

Interdire la publicité pour les médicaments ?

Le contexte

Une campagne (attaquée en justice) de Solidaris (lire p. 9) vise en 2018 ce que Test-Achats réclamait en 2016 : l'interdiction de la publicité pour les médicaments en vente libre (non soumis à prescription). Une aberration, selon l'industrie des médicaments.

Oui

■ La publicité pour les médicaments doit être interdite car elle les présente comme des produits miracles. Ces spots sont contraires à une utilisation judicieuse des médicaments car ils restent muets sur leurs effets indésirables.

Julie Frère

Porte-parole de Test-Achats.

Estimez-vous que la publicité pour les médicaments doit être interdite ?

Oui. La publicité pour les médicaments doit être interdite car elle est contraire à une utilisation judicieuse des médicaments. On sait aujourd'hui que les réclames pour des médicaments sans prescription sont autorisées. Mais ce qu'on présente, ce ne sont pas des produits ordinaires. Ce n'est pas parce que ces médicaments sont en vente libre qu'ils sont inoffensifs. Eux aussi peuvent avoir des effets secondaires ou être mal utilisés. On a ainsi pu constater plusieurs cas où des personnes se sont ruées sur certains médicaments après avoir vu des publicités et cela a eu comme conséquence une augmentation importante d'effets secondaires. L'utilisation de ces médicaments n'était sans doute pas appropriée. Un médicament doit être pris après avoir consulté son médecin ou son pharmacien, et pas parce qu'on a vu une publicité à la télévision qui nous présente un médicament comme un prétendu remède miracle.

Comment éviter cela ?

Si les règles de base à appliquer à ce type de publicités étaient mises en application, les pubs devraient inviter à bien lire la notice et comporter certaines mentions obligatoires, comme "pas d'usage prolongé sans avis médical".

Existe-t-il d'autres règles qui ne sont pas respectées par les publicitaires ?

Oui. Tout d'abord, la publicité devrait normalement veiller à ce que le médicament soit utilisé judicieusement. Elle ne doit donc pas in-

duire en erreur. Elle doit être "exacte et vérifiable". Pourtant, ce critère est lui aussi très souvent bafoué. La télévision présente régulièrement des spots pour des produits comme le Bisolvon, un médicament contre la toux dont les effets positifs n'ont jamais été scientifiquement prouvés. La loi stipule aussi que la pub pour médicaments doit rester sobre. Mais la réclame pour le Bronchostop Duo, un autre remède contre la toux, montre une brillante étudiante traverser, telle une demi-déesse, criant au vent, la bibliothèque de son université pour présenter le sirop à un étudiant en train de tousser. Aujourd'hui, quand on parle d'un médicament, que ce soit à la télévision ou à la radio, on nous présente souvent une potion, un remède miracle plutôt qu'un médicament dont on évoquerait l'éventuelle efficacité et les effets secondaires. Même s'il y a des mises en garde plus complètes, elles disparaissent trop vite de l'écran pour être bien vues. C'est inscrit en petits caractères, à la fin de la publicité. Ce n'est certainement pas ça qui reste dans l'esprit du consommateur.

Forcer les industriels et les publicitaires à respecter les lois changera-t-il réellement la donne selon vous ? Les consommateurs seront-ils vraiment plus attentifs ?

Non malheureusement, revoir la loi et l'appliquer correctement ne résoudra pas tout. Si la Commission de contrôle de la publicité des médicaments n'applique pas ses propres règles, c'est dû en partie à sa composition. Elle compte en effet seize membres dont 6 travaillent pour le secteur pharmaceutique. Ce qui accroît le risque de voir des publicités irresponsables diffusées.

Que proposez-vous dès lors ?

Une interdiction est très difficile à obtenir. Une décision doit être prise au niveau européen pour faire bouger les choses. Au niveau de la Belgique, une révision complète de la commission de contrôle s'impose. On pourrait, par exemple, y faire siéger davantage de représentants des patients et des consommateurs, pour que la voix du citoyen se fasse mieux entendre. La représentation du secteur pharmaceutique doit disparaître.

Entretien : Louise Vanderkelen

Non

■ La publicité doit rester une source d'informations pour le consommateur. A côté, la Belgique offre un cumul de sécurité unique en Europe : des législations sur la publicité, sur les allégations de santé et sur la distribution où tout passe par le pharmacien.

Marc Gryseels

Adm.-dél. de Bachi (association des entreprises de l'industrie de médicaments en vente libre).

L'association de consommateurs Test-Achats (en 2016) et la mutualité socialiste Solidaris (via sa campagne controversée 2018) demandent l'interdiction de la publicité pour tous les médicaments en vente libre (c'est déjà le cas pour les médicaments vendus sur ordonnance). Votre réaction ?

Notre association belge qui regroupe les entreprises de l'industrie de médicaments en vente libre et des produits de santé vendus en pharmacie pense que c'est complètement hors de propos. Un médicament en vente libre nécessite justement qu'un consommateur puisse avoir accès à de l'information et au produit. Le problème est de confondre publicité dans son sens négatif et dans son sens positif. La publicité reste une source d'informations et une manière d'informer sur le produit vers le consommateur. S'il n'y avait pas publicité, il n'y aurait pas de concurrence. Il faut bien connaître les différentes possibilités qui existent. C'est donc positif pour le consommateur, si la publicité est bien faite.

C'est quoi une publicité bien faite pour un médicament ?

C'est une publicité qui reste dans le cadre défini légalement. On ne peut pas dire tout et n'importe quoi. Et l'industrie qui met des médicaments sur le marché doit faire autoriser ces publicités.

Que pensez-vous de la campagne de Solidaris (voir en page 9) ?

Je suis surpris par ces attaques. La Belgique est le pays d'Europe parmi les plus stricts. La publicité est réglementée par arrêté royal et contrôlée par l'Agence du médicament de manière très encadrée. La Commission de la publicité, qui ap-

prouve toute publicité avant utilisation et donne son avis et ses recommandations à notre ministre, est composée de divers experts. Une partie importante des sièges de cette commission est occupée par les mutuelles. Par conséquent, critiquer les publicités accordées équivaut à remettre en cause les décisions de cette commission et ce, malgré la présence des mutualités socialistes.

Autre point peu compréhensible, en Belgique, la distribution des médicaments est uniquement possible en pharmacie. En Europe, nous avons donc le circuit de vente le mieux sécurisé par les professionnels de la santé que sont les pharmaciens. Leur rôle central pour le bon usage est ici une garantie. Les mutualités socialistes n'auraient-elles donc pas confiance en nos professionnels de la santé ? Les mutualités ont pourtant des pharmacies dans leur structure. Je ne comprends pas. C'est ahurissant.

Test-Achats relève que l'efficacité présentée dans certaines pubs pour des sirops antitussifs ou des pommades contre les douleurs dorsales n'est pas prouvée scientifiquement. C'est un autre problème.

Effectivement. C'est parce que les normes des études cliniques ont changé au cours des années. Ainsi, les études réalisées dans les années 60 ne sont plus recevables et les scientifiques d'aujourd'hui les mettent à la poubelle. Pour des produits qui sont sur le marché depuis 50 ans, on devrait refaire des études dans les nouvelles normes pour que les scientifiques les reconnaissent de nouveau. Ce serait des engagements financiers colossaux pour finalement démontrer ce qu'on sait déjà. Difficile.

La publicité ne masque-t-elle pas les effets secondaires ?

Ce point doit être pris en considération. Mais il est résolu en Belgique parce que nous sommes obligés de mettre les mentions légales qui font état de la lecture de la notice et du fait qu'il faut visiter son médecin avant d'utiliser le produit en question. Je rappelle aussi que comme ils ne sont vendus qu'en pharmacie, les conseils de bonne utilisation sont donnés par le pharmacien.

Pour vous, les médicaments sont-ils des produits de consommation comme les autres ?

Si un consommateur en a besoin, pourquoi le médicament ne pourrait-il pas être un produit de consommation ? Il faut juste éviter qu'il devienne un produit de surconsommation. Mais là aussi, le pharmacien veille.

Entretien : Thierry Boute

La fausse pub Solidaris qui dénonce la pub pour les médicaments est attaquée en justice

"Instant magique" la 1^{re} capsule de la campagne de Solidaris (voir page 9 et la vidéo sur le site) met en scène la famille Padupe aux prises avec les stratagèmes de Marc Dividende, directeur marketing chez PharmaCorp.

"Ces faux spots, fake news publicitaires, mettant en scène des médicaments imaginaires mais contenant des messages mensongers est hautement préjudiciables à l'image de l'industrie pharmaceutique et aux médicaments que cette dernière commercialise", a réagi le Bachi qui demande en référé l'interdiction de cette campagne.