# ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

## Réforme « reste à charge zéro » dans le secteur des audioprothèses

Question écrite n° 34345

### Texte de la question

Mme Marianne Dubois attire l'attention de M. le ministre des solidarités et de la santé sur les campagnes de communication dans le secteur de l'audioprothèse. En effet les audioprothésistes et leur syndicat alertent depuis plusieurs mois, avec la perspective de l'entrée en vigueur au 1er janvier 2021 de la réforme du « reste à charge zéro » et la hausse importante des niveaux de remboursement, sur les dérives constatées de campagnes de communication racoleuses, trompeuses et irresponsables. Les enjeux de santé publique sont oubliés au profit de nouvelles opportunités financières que de grandes enseignes, principalement dans le secteur optique, ont vite flairées. Pour pallier à ces dérives, les associations de patients et les professionnels proposent de longue date un cadre plus adapté de régulation de la publicité en audioprothèse. Ainsi, elle lui demande quelles dispositions le Gouvernement entend mettre en œuvre pour que l'effort financier important de l'assurance maladie et des complémentaires santé soit effectivement dirigé vers la santé des citoyens.

### 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 taches 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 :** Mme Marianne Dubois
**Circonscription :** Loiret (5e circonscription) - Les Républicains
**Type de question :** Question écrite
**Numéro de la question :** 34345
**Rubrique :** Assurance maladie maternité
**Ministère interrogé :** Solidarités et santé
**Ministère attributaire :** Économie, finances et relance

## Date(s) clée(s)

**Question publiée au JO le :** 1er décembre 2020, page 8594
**Réponse publiée au JO le :** 9 mars 2021, page 2055