

COMMISSION CHARGÉE DU CONTRÔLE DE LA PUBLICITÉ ET DE LA DIFFUSION DE RECOMMANDATIONS SUR LE BON USAGE DES MÉDICAMENTS

Réunion du 9 mars 2011

Etaient 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 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)
- représentants 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)
- en qualité de personnalités choisies en raison de leur compétence en matière de publicité : Mme MAURAIN (membre titulaire)
- représentants de la presse médicale : M. MARIE (membre suppléant) - Mme BOITEUX (membre titulaire)
- représentant de la visite médicale : Mme BROT WEISSENBACH (membre titulaire)
- en qualité de pharmacien d'officine ou pharmacien hospitalier : Mme RIVIERE (membre titulaire) – M. DECAUDIN (membre titulaire)
- en qualité de personnalités choisies en raison de leur compétence en matière de médicaments : Mme GOLBERG (membre titulaire) – M. DURAIN (membre titulaire) - M. BEAU (membre suppléant) – M. VIRGITTI (membre suppléant) - M. WESTPHAL (membre titulaire).

Etaient absents :

- le chef du service juridique et technique de l'information ou son représentant: Mme BOURCHEIX
- 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
- représentant d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation: Mme BERNARD HARLAUT (membre titulaire) – Mme LEMER (membre suppléant)
- en qualité de personnalités choisies en raison de leur compétence en matière de publicité: Mme JOSEPH (membre titulaire) – Mme SWINBURNE (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 :

Mme LE HELLEY – Mme PLAN – Mme LARZUL

AUDITION

- représentants du laboratoire PIERRE FABRE: M. BLANCHOT – M. PRAT

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 9 mars 2011

ORDRE DU JOUR

I. Approbation du relevé des avis – Commission du 11 février 2011

II. Bilan annuel d'activité : année 2010

III. Publicité pour les professionnels de santé

1. Propositions de décisions d'interdiction
2. Propositions de mises en demeure examinées en commission

IV. Publicité destinée au Grand Public

1. Projets de retrait de visas GP et PP
2. Demandes de visas de publicité

V. 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)

1. APPROBATION DU RELEVÉ DES AVIS DE LA COMMISSION DU 11 FEVRIER 2011

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

2. BILAN ANNUEL D'ACTIVITE : ANNEE 2010

3. Bilan relatif au contrôle de la publicité en faveur des médicaments destinée aux professionnels de santé

En 2010, 8199 documents promotionnels en faveur de médicaments et à destination des professionnels de santé ont été déposés.

Les supports les plus utilisés sont les remis de type documents légers d'information (26 %), les aides de visite (14 %), les fiches signalétiques (11 %), les annonces presse (9 %), les mailings (8 %), les affiches (8 %).

L'activité de contrôle a ainsi généré :

- 238 mises en demeure prononcées concernant 1085 dossiers, dont 236 mises en demeure directes et 2 mises en demeure après passage en commission chargée du contrôle de la publicité,
- 7 interdictions prononcées portant sur l'examen de 12 dossiers.

Les classes thérapeutiques concernées par les décisions d'interdiction se répartissent de la façon suivante : vaccins (2), AINS - rhumatologie (1), gastro-entérologie (1), ORL (1), orthopédie (1), phytothérapie (1).

Les décisions d'interdictions ont été motivées par le non-respect de l'AMM (100 %), par une présentation non objective du médicament (57 %), par une présentation ne favorisant pas le bon usage du médicament (14 %) et par d'autres motifs (29 %).

Une nouvelle recommandation pour la publicité en faveur des antibiotiques a également été adoptée par la commission de contrôle de la publicité et de la diffusion de recommandations sur le bon usage des médicaments, visant à intégrer dans celle-ci un message de bon usage rappelant la nécessité d'une prescription raisonnée.

Les documents de bon usage à destination des patients

- *Les documents à destination des patients dans le cadre de plans de gestion du risque*

Depuis 2006, le Département publicité et bon usage participe en collaboration avec le Service de l'évaluation et de la surveillance des risques, et de l'information (SURBUM) à la validation des documents destinés aux patients.

Selon la procédure interne mise en place entre les deux départements, les documents ainsi validés font l'objet d'un courrier commun aux firmes concernées.

En 2010, 26 éléments concernant 17 produits intégrés dans des plans de gestion du risque et des mesures de minimisation du risque ont ainsi été examinés selon cette procédure.

Sept éléments ont été refusés dans la mesure où ils ne présentaient pas de valeur ajoutée en termes de bon usage par rapport aux informations déjà disponibles pour le patient ; dans deux des cas, ces éléments n'étaient par ailleurs pas prévus dans le plan de gestion de risque.

Un numéro vert à destination des patients a également été refusé en l'absence d'informations suffisantes permettant de s'assurer du respect des dispositions relative à la protection des personnes physiques à l'égard des traitements de données à caractère personnel.

Les autres éléments ont été acceptés, le plus souvent sous réserve de corrections.

Les documents ayant fait l'objet d'un avis favorable concernaient les classes thérapeutiques suivantes: la rhumatologie, l'antalgie, la gynécologie, la neurologie, la cancérologie, l'hématologie, la cardiologie, l'ostéoporose, la gastro-entérologie, la dermatologie, la néphrologie, l'ophtalmologie. Ces documents ont été notamment élaborés dans le but de minimiser les risques liés à l'administration du médicament, d'expliquer au patient la pathologie et le traitement dans un souci de bon usage, d'alerter le patient de certains effets indésirables graves, de permettre un suivi du traitement au moyen de carnet de suivi, d'accompagner le patient dans l'apprentissage de l'auto-injection.

- *Les documents à destination des patients dans le cadre de demandes des laboratoires*

Ces documents patients concernent des produits de prescription médicale.

Le principe de l'interdiction de publicité directe envers les patients pour les médicaments de prescription médicale obligatoire demeure.

Cependant certaines actions à destination des patients proposées par les laboratoires ayant pour but de favoriser le bon usage des médicaments et une meilleure prise en charge de leur pathologie peuvent se justifier.

C'est dans ce contexte que certains documents patients ont été analysés et acceptés dans le cadre du contrôle de la publicité puisque ces documents sont considérés comme ne répondant pas à la définition de la publicité mais entrant dans le champ d'une activité de bon usage.

En 2010, 20 éléments à destination des patients, hors contexte de plans de gestion de risque, pour treize spécialités ont été évalués. 19 ont obtenu un avis favorable. Ils concernaient les domaines de l'hématologie, la contraception, la neurologie, la cancérologie, la cardiologie, la gastro-entérologie, la pneumologie, l'immunologie, l'ophtalmologie et l'antalgie.

4. Bilan relatif à la publicité destinée au grand public

- Publicité des médicaments et préservatifs destinée au grand public

Au cours de l'année 2010, la commission a examiné 1779 demandes de visa GP, pour lesquelles elle a prononcé 328 avis favorables à l'octroi du visa, 1356 avis favorables à l'octroi du visa assorti de corrections et 81 propositions de refus. En outre, 1 demande de visa a fait l'objet d'un ajournement, 12 dossiers ont été annulés à l'initiative du laboratoire et 1 demande ne rentrait pas dans le champ du visa GP.

En outre, la commission a examiné 25 demandes de visa PR, pour lesquelles elle a émis 12 avis favorables et 13 avis favorables assortis de corrections.

Ces avis ont conduit le Directeur Général de l'Afssaps à octroyer 340 visas (18.85 %), 1372 visas assortis de corrections (76.05 %) et à prendre 75 décisions de refus de publicité (4.16 %).

Les 75 décisions de refus de visa GP ont été motivées par le fait que les publicités ne présentaient pas le médicament de façon objective (30.7%), ne respectaient pas les dispositions de l'autorisation de mise sur le marché (26.7 %), se référaient à la recommandation de professionnels de santé ou de personnes qui, bien que n'étant pas des professionnels de santé, pouvaient, par leur notoriété, inciter à la consommation du médicament concerné (24%), suggéraient que l'effet du médicament était supérieur ou égal à celui d'un autre traitement ou médicament (10.7%), ne favorisaient pas le bon usage du médicament (2.7%), incitaient à des comportements dangereux (2.7%), assimilaient le médicament à un produit de consommation courante (1.3%) ou contribuaient à diffuser un message de violence auprès du public (1.3%).

De nouveaux supports promotionnels ont été acceptés dans le cadre du visa GP :

- Médiatable
- pour l'officine : distributeur de trombones, ouvre-lettres, porte-documents écran, écran tactile (produits de sevrage tabagique).

- Publicité des produits autres que les médicaments destinée au grand public

La commission a examiné 111 demandes de visa PP, ayant conduit à 5 visas (4.5%), 97 visas assortis de corrections (87.4%), 8 refus de visa (7.2%). En outre, 1 demande de visa a été annulée à l'initiative du laboratoire (0.9%).

Les demandes de visa PP concernaient des produits cosmétiques (92%) et des tests de grossesse (8%).

Les 8 décisions de refus de visa PP ont été motivées par une présentation non objective du produit (87.5%) et par le fait que le produit ne relevait pas du champ d'application de l'article L. 5122-14 du Code de la santé publique.

5. Bilan relatif à la publicité en faveur des médicaments diffusée sur Internet

Les publicités diffusées sur Internet font l'objet d'une double évaluation :

- évaluation du contenu : validation de la conformité à la réglementation et aux référentiels en matière de publicité en faveur des médicaments.
- évaluation de la forme : validation de la conformité à la charte pour la communication sur Internet des entreprises pharmaceutiques.

Publicité en faveur des médicaments destinée aux professionnels de santé

Sur les 8199 documents promotionnels à destination des professionnels de santé déposés en 2010, 290 avaient pour support Internet (3.5%). On observe une augmentation des dépôts de l'ordre de 15% par rapport à 2009.

Les supports de communication utilisés par les laboratoires pharmaceutiques pour communiquer sur Internet vers les professionnels de santé étaient majoritairement les bandeaux Internet (33.1%), les e-mailings (29.6%), et ex-æquo, les sites laboratoires, les sites gammes et les visites médicales en ligne (7.6%).

Les domaines thérapeutiques dans lesquels la communication sur Internet est la plus représentée sont: rhumatologie-ostéoporose-antalgie (15.9%), diabétologie-lipides (14.1%), gastroentérologie (9.3%) et cardiologie (6.9%).

Publicité en faveur des médicaments destinés au grand public

Sur les 1804 demandes de visa GP déposées en 2010, 150 avaient pour support Internet (8,3%)

Les supports de communication étaient majoritairement les bandeaux Internet (44%), les sites dédiés à un médicament ou à une marque ombrelle (33%) et ex-æquo, les films diffusés sur Internet et les sites laboratoires (6,7%).

La grande majorité des publicités concernait des spécialités d'allopathie (83.3%) et les publicités en faveur des préservatifs représentaient 4.7% des demandes.

Veille sur Internet

54 sites Internet, de type site laboratoire, site e-santé ou site d'agence de communication, ont fait l'objet d'une veille ayant conduit à 14 courriers de remarques.

Ces remarques concernaient notamment l'absence de présentation du RCP, de la notice et le cas échéant de l'avis de transparence dans la partie « produits » non promotionnelle des sites laboratoires d'une part et, la mise en ligne de communiqués de presse relatifs à des spécialités accessibles de tout public d'autre part, alors que la charte pour la communication sur Internet des entreprises pharmaceutiques prévoit que ces communiqués doivent être accessibles uniquement aux professionnels de la presse.

III. PUBLICITE POUR LES PROFESSIONNELS DE SANTE

1. Propositions de décisions d'interdiction

Néant.

2- Propositions de mises en demeure examinées en commission

Néant.

IV - PUBLICITE DESTINEE AU PUBLIC

a. Projets de retrait de visas GP et PP – Pierre Fabre – Annonces 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.

L'attention du département publicité et bon usage des produits de santé de l'Afssaps a été retenue par deux parutions presse.

La première concerne une page intitulée : « Communiqué santé. L'arrêt du tabac : des solutions pour arrêter de fumer ! »

Cette page, intègre un encart-presse bénéficiant d'un visa GP en faveur des spécialités NICOPASS et NICOPATCH (octroyé après avis de la Commission de publicité lors de sa séance du 23 juin 2010).

Dans le cadre de cette communication presse, le visa GP a été associé à un visuel de docteur en pharmacie et à un texte apparaissant comme un témoignage dudit docteur en pharmacie préconisant l'intérêt des substituts nicotiques. L'ensemble de la page (photo, témoignage, publicité bénéficiant du visa) est par ailleurs présenté dans une charte graphique homogène sous le titre de « communiqué santé » / « l'arrêt du tabac : des solutions pour arrêter de fumer ! ».

Ainsi, une telle mise en page associant le témoignage et la publicité autorisée confère à l'ensemble un caractère promotionnel ne correspondant pas au visa octroyé, ce qui présente un caractère trompeur et est donc contraire aux dispositions de l'article L. 5122-2 du Code de la santé publique.

En outre, cette publicité n'est pas conforme à l'article L. 5122-8 du Code de la santé publique dans la mesure où :

La présence d'un professionnel de santé décrivant des solutions pour arrêter de fumer et conseillant le recours aux substituts nicotiques n'est pas acceptable dans le cadre d'une publicité soumise à visa GP car cette publicité confère une caution pharmaceutique au médicament promu. Cette présentation est ainsi contraire à l'article R. 5122-4 6°) du Code de la santé publique qui dispose qu'« une publicité pour un médicament auprès du public ne peut comporter aucun élément qui se référerait à une recommandation émanant de scientifiques, de professionnels de santé ou 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 ».

Par ailleurs, les propos tenus par le professionnel de santé mis en scène dans cette publicité sont de nature à induire en erreur le public quant aux recommandations d'utilisation des spécialités NICOPASS et NICOPATCH, dans la mesure où ce pharmacien explique que :

- d'une part, « les substituts nicotiques offrent la meilleure tolérance et sont aujourd'hui la seule méthode de sevrage tabagique autorisée chez la femme enceinte » ; or cette présentation est contraire à l'article R. 5122-4 2°) du Code de la santé publique qui dispose qu'une publicité « ne peut comporter aucun élément qui suggérerait que l'effet du médicament est assuré, qu'il est sans effets indésirables, ou qu'il est supérieur ou égal à celui d'un autre traitement ou médicament ».
- d'autre part, « on peut aussi combiner les effets des deux types de substituts. Ainsi, tandis que le patch permet d'apporter la dose adaptée de nicotine nécessaire, la voie orale va, elle, aider à combattre la dépendance comportementale en remplaçant l'habitude d'allumer une cigarette par celle de sucer une pastille » ; or, les AMM de NICOPASS 2,5 mg et NICOPATCH ne valident aucunement un usage en association de ces produits.

En conséquence, cette présentation n'est pas conforme aux AMM des spécialités concernées et ne favorise pas leur bon usage, ce qui est contraire aux dispositions de l'article L. 5122-2 du Code de la santé publique.

La seconde parution presse concerne une page avec un communiqué santé intitulé « préserver son capital santé grâce à des gencives saines ».

Cette page, intègre un encart-presse bénéficiant d'un visa GP en faveur de la spécialité ARTHRODONT (octroyé après avis de la Commission de publicité lors de sa séance du 23 juin 2010), ainsi qu'un encart-presse bénéficiant d'un visa PP en faveur de PARODIUM (octroyé après avis de la Commission de publicité lors de sa séance du 08 septembre 2010).

Dans le cadre de cette communication presse ; et de la même manière que précédemment, les visas ont été associés à un visuel de docteur en pharmacie et à un texte apparaissant comme un témoignage dudit docteur en pharmacie. L'ensemble de la page (la photo, le témoignage et les publicités bénéficiant des visas) est par

ailleurs présenté dans une charte graphique homogène sous le titre de « communiqué santé » / « publi-communicé ».

Ainsi, une telle mise en page associant le témoignage précité et une publicité autorisée confère à l'ensemble un caractère promotionnel ne correspondant pas aux visas octroyés, ce qui présente un caractère trompeur et est donc contraire aux dispositions de l'article L. 5122-2 du Code de la santé publique.

En outre, cette publicité n'est pas conforme à l'article L. 5122-2 du Code de la santé publique dans la mesure où :

La présence d'un professionnel de santé décrivant des solutions contre les gingivites et leur évolution vers les parodontites voire le « déchaussement » des dents n'est pas acceptable dans le cadre d'une publicité soumise à visa GP car cette publicité confère une caution pharmaceutique au médicament promu. Cette présentation est ainsi contraire à l'article R. 5122-4 6°) du Code de la santé publique qui dispose qu'« une publicité pour un médicament auprès du public ne peut comporter aucun élément qui se référerait à une recommandation émanant de scientifiques, de professionnels de santé ou 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 ».

Par ailleurs, cette mise en page tend à étendre les visas octroyés à l'ensemble de la page et par conséquent la communication globale peut laisser supposer que le produit PARODIUM est susceptible d'avoir des propriétés de prévention et traitement de la gingivite et la parodontite voire de prévention à terme de la chute des dents, ce qui d'une part présente ce produit comme un médicament au sens de l'article L. 5111-1 du même code, alors qu'il s'agit d'un cosmétique et que d'autre part, au vu des éléments fournis, les propriétés pour ce produit se limitent à la seule aide à la réduction des saignements.

Enfin, cette même mise en page présente également la spécialité ARTHRODONT comme susceptible d'avoir des propriétés de prévention et traitement de la gingivite et la parodontite voire de prévention à terme de la chute des dents alors que l'AMM précise que la spécialité a une action décongestionnante et antalgique au cours des affections gingivales et blessures par prothèse.

En conséquence la présentation d'ARTHRODONT n'est pas conforme à son AMM et est donc contraire aux dispositions de l'article L.5122-2 du Code de la Santé Publique, qui dispose que la publicité doit respecter les dispositions de l'autorisation de mise sur le marché.

Compte-tenu de ce qui précède, considérant que les deux publications présentées constituent des publicités en faveur d'une part de NICOPASS et NICOPATCH, d'autre part d'ARTHRODONT et de PARODIUM ne correspondant respectivement pas aux visas de publicité octroyés, et dans la mesure où les allégations apportées dans ces publicités sont de nature à induire en erreur le public, un courrier a été envoyé au laboratoire concerné le 10 février 2011 l'informant que l'avis de la Commission chargée du contrôle de la publicité et de la diffusion de recommandations sur le bon usage des médicaments sera sollicité le 9 mars 2011 sur l'opportunité de procéder au retrait des visas n°1022G10X212, 1017G10X212 et 093PP10Z312, conformément à l'article R. 5122-7 du Code de la santé publique et de l'inviter à se faire entendre si il le souhaite au cours de cette séance de ladite commission.

Comme suite à ces projets de retraits, la firme a été entendue par la Commission.

Le laboratoire a apporté les éléments suivants :

L'interprétation de caution objectée pour les présentations de publi-rédactionnels sevrage tabagique et dentaire se comprend à travers l'analyse qui en est faite.

Toutefois, l'objectif de ces présentations était simplement de produire deux types de messages. D'une part, dans la moitié haute de la page, l'évocation de l'importance du circuit de distribution pharmaceutique, avec une image illustrant le milieu officinal accompagnée d'une information générale dans le domaine de la santé. D'autre part, dans la moitié basse de la page une présentation strictement promotionnelle en conformité avec les visas accordés à ces encarts.

Le laboratoire estime que dans leur présentation, ces pages ne visaient pas à présenter de façon masquée une partie des messages, ainsi l'intégralité des pages était clairement intitulée « Publi-communicé », et une séparation compréhensible était établie entre les deux parties des pages dans leur présentation et leur contenu.

Pour le domaine du sevrage tabagique, le laboratoire précise que le message visait à souligner l'absolue nécessité de l'arrêt du tabac en particulier pour la femme enceinte et également à informer, en cohérence avec le Résumé des caractéristiques du produit de Nicopass 1,5 mg, sur l'association de différentes formes de

substituts nicotiques, qui est une question à laquelle sont régulièrement confrontés les pharmaciens d'officine.

Pour le domaine dentaire, le message s'inscrivait dans le contexte des recommandations Anaes 2002 sur les parodontopathies qui précisent la place de l'hygiène bucco-dentaire et l'importance de l'éducation sanitaire, qui sont des messages couramment formulés par les pharmaciens d'officine.

Enfin, le laboratoire rappelle que ces documents ont été diffusés une fois pour la communication sevrage tabagique et uniquement pendant la première quinzaine de novembre 2010 pour la communication dentaire et que de plus, depuis octobre 2010, les pages presse de ce format sont soumises dans leur intégralité à demande de visa.

En réponse, un membre de la commission remarque que ces pages promotionnelles n'évoquent pas particulièrement le circuit de distribution pharmaceutique étant donné qu'en dehors des photos de pharmaciens, il n'en est pas fait état dans les textes promotionnels et que l'on ne sait pas si les produits sont uniquement disponibles en pharmacie ou non. Un autre membre de la commission souligne qu'en effet, si le circuit pharmaceutique ne fait pas de doute pour Nicopatch et Nicopass qui relèvent du monopole pharmaceutique, Parodium peut être vendu en parapharmacie et que par ailleurs, l'utilisation des termes « docteur en pharmacie » tend à souligner cette double distribution puisqu'ils sont autorisés pour les pharmacies et parapharmacies contrairement au terme « pharmacien » qui n'est autorisé que pour les pharmaciens d'officine. Par conséquent, ces présentations ne font pas une promotion du seul circuit pharmaceutique.

Le laboratoire répond que les images des pharmaciens prises dans leurs officines montrent directement le circuit de distribution pharmaceutique et que leur association avec des discours explicitant l'environnement pathologique tend à faire évoquer ce circuit de distribution à l'ensemble des pages. Le laboratoire précise que leur souhait était de réaliser, bien que cela soit effectivement difficile, des communications mettant en avant un circuit de distribution pharmaceutique sur des « profils de produits » ayant des statuts différents.

Un membre de la commission souligne que si les typologies sont différentes entre le haut des pages et celles utilisées en bas de page dans les visas accordés, il y a plusieurs rappels de couleur entre le haut et le bas des pages et que cela n'est pas acceptable en l'état. Selon le laboratoire, si des éléments montrent une certaine similarité de présentation sur l'ensemble de la page cela est lié directement au fait que l'ensemble de l'information soit sur une même page et que si il y avait eu 2 pages, la perception aurait été différente. En tout état de cause, les éléments différenciant ne sont sans doute pas assez percutants.

Enfin, un membre de la commission fait remarquer que s'il est très bien de promouvoir l'hygiène bucco-dentaire au quotidien, Arthrodon et Parodium sont des produits qui doivent être utilisés de façon ponctuelle et certainement pas au quotidien.

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 24 votants sont :

Pour la parution presse intitulée « Communiqué santé. L'arrêt du tabac : des solutions pour arrêter de fumer ! »

- 20 voix en faveur d'un retrait de visa
- 0 voix en faveur d'un maintien de visa
- 4 abstentions.

Pour la parution presse intitulée « Communiqué santé. Préserver son capital santé grâce à des gencives saines ».

- 21 voix en faveur d'un retrait des visas
- 0 voix en faveur d'un maintien des visas
- 3 abstentions.

2. Demandes de visas de publicité

Médicaments

Dossiers discutés

0299G11 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 publicité est en faveur d'un vaccin ayant pour but de protéger contre les maladies provoquées par les Papillomavirus Humains (HPV) de type 6, 11, 16 et 18. La représentante du directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes s'interroge sur la communication relative au remboursement de ce médicament faite dans cette publicité qui précise que la vaccination par ce médicament est remboursée à 65% par la sécurité sociale dans le cadre des recommandations et que la plupart des mutuelles prennent en charge la part du prix (35%) qui revient au patient. Elle demande si le laboratoire a fait une étude auprès de toutes les mutuelles. Un membre de la commission précise que la mention précisant « la plupart des mutuelles » est acceptable.

Un autre membre de la commission souligne néanmoins qu'il serait exact de préciser que seule la couverture maladie universelle complémentaire donne lieu à une prise en charge à 100% ; il serait donc exact d'ajouter le terme « complémentaire » dans la phrase « le vaccin est pris en charge entièrement et donc remboursé à 100% pour les bénéficiaires de la couverture maladie (CMU) complémentaire ».

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (24 membres).

0301G11 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 dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 0299G11.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (24 membres).

0303G11 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 indiquée pour des troubles en rapport avec un déficit en magnésium notamment, chez l'adulte de plus de 15 ans, tels que :

- nervosité, irritabilité, anxiété légère, émotivité, fatigue passagère, troubles mineurs du sommeil ;
- manifestations d'anxiété, telles que spasmes digestifs ou palpitations (cœur sain) ;
- crampes musculaires, fourmillements.

Cette publicité au ton décalé présente un axe de communication centré sur la fatigue passagère :

- dans un premier temps, cette publicité met en scène un jeune cadre dynamique évoluant avec aisance dans un open-space tandis que ses collaborateurs qui ont du mal à suivre son rythme lui tendent différents téléphones et des papiers à signer ;
- dans un second temps, le rythme change, le sol se soulève sous les pieds du personnage principal qui a du mal à avancer, les objets que lui tendent ses assistants deviennent énormes et il ne parvient plus à les porter
- le personnage prend alors un comprimé de la spécialité promue et un écran blanc portant la surimpression « plus tard » apparaît ;
- on voit ensuite le sol redevenir plat, le héros échapper à la poursuite de ses employés et sautiller sur des plots tandis que les autres personnages s'arrêtent face à ces obstacles.

Le groupe de travail sur la publicité auprès public en faveur des médicaments, des préservatifs et des insecticides et acaricides destinés à être appliqués sur l'homme est favorable à ce projet, sous réserve de certaines corrections. Néanmoins, en dehors de celles-ci, il est demandé l'avis de la commission sur l'aspect décalé de cette publicité, et notamment sur la mise en image des effets ressentis de la fatigue par les personnages et de l'effet du médicament promu.

AVIS DE LA COMMISSION :

Le président de la commission s'interroge sur le côté excessif de cette communication.

Un membre de la commission souligne que cette publicité tend à suggérer que le médicament promu a une efficacité assurée, mais qu'il ne relève pas du rôle de la commission de se prononcer sur l'acceptabilité du caractère décalé d'une communication. La représentante du département publicité et bon usage des produits de santé de l'Afssaps rappelle à la commission que d'autres projets publicitaires au ton particulièrement décalé ont précédemment fait l'objet d'avis défavorables de la commission, notamment une publicité mettant en scène une mère faisant voltiger un adolescent.

La représentante du Leem (organisme représentatif des fabricants de produits pharmaceutiques) précise que le groupe de travail sur la publicité auprès public en faveur des médicaments, des préservatifs et des insecticides et acaricides destinés à être appliqués sur l'homme a perçu de façon favorable le ton excessivement décalé de ce film dans la mesure où cette présentation rend la situation mise en scène tout à fait improbable et surréaliste, et dans la mesure où cette communication ne présente pas de risque en termes de santé publique. Par ailleurs, s'agissant de la publicité mettant en scène une mère et un adolescent, le motif

retenu par la commission était lié à une incitation à reproduire un comportement dangereux. La représentante de l'AFIPA (organisme représentatif des fabricants de produits pharmaceutiques) souligne que des communications décalées ont déjà été acceptées par la commission.

La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé et le président de la commission soulignent néanmoins que cette publicité présente le médicament promu comme ayant une rapidité d'action et une efficacité excessives au regard de son AMM.

Un membre de la commission est favorable à cette publicité, dans la mesure où son côté humoristique ne présente pas de danger pour la santé publique.

Toutefois, la représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé et un autre membre de la commission se demandent si cette publicité ne tend pas à banaliser l'usage de stupéfiants à effet stimulant comme la cocaïne dans certains milieux socioprofessionnels. D'autres membres de la commission soulignent que la forme pharmaceutique (comprimé effervescent) écarte le risque de confusion, et qu'il serait positif en termes de santé publique de remplacer cette consommation par celle de du médicament promu dans cette publicité.

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

- 8 voix en faveur de l'octroi d'un visa en l'état à cette publicité,
- 13 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité sous réserve de corrections visant à modérer le message véhiculé en termes de délai d'action et d'efficacité,
- 1 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité,
- 2 abstentions.

0304G11 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 indiquée pour des troubles en rapport avec un déficit en magnésium notamment, chez l'adulte de plus de 15 ans, tels que :

- nervosité, irritabilité, anxiété légère, émotivité, fatigue passagère, troubles mineurs du sommeil,
- manifestations d'anxiété, telles que spasmes digestifs ou palpitations (cœur sain),
- crampes musculaires, fourmillements.

Cette publicité au ton décalé présente un axe de communication centré sur la fatigue passagère :

- dans un premier temps, cette publicité met en scène un petit personnage en pyjama, les traits tirés et les cheveux en bataille, l'air très fatigué, qui est assis sur le bord d'un verre géant, avec en arrière plan des nuages sombres,
- soudain une main dépose un comprimé du médicament promu dans le verre ; les éclaboussures semblent réveiller le petit personnage,
- « plus tard. », le personnage sourit, jette son pyjama en l'air, puis fait des figures acrobatiques sur le rebord du verre tandis qu'un soleil remplace les nuages en arrière plan,
- un costume tombe du ciel pour habiller le personnage, ainsi qu'un téléphone portable et un ordinateur sur lequel le personnage travaille avec efficacité,
- pour finir, il danse un rock acrobatique avec une jeune femme sur le rebord du verre.

Le groupe de travail sur la publicité auprès public en faveur des médicaments, des préservatifs et des insecticides et acaricides destinés à être appliqués sur l'homme est favorable à ce projet, sous réserve de certaines corrections.

Néanmoins, en dehors de celles-ci, il est demandé l'avis de la commission sur l'aspect décalé de cette publicité, et notamment sur la mise en image des effets ressentis de la fatigue par les personnages et de l'effet du médicament promu.

AVIS DE LA COMMISSION :

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 0303G11.

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 de l'octroi d'un visa en l'état à cette publicité,
- 17 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité sous réserve de corrections visant à modérer le message véhiculé en termes de délai d'action et d'efficacité,
- 1 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité,
- 3 abstentions.

0305G11 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 indiquée pour des troubles en rapport avec un déficit en magnésium notamment, chez l'adulte de plus de 15 ans, tels que :

- nervosité, irritabilité, anxiété légère, émotivité, fatigue passagère, troubles mineurs du sommeil,
- manifestations d'anxiété, telles que spasmes digestifs ou palpitations (cœur sain),
- crampes musculaires, fourmillements.

Cette publicité au ton décalé présente un axe de communication centré sur la fatigue passagère :

- dans un premier temps, cette publicité met en scène un homme arrivant sur son lieu de travail
- contrairement aux autres, ce personnage est totalement flou et certains collègues lui font remarquer qu'il a l'air extrêmement fatigué, tandis qu'il n'arrive pas à se faire comprendre ou à se concentrer et qu'il s'avachit sur une chaise
- le personnage prend alors un comprimé de la spécialité promue et un écran blanc portant la surimpression « plus tard. » apparaît
- on retrouve alors le personnage principal devant son écran d'ordinateur, il n'est plus flou et semble plein d'énergie et d'enthousiasme
- pour finir, le héros rentre une combinaison sur son ordinateur, ce qui transforme son lieu de travail en karaoké « façon Bollywood », tandis que tous se mettent à danser et à chanter.

Le groupe de travail sur la publicité auprès public en faveur des médicaments, des préservatifs et des insecticides et acaricides destinés à être appliqués sur l'homme est favorable à ce projet, sous réserve de certaines corrections.

Néanmoins, en dehors de celles-ci, il est demandé l'avis de la commission sur l'aspect décalé de cette publicité, et notamment sur la mise en image des effets ressentis de la fatigue par les personnages et de l'effet du médicament promu.

AVIS DE LA COMMISSION :

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 0303G11.

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 de l'octroi d'un visa en l'état à cette publicité,
- 17 voix en faveur de l'octroi d'un visa à cette publicité sous réserve de corrections visant à modérer le message véhiculé en termes de délai d'action et d'efficacité,
- 1 voix en faveur de refuser l'octroi d'un visa à cette publicité,
- 3 abstentions.

0365G11 Support : Panneau et 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.

Cette publicité est en faveur d'une spécialité indiquée en cas de mal de gorge peu intense et sans fièvre. Un membre de la commission s'interroge sur le logo « fabrication française » figurant sur ce projet publicitaire. La représentante du département publicité et bon usage des produits de santé de l'Afssaps précise que ce logo sera supprimé, les démarches du laboratoire auprès des autorités chargées de vérifier si un produit peut se voir apposer la mention « fabriquée en France » n'étant pas finalisées.

Cette proposition de correction est approuvée à l'unanimité des membres présents (24 membres).

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.

**0241G11 TEVALGIESPRAY 4 %, solution pour pulvérisation cutanée. Laboratoire TEVA SANTE.
Support : Leaflet patient**

**0242G11 TEVALGIESPRAY 4 %, solution pour pulvérisation cutanée. Laboratoire TEVA SANTE.
Support : Présentoir de linéaire pour produit**

**0243G11 TEVALGIESPRAY 4 %, solution pour pulvérisation cutanée. Laboratoire TEVA SANTE.
Support : Présentoir de comptoir pour brochure**

**0244G11 TEVALGIESPRAY 4 %, solution pour pulvérisation cutanée. Laboratoire TEVA SANTE.
Support : Vitrophanie**

0245G11 TEVALGIESPRAY 4 %, solution pour pulvérisation cutanée. Laboratoire TEVA SANTE.
Support : Mobile

0246G11 TEVALGIESPRAY 4 %, solution pour pulvérisation cutanée. Laboratoire TEVA SANTE.
Support : Stop rayon

0247G11 TEVALGIESPRAY 4 %, solution pour pulvérisation cutanée. Laboratoire TEVA SANTE.
Support : Panneau vitrine

0250G11 NUROFEN 400mg, capsule molle/NUROFENFLASH 400mg, comprimé pelliculé. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

0251G11 NUROFENFEM 400mg, comprimé enrobé/NUROFENFLASH 400mg, comprimé pelliculé. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

0252G11 NUROFENFEM 400mg, comprimé enrobé/NUROFENFLASH 400mg, comprimé pelliculé. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film Internet

0253G11 NUROFEN 400mg, capsule molle/NUROFENFLASH 400mg, comprimé pelliculé. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

0254G11 NUROFEN 400mg, capsule molle/NUROFENFLASH 400mg, comprimé pelliculé. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film Internet

0255G11 GAVISCONELL menthe sans sucre, suspension buvable en sachet-dose/GAVISCONELL sans sucre, comprimé. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

0256G11 GAVISCONELL menthe sans sucre, suspension buvable en sachet-dose/GAVISCONELL sans sucre, comprimé. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film Internet

0257G11 DETTOLPRO 0,2 %, solution pour pulvérisation cutanée. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

0258G11 DETTOLPRO 0,2 %, solution pour pulvérisation cutanée. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

0259G11 CURANAIL 5 %, vernis à ongles médicamenteux. Laboratoire GALDERMA. Support : Site Internet

0260G11 CURANAIL 5 %, vernis à ongles médicamenteux. Laboratoire GALDERMA. Support : Bannière Internet

0261G11 CURANAIL 5 %, vernis à ongles médicamenteux. Laboratoire GALDERMA. Support : Brochure

0262G11 CURANAIL 5 %, vernis à ongles médicamenteux. Laboratoire GALDERMA. Support : Panneau vitrine

0263G11 MOXALOLE, poudre pour solution buvable. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Document léger d'information

0264G11 SARGENOR A LA VITAMINE C, comprimé effervescent. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : boîte livreuse

0265G11 DRAGEES FUCA, comprimé enrobé. Laboratoire HEPATOUM. Support : Annonce presse

0266G11 DRAGEES FUCA, comprimé enrobé. Laboratoire HEPATOUM. Support : Spot radio

0269G11 STIMOL 1 g, poudre effervescente pour solution buvable en sachet-dose. Laboratoire BIOCDEX. Support : Annonce presse

0271G11 ENDOTELON 150 mg, comprimé enrobé gastro-résistant. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Vitrophanie

0272G11 DOLIALLERGIE LORATADINE 10 mg, comprimé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Vitrine

0273G11 DOLIALLERGIE LORATADINE 10 mg, comprimé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Vitrine sublimée

0274G11 DOLIALLERGIE LORATADINE 10 mg, comprimé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Fiche patient

0275G11 BREVOXYL 4 POUR CENT, crème. Laboratoire GlaxoSmithKline. Support : Panneau vitrine

0276G11 VEINAMITOL 3500 mg, poudre pour solution buvable en sachet. Laboratoire NEGMA. Support : Annonce presse

0277G11 VEINAMITOL 3500 mg, poudre pour solution buvable en sachet. Laboratoire NEGMA. Support : Film sans son

0278G11 BAUME AROMA, crème. Laboratoire MAYOLY-SPINDLER. Support : Leaflet

0280G11 EUPHONYLL Gamme. Laboratoire MAYOLY-SPINDLER. Support : Panneau vitrine

0281G11 OSCILLOCOCCINUM, globule. Laboratoire BOIRON. Support : Réglette de linéaire

0282G11 OSCILLOCOCCINUM, globule. Laboratoire BOIRON. Support : Panneau vitrine

0285G11 OSCILLOCOCCINUM, globule. Laboratoire BOIRON. Support : Kit linéaire

0286G11 STODAL, sirop. Laboratoire BOIRON. Support : PLV générique

0287G11 STODAL, sirop. Laboratoire BOIRON. Support : Panneau vitrine

0288G11 STODAL, sirop. Laboratoire BOIRON. Support : Annonce presse

0289G11 CORYZALIA, comprimé enrobé. Laboratoire BOIRON. Support : Annonce presse

0290G11 CORYZALIA, comprimé enrobé. Laboratoire BOIRON. Support : Panneau vitrine

0292G11 HOMEOPPLASMINE, pommade. Laboratoire BOIRON. Support : PLV

0293G11 HOMEOPPLASMINE, pommade. Laboratoire BOIRON. Support : PLV

0294G11 HOMEOPPLASMINE, pommade. Laboratoire BOIRON. Support : PLV

0295G11 HOMEOGENE 9, comprimé. Laboratoire BOIRON. Support : Panneau vitrine

0296G11 SEDATIF P.C., comprimé. Laboratoire BOIRON. Support : Présentoir de comptoir

0297G11 SEDATIF P.C., comprimé. Laboratoire BOIRON. Support : Présentoir de comptoir

0298G11 SEDATIF P.C., comprimé. Laboratoire BOIRON. Support : Film TV + Cinéma

0300G11 GARDASIL, suspension injectable en seringue préremplie. Vaccin Papillomavirus Humain. Laboratoire SANOFI PASTEUR MSD. Support : Affiche, poster

0306G11 MOPRALPRO 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Film TV

0307G11 MOPRALPRO 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Film TV

0308G11 MACROGOL 3350 BAYER 5,9g, poudre pour solution buvable en sachet. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Annonce presse

0309G11 BEPANTHEN 5 %, pommade. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Film TV

0311G11 FLECTORTISSUGEL 1 %/FLECTOR TISSUGEL HEPARINE, 1g/40000 UI pour 100g, Emplâtre médicamenteux. Laboratoire GENEVRIER. Support : Panneau vitrine

0312G11 FLECTOR TISSUGEL HEPARINE 1g/40000 UI pour 100g, emplâtre médicamenteux. Laboratoire GENEVRIER. Support : Banderole

0313G11 FLECTOR TISSUGEL HEPARINE 1g/40000 UI pour 100g, emplâtre médicamenteux. Laboratoire GENEVRIER. Support : Panneau vitrine

0314G11 ADVILEFF, comprimé/ADVILTAB 200mg et 400mg, comprimé/ADVILCAPS 200mg et 400mg, capsule. Laboratoire PFIZER SANTE FAMILIALE. Support : Panneau vitrine

0315G11 ADVILEFF, comprimé effervescent. Laboratoire WYETH SANTE FAMILIALE. Support : Film TV

0316G11 ADVILCAPS 200 mg, capsule molle. Laboratoire PFIZER SANTE FAMILIALE. Support : Panneau vitrine

0317G11 ADVILCAPS 400 mg, capsule molle. Laboratoire WYETH SANTE FAMILIALE. Support : Film TV

0318G11 ADVILCAPS 400 mg, capsule molle. Laboratoire PFIZER SANTE FAMILIALE. Support : Panneau vitrine

0319G11 POLYRHINIUM, comprimé sublingual. Laboratoire FERRIER. Support : Annonce presse/Panneau vitrine

0320G11 POLYRHINIUM, comprimé sublingual. Laboratoire FERRIER. Support : Présentoir

0321G11 EFFERALGANVITAMINEC 500 mg/200 mg, comprimé effervescent sécable. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Film TV

0322G11 EFFERALGANVITAMINEC 500 mg/200 mg, comprimé effervescent sécable. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Film TV

0323G11 EFFERALGANVITAMINEC 500 mg/200 mg, comprimé effervescent sécable. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Film TV

0324G11 EFFERALGANODIS 500, comprimé orodispersible. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Film TV

0325G11 EFFERALGANODIS 500, comprimé orodispersible. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Film TV

0326G11 EFFERALGANODIS 500, comprimé orodispersible. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Film TV

0327G11 PHOLCONES BISMMUTH ADULTES/ENFANTS, suppositoires. Laboratoire COOPERATION PHARMACEUTIQUE FRANCAISE. Support : Publi-rédactionnel

0328G11 MODANE, comprimé enrobé. Laboratoire COOPERATION PHARMACEUTIQUE FRANCAISE. Support : Publi-rédactionnel

0329G11 MODANE, comprimé enrobé. Laboratoire COOPERATION PHARMACEUTIQUE FRANCAISE. Support : Publi-rédactionnel

0330G11 MICROLAX, solution rectal en récipient unidose. Laboratoire JOHNSON & JOHNSON CONSUMER France. Support : Habillage Internet

0331G11 MICROLAX, solution rectal en récipient unidose. Laboratoire JOHNSON & JOHNSON CONSUMER France. Support : Habillage Internet

0332G11 MICROLAX, solution rectal en récipient unidose. Laboratoire JOHNSON & JOHNSON CONSUMER France. Support : Habillage Internet

0333G11 MICROLAX, solution rectal en récipient unidose. Laboratoire JOHNSON & JOHNSON CONSUMER France. Support : Habillage Internet

0334G11 ACTIFED Gamme. Laboratoire JOHNSON & JOHNSON CONSUMER France. Support : Site Internet

0335G11 ERAZABAN 10 %, crème. Laboratoire TONIPHARM. Support : Présentoir mobile

0336G11 ERAZABAN 10 %, crème. Laboratoire TONIPHARM. Support : Panneau vitrine

0337G11 ERAZABAN 10 %, crème. Laboratoire TONIPHARM. Support : Totem

0338G11 ERAZABAN 10 %, crème. Laboratoire TONIPHARM. Support : Annonce presse

0340G11 GINKOR FORT, gélule. Laboratoire TONIPHARM. Support : Totem

0341G11 GINKOR FORT, gélule. Laboratoire TONIPHARM. Support : Film TV

0342G11 GINKOR FORT, gélule. Laboratoire TONIPHARM. Support : Publi-rédactionnel Internet

0344G11 GINKOR FORT, gélule. Laboratoire TONIPHARM. Support : Film TV

0345G11 SPEDIFEN 200mg, comprimé/SPEDIFEN 400mg, comprimé pelliculé. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Annonce presse

0346G11 SPEDIFEN 200mg, comprimé/SPEDIFEN 400mg, comprimé pelliculé. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Panneau vitrine

0347G11 SPEDIFEN 200mg, comprimé/SPEDIFEN 400mg, comprimé pelliculé. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Vitrophanie

0348G11 SPEDIFEN 200mg, comprimé/SPEDIFEN 400mg, comprimé pelliculé. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Vitrophanie

0349G11 SPEDIFEN 200mg, comprimé/SPEDIFEN 400mg, comprimé pelliculé. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Vitrine sublimée

0350G11 SPEDIFEN 200mg, comprimé/SPEDIFEN 400mg, comprimé pelliculé. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Présentoir

0351G11 SPEDIFEN 200mg, comprimé/SPEDIFEN 400mg, comprimé pelliculé. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Présentoir

0354G11 PANTOLOC CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Présentoir

0356G11 PANTOLOC CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Bac à ordonnances

0358G11 FLUOCARIL BI-FLUOR 250mg, (Menthe - pâte dentifrice). Laboratoire PROCTER GAMBLE PHARMACEUTICALS France. Support : Brochure

0359G11 LYSOPAINE sans sucre, comprimé édulcoré au sorbitol et à la saccharine. Laboratoire BOEHRINGER INGELHEIM FRANCE. Support : PLV

0360G11 PO 12 2 POUR CENT, crème. Laboratoire BOEHRINGER INGELHEIM FRANCE. Support : Présentoir

0361G11 PO 12 2 POUR CENT, crème. Laboratoire BOEHRINGER INGELHEIM FRANCE. Support : Présentoir

0362G11 PO 12 2 POUR CENT, crème. Laboratoire BOEHRINGER INGELHEIM FRANCE. Support : Présentoir

0364G11 DRILL, pastille à sucer. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Bandeau linéaire

0366G11 DRILL, pastille à sucer. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Autocollant et vitrophanie

0367G11 BICIRKAN, comprimé pelliculé. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Publi-rédactionnel

0368G11 BICIRKAN, comprimé pelliculé. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Publi-rédactionnel

0370G11 ZYRTECSET 10 mg, comprimé pelliculé sécable. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Film TV

0371G11 REVITALOSE, granulés pour solution buvable en sachet-dose. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Mobile

0374G11 ALLI 60 mg, gélule. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Publi-rédactionnel

0375G11 ALLI 60mg, gélule/ALLI 27mg, comprimé à croquer. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Site Internet

Projets d'avis favorable

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

0248G11 NUROFEN 400mg, comprimé enrobé et capsule molle. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film TV

0249G11 NUROFEN 400mg, comprimé enrobé et capsule molle. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Film Internet

0267G11 BLACKOIDS DU DOCTEUR MEUR, pastille à sucer. Laboratoire SERP. Support : Boîte présentoir

0268G11 BLACKOIDS DU DOCTEUR MEUR, pastille à sucer. Laboratoire SERP. Support : Boîte présentoir

0270G11 DOLIPRANELIB 500 mg, comprimé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Annonce presse

0279G11 EUPHON Gamme. Laboratoire MAYOLY-SPINDLER. Support : Présentoir de comptoir

0283G11 OSCILLOCOCCINUM, globule. Laboratoire BOIRON. Support : Meuble de sol

0284G11 OSCILLOCOCCINUM, globule. Laboratoire BOIRON. Support : PLV Générique

0291G11 CORYZALIA, comprimé enrobé. Laboratoire BOIRON. Support : PLV GÉNÉRIQUE

0310G11 EUPHYTOSE, comprimé. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Annonce presse

0339G11 GINKOR FORT, gélule. Laboratoire TONIPHARM. Support : Annonce presse

0343G11 GINKOR FORT, gélule. Laboratoire TONIPHARM. Support : Affiche

0352G11 VOLTARENPLAST 1%, emplâtre médicamenteux/VOLTARENACTIGO 1%, gel. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Film TV - sans le son

0353G11 VOLTARENACTIGO 1%, gel. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Film TV sans son

0355G11 PANTOLOC CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Présentoir

0357G11 PANTOLOC CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Stop rayon

0363G11 DRILL, pastille à sucer/DRILL sans sucre, pastille. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Factice

0369G11 CICATRYL, pommade en sachet DOSE. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Factice

Préservatifs

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.

0007PR11 - DUREX – SSL HEALTHCARE – Newsletter

0008PR11 - DUREX – SSL HEALTHCARE – Pages Internet

0011PR11 - DUREX – SSL HEALTHCARE – Pages Internet

0012PR11 - DUREX – SSL HEALTHCARE – Newsletter

Projets d'avis favorable

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

0001PR11 - DUREX – SSL HEALTHCARE – Film TV

0002PR11 - DUREX – SSL HEALTHCARE – Film TV

0003PR11 - DUREX – SSL HEALTHCARE – Film TV

0004PR11 - DUREX – SSL HEALTHCARE – Film TV

0005PR11 - DUREX – SSL HEALTHCARE – Film TV

0006PR11 - DUREX – SSL HEALTHCARE – Film TV

0009PR11 - DUREX – SSL HEALTHCARE – Film TV

0010PR11 - DUREX – SSL HEALTHCARE – Film TV

V - 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)

Produits cosmétiques

Projet d'avis favorable sous réserves

Le projet de publicité suivant a reçu un avis favorable, sous réserve de correction des messages, à l'unanimité des membres présents.

008PP11 – PARODONTAX dentifrice fluor – Support : Affiche vitrine – Laboratoire GSK

009PP11 – PARODONTAX dentifrice fluor et PARODONTAX dentifrice gel fluor – Support : mini-site Internet – Laboratoire GSK

010PP11 – Colgate triple action dentifrice – Support : Tube et étui — Laboratoire Colgate Palmolive