Publicité déguisée : un article sur un médicament contre la migraine interdit par la justice suisse

Compte Test - 2025-05-05 06:02:01 - Vu sur pharmacie.ma

Le Tribunal administratif fédéral suisse a confirmé l'interdiction d'un article de presse portant sur un médicament contre la migraine, jugeant qu'il violait la loi sur l'interdiction de publicité pour les médicaments soumis à prescription. Cette décision fait suite à une plainte déposée contre un éditeur suisse par Swissmedic, l'autorité de surveillance des produits thérapeutiques. L'article incriminé relatait l'expérience personnelle d'une journaliste migraineuse, évoquant notamment un nouveau traitement décrit comme une «révolution». L'article mentionnait également le nom commercial du médicament, son principe actif et l'entreprise pharmaceutique détentrice de l'autorisation de mise sur le marché. Pour Swissmedic, ce contenu allait au-delà de l'information sanitaire et relevait de la promotion dissimulée, ce qui est strictement interdit par la législation suisse. En conséquence, l'agence a exigé le retrait de l'article en ligne, décision contestée par l'éditeur devant la justice. Le tribunal de Saint-Gall a estimé que l'article donnait une impression globale de publicité, en valorisant un produit précis tout en passant sous silence les risques et effets secondaires. De plus, l'approche personnelle de la journaliste traduisait une préférence subjective, susceptible d'influencer les choix des patients. La cour a rappelé que seules des informations générales sur la santé ou les maladies, sans allusion à un médicament spécifique, sont autorisées dans les médias à destination du grand public. L'article, selon les juges, manquait d'objectivité, de nuance et de rigueur scientifique, et enfreignait ainsi l'interdiction stricte de promotion des médicaments sur ordonnance.

L'arrêt peut encore faire l'objet d'un recours devant le Tribunal fédéral, mais il réaffirme fermement la frontière entre information médicale et communication commerciale, et la nécessité de protéger les patients contre toute influence publicitaire indirecte.