

écoantibio2017

Réduire l'utilisation des antibiotiques vétérinaires :
diminuer, c'est possible

**FICHE ACTION 31
(axe 3)**

**RENFORCER LE CONTRÔLE DE LA PUBLICITÉ SUR LES ANTIBIOTIQUES
ET PROMOUVOIR LA VACCINATION**

Structure pilote : ANSES-ANMV
Structures associées : DGAL, DGS, SIMV
Structures consultées : CSOV, FNSEA

Mesure en lien avec les actions suivantes :

Tableau de bord

	à jour par rapport au programme prévisionnel
	en retard par rapport au programme prévisionnel
	action terminée

Date de mise à jour : 31 août 2012

1. Contexte et enjeux

1.1. Contexte national et européen :

La publicité en faveur des médicaments vétérinaires est régie par les articles R.5141-82 à R.5141-88 du code de la santé publique. Toutes les publicités, sous quelque forme que ce soit, sont soumises à un dépôt préalable à leur diffusion auprès de l'ANMV. Celles en faveur des médicaments utilisés dans les maladies classées parmi les dangers sanitaires de première et deuxième catégories (anciennement « maladies contagieuses ») sont soumises à autorisation. La réglementation actuelle interdit toute publicité auprès du public des médicaments vétérinaires dont la délivrance est soumise à ordonnance.

Depuis juillet 2010, les pouvoirs de l'ANMV en matière de publicité ont été étendus et permettent l'interdiction, la suspension ou la modification d'une publicité avant ou après sa diffusion. Depuis cette date, toutes les publicités soumises à l'ANMV sont contrôlées et un rappel a été fait auprès des laboratoires pharmaceutiques qui ne se soumettaient pas à l'obligation de dépôt préalable des documents publicitaires. Une veille dans la presse et sur internet est conduite. En 2011, le contrôle a porté sur 747 documents. La France étant l'un des premiers marchés pour le médicament vétérinaire, l'activité publicitaire y reste soutenue et développée.

Au niveau communautaire le code relatif au médicament vétérinaire est peu contraignant pour ce qui concerne la publicité des médicaments vétérinaires. L'article 85 de Directive 2001/82/CE fait obligation aux « États membres (d') interdire la publicité auprès du public faite à l'égard des médicaments vétérinaires : qui ne peuvent être délivrés que sur prescription vétérinaire, conformément à l'article 67 ; ou qui contiennent des psychotropes ou des stupéfiants tels que ceux visés dans les conventions des Nations unies de 1961 et 1971. »

1.2. Textes de référence (réglementaires ou autres documents)

Code de la Santé Publique : articles R.5141-82 à R.5141-88-1.

Directive 2001/82 : article 85.

1.3. Rappel des objectifs de la mesure

Le développement de la publicité en faveur des médicaments, tant à destination du public pour les animaux de compagnie que des vétérinaires et des détenteurs professionnels d'animaux pour les animaux de rente se poursuit depuis plusieurs années parallèlement à l'essor de nouveaux moyens de communication et de supports de marketing, en particulier via internet, les téléphones portables et la presse écrite. Cette publicité s'effectue, parfois sous des formes détournées telles que les publiereportages. Le dispositif actuel ne permet pas de contrôler toutes ces publicités, C'est pourquoi des actions d'échanges et de communication ont été développées par l'Agence nationale du médicament vétérinaire (ANMV) à destination des industriels du médicament vétérinaire, notamment par la publication de note de positions sur son site internet.

Le développement de la publicité pour le médicament vétérinaire a été identifié, lors des différentes missions d'audit conduites sur le médicament vétérinaire, comme un facteur de risque notable de l'émergence d'antibiorésistances, de surconsommation d'antibiotique, de mésusage du médicament voire d'accident thérapeutique. Ces observations sont partagées au niveau européen.

C'est pourquoi, le renforcement du contrôle de la publicité en faveur des antibiotiques et le développement de la publicité en faveur des vaccins, en particulier auprès des détenteurs professionnels d'animaux, sont préconisés, ce que la réglementation ne permet pas actuellement.

Un encadrement plus strict de la publicité sera opéré pour :

- renforcer les conditions de contrôle ou d'examen de la publicité par l'ANMV en rendant obligatoire la délivrance d'un avis de l'ANMV avant lancement de la campagne publicitaire ;
- assurer l'insertion obligatoire dans les documents publicitaires d'un message sanitaire du type « la prescription et la délivrance inappropriée d'antibiotiques provoquent l'apparition de résistances »

A l'inverse, les règles de communication et de publicité des laboratoires devront être redéfinies pour encadrer la publicité des vaccins auprès des éleveurs considérés comme des acteurs de la santé animale.

L'objectif est de poursuivre le contrôle systématique des publicités et des communications sur les antibiotiques déclarées à l'agence, ainsi que la veille dans la presse professionnelle et sur internet, en particulier en faveur des antibiotiques pour les animaux de rente. La veille peut être étendue à la lecture des articles publiés dans la presse professionnelle pour les détenteurs professionnels d'animaux et pouvant constituer une publicité déguisée.

Une évolution de la réglementation sera nécessaire afin de renforcer le contrôle des publicités pour les antibiotiques et d'encadrer les publicités à l'attention des éleveurs d'animaux de rente.

Au niveau européen, dans le cadre des travaux sur la réforme du code communautaire relatif au médicament vétérinaire, la France sera force de proposition pour renforcer le cadre réglementaire européen relatif à la publicité des antibiotiques.

1.4. Moyens nécessaires à la mise en œuvre

Consultation juridique et des industriels du médicament vétérinaire

1.5. Estimation des besoins de financement

Renforcement des ressources humaines pour le contrôle de l'information et de la publicité : actuellement ½ ETP, à terme 1 ETP sera nécessaire.

2. Suivi et réalisation de la mesure

-Evolution de la réglementation pour encadrer les pratiques publicitaires à destination des éleveurs d'animaux de rente ;

-Évolution de la réglementation pour soumettre à autorisation toutes les communications sur les antibiotiques auprès des pharmaciens et des vétérinaires uniquement ;

-Poursuite de la publication de notes de positions (publicité en faveur des vaccins à destination des détenteurs professionnels d'animaux, publicité sur les nouveaux moyens de communication) ;

-Poursuite des actions de communication à destination des industriels du médicament vétérinaire.

PREVISIONNEL		RESULTATS		
Libellé des actions à conduire, chantiers-étapes, indicateurs	Date prévisionnelle d'atteinte (mois année)	Résultats obtenus, bilan quantitatif	Date d'atteinte du résultat	Commentaires, jugement qualitatif
Mise en consultation du projet de décret modifiant la partie réglementaire du CSP				
Adoption d'un décret Résultat attendu : Publication du décret	6 mois (Janvier 2013)			
Notes de position pour les industriels	continu			
Modifier le code communautaire relatif au médicament vétérinaire	2014			