

# La pub de médicaments auprès des consommateurs

La publicité, par sa nature même, est conçue pour « vendre » un produit. Elle moussera donc les avantages et minimisera les risques.

*British Medical Journal*

*le 14 juin 2003*

Des enquêteurs du *General Accounting Office* [Bureau de la comptabilité générale] ont affirmé que certaines firmes pharmaceutiques ont inclus à plusieurs reprises de l'information trompeuse dans leur publicité, malgré les avertissements émis par les autorités de réglementation.

*New York Times*  
*12/12/02*

**La pub sur les médicaments sous ordonnance inquiète : Santé Canada jongle toujours avec l'idée.**

*Le Soleil*  
*le 3 octobre 2001*

**En 2001, les plus importantes firmes pharmaceutiques ont récolté 17 \$ en ventes pour chaque dollar investi en publicités.**

*NYT 12/12/02*

En 2000, Merck a dépensé 160,8 millions de dollars pour promouvoir le Vioxx, son médicament contre l'arthrite. Cette somme, investie pour promouvoir un seul médicament, est supérieure à celle investie par PepsiCo chaque année pour promouvoir la boisson Pepsi.

*Alternatives*

*Septembre 2002*

Une analyse des publicités diffusées dans les revues américaines, réalisée sur une période de 10 ans, révèle que 91 % des réclames n'incluaient aucune information sur les possibilités de succès d'un traitement et 71 % ne mentionnaient aucun renseignement sur les autres approches thérapeutiques.

*BMJ 13/04/02*

**Une prescription pour des profits** Pas étonnant qu'ils sautent de joie.