

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 08 juillet 2011

Etaient présents :

- en qualité de personnalités choisies en raison de leur compétence en matière de médicaments : M. LAIRY (membre titulaire)
- 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 médecins ou son représentant : M. LAGARDE (membre titulaire)
- 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 de la Caisse centrale de mutualité sociale agricole : Mme CHEINEY (membre titulaire)
- représentants des organismes représentatifs des fabricants de produits pharmaceutiques : Mme PAULMIER-BIGOT (membre titulaire) - Mme LACOSTE (membre suppléant)
- représentants de la presse médicale : M. MARIE (membre suppléant) – Mme GAGLIONE-PISSONDES (membre suppléant)
- représentants de la visite médicale : Mme BROT WEISSENBAACH (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. ZAOUCHE (membre suppléant) – M. BEAU (membre suppléant) – M. VIRGITTI (membre suppléant)

Etaient absents :

- le chef du service juridique et technique de l'information ou son représentant : Mme BOURCHEIX
- le président du Conseil national de l'ordre des pharmaciens ou son représentant : Mme SALEIL
- le président 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
- représentants d'organismes de consommateurs faisant partie du Conseil national de la consommation : Mme BERNARD HARLAUT (membre titulaire) – Mme LEMER (membre suppléant)
- personnalités choisies en raison de leur compétence en matière de publicité : Mme JOSEPH (membre titulaire) – Mme SWINBURNE (membre suppléant) - Mme MAURAIN (membre titulaire) - M BOHUON (membre suppléant)
- en qualité de personnalités choisies en raison de leur compétence en matière de médicaments : – M SIMON (membre titulaire) – M BOUQUET (membre suppléant) - Mme SANTANA (membre titulaire) – Mme GAU (membre suppléant) – M. WESTPHAL (membre titulaire) – M. DE LUCA (membre suppléant)

Secrétariat scientifique de la Commission :

Mme GOURLAY - Mme HENNEQUIN - Mme PROUST

Au titre des dossiers les concernant respectivement :

Mme GILLES – M. DECUYPER - Mme PLAN – Mme LARZUL

CONFLITS D'INTERETS :

Les conflits d'intérêts sont évalués lors de l'analyse de chaque dossier présenté.

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

Réunion du 08 juillet 2011

ORDRE DU JOUR

I. Approbation du relevé des avis – Commission du 15 juin 2011

II. Publicité pour les professionnels de santé

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

III. Publicité destinée au Grand Public

**IV. Publicité pour les produits présentés comme bénéfiques pour la santé au sens de l'article L.5122-14
Code de la santé publique (visa PP)**

I. APPROBATION DU RELEVÉ DES AVIS DE LA COMMISSION DU 15 JUIN 2011

L'approbation du relevé des avis de la commission du 15 juin 2011 est reportée à une séance ultérieure à la demande de certains membres de la commission, ceux-ci n'ayant pas reçu le document avant la séance.

II. PUBLICITE POUR LES PROFESSIONNELS DE SANTE

1. Propositions de décisions d'interdiction

Néant

2- Propositions de mises en demeure examinées en commission

Néant

III. PUBLICITE DESTINEE AU PUBLIC

Médicaments

Dossiers discutés

0930G11 Support : Affiche urbain visuel homme

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 affiche, en faveur d'une spécialité indiquée en cas de douleurs et/ou fièvre telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires courbatures, règles douloureuses, représente un homme se mettant un tuyau d'arrosage dans la bouche pour absorber un très grand volume d'eau accompagné du slogan « votre anti-douleur 1 g est dur à avaler ? ».

Or, cette présentation tendant à suggérer que les médicaments « anti-douleurs » en comprimés dosés à 1 g de principe actif s'avalent avec difficulté est contraire aux dispositions de l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment 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 commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 19 votants sont :

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

0935G11 Support : Film TV

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

Ce film TV en faveur d'une spécialité indiquée en cas de douleurs et/ou fièvre telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires courbatures, règles douloureuses, met en scène diverses stratégies censées faciliter la prise d'un comprimé : un homme absorbe des litres d'eau en se mettant un tuyau d'arrosage dans la bouche, une personne dont on ne voit que les mains essaie de couper un comprimé à l'aide d'un couteau, une femme se secoue frénétiquement la tête pour faire descendre le comprimé,

Or, cette présentation tendant à suggérer que les médicaments « anti-douleurs » en comprimés dosés à 1 g de principe actif, s'avalent avec difficulté est contraire aux dispositions de l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que « la publicité doit présenter le médicament de façon objective ».

De plus certaines séquences mettent en évidence la prise de comprimé sans eau, ce qui ne favorise pas le bon usage du médicament, les notices des spécialités à base de paracétamol sous forme de comprimés dosés à 1 g spécifiant que « les comprimés sont à avaler tels quels avec une boisson (par exemple eau, lait, jus de fruit) ». Par conséquent, cette publicité est contraire à l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que la publicité « doit favoriser le bon usage du médicament ».

En outre cette publicité présentant des personnes se mettant en danger par le fait d'absorber un volume très important d'eau à l'aide d'un tuyau d'arrosage ou d'essayer de couper un comprimé à l'aide d'un couteau est contraire au décret n°92-280 du 27 mars 1992 sur la publicité télévisée dispose notamment en son article 4

que " la publicité doit être exempte de toute discrimination et de toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement ".

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

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

0941G11 Support : Affiche urbain visuel femme

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 affiche en faveur d'une spécialité indiquée en cas de douleurs et/ou fièvre telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires courbatures, règles douloureuses représente une femme dans sa salle de bain qui, en tentant d'avaler un comprimé, déglutit si fort qu'elle avale ses joues, accompagné du slogan « votre anti-douleur 1 g est dur à avaler ? ».

Or, cette présentation tendant à suggérer que les médicaments « anti-douleurs » en comprimés dosés à 1 g de principe actif, s'avalent avec difficulté est contraire aux dispositions de l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que « la publicité doit présenter le médicament de façon objective ».

De plus ce visuel met en évidence la prise de comprimé sans eau, ce qui ne favorise pas le bon usage du médicament, les notices de spécialités à base de paracétamol sous forme de comprimés dosés à 1 g spécifiant que « les comprimés sont à avaler tels quels avec une boisson (par exemple eau, lait, jus de fruit) ». Ainsi cette publicité est contraire aux dispositions de l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise que « la publicité doit présenter le médicament de façon objective et favoriser son bon usage ».

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 18 votants sont :

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

0942G11 Support : Message radio

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 message radio en faveur d'une spécialité indiquée en cas de douleurs et/ou fièvre telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires courbatures, règles douloureuses évoquent diverses stratégies censées faciliter la prise d'un comprimé : se pincer le nez pour avaler ou encore couper un comprimé avec en voix off : « C'est fini tout ça ! Parce que en vous observant nous avons inventé [dénomination du médicament promu], le nouvel anti-douleurefficace et facile à avaler ».

Or, cette présentation tend à suggérer que les médicaments « anti-douleurs » dosés à 1 g de principe actif, s'avalent avec difficulté ce qui est contraire aux dispositions de l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise que « la publicité doit présenter le médicament de façon objective ».

De plus cette séquence met en évidence la prise de comprimé sans eau, ce qui ne favorise pas le bon usage du médicament, les notices de spécialités à base de paracétamol sous forme de comprimés dosés à 1 g spécifiant que « les comprimés sont à avaler tels quels avec une boisson (par exemple eau, lait, jus de fruit) ». Par conséquent, cette publicité est contraire à l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que la publicité « doit favoriser le bon usage du médicament ».

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 17 votants sont :

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

0943G11 Support : Message radio

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 message radio en faveur d'une spécialité indiquée en cas de douleurs et/ou fièvre telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires courbatures, règles douloureuses évoquent diverses stratégies censées faciliter la prise d'un comprimé : absorber un volume très important d'eau, insérer son comprimé dans une boule de mie de pain avec en voix off : « C'est fini tout ça ! Parce que en vous observant nous avons inventé [dénomination du médicament promu], le nouvel anti-douleurefficace et facile à avaler ». Or, cette présentation tend à suggérer que les médicaments « anti-douleurs » dosés à 1 g de principe actif, s'avalent avec difficulté ce qui est contraire aux dispositions de l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise que « la publicité doit présenter le médicament de façon objective ».

De plus une des stratégies met en évidence la prise de comprimé sans eau, ce qui ne favorise pas le bon usage du médicament, les notices de spécialités à base de paracétamol sous forme de comprimés dosés à 1 g spécifiant que « les comprimés sont à avaler tels quels avec une boisson (par exemple eau, lait, jus de fruit) ». Par conséquent, cette publicité est contraire à l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que la publicité « doit favoriser le bon usage du médicament ».

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 17 votants sont :

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

0944G11 Support : Film TV

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

Ce film TV en faveur d'une spécialité indiquée en cas de douleurs et/ou fièvre telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires courbatures, règles douloureuses, met en scène diverses stratégies censées faciliter la prise d'un comprimé : une femme se pince le nez pour avaler son comprimé, un homme absorbe des litres d'eau en se mettant un tuyau d'arrosage dans la bouche, une autre femme dans sa salle de bain qui, en tentant d'avalier un comprimé, déglutit si fort qu'elle avale ses joues. Or, cette présentation tendant à suggérer que les médicaments « anti-douleurs » en comprimés dosés à 1 g de principe actif, s'avalent avec difficulté est contraire aux dispositions de l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que « la publicité doit présenter le médicament de façon objective ».

De plus certaines séquences mettent en évidence la prise de comprimé sans eau, ce qui ne favorise pas le bon usage du médicament, les notices des spécialités à base de paracétamol sous forme de comprimés dosés à 1 g spécifiant que « les comprimés sont à avaler tels quels avec une boisson (par exemple eau, lait, jus de fruit) ». Par conséquent, cette publicité est contraire à l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que la publicité « doit favoriser le bon usage du médicament ».

En outre cette publicité présentant une personne se mettant en danger par le fait d'absorber un volume très important d'eau à l'aide d'un tuyau d'arrosage est contraire au décret n°92-280 du 27 mars 1992 sur la publicité télévisée dispose notamment en son article 4 que " la publicité doit être exempte de toute discrimination et de toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement ".

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

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

0945G11 Support : Film TV

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

Ce film TV en faveur d'une spécialité indiquée en cas de douleurs et/ou fièvre telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires courbatures, règles douloureuses, met en scène diverses stratégies censées faciliter la prise d'un comprimé : une femme se pince le nez pour avaler son comprimé, une personne dont on ne voit que les mains essaie de couper un comprimé à l'aide d'un couteau et enfin un homme insère son comprimé dans une énorme boule de mie de pain.

Or, cette présentation tendant à suggérer que les médicaments « anti-douleurs » en comprimés dosés à 1 g de principe actif, s'avalent avec difficulté est contraire aux dispositions de l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que « la publicité doit présenter le médicament de façon objective ».

De plus certaines séquences mettent en évidence la prise de comprimé sans eau, ce qui ne favorise pas le bon usage du médicament, les notices des spécialités à base de paracétamol sous forme de comprimés dosés à 1 g spécifiant que « les comprimés sont à avaler tels quels avec une boisson (par exemple eau, lait, jus de fruit) ». Par conséquent, cette publicité est contraire à l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que la publicité « doit favoriser le bon usage du médicament ». En outre cette publicité présentant une personne se mettant en danger par le fait d'essayer de couper un comprimé à l'aide d'un couteau est contraire au décret n°92-280 du 27 mars 1992 sur la publicité télévisée dispose notamment en son article 4 que " la publicité doit être exempte de toute discrimination et de toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement ".

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

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

0946G11 Support : Film TV

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

Ce film TV en faveur d'une spécialité indiquée en cas de douleurs et/ou fièvre telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires courbatures, règles douloureuses, met en scène une stratégie censée faciliter la prise d'un comprimé : une femme se pince le nez pour avaler son comprimé.

Or, cette présentation tend à suggérer que les médicaments « anti-douleurs » en comprimés dosés à 1 g de principe actif, s'avalent avec difficulté est contraire aux dispositions de l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que « la publicité doit présenter le médicament de façon objective ».

De plus cette séquence met en évidence la prise de comprimé sans eau, ce qui ne favorise pas le bon usage du médicament, les notices des spécialités à base de paracétamol sous forme de comprimés dosés à 1 g spécifiant que « les comprimés sont à avaler tels quels avec une boisson (par exemple eau, lait, jus de fruit) ». Par conséquent, cette publicité est contraire à l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que la publicité « doit favoriser le bon usage du médicament ».

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

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

0947G11 Support : Film TV

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

Ce film TV en faveur d'une spécialité indiquée en cas de douleurs et/ou fièvre telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires courbatures, règles douloureuses, met en scène une stratégie censée faciliter la prise d'un comprimé : une femme se secoue frénétiquement la tête pour faire descendre le comprimé. Or, cette présentation tendant à suggérer que les médicaments « anti-douleurs » en comprimés dosés à 1 g de principe actif, s'avalent avec difficulté est contraire aux dispositions de l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que « la publicité doit présenter le médicament de façon objective ».

De plus cette séquence met en évidence la prise de comprimé sans eau, ce qui ne favorise pas le bon usage du médicament, les notices des spécialités à base de paracétamol sous forme de comprimés dosés à 1 g spécifiant que « les comprimés sont à avaler tels quels avec une boisson (par exemple eau, lait, jus de fruit) ». Par conséquent, cette publicité est contraire à l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que la publicité « doit favoriser le bon usage du médicament ».

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

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

0948G11 Support : Film TV

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

Ce film TV en faveur d'une spécialité indiqué en cas de douleurs et/ou fièvre telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires courbatures, règles douloureuses, met en scène une stratégie censée faciliter la prise d'un comprimé : un homme insère son comprimé dans une énorme boule de mie de pain. Or, cette présentation tendant à suggérer que les médicaments « anti-douleurs » en comprimés dosés à 1 g de principe actif, s'avalent avec difficulté est contraire aux dispositions de l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que « la publicité doit présenter le médicament de façon objective ».

De plus cette séquence met en évidence la prise de comprimé sans eau, ce qui ne favorise pas le bon usage du médicament, les notices des spécialités à base de paracétamol sous forme de comprimés dosés à 1 g spécifiant que « les comprimés sont à avaler tels quels avec une boisson (par exemple eau, lait, jus de fruit) ». Par conséquent, cette publicité est contraire à l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que la publicité « doit favoriser le bon usage du médicament ».

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

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

0949G11 Support : Film TV

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

Ce film TV en faveur d'une spécialité indiquée en cas de douleurs et/ou fièvre telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires courbatures, règles douloureuses, met en scène une stratégie censée faciliter la prise d'un comprimé : une personne dont on ne voit que les mains essaie de couper un comprimé à l'aide d'un couteau.

Or, cette présentation tendant à suggérer que les médicaments « anti-douleurs » en comprimés dosés à 1 g de principe actif, s'avalent avec difficulté est contraire aux dispositions de l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que « la publicité doit présenter le médicament de façon objective ».

De plus cette séquence met en évidence la prise de comprimé sans eau, ce qui ne favorise pas le bon usage du médicament, les notices des spécialités à base de paracétamol sous forme de comprimés dosés à 1 g spécifiant que « les comprimés sont à avaler tels quels avec une boisson (par exemple eau, lait, jus de fruit) ». Par conséquent, cette publicité est contraire à l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que la publicité « doit favoriser le bon usage du médicament ».

En outre cette publicité présentant une personne se mettant en danger par le fait d'essayer de couper un comprimé à l'aide d'un couteau est contraire au décret n°92-280 du 27 mars 1992 sur la publicité télévisée dispose notamment en son article 4 que " la publicité doit être exempte de toute discrimination et de toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement ".

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

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

0950G11 Support : Film TV

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

Ce film TV en faveur d'une spécialité indiquée en cas de douleurs et/ou fièvre telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires courbatures, règles douloureuses, met en scène une stratégie censée faciliter la prise d'un comprimé : une femme dans sa salle de bain qui, en tentant d'avaler un comprimé, déglutit si fort qu'elle avale ses joues.

Or, cette présentation tendant à suggérer que les médicaments « anti-douleurs » en comprimés dosés à 1 g de principe actif, s'avalent avec difficulté est contraire aux dispositions de l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que « la publicité doit présenter le médicament de façon objective ».

De plus cette séquence met en évidence la prise de comprimé sans eau, ce qui ne favorise pas le bon usage du médicament, les notices des spécialités à base de paracétamol sous forme de comprimés dosés à 1 g spécifiant que « les comprimés sont à avaler tels quels avec une boisson (par exemple eau, lait, jus de fruit) ». Par conséquent, cette publicité est contraire à l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que la publicité « doit favoriser le bon usage du médicament ».

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

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

0951G11 Support : Film TV

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

Ce film TV en faveur d'une spécialité indiquée en cas de douleurs et/ou fièvre telles que maux de tête, états grippaux, douleurs dentaires courbatures, règles douloureuses, met en scène une stratégie censée faciliter la prise d'un comprimé : un homme absorbe des litres d'eau en se mettant un tuyau d'arrosage dans la bouche.

Or, cette présentation tendant à suggérer que les médicaments « anti-douleurs » en comprimés dosés à 1 g de principe actif, s'avalent avec difficulté est contraire aux dispositions de l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que « la publicité doit présenter le médicament de façon objective ».

Par conséquent, cette publicité est contraire à l'article L 5122-2 du Code de la santé publique qui précise notamment que la publicité « doit favoriser le bon usage du médicament ».

En outre cette publicité présentant une personne se mettant en danger par le fait d'absorber un volume très important d'eau à l'aide d'un tuyau d'arrosage est contraire au décret n°92-280 du 27 mars 1992 sur la publicité télévisée dispose notamment en son article 4 que " la publicité doit être exempte de toute discrimination et de toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement ".

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

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

0963G11 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 est en faveur d'une spécialité indiquée dans le traitement à court terme des symptômes du reflux gastro-oesophagien (par exemple brûlures d'estomac, régurgitation acide) chez l'adulte.

Cette publicité met en scène un personnage s'adressant à une foule à l'aide d'un porte-voix avec les allégations suivantes : « à ceux qui souffrent de brûlures d'estomac fréquentes... imaginez un jour sans souci... un jour où vous pourrez profiter de vos plats favoris et de vos boissons préférées...et dormir profondément pendant toute une nuit... ce jour est arrivé... [Dénomination du médicament promu] [...] maintenant vous êtes libérés, heureux », allégations suivies du slogan « [Dénomination du médicament promu], le bonheur d'être libéré des brûlures d'estomac ». De plus, l'action de ce film se déroule dans un monde onirique évoquant un paradis où la nature resplendit et où les personnages pleinement heureux peuvent toucher le soleil, dormir sur la lune et dansent tous ensemble. Or, cette présentation idyllique de l'action du médicament promu, axée sur une disparition complète et systématique des symptômes, constitue une surpromesse d'efficacité qui n'est pas acceptable au regard de l'article R.5122-4 2°) qui dispose notamment que la publicité pour un médicament auprès du public ne peut comporter aucun élément qui suggérerait que l'effet du médicament est assuré.

En outre, cette publicité met en exergue le visuel de pizza et de café avec en parallèle en voix off : « vous pourrez profiter de vos plats favoris et de vos boissons préférées », ce qui ne favorise pas l'application des recommandations de modifications de l'alimentation développées dans la notice qui préconisent de réduire la consommation de café et d'aliments qui provoquent les brûlures d'estomac, notamment les aliments gras et les tomates. La mention « dans le cadre d'une alimentation saine et équilibrée » figurant en surimpression dans cette publicité ne suffit par ailleurs pas à la rendre conforme au bon usage du médicament. Ainsi, cette publicité

ne respecte pas l'article L.5122-2 du code de la santé publique qui dispose notamment que la publicité doit favoriser le bon usage du médicament.

Ainsi, il est proposé à la commission de refuser le visa.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

0964G11 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 est en faveur d'une spécialité indiquée dans le traitement à court terme des symptômes du reflux gastro-oesophagien (par exemple brûlures d'estomac, régurgitation acide) chez l'adulte.

Cette publicité met en scène un personnage s'adressant à une foule à l'aide d'un porte-voix avec les allégations suivantes : « à ceux qui souffrent de brûlures d'estomac fréquentes... imaginez un jour sans souci... un jour où vous pourrez profiter de vos plats favoris et de vos boissons préférées...et dormir profondément pendant toute une nuit... ce jour est arrivé... [Dénomination du médicament promu] [...] maintenant vous êtes libérés, heureux », allégations suivies du slogan « [Dénomination du médicament promu], le bonheur de vivre sans brûlures d'estomac ». De plus, l'action de ce film se déroule dans un monde onirique évoquant un paradis où la nature resplendit et où les personnages pleinement heureux peuvent toucher le soleil, dormir sur la lune et dansent tous ensemble. Or, cette présentation idyllique de l'action du médicament promu, axée sur une disparition complète et systématique des symptômes, constitue une surpromesse d'efficacité qui n'est pas acceptable au regard de l'article R.5122-4 2°) qui dispose notamment que la publicité pour un médicament auprès du public ne peut comporter aucun élément qui suggérerait que l'effet du médicament est assuré. En outre, cette publicité met en exergue le visuel de pizza et de café avec en parallèle en voix off : « vous pourrez profiter de vos plats favoris et de vos boissons préférées », ce qui ne favorise pas l'application des recommandations de modifications de l'alimentation développées dans la notice qui préconisent de réduire la consommation de café et d'aliments qui provoquent les brûlures d'estomac, notamment les aliments gras et les tomates. La mention « dans le cadre d'une alimentation saine et équilibrée » figurant en surimpression dans cette publicité ne suffit par ailleurs pas à la rendre conforme au bon usage du médicament. Ainsi, cette publicité ne respecte pas l'article L.5122-2 du code de la santé publique qui dispose notamment que la publicité doit favoriser le bon usage du médicament.

Ainsi, il est proposé à la commission de refuser le visa.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

0966G11 Support : Présentoir de sol

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 pour calmer les toux sèches et les toux d'irritation chez l'adulte et l'enfant de plus de 2 ans, en particulier lorsqu'elles surviennent le soir ou pendant la nuit. Or, l'avis aux fabricants concernant les demandes d'autorisation de mise sur le marché des médicaments de prescription médicale facultative présente les « toux sèche et toux d'irritation (toux non productive gênante) chez l'enfant de moins de 6 ans » comme faisant partie de la liste des indications / pathologies / situations cliniques nécessitant un avis médical, dans la mesure où « la prise en charge d'une toux chez l'enfant de moins de 6 ans nécessite un diagnostic ainsi qu'un suivi médical ».

Par ailleurs, l'article L5122-6 du code de la santé publique dispose notamment que « la publicité auprès du public pour un médicament n'est admise qu'à la condition [...] que l'autorisation de mise sur le marché ou l'enregistrement ne comporte pas d'interdiction ou de restrictions en matière de publicité auprès du public en raison d'un risque possible pour la santé publique, notamment lorsque le médicament n'est pas adapté à une utilisation sans intervention d'un médecin pour le diagnostic, l'initiation ou la surveillance du traitement ».

En conséquence, l'avis du groupe de travail « prescription médicale facultative » et de la commission d'AMM ont été sollicités afin d'évaluer l'adéquation d'une communication grand public de l'indication toux sèche et toux d'irritation à partir de l'âge de 2 ans, conformément à l'article L. 5122-6 du Code de la Santé Publique.

Il est ainsi proposé à la commission d'ajourner cette publicité en l'attente de l'aboutissement de cette procédure.

AVIS DE LA COMMISSION :

La représentante du Leem (organisme représentatif des fabricants de produits pharmaceutiques) souligne que la limitation de cette publicité à la population des plus de 6 ans serait cohérente avec l'avis aux fabricants, dans la mesure où celui-ci autorise le traitement de la toux chez les enfants âgés de plus de 6 ans dans un contexte d'automédication ; en conséquence, il serait envisageable de rendre cette publicité compatible avec une communication en direction du grand public en modifiant la limite d'âge de 2 ans par la limite d'âge de 6 ans. La représentante du département publicité et bon usage des produits de santé de l'Afssaps précise que la commission d'AMM s'est prononcée jusqu'à ce jour pour des interdictions de publicités dans la population des moins de 6 ans pour des spécialités telles que les mucolytiques indiquées dans les états d'encombrement des bronches, dont la problématique n'est pas strictement superposable à celle des antitussifs indiqués dans la toux sèche tels que le médicament promu. Aussi, il semble difficile pour la commission de publicité de préjuger de l'avis de la commission d'AMM avant que celle-ci n'ait pu se prononcer de façon spécifique sur la problématique de l'utilisation des antitussifs indiqués dans la toux sèche chez l'enfant.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

- 18 voix en faveur de surseoir à statuer à la délivrance du visa en l'attente de l'aboutissement de la procédure d'interdiction de publicité
- 3 abstentions.

0968G11 Support : Film TV

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

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 0966G11.

AVIS DE LA COMMISSION :

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

- 18 voix en faveur de surseoir à statuer à la délivrance du visa en l'attente de l'aboutissement de la procédure d'interdiction de publicité
- 3 abstentions.

0969G11 Support : Panneau vitrine

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

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 0966G11.

AVIS DE LA COMMISSION :

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

- 18 voix en faveur de surseoir à statuer à la délivrance du visa en l'attente de l'aboutissement de la procédure d'interdiction de publicité
- 3 abstentions.

0970G11 Support : Réglette linéaire

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 0966G11.

AVIS DE LA COMMISSION :

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

- 18 voix en faveur de surseoir à statuer à la délivrance du visa en l'attente de l'aboutissement de la procédure d'interdiction de publicité
- 3 abstentions.

0994G11 Support : page Facebook

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 en faveur d'une gamme de spécialités indiquées dans le traitement des poux et des lentes du cuir chevelu (poux de tête) est une page promotionnelle créée sur le site Facebook.

Le groupe de travail souligne que ce nouveau support publicitaire soulève différentes problématiques :

1) La fonctionnalité « partager » est un lien qui permet l'intégration en l'état de la page promotionnelle sur la page Facebook personnelle de l'internaute qui le souhaite ou sur la page Facebook personnelle d'un ami si celui-ci l'a autorisé ; la fonctionnalité « partager » permet également la transmission à un ami de la page promotionnelle au sein d'un message privé. Or, s'il n'est pas possible de modifier l'élément transmis lui-même, il est d'une part possible de lui accoler un contenu libre dans le message privé, et d'autre part possible de lui accoler un commentaire lors de sa publication sur une page Facebook personnelle ; dans le cas d'une publication sur une page Facebook personnelle, l'ensemble (page promotionnelle + commentaires) sera visible par le réseau social de la personne concernée, réseau social qui pourra à son tour rédiger un commentaire accolé à cette publication, approuver la page promotionnelle en appuyant sur un bouton « j'aime » ou intégrer à son tour la publication sur sa page Facebook personnelle pour la partager avec son propre réseau social.

Or, le contenu de ces commentaires 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

Il est ainsi rappelé qu'à la suite de la séance de la commission du 11 mai dernier, une application pour téléphone i-phone intitulée « [marque ombrelle] i-Pollen » a été refusée, dans la mesure où la plateforme commerciale Apple-store laisse aux internautes la possibilité de donner leur avis sur les différentes applications s'y trouvant ou encore d'envoyer des messages électroniques à leurs contacts pour leur recommander des applications, ces avis et messages n'étant pas maîtrisables.

2) La fonctionnalité affichant le nombre de « personnes aiment ça » pourrait constituer une attestation de guérison ce qui serait contraire à l'article R. 5122-4 du code de la santé publique.

3) Par la fonctionnalité « événements de vos amis », des événements auxquels participent les amis de la page promotionnelle peuvent être évoqués ; la fonctionnalité « vous connaissez peut-être » présente des amis pouvant être communs ; or, ces deux fonctions pourraient mettre en avant des personnes connues ou des professionnels de santé et contrevenir ainsi à l'article R. 5122-4 6°) du code de la santé publique qui stipule 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.

Ainsi il est proposé à la commission de refuser ce nouveau support.

AVIS DE LA COMMISSION :

Un membre de la commission demande s'il serait réalisable de bloquer les différentes possibilités jugées problématiques par le groupe de travail. L'Afssaps précise que ces différentes possibilités font partie des fonctionnalités inhérentes à Facebook, et qu'il n'est techniquement pas envisageable pour le laboratoire de les limiter. Plusieurs membres de la commission estiment que ce support publicitaire n'est pas acceptable.

A l'issue des délibérations, il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

1015G11 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'un médicament homéopathique utilisé dans les états grippaux. Ce film met en scène un homme présentant les symptômes d'un état grippal, en train de mixer des plantes en pot entières, terreau compris, puis buvant la mixture obtenue à même le récipient du robot mixeur, avec en parallèle en voix off « ma solution, pour affronter l'hiver, c'est dans les plantes que je la trouve ! et pour ne rien manquer de leurs bienfaits j'ai ma petite astuce ! ». Dans la seconde séquence de ce film, la spécialité promue est ensuite présentée avec l'allégation « que diriez-vous d'une vraie solution ? ». Or, cette publicité présentant une personne se mettant en danger par le fait de manger de la terre et des plantes non identifiées et en buvant dans un récipient pourvu de lames est contraire au décret n°92-280 du 27 mars 1992 sur la publicité télévisée qui dispose notamment en son article 4 que " la publicité doit être exempte de toute discrimination et de toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement ".

En outre, ce film mettant en scène la spécialité homéopathique promue comme une alternative à une « astuce » permettant de ne rien manquer des bienfaits des plantes tend à présenter ce médicament comme une spécialité de phytothérapie, ce qui est renforcé par l'allégation « [Dénomination du médicament promu] médicament aux 10 actifs naturels de plantes » ; ainsi, cette publicité est contraire à l'article L. 5122-2 du code de la santé publique qui dispose notamment que la publicité ne doit pas être trompeuse.

Enfin, ce film comporte dans sa séquence finale la mention « sans effets indésirables », ce qui est contraire à l'article R. 5122-4 2° du code de la santé publique qui dispose qu'une publicité pour un médicament auprès du public ne peut comporter aucun élément qui suggérerait que l'effet du médicament est sans effets indésirables.

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

1020G11 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'un médicament homéopathe utilisé dans les troubles mineurs du sommeil. Ce film met en scène une femme dans sa chambre, en train de déverser des jardinières entières de plantes sur son lit avant de se coucher dessous et d'allumer un arrosage automatique qui balaye à la fois les plantes et son visage, avec en parallèle en voix off « mon sommeil, c'est sacré ! et pour ça j'ai un secret... je dors au plus près des plantes. J'aime leur présence discrète... sentir leur action diffuse...on sent vraiment la différence ». Dans la seconde séquence de ce film, la spécialité promue est ensuite présentée avec l'allégation « que diriez-vous d'une vraie solution ? »

Or, cette publicité présentant une personne se mettant en danger par le fait d'utiliser un arrosage automatique dans une pièce avec des prises électriques et des appareils électriques tels qu'une lampe de chevet, et en risquant de s'étouffer en dormant le visage sous un jet d'eau est contraire au décret n°92-280 du 27 mars 1992 sur la publicité télévisée qui dispose notamment en son article 4 que " la publicité doit être exempte de toute discrimination et de toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement ".

En outre, ce film mettant en scène la spécialité homéopathe promue comme une alternative à un « secret » permettant d'être au plus près des plantes tend à présenter ce médicament comme une spécialité de phytothérapie, ce qui est renforcé par l'allégation « [Dénomination du médicament promu] médicament aux 10 actifs naturels de plantes » ; ainsi, cette publicité est contraire à l'article L. 5122-2 du code de la santé publique qui dispose notamment que la publicité ne doit pas être trompeuse.

Enfin, ce film comporte dans sa séquence finale la mention « sans effets indésirables », ce qui est contraire à l'article R. 5122-4 2° du code de la santé publique qui dispose qu'une publicité pour un médicament auprès du public ne peut comporter aucun élément qui suggérerait que l'effet du médicament est sans effets indésirables. Ainsi, il est proposé à la commission de refuser cette publicité.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

1080G11 Support : Annonce presse

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

Cette publicité en faveur d'un médicament préconisé dans le traitement des maux de gorge et des enrouements met en scène une boîte de la spécialité promue présentée sous la forme d'une cabine de téléphérique dans un contexte de paysage montagneux. Or, cette mise en scène qui tend à présenter le médicament comme un objet courant et banal 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.

Il est ainsi rappelé que lors de la précédente séance de la commission un visuel mettant en scène deux boîtes d'une spécialité indiquée dans le traitement des rhinites allergiques disposées en forme de tente, un visuel mettant en scène un tube d'une spécialité utilisée en cas de traumatologie bénigne présenté sous la forme d'un trotteur, dans la mesure où il était rempli de jouets, accessoirisé d'une poignée, de roulettes et poussé par un petit garçon, et un visuel mettant en scène une boîte d'une spécialité indiquée dans le mal des transports présentée sous la forme d'une voiture évoluant sur une route, dans la mesure où elle était accessoirisée de roues et qu'un des personnages assis dessus tenait un volant dans ses mains, ont été refusés au motif de l'assimilation d'un médicament à un produit de consommation courante.

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

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

1084G11 Support : Réglette de linéaire

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 met en scène deux boîtes d'une spécialité indiquée dans le traitement des rhinites allergiques disposées en forme de tente.

Ce dossier appelle en outre les mêmes remarques et avis que le dossier 1080G11.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

1085G11 Support : Meuble de sol

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 met en scène une boîte d'une spécialité indiquée dans le mal des transports présentée d'une part sous la forme d'une voiture évoluant sur une route, dans la mesure où elle est accessoirisée de roues et qu'un des personnages assis dessus tient un volant dans ses mains, et d'autre part présentée sous la forme d'un avion, dans la mesure où elle est accessoirisée d'ailes.

Ce dossier appelle en outre les mêmes remarques et avis que le dossier 1080G11.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

1086G11 Support : Réglette

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 met en scène une boîte d'une spécialité indiquée dans le mal des transports présentée sous la forme d'une voiture évoluant sur une route, dans la mesure où elle est accessoirisée de roues et qu'un des personnages assis dessus tient un volant dans ses mains.

Ce dossier appelle en outre les mêmes remarques et avis que le dossier 1080G11.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

1087G11 Support : Stop rayon

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 met en scène une boîte d'une spécialité indiquée dans le mal des transports présentée sous la forme d'une voiture évoluant sur une route, dans la mesure où elle est accessoirisée de roues et qu'un des personnages assis dessus tient un volant dans ses mains.

Ce dossier appelle en outre les mêmes remarques et avis que le dossier 1080G11.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

1089G11 Support : Annonce presse

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

Cette publicité met en scène un tube d'une spécialité préconisée dans les états grippaux présenté sous la forme d'un lit, un homme étant allongé dessus avec deux oreillers.
Ce dossier appelle en outre les mêmes remarques et avis que le dossier 1080G11.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

1093G11 Support : Annonce presse

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

Cette publicité met en scène un flacon d'une spécialité préconisée dans la toux d'irritation présenté sous la forme d'un ballon de montgolfière, relié à une nacelle par des fils.
Ce dossier appelle en outre les mêmes remarques et avis que le dossier 1080G11.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

1095G11 Support : Affiche, poster

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 met en scène un flacon d'une spécialité préconisée dans la toux d'irritation présenté sous la forme d'un ballon de montgolfière, relié à une nacelle par des fils.
Ce dossier appelle en outre les mêmes remarques et avis que le dossier 1080G11.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

1100G11 Support : Affiche

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 met en scène un tube d'une spécialité indiquée dans les irritations de la peau présenté comme une planche de snow-board.
Ce dossier appelle en outre les mêmes remarques et avis que le dossier 1080G11.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

1103G11 Support : Drapeau

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 met en scène un tube d'une spécialité utilisée en cas de traumatologie bénigne présenté comme une planche de snow-board.
Ce dossier appelle en outre les mêmes remarques et avis que le dossier 1080G11.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

1104G11 Support : Réglette

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 met en scène un tube d'une spécialité utilisée en cas de traumatologie bénigne présenté sous la forme d'un trotteur, dans la mesure où il est rempli de jouets, accessoirisé d'une poignée, de roulettes et poussé par un petit garçon.

Ce dossier appelle en outre les mêmes remarques et avis que le dossier 1080G11.

AVIS DE LA COMMISSION :

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 21 votants sont :

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

1107G11 Support : Panneau et acrobate et Vitrophanie

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 dans le traitement local d'appoint des affections de la cavité buccale et lors de soins post-opératoires en odonto-stomatologie. Une demande de modification de l'autorisation de mise sur le marché a été présentée par le laboratoire concernant le changement du nom du médicament de [ancienne dénomination du médicament promu],» en « [nouvelle dénomination du médicament promu].

L'AMM de la spécialité promue a été modifiée le 27/04/2011 ; ce rectificatif concerne notamment tous les conditionnements commercialisés : flacons 90 ml, 200 ml, 500 ml et 6 x 15 ml. Cependant, une demande concomitante de radiation des listes d'homologation aux assurés sociaux et aux collectivités est en cours pour le conditionnement de 90 ml qui était admis au remboursement.

En attente de l'aboutissement de la procédure de radiation, et conformément à l'article L.5122-6, il est proposé à la commission d'ajourner cette publicité.

AVIS DE LA COMMISSION :

Des membres s'interrogent sur la problématique des dénominations proches qui peuvent entraîner une confusion dans l'esprit du grand public entre les spécialités sous prescription médicale et les spécialités PMF. La représentante de la DSS s'interroge sur l'opportunité d'une saisine par la Commission de publicité sur ce sujet. La représentante du directeur général de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (Afssaps) précise que la Commission ne peut émettre un avis sur une publicité que par rapport à des règles fixées par le Code de la Santé Publique et que l'on ne peut interpréter les textes.

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 18 voix en faveur de surseoir à statuer à la délivrance du visa.
- 2 abstentions.

1108G11 Support : Vitrine Prestige

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 1107G11.

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 18 voix en faveur de surseoir à statuer à la délivrance du visa.
- 2 abstentions.

1109G11 Support : Vitrine prestige

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 1107G11.

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 18 voix en faveur de surseoir à statuer à la délivrance du visa.
- 2 abstentions.

1110G11 Support : Film TV

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

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 1107G11.

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 18 voix en faveur de surseoir à statuer à la délivrance du visa.
- 2 abstentions.

1111G11 Support : Film TV

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

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 1107G11.

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 18 voix en faveur de surseoir à statuer à la délivrance du visa.
- 2 abstentions.

1112G11 Support : Film TV

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

Ce dossier appelle les mêmes remarques et avis que le dossier 1107G11.

La commission prend acte de cet argumentaire. Il est procédé à un vote à main levée dont les résultats sur 20 votants sont :

- 18 voix en faveur de surseoir à statuer à la délivrance du visa.
- 2 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.

0883G11 FERVEX, granulés en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : cache anti-vol

0884G11 FERVEX, granulés en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Affichage bus

0885G11 FERVEX, granulés en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Affichage bus

0886G11 FERVEX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour solution buvable en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Présentoir de comptoir

0887G11 FERVEX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour solution buvable en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Totem pliable

0888G11 FERVEX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour solution buvable en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Adhésif sol

0889G11 FERVEX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour solution buvable en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Mobile

0890G11 FERVEX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour solution buvable en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Stop rayon

0891G11 FERVEX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour solution buvable en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Vitrine

0892G11 FERVEX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour solution buvable en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Vitrine arche/Panneau rembouré

0893G11 FERVEX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour solution buvable en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Vitrine

0894G11 FERVEX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour solution buvable en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Film TV

0895G11 FERVEX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour solution buvable en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Film TV

0896G11 FERVEX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour solution buvable en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Film TV

0897G11 FERVEX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour solution buvable en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Film TV

0898G11 FERVEX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour solution buvable en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Meuble événementiel

0899G11 FERVEX ADULTES FRAMBOISE, granulés pour solution buvable en sachet. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Panneau vitrine, vitrophanie

0900G11 MUCOMYST 200 mg/5 ml, poudre pour suspension buvable. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Totem pliable

0901G11 MUCOMYST 200 mg/5 ml, poudre pour suspension buvable. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Stop rayon avec arche

0902G11 MUCOMYST 200 mg/5 ml, poudre pour suspension buvable. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Mobile

0903G11 MUCOMYST 200 mg/5 ml, poudre pour suspension buvable. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Adhésif sol

0904G11 MUCOMYST 200 mg/5 ml, poudre pour suspension buvable. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Présentoir de comptoir

0905G11 VITAMINE C UPSA EFFERVESCENTE 1000 mg, comprimé effervescent. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Cache anti vol

0906G11 CITRATE DE BETAINE CITRON et CITRATE DE BETAINE UPSA 2g MENTHE SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Affichage Flash

0907G11 CITRATE DE BETAINE CITRON et CITRATE DE BETAINE UPSA 2g MENTHE SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Cache anti-vol

0908G11 CITRATE DE BETAINE CITRON et CITRATE DE BETAINE UPSA 2g MENTHE SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Sac papier

0909G11 CITRATE DE BETAINE UPSA 2g MENTHE SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Présentoir comptoir

0910G11 CITRATE DE BETAINE UPSA 2g MENTHE SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Affichage flash

0911G11 CITRATE DE BETAINE UPSA 2g MENTHE SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Affichage

0912G11 CITRATE DE BETAINE CITRON et CITRATE DE BETAINE UPSA MENTHE SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Full covering

0913G11 CITRATE DE BETAINE CITRON et CITRATE DE BETAINE UPSA MENTHE SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Vitrine

0914G11 CITRATE DE BETAINE CITRON et CITRATE DE BETAINE UPSA MENTHE SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Vitrine arche : panneau rembouré

0915G11 CITRATE DE BETAINE CITRON UPSA 2g SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Bannière web

0916G11 CITRATE DE BETAINE CITRON UPSA 2g SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Bannière web

0917G11 CITRATE DE BETAINE CITRON UPSA 2g SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Bannière web

0918G11 CITRATE DE BETAINE CITRON UPSA 2g SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Bannière Web

0919G11 CITRATE DE BETAINE CITRON UPSA 2g SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Bannière web

0920G11 CITRATE DE BETAINE CITRON UPSA 2g SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Bannière web

0921G11 CITRATE DE BETAINE CITRON UPSA 2g SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Bannière web

0922G11 CITRATE DE BETAINE CITRON UPSA 2g. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Affichage

0923G11 CITRATE DE BETAINE CITRON UPSA 2g SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Bannière web

0924G11 CITRATE DE BETAINE CITRON UPSA 2g SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Bannière web

0925G11 CITRATE DE BETAINE CITRON UPSA 2g SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Bannière web

0926G11 CITRATE DE BETAINE CITRON UPSA 2g SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Bannière web

0927G11 CITRATE DE BETAINE CITRON UPSA 2g SANS SUCRE. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Bannière web

0928G11 CITRATE DE BETAINE CITRON UPSA 2g. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Site Internet

0929G11 EFFERALGANTAB 1g/EFFERALGANODIS 500mg/EFFERALGANVITAMINEC 500mg/200mg. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Site Internet

0931G11 EFFERALGANTAB 1g, comprimé pelliculé. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Mobile

0932G11 EFFERALGANTAB 1g, comprimé pelliculé. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Stop rayon

0933G11 EFFERALGANTAB 1g, comprimé pelliculé. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Totem pliable

0934G11 EFFERALGANTAB 1g, comprimé pelliculé. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Panneau vitrine

0936G11 EFFERALGANTAB 1g, comprimé pelliculé. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Couvre comptoir

0937G11 EFFERALGANTAB 1g, comprimé pelliculé. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Vitrine Full covering

0938G11 EFFERALGANTAB 1g, comprimé pelliculé. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Vitrine

0939G11 EFFERALGANTAB 1g, comprimé pelliculé. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Mobile

0940G11 EFFERALGANTAB 1g, comprimé pelliculé. Laboratoire BRISTOL MYERS SQUIBB. Support : Sac papier

0952G11 EFFERALGANVITAMINEC 500mg-200mg/EFFERALGANODIS 500mg. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Meuble événementiel

0953G11 EFFERALGANVITAMINEC 500mg-200mg, comprimé effervescent. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Affichage avant et côte gauche

0954G11 EFFERALGANVITAMINEC 500mg-200mg, comprimé effervescent. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : cache anti-vol

0955G11 EFFERALGANVITAMINEC 500mg-200mg, comprimé effervescent. Laboratoire UPSA CONSEIL. Support : Affichage arrière bus

0956G11 VOLTARENACTIGO 1%, gel et VOLTARENACTIGO 1%, gel en flacon pressurisé. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Annonce presse

0957G11 VOLTARENACTIGO 1%, gel et VOLTARENACTIGO 1%, gel en flacon pressurisé. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Fenêtre encadrement linéaire

0958G11 VOLTARENACTIGO 1%, gel et VOLTARENACTIGO 1%, gel en flacon pressurisé. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Réglette linéaire

0959G11 VOLTARENPLAST 1 %, emplâtre médicamenteux. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Annonce presse

0960G11 VOLTARENPLAST 1 %, emplâtre médicamenteux. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Réglette linéaire

0961G11 VOLTARENPLAST 1 %, emplâtre médicamenteux. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Fenêtre encadrement linéaire

0967G11 HUMEX EXPECTORANT CARBOCISTEINE 750 mg/10 ml ADULTES SANS SUCRE, solution buvable en sachet. Laboratoire URGO SA. Support : Réglette linéaire

0971G11 HUMEX RHUME, comprimé et gélule. Laboratoire URGO SA. Support : Panneau vitrine

0972G11 HUMEX ETAT GRIPPAL, gélule. Laboratoire URGO SA. Support : Annonce presse

0973G11 HUMEX ETAT GRIPPAL, gélule. Laboratoire URGO SA. Support : Vitrine

0974G11 HUMEX ETAT GRIPPAL, gélule. Laboratoire URGO SA. Support : Réglette Linéaire

0976G11 HUMEX GORGE IRRITEE LIDOCAINE, gomme orale. Laboratoire URGO SA. Support : Réglette linéaire

0977G11 HUMEX ADULTES ET ENFANTS TOUS SECHE DEXTROMETHORPHANE, sirop. Laboratoire URGO SA. Support : Réglette linéaire

0978G11 HUMEX RHUME, comprimé et gélule. Laboratoire URGO SA. Support : Réglette linéaire

0980G11 CARBOLEVURE ADULTE, gélule. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Bannière Internet

0981G11 NECYRANE, solution pour pulvérisation nasale. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Bannière Internet

0982G11 ELGYDIUM, pâte dentifrice. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Bandeau Internet

0983G11 PERCUTAFEINE, gel. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Tube factice

0984G11 PERCUTAFEINE, gel. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Bandeau linéaire

0985G11 PERCUTAFEINE, gel. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Socle de vitrine

0986G11 PERCUTAFEINE, gel. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Display

0987G11 SARGENOR 1 g/5 ml, solution buvable. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Panneau vitrine

0988G11 SARGENOR 1 g/5 ml, solution buvable. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Panneau vitrine

0989G11 SARGENOR 1 g/5 ml, solution buvable. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Panneau vitrine

0990G11 SARGENOR 1 g/5 ml, solution buvable. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Panneau vitrine

0991G11 SARGENOR SANS SUCRE 1 g, comprimé effervescent édulcoré à la saccharine sodique. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Jupe de comptoir

0992G11 PRIODERM solution et lotion/ECOPRIODERM lotion et shampoing traitant. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : page promotionnel internet

0993G11 PRIODERM solution/ECOPRIODERM lotion et shampoing traitant. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Bandeau publicitaire Internet

0995G11 PRIODERM, solution/ECOPRIODERM, lotion et shampoing. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Publi-rédactionnel internet

0996G11 PRIODERM, solution/ECOPRIODERM, lotion et shampoing. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Bandeau Internet

0997G11 PYRALVEX, solution buccale et gingivale. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Boîte livreuse distributrice

0998G11 PYRALVEX, solution buccale et gingivale. Laboratoire MEDA PHARMA. Support : Boîte factice

0999G11 NUROFEN Gamme/STREPSILS Gamme. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Affiche, poster

1000G11 NUROFEN Gamme. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Mini cube

1001G11 NUROFEN 200mg et 400mg/NUROFENFLASH 200mg ET 400mg. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Arche

1002G11 NUROFENFEM, comprimé pelliculé. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Cravate

1003G11 STREPSILS Gamme. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France. Support : Arche

1004G11 STREPSILS LIDOCAINE, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France.
Support : Covering

1005G11 STREPSILS LIDOCAINE, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France.
Support : Covering

1006G11 STREFEN 8,75 mg, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France.
Support : Présentoir

1007G11 STREFEN 8,75 mg, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France.
Support : Film TV

1008G11 STREFEN 8,75 mg, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France.
Support : Film TV

1009G11 STREFEN 8,75 mg, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France.
Support : Film TV

1010G11 STREFEN 8,75 mg, pastille. Laboratoire RECKITT BENCKISER HEALTHCARE France.
Support : Film TV

1011G11 RENNIE SANS SUCRE, comprimé à croquer/MOPALPRO, comprimé gastro-résistant.
Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Stop rayon

1012G11 RENNIE SANS SUCRE, comprimé à croquer/MOPALPRO, comprimé gastro-résistant.
Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE. Support : Vitrophanie

1013G11 MYCOHYDRALIN 200 mg, comprimé vaginal. Laboratoire BAYER SANTE FAMILIALE.
Support : Site Internet

1014G11 PRODUITS LEHNING. Laboratoire LEHNING. Support : Site Internet

1016G11 L 52, solution buvable en gouttes. Laboratoire LEHNING. Support : Film sans son

1017G11 L 52, solution buvable en gouttes. Laboratoire LEHNING. Support : Bandeau Internet

1018G11 L 72, solution buvable en gouttes. Laboratoire LEHNING. Support : Film sans son

1019G11 L 72, solution buvable en gouttes. Laboratoire LEHNING. Support : Bandeau Internet

1021G11 FLUIMUCIL Gamme. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Réglette de linéaire

1022G11 FLUIMUCIL Gamme. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Totem

1023G11 FLUIMUCIL Gamme. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Panneau vitrine

1024G11 FLUIMUCIL Gamme. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Stop rayon

1025G11 FLUIMUCIL Gamme. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Boîte mouchoir

1026G11 FLUIMUCIL Gamme. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Sac

1027G11 FLUIMUCIL Gamme. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Film TV

1035G11 VICKS VAPORUB, pommade. Laboratoire PROCTER GAMBLE PHARMACEUTICALS France.
Support : Film TV

1036G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support :
Kit tête de gondole

1038G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support :
Annonce presse

1046G11 MITOSYL IRRITATIONS, pommade. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Stop rayon

1047G11 MITOSYL IRRITATIONS, pommade. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Affiche, poster format horizontal

1048G11 MITOSYL IRRITATIONS, pommade. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Annonce presse/Panneau vitrine Poster affiche

1049G11 DOLIRHUME PARACETAMOL ET PSEUDOEPHEDRINE 500 mg/30 mg, comprimé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Stop rayon

1050G11 DOLIRHUME PARACETAMOL ET PSEUDOEPHEDRINE 500 mg/30 mg, comprimé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Réglette

1051G11 DOLIPRANELIB 500 mg, comprimé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Annonce presse/affiche/panneau vitrine

1052G11 DOLIPRANELIB 500 mg, comprimé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Réglette de linéaire

1053G11 DOLIPRANELIB 500 mg, comprimé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Publi-rédactionnel

1054G11 DOLIPRANELIB 500 mg, comprimé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Macaron/Stop-rayon

1055G11 DOLIPRANELIB 500 mg, comprimé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Totem/Borne anti-vol

1056G11 DOLIPRANELIB 500 mg, comprimé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Affiche/vitrophanie

1057G11 DOLIPRANELIB 500 mg, comprimé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Vitrine sublimée

1058G11 CERVARIX, suspension injectable en seringue pré-remplie .Vaccin Papillomavirus Humain. Laboratoire GlaxoSmithKline. Support : poster

1059G11 CERVARIX, suspension injectable en seringue pré-remplie .Vaccin Papillomavirus Humain. Laboratoire GlaxoSmithKline. Support : poster

1060G11 CERVARIX, suspension injectable en seringue pré-remplie .Vaccin Papillomavirus Humain. Laboratoire GlaxoSmithKline. Support : poster

1061G11 SYNTHOL, solution pour application cutanée et bain de bouche. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Stop rayon

1062G11 ACTIVIR 5 POUR CENT, crème. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Présentoir de comptoir

1063G11 NIQUITIN Gamme. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Vitrophanie

1064G11 NIQUITINMINIS. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Film TV

1065G11 NIQUITINMINIS. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Bannière internet

1066G11 NIQUITINMINIS. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Film TV

1067G11 NIQUITIN 7mg/24H.14 mg/24 h,21mg/24h, dispositif transdermique. Laboratoire GlaxoSmithKline Santé Grand Public. Support : Bannière Internet

1069G11 MINOXIDIL COOPER 2 POUR CENT, solution pour application cutanée en flacon. Laboratoire COOPERATION PHARMACEUTIQUE FRANCAISE. Support : Présentoir de comptoir

1070G11 BIAFINE/BIAFENACT, émulsion pour application cutanée. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Site Internet

1071G11 ACTIFED Gamme/ACTIFEDSIGN. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Site Internet

1072G11 ACTIFEDSIGN, gélule. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Film TV

1073G11 ACTIFEDSIGN, gélule. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Film TV

1074G11 ACTIFEDSIGN, gélule. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Bannière

1075G11 ACTIFEDSIGN, gélule. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Bannière

1077G11 ACTIFEDSIGN, gélule. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Affiche lieux publics

1078G11 ACTIFEDSIGN. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Affiche lieux publics

1079G11 ACTIFEDSIGN. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Affiche Lieux publics

1082G11 HOMEVOX, comprimé enrobé. Laboratoire BOIRON. Support : Internet

1083G11 HOMEVOX, comprimé enrobé. Laboratoire BOIRON. Support : Internet

1090G11 OSCILLOCOCCINUM, globule. Laboratoire BOIRON. Support : Affiche

1091G11 OSCILLOCOCCINUM, globule. Laboratoire BOIRON. Support : Publi-rédactionnel

1092G11 OSCILLOCOCCINUM, globule. Laboratoire BOIRON. Support : Publi-rédactionnel

1094G11 STODAL, sirop. Laboratoire BOIRON. Support : Affiche

1097G11 CORYZALIA, comprimé enrobé. Laboratoire BOIRON. Support : Affichage

1098G11 CORYZALIA, comprimé enrobé. Laboratoire BOIRON. Support : Affiche

1099G11 CORYZALIA, comprimé enrobé. Laboratoire BOIRON. Support : Annonce presse

1101G11 HOMEOPASMINE, pommade. Laboratoire BOIRON. Support : Réglette

1105G11 PRODUITS BOIRON. Laboratoire BOIRON. Support : Site Internet

1106G11 HEXASPRAY//HEXALYSE/HEXARHUME/EXOTOUX/EXOMUC/GASTROWELL LOPERAMIDE. Laboratoire BOIRON. Support : Site Internet

Projets d'avis favorable

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

0962G11 PANTOLOC CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Fenêtre encadrement linéaire

0965G11 PANTOLOC CONTROL 20 mg, comprimé gastro-résistant. Laboratoire NOVARTIS Santé Familiale S.A.. Support : Réglette

0975G11 HUMEX GORGE IRRITEE LIDOCAINE, gomme orale. Laboratoire URGO SA. Support : Annonce presse

0979G11 KERAFILM, solution pour application locale. Laboratoire PIERRE FABRE MEDICAMENT. Support : Display

1028G11 SPEDIFEN 200mg et 400mg. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Réglette de linéaire

1029G11 SPEDIFEN 200 mg, comprimé. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Ramasse monnaie

1030G11 SPEDIFEN 200 mg, comprimé. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Sac

1031G11 SPEDIFEN 200 mg, comprimé. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Stop rayon

1032G11 SPEDIFEN 200 mg, comprimé. Laboratoire ZAMBON FRANCE. Support : Présentoir

1033G11 PO 12 2 POUR CENT, crème. Laboratoire BOEHRINGER INGELHEIM FRANCE. Support : boîte mouchoirs

1034G11 LYSOPAÏNE SANS SUCRE, comprimé à sucer édulcoré au sorbitol et à la saccharine. Laboratoire BOEHRINGER INGELHEIM FRANCE. Support : Spot radio

1037G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Stop rayon

1039G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Affiche

1040G11 MAGNEVIE B6 100 mg/10 mg, comprimé pelliculé. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Kakémono

1041G11 MAALOX MAUX D'ESTOMAC SANS SUCRE, comprimé à croquer édulcoré. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Totem/Borne anti-vol

1042G11 MAALOX MAUX D'ESTOMAC SANS SUCRE, comprimé à croquer édulcoré. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Affichette de linéaire

1043G11 MAALOX MAUX D'ESTOMAC SANS SUCRE, comprimé à croquer édulcoré. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Stop rayon

1044G11 MAALOX MAUX D'ESTOMAC SANS SUCRE, comprimé à croquer édulcoré. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Réglette de linéaire

1045G11 MAALOX MAUX D'ESTOMAC SANS SUCRE, comprimé à croquer édulcoré. Laboratoire SANOFI-AVENTIS. Support : Réglette de linéaire

1068G11 MODANE, comprimé enrobé. Laboratoire COOPERATION PHARMACEUTIQUE FRANCAISE. Support : Panneau vitrine

1076G11 ACTIFEDSIGN, gélule. Laboratoire JOHNSON JOHNSON SANTE BEAUTE France. Support : Stylo de comptoir

1081G11 HOMEONE 9. Laboratoire BOIRON. Support : Film TV

1088G11 OSCILLOCOCCINUM, globule. Laboratoire BOIRON. Support : Présentoir de comptoir

1096G11 CORYZALIA, comprimé enrobé. Laboratoire BOIRON. Support : Film sans son

1102G11 SEDATIF P.C., comprimé. Laboratoire BOIRON. Support : Boîte géante

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)

Produits cosmétiques

Projet d'avis favorable sous réserves

Les projets de publicité suivants ont reçu un avis favorable, sous réserve de correction des messages, à l'unanimité des membres présents.

041PP11 – EMOFORM DENTS SENSIBLES, dentifrice – Support : Tube – Johnson et Johnson Santé Beauté France

042PP11 – EMOFORM DENTS SENSIBLES, dentifrice – Support : Etui – Johnson et Johnson Santé Beauté France

044PP11 – MERIDOL dentifrice et bain de bouche – Support : étiquette – Laboratoire GABA

045PP11 – LISTERINE Total Care Protection Email, bain de bouche – Support : Etiquette – Johnson et Johnson Santé Beauté France

046PP11 – LISTERINE Protection dents et gencives, bain de bouche – Support : Etiquette – Johnson et Johnson Santé Beauté France

047PP11 – EAU PRECIEUSE – Support : Site Internet – Laboratoire OMEGA- PHARMA France

048PP11 – FLUOCARIL KIDS, gel fraise/ FLUOCARIL JUNIOR, gel bubble – Support : Film pharmacie– Laboratoire OMEGA- PHARMA France

049PP11 – ELMEX SENSITIVE, dentifrice et solution dentaire – Support : Spot TV – Laboratoires GABA

050PP11 – VEADENT, dentifrice – Support : Tube et Pack – Laboratoires GABA

Projets d'avis favorables

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

043PP11 – MERIDOL dentifrice et bain de bouche – Support : Spot radio – Laboratoire GABA