AVIS DE LA COMMISSION :

Un membre de la commission estime que l'illustration du mécanisme d'action utilise des représentations qui évoquent clairement des neurones et des synapses. Le président de la commission est également de cet avis. Un deuxième membre de la commission souligne également que les illustrations du mécanisme ressemblent à des neurones, mais que la mise en scène de la fusion des deux doubles n'évoque pas une mise en avant exagérée de l'efficacité. Un autre membre de la commission souligne que le médicament mis en scène a fait la preuve de son efficacité, mais s'étonne de ne pas voir figurer les effets indésirables causés par ce type de médicament tel que des ulcères d'estomac ou des insuffisances rénales.

Le président de la commission rappelle qu'il est essentiel que le message véhiculé par une publicité soit le plus objectif possible, et estime que cette publicité donne l'impression que ce médicament est efficace dans tous les cas, ce qui n'a pas été démontré.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 16 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 4 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.

1379G11 Support : Film TV

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 1378G11.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 16 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 4 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.

1380G11 Support : Film TV

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 1378G11.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 16 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 4 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.

1381G11 Support : Film TV

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 1378G11.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 16 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 4 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.

1382G11 Support : Film TV

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 1378G11.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 16 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 4 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.

1383G11 Support : Film TV

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 1377G11.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 16 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 4 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.

1384G11 Support : Film TV

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 1377G11.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 16 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 4 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.

1385G11 Support : Film TV

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 1377G11.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 16 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 4 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.

1386G11 Support : Film TV

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 1377G11.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 16 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 4 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.

1387G11 Support : Film TV

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Ce film est en faveur d'un médicament indiqué dans le traitement de courte durée de la fièvre et/ou des douleurs telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires, courbatures et règles douloureuses.

Cette publicité met en scène un personnage mi-humain, mi-automate, au visage dépourvu d'expression, qui agit tout au long de la journée de façon machinale au milieu d'autres personnages ayant le même aspect que lui et effectuant les mêmes tâches, avec en parallèle en voix off « quand on y pense, la plupart de nos gestes

sont des automatismes et nos choix des réflexes ». Le personnage principal est ensuite présenté comme manifestant différents symptômes tels que douleurs et fièvre des états grippaux, maux de tête et courbatures, puis se rendant dans une pharmacie. Une fois à l'intérieur, le personnage s'apprête à prendre une boîte ne portant pas de nom, mais se ravise et choisit finalement une boîte portant le nom du médicament promu, au grand étonnement des autres personnages présents autour de lui, en parallèle de la voix off « en cas de douleurs liées à l'état grippal, courbatures, maux de tête, ou fièvre qui dérèglent notre organisme, allons nous faire comme d'habitude ? ». En scène finale de ce film, le personnage est ensuite mis en scène sautant de joie, visiblement soulagé de ses symptômes.

Or, cette présentation suggère que le médicament promu est au moins aussi efficace que les autres médicaments indiqués dans le traitement des douleurs et fièvre des états grippaux, maux de tête et courbatures, ce qui est contraire à l'article R 5122-4 2°) du code de la santé publique qui précise que la publicité pour un médicament ne peut comporter aucun élément qui suggérerait que l'effet du médicament est assuré, qu'il est sans effets indésirables, ou qu'il est supérieur ou égal à celui d'un autre traitement ou médicament.

Par ailleurs, la mise en scène des symptômes ressentis par le personnage principal ne constituent pas une représentation exacte de ces symptômes, dans la mesure où :

- les courbatures sont illustrées par une rougeur au niveau de la gorge, ce qui évoque davantage un mal de gorge
- la fièvre est illustrée par un rougissement de la tête, ce qui évoque davantage une urticaire ou un œdème.

Ces présentations sont ainsi contraires à l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui dispose notamment que la publicité doit respecter les dispositions de l'autorisation de mise sur le marché.

Ainsi, il est proposé à la commission de refuser cette publicité.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 16 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 4 abstentions.

1388G11 Support : Film Internet

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 1387G11.

Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 16 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 4 abstentions.

1415G11 Support : Film Internet

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission aux débats et à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Cette publicité est en faveur d'une spécialité indiquée dans le sevrage tabagique.

Ce film de 30 secondes, destiné à être diffusé sur internet, propose de se laisser apaiser par le son des vagues, de fixer une spirale, de regarder une balle rebondir puis de sauter sur un pied. A la fin du film, à la question « Vous avez toujours envie de fumer ? », les réponses « oui » / « non » apparaissent. Seule la réponse « oui » peut être choisie. Les allégations « C'est normal, on n'arrête pas de fumer en regardant une vidéo » et « Essayez plutôt "*dénomination du médicament*" » apparaissent alors. Outre des modifications mineures qui ont été adoptées au cours de la réunion du groupe de travail, l'un des membres du groupe a soulevé un point sur lequel les avis des membres divergent.

Selon certains membres du groupe de travail, ce film suggérerait une comparaison entre des méthodes alternatives au traitement pharmacologique, comme l'hypnose ou encore la relaxation, et le traitement par substituts nicotiques, en faisant apparaître le médicament promu comme la solution la plus efficace pour arrêter de fumer. Ainsi, la publicité ne serait pas conforme aux dispositions de l'article R. 5122-4 qui précisent notamment qu'une publicité pour un médicament auprès du public ne peut comporter aucun élément qui suggérerait que l'effet du médicament est supérieur ou égal à celui d'un autre traitement.

En revanche, d'autres membres du groupe de travail ne perçoivent pas les animations présentées comme une illustration de méthodes alternatives au traitement pharmacologique. Selon eux, cette présentation illustre uniquement de manière « décalée » la difficulté de réussir un sevrage tabagique.

Le groupe de travail sur la publicité auprès du public en faveur des médicaments et des préservatifs étant divisé, l'avis de la Commission est demandé.

AVIS DE LA COMMISSION :

Selon un premier membre de la Commission, il s'agit d'une présentation humoristique et non d'une représentation de méthodes alternatives au traitement pharmacologique. Le Président de la Commission approuve cet avis. La représentante du LEEM précise que cette publicité s'intègre dans une campagne publicitaire soulignant la difficulté du sevrage tabagique avec le slogan « On n'arrête pas toujours de fumer en sautant sur un pied ». Selon un autre membre de la Commission précise que les représentations sont plutôt une allusion qu'une réelle comparaison. En revanche, la représentante de la Sécurité Sociale pense que le terme « plutôt » dans l'allégation « Essayez plutôt "*dénomination du médicament*" » suggère une comparaison en faveur du médicament promu.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 13 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité
- 4 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 3 abstentions.

Projets d'avis favorable sous réserves

Les projets de publicité suivants ont reçu un avis favorable, sous réserve de correction des messages, à l'unanimité des membres présents.

1334G11 SYNTHOL, solution pour application cutanée et bain de bouche. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Film TV

1335G11 SYNTHOL, solution pour application cutanée et bain de bouche. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Film TV

1336G11 SYNTHOL, solution pour application cutanée et bain de bouche. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Panneau vitrine

1337G11 SYNTHOL, solution pour application cutanée et bain de bouche. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : habillage bus

1338G11 NIQUITIN Gamme et NIQUITINMINIS Gamme. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Balisage de linéaire extensible

1339G11 NIQUITIN Gamme et NIQUITINMINIS Gamme. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Barquette de linéaire

1340G11 NIQUITIN Gamme et NIQUITINMINIS Gamme. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Point Conseil

1341G11 NIQUITINMINIS Gamme. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Panneau vitrine

1342G11 NIQUITINMINIS Gamme. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Balisage de linéaire

1343G11 NIQUITINMINIS Gamme. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Affichette

1344G11 NIQUITINMINIS Gamme. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Bannière Internet

1345G11 NIQUITINMINIS Gamme. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Habillage Internet

1346G11 NIQUITINMINIS Gamme. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Film TV

1347G11 NIQUITINMINIS Gamme. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Film TV

1348G11 NIQUITINMINIS Gamme. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Film TV

1349G11 EXOMUC 200 mg, granulé pour solution buvable. Laboratoire BOUCHARA-RECORDATI. Support : Stop rayon

1350G11 MICROLAX, gel rectal. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Présentoir de comptoir

1351G11 MICROLAX, gel rectal. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Stop rayon

1352G11 MICROLAX, gel rectal. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Barquette linéaire

1353G11 MICROLAX, gel rectal. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Réglette linéaire

1354G11 NICORETTE Gamme/NICORETTESKIN Gamme. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Document léger d'information

1355G11 NICORETTE Gamme/NICORETTESKIN Gamme. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Bannière Internet

1356G11 NICORETTE Gamme/NICORETTESKIN Gamme. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Bannière Internet

1357G11 NICORETTE Gamme/NICORETTESKIN Gamme. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Newsletter

1358G11 NICORETTESKIN 10mg/16h,15mg:16h,25mg:16h, dispositif transdermique. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Bannière Internet

1359G11 NICORETTESKIN 10mg/16h,15mg:16h,25mg:16h, dispositif transdermique. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Bannière Internet

1360G11 CAMILIA, solution buvable en récipient unidose. Laboratoire BOIRON. Support : Film TV

1362G11 HOMEOVOX, comprimé enrobé. Laboratoire BOIRON. Support : Publi-rédactionnel Internet

1364G11 CARBOSYLANE, gélule. Laboratoire GRIMBERG. Support : Coins de linéaire

1365G11 CARBOSYLANE, gélule. Laboratoire GRIMBERG. Support : Adhésif vitrine

1366G11 VOGALIB 7,5 mg SANS SUCRE, lyophilisat oral édulcoré à l'aspartam. Laboratoire CEPHALON France. Support : Kakémono vertical

1367G11 VOGALIB 7,5 mg SANS SUCRE, lyophilisat oral édulcoré à l'aspartam. Laboratoire CEPHALON France. Support : Kakémono horizontal

1368G11 VOGALIB 7,5 mg SANS SUCRE, lyophilisat oral édulcoré à l'aspartam. Laboratoire CEPHALON France. Support : Jupe de Comptoir

1369G11 SARGENOR 1 g/5 ml, solution buvable. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Habillage de borne

1371G11 SARGENOR SANS SUCRE 1 g, comprimé effervescent édulcoré à la saccharine sodique. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Réglette de linéaire

1373G11 NICOPATCH 7, 14 & 21mg/24H, dispositifs transdermiques. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Bannière Internet

1376G11 SPECIALITES GIFRER BARBEZAT. Laboratoire GIFRER ET BARBEZAT. Support : Site Internet

1389G11 NUROFENFLASH 400 mg, comprimé pelliculé. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Stop rayon

1390G11 NUROFENFLASH 400 mg, comprimé pelliculé. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Stop rayon

1391G11 STREFEN, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

1392G11 STREFEN, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

1393G11 STREFEN, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

1395G11 STREFEN, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

1397G11 STREPSIL Citron, pastille à sucer/STREPSIL Lidocaïne, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

1398G11 GAVISCONELL Gamme. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Présentoir

1399G11 CURANAIL 5 %, vernis à ongles médicamenteux. Laboratoire GALDERMA. Support : Présentoir d'officine

1400G11 MYCOHYDRALIN 200 mg, comprimé vaginal. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Mél sur demande du patient

1403G11 RENNIE SANS SUCRE, comprimé à croquer. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Présentoir de comptoir

1404G11 RENNIE SANS SUCRE, comprimé à croquer. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Bacs à ordonnances

1405G11 RENNIE SANS SUCRE, comprimé à croquer. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Barquette de linéaire

1406G11 RENNIE SANS SUCRE, comprimé à croquer. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Film TV

1407G11 RENNIE SANS SUCRE, comprimé à croquer. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Film TV

1408G11 RENNIE SANS SUCRE, comprimé à croquer. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Bannière Internet

1409G11 RENNIE SANS SUCRE, comprimé à croquer. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Bannière Internet

1410G11 RENNIE SANS SUCRE, comprimé à croquer. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Site Internet

1411G11 SPEDIFEN Gamme. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Présentoir

1412G11 SPEDIFEN 400mg, comprimé Pelliculé/SPEDIFEN 200mg, comprimé. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Film TV

1413G11 SPEDIFEN 400mg, comprimé Pelliculé/SPEDIFEN 200mg, comprimé. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Film TV

1414G11 SPEDIFEN 200mg, granulés pour solution buvable en sachet-dose. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Stop rayon

1416G11 NICOTINELL Gamme. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Affiche

1417G11 NICOTINELL Gamme. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Document léger d'information

1418G11 ADVILCAPS 200mg/ADVILCAPS 400mg, capsule molle. Laboratoire PFIZER SANTE FAMILIALE. Support : Film TV

1419G11 ADVILCAPS 200mg/ADVILCAPS 400mg, capsule molle. Laboratoire PFIZER SANTE FAMILIALE. Support : Film TV

1420G11 MENINGITEC, suspension injectable. Laboratoire PFIZER. Support : Brochure

Projets d'avis favorable

Les projets de publicités suivants ont reçus un avis favorable à l'unanimité des membres présents.

1363G11 CARBOSYLANE, gélule. Laboratoire GRIMBERG. Support : Brochure

1370G11 SARGENOR 1 g/5 ml, solution buvable. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Totem

1372G11 PROALLERGODIL 0,127 mg/dose, solution pour pulvérisation nasale. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Présentoir

1374G11 NICOPATCH 7, 14 & 21mg/24H, dispositifs transdermiques. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Film officinal

1375G11 NICOPATCH 7, 14 & 21mg/24H, dispositifs transdermiques. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Film TV

1394G11 STREFEN, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

1396G11 STREFEN, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

1401G11 MYCOHYDRALIN 200 mg, comprimé vaginal. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Publi-rédactionnel

1402G11 MYCOHYDRALIN 200 mg, comprimé vaginal. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Film TV

IV. PUBLICITE POUR LES PRODUITS PRESENTES COMME BENEFIQUES POUR LA SANTE AU SENS DE L'ARTICLE L.5122-14 DU CODE DE LA SANTE PUBLIQUE (VISA PP)

Produits cosmétiques

Projet d'avis favorable sous réserves

Les projets de publicité suivants ont reçu un avis favorable, sous réserve de correction des messages, à l'unanimité des membres présents.

058PP11 – NEUTROGENA Visibly Clear, lingettes nettoyantes boutons – Support : conditionnement primaire – Laboratoire Johnson et Johnson

059PP11 - NEUTROGENA Visibly Clear, 2-en-1 Nettoyant/masque – Support : tube– Laboratoire Johnson et Johnson

060PP11 - AUCHAN gel goût fraise, dentifrice — Support : tube – Laboratoire BONIQUET

061PP11 – COLGATE TRIPLE ACTION, dentifrice – Support : publicité audiovisuelle – Laboratoire COLGATE PALMOLIVE