

AVIS

relatif à la liste des vaccins pouvant faire l'objet de campagnes publicitaires non institutionnelles auprès du grand public

16 février 2012 et 25 mai 2012

La loi n°2011-2012 du 29 décembre 2011, relative au renforcement de la sécurité sanitaire du médicament et des produits de santé, stipule notamment que les campagnes publicitaires non institutionnelles auprès du public pour des vaccins soumis à prescription médicale ou remboursables ne sont autorisées que « *si les conditions suivantes sont réunies* :

- *ils figurent sur une liste de vaccins établie pour des motifs de santé publique par arrêté du ministre chargé de la santé pris après avis du Haut Conseil de la santé publique ;*
- *le contenu des ces campagnes publicitaires est conforme à l'avis du Haut Conseil de la santé publique et est assorti, de façon clairement identifiées, des mentions minimales obligatoires déterminées par cette instance. Ces mentions sont reproduites in extenso, sont facilement audibles et lisibles, selon le support du message publicitaire concerné, sont sans renvoi et sont en conformité avec des caractéristiques définies par arrêté du ministre chargé de la santé. »*

Interrogé sur cette liste et conscient que la vaccination représente un réel enjeu de santé publique en France où la situation sanitaire est potentiellement critique, notamment pour la rougeole, et qu'une certaine défiance semble s'installer vis-à-vis de l'acte de vaccination,

Le Haut Conseil de la santé publique a pris en compte :

- la loi n°2011-2012 du 29 décembre 2011 [1] relative au renforcement de la sécurité sanitaire du médicament et des produits de santé. Cette loi stipule notamment que les campagnes publicitaires non institutionnelles auprès du grand public ne sont autorisées que pour les vaccins figurant sur une liste établie pour des motifs de santé publique par arrêté du ministre chargé de la santé pris après avis du Haut Conseil de la santé publique ;
- la directive du Parlement européen et du Conseil 2001/83/CE [2] en cours de modification et relative à l'information du public sur les médicaments soumis à prescription médicale d'une part et à la pharmacovigilance d'autre part. Ce texte stipule notamment que les autorités nationales compétentes et les professionnels de santé doivent rester les principales sources d'information du public sur les médicaments, les titulaires d'une autorisation de mise sur le marché pouvant représenter une source supplémentaire d'informations non publicitaires sur leurs médicaments. Cette directive stipule par ailleurs que la publicité auprès du grand public pour les médicaments soumis à prescription médicale est interdite, à l'exception des campagnes de vaccination faites par l'industrie et approuvées par les autorités de santé des États membres.

Le Haut Conseil de la santé publique

➤ **Rappelle ses positions antérieures sur le sujet :**

- Dans l'avis du 17 octobre 2008 [3] relatif aux mentions minimales obligatoires pour les messages publicitaires télévisuels et radiodiffusés sur les vaccins contre le papillomavirus, le HCSP avait déploré « que les firmes productrices de vaccin soient autorisées à faire des publicités télévisuelles et radiodiffusées pour le grand public ».
- Dans un courrier adressé au Directeur général de la santé en date du 31 janvier 2011, et en réponse à une saisine de ce dernier relative au champ des indications thérapeutiques pouvant figurer sur les publicités de vaccins, les présidents du HCSP, de la Commission spécialisée Maladies transmissibles et du Comité technique des vaccinations réitéraient la « réticence (du HCSP) à ce que les firmes commercialisant des vaccins soient autorisées à diffuser des publicités pour le grand public, télévisuelles ou radiodiffusées (avis du 17 octobre 2008) ainsi que des publicités imprimées. »

➤ **Estime :**

- que certains vaccins ont, en France, fait l'objet dans un passé plus ou moins récent de fortes polémiques dans les médias. Il s'interroge sur l'impact qu'ont pu avoir les campagnes publicitaires sur ces vaccins. Il constate qu'aucune étude scientifique n'a mesuré cet impact et que, dans la littérature internationale aucune publication n'a été retrouvée relative à un travail se rapportant spécifiquement à cette problématique ;
- que toutefois, des données concordantes provenant de France [4-6] et de pays étrangers [7] confirment que l'image renvoyée par l'industrie pharmaceutique n'est pas bonne, aussi bien dans le grand public que chez les médecins et confortent dans l'idée que des campagnes publicitaires sur les vaccins pourraient en définitive avoir un effet négatif vis-à-vis de l'adhésion aux vaccinations. En particulier, une étude réalisée aux Etats-Unis [8] a porté sur la publicité liée à la vaccination des garçons contre le papillomavirus : 544 parents d'adolescents ont été invités à visionner un message publicitaire encourageant à la vaccination et comportant le logo d'une firme pharmaceutique, des *Centers for Disease Control and Prevention* (CDC), d'une association de lutte contre le cancer ou sans logo. Les messages publicitaires sont plus appréciés et considérés comme plus crédibles lorsqu'ils sont identifiés comme ne provenant pas des firmes pharmaceutiques. Les parents qui ont correctement identifié l'origine industrielle des messages publicitaires sont moins motivés à faire vacciner leurs enfants en raison de l'absence de confiance dans les messages délivrés ;
- envisageable, si jugée nécessaire, la mise en place d'études *ex-post* permettant d'évaluer l'impact qu'auraient pu avoir des campagnes institutionnelles ou publicitaires relatives à des vaccins, sur l'incitation du public à se faire vacciner.

En conséquence, le Haut Conseil de la santé publique :

- **ne propose pas à ce jour de liste de vaccins qui pourraient faire l'objet de campagnes publicitaires non institutionnelles ;**
- **propose de contribuer à la mise en place de procédures permettant des actions de communication indépendantes des firmes. Celles-ci nécessiteraient la consultation d'un panel de personnes représentant les différents acteurs de la vaccination incluant les associations d'usagers et les professionnels de santé, ceci en fonction de critères définis par le HCSP.**

Références

[1] Loi n° 2011- 2012 du 29 décembre 2011 relative au renforcement de la sécurité sanitaire du médicament et des produits de santé.

Disponible sur

http://www.legifrance.gouv.fr/jopdf/common/jo_pdf.jsp?numJO=0&dateJO=20111230&numTexte=1&pageDebut=22667&pageFin=22683 (consulté le 30/05/2012).

[2] Proposition modifiée de directive du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 2001/83/CE en ce qui concerne l'information du public sur les médicaments soumis à prescription médicale, d'une part, et la pharmacovigilance, d'autre part.

Disponible sur http://ec.europa.eu/health/files/patients/ip_10-2011/dir_ip_2011_fr.pdf (consulté le 30/05/2012).

[3] Haut Conseil de la santé publique. Avis du 17 octobre 2008 relatif aux mentions minimales obligatoires pour les messages publicitaires télévisuels et radiodiffusés sur les vaccins contre le papillomavirus.

Disponible sur http://www.hcsp.fr/docspdf/avisrapports/hcspa20081017_pub.pdf (consulté le 30/05/2012).

[4] Partouche H, Benairous O, Barthe J, et al. Déterminants de la vaccination contre la grippe A(H1N1)2009. Enquête auprès de patients de médecins généralistes français. Etude MOTIVAC. La Revue du Praticien 2011 ; 61 ; Suppl : 9-15.

[5] Observatoire sociétal du médicament. Etude sur le rapport des Français au médicament. Edition 2012.

Disponible sur <http://www.leem.org/micro-trottoir-rapport-des-francais-aux-medicaments> (consulté le 30/05/2012).

[6] Sardy R. Représentations sociales de la vaccination chez les patients et les médecins généralistes : une étude basée sur l'évocation hiérarchisée. Thèse Lyon 2011. Soumis pour publication.

[7] Hall DV, Jones SC, Iverson DC. Consumer perceptions of sponsor of disease awareness advertising. Health Education 2011; 111: 5-19.

[8] Pepper JK, Reiter PL, McRee AL, Brewer NT. Advertisements promoting human papillomavirus vaccine for adolescent boys: does source matter? Sex Transm Infect published online January 4, 2012 doi:10.1136/sextrans-2011-050197.

Le CTV a tenu séance le 19 avril 2012 : 9 membres qualifiés sur 16 membres qualifiés votant étaient présents, 0 conflit d'intérêt, le texte a été approuvé par 9 votants, 0 abstention, 0 vote contre.

La CSMT a tenu séance le 25 mai 2012 : 9 membres qualifiés sur 14 membres qualifiés votant étaient présents, 0 conflit d'intérêt, le texte a été approuvé par 9 votants, 0 abstention, 0 vote contre.

Avis produit par la Commission spécialisée Maladies transmissibles, sur proposition du Comité technique des vaccinations

Le 25 mai 2012

Haut Conseil de la santé publique

14 avenue Duquesne

75350 Paris 07 SP

www.hcsp.fr