



ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

Encadrement des pratiques commerciales pour les audioprothèses

Question écrite n° 38123

Texte de la question

Mme Lise Magnier attire l'attention de M. le ministre délégué auprès du ministre de l'économie, des finances et de la relance, chargé des comptes publics, sur l'encadrement des pratiques commerciales pour les audioprothèses. À l'heure actuelle, il semblerait que les services du ministère de l'action et des comptes publics n'estiment pas nécessaire de mettre en place un encadrement réglementaire supplémentaire pour la publicité des audioprothèses. Cependant, les consommateurs ne peuvent attendre le futur bilan des contrôles réalisés par la DGCCRF. En effet, une enseigne, qui intervient aussi bien dans l'optique que dans l'audioprothèse, a récemment été condamnée. En parallèle, la DGCCRF a diligenté une enquête nationale, dans le contexte de la réforme « 100 % santé », afin d'évaluer les pratiques publicitaires des enseignes vendant des audioprothèses et éliminer tout type d'allégations mensongères. Par ailleurs, les audioprothèses étant des dispositifs médicaux, il est difficile de comprendre pourquoi leur publicité est autorisée alors qu'elle est interdite pour les autres actes de santé. Aussi, elle lui demande quelles sont les actions qu'il compte mettre en œuvre pour assurer une publicité loyale et non trompeuse en matière d'audioprothèses.

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 qui soutient notamment l'objectif d'une publicité loyale et non trompeuse, agit-il en ce sens. En premier lieu, depuis 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, expose 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 deuxième 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. Les aides auditives ne sont d'ailleurs pas les seuls dispositifs médicaux vendus aux consommateurs pour lesquels la publicité soit autorisée, mais celle-ci demeure strictement encadrée. Enfin, les pratiques commerciales ayant cours dans le secteur des aides auditives sont encadrées par le code de la consommation. Comme il est rappelé dans la question du parlementaire, 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 à l'automne dernier, et durera une année. Elle a pour objectif 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, il est important de noter que la condamnation récente d'un professionnel au versement d'une astreinte de 250 000 euros à laquelle il est fait allusion, fait suite à une procédure civile mise en œuvre par les services de la DGCCRF pour pratiques commerciales trompeuses. Aussi, un encadrement réglementaire supplémentaire de la publicité dans ce secteur, compte tenu des règles générales déjà en vigueur, n'apparaît-il pas nécessaire. Le cas échéant, les professionnels peuvent se rapprocher de l'ARPP (autorité de régulation professionnelle de la publicité) afin d'engager un travail commun sur les bonnes pratiques à recommander.

Données clés

Auteur : [Mme Lise Magnier](#)

Circonscription : Marne (4^e circonscription) - Agir ensemble

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 38123

Rubrique : Professions de santé

Ministère interrogé : [Comptes publics](#)

Ministère attributaire : [Économie, finances et relance](#)

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [13 avril 2021](#), page 3188

Réponse publiée au JO le : [7 septembre 2021](#), page 6712