

COMMENT PROTEGER LES PATIENTS CONTRE UN MARKETING TROMPEUR ? CONSEILS POUR LES DERMATOLOGUES

De nombreux produits de consommation (lessives, produits cosmétiques, etc.) affichent au grand public des mentions sans valeur scientifique mais visant à faire croire le contraire au consommateur, telles que « *recommandé par des dermatologues* », etc.

Une telle référence aux dermatologues n'est acceptable que **si la recommandation est étayée par une ou des études scientifiques sérieuses pouvant la justifier**, ce qui n'est le plus souvent pas le cas.

La SFD souhaite mettre en place des outils pour lutter contre ce **marketing trompeur** qui peut exercer une influence sur les consommateurs et avoir un impact négatif sur l'image de la SFD et des dermatologues.

La SFD s'attache à mettre en œuvre des actions de communication visant à informer le grand public sur les pratiques commerciales déloyales des entreprises commercialisant les produits comportant des mentions trompeuses. Le site grand public Dermato-Info (XXX site internet) de la SFD se veut répondre aux interrogations du public sur la santé de la peau et les maladies dermatologiques.

La SFD se dote d'une cellule de veille visant à repérer les dérives et à y répondre de manière rapide et appropriée par le biais d'experts.

Par le rappel énoncé ci-dessous des textes de loi applicables, la SFD entend ainsi aider les dermatologues qui y seraient confrontés à guider leur réponse en cas de sollicitations émanant d'industriels ou de publicitaires.

1. Publicité et communication

Un dermatologue ne peut en aucun cas associer sa qualité de médecin à des campagnes publicitaires vantant les qualités de produits sur le plan dermatologique sans qu'une étude scientifique sérieuse ne permette de le justifier. Le simple fait de mentionner « *recommandé par un/des dermatologue(s)* » entre dans ce cadre.

Lorsqu'il s'exprime **publiquement** pour recommander un produit au public, un dermatologue ne doit faire état de sa qualité de médecin que si des données scientifiques validées par la communauté scientifique le lui permettent. En toute hypothèse, il doit faire preuve de prudence et se garder de toute attitude publicitaire.

Rappel des textes de loi applicables :

Article [R. 4127-13](#) du code de la santé publique : « *Lorsque le médecin participe à une action d'information du public à caractère éducatif, scientifique ou sanitaire, quel qu'en soit le moyen de diffusion, il ne fait état que de données confirmées, fait preuve de prudence et a le souci des*

répercussions de ses propos auprès du public. Il ne vise pas à tirer profit de son intervention dans le cadre de son activité professionnelle, ni à en faire bénéficier des organismes au sein desquels il exerce ou auxquels il prête son concours, ni à promouvoir une cause qui ne soit pas d'intérêt général »

Article [R. 4127-19](#) du code de la santé publique : « *La médecine ne doit pas être pratiquée comme un commerce* ».

Article [R. 4127-19-1](#) du code de la santé publique : « *Le médecin peut [...], par tout moyen, y compris sur un site internet, communiquer au public ou à des professionnels de santé, à des fins éducatives ou sanitaires, des informations scientifiquement étayées sur des questions relatives à sa discipline ou à des enjeux de santé publique. Il formule ces informations avec prudence et mesure, en respectant les obligations déontologiques, et se garde de présenter comme des données acquises des hypothèses non encore confirmées* ».

Article [R. 4127-20](#) du code de la santé publique : « *Le médecin doit veiller à l'usage qui est fait de son nom, de sa qualité ou de ses déclarations.*

Il ne doit pas tolérer que les organismes, publics ou privés, où il exerce ou auxquels il prête son concours utilisent à des fins commerciales son nom ou son activité professionnelle ».

En conséquence, le médecin doit s'assurer qu'il fournit une information loyale, claire et appropriée sur les éventuels produits qu'il peut être amené à recommander au grand public. (article R. 4127-13 précité).

Il convient de rappeler au grand public que l'exercice de la médecine doit demeurer non mercantile (article R. 4127-19 précité) et que les liens d'intérêt doivent être déclarés.

2. Veille et alerte

Si le dermatologue constate des dérives qui lui semblent devoir être signalées pour le bien de leurs patients voire du grand public, des signalements peuvent être effectués auprès de l'Agence nationale du médicament et des produits de santé (ANSM) – [article L. 5312-4](#) et [article R. 5312-1](#) du code de la santé publique.

Toute personne peut également faire parvenir des signalements à la DGCCRF via le site internet Signal Conso – <https://signal.conso.gouv.fr/fr>

La cellule de veille dont la SFD vient de se doter, est aussi à votre disposition pour vous accompagner ou répondre à vos questions (secretariat@sfdermato.org).

SFD - Société Française de Dermatologie
et de pathologie sexuellement transmissible
10 Cité Malesherbes
75009 Paris
secretariat@sfdermato.org