

Publicité : Novo Nordisk et Lilly sanctionnés par l'ANSM

Compte Test - 2026-05-13 18:25:42 - Vu sur pharmacie.ma

L'Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé (ANSM-France), vient de lancer un signal particulièrement fort à l'industrie pharmaceutique. L'autorité française a décidé de sanctionner les laboratoires Novo Nordisk et Lilly pour des campagnes de communication autour du surpoids et de l'obésité, jugées assimilables à de la publicité illégale pour des médicaments soumis à prescription médicale obligatoire. Trois sanctions financières ont ainsi été prononcées le 29 avril 2026 puis rendues publiques quelques jours plus tard. Deux concernent Novo Nordisk, fabricant du Wegovy et du Saxenda, tandis que la troisième vise Lilly France, qui commercialise la gamme Mounjaro. Au total, plusieurs millions d'euros d'amendes ont été infligés pour ce que l'autorité française considère comme des pratiques trompeuses susceptibles d'encourager un mésusage de ces traitements très médiatisés. Dans le viseur de l'autorité sanitaire figure notamment le site internet «Au-delà du poids» ainsi que plusieurs campagnes d'affichage et de communication diffusées entre juillet et octobre 2025 dans le métro parisien et sur les réseaux sociaux. Selon l'ANSM, ces messages ont été diffusés dans un contexte particulièrement sensible marqué par un engouement massif pour les analogues du GLP-1 et par des usages détournés de ces médicaments à des fins purement esthétiques. Le laboratoire Novo Nordisk est accusé d'avoir laissé entendre que toute personne souhaitant perdre quelques kilos pouvait potentiellement bénéficier d'un traitement médicamenteux contre l'obésité. Or, rappelle l'ANSM, le Wegovy est indiqué uniquement en seconde intention chez des patients présentant une obésité caractérisée ou un surpoids associé à des comorbidités. Sa prescription ne peut en aucun cas être banalisée. L'agence souligne également qu'en France, la publicité destinée au grand public est strictement interdite pour les médicaments soumis à prescription obligatoire. Considérant que les campagnes concernées contrevenaient à cette réglementation, l'ANSM a infligé une amende de 783 838 euros pour le Wegovy et une seconde sanction d'un million d'euros concernant le Saxenda. Le laboratoire Lilly n'a pas échappé aux sanctions. Sa campagne intitulée «L'obésité, c'est un truc de malade», diffusée en 2025 dans plusieurs grandes villes françaises, dans la presse et sur les réseaux sociaux, a également été jugée problématique. L'ANSM estime qu'elle présentait Mounjaro comme une réponse incontournable à la prise de poids, alors que ces traitements ne doivent être prescrits qu'en seconde intention et sous contrôle médical. Une sanction de plus de 108 000 euros a donc été prononcée contre Lilly France. Face à ces décisions, les deux laboratoires contestent les critiques de l'autorité sanitaire. Novo Nordisk affirme que ses campagnes relevaient de la sensibilisation et de la prévention, tandis que Lilly estime avoir respecté le cadre applicable aux communications en santé humaine. Cette affaire illustre toutefois la vigilance croissante des autorités face à la promotion indirecte des nouveaux traitements anti-obésité, devenus en quelques années un enjeu majeur de santé publique et de régulation.