

La pub de médicaments auprès des consommateurs

Dans un contexte où l'industrie pharmaceutique dépense chaque année trois milliards de dollars pour promouvoir ses produits auprès des consommateurs, vous ne pouvez ouvrir une revue, regarder la télévision ou lire un journal sans vous buter à une publicité qui vante tel ou tel médicament.

Washington Post
08/09/03

Le message sous-jacent à de nombreuses publicités de médicaments diffusées à la télévision et dans les médias imprimés provoque la peur. Ces réclames pourraient tout aussi bien dire « D'accord, pour l'instant, vous êtes en bonne santé, mais dans un proche avenir, vous pourriez mourir d'une crise cardiaque, d'un cancer ou d'une fracture de la hanche ».

Health Facts
11/12/01

L'administration Bush a déclaré aux firmes pharmaceutiques aujourd'hui que nombre de techniques qu'elles utilisent pour vendre leurs médicaments risquent grandement d'enfreindre les lois fédérales sur les fraudes et les abus.

NYT 28/04/03

Chaque année, au moins 8,5 millions d'Américains demandent et obtiennent des ordonnances pour des médicaments spécifiques, après avoir été exposés à des publicités portant sur ces produits.

New York Times
04/12/02

En 1991, l'industrie pharmaceutique américaine a dépensé 100 millions \$ en publicité directe aux consommateurs; l'an dernier c'était 2,5 MM\$! Les compagnies ne font pas de la pub par charité!

Le Soleil
le 3 octobre 2001

La publicité vise à vendre un produit. Elle le présentera donc toujours de façon attrayante. Elle ne dira jamais aux consommateurs qu'ils n'ont pas vraiment besoin de consommer le produit en question ou qu'ils peuvent recouvrer la santé sans y avoir recours. Elle ne dira jamais que les produits d'un concurrent sont supérieurs.

Women's Health Journal
Mars 2001

Une prescription pour des profits

Les pubs ne remplacent pas l'éducation.