Proposition de loi visant à lutter contre les arnaques et les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux : la Fédération prend position

Les abus dans le domaine du marketing d'influence se présentent comme de plus en plus nombreux et sont malheureusement bien connus des patients que représente la Fédération Française des Diabétiques : promotion de remèdes miracle contre le diabète, de traitements anti-diabétiques dans le cadre d'une perte de poids ou encore de dispositifs médicaux pour une utilisation « life style »…La liste est longue.

Alors que les députés viennent de débuter l'examen de la proposition de loi visant à lutter contre les arnaques et les dérives des « influenceurs » sur les réseaux sociaux, la Fédération Française des Diabétiques prend position contre ces intempérances et soutient cette proposition de loi portée par les députés Stéphane Vojetta et Arthur Delaporte.

La Fédération rappelle ses revendications et demande leur mise en application sans plus attendre

- se positionne en faveur du respect strict de la réglementation sur la promotion de tous produits médicaux, pharmaceutiques et dispositifs médicaux sur les réseaux sociaux,
- demande à ce que soit précisé le cadre réglementaire applicable à l'information et à la communication relatives aux produits de santé par les non-professionnels de santé, notamment pour ce qui concerne la sécurité,
- demande à ce que soit intensifiée la lutte contre ces publicités mensongères, en renforçant le rôle de contrôle des instances de santé comme l'Agence Nationale de Sécurité du Médicament (ANSM) et des instances de régulation de l'audiovisuel telles que l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM),
- demande à ce que soient suspendus les comptes sur les réseaux sociaux des « influenceurs » faisant la promotion d'une utilisation « out-label » des traitements ou dispositifs médicaux et dans les cas plus grave une poursuite systématique pour pratique médicale ou pharmaceutique illégale,
- demande à intégrer dans le code de la consommation (partie pratiques commerciales trompeuses) les cas de responsabilité civile et pénale des « influenceurs » y ayant recours,
- demande à ce que soient simplifiées sur internet les démarches de signalement de pratiques commerciales trompeuses,
- demande à ce que les programmes scolaires incluent des modules de décryptage des informations.

Pour la Fédération Française des Diabétiques, il est essentiel que le gouvernement agisse contre ces dérives et, ainsi, en faveur de la santé et de la sécurité collective.

Ces mésusages sont de véritables fléaux potentiellement dangereux pour tous et la liste de ces dérives ne cesse de s'allonger. Quelques exemples significatifs :

- Promotion de l'anti-diabétique à des fins de perte de poids rendant la demande supérieure à l'offre et entrainant des tensions d'approvisionnement d'Ozempic,
- Promotion de remèdes miracle contre le diabète mettant en danger la santé des patients délaissant leurs traitements pour ces préparations maison non validées,
- Présentation de capteurs de glucose en continu comme outils « life style », décrédibilisant les patients atteints de diabète pour qui ces dispositifs médicaux sont prescrits dans le cadre d'un traitement,
- Installation d'une médecine parallèle couteuse promue par des stratégies de vente cherchant à provoquer une réponse émotionnelle (notamment grâce à la peur),

- Promotion de dérives thérapeutiques à tendance « sectaires » essayant de faire adhérer le patient à des croyance, à un nouveau mode de pensée par des « pseudo-praticiens » prétextant l’inutilité des traitements conventionnels.