

LES STRATÉGIES PUBLICITAIRES : INFORMATION OU MANIPULATION ?

www.fcppf.be

La Fédération des Centres Pluralistes de Planning Familial assure une mission d'éducation permanente et continuée dans les domaines de la vie relationnelle, affective et sexuelle. Par ses actions collectives, elle s'engage à donner à chaque citoyen des outils pour aborder sa vie adulte comme sujet sexué et désirant dans le respect de soi et de l'ouverture à l'autre; de donner aux collectivités des outils pour favoriser une prise de conscience et une réflexion sur les valeurs véhiculées et le contexte culturel de la société dans laquelle ils vivent. Elle assure également la représentation et le soutien des centres de planning familial agréés et affiliés. Dans ce cadre, la fédération a pour mission d'informer et de représenter les employeurs des centres qu'elle fédère.

L'exemple de la pilule contraceptive. Comment les sociétés pharmaceutiques parviennent à contourner la loi leur interdisant de faire de la publicité directement auprès des patients.

Pour plus d'informations concernant le point-contact, consulter l'AR du 10 juin 2006

(13) <http://www.prescrire.org/bin/cqp/?id=34476>

Autres sources

<http://www.maisonmedicale.org/L-information-sur-le-medicament-un.html>

<http://www.minerva-ebm.be>

<http://www.sixi.be/> Publicite-et-vente-de-medicaments-sur-l-internet-u...

<http://www.fagg-afmps.be>

<http://www.mapilule.be> ; www.lapilule.be ; www.e-sante.be

FÉDÉRATION DES CENTRES PLURALISTES DE PLANNING FAMILIAL

2009



5. SOURCES

- (1) « Publicité pour les médicaments, soyons vigilants », asbl Question Santé, p. 3 (disponible sur www.questionsante.be/outils/medpub.html)
- (2) Ibidem, p.4
- (3) Ibidem, p.4
- (4) Directive 2001/83/CE du Parlement Européen et du Conseil du 6/11/2001 instituant un Code Communautaire relatif aux médicaments à usage humain ; les lois du 25 mars 1964 et du 20 octobre 1998 qui règlent la publicité en matière de médicaments. S'y ajoutent les arrêtés royaux du 7 avril 1995 et du 4 juillet 2004.
- (5) « Publicité pour les médicaments, soyons vigilants », op. cit., p.5
- (6) Ibidem, p.6
- (7) Ibidem, p.9
- (8) Ibidem, p.9
- (9) Ibidem, p.10
- (10) Ibidem, P. 10
- (11) Loi du 16 décembre 2004, M.B. du 23 février 2005
- (12) http://www.fagg-afmps.be/fr/humain/medicaments/bon_usage/publicite-primes-avantages-echantillons/index.jsp

SOMMAIRE

1.	OBJET	p. 4
2.	DÉVELOPPEMENT	p. 5
2.1.	MISE SUR LE MARCHÉ ET PUBLICITÉ POUR LA PILULE : CADRE LÉGAL	p. 5
2.2.	LES STRATÉGIES PUBLICITAIRES DES SOCIÉTÉS PHARMACEUTIQUES	p. 6
2.3.	CONTRÔLES RENFORCÉS	p. 7
2.4.	L'INDUSTRIE SE TOURNE VERS LES PATIENTS	p. 8
3.	CONCLUSION	p.10
4.	MÉTHODOLOGIE	p.11
4.1.	QUELQUES PISTES DE RÉFLEXION POUR L'EXPLOITATION DE L'OUTIL	p.11
4.1.1.	SOURCE : HTTP://WWW.MAPILULE.BE/SCRIPTS/FR/1HOME/INDEX.PHP PAGE D'ACCUEIL DU SITE « MAPILULE.BE »	p.11
4.1.2.	ESPACE « A LA UNE » « 19 ARGUMENTS UTILES POUR DEMANDER LA PILULE AUX PARENTS »	p.12
4.1.3.	PILULE ET POIDS : UN TABLEAU BMI EST DISPONIBLE SUR LE SITE WWW.MAPILULE.BE ET PERMET DE CALCULER SON INDICE DE MASSE CORPORELLE.	p.13
4.1.4.	PILULE ET ACNÉ	p.14
4.1.5.	PILULE ET COÛT	p.15
4.1.6.	PILULE ET CANCER	p.16
5.	SOURCES	p.18

1. OBJET

L'objectif de cet outil est de renforcer, tant chez les patients que chez les médecins, une prise de conscience du système dans lequel nous vivons. Il s'agit de se rendre compte que le choix de la pilule est un choix qui n'est ni banal, ni dépourvu de conséquences. La publicité, qu'elle soit ou non déguisée, a de l'influence sur les comportements : elle incite à consommer.

Rares sont les femmes qui n'ont pas recours à la pilule à un moment ou l'autre de leur vie. L'action de la pilule intervient sur la fécondité et occupe, à ce titre, une place importante dans notre société. Des noms commerciaux comme Diane, Yasmine... sont devenus des noms communs. De ce fait, « prendre la pilule » devient un geste quasi anodin, et l'on n'a plus vraiment conscience de ce qu'elle représente réellement et des enjeux de sa consommation.

Les intérêts de l'industrie pharmaceutique sont la rentabilité et le profit financier.

« L'intérêt du patient est de pouvoir se soigner le mieux possible au moindre coût.

L'intérêt du patient- citoyen ne coïncide pas forcément avec celui de l'industrie pharmaceutique. » (1)

Bonne animation!

www.inami.fgov.be/citizen/fr/medical-cost/contraception-des-jeunes

A noter: nous avons simplifié ce tableau. N'y figurent que les contraceptifs les plus utilisés dans nos centres de planning.

4.1.6. Pilule et cancer

Source : <http://www.mapilule.be/scripts/fr/4lapilule/contraindex.php>

Dans « la pilule », « éviter de prendre la pilule ».

Cette liste de contre-indications est-elle formulée de façon exhaustive ? Te semble t'il qu'il existe d'autres contre-indications possibles ?

Commentaire : quid de la prise de la pilule après 40 ans si antécédents de cancer dans la famille ?

« La pilule ne provoque pas le cancer mais pour toute femme qui passe la quarantaine la pilule est fortement déconseillée à fortiori s'il existe des antécédents familiaux de cancer du sein. »

<http://www.lafamilleheureuse-liege.be/faq.php?rubrique=1#a1>

2. DÉVELOPPEMENT

2.1. Mise sur le marché et publicité pour la pilule : cadre légal

La pilule sort du strict cadre de l'offre et de la demande. Intervient en effet un troisième acteur, l'état, et plus précisément le système d'assurance-maladie qui rembourse la pilule moyennant le respect de certaines conditions, ainsi que le Ministère des Affaires Economiques qui intervient dans le mécanisme de fixation de son prix. (2).

« Compte tenu de leur caractère spécifique, les médicaments », et donc la pilule, « sont soumis à des dispositions législatives particulières. C'est ainsi que la plupart d'entre eux ne sont délivrés que sur prescription d'un médecin, les autres sont en vente libre. » (3)

La publicité pour la pilule est également encadrée par une réglementation très stricte (4). La pilule est un médicament délivré sur ordonnance, sa publicité « grand public » est donc interdite. Les firmes pharmaceutiques ne peuvent faire de publicité qu'auprès des médecins, et cela dans le respect de certaines conditions. (5)

2.2. Les stratégies publicitaires des sociétés pharmaceutiques

L'industrie pharmaceutique doit, compte tenu des restrictions législatives qui frappent la publicité de la pilule, faire preuve de créativité. Certaines agences de publicité ont donc recours à des méthodes qui contournent la loi. (6)

« Il en va ainsi de la sensibilisation du grand public à une affection particulière (acné, ...). Les firmes recourent au sponsoring de brochures d'associations de malades, distribuées par des délégués médicaux, ainsi qu'à la diffusion d'affiches « demandez conseil à votre médecin », à placarder dans les salles d'attente. De quoi initier la discussion entre ce dernier et ses patients. Certains éditeurs de presse encartent ce type de brochures dans leurs magazines. Dans la presse médicale, un système de carnets de coupons -réponse fournit aux médecins des fiches sur les produits et leur permet de commander des échantillons et des brochures d'information. » (7)

« Les sites relatifs à la santé sont parmi les plus visités sur le Net. Ces sites et lettres d'information par courriel sont donc de plus en plus utilisés pour communiquer avec les consommateurs-patients et leurs médecins. » (8)

Nous pouvons citer à titre d'exemples les sites la pilule.be, mapilule.be, mais aussi des sites d'information générale tels que e-sante.be....

La gestion de la relation à la clientèle offre également des possibilités immenses pour les sociétés pharmaceutiques de faire connaître leurs produits.

« La démarche consiste à cibler les médecins qui manifestent

4.1.5. Pilule et coût

Question 5, fiche 5

La question du prix est abordée dans le questionnaire. Pour quelle raison ? Que penser de la formulation de la question 5 ? Pensez-vous que les pilules moins chères fassent forcément grossir ?

Vous pouvez consulter en fiche 6 le tableau établi par l'INAMI relevant le prix de tous les moyens contraceptifs, ainsi que leur remboursement éventuel.

Il offre une référence objective à qui veut s'enquérir des prix de tous les moyens contraceptifs et révèle que des différences notables existent entre catégories de contraceptifs, ainsi qu'au sein même d'une catégorie de contraceptifs. Ainsi, les pilules génériques sont jusqu'à trois fois moins chères que les autres pilules.

« Depuis le 1er mai 2004, les jeunes femmes reçoivent, jusqu'à l'âge de 20 ans inclus, une intervention supplémentaire dans le prix de certains moyens contraceptifs (Arrêté Royal du 24 mars 2004 et Arrêté Royal du 29 janvier 2007). Lors de l'achat en pharmacie, l'intervention supplémentaire est octroyée automatiquement sur présentation de la carte SIS de la jeune femme. Dans certains cas, il est possible que les jeunes femmes paient le prix plein chez le pharmacien. Elles recevront dans ce cas un formulaire leur permettant de demander l'intervention de leur mutuelle. »

Cela vaut notamment pour les contraceptifs qui ne nécessitent pas de prescription médicale, lorsqu'ils ont achetés sans cette prescription (pilule du lendemain par exemple)

A consulter sur le sujet :

Dr Agnès Mocquard

http://www.doctissimo.fr/html/sexualite/femmes/se_1404_piluletpoid.html

4.1.4. Pilule et acné

Source : <http://www.mapilule.be/pilule-ideale/index.html>

Dans encadré droit « extra », « ta pilule idéale »

Que penses-tu de la formulation de la question 3 ? Pourquoi le problème de l'acné est-il abordé dans le questionnaire ? Pensez-vous que la pilule contraceptive résout nécessairement les problèmes de peau ?

Toutes les pilules contraceptives ne permettent pas d'améliorer les problèmes de peau. Il faut consulter son médecin. L'action au niveau de l'acné dépend du composé progestatif de la pilule. Certaines pilules n'ont aucun effet sur l'acné, d'autres ont même tendance à l'aggraver.

Attention donc aux généralités.

A lire sur le sujet :

- Bernard DUPONT & Marie-Laure PUECH-DUPONT
Pharmaciens GIPHAR Diplômés de la Faculté de Pharmacie de Montpellier
<http://pagesperso-orange.fr/pharma.rocheville/acne.htm>
- Docteur David ELIA <http://sante-medecine.commentcamarche.net/faq/sujet-61-pilule-acne-et-pilosite>

un intérêt pour le médicament concerné et ceux qui reçoivent les patients susceptibles de le consommer. Dans le cas de la pilule, on ciblera plutôt les jeunes médecins, qui ont en général une patientèle jeune et auront tendance à prescrire davantage de contraceptifs que de remèdes contre l'ostéoporose... Il s'agit donc d'établir un profilage des médecins en créant des bases de données. La Belgique dispose à cet égard d'un instrument fort utile pour l'industrie pharmaceutique : le Fichier Médical Central, une base de données privées contenant tous les renseignements sur les médecins (habitudes de prescription, clientèle,...). » (9)

« Une autre technique consiste à sensibiliser la population à une problématique médicale via la télévision afin d'encourager les gens à se rendre sur un site Web et d'y demander des informations, tout en faisant référence au médecin et au pharmacien ».

Cette façon de procéder permet de « mesurer », par exemple les demandes formulées, et de les comparer aux résultats de vente. Ces données seront ensuite transmises aux délégués médicaux. Le ciblage des médecins et patients constitue donc la pierre angulaire des nouvelles stratégies du marketing pharmaceutique. (10)

2.3. Contrôles renforcés

La publicité que les sociétés pharmaceutiques développent auprès des prescripteurs pour les médicaments bénéficiant d'un remboursement par la sécurité sociale est de plus en plus contrôlée. La loi du 16 décembre 2004, qui modifie la réglementation relative à la lutte contre les excès de la promotion de médicaments (loi du 25 mars 1964), stipule entre autre

L'interdiction de promettre, d'offrir ou d'octroyer, directement ou indirectement, des primes, des avantages pécuniaires ou en nature aux grossistes, aux personnes habilitées à prescrire, à délivrer ou à administrer des médicaments ainsi qu'aux institutions (article 10§1) (11). Toute personne en possession d'informations susceptibles de constituer des infractions aux dispositions de la loi du 16 décembre peut les communiquer au Point-contact, Agence fédérale des médicaments et des produits de santé, Département Bon usage du médicament (Place Victor Horta, 40 bte 40, 1060 Bruxelles). L'anonymat de la personne qui fournit les informations est préservé, sauf si elle autorise la divulgation de son identité. (12)

2.4. L'industrie se tourne vers les patients

Depuis une dizaine d'années, de fortes pressions au niveau européen et auprès des gouvernements nationaux sont mises par les lobbys pharmaceutiques pour faire autoriser la publicité directe auprès des patients.

« En 2002, les députés européens avaient très largement rejeté le projet de la Direction générale Entreprises de la Commission européenne d'autoriser la publicité grand public pour des médicaments de prescription. En 2010, ces députés vont avoir à se prononcer à nouveau sur un projet proche de la Commission, présenté cette fois comme répondant au droit des patients à être informés... Les firmes ont déjà de larges droits d'accès au grand public, notamment le droit de publier des informations sur les pathologies, de parrainer des émissions audiovisuelles, de promouvoir leurs médicaments auprès des journalistes grand public, d'intervenir dans des publications mises à disposition

Parce que le coût de leurs pilules t'imposerait de demander de l'argent à tes parents ?

4.1.3. Pilule et poids : Un tableau BMI est disponible sur le site www.mapilule.be et permet de calculer son indice de masse corporelle.

Source : <http://www.mapilule.be/html/interactives/bmi/index.html>

Dans encadre droit de la page d'accueil, « calcule ton bmi »

Fiche 4 et Question 4 de la fiche 5

Qu'en penses-tu ? L'éditeur cherche t'il à établir un lien entre prise de la pilule et augmentation éventuelle du poids ?

Pourquoi l'éditeur du site « s'inquiète-t-il » de votre poids ?

Pensez-vous que c'est le facteur le plus important qui vous ferait prendre du poids ?

Aucun lien scientifique n'a pu être établi entre la prise de la pilule et une prise de poids. C'était vrai il y a 50 ans, au tout début de la commercialisation de la pilule, mais sa composition a évolué depuis.

Il faut être attentif aux autres facteurs pouvant influencer le poids, tels que : l'arrêt du tabac, l'alimentation, le manque d'exercices, la consommation d'alcool, la poursuite de la croissance à l'adolescence...

En bas de page : que signifie le terme « disclaimer », seul mot anglais de toute la page ? Avez-vous parcouru les conditions d'utilisations ? Que vous indiquent-elles ? Que pensez-vous du paragraphe intitulé « responsabilité limitée » (fiche 1) ? Et de celui intitulé « informations fournies par le visiteur » (fiche 2) ?

4.1.2. Espace « A la une » « 19 arguments utiles pour demander la pilule aux parents »

Source : <http://www.mapilule.be/scripts/fr/7alaune/arguments/index.php>

« Arguments pratiques », « arguments intellectuels », « arguments sentimentaux »... En analysant les arguments proposés, quels sont les moyens proposés pour arriver à ses fins ?

Avez-vous relevé des arguments utilisant la culpabilité ?, la manipulation ?, le mensonge ?, l'utilisation d'un tiers comme outil de persuasion ?, le chantage ?, la peur ?, ...

Qu'en pensez-vous ?, Est-ce que cela vous semble la bonne manière de « créer un dialogue » ? Quel type de relation souhaitez-vous entretenir avec vos parents sur la question de la sexualité ? Comment aimeriez-vous parler de la contraception avec eux ?

Dans les arguments donnés, comment sont considérés les parents ? Les jeunes filles ?

Est-il indispensable de « demander la pilule aux parents » ? alors que certaines sont gratuites avec l'intervention de la mesure des 3 € par/mois ? Pourquoi l'éditeur de ce site insiste-t-il tant sur ce point ? Par déontologie et respect des parents ?

du public dans les salles d'attente des médecins et les pharmacies d'officine, etc. Les firmes sont aussi présentes sur internet, y compris de manière discrète sur des blogs où des patients s'échangent des informations...

Les firmes font déjà très largement de la publicité pour des médicaments de prescription, et demandent à en faire encore davantage, et plus facilement. Aux risques d'exposer encore plus les patients aux effets indésirables des médicaments, et de grever les dépenses d'assurance maladie. » (13)

3. CONCLUSION

La pilule contraceptive n'est pas en vente libre dans les pharmacies. A la lecture de site comme « ma pilule.be » on pourrait se demander pourquoi. Il n'est pas inutile de rappeler que c'est un médicament et que c'est le médecin qui, après anamnèse, choisit la contraception la plus adaptée pour la femme. Il ne faut pas attendre d'informations médicales exhaustives et objectives de la part des sociétés pharmaceutiques. Elles le revendiquent d'ailleurs afin de se protéger de tout recours (voir dans conditions d'utilisation du site – Responsabilité limitée). Il convient donc de porter un regard critique sur les « informations » communiquées directement aux citoyens concernant la pilule (sans transiter par le médecin). Il s'agit bien souvent de publicité déguisée, dont l'objectif ne coïncide pas forcément avec celui poursuivi par les patients.

4. MÉTHODOLOGIE

L'idéal est d'utiliser le site comme support d'analyse. Si vous n'avez pas accès à un/des ordinateurs, des fiches plastifiées présentant le contenu de certaines pages du site vous sont proposées en annexe.

Nous n'avons malheureusement pas pu faire de captures d'écran car le site est protégé.

4.1. Quelques pistes de réflexion pour l'exploitation de l'outil.

Le but du jeu est de permettre aux participants de développer leur esprit critique par rapport aux messages publicitaires déguisés que peuvent véhiculer certains sites d'« information » sur la pilule ou sur la santé en général.

4.1.1. Source : <http://www.mapilule.be/scripts/fr/1home/index.php> Page d'accueil du site « mapilule.be »

Qui est l'éditeur du site ? Connaissez-vous cette société ? trouvez-vous sur le site un espace où l'éditeur se présente ? Présente-t-il ses objectifs ?

Centre de page : pourquoi un site d'information se concentre-t-il directement sur une pilule en particulier ? Pour un site de ce type, qu'est-ce que vous auriez mis en évidence en page d'accueil ?