

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 19 mai 2010

### Étaient présents :

- en qualité de personnalités choisies en raison de leur compétence en matière de médicaments : M. SIMON (président) – M. LAIRY (vice-président)
- le directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé ou son représentant : Mme DESMARES
- 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 : Mme THORN
- le directeur de la sécurité sociale ou son représentant : Mme CASANOVA
- le chef du service 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
- le président du Conseil national de l'ordre des médecins ou son représentant : M. LAGARDE
- représentant de la caisse nationale de l'assurance maladie des travailleurs salariés : Mme SIMONI-THOMAS (membre titulaire)
- représentant du régime social des indépendants : M. RICARD (membre suppléant)
- représentants des organismes représentatifs des fabricants de produits pharmaceutiques : Mme PAULMIER-BIGOT (membre titulaire) – Mme LACOSTE (membre suppléant)
- représentants d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation : Mme BERNARD-HARLAUT (membre titulaire)
- en qualité de personnalités choisies en raison de leur compétence en matière de publicité : Mme MAURAIN (membre titulaire)
- représentants de la presse médicale : Mme GAGLIONE-PISSONDES (membre suppléant)
- en qualité de personnalités choisies en raison de leur compétence en matière de visite médicale : Mme BROT WEISSENBACH (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 suppléant) – M. BEAU (membre suppléant) - M. VIRGITTI (membre suppléant) - M. de LUCA (membre suppléant)

**Etaient absents :**

- représentants de la Caisse centrale de mutualité sociale agricole: M. HARLIN (membre titulaire) – Mme DUBOC (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
- en qualité de personnalités choisies en raison de leur compétence en matière de publicité: Mme JOSEPH (membre titulaire) - Mme SWINBURNE (membre suppléant)
- représentants de la presse médicale: Mme du FONTENIOUX (membre titulaire) – M. MARIE (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 – Mme PROUST.

Au titre des dossiers les concernant respectivement :

M. GROSJEAN – Mme MOATTI - Mme PLAN – Mme LARZUL

**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 19 mai 2010**

**ORDRE DU JOUR**

**I. Approbation du relevé des avis – Commission du 13 avril 2010**

**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 13 AVRIL 2010**

Le relevé des avis n'appelle aucune remarque et est adopté à l'unanimité des membres présents.

## **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**

<b>Médicaments</b>
--------------------

### **Dossiers discutés**

#### **0557G10 Support : Présentoir**

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.

Un membre de la commission souhaite réagir devant l'allégation « 23% plus efficace\* ; \*25 mg/16h comparé au 15 mg/16h à 1 an » contenue dans cette publicité en faveur d'un produit de sevrage tabagique, s'agissant d'une comparaison suggérant que l'effet du médicament est supérieur à un autre traitement. Il a été répondu que le groupe de travail avait proposé la suppression de cette mention.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

#### **0558G10 Support : Brochure consommateurs + posologie**

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 0557G10.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

#### **0559G10 Support : Panneau vitrine**

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 0557G10.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

#### **0560G10 Support : Réglette linéaire + posologie**

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 0557G10.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

#### **0561G10 Support : Affiche lieux publics**

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 0557G10.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

#### **0570G10 Support : Porte-stylo**

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.

Un membre de la commission s'interroge sur la mention « activité antifongique » revendiquée sur cette publicité en faveur d'un produit indiqué dans les douleurs liées aux états inflammatoires et ulcéreux de la muqueuse buccale. L'AFSSAPS confirme que cette propriété est bien validée par l'AMM du produit.

Cette mention est ainsi approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

#### **0572G10 Support : display**

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.

Un membre de la commission s'interroge sur le slogan « comprimé d'efficacité » figurant sur une publicité pour un traitement préconisé en cas de mal de gorge peu intense et sans fièvre, d'aphtes et de petites plaies de la bouche. L'AFSSAPS répond que ce slogan a déjà été précédemment accepté par la commission et n'a fait l'objet d'aucune remarque lors du groupe de travail.

Ce slogan est ainsi approuvé à l'unanimité des membres présents (22 membres).

#### **0608G10 Support : Site 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 site internet est en faveur d'un vaccin contre les maladies causées par 13 sérotypes de la bactérie *Streptococcus pneumoniae* telles que : méningite, septicémie, pneumonie et otite moyenne aiguë. Ce vaccin remplace un ancien vaccin, qui assurait une protection contre 7 sérotypes de la même bactérie.

Cette publicité développe les détails des mesures de transition pour les enfants ayant déjà commencé leur vaccination avec le précédent vaccin. Or, les mentions minimales obligatoires prévues par l'article L.5122-6 du code de la santé publique pour la publicité définies pour [dénomination du vaccin promu] précisent : « Le Haut Conseil de la santé publique recommande la vaccination par le vaccin conjugué 13-valent contre le pneumocoque :

- Chez tous les enfants de moins de 2 ans ;
- Avec trois injections : à l'âge de 2 mois, 4 mois et 12 mois. Ce rappel à l'âge de 12 mois est essentiel ;
- Pour la prévention des infections graves liées à certaines souches de pneumocoque, notamment les méningites ;
- Si votre enfant n'a pas été vacciné selon ce schéma, parlez-en à votre médecin ;
- Pour plus d'information : [www.hcsp.fr](http://www.hcsp.fr)»

Elles renvoient ainsi expressément aux conseils du médecin pour ce qui concerne les mesures de transitions.

De la même manière, la notice du vaccin promu précise dans le paragraphe « Nourrissons et enfants précédemment vaccinés avec [dénomination de l'ancien vaccin] : Les nourrissons et enfants ayant précédemment reçu [dénomination de l'ancien vaccin], peuvent recevoir [dénomination du produit promu] afin de compléter leur schéma vaccinal.

Pour les enfants âgés de 1 à 5 ans précédemment vaccinés avec [dénomination de l'ancien vaccin], votre médecin ou infirmière vous informeront du nombre d'injections de [dénomination du produit promu] nécessaires.

Il est important de suivre les instructions données par le médecin, le pharmacien, ou l'infirmière afin que votre enfant complète la série d'injections. »

Le groupe de travail étant partagé sur l'opportunité de remplacer la partie «[dénomination du produit promu] en pratique» traitant des mesures de transition par le paragraphe « Nourrissons et enfants précédemment

vaccinés avec [dénomination de l'ancien vaccin]» de la notice, il est demandé l'avis de la commission.

#### AVIS DE LA COMMISSION :

Un membre de la commission estime que la partie évoquée est dense, mais claire grâce aux tableaux. La représentante du président du Conseil national de l'ordre des pharmaciens accueille favorablement le fait que ce site internet soit assez détaillé pour permettre aux parents de vérifier où en sont leurs enfants par rapport à cette vaccination. Le président de la commission remarque que le fait de fournir une information détaillée n'empêche pas de renvoyer aux conseils du médecin.

Un membre objecte que les mêmes informations doivent figurer sur ce site internet et sur une brochure déposée en parallèle, dans un souci de cohérence.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 24 votants sont :

- 3 voix en faveur d'accepter la partie de ce site développant de manière exhaustive sous forme de tableaux les mesures de transition pour les enfants ayant déjà commencé leur vaccination avec l'ancien vaccin,
- 21 voix en faveur de laisser le choix au laboratoire (sous réserve d'opter pour la même alternative dans la brochure déposée en parallèle) :

- ° d'enlever toutes les informations relatives aux mesures de transition pour ne laisser que le renvoi aux conseils du médecin

- ° ou de laisser la partie de ce site développant de manière exhaustive sous forme de tableaux les mesures de transition pour les enfants ayant déjà commencé leur vaccination avec l'ancien vaccin.

#### **0609G10 Support : Brochure**

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 brochure est en faveur d'un vaccin contre les maladies causées par 13 sérotypes de la bactérie *Streptococcus pneumoniae* telles que : méningite, septicémie, pneumonie et otite moyenne aiguë. Ce vaccin remplace un ancien vaccin, qui assurait une protection contre 7 sérotypes de la même bactérie. Cette publicité développe certains détails des mesures de transition pour les enfants ayant déjà commencé leur vaccination avec le précédent vaccin. Or, les mentions minimales obligatoires prévues par l'article L.5122-6 du code de la santé publique pour la publicité définies pour [dénomination du vaccin promu], précisent :

« Le Haut Conseil de la santé publique recommande la vaccination par le vaccin conjugué 13-valent contre le pneumocoque :

- Chez tous les enfants de moins de 2 ans ;
- Avec trois injections : à l'âge de 2 mois, 4 mois et 12 mois. Ce rappel à l'âge de 12 mois est essentiel ;
- Pour la prévention des infections graves liées à certaines souches de pneumocoque, notamment les méningites ;
- Si votre enfant n'a pas été vacciné selon ce schéma, parlez-en à votre médecin ;
- Pour plus d'information : [www.hcsp.fr](http://www.hcsp.fr)»

Elles renvoient ainsi expressément aux conseils du médecin pour ce qui concerne les mesures de transitions.

De la même manière, la notice du vaccin promu, précise dans le paragraphe « Nourrissons et enfants précédemment vaccinés avec [dénomination de l'ancien vaccin] : Les nourrissons et enfants ayant précédemment reçu [dénomination de l'ancien vaccin], peuvent recevoir [dénomination du vaccin promu], afin de compléter leur schéma vaccinal. Pour les enfants âgés de 1 à 5 ans précédemment vaccinés avec [dénomination de l'ancien vaccin], votre médecin ou infirmière vous informeront du nombre d'injections de [dénomination du vaccin promu], nécessaires.

Il est important de suivre les instructions données par le médecin, le pharmacien, ou l'infirmière afin que votre enfant complète la série d'injections. »

Le groupe de travail étant partagé sur l'opportunité de remplacer la partie traitant des mesures de transition par le paragraphe « Nourrissons et enfants précédemment vaccinés avec [dénomination de l'ancien vaccin] » de la notice, il est demandé l'avis de la commission.

#### AVIS DE LA COMMISSION :

Un membre de la commission estime que la partie évoquée est confuse, car trop synthétique. Un autre membre de la commission suggère que le site internet demandé en parallèle pour ce vaccin et cité sur la brochure pourrait apporter le complément d'information nécessaire. Le représentant du président du Conseil national de l'ordre des médecins estime préférable que la brochure soit complète de manière autonome plutôt que de renvoyer au site internet. La représentante du directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes adhère à cet avis. Le président de la commission remarque que le fait de fournir une information détaillée n'empêche pas de renvoyer aux conseils du médecin.

Un membre objecte que les mêmes informations doivent figurer sur les 2 supports, dans un souci de cohérence.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 24 votants sont :

- 3 voix en faveur d'accepter la partie de cette brochure développant de manière synthétique les mesures de transition pour les enfants ayant déjà commencé leur vaccination avec l'ancien vaccin,
- 21 voix en faveur de laisser le choix au laboratoire (sous réserve d'opter pour la même alternative dans le site internet déposé en parallèle) :

° d'enlever toutes les informations relatives aux mesures de transition pour ne laisser que le renvoi aux conseils du médecin

° ou de compléter de manière exhaustive sous forme de tableaux la partie de cette brochure développant les mesures de transition pour les enfants ayant déjà commencé leur vaccination avec l'ancien vaccin.

#### **0618G10 Support : Panneau vitrine**

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 concerne une spécialité indiquée dans les états de fatigue passagers de l'adulte.

Un membre de la commission souhaite réagir devant ce visuel présentant dans un dessin une femme soulevant à bout de bras un adolescent pour le porter en l'air, au dessus d'une table anguleuse, ce qui risque d'inciter à la reproduction d'un comportement susceptible d'entraîner des blessures.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 22 votants sont :

- 4 voix en faveur d'octroyer un visa en l'état
- 18 voix en faveur d'octroyer un visa sous réserve notamment de supprimer ce visuel de comportement dangereux.

#### **0654G10 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 TV est en faveur d'une spécialité préconisée en cas de mal de gorge peu intense sans fièvre. Les images de ce film sont extraites d'épisodes de la série Colombo ; les acteurs mis en scène sont Joyce Van Patten et Tim O'Connor. Depuis les années 60, Joyce Van Patten est apparue dans de nombreuses séries TV telles que Perry Mason, Cannon, Mannix, les Rues de San Francisco, et plus récemment dans Les Sopranos, NYPD Blue et Desperate Housewives. Quant à Tim O'Connor, il est notamment apparu dans Mannix, L'homme qui valait 3 milliards, Cannon, Les rues de San Francisco, Wonder Woman, Shérif fais-moi peur, Dynasty, Matt Houston, Dallas et Walker Texas Ranger.

Or, l'article R 5122-4 6°) du CSP dispose notamment que la publicité pour un médicament auprès du public ne peut comporter aucun élément qui se référerait à une recommandation émanant de personnes qui, bien que n'étant ni des scientifiques ni des professionnels de santé, peuvent, par leur notoriété, inciter à la consommation du médicament concerné.

Ainsi, en 2007, la mise en scène dans un panneau vitrine du joueur de rugby Lionel NALLET, de l'équipe de France de rugby et du Castres Olympique, associé au slogan « si c'est bon pour moi, c'est bon pour toi », avait été refusée par la commission.

En 2010, des spots radio mettant en scène l'interview d'une responsable produit par Amélie - journaliste officiant sous le pseudonyme d'Amélie pour la société Amélie Groupe qui commercialise depuis plusieurs années les chroniques quotidiennes « les conseils d'Amélie à la radio » en donnant la parole à un responsable d'une entreprise pour mettre en avant ses produits sur le ton de l'information – avaient été refusés par la commission.

Enfin, la mise en scène du personnage François l'Embrouille, personnage créé par le comique et acteur belge François Damiens dans ses caméras cachées, illustrée par une photographie d'un des films de François Damiens, a également été refusée en 2010.

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

#### **AVIS DE LA COMMISSION :**

La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation souligne qu'il y a une différence de notoriété entre ces références cinématographiques anciennes et un rugbyman qui joue actuellement ; elle rappelle par ailleurs que la commission a déjà accepté la présence dans des publicités grand public de personnages fictifs tels que Betty Boop.

Le président remarque que la notion de notoriété est subjective, mais que ces personnages ont été néanmoins choisis et utilisés dans leur contexte cinématographique car ils font référence à une certaine notoriété. La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation estime qu'il s'agit là d'une parodie, sans volonté d'utiliser une notoriété. La représentante de l'AFIPA (organisme représentatif des fabricants de produits pharmaceutiques) confirme que c'est le côté décalé de la publicité qui est mis en avant, et que par ailleurs les acteurs cités sont des acteurs de second plan. Un membre de la

commission se demande sur quelles bases à l'avenir évaluer le degré de notoriété, et comment fixer la limite de ce qui est acceptable. La représentante du président du Conseil national de l'ordre des pharmaciens estime que, s'agissant d'une scène jouée, il n'est pas donné l'impression que ces acteurs mettent leur notoriété au service du produit promu. La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation souligne néanmoins qu'une éventuelle issue favorable du vote sur l'utilisation de personnages identifiables ne devra pas être généralisée, les débats ayant porté sur un cas précis.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 25 votants sont :

- 5 voix en faveur de l'utilisation de ces personnages identifiables
- 11 voix en faveur de refuser l'utilisation de ces personnages identifiables
- 9 abstentions.

#### **0655G10 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 TV est en faveur d'une spécialité préconisée en cas de mal de gorge peu intense sans fièvre. Les images de ce film sont extraites d'épisodes de la série La croisière s'amuse ; les acteurs mis en scène sont Mary Moon, qui a notamment tourné dans quelques épisodes de séries télévisées telles que L'île fantastique et Chips, et Robert Hegyes qui est apparu dans Cagney et Lacey, Chips et Les rues de San Francisco. Or, l'article R 5122-4 6°) du CSP dispose notamment que la publicité pour un médicament auprès du public ne peut comporter aucun élément qui se référerait à une recommandation émanant de personnes qui, bien que n'étant ni des scientifiques ni des professionnels de santé, peuvent, par leur notoriété, inciter à la consommation du médicament concerné.

Ainsi, en 2007, la mise en scène dans un panneau vitrine du joueur de rugby Lionel NALLET, de l'équipe de France de rugby et du Castres Olympique, associé au slogan « si c'est bon pour moi, c'est bon pour toi », avait été refusée par la commission.

En 2010, des spots radio mettant en scène l'interview d'une responsable produit par Amélie - journaliste officiant sous le pseudonyme d'Amélie pour la société Amélie Groupe qui commercialise depuis plusieurs années les chroniques quotidiennes « les conseils d'Amélie à la radio » en donnant la parole à un responsable d'une entreprise pour mettre en avant ses produits sur le ton de l'information – avaient été refusés par la commission. Enfin, la mise en scène du personnage François l'Embrouille, personnage créé par le comique et acteur belge François Damiens dans ses caméras cachées, illustrée par une photographie d'un des films de François Damiens, a également été refusée en 2010.

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

#### **AVIS DE LA COMMISSION :**

La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation souligne qu'il y a une différence de notoriété entre ces références cinématographiques anciennes et un rugbyman qui joue actuellement ; elle rappelle par ailleurs que la commission a déjà accepté la présence dans des publicités grand public de personnages fictifs tels que Betty Boop. Le président remarque que la notion de notoriété est subjective, mais que ces personnages ont été néanmoins choisis et utilisés dans leur contexte cinématographique car ils font référence à une certaine notoriété. La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation estime qu'il s'agit là d'une parodie, sans volonté d'utiliser une notoriété. La représentante de l'AFIPA (organisme représentatif des fabricants de produits pharmaceutiques) confirme que c'est le côté décalé de la publicité qui est mis en avant, et que par ailleurs les acteurs cités sont des acteurs de second plan. Un membre de la commission se demande sur quelles bases à l'avenir évaluer le degré de notoriété, et comment fixer la limite de ce qui est acceptable. La représentante du président du Conseil national de l'ordre des pharmaciens estime que, s'agissant d'une scène jouée, il n'est pas donné l'impression que ces acteurs mettent leur notoriété au service du produit promu. La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation souligne néanmoins qu'une éventuelle issue favorable du vote sur l'utilisation de personnages identifiables ne devra pas être généralisée, les débats ayant porté sur un cas précis.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 25 votants sont :

- 5 voix en faveur de l'utilisation de ces personnages identifiables
- 11 voix en faveur de refuser l'utilisation de ces personnages identifiables
- 9 abstentions.

#### **0656G10 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 TV est en faveur d'une spécialité préconisée en cas de mal de gorge peu intense sans fièvre. Les images de ce film sont extraites d'épisodes de la série Colombo ; les acteurs mis en scène sont Bradford Dillman et Ray Milland. Ray Milland a joué dans de nombreux films et séries, tels que Drôles de dames, La croisière s'amuse, L'île fantastique, ainsi que dans Le crime était presque parfait - film réalisé par Alfred Hitchcock et dans lequel il tenait le premier rôle aux côtés de Grace Kelly - et dans Le poison – film réalisé par Billy Wilder, et pour lequel il a reçu l'Oscar du meilleur acteur en 1945 et le Grand prix du Festival de Cannes et Prix d'interprétation masculine en 1946. Quant à Bradford Dillman, il a tourné dans de nombreuses séries TV telles Dynasty, La croisière s'amuse, Falcon Crest, Matt Houston, Drôles de dames, L'île fantastique, Wonder woman, Les rues de San Francisco, Cannon, Bonanza et Les Mystères de l'ouest.

Or, l'article R 5122-4 6°) du CSP dispose notamment que la publicité pour un médicament auprès du public ne peut comporter aucun élément qui se référerait à une recommandation émanant de personnes qui, bien que n'étant ni des scientifiques ni des professionnels de santé, peuvent, par leur notoriété, inciter à la consommation du médicament concerné.

Ainsi, en 2007, la mise en scène dans un panneau vitrine du joueur de rugby Lionel NALLET, de l'équipe de France de rugby et du Castres Olympique, associé au slogan « si c'est bon pour moi, c'est bon pour toi », avait été refusée par la commission.

En 2010, des spots radio mettant en scène l'interview d'une responsable produit par Amélie - journaliste officiant sous le pseudonyme d'Amélie pour la société Amélie Groupe qui commercialise depuis plusieurs années les chroniques quotidiennes « les conseils d'Amélie à la radio » en donnant la parole à un responsable d'une entreprise pour mettre en avant ses produits sur le ton de l'information – avaient été refusés par la commission. Enfin, la mise en scène du personnage François l'Embrouille, personnage créé par le comique et acteur belge François Damiens dans ses caméras cachées, illustrée par une photographie d'un des films de François Damiens, a également été refusée en 2010.

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

#### AVIS DE LA COMMISSION :

La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation souligne qu'il y a une différence de notoriété entre ces références cinématographiques anciennes et un rugbyman qui joue actuellement ; elle rappelle par ailleurs que la commission a déjà accepté la présence dans des publicités grand public de personnages fictifs tels que Betty Boop.

Le président remarque que la notion de notoriété est subjective, mais que ces personnages ont été néanmoins choisis et utilisés dans leur contexte cinématographique car ils font référence à une certaine notoriété. La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation estime qu'il s'agit là d'une parodie, sans volonté d'utiliser une notoriété. La représentante de l'AFIPA (organisme représentatif des fabricants de produits pharmaceutiques) confirme que c'est le côté décalé de la publicité qui est mis en avant, et que par ailleurs les acteurs cités sont des acteurs de second plan. Un membre de la commission se demande sur quelles bases à l'avenir évaluer le degré de notoriété, et comment fixer la limite de ce qui est acceptable. Un membre de la commission souligne que Ray Milland est un acteur ayant joué dans un film mythique dont l'utilisation n'est pas anodine. La représentante du président du Conseil national de l'ordre des pharmaciens estime que, s'agissant d'une scène jouée, il n'est pas donné l'impression que ces acteurs mettent leur notoriété au service du produit promu. La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation souligne néanmoins qu'une éventuelle issue favorable du vote sur l'utilisation de personnages identifiables ne devra pas être généralisée, les débats ayant porté sur un cas précis.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 25 votants sont :

- 5 voix en faveur de l'utilisation de ces personnages identifiables
- 11 voix en faveur de refuser l'utilisation de ces personnages identifiables
- 9 abstentions.

Par ailleurs, le groupe de travail a soulevé un autre aspect problématique de ce film : la réplique « il n'y a qu'un moyen de vous faire passer ce mal de gorge plus vite que [dénomination du produit promu], vieux forban... c'est celui-ci ! », l'acteur désignant une arme à feu, tend à présenter l'action du médicament comme étant presque aussi rapide qu'un coup de feu, ce qui peut laisser suggérer une action quasi-immédiate ce qui n'est pas validé par l'AMM, et constitue par ailleurs une incitation à la violence.

Ainsi, il est également demandé l'avis de la commission sur cet aspect.

#### AVIS DE LA COMMISSION :

La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation souligne que cette publicité présente un caractère violent qui n'est pas acceptable.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 25 votants sont :

- 23 voix en faveur de refuser la présence d'une arme à feu et la mise en scène présentant l'action du médicament comme étant presque aussi rapide qu'un coup de feu
- 2 abstentions.

#### **0657G10 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 0654G10 sur le motif de l'utilisation de personnes ayant une certaine notoriété.

#### **AVIS DE LA COMMISSION :**

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 25 votants sont :

- 5 voix en faveur de l'utilisation de ces personnages identifiables
- 11 voix en faveur de refuser l'utilisation de ces personnages identifiables
- 9 abstentions.

Par ailleurs, le groupe de travail a soulevé un autre aspect problématique de ce film : l'échange entre les 2 personnages « votre mal de gorge a disparu », « oui, comme ça, et ce n'est pas grâce à votre breuvage de vieille bonne femme. Beurk. » présente pour certains membres du groupe un caractère discriminatoire par le terme « vieille bonne femme ».

Ainsi, il est également demandé l'avis de la commission sur cet aspect.

#### **AVIS DE LA COMMISSION :**

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé rappelle qu'il n'est pas acceptable d'encourager la discrimination d'une population, que ce soit en fonction de son âge, de ses mœurs... Un membre de la commission propose de supprimer le mot « vieille » pour ne garder que « breuvage de bonne femme ». Un membre de la commission estime que le terme « bonne femme » présente également un caractère péjoratif.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 25 votants sont :

- 3 voix en faveur de l'utilisation de la mention « vieille bonne femme »
- 14 voix en faveur de l'utilisation de la mention « bonne femme »
- 5 voix en faveur de refuser la mention « vieille bonne femme »
- 3 abstentions.

#### **0658G10 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 0656G10 sur le motif de l'utilisation de personnes ayant une certaine notoriété.

#### **AVIS DE LA COMMISSION :**

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 25 votants sont :

- 5 voix en faveur de l'utilisation de ces personnages identifiables
- 11 voix en faveur de refuser l'utilisation de ces personnages identifiables
- 9 abstentions.

Par ailleurs, le groupe de travail a soulevé un autre aspect problématique de ce film : la réplique « tu aurais encore ce mal de gorge, je n'aurais pas essayé de te faire avouer... mais comme il a disparu, je vais être obligé d'employer la manière forte », l'acteur désignant une arme à feu, suggère une extinction de voix, ce qui ne relève pas des indications validées par l'AMM, et constitue également une incitation à la violence.

Ainsi, il est également demandé l'avis de la commission sur cet aspect.

#### **AVIS DE LA COMMISSION :**

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 25 votants sont :

- 23 voix en faveur de refuser la présence d'une arme à feu et la mise en scène présentant l'activité du médicament dans les extinctions de voix
- 2 abstentions.

### **0659G10 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 0655G10 sur le motif de l'utilisation de personnes ayant une certaine notoriété.

#### **AVIS DE LA COMMISSION :**

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 25 votants sont :

- 5 voix en faveur de l'utilisation de ces personnages identifiables
- 11 voix en faveur de refuser l'utilisation de ces personnages identifiables
- 9 abstentions.

Par ailleurs, le groupe de travail a soulevé un autre aspect problématique de ce film : les mentions « quoi... ton mal de gorge envolé... il faut que tout le monde sache ça ! Allez, dis un truc ! » et « adios le mal de gorge » tendent à présenter de manière excessive l'action du médicament en suggérant une action définitive du produit sur le mal de gorge, et suggère par ailleurs une efficacité sur les extinctions de voix ; en outre, cette publicité présente de manière caricaturale l'origine géographique d'un des personnages, ce qui peut être perçu comme discriminatoire.

Ainsi, il est également demandé l'avis de la commission sur cet aspect.

#### **AVIS DE LA COMMISSION :**

Un membre de la commission estime qu'il est généralement admis de représenter dans des séries télévisées des personnages de communautés différentes. Un membre de la commission remarque qu'en l'occurrence une seule communauté est mise en exergue dans cette publicité, et ce de manière caricaturale ; la population concernée pourrait en être choquée.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 25 votants sont :

- 9 voix en faveur de refuser la mise en scène présentant l'action du médicament dans les extinctions de voix ainsi que la mise en exergue caricaturale d'une partie de la population
- 7 voix en faveur d'accepter la mise en scène présentant l'action du médicament dans les extinctions de voix ainsi que la mise en exergue caricaturale d'une partie de la population
- 9 abstentions.

La voix du Président étant prépondérante en cas de partage égal des voix, la commission se prononce en faveur de refuser la mise en scène présentant l'action du médicament dans les extinctions de voix ainsi que la mise en exergue caricaturale d'une partie de la population.

### **0660G10 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 TV en faveur d'une spécialité préconisée en cas de mal de gorge peu intense sans fièvre, montre un pot de yaourt avec des épingles associé à la mention « quand ça passe mal ? ».

Or, le paragraphe « Précautions d'emploi – mises en garde spéciales » de la notice précise notamment qu'« en cas de survenue d'une gêne à la déglutition des aliments, consultez votre médecin ». Ainsi, la situation décrite dans ce film symbolisant par l'image des épingles dans le yaourt, une importante gêne à la déglutition relève d'une consultation médicale. Cette publicité ne respecte donc pas les dispositions de l'AMM et ne favorise pas le bon usage du médicament.

Par ailleurs, il est rappelé que lors de la précédente séance de la commission, une publicité en faveur de la même spécialité, ayant un axe de communication similaire avait fait l'objet d'une proposition de refus.

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

#### **AVIS DE LA COMMISSION :**

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé et le Président de la commission estiment que ce visuel d'épingles dans un yaourt est problématique car susceptible d'engendrer un comportement dangereux, notamment chez les plus jeunes qui pourraient être tentés de reproduire cette scène.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 25 votants sont :

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

### **0712G10 Support : Annonce presse**

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.

Un membre de la commission souhaite réagir sur cette publicité comportant le slogan « chocs, chutes, coups ? » associé au visuel d'un parent soulevant un enfant, et estime que d'autres publicités moins dangereuses ont fait l'objet de propositions d'interdiction au cours de cette séance. L'AFSSAPS précise que le parent en question est représenté couché dans l'herbe. Le membre de la commission précédemment intervenu estime qu'il ne paraît pas acceptable d'autoriser ce visuel, alors que de nombreux pédiatres interdisent ou ne recommandent pas ce genre de mouvements, même si en pratique ces préconisations ne sont pas toujours suivies. Un autre membre propose que, si la position représentée n'est pas une position optimale pour un enfant, le parent et l'enfant soient par exemple représentés en train de jouer au football.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 22 votants sont :

- 9 voix en faveur d'octroyer un visa en l'état
- 11 voix en faveur d'octroyer un visa sous réserve notamment de supprimer ce visuel de comportement dangereux
- 2 abstentions

#### **0713G10 Support : kakémono**

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 0712G10.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 22 votants sont :

- 9 voix en faveur d'octroyer un visa en l'état
- 11 voix en faveur d'octroyer un visa sous réserve notamment de supprimer ce visuel de comportement dangereux
- 2 abstentions.

#### **0714G10 Support : Présentoir PLV**

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 0712G10.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 22 votants sont :

- 9 voix en faveur d'octroyer un visa en l'état
- 11 voix en faveur d'octroyer un visa sous réserve notamment de supprimer ce visuel de comportement dangereux
- 2 abstentions.

#### **0715G10 Support : Remis patient**

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 0712G10.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 22 votants sont :

- 9 voix en faveur d'octroyer un visa en l'état
- 11 voix en faveur d'octroyer un visa sous réserve notamment de supprimer ce visuel de comportement dangereux
- 2 abstentions.

#### **0716G10 Support : Annonce presse**

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.

Un membre de la commission s'interroge sur les références à la nature et aux plantes figurant sur cette publicité en faveur d'un médicament homéopathique, et évoquant davantage la phytothérapie. L'AFSSAPS précise que le groupe de travail a proposé de supprimer le slogan « soignez nature », mais que le

visuel de plantes n'a fait l'objet d'aucune remarque.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

#### **0717G10 Support : kakémono**

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 0716G10.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

#### **0718G10 Support : Présentoir PLV**

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.

Un membre de la commission s'interroge sur les références à la nature et aux plantes figurant sur cette publicité en faveur d'un médicament homéopathique, et évoquant davantage la phytothérapie.

L'AFSSAPS précise que le groupe de travail a proposé de supprimer les références à la nature ainsi que le slogan « soignez nature », mais que les visuels de plantes n'ont fait l'objet d'aucune remarque.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

#### **0719G10 Support : Affiches gare**

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 0716G10.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

#### **0720G10 Support : Remis patient**

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.

Un membre de la commission s'interroge sur les références à la nature et aux plantes figurant sur cette publicité en faveur d'un médicament homéopathique, et évoquant davantage la phytothérapie.

L'AFSSAPS précise que le groupe de travail a proposé de supprimer les références à la nature, à la biodynamie, ainsi que le slogan « soignez nature », mais que les visuels de plantes n'ont fait l'objet d'aucune remarque.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

#### **0721G10 Support : Annonce presse**

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.

Un membre de la commission s'interroge sur les références à la nature et aux plantes figurant sur cette publicité en faveur d'un médicament homéopathique, et évoquant davantage la phytothérapie.

L'AFSSAPS précise que le groupe de travail a proposé de supprimer les références à la nature ainsi que le slogan « soignez nature ».

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

#### **0722G10 Support : Kakémono**

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 0721G10.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

### **0723G10 Support : Annonce presse**

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.

Un membre de la commission s'interroge sur les références à la nature et aux plantes figurant sur cette publicité en faveur d'un médicament homéopathe, et évoquant davantage la phytothérapie. L'AFSSAPS précise que le groupe de travail a proposé de supprimer le slogan « soignez nature ».

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

### **0724G10 Support : Kakémono**

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 0723G10.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

### **0725G10 Support : Présentoir PLV**

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 0718G10.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

### **0726G10 Support : Affiches gare**

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 0723G10.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

### **0727G10 Support : Remis patient**

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 0720G10.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (22 membres).

### **0733G10 Support : Feuillet conseil**

Madame GOLDBERG ne pouvant prendre part ni aux délibérations, ni au vote, en raison d'un conflit d'intérêt important (lien durable avec le laboratoire), a quitté la séance pendant la procédure d'évaluation de ce dossier et le vote. Aucune autre situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des autres membres de la commission à la délibération n'a été identifiée ni déclarée sur ce dossier.

Ce feuillet conseil en faveur d'une gamme de dentifrices indiqués dans la prévention de la carie dentaire, sera remis au patient par le dentiste. Cette publicité présente notamment un encart destiné à noter la date et le nom du patient, ainsi qu'un encart intitulé « votre dentiste vous conseille / cachet professionnel » afin que le dentiste puisse inscrire des recommandations et apposer son cachet. En outre, ce feuillet offre la possibilité au dentiste de recommander une référence de la gamme promue, en cochant la case correspondant.

Il est rappelé à la commission que des cartes de rendez-vous chez le médecin et chez le dentiste ont été refusées par la commission lors de la séance du 24 octobre 2006 et du 6 mars 2007, aux motifs que ces supports, associant une publicité pour un médicament au cachet d'un professionnel de santé, sont susceptibles aux yeux du public de constituer une caution médicale, ce qui est contraire à l'article R 5122-4 6°) du CSP qui précise que la publicité pour un médicament auprès du public ne peut comporter aucun élément qui se référerait à une recommandation émanant de professionnels de santé qui peuvent, par leur notoriété, inciter à

la consommation du médicament concerné.  
Ainsi, il est proposé à la commission de refuser cette publicité.

**AVIS DE LA COMMISSION :**

La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation souligne qu'il s'agit d'un des rares dentifrices bénéficiant d'une autorisation de mise sur le marché, alors qu'il existe beaucoup de dentifrices avec un statut de cosmétique qui ne sont pas soumis aux mêmes règles en matière de publicité. Le représentant du président du Conseil national de l'ordre des médecins estime que cette caution est en contradiction avec la déontologie médicale.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 24 votants sont :

- 2 voix en faveur d'octroyer un visa à cette publicité
- 17 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 5 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.

**0564G10 ACTIFED Rhume Jour & Nuit, comprimé. Laboratoire McNeil Santé Grand Public. Support : Affiche**

**0566G10 ACTIFED Rhume Jour & Nuit, comprimé. Laboratoire McNeil Santé Grand Public. Support : Panneau vitrine**

**0568G10 ACTIFED Rhume Jour & Nuit, comprimé. Laboratoire McNeil Santé Grand Public. Support : Affiche**

**0571G10 PERCUTAFEINE, gel. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Internet**

**0573G10 REVITALOSE, granulés pour solution buvable en sachet-dose et solution buvable. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Display**

**0574G10 REVITALOSE, granulés pour solution buvable en sachet-dose et solution buvable. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Bandeau libre-accès**

**0578G10 ELUSANES MILLEPERTUIS, gélules. Laboratoire NATURACTIVE LABORATOIRE PIERRE FABRE. Support : Annonce presse**

**0582G10 BAUME DES PYRENEES, pommade. Laboratoire NATURACTIVE LABORATOIRE PIERRE FABRE. Support : Annonce presse**

**0583G10 AROMASOL, solution pour inhalation par fumigation. Laboratoire NATURACTIVE LABORATOIRE PIERRE FABRE. Support : Annonce presse**

**0584G10 NICOPASS Gamme, pastilles à sucer/NICOPATCH, 7mg/24h, 14mg/24h, 21mg/24h, dispositifs transdermiques. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Brochure**

**0585G10 NICOPATCH 7mg/24h, 14mg/24h, 21mg/24h, dispositifs transdermiques. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Bandeau libre-accès**

**0586G10 NICOPASS 1,5mg & 2,5mg, pastilles à sucer. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Film TV**

**0587G10 NICOPASS 1,5mg & 2,5mg, sans sucre menthe fraîcheur et réglisse menthe, pastilles à sucer. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Display**

**0588G10 NICOPASS 1,5mg & 2,5mg, pastilles à sucer. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Film TV**

**0589G10 NICOPASS, pastilles. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Bandeau linéaire libre-accès**

0590G10 NICOPASS, pastilles. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Vitrophanie 2010

0591G10 ODDIBIL 250 mg, comprimé enrobé. Laboratoire COOPERATION PHARMACEUTIQUE FRANCAISE. Support : Publi-rédactionnel

0593G10 OXYBOLDINE, comprimé effervescent. Laboratoire COOPERATION PHARMACEUTIQUE FRANCAISE. Support : Annonce presse

0594G10 OXYBOLDINE, comprimé effervescent. Laboratoire COOPERATION PHARMACEUTIQUE FRANCAISE. Support : Présentoir de comptoir

0595G10 PANTOLOC CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A. Support : Brochure

0597G10 PANTOLOC CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Ramasse monnaie

0601G10 NICOTINELL Menthe fraîcheur 2mg et 4mg, gomme à mâcher médicamenteuses. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Boîte factice

0602G10 NICOTINELL Menthe fraîcheur 2mg et 4mg, gomme à mâcher médicamenteuses. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Vitrine Arche

0603G10 NICOTINELL Menthe fraîcheur 2mg et 4mg, gomme à mâcher médicamenteuses. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Présentoir de comptoir

0604G10 VOLTARENPLAST 1 %, emplâtre médicamenteux. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Film TV - sans le son

0605G10 VOLTARENPLAST 1 %, emplâtre médicamenteux. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Annonce presse

0606G10 VOLTARENPLAST 1 %, emplâtre médicamenteux. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Film TV sans le son

0607G10 VOLTARENPLAST 1 %, emplâtre médicamenteux. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Vitrine

0610G10 EUPHYTOSE, comprimé. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Annonce presse

0613G10 EUPHYTOSE, comprimé. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Annonce presse

0615G10 NEISVAC, suspension injectable en seringue préremplie. Laboratoire BAXTER. Support : Annonce presse

0616G10 NEISVAC, suspension injectable en seringue préremplie. Laboratoire BAXTER. Support : Leaflet

0617G10 NEISVAC, suspension injectable en seringue préremplie. Laboratoire BAXTER. Support : Poster salle d'attente

0619G10 EFFERALGANVITAMINEC 500mg/200mg, comprimé effervescent. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Vitrine

0620G10 EFERALGANVITAMINEC 500mg/200mg, comprimé effervescent. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : covering

0621G10 EFERALGANVITAMINEC 500mg/200mg, comprimé effervescent. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Covering

0622G10 EFERALGANVITAMINEC 500mg/200mg, comprimé effervescent. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Vitrine



**0623G10 EFERALGANVITAMINEC 500mg/200mg, comprimé effervescent. Laboratoire UPSA CONSEIL.  
Support : Sachet**

**0624G10 EFERALGANVITAMINEC 500mg/200mg, comprimé effervescent. Laboratoire UPSA CONSEIL.  
Support : Arche + Panneau vitrine**

**0625G10 HUMEX EXPECTORANT CARBOCISTEINE 750mg/10ml ADULTES SANS SUCRE, solution  
buvable. Laboratoire URGO SA. Support : Panneau vitrine**

**0626G10 HUMEX EXPECTORANT CARBOCISTEINE 750mg/10ml ADULTES SANS SUCRE, solution  
buvable. Laboratoire URGO SA. Support : Présentoir de comptoir**

**0627G10 SARGENOR SANS SUCRE 1 g, comprimé effervescent/SARGENOR 1g/5ml, solution buvable.  
Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Tête de gondole**

**0628G10 SARGENOR SANS SUCRE 1g, comprimé à croquer édulcoré. Laboratoire MEDA PHARMA.  
Support : Pas de sol**

**0629G10 SARGENOR SANS SUCRE 1g, comprimé effervescent édulcoré. Laboratoire MEDA PHARMA.  
Support : Boite livreuse**

**0630G10 SARGENOR SANS SUCRE 1g, comprimé effervescent édulcoré. Laboratoire MEDA PHARMA.  
Support : Stop rayon**

**0631G10 SARGENOR SANS SUCRE 1g, comprimé effervescent édulcoré. Laboratoire MEDA PHARMA.  
Support : Totem**

**0632G10 SARGENOR SANS SUCRE 1g, comprimé effervescent édulcoré. Laboratoire MEDA PHARMA.  
Support : Pas de sol**

**0633G10 SARGENOR SANS SUCRE 1g, comprimé effervescent édulcoré. Laboratoire MEDA PHARMA.  
Support : Réglette**

**0634G10 SARGENOR SANS SUCRE 1g, comprimé effervescent édulcoré. Laboratoire MEDA PHARMA.  
Support : Décor vitrine**

**0635G10 SARGENOR SANS SUCRE 1g, comprimé effervescent édulcoré. Laboratoire MEDA PHARMA.  
Support : Covering Vitrine**

**0636G10 SARGENOR SANS SUCRE 1g, comprimé effervescent édulcoré. Laboratoire MEDA PHARMA.  
Support : Covering Vitrine**

**0637G10 SARGENOR SANS SUCRE 1g, comprimé effervescent édulcoré. Laboratoire MEDA PHARMA.  
Support : Covering Vitrine**

**0638G10 SARGENOR SANS SUCRE 1g, comprimé effervescent édulcoré. Laboratoire MEDA PHARMA.  
Support : Covering Vitrine**

**0639G10 SARGENOR SANS SUCRE 1g, comprimé effervescent édulcoré. Laboratoire MEDA PHARMA.  
Support : Ramasse monnaie**

**0640G10 SARGENOR SANS SUCRE 1g, comprimé effervescent édulcoré. Laboratoire MEDA PHARMA.  
Support : Panneau Vitrine**

**0641G10 SARGENOR 1 g/5 ml, solution buvable. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Pas de sol**

**0642G10 SARGENOR 1 g/5 ml, solution buvable. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Stop rayon**

**0643G10 PANTOZOL CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NYCOMED France.  
Support : Abribus**

**0644G10 PANTOZOL CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NYCOMED France.  
Support : Affichage grand format**

0645G10 PANTOZOL CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NYCOMED France.  
Support : Affichage bus

0646G10 PANTOZOL CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NYCOMED France.  
Support : Poster pharmacie

0647G10 PANTOZOL CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NYCOMED France.  
Support : Annonce presse

0648G10 PANTOZOL CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NYCOMED France.  
Support : Annonce presse

0649G10 PANTOZOL CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NYCOMED France.  
Support : Affichage dans les transports en commun

0650G10 ACTIVIR 5 POUR CENT, crème. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support :  
Affiche

0653G10 LYSOPAINE, comprimé à sucer. Laboratoire BOEHRINGER INGELHEIM FRANCE. Support :  
Film TV

0661G10 LYSOPAINE, comprimé à sucer. Laboratoire BOEHRINGER INGELHEIM FRANCE. Support :  
Film TV

0663G10 ADVILEFF 200 mg, comprimé effervescent. Laboratoire WYETH SANTE FAMILIALE. Support :  
Panneau vitrine

0664G10 ADVILCAPS/ADVILEFF/ADVILTAB (gamme ADVIL OTC), capsule et comprimé. Laboratoire  
WYETH SANTE FAMILIALE. Support : Réglette

0665G10 ADVILCAPS/ADVILEFF/ADVILTAB, capsule et comprimé. Laboratoire WYETH SANTE  
FAMILIALE. Support : Présentoir de sol

0666G10 ADVILEFF 200 mg, comprimé effervescent. Laboratoire WYETH SANTE FAMILIALE. Support :  
Panneau vitrine

0667G10 ADVILEFF 200 mg, comprimé effervescent. Laboratoire WYETH SANTE FAMILIALE. Support :  
Présentoir de comptoir

0670G10 MAALOX MAUX D'ESTOMAC, comprimé à croquer/MAALOX MAUX D'ESTOMAC SANS  
SUCRE, comprimé à croquer. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Barquette de linéaire

0671G10 MAALOX MAUX D'ESTOMAC, comprimé à croquer/MAALOX MAUX D'ESTOMAC SANS  
SUCRE, comprimé à croquer. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : barquette de linéaire

0673G10 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support :  
Annonce presse

0674G10 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support :  
Vitrophanie

0675G10 ARKOGELULES ORTHOSIPHON, gélule. Laboratoire ARKOPHARMA. Support : Annonce  
presse

0676G10 ARKOGELULES CHARBON VEGETAL, gélule. Laboratoire ARKOPHARMA. Support :  
Annonce presse

0677G10 ARKOGELULES PARTENELLE, gélule. Laboratoire ARKOPHARMA. Support : Annonce  
presse

0678G10 ARKOGELULES MARRONNIER D'INDE, gélule. Laboratoire ARKOPHARMA. Support :  
Annonce presse

0679G10 ARKOGELULES HARPADOL, gélule. Laboratoire ARKOPHARMA. Support : Annonce presse

0682G10 BREVOXYL 4 POUR CENT, crème. Laboratoire STIEFEL. Support : Panneau vitrine

0683G10 BREVOXYL 4 POUR CENT, crème. Laboratoire STIEFEL. Support : Vitrophanie

0685G10 BREVOXYL 4 POUR CENT, crème. Laboratoire STIEFEL. Support : Factice

0687G10 BREVOXYL 4 POUR CENT, crème. Laboratoire STIEFEL. Support : Bas de comptoir d'officine

0692G10 STREPSILS Gamme. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Présentoir de demi linéaire

0697G10 STREPSILS miel-citron, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

0700G10 DETTOLPRO 0,2 %, solution pour pulvérisation cutanée. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Annonce

0701G10 DETTOLPRO 0,2 %, solution pour pulvérisation cutanée. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Annonce

0702G10 CAMILIA, solution buvable en récipient unidose. Laboratoire BOIRON. Support : Stop rayon

0703G10 OSCILLOCOCCINUM, globule. Laboratoire BOIRON. Support : Présentoir de comptoir

0704G10 ARNIGEL Gel. Laboratoire BOIRON. Support : Film TV

0705G10 HOMEOPLASMINE, pommade. Laboratoire BOIRON. Support : Film

0706G10 COCCULINE L.H.F., comprimé. Laboratoire BOIRON. Support : Film

0707G10 SEDATIF P.C., comprimé. Laboratoire BOIRON. Support : Présentoir de comptoir

0708G10 SEDATIF P.C., comprimé. Laboratoire BOIRON. Support : Présentoir de comptoir

0709G10 SEDATIF P.C., comprimé. Laboratoire BOIRON. Support : Affiche

0710G10 SEDATIF P.C., comprimé. Laboratoire BOIRON. Support : Film TV & Cinéma

0711G10 SEDATIF P.C., comprimé. Laboratoire BOIRON. Support : Meuble

0728G10 DESOMEDINE 0,1 POUR CENT, collyre en flacon unidose. Laboratoire CHAUVIN BAUSCH & LOMB. Support : Sachet

0729G10 GARDASIL, vaccin papillomavirus humain, suspension injectable en seringue préremplie. Laboratoire SANOFI PASTEUR MSD. Support : Film TV

0730G10 GARDASIL, vaccin papillomavirus humain, suspension injectable en seringue préremplie. Laboratoire SANOFI PASTEUR MSD. Support : Film TV

0731G10 HISTAPAISYL 12mg, comprimé pelliculé. Laboratoire MERCK MEDICATION FAMILIALE. Support : Pages Internet produits/pathologie

0732G10 APAISYLGEL 0,75 %, gel pour application locale. Laboratoire MERCK MEDICATION FAMILIALE. Support : Pages Internet

0734G10 FLUOCARIL BI FLUORE 250mg, menthe, pâte dentifrice. Laboratoire PROCTER GAMBLE PHARMACEUTICALS France. Support : Film TV

0735G10 FLUOCARIL BI FLUORE 250mg, menthe, pâte dentifrice. Laboratoire PROCTER GAMBLE PHARMACEUTICALS France. Support : Film TV

0736G10 FLUOCARIL BI FLUORE 250mg, menthe, pâte dentifrice. Laboratoire PROCTER GAMBLE

**PHARMACEUTICALS France. Support : Affiche**

**0737G10 FLUOCARIL BI FLUORE 250mg, menthe, pâte dentifrice. Laboratoire PROCTER GAMBLE PHARMACEUTICALS France. Support : Totem**

**0738G10 FLUOCARIL BI FLUORE 250mg, menthe, pâte dentifrice. Laboratoire PROCTER GAMBLE PHARMACEUTICALS France. Support : Mini totem**

**0739G10 FLUOCARIL BI FLUORE 250mg, menthe, pâte dentifrice. Laboratoire PROCTER GAMBLE PHARMACEUTICALS France. Support : Stop rayon**

**0740G10 FLUOCARIL BI FLUORE 250mg, menthe, pâte dentifrice. Laboratoire PROCTER GAMBLE PHARMACEUTICALS France. Support : Vitrine**

### **Projets d'avis favorable**

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

**0562G10 ACTIFED Rhume Jour & Nuit, comprimé/ACTIFED rhume, comprimé. Laboratoire McNeil Santé Grand Public. Support : Stop rayon**

**0563G10 ACTIFED Rhume Jour & Nuit, comprimé. Laboratoire McNeil Santé Grand Public. Support : Réglette linéaire**

**0565G10 ACTIFED Rhume Jour & Nuit, comprimé. Laboratoire McNeil Santé Grand Public. Support : Factice**

**0567G10 ACTIFED Rhume Jour & Nuit, comprimé. Laboratoire McNeil Santé Grand Public. Support : Vitrophanie**

**0569G10 ACTIFED Rhume, comprimé. Laboratoire McNeil Santé Grand Public. Support : Réglette linéaire**

**0576G10 DRILL, pastille à sucer. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Vitrophanie**

**0577G10 ELUSANES PASSIFLORE, GELULE. Laboratoire NATURACTIVE LABORATOIRE PIERRE FABRE. Support : Annonce presse**

**0579G10 ELUSANES ESCHSCHOLTZIA, gélule. Laboratoire NATURACTIVE LABORATOIRE PIERRE FABRE. Support : Annonce presse**

**0580G10 ELUSANES VALERIANE, gélule. Laboratoire NATURACTIVE LABORATOIRE PIERREFABRE. Support : Annonce presse**

**0581G10 ELUSANES ORTHOSIPHON, gélule. Laboratoire NATURACTIVE LABORATOIRE PIERRE FABRE. Support : Annonce presse**

**0592G10 OXYBOLDINE, comprimé effervescent. Laboratoire COOPERATION PHARMACEUTIQUE FRANCAISE. Support : Panneau vitrine**

**0596G10 PANTOLOC CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Visuel support multimédia de comptoir**

**0598G10 PANTOLOC CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Ramasse monnaie**

**0599G10 NICOTINELL Menthe fraîcheur 2mg et 4mg, gomme à mâcher médicamenteuses. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Réglette de linéaire**

**0600G10 NICOTINELL Menthe fraîcheur 2mg et 4mg, gomme à mâcher médicamenteuses. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Stop rayon**

0611G10 EUPHYTOSE, comprimé. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Annonce presse

0612G10 EUPHYTOSE, comprimé. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Annonce presse

0614G10 EUPHYTOSE, comprimé. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Annonce presse

0651G10 NIQUITINMINIS 1,5mg et 4mg, sans sucre, comprimé à sucer édulcoré à l'acésulfame potassique. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Affiche

0652G10 NIQUITINMINIS 1,5mg et 4mg, sans sucre, comprimé à sucer édulcoré à l'acésulfame potassique. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Présentoir de comptoir

0662G10 INFLUVAC, suspension injectable (SC,IM) en seringue pré-remplie. Laboratoire SOLVAY PHARMA. Support : Sticker

0668G10 MAXILASE MAUX DE GORGE ALPHA-AMYLASE, sirop et comprimé enrobé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Sac plastique

0669G10 MAXILASE MAUX DE GORGE ALPHA-AMYLASE, sirop et comprimé enrobé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Factices linéaires 3D

0672G10 SOLUTRICINE MAUX DE GORGE TETRACAINE 0,2mg, comprimé à sucer. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Sac plastique

0680G10 BREVOXYL 4 POUR CENT, crème. Laboratoire STIEFEL. Support : Vitrine

0681G10 BREVOXYL 4 POUR CENT, crème. Laboratoire STIEFEL. Support : Panneau vitrine

0684G10 BREVOXYL 4 POUR CENT, crème. Laboratoire STIEFEL. Support : Cache-portique Anti-vol

0686G10 BREVOXYL 4 POUR CENT, crème. Laboratoire STIEFEL. Support : Stop rayon

0688G10 BREVOXYL 4 POUR CENT, crème. Laboratoire STIEFEL. Support : Annonce presse

0689G10 BREVOXYL 4 POUR CENT, crème. Laboratoire STIEFEL. Support : Banderole pour officine

0690G10 BREVOXYL 4 POUR CENT, crème. Laboratoire STIEFEL. Support : Vitrophanie

0691G10 BREVOXYL 4 POUR CENT, crème. Laboratoire STIEFEL. Support : Stop rayon

0693G10 STREPSILS menthe glaciale, pastille et STREPSILS miel-citron, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Sticker vitrine

0694G10 STREPSILS menthe glaciale, pastille et STREPSILS miel-citron, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : réglette

0695G10 STREPSILS menthe glaciale, pastille et STREPSILS miel-citron, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Stop rayon

0696G10 STREPSILS menthe glaciale, pastille et STREPSILS miel-citron, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Boîte factice

0698G10 STREPSILS miel-citron, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

0699G10 DETTOLPRO 0,2 %, solution pour pulvérisation cutanée. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Stop rayon

<b>Préservatifs</b>
---------------------

**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.

**20PR10 DUREX – SSL HEALTHCARE – Pages internet**

**21PR10 DUREX – SSL HEALTHCARE – Pages internet**

**22PR10 DUREX – SSL HEALTHCARE – Bannière internet**

**23PR10 DUREX – SSL HEALTHCARE – Bannière internet**

**24PR10 MANIX – ANSELL – Film TV**

<b><i>Poux</i></b>
--------------------

**Projets d'avis favorable**

*Les projets de publicité suivants ont reçu un avis favorable à l'unanimité des membres présents.*

**01PL10 ITEM SHAMPOOING POUX – Laboratoire DERMOPHIL INDIEN – Panneau pharmacie**

**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)**

Test de grossesse

**Dossier discuté :**

**Dossier n°66PP10 – Conditionnement de 1 et 2 tests et Notice**

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.

La société sollicite l'octroi d'un Visa PP pour des conditionnements de 1 test et de 2 tests ainsi que pour une notice en faveur d'un test de grossesse.

Les allégations soumises à Visa PP sont d'une part pour les conditionnements : « Fiable, clair et précis » et d'autre part, pour la notice une sensibilité analytique pour la détection de l'hormone de grossesse hCG de 25 mUI/ml et une fiabilité de 99,9%.

Le dossier fourni à l'appui des allégations ne donne aucune justification en ce qui concerne le seuil de sensibilité analytique revendiqué de 25 mUI/ml. Par ailleurs, concernant la fiabilité de 99,9 % les données transmises ne font état d'aucun protocole expérimental et ne permettent donc pas de confirmer le pourcentage de fiabilité revendiqué.

Ainsi, il est proposé à la Commission de refuser la demande de visa PP pour le test de grossesse promu.

**AVIS DE LA COMMISSION :**

La Commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 22 votants sont :

- 20 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- aucune voix en faveur d'accepter l'octroi d'un visa à cette publicité sous réserves de corrections
- 2 abstentions.

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.

**062PP10 – exfoliac, crème réparatrice – support : tube et boîte – MERCK MEDICATION FAMILIALE**

**063PP10 – hyseac SOIN ACTIF AUX AHA – support : Page produit sur le site [www.labo-uriage.com](http://www.labo-uriage.com) – Laboratoires Dermatologiques d'URIAGE**

**064PP10 – DENTAMYL, Protection Caries, dentifrice – support : Doseur – Laboratoire ROPADENT**

**065PP10 – CARREFOUR Protection Caries, dentifrice – support : Tube et Etui et Doseur – Laboratoire BONIQUET**