



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

publicité

Question écrite n° 38783

Texte de la question

M. Bernard Perrut appelle l'attention de Mme la ministre de la santé, de la jeunesse, des sports et de la vie associative sur la nécessité de renforcer le contrôle des publicités qui se répandent par tous les moyens y compris Internet pour des appareils ou des traitements dont l'efficacité n'est pas garantie pour la protection de la santé. Il lui demande quelles mesures sont prises pour assurer en ce domaine la protection prévue par les articles du code de santé publique correspondants.

Texte de la réponse

L'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (AFSSAPS) compte au nombre de ses compétences, le contrôle de la publicité en faveur des objets, appareils et méthodes présentés comme bénéfiques pour la santé conformément à l'article L. 5122-15 du code de la santé publique. Afin d'assurer cette mission l'AFSSAPS assure le secrétariat d'une commission chargée d'examiner et de rendre des avis sur la publicité concernant les objets, appareils et méthodes présentés comme bénéfiques pour la santé, car par exemple ils favorisent le diagnostic, la prévention ou le traitement des maladies, des affections relevant de la pathologie chirurgicale et des dérèglements physiologiques. Le contrôle de la publicité des objets, appareils et méthodes est effectué a posteriori sur les publicités dont l'AFSSAPS a connaissance sur signalement ou par autosaisine, l'AFSSAPS effectuant une veille de la presse destinée au grand public et aux professionnels de santé, ainsi que des sites internet. Ces publicités sont étudiées par la commission qui se prononce sur l'interdiction de l'emploi de certains termes si la firme n'apporte pas la preuve des allégations présentes dans la publicité. La commission peut également se montrer favorable à l'obligation de mentionner des avertissements et précautions d'emploi nécessaires à l'information des consommateurs. Ces mesures sont prononcées par le directeur général de l'AFSSAPS. Elles prennent effet trois semaines après leur publication au Journal officiel de la République française. En cas de non-respect d'une telle décision d'interdiction ou d'obligation de mentionner des mises en garde, l'article L. 5422-12 du même code prévoit une incrimination pénale dont la peine est une amende de 37 500 euros. En pratique les publicités en cause concernent des domaines particulièrement variés comme notamment l'amaigrissement, le sevrage tabagique, l'arthrose et les rhumatismes, le soulagement de diverses pathologies. Au cours de l'année 2008, 36 publicités ont été examinées concernant 389 objets, appareils et méthodes. 36 avis d'interdiction ont été rendus, 31 décisions d'interdiction ont été publiées au Journal officiel de la République française.

Données clés

Auteur : [M. Bernard Perrut](#)

Circonscription : Rhône (9^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 38783

Rubrique : Santé

Ministère interrogé : Santé, jeunesse, sports et vie associative

Ministère attributaire : Santé et sports

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 23 décembre 2008, page 11077

Réponse publiée le : 5 mai 2009, page 4379