

## 15 février 2013 – La santé et les médias conférence débat avec Marc Gombeaud co-fondateur et directeur de l'agence *Destination Santé*



### « *Les médias et la santé : une relation à sens unique* »

C'est l'entrée en matière de Marc Gombeaud lors de sa conférence du 15 février.

La relation à sens unique entre les médias et la santé : lorsqu'un sujet relatif à la santé est abordé, la diffusion des journaux augmente de 30 %. Toutes les affaires relatives à la santé provoquent un buzz, un emballement dans l'ensemble des médias.

La relation politique et économique est également singulière, avec des sujets qui prennent parfois une dimension insoupçonnée, comme par exemple le vaccin H1N1. En matière d'hépatite B et de sclérose en plaque, l'action des médias dissuadant la pratique de vaccins, peut indirectement accroître le nombre des cancers. Autre exemple, Kano au Nigérian où sous diverses pressions, le vaccin contre la poliomyélite a été interdit avec les conséquences que l'on imagine. La campagne contre la pilule Diane – qui en 25 ans n'est à l'origine que de 4 décès – est un autre exemple de la disproportion entre la réalité d'un dossier et l'emballement médiatique qui influence – souvent – les décisions politiques. Pour que les choses soient bien mises en perspective, il rappelle que l'espérance de vie en France a progressé de 35 ans en l'espace de 50 ans !

L'exemple du Médiator est largement évoqué, avec 80 % d'utilisation qui s'est faite hors des conditions réelles d'application. Etant également observé, que Servier aurait dû être alerté par la forte vente du Médiator qui était sans proportion avec la cible visée. Marc Gombeaud évoque également le cas de la Suède qui en lien avec l'accident de Tchernobyl a abattu 800 000 rennes...



Evoquant sa pratique journalistique et la déontologie qu'il applique « *D'abord je m'engage à ne pas nuire* ». De même, ne pas pratiquer d'humour déplacé. Par ailleurs, il n'y a pas de médecin dans le staff de l'agence.

Sur le plan général de la presse, et de l'agence qu'il dirige ainsi qu'à la lumière de ses responsabilités de président du syndicat des agences de presse d'information générale,

Marc Gombeaud, souligne plusieurs évolutions. D'une part, en raison de la multiplication des supports « *Les médias deviennent des marques et les marques des médias* ». D'autre part la crise de la presse quotidienne écrite est réelle « *Dans 60 départements, Le Monde et Le Figaro vendent moins de 1500 exemplaires par jour. Peut-on encore parler de quotidiens nationaux ?* ».

Il souligne également la diffusion mondiale d'une agence comme Destination Santé, qui par exemple diffuse en arabe depuis plus de 10 ans.

