

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 9 novembre 2011

Etaient présents

Personnalité choisie en raison de sa compétence en matière de médicaments : M. Nicolas SIMON (Président)

Représentant le directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé : Mme Marie-Laurence GOURLAY

Représentant le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes : Mme Karine AMIEVA-CAMOS (Membre de droit)

Représentant le Directeur général de la santé : Mme Isabelle ANGLADE (Membre de droit)

Représentant le directeur de la sécurité sociale : Mme Sophie CASANOVA (Membre de droit)

Représentant le président du Conseil national de l'ordre des médecins : M. Gérard LAGARDE (Membre de droit)

Représentant le président du Conseil national de l'ordre des pharmaciens : Mme Mireille SALEIL (Membre de droit)

Représentant du directeur général de la compétitivité, de l'industrie et des services : Mme Marie THORN (Membre de droit)

Représentant des organismes de consommateurs faisant partie du conseil national de la consommation : Mme Micheline BERNARD-HARLAUT (Membre titulaire)

Personnalité choisie en qualité de représentant de la Caisse nationale d'assurance maladie des travailleurs salariés : Mme Emmanuèle FABRE (Membre suppléant)

Personnalité choisie en raison de sa compétence en matière de médicaments : M. Florent DURAIN (Membre titulaire) - Mme Danièle GOLDBERG (Membre titulaire) - Mme Pascale SANTANA (Membre titulaire) - M. Jacques BEAU (Membre suppléant) - M. Lucien DE LUCA (Membre suppléant)

Personnalité choisie en raison de sa compétence en matière de publicité : M. Nicolas BOHUON (Membre suppléant)

Personnalité choisie en raison de sa compétence en matière de visite médicale : Mme Magali BROT WEISSENBACH (Membre titulaire)

Représentant de la presse médicale : M. Alain MARIÉ (Membre suppléant)

Représentant des organismes représentatifs de fabricants de produits pharmaceutiques :
Mme Sylvie PAULMIER-BIGOT (Membre titulaire) - Mlle Marie-Laure LACOSTE (Membre suppléant)

Etaient absents

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 : 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

Personnalité choisie en qualité de pharmacien d'officine : Mme Maylis RIVIERE (Membre titulaire) - M. Christophe KOPERSKI (Membre suppléant)

Personnalité choisie en qualité de pharmacien hospitalier : M. Bertrand DÉCAUDIN (Membre titulaire) - Mme Jocelyne ARTIGUE (Membre suppléant)

Personnalité choisie en qualité de représentant de la Caisse centrale de mutualité sociale agricole :
Mme Isabelle CHEINEY (Membre titulaire) - M. Jean-Marc HARLIN (Membre suppléant)

Personnalité choisie en qualité de représentant de la Caisse nationale d'assurance maladie et maternité des travailleurs non salariés des professions non agricoles : Mme Hélène BOURDEL (Membre titulaire) - M. Jean-Louis RICARD (Membre suppléant)

Personnalité choisie en raison de sa compétence en matière de médicaments : M. Gérard LAIRY (Vice-président) - M. Jean-Baptiste MÉRIC (Membre titulaire) - M. Pierre CARRÉ (Membre suppléant) - M. Jean-Blaise VIRGITTI (Membre suppléant) -

Personnalité choisie en raison de sa compétence en matière de publicité : Mme Julie JOSEPH (Membre titulaire) - Mme Clotilde SWINBURNE (Membre suppléant)

Représentant de la presse médicale : Mme Anne BOITEUX (Membre titulaire) - Mme Andrée-Lucie GAGLIONE-PISSONDES (Membre suppléant)

Représentant le chef du service juridique et technique de l'information : Mme Cécile BOURCHEIX (Membre de droit)

Secrétariat Scientifique de la Commission

Madame Raphaële HENNEQUIN

Au titre des dossiers les concernant respectivement

Madame Catherine LARZUL
Monsieur Ghislain GROSJEAN
Mademoiselle Gismonde PLAN
Madame Julie PRINCE

Audition

Firme DOLIAGE : Président des Laboratoires DOLIAGE : M. Luc BUHANNIC - Pharmacien Responsable :
Mme Jocelyne LEJAY

Conflits d'intérêts

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 9 novembre 2011

ORDRE DU JOUR

I. Approbation du relevé des avis – Commission du 5 octobre 2011

II. Publicité pour les professionnels de santé

1. Propositions de décisions d'interdiction
 - ♦ EURONAC 5 % – Laboratoire Doliage
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 5 OCTOBRE 2011

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

♦ EURONAC 5 % – Laboratoires Doliage – Support : aide de visite

Commission du 5 octobre 2011¹ :

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la Commission à la délibération n'a été identifiée ni déclarée pour ce dossier.

L'évaluateur interne présente le dossier.

Ce document appelle les observations suivantes :

1- La page 4 de ce document met en avant une propriété pharmacologique relative au contrôle précoce des médiateurs de la cicatrisation, en présentant le taux d'IL1-alpha dans les larmes avant une chirurgie de type LASEK puis en post-opératoire, 1 et 5 jours après un traitement par corticoïdes versus corticoïdes + N-acétylcystéine.

Or, d'une part cette présentation s'appuie sur les résultats de l'étude en post-LASEK de Urgancioglu et coll., réalisée dans une indication non superposable à l'indication validée par l'AMM et présentant des faiblesses méthodologiques, et d'autre part cette propriété pharmacologique n'est pas validée par l'AMM d'Euronac.

2- La page 4 de ce document présente une autre propriété pharmacologique de la N-acétylcystéine en mettant notamment en exergue l'allégation « La N-acétylcystéine inhibe directement la Matrix Métallo Protéase MMP2 », référencée par la publication de Bogani et coll.

Or, l'action spécifique sur la MMP2 n'est pas une propriété pharmacologique décrite dans le chapitre 5.1 Propriétés Pharmacodynamiques de l'AMM d'Euronac.

3- Ce document présente des résultats issus de 2 études expérimentales réalisées chez l'animal :

- En page 3, les résultats de l'étude de Said et coll. mettent en avant l'absence d'inflammation au niveau du stroma cornéen et de l'épithélium, 8 jours après administration de N-acétylcystéine suite à des brûlures à la soude chez le lapin.
- En page 5, les résultats de l'étude de Kubota et coll. mettent en avant l'efficacité d'un traitement préventif par la N-acétylcystéine sur l'étendue de la néovascularisation, 6 jours après des brûlures à la soude avec destruction limbique chez la souris.

Or, ces résultats mettent en avant des propriétés pharmacologiques non validées par l'AMM d'Euronac, sous-tendues par des études de pharmacologie animale non extrapolables à l'Homme.

4- Ce document titre en page 1 « Traumatismes de la cornée : une symptomatologie dominée par une douleur intense, difficile à soulager », avec pour référence l'ouvrage de J-L Bourges intitulé « Les urgences traumatiques oculaires ».

La page 2 de ce document met en avant, sous l'allégation « Plaies de cornée : pour soulager rapidement la douleur », un graphique présentant une comparaison de l'évolution de la douleur en fonction du temps, pour des patients traités par le collyre Euronac versus le collyre Kératyl.

Ces résultats, sont issus de l'étude pivotale, multicentrique en double aveugle ayant évalué l'efficacité et la tolérance du collyre Euronac à 5% de N-acétylcystéine versus le médicament de référence : le collyre Kératyl. Le critère principal d'évaluation de cette étude était l'évaluation des propriétés cicatrisantes à l'aide de critères objectifs tels que le pourcentage de cicatrisation complète en fonction du temps. Le critère secondaire était l'évaluation de la tolérance au moyen de signes objectifs tels que l'hyperhémie conjonctivale, et subjectifs tels que la douleur.

Or, la mise en exergue des résultats du seul critère relatif à l'évolution de la douleur en fonction du temps, associée aux allégations précitées, ne constitue pas une présentation objective de cette étude en l'absence de présentation du critère principal d'évaluation et de la méthodologie de l'étude.

¹ En vertu des dispositions de l'article R.5122-14 du Code de la santé publique et du règlement intérieur en vigueur, dans le cadre d'une interdiction de publicité, un premier examen en Commission conduit à la notification des mesures projetées. L'Afssaps invite le laboratoire à présenter ses observations et à être entendu lors d'une Commission suivante, en vue d'un nouvel examen des mesures.

En conséquence, ce document ne respecte pas les dispositions de l'article L.5122-2 du Code de la Santé Publique qui précisent notamment que la publicité doit respecter les dispositions de l'autorisation de mise sur le marché et présenter le médicament de façon objective.

La Commission a pris acte de cet argumentaire et il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 19 votants sont :

- 14 voix en faveur d'un projet d'interdiction ;
- 0 voix en faveur d'une mise en demeure ;
- 5 voix en faveur d'une abstention.

Un aide de visite a fait l'objet des mêmes remarques que le précédent (remarques 1 et 2), d'une remarque similaire au précédent (remarque 4), du même avis que le précédent ainsi que de la remarque suivante :

5- La page 4 de ce document titre « N-acétylcystéine en post LASEK chez l'homme » et présente, sous l'allégation « une réduction de 50% du haze cornéen à 1 mois », un graphique comparant le score de haze cornéen avant traitement par N-actéylcystéine, puis un mois après. Ces résultats sont issus de l'étude de Urgancioglu et coll., étude comparative versus placebo réalisée dans le cadre de la cicatrisation post-chirurgicale.

Or, l'indication validée par l'AMM d'Euronac est « favorise la cicatrisation des ulcérations cornéennes d'origine traumatique ». En outre, l'étude pivotale du dossier d'AMM avait exclu de l'analyse les lésions de la cornée d'origine chirurgicale considérant que l'objectif de l'étude était d'évaluer l'ulcère cornéen d'origine traumatique. De surcroît, l'étude de Urgancioglu et coll. précitée présente des faiblesses méthodologiques qui compromettent son interprétation, à savoir : étude ouverte, non randomisée, avec un faible nombre de sujets et sans critère principal d'évaluation. Enfin, l'AMM n'a pas validé une efficacité d'Euronac sur la réduction du haze cornéen. Par conséquent, cette présentation ne respecte pas les dispositions de l'AMM et n'est pas objective. Le rappel de l'indication, en bas de page, ne saurait suffire à légitimer cette présentation.

Un aide de visite a fait l'objet des mêmes remarques que les précédents (remarques 1, 2 et 5), en partie d'une remarque identique au premier (remarque 3), du même avis que les précédents ainsi que de la remarque suivante :

6- Ce document met en exergue, en page 1, sous le titre « Plaies de cornée » les allégations « la cicatrisation de la cornée et la vitesse de ré-épithélialisation sont essentielles pour réduire le risque d'infection et pour un meilleur pronostic visuel » et « une cicatrisation rapide de la cornée réduit également le risque de taie cornéenne, de haze cornéen, et de survenue d'un astigmatisme irrégulier », en s'appuyant sur l'ouvrage de Brightbill F.

Or, ces propriétés, référencées par des propos d'auteur, ne sont pas validées par l'AMM d'Euronac.

Commission du 9 novembre 2011 :

Aucune situation de conflit d'intérêt important susceptible de faire obstacle à la participation des membres de la commission à la délibération n'a été identifiée ni déclarée pour ce dossier.

L'évaluateur interne présente le dossier.

Comme suite à ce projet d'interdiction, le laboratoire a été entendu par la Commission.

Le laboratoire a remis un argumentaire en séance et a apporté les éléments suivants :

Le laboratoire précise que les patients qui avaient été exclus de l'analyse statistique de l'étude pivotale avaient bénéficié d'une kératoplastie (greffe de cornée), ce qui ne correspond pas à la définition de l'ulcère traumatique de la cornée et ne fait pas partie des indications d'EURONAC. A l'inverse, la littérature rapporte que le LASEK et la PKR consistent à créer des ulcères de cornée traumatiques par laser, ce qui selon le laboratoire entre dans l'indication d'EURONAC.

Le laboratoire estime que l'étude de Urgancioglu et coll. correspond au deuxième type d'étude tel que décrit dans le document « sources de données » des recommandations pour la publicité auprès des professionnels de santé (étude de type « naturalistique »).

Le laboratoire souligne que le Haze cornéen fait partie des mécanismes de cicatrisation de la cornée et qu'il ne devient pathologique que lorsqu'il perturbe la vision, et rappelle que l'indication d'EURONAC est « favorise la cicatrisation ».

Le laboratoire reconnaît que la réduction de l'IL1 alpha sous EURONAC ne fait pas partie des propriétés pharmacologiques reconnues et qu'il n'utilisera plus cet argument.

Le laboratoire souligne que la N-Acétylcystéine inhibe directement la Matrix Metallo Protéase MMP2 dans la mesure où il s'agit d'un changement de nomenclature, que la MMP2 fait partie des collagénases de type IV et qu'elle entre dans la définition de la « collagénase ». Il estime donc que cette action d'EURONAC entre dans les propriétés pharmacologiques reconnues.

Le laboratoire ajoute qu'il ne revendique pas d'action anti-inflammatoire, que l'inflammation de la cornée est un marqueur de la cicatrisation, que sa disparition signe la guérison et que par ailleurs, les anti-inflammatoires (corticoïdes en particulier) retardent la cicatrisation.

Le laboratoire précise que les résultats relatifs à l'efficacité de la N-Acétylcystéine sur l'étendue de la néo-vascularisation dans le cadre de la cicatrisation montrent que la cicatrisation normale a été favorisée. Cependant il dit ne pas savoir si ceci entre dans les propriétés d'EURONAC.

Le laboratoire précise que les allégations de Brightbill F. sont des données environnementales sur la pathologie classiquement retrouvées dans les publications sur la cicatrisation.

Le laboratoire reconnaît que les données chiffrées de l'étude pivot sont absentes du document et précise qu'elles seront ajoutées.

Enfin, le laboratoire précise que les données sur la douleur sont présentées avant les données sur la vitesse de cicatrisation, que les deux pages de données sont présentées sur une même double page car l'évolution de la douleur est liée à la cicatrisation et il ajoute enfin que ces pages seront inversées.

Le président de la Commission répond que si les connaissances scientifiques et les techniques chirurgicales évoluent, pour autant la commission de publicité n'a pas vocation à évaluer une éventuelle extension d'indication ou une éventuelle propriété pharmacologique nouvelle d'une spécialité. Il estime donc que ces arguments ne sont pas développés au niveau de la bonne commission.

S'agissant de l'utilisation d'allégations référencées par des propos d'auteurs, il précise que le choix de les exploiter dans une publicité est soumis aux contraintes du respect des dispositions de l'AMM.

Enfin, il ajoute que d'une manière générale, afin que le professionnel de santé destinataire puisse être en mesure de se faire une idée objective d'une étude clinique, celle-ci doit être méthodologiquement correcte, et il insiste sur le fait que la présentation des résultats du critère principal d'évaluation est indispensable.

Concernant l'étude réalisée en post-LASEK, la représentante du Directeur Général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé précise que la commission de la transparence avait déjà souligné dans son avis en date du 1er décembre 2010, que la population de cette étude n'entrait pas dans le champ de l'indication validée par l'AMM d'EURONAC et qu'en conséquence, le laboratoire disposait déjà d'un avis d'une autorité de santé sur cette étude.

Le laboratoire en prend acte et répond qu'en effet, à l'époque, ils auraient dû émettre un recours concernant cet avis.

Concernant la présentation de données qualifiées par le laboratoire de données « environnementales », la représentante du Directeur Général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé précise également que d'une manière générale, lors de la mise en avant dans une publicité pour un médicament donné de bénéfices, notamment sur le risque de complications, ceux-ci doivent être cliniquement démontrés pour la spécialité promue.

Un membre de la commission s'interroge sur les arguments avancés par le laboratoire concernant l'exclusion de patients présentant des lésions de la cornée d'origine chirurgicale au sein de l'étude pivotale, dont il faudrait malgré tout tenir compte. Il estime par ailleurs contradictoire que le laboratoire mette en avant les résultats de l'étude de Urgancioglu et coll. alors même qu'il reconnaît ses faiblesses méthodologiques. Il souligne enfin que, s'agissant d'un document scientifique, la représentation graphique de certains résultats est incomplète.

Le laboratoire répond que les patients n'ayant pas été inclus dans l'étude pivotale avaient bénéficié de kératoplasties (greffes de cornées) et non d'un type de chirurgie quelconque. S'agissant des faiblesses méthodologiques, il précise que cette étude correspond à une étude de type « naturalistique », telle que prévue dans les recommandations pour la publicité destinée aux professionnels de santé relatives aux sources de données.

Concernant l'argumentaire selon lequel la présentation des critères principal et secondaire de cette étude serait équilibrée et que les pages devraient juste être inversées, la représentante du Directeur Général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé précise que, s'agissant de cet aide de visite, la présentation du critère secondaire relatif à la douleur est effectuée en l'absence de présentation des résultats du critère principal d'évaluation.

Le laboratoire répond qu'il existe un lien avec les images de cicatrisation sur la page du vis-à-vis mais qu'en effet, les résultats du critère principal de l'étude ne figurent pas dans ce document.

La représentante d'organismes de consommateurs demande des précisions quant au mode de diffusion de ce document et ajoute que ce support ne favorise pas le bon usage du médicament.

Le laboratoire précise que ces aides de visite étaient destinés à des ophtalmologistes exerçant en ville ou à l'hôpital.

Suite à l'argumentaire du laboratoire dont la commission a pris acte, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 11 voix en faveur d'une interdiction,
- 9 voix en faveur d'une mise en demeure,
- 0 abstention.

Un aide de visite a fait l'objet des mêmes remarques que le précédent (remarques 1 et 2), d'une remarque similaire au précédent (remarque 4), du même avis que le précédent ainsi que de la remarque suivante :

5- La page 4 de ce document titre « N-acétylcystéine en post LASEK chez l'homme » et présente, sous l'allégation « une réduction de 50% du haze cornéen à 1 mois », un graphique comparant le score de haze cornéen avant traitement par N-actéylcystéine, puis un mois après. Ces résultats sont issus de l'étude de Urgancioglu et coll., étude comparative versus placebo réalisée dans le cadre de la cicatrisation post-chirurgicale.

Or, l'indication validée par l'AMM d'Euronac est « favorise la cicatrisation des ulcérations cornéennes d'origine traumatique ». En outre, l'étude pivotale du dossier d'AMM avait exclu de l'analyse les lésions de la cornée d'origine chirurgicale considérant que l'objectif de l'étude était d'évaluer l'ulcère cornéen d'origine traumatique. De surcroît, l'étude de Urgancioglu et coll. précitée présente des faiblesses méthodologiques qui compromettent son interprétation, à savoir : étude ouverte, non randomisée, avec un faible nombre de sujets et sans critère principal d'évaluation. Enfin, l'AMM n'a pas validé une efficacité d'Euronac sur la réduction du haze cornéen. Par conséquent, cette présentation ne respecte pas les dispositions de l'AMM et n'est pas objective. Le rappel de l'indication, en bas de page, ne saurait suffire à légitimer cette présentation.

Un aide de visite a fait l'objet des mêmes remarques que les précédents (remarques 1, 2 et 5), en partie d'une remarque identique au premier (remarque 3), du même avis que les précédents ainsi que de la remarque suivante :

6- Ce document met en exergue, en page 1, sous le titre « Plaies de cornée » les allégations « la cicatrisation de la cornée et la vitesse de ré-épithélialisation sont essentielles pour réduire le risque d'infection et pour un meilleur pronostic visuel » et « une cicatrisation rapide de la cornée réduit également le risque de taie cornéenne, de haze cornéen, et de survenue d'un astigmatisme irrégulier », en s'appuyant sur l'ouvrage de Brightbill F.

Or, ces propriétés, référencées par des propos d'auteur, ne sont pas validées par l'AMM d'Euronac.

2- Propositions de mises en demeure examinées en commission

Néant

Médicaments

Dossiers discutés

1426G11 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 dans le traitement symptomatique des surcharges adipeuses sous-cutanées localisées.

Ce film montre une orange, symbolisant une peau présentant de la cellulite ; un tube de la spécialité promue s'approche de l'orange et libère des billes de gel pénétrant à travers l'orange ; le tube semble ensuite effectuer une « lipoaspiration » des cellules graisseuses de la zone traitée.

Or, cette présentation suggère que l'application du gel est susceptible d'éliminer la totalité de l'excédent de graisses stockées, de favoriser ainsi une diminution du volume des adipocytes et de contribuer à retrouver une peau lisse, ce qui est contraire à l'article R 5122-4 11°) du Code de la santé publique qui dispose qu'une publicité pour un médicament auprès du public ne peut comporter aucun élément qui présenterait de manière excessive ou trompeuse l'action du médicament dans le corps humain.

De surcroît cette mise en scène n'est pas une représentation objective du mécanisme d'action du produit précité et est donc contraire à l'article L 5122-2 du code de la santé qui dispose que la publicité doit présenter le médicament de façon objective.

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 estime que cette proposition est sévère puisque ce type de produit est le seul qui possède une autorisation de mise sur le marché (AMM).

Le président de la commission souligne que la publicité est trompeuse sur l'effet et sur le mécanisme d'action : la présentation de l'effet du produit est excessive donc elle induit en erreur le consommateur. Il est important de transmettre une bonne information au consommateur.

La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation évoque la problématique de montrer l'efficacité d'un médicament dans un film de quelques secondes.

Le président de la commission insiste sur le fait qu'il est essentiel de donner l'information la plus juste, la plus objective possible, ce qui n'est pas le cas du produit promu qui présente notamment un mécanisme d'action donnant faussement l'impression d'un résultat parfait et rapide qui ne correspond pas à la réalité.

Un membre de la commission indique qu'il y n'a pas tromperie puisque le produit possède une AMM et que le film porte au niveau symbolique.

Un membre de la Commission précise qu'on est dans le cadre même d'une publicité de type « magique ».

Un autre membre souligne qu'une communication envers le Grand Public entraîne une simplification et que la communication ne lui semble pas choquante.

Le président de la commission estime que le rôle de la commission n'est pas de laisser croire qu'il existe des produits « magiques » mais de valider des messages les plus fiables.

Un membre de la Commission fait remarquer que le produit a une AMM parce qu'il est efficace.

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (Afssaps) précise que l'indication stricte du produit concerne les surcharges adipeuses sous-cutanées localisées.

Un membre note qu'il est gênant de voir des spots similaires, souvent plus caricaturaux et avec une efficacité souvent moins bien démontrée, chez des concurrents et que le refus de la publicité étudiée lui semble anticoncurrentielle et ne défend pas l'intérêt du consommateur puisqu'on laisse des marques grand public sans AMM faire le même type de communication.

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (Afssaps) souligne qu'on ne peut mettre un médicament en concurrence avec un produit cosmétique ; le laboratoire met d'une part en exergue le fait qu'il possède une AMM et qu'il est donc plus efficace qu'un cosmétique et d'autre part utilise les techniques de communication des cosmétiques, or on ne se trouve pas dans le même champ de compétences et réglementaire. La compétence du contrôle de la publicité pour les cosmétiques relève de la DGCCRF et non de l'AFSSAPS.

Un membre fait remarquer qu'il est de notre compétence de demander que l'effet ne soit pas immédiat dans cette publicité.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 10 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 6 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.
- 4 abstentions.

1449G11 Film muet d'animation pour écran pharmacie

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 sans son en faveur d'un médicament indiqué dans le traitement au cours des rhumes de l'adulte et de l'adolescent de plus de 15 ans des sensations de nez bouché, de l'écoulement nasal clair, des maux de tête et/ou fièvre, met en scène un homme tenant une boîte du médicament promu, en parallèle de la surimpression "moi c'est pas le rhume qui me fait peur !!!", suivi de la présentation de la liste des symptômes traités par ce médicament et de sa posologie, et avec en scène finale le slogan "pour le rhume, mon réflexe c'est [dénomination du médicament promu]".

La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation s'interroge sur cette publicité et souligne que cette présentation est susceptible d'induire le public à penser que le personnage a peur du médicament promu dans cette publicité ; elle précise qu'il ne serait pas acceptable de véhiculer une image négative d'un médicament dans une publicité.

L'Afssaps précise que le groupe de travail n'a pas été sensible à cet aspect et propose d'octroyer un visa à cette publicité en l'état.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

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

1453G11 Application i-phone

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 application pour téléphone iPhone® a été conçue par le laboratoire "pour aider les fumeurs motivés à l'arrêt dans leur démarche de sevrage tabagique", et serait proposée au téléchargement par Internet sur l'AppStore®, la plateforme commerciale d'Apple®, par l'intermédiaire du logiciel iTunes® pour les ordinateurs ou de l'application AppStore® pour les équipements Apple® (iPhone®, iPad®).

Or, les internautes ont la possibilité de commenter et de noter les applications par l'intermédiaire de ces systèmes (les commentaires et notes étant accessibles notamment aux autres utilisateurs d'AppStore®) et de les recommander à d'autres personnes par l'envoi de messages électroniques ou par le partage de commentaires sur les réseaux sociaux (Facebook®, Twitter®), de telle sorte que les commentaires et les messages relatifs aux applications sont liés à celles-ci, et dans le cas étudié aujourd'hui entrent donc dans le champ de la définition de la publicité.

Le contenu de ces messages et avis n'étant pas contrôlable il est par conséquent susceptible de contrevenir aux dispositions du code de la santé publique relatives à la publicité grand public, en préconisant par exemple un usage en dehors des recommandations validées par l'autorisation de mise sur le marché ou en mentionnant des attestations de guérison.

Il est ainsi rappelé que suite à la séance de la commission du 11 mai 2011, une application iPhone® intitulée "[marque ombrelle] i-Pollen" a été refusée, sur le motif de non respect de l'article L 5122-8 du code de la santé publique qui dispose que la publicité auprès du public pour un médicament est soumise à autorisation préalable de l'Afssaps.

Il est également précisé à la commission que le laboratoire a joint au dossier un argumentaire relatif à cette application mentionnant notamment "qu'il n'y a pas de risque de confusion entre le discours de la marque et ceux des utilisateurs de l'application" et faisant référence à "l'étude menée par [le laboratoire] sur les applications smartphones".

Cette étude a été menée afin de vérifier que le public ne fait "pas de confusion entre le discours marque et la prise de parole utilisateur", et si le public fait une "bonne identification de l'émetteur d'une recommandation" :

- en réponse à la question posée "les applications comprennent souvent une section "avis" qui permet aux utilisateurs de partager leurs commentaires et avis sur une marque ou un produit. D'après la capture d'écran ci-dessous, pouvez-vous identifier s'il s'agit bien de commentaires renseignés par des utilisateurs de l'application (et non de commentaires émis par la marque [dénomination du médicament promu])", cette étude met en

évidence un taux de “mauvaise identification de l’émetteur” de 29% dans l’échantillon national représentatif et de 40% dans le groupe composé de fumeurs ;

- en réponse à la question posée “d’après la capture d’écran ci-dessous, parvenez vous à identifier que les commentaires ou recommandations renseignés viennent de l’utilisateur de l’iPhone (qui offre l’application) et non de l’application elle-même “”, cette étude met en évidence un taux de “mauvaise identification de l’émetteur” de 30% dans l’échantillon national représentatif et de 40% dans le groupe composé de fumeurs.

Or, le groupe de travail estime que ces taux de “mauvaise identification de l’émetteur” ne peuvent être considérés comme négligeables, et ce d’autant plus que les questions posées ne sont pas formulées de manière objective car elles comportent une explication sur l’origine des commentaires qui oriente les réponses. Il n’est donc pas possible de conclure sur cette base comme figurant dans l’argumentaire du laboratoire “que l’utilisateur fait la différence entre un commentaire laissé par un autre utilisateur et un commentaire laissé par une marque”, et “que l’utilisateur est capable d’identifier correctement l’émetteur d’un commentaire ou d’une recommandation envoyé par un utilisateur d’une application”.

En outre, la problématique posée par cette étude n’abordant pas le degré de confiance accordé par le public aux commentaires libres se rattachant aux applications, et ce indépendamment de la bonne identification de leur émetteur, elle ne permet par conséquent pas de démontrer que les commentaires libres se rattachant aux applications n’influencent pas le comportement du public et ne peuvent générer de mésusage.

Ainsi, il est proposé à la commission de refuser la publicité examinée aujourd’hui sur le motif de non respect de l’article L 5122-8 précédemment cité.

AVIS DE LA COMMISSION :

La représentante d’organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation estime de manière générale qu’il est ennuyeux de trop border ce qui peut amener le public à une consommation moindre de tabac ; tout soutien peut s’avérer utile à cette cause de santé publique, et ce d’autant plus que le sujet s’intéresse à la population jeune qui devient tabagique. Elle souligne qu’il serait peut-être utile d’aborder la réflexion sur la communication dans ce contexte de santé publique de façon différente de ce qui pourrait être dit pour d’autres médicaments, même s’il semble difficile d’accepter la publicité évoquée. Elle rappelle également que l’existence de faux avis diffusés sur Internet, pouvant influencer le public et dont on ignore l’origine, est un problème de société général dont il faut tenir compte.

Le président de la commission souligne que la réalisation d’applications permettant par exemple d’évaluer sa dépendance tabagique grâce au test de Fagerström sans être dédiées à un médicament particulier serait acceptable. L’Afssaps confirme que ce type de projet ne rentrerait pas dans le champ de la publicité, et que par ailleurs des informations détaillées sur les différents substituts nicotiques sont disponibles pour le public notamment par l’intermédiaire de sites internet contrôlés.

Un membre de la commission précise qu’il ne serait pas possible d’empêcher une firme de diffuser des commentaires laudatifs sur ses produits au travers de l’identité factice d’un particulier, ce qui s’apparenterait à de la publicité déguisée. Un autre membre estime que dans le cas discuté aujourd’hui, l’émetteur est identifié. La représentante du directeur général de l’Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (Afssaps) précise que si l’émetteur de l’application est effectivement connu comme étant le laboratoire pharmaceutique, il n’est pas possible d’identifier de façon certaine les émetteurs des commentaires qui sont liés à la publicité. Le président de la commission souligne par ailleurs que la possibilité de noter et de commenter les applications fait partie intégrante des fonctionnalités liées aux applications, qui sont gérées directement par Apple et sur lesquelles le laboratoire n’a pas prise.

A l’issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 12 voix en faveur de refuser l’octroi d’un visa à cette publicité
- 8 abstentions.

1485G11 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.

Concernant cette publicité présentant en axe de communication les symptômes des états grippaux, la représentante du directeur de la sécurité sociale (DSS) propose à la discussion de la commission de compléter la mention "En cas de symptômes grippaux (fièvre supérieure à 38°C, courbatures, grande fatigue associées à des signes respiratoires comme la toux), la grippe peut être suspectée. Appelez votre médecin traitant." figurant déjà dans cette publicité par le libellé suivant : "la vaccination contre la grippe saisonnière est le moyen le plus sûr pour les populations cibles de se prémunir contre les risques de complications liées à cette infection". Elle précise que cette demande vise à finaliser la mention existante relative à la grippe afin de donner une information complète au public en rappelant à la population qu’il existe un moyen simple de se

prémunir contre la grippe qui consiste en la vaccination. Elle rappelle par ailleurs que cette communication arrive au moment de la campagne des autorités portant sur la vaccination contre la grippe.

La représentante du directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) souligne que cette mention pourrait utilement être complétée en explicitant les populations cibles.

La représentante du directeur de la DSS suggère de remplacer le terme de populations cibles par celui de populations recommandées selon le Haut conseil de la santé publique (HCSP). La représentante du directeur de la DGCCRF souligne que ce libellé risque de ne pas être plus parlant pour le grand public. La représentante du directeur de la DSS souligne qu'il semble difficile de lister ces populations sur une annonce presse, mais que cette information est présente par le biais du renvoi à l'avis du HCSP.

L'Afssaps précise que cette proposition a été présentée et débattue lors du groupe de travail, et que les membres de ce groupe ne sont pas favorables à l'ajout de cette mention, dans la mesure où elle risque de se révéler contre productive en augmentant la confusion dans l'esprit du public :

- entre la grippe et l'état grippal
- entre traitement préventif et traitement symptomatique
- entre les populations à risque pour lesquelles la vaccination contre la grippe est recommandée et l'ensemble de la population.

En outre, l'Afssaps demande à la représentante du directeur de la DSS si sa proposition porte uniquement sur le médicament promu dans cette publicité ou sur l'ensemble des médicaments communiquant dans les états grippaux. La représentante du directeur de la DSS précise que sa demande porterait sur l'ensemble des médicaments dont l'axe de communication principal serait les états grippaux.

La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation précise partager l'avis du groupe de travail, et rappelle l'importance du vaccin contre la grippe dans l'ensemble de la population et non pas seulement dans les populations à risque de complication, qui par ailleurs sont informées par des courriers relatifs à la vaccination. Elle estime que le message proposé par la représentante du directeur de la DSS est positif, mais est défavorable à son ajout dans une publicité pour un médicament indiqué dans le traitement des symptômes des états grippaux, dans la mesure où cette association risque de se révéler contre productive en augmentant la confusion du public entre la grippe et les états grippaux. Elle rappelle par ailleurs que le vaccin n'est pas pris en charge par l'assurance maladie chez les personnes pour lesquelles la vaccination n'est pas recommandée par le HCSP.

La représentante du Leem (organisme représentatif des fabricants de produits pharmaceutiques) estime également que l'ajout de cette mention risque d'être contre-productif, le public pouvant comprendre que le vaccin contre la grippe protège aussi contre les états grippaux.

La représentante du directeur général de la santé (DGS) précise être favorable à la proposition de la représentante du directeur de la DSS, cette mention permettant de délivrer au public des informations relatives à la grippe claires et complètes.

La représentante du directeur général de l'Afssaps demande aux représentantes de la DSS et de la DGS si cette proposition n'est pas paradoxale avec la stricte limitation de la communication des vaccins contre la grippe en direction des populations recommandées par le HCSP. La représentante du directeur de la DSS précise que le libellé proposé mentionnant la limitation aux populations cibles, il est cohérent avec la position retenue en matière de communication des vaccins contre la grippe. La représentante du directeur général de l'Afssaps souligne que la liste de ces populations n'est pas clairement connue de l'ensemble du public.

Le président de la commission remarque que la mention proposée risque en effet d'augmenter la confusion par le public entre la grippe et les états grippaux, et de laisser penser que le vaccin contre la grippe prévient également les états grippaux. Il précise également être gêné de manière générale par la communication faite en faveur d'un médicament n'ayant pas apporté de preuve d'efficacité, mais que la publicité examinée aujourd'hui ne présente néanmoins pas d'éléments qui justifierait un refus.

Un membre de la commission estime que si l'intention est louable, la notion de population cible n'est pas parlante pour le public, et qu'une publicité pour un médicament indiqué dans le traitement des symptômes des états grippaux n'est pas le lieu opportun pour ajouter ce type de mention, dans la mesure où cela risque d'augmenter la confusion dans l'esprit du public.

Le président de la commission demande à la représentante du directeur de la DSS de préciser le libellé final proposé au vote. La représentante du directeur de la DSS précise qu'il s'agit du libellé suivant : "la vaccination contre la grippe saisonnière est le moyen le plus sûr pour les populations recommandées par le Haut conseil de la santé publique (cf. avis du 29 décembre 2010 et du 13 juillet 2011) de se prémunir contre les risques de complications liées à cette infection".

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 12 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité
- 4 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité sous réserve de l'ajout de la mention "la vaccination contre la grippe saisonnière est le moyen le plus sûr pour les populations recommandées par le Haut conseil de la santé publique (cf. avis du 29 décembre 2010 et du 13 juillet 2011) de se prémunir contre les risques de complications liées à cette infection"
- 4 abstentions.

1544G11 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 gamme de médicaments préconisés dans le traitement symptomatique des maux de gorge peu intenses et sans fièvre.

Ce film met en scène différents personnages présentant un mal de gorge, puis propose différentes solutions à ces maux de gorge : une tasse de thé chaud, un jus d'orange, un verre de menthe glacée, suivie aussitôt par la présentation des conditionnements de spécialités de la gamme.

Apparaissent à la suite une horloge, une croix et une ambulance suivie immédiatement de la présentation d'autres spécialités de cette gamme.

Ces plans sont accompagnés parallèlement de l'allégation « Mais dans tous les cas, il y a toujours un produit [dénomination de la gamme promue] pour vous soulager comme vous aimez ».

Or, cette présentation tend à assimiler le médicament à une denrée alimentaire, ce qui est contraire à l'article R 5122-4 7°) du Code de la santé publique qui dispose qu'une publicité pour un médicament auprès du public ne peut comporter aucun élément qui assimilerait le médicament à une denrée alimentaire, à un produit cosmétique ou à un autre produit de consommation.

De surcroît le visuel notamment de l'ambulance, symbolisant l'urgence, est une représentation excessive des symptômes de maux de gorge peu intenses et sans fièvre et est donc contraire à l'article L 5122-2 du code de la santé qui dispose que la publicité doit respecter les dispositions de l'autorisation de mise sur le marché.

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 estime que boire une menthe à l'eau glacée ne lui semble pas être un réflexe en cas de mal de gorge et qu'il y a un rappel du goût.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 13 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 1 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.
- 6 abstentions.

1553G11 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 représente plusieurs familles devant faire face à des situations diverses. Dans la première maison notamment on peut voir une scène familiale où le père se tient le dos après avoir effectué un mouvement en essayant de décrocher un tableau : il ne semble pas pouvoir se redresser et sa femme semble être totalement démunie devant la douleur de son mari ; la deuxième maison met en scène une mère de famille totalement paniquée devant la douleur de sa fille allongée sur un canapé et qui se tient le ventre souffrant visiblement de vives douleurs abdominales.

La première mise en scène représentant l'homme bloqué après un mouvement évoque davantage le déclenchement d'un lumbago que des courbatures.

La mise en scène de la jeune fille allongée sur le canapé donne également une représentation excessive des symptômes et suggère davantage un syndrome abdominal aigu que des douleurs liées aux règles, notamment du fait de l'air paniquée de la mère.

Or, la spécialité promue est indiquée dans le traitement de courte durée de la fièvre et/ou des douleurs telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires, courbatures et règles douloureuses mais n'est en aucun cas indiquée dans le traitement des lombalgies aiguës.

Ces mises en scène sont donc contraires à l'article L 5122-2 du code de la santé qui dispose que la publicité doit présenter le médicament de façon objective et doit respecter les dispositions de l'AMM.

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La représentante de l'Afipa (organisme représentatif des fabricants de produits pharmaceutiques) souligne que le groupe de travail préparant les avis de la Commission avait proposé des corrections, et non un refus, correction notamment pour montrer un mal de dos et non une lombalgie ainsi qu'une maman moins paniquée. Le président de la commission précise à nouveau que la commission ne peut se substituer à une agence de communication en refaisant le scénario et en modifiant des plans.

Un membre estime que l'homme présente une douleur très aiguë qui ne correspond pas à l'indication, mais que la représentation des douleurs de règles lui paraît acceptable dans la mesure où le terme est indiqué en surimpression dans le spot.

La représentante de l'Afipa (organisme représentatif des fabricants de produits pharmaceutiques) indique que le rôle du groupe de travail est de proposer des corrections.

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (Afssaps) précise que le rôle du groupe de travail est de faire émerger des dossiers posant problème.

Le président de la commission indique qu'il est possible d'effectuer des corrections mineures ponctuelles mais pas de refaire un scénario.

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (Afssaps) précise qu'on doit veiller à une homogénéité de traitement entre les laboratoires et les dossiers ; il existe des antécédents de refus sur des visuels qui mettraient en avant des images trop excessives par rapport aux symptômes, notamment dans le cas de la mise en exergue d'un lumbago,.

La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation pense qu'il serait possible d'effectuer des modifications sur le story-board puisque le film n'est pas encore tourné.

La représentante du directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) estime que les modifications évoquées lors du groupe de travail contribuaient au respect de l'égalité de traitement dans la mesure où on ne changeait pas la totalité du scénario contrairement aux cas précités où le scénario proposé nécessitait une modification complète.

Le président de la commission rappelle le rôle de la commission est d'évaluer un story-board et non de se substituer à une agence de communication.

La représentante du directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) précise que dans le cas étudié deux plans du story-board nécessiteraient des corrections.

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire précise que le visa sous réserve de corrections n'a pas d'existence légale réelle ; dans le texte réglementaire c'est l'avis favorable en l'état ou le refus. On a créé une distinction supplémentaire qui est l'avis favorable sous réserve de corrections pour justement ne pas refuser de nombreuses publicités et qu'on arrive d'ailleurs à un taux de refus de 4 % par an ce qui est donc négligeable par rapport aux publicités acceptées d'ailleurs 75 % des visas sont acceptées sous réserve de corrections. Cependant, quand les critères de refus sont simples et superposables au regard de ceux déjà refusés, on refuse ces publicités.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 11 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 3 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.
- 6 abstentions.

1554G11 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 représente plusieurs familles devant faire face à des situations diverses. Dans la première maison notamment on peut voir une scène familiale où le père se tient le dos après avoir effectué un mouvement en essayant de décrocher un tableau : il ne semble pas pouvoir se redresser et sa femme semble être totalement démunie devant la douleur de son mari ; la deuxième maison met en scène une mère de famille totalement paniquée devant la douleur de sa fille allongée sur un canapé et qui se tient le ventre souffrant visiblement de vives douleurs abdominales.

La première mise en scène représentant l'homme bloqué après un mouvement évoque davantage le déclenchement d'un lumbago que des courbatures.

La mise en scène de la jeune fille allongée sur le canapé donne également une représentation excessive des symptômes et suggère davantage un syndrome abdominal aigu que des douleurs liées aux règles, notamment du fait de l'air paniquée de la mère.

Or, la spécialité promue est indiquée dans le traitement de courte durée de la fièvre et/ou des douleurs telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires, courbatures et règles douloureuses mais n'est en aucun cas indiquée dans le traitement des lombalgies aiguës.

Ces mises en scène sont donc contraires à l'article L 5122-2 du code de la santé qui dispose que la publicité doit présenter le médicament de façon objective et doit respecter les dispositions de l'AMM.

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La représentante de l'Afipa (organisme représentatif des fabricants de produits pharmaceutiques) souligne que le groupe de travail préparant les avis de la Commission avait proposé des corrections, et non un refus, correction notamment pour montrer un mal de dos et non une lombalgie ainsi qu'une maman moins paniquée.

Le président de la commission précise à nouveau que la commission ne peut se substituer à une agence de communication en refaisant le scénario et en modifiant des plans.

Un membre estime que l'homme présente une douleur très aiguë qui ne correspond pas à l'indication, mais que la représentation des douleurs de règles lui paraît acceptable dans la mesure où le terme est indiqué en surimpression dans le spot.

La représentante de l'Afipa (organisme représentatif des fabricants de produits pharmaceutiques) indique que le rôle du groupe de travail est de proposer des corrections.

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (Afssaps) précise que le rôle du groupe de travail est de faire émerger des dossiers posant problème.

Le président de la commission indique qu'il est possible d'effectuer des corrections mineures ponctuelles mais pas de refaire un scénario.

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (Afssaps) précise qu'on doit veiller à une homogénéité de traitement entre les laboratoires et les dossiers ; il existe des antécédents de refus sur des visuels qui mettraient en avant des images trop excessives par rapport aux symptômes, notamment dans le cas de la mise en exergue d'un lumbago.

La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation pense qu'il serait possible d'effectuer des modifications sur le story-board puisque le film n'est pas encore tourné.

La représentante du directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) estime que les modifications évoquées lors du groupe de travail contribuaient au respect de l'égalité de traitement dans la mesure où on ne changeait pas la totalité du scénario contrairement aux cas précités où le scénario proposé nécessitait une modification complète.

Le président de la commission rappelle le rôle de la commission est d'évaluer un story-board et non de se substituer à une agence de communication.

La représentante du directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) précise que dans le cas étudié deux plans du story-board nécessiteraient des corrections.

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire précise que le visa sous réserve de corrections n'a pas d'existence légale réelle ; dans le texte réglementaire c'est l'avis favorable en l'état ou le refus. On a créé une distinction supplémentaire qui est l'avis favorable sous réserve de corrections pour justement ne pas refuser de nombreuses publicités et qu'on arrive d'ailleurs à un taux de refus de 4 % par an ce qui est donc négligeable par rapport aux publicités acceptées d'ailleurs 75 % des visas sont acceptées sous réserve de corrections. Cependant, quand les critères de refus sont simples et superposables au regard de ceux déjà refusés, on refuse ces publicités.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 11 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 3 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.
- 6 abstentions.

1555G11 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 représente plusieurs familles devant faire face à des situations diverses. Dans la première maison notamment on peut voir une scène familiale où le père se tient le dos après avoir effectué un mouvement en essayant de décrocher un tableau : il ne semble pas pouvoir se redresser et sa femme semble être totalement démunie devant la douleur de son mari ; la deuxième maison met en scène une mère de famille totalement paniquée devant la douleur de sa fille allongée sur un canapé et qui se tient le ventre souffrant visiblement de vives douleurs abdominales.

La première mise en scène représentant l'homme bloqué après un mouvement évoque davantage le déclenchement d'un lumbago que des courbatures.

La mise en scène de la jeune fille allongée sur le canapé donne également une représentation excessive des symptômes et suggère davantage un syndrome abdominal aigu que des douleurs liées aux règles, notamment du fait de l'air paniquée de la mère.

Or, la spécialité promue est indiquée dans le traitement de courte durée de la fièvre et/ou des douleurs telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires, courbatures et règles douloureuses mais n'est en aucun cas indiquée dans le traitement des lombalgies aiguës.

Ces mises en scène sont donc contraires à l'article L 5122-2 du code de la santé qui dispose que la publicité doit présenter le médicament de façon objective et doit respecter les dispositions de l'AMM.

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La représentante de l'Afipa (organisme représentatif des fabricants de produits pharmaceutiques) souligne que le groupe de travail préparant les avis de la Commission avait proposé des corrections, et non un refus, correction notamment pour montrer un mal de dos et non une lombalgie ainsi qu'une maman moins paniquée. Le président de la commission précise à nouveau que la commission ne peut se substituer à une agence de communication en refaisant le scénario et en modifiant des plans.

Un membre estime que l'homme présente une douleur très aiguë qui ne correspond pas à l'indication, mais que la représentation des douleurs de règles lui paraît acceptable dans la mesure où le terme est indiqué en surimpression dans le spot.

La représentante de l'Afipa (organisme représentatif des fabricants de produits pharmaceutiques) indique que le rôle du groupe de travail est de proposer des corrections.

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (Afssaps) précise que le rôle du groupe de travail est de faire émerger des dossiers posant problème.

Le président de la commission indique qu'il est possible d'effectuer des corrections mineures ponctuelles mais pas de refaire un scénario.

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (Afssaps) précise qu'on doit veiller à une homogénéité de traitement entre les laboratoires et les dossiers ; il existe des antécédents de refus sur des visuels qui mettraient en avant des images trop excessives par rapport aux symptômes, notamment dans le cas de la mise en exergue d'un lumbago,.

La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation pense qu'il serait possible d'effectuer des modifications sur le story-board puisque le film n'est pas encore tourné.

La représentante du directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) estime que les modifications évoquées lors du groupe de travail contribueraient au respect de l'égalité de traitement dans la mesure où on ne changeait pas la totalité du scénario contrairement aux cas précités où le scénario proposé nécessitait une modification complète.

Le président de la commission rappelle le rôle de la commission est d'évaluer un story-board et non de se substituer à une agence de communication.

La représentante du directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) précise que dans le cas étudié deux plans du story-board nécessiteraient des corrections.

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire précise que le visa sous réserve de corrections n'a pas d'existence légale réelle ; dans le texte réglementaire c'est l'avis favorable en l'état ou le refus. On a créé une distinction supplémentaire qui est l'avis favorable sous réserve de corrections pour justement ne pas refuser de nombreuses publicités et qu'on arrive d'ailleurs à un taux de refus de 4 % par an ce qui est donc négligeable par rapport aux publicités acceptées d'ailleurs 75 % des visas sont acceptées sous réserve de corrections. Cependant, quand les critères de refus sont simples et superposables au regard de ceux déjà refusés, on refuse ces publicités.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 11 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 3 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.
- 6 abstentions.

1556G11 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 représente plusieurs familles devant faire face à des situations diverses. Dans la première maison notamment on peut voir une scène familiale où le père se tient le dos après avoir effectué un mouvement en essayant de décrocher un tableau : il ne semble pas pouvoir se redresser et sa femme semble être totalement démunie devant la douleur de son mari ; la deuxième maison met en scène une mère de famille totalement paniquée devant la douleur de sa fille allongée sur un canapé et qui se tient le ventre souffrant visiblement de vives douleurs abdominales.

La première mise en scène représentant l'homme bloqué après un mouvement évoque davantage le déclenchement d'un lumbago que des courbatures.

La mise en scène de la jeune fille allongée sur le canapé donne également une représentation excessive des symptômes et suggère davantage un syndrome abdominal aigu que des douleurs liées aux règles, notamment du fait de l'air paniquée de la mère.

Or, la spécialité promue est indiquée dans le traitement de courte durée de la fièvre et/ou des douleurs telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires, courbatures et règles douloureuses mais n'est en aucun cas indiquée dans le traitement des lombalgies aiguës.

Ces mises en scène sont donc contraires à l'article L 5122-2 du code de la santé qui dispose que la publicité doit présenter le médicament de façon objective et doit respecter les dispositions de l'AMM.

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La représentante de l'Afipa (organisme représentatif des fabricants de produits pharmaceutiques) souligne que le groupe de travail préparant les avis de la Commission avait proposé des corrections, et non un refus, correction notamment pour montrer un mal de dos et non une lombalgie ainsi qu'une maman moins paniquée.

Le président de la commission précise à nouveau que la commission ne peut se substituer à une agence de communication en refaisant le scénario et en modifiant des plans.

Un membre estime que l'homme présente une douleur très aiguë qui ne correspond pas à l'indication, mais que la représentation des douleurs de règles lui paraît acceptable dans la mesure où le terme est indiqué en surimpression dans le spot.

La représentante de l'Afipa (organisme représentatif des fabricants de produits pharmaceutiques) indique que le rôle du groupe de travail est de proposer des corrections.

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (Afssaps) précise que le rôle du groupe de travail est de faire émerger des dossiers posant problème.

Le président de la commission indique qu'il est possible d'effectuer des corrections mineures ponctuelles mais pas de refaire un scénario.

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (Afssaps) précise qu'on doit veiller à une homogénéité de traitement entre les laboratoires et les dossiers ; il existe des antécédents de refus sur des visuels qui mettraient en avant des images trop excessives par rapport aux symptômes, notamment dans le cas de la mise en exergue d'un lumbago.

La représentante d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation pense qu'il serait possible d'effectuer des modifications sur le story-board puisque le film n'est pas encore tourné.

La représentante du directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) estime que les modifications évoquées lors du groupe de travail contribuaient au respect de l'égalité de traitement dans la mesure où on ne changeait pas la totalité du scénario contrairement aux cas précités où le scénario proposé nécessitait une modification complète.

Le président de la commission rappelle le rôle de la commission est d'évaluer un story-board et non de se substituer à une agence de communication.

La représentante du directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) précise que dans le cas étudié deux plans du story-board nécessiteraient des corrections.

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire précise que le visa sous réserve de corrections n'a pas d'existence légale réelle ; dans le texte réglementaire c'est l'avis favorable en l'état ou le refus. On a créé une distinction supplémentaire qui est l'avis favorable sous réserve de corrections pour justement ne pas refuser de nombreuses publicités et qu'on arrive d'ailleurs à un taux de refus de 4 % par an ce qui est donc négligeable par rapport aux publicités acceptées d'ailleurs 75 % des visas sont acceptées sous réserve de corrections. Cependant, quand les critères de refus sont simples et superposables au regard de ceux déjà refusés, on refuse ces publicités.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 11 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité
- 3 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité.
- 6 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.

1433G11 NICOPATCH, dispositif transdermique PIERRE FABRE Film TV

1532G11 NICORETTE Gamme/NICORETTESKIN Gamme JOHNSON & JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE - ISSY LES MOULINEAUX Microsite internet

1527G11 ACTIFEDSIGN, gélule JOHNSON & JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE - ISSY LES MOULINEAUX Film TV

1472G11 ADVILCAPS 200 mg capsule molle PFIZER SANTE FAMILIALE - PARIS - Film TV

1473G11 ADVILCAPS 200 mg et 400 mg, capsule molle PFIZER SANTE FAMILIALE - PARIS - Film TV

1474G11 ADVILCAPS 200mg et 400mg, capsule molle PFIZER SANTE FAMILIALE - PARIS - Sac pharmacie

1440G11 COLLUDOL, solution pour pulvérisation buccale COOPERATION PHARMACEUTIQUE FRANCAISE - MELUN Spot radio

1503G11 DOLIRHUME PARACETAMOL ET PSEUDOEPHEDRINE, cp SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Bandeau Internet

1504G11 DOLIRHUME THIOPHENECARBOXYLATE 2 %, sol puv nasale SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Bandeau Internet

1443G11 L 52 , solution buvable en gouttes LABORATOIRES LEHNING - SAINTE BARBE Film TV

1479G11 MOPRALPRO 20 mg, comprimé gastro-résistant BAYER SANTE FAMILIALE - GAILLARD Film TV

1480G11 MOPRALPRO 20 mg, comprimé gastro-résistant BAYER SANTE FAMILIALE - GAILLARD Film TV

1526G11 NAUSICALM, gélule LES LABORATOIRES NOGUES - NANTERRE Film TV

1549G11 NUROFENFLASH 200mg, comprimé pelliculé RECKITT BENCKISER HEALTHCARE FRANCE - MASSY Film TV

1548G11 NUROFENFLASH 200mg/400mg, comprimé pelliculé RECKITT BENCKISER HEALTHCARE FRANCE - MASSY Film TV

1421G11 VICKS VAPORUB, pommade PROCTER & GAMBLE PHARMACEUTICALS FRANCE - ASNIERES SUR SEINE Bannière Internet

1528G11 ACTIFED ETATS GRIPPAUX, poudre pour solution buv JOHNSON & JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE - ISSY LES MOULINEAUX Présentoir

1529G11 ACTIFED RHUME JOUR ET NUIT, comprimé JOHNSON & JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE - ISSY LES MOULINEAUX Affiche lieux privés et publics

1530G11 ACTIFED RHUME JOUR ET NUIT, comprimé JOHNSON & JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE - ISSY LES MOULINEAUX Affiche lieux privés et publics

1470G11 HEXALYSE, comprimé à sucer LABORATOIRES BOUCHARA RECORDATI Totem

1471G11 ADVILCAPS 200 mg et 400mg capsule molle/ADVILTAB 200mg et 400 mg comprimé enrobé PFIZER SANTE FAMILIALE - PARIS - Réglette linéaire

1477G11 ADVILCAPS 200mg et 400mg, capsule molle PFIZER SANTE FAMILIALE - PARIS - Factice géant

1475G11 ADVILTAB 200mg et 400mg, comprimé enrobé PFIZER SANTE FAMILIALE - PARIS - Boîte factice

1476G11 ADVILTAB 400mg, comprimé enrobé PFIZER SANTE FAMILIALE - PARIS - Présentoir de comptoir

1450G11 BREVOXYL 4 POUR CENT, crème LABORATOIRE GLAXOSMITHKLINE - MARLY LE ROI Brochure

1431G11 CARBOLEVURE ADULTE, gélule PIERRE FABRE MEDICAMENT - CASTRES Cadre linéaire

1456G11 EFFERALGANTAB 1 g, comprimé pelliculé BRISTOL-MYERS SQUIBB - RUEIL MALMAISON Duratrans

1432G11 ELUDRILPRO, solution pour bain de bouche PIERRE FABRE MEDICAMENT - CASTRES Brochure

1458G11 EXOMUC / HEXASPRAY / HEXALYSE LABORATOIRES BOUCHARA RECORDATI - LEVALLOIS PERRET Stop rayon

1459G11 EXOMUC 200 mg, granulé pour solution buvable LABORATOIRES BOUCHARA RECORDATI Fond de linéaire

1461G11 EXOMUC 200 mg, granulé pour solution buvable LABORATOIRES BOUCHARA RECORDATI Arche de linéaire

1460G11 EXOMUC 200 mg, granulé pour solution buvable LABORATOIRES BOUCHARA RECORDATI Réglette de linéaire

1455G11 FERVELX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour sol buv UPSA CONSEIL - RUEIL MALMAISON Duratrans

1454G11 FERVELX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour sol buv UPSA CONSEIL - RUEIL MALMAISON Annonce presse

1442G11 FLECTORTISSUGLEP 1 %, emplâtre médicamenteux LABORATOIRES GENEVRIER SA - ANTIBES Annonce presse

1486G11 GRANIONS DE CUIVRE 0,3 mg/2 ml, solution buvable LABORATOIRES DES GRANIONS Annonce presse

1488G11 GRANIONS DE LITHIUM 1 mg/ 2 ml, solution buvable Laboratoire des GRANIONS - MONACO Annonce presse

1489G11 GRANIONS DE MAGNESIUM 3,82 mg/2 ml, solution buv Laboratoire des GRANIONS - MONACO Annonce presse

1487G11 GRANIONS DE SELENIUM, solution buvable Laboratoire des GRANIONS - MONACO Annonce presse

1484G11 GRANIONS gamme Laboratoire des GRANIONS - MONACO Brochure

1468G11 HEXALYSE, comprimé à sucer LABORATOIRES BOUCHARA RECORDATI Fond de linéaire

1469G11 HEXALYSE, comprimé à sucer LABORATOIRES BOUCHARA RECORDATI Arche de linéaire

1464G11 HEXASPRAY, collutoire en flacon pressurisé LABORATOIRES BOUCHARA RECORDATI - LEVALLOIS PERRET Vitrophanie

1466G11 HEXASPRAY, collutoire en flacon pressurisé LABORATOIRES BOUCHARA RECORDATI - LEVALLOIS PERRET Fond de linéaire

1465G11 HEXASPRAY, collutoire en flacon pressurisé LABORATOIRES BOUCHARA RECORDATI - LEVALLOIS PERRET Arche de linéaire

1462G11 HEXASPRAY, collutoire en flacon pressurisé LABORATOIRES BOUCHARA RECORDATI - LEVALLOIS PERRET Barquette de linéaire

1505G11 MAALOX MAUX D'ESTOMAC, suspension buvable et comprimé à croquer SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Vitrophanie/Poster/Affiche/Annonce presse

1506G11 MAALOX MAUX D'ESTOMAC, suspension buvable et comprimé à croquer SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Support audiovisuel

1512G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Annonce presse

1525G11 NAUSICALM, gélule et sirop LES LABORATOIRES NOGUES - NANTERRE Annonce presse

1535G11 NICORETTE MENTHE GLACIALE 2 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher JOHNSON & JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE - ISSY LES MOULINEAUX Présentoir de comptoir

1538G11 NICORETTE MENTHE GLACIALE 2 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher JOHNSON & JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE - ISSY LES MOULINEAUX Présentoir de comptoir

1540G11 NICORETTE MENTHE GLACIALE 2 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher JOHNSON & JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE - ISSY LES MOULINEAUX Bannière internet

1441G11 NOCTIUM, sirop LABORATOIRE FERRIER - CARROS - Annonce presse/panneau vitrine

1547G11 NUROFENFEM 400 mg, comprimé pelliculé RECKITT BENCKISER HEALTHCARE FRANCE - MASSY Cravate

1551G11 NUROFENFLASH 400 mg, comprimé pelliculé RECKITT BENCKISER HEALTHCARE FRANCE - MASSY Stop rayon

1550G11 NUROFENFLASH 400 mg, comprimé pelliculé RECKITT BENCKISER HEALTHCARE FRANCE - MASSY Joue de rayon

1552G11 NUROFENFLASH 400 mg, comprimé pelliculé RECKITT BENCKISER HEALTHCARE FRANCE - MASSY Objet divers

1425G11 PERCUTAFEINE, gel LABORATOIRES PIERRE FABRE MEDICAMENT- BOULOGNE- Brochure

1427G11 PERCUTAFEINE, gel LABORATOIRES PIERRE FABRE MEDICAMENT - BOULOGNE- Display

1428G11 PERCUTAFEINE, gel LABORATOIRES PIERRE FABRE MEDICAMENT - BOULOGNE Présentoir de sol

1429G11 PERCUTAFEINE, gel LABORATOIRES PIERRE FABRE MEDICAMENT - BOULOGNE cadre linéaire

1430G11 PERCUTAFEINE, gel LABORATOIRES PIERRE FABRE MEDICAMENT - BOULOGNE Réglette linéaire

1423G11 PERCUTAFEINE, gel LABORATOIRES PIERRE FABRE MEDICAMENT - BOULOGNE Panneau + Annonce

1424G11 PERCUTAFEINE, gel LABORATOIRES PIERRE FABRE MEDICAMENT - BOULOGNE Panneau + Annonce

1422G11 PERCUTAFEINE, gel LABORATOIRES PIERRE FABRE MEDICAMENT - BOULOGNE Panneau + Annonce presse

1478G11 RENNIE SANS SUCRE, comprimé à croquer BAYER SANTE FAMILIALE - GAILLARD Vitrophanie

1444G11 SARGENOR 1 g/5 ml, solution buvable MEDA PHARMA - PARIS Covering vitrine

1445G11 SARGENOR 1 g/5 ml, solution buvable MEDA PHARMA - PARIS Covering vitrine

1446G11 SARGENOR 1 g/5 ml, solution buvable MEDA PHARMA - PARIS Covering vitrine

1447G11 SARGENOR 1 g/5 ml, solution buvable MEDA PHARMA - PARIS Covering vitrine

1448G11 SARGENOR 1 g/5 ml, solution buvable MEDA PHARMA - PARIS Vitrophanie

1438G11 SEDORRHOIDE CRISE HEMORROIDAIRE, suppositoire et crème rectale COOPER Publi-rédactionnel

1439G11 SEDORRHOIDE CRISE HEMORROIDAIRE, suppositoire et crème rectale COOPER Publi-rédactionnel

1490G11 SPEDIFEN 200 / 400 mg, cp / granulés pour sol buv ZAMBON FRANCE SA - ISSY LES MOULINEAUX Présentoir

1496G11 SPEDIFEN 200 mg, comprimé ZAMBON FRANCE SA - ISSY LES MOULINEAUX Vitrine sublimée

1497G11 SPEDIFEN 200 mg, comprimé ZAMBON FRANCE SA - ISSY LES MOULINEAUX Annonce presse

1495G11 SPEDIFEN 200 mg, comprimé ZAMBON FRANCE SA - ISSY LES MOULINEAUX Présentoir avec porte-brochure

1492G11 SPEDIFEN 400 mg, granulés pour solution buvable ZAMBON FRANCE SA - ISSY LES MOULINEAUX Présentoir

1493G11 SPEDIFEN 400 mg, granulés pour solution buvable ZAMBON FRANCE SA - ISSY LES MOULINEAUX Présentoir

1491G11 SPEDIFEN 400 mg, granulés pour solution buvable ZAMBON FRANCE SA - ISSY LES MOULINEAUX Stop rayon

1494G11 SPEDIFEN 400 mg, granulés pour solution buvable ZAMBON FRANCE SA - ISSY LES MOULINEAUX Pot à crayons

1501G11 SPEDIFEN 400mg, c pel / SPEDIFEN 200mg, cp ZAMBON FRANCE SA - ISSY LES MOULINEAUX Panneau vitrine, Kakémono

1498G11 SPEDIFEN 400mg, cp pel / SPEDIFEN 200mg, cp ZAMBON FRANCE SA - ISSY LES MOULINEAUX Vitrophanie

1500G11 SPEDIFEN 400mg, cp pel / SPEDIFEN 200mg, cp ZAMBON FRANCE SA - ISSY LES MOULINEAUX Vitrophanie

1499G11 SPEDIFEN 400mg, cp pel / SPEDIFEN 200mg, cp ZAMBON FRANCE SA - ISSY LES MOULINEAUX Vitrine sublimée

1541G11 STREPSILS Fraise sans sucre, pastille/STREPSILS Citron sans sucre, pastille- RECKITT BENCKISER HEALTHCARE FRANCE - MASSY Présentoir

1542G11 STREPSILS Fraise sans sucre, pastille/STREPSILS Citron sans sucre, pastille- RECKITT BENCKISER HEALTHCARE FRANCE - MASSY Présentoir

1543G11 STREPSILS Fraise sans sucre, pastille/STREPSILS Citron sans sucre, pastille- RECKITT BENCKISER HEALTHCARE FRANCE - MASSY Présentoir

1545G11 STREPSILS Miel-Citron, pastille/STREPSILS Lidocaïne, pastille RECKITT BENCKISER HEALTHCARE FRANCE - MASSY Présentoir

1546G11 STREPSILS Miel-Citron, pastille/STREPSILS Lidocaïne, pastille RECKITT BENCKISER HEALTHCARE FRANCE - MASSY Présentoir

1457G11 SURBRONC EXCPECTORANT AMBROXOL SANS SUCRE, sol buv BOEHRINGER INGELHEIM FRANCE - PARIS Surligneurs

1524G11 TROLAMINE BIOGARAN CONSEIL 0,67 %, émulsion pour application cutanée LABORATOIRES BIOGARAN Stop rayon

Projets d'avis favorable

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

1482G11 BEPANTHEN 5 %, pommade BAYER SANTE FAMILIALE - GAILLARD Brochure

1481G11 BEPANTHEN 5 %, pommade BAYER SANTE FAMILIALE - GAILLARD Annonce presse

1483G11 BISEPTINESPRAID, solution pour application cutanée BAYER SANTE FAMILIALE - GAILLARD Présentoir de comptoir

1451G11 BREVOXYL 4 POUR CENT, crème LABORATOIRE GLAXOSMITHKLINE - MARLY LE ROI Point conseil (présentoir)

1452G11 DUOFILM, solution pour application locale LABORATOIRE GLAXOSMITHKLINE - MARLY LE ROI Présentoir de comptoir

1467G11 HEXALYSE, comprimé à sucer LABORATOIRES BOUCHARA RECORDATI Réglette de linéaire

1463G11 HEXASPRAY, collutoire en flacon pressurisé LABORATOIRES BOUCHARA RECORDATI - LEVALLOIS PERRET Réglette de linéaire

1513G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Panneau/Totem

1509G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Bas de comptoir

1515G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Panneau de garde

1518G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Vitrine sublimée

1519G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Réglette linéaire

1510G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Kit tête de gondole

1508G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Vitrophanies /Affiches

1517G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS
Affiches / Vitrophanies

1523G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Stop
rayon linéaire

1514G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Totem

1511G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Stop
rayon

1507G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS AP /
Affiche / PV / Vitrophanie

1520G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS AP /
Vitrophanie / Affiche / PV

1521G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS AP /
Vitrophanie / Affiche / PV

1516G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS AP /
Affiches / PV / Vitrophanies

1522G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé SANOFI AVENTIS FRANCE - PARIS Cache
portique borne antiviol/Totem

1531G11 NICORETTE Gamme/NICORETTESKIN Gamme JOHNSON & JOHNSON SANTE BEAUTE
FRANCE - ISSY LES MOULINEAUX Kakémono

1539G11 NICORETTE MENTHE GLACIALE 2 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher JOHNSON &
JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE - ISSY LES MOULINEAUX Vitrophanie

1533G11 NICORETTE MENTHE GLACIALE 2 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher JOHNSON &
JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE - ISSY LES MOULINEAUX Boîte factice

1534G11 NICORETTE MENTHE GLACIALE 2 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher JOHNSON &
JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE - ISSY LES MOULINEAUX Panneau vitrine

1536G11 NICORETTE MENTHE GLACIALE 2 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher JOHNSON &
JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE - ISSY LES MOULINEAUX Affiche lieux privés et publics

1537G11 NICORETTE MENTHE GLACIALE 2 mg SANS SUCRE, gomme à mâcher JOHNSON &
JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE - ISSY LES MOULINEAUX Leaflet consommateur avec placebo

1502G11 SPEDIFEN 200 / 400 mg, cp / granulés pour solution ZAMBON FRANCE SA - ISSY LES
MOULINEAUX Présentoir

Préservatifs

Néant

**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)**

Avis de la commission : Avis favorables sous réserves

0063PP11 DENTAMYL Protection caries Laboratoire BONIQUET Doseur

