

PUBLIÉ LE 04/05/2026

# Décision du 29/04/2026 portant sanction financière à l'encontre de la société Novo Nordisk

## MESURES ADMINISTRATIVES - SANCTIONS FINANCIÈRES

**La directrice générale de l'Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé (ANSM)**  
;

**Vu** le code de la santé publique (CSP), et notamment les articles L. 5122-1, L. 5122-6, L.5311-1, L.5312-4-1, L.5422-18, L.5471-1 (dans sa rédaction antérieure à la loi n°2025-199 du 28 février 2025 de financement pour la sécurité sociale pour 2025), R.5122-5 et R.5312-2 ;

**Vu** les lignes directrices relatives à la détermination des sanctions financières du 8 août 2022 publiées sur le site internet de l'ANSM ([www.ansm.sante.fr](http://www.ansm.sante.fr)) ;

**Vu** le point d'information intitulé « Analogues du GLP-1 indiqués dans le traitement de l'obésité : l'ANSM fait évoluer leurs conditions de prescription et de délivrance » publié sur le site internet de l'ANSM le 20 juin 2025 ;

**Vu** le point d'information intitulé « Analogues du GLP-1 : point sur la surveillance des effets indésirables graves et mésusage » publié sur le site internet de l'ANSM le 5 juillet 2025 ;

**Vu** le site internet ayant pour nom de domaine [www.audeladupoids.fr](http://www.audeladupoids.fr) ;

**Vu** la mise en demeure de cessation de diffusion accompagnée d'un projet de sanction financière adressée à la société Novo Nordisk le 16 février 2026 ;

**Vu** les observations orales et écrites respectivement présentées les 27 et 31 mars 2026 ;

**Considérant** en premier lieu que dans un contexte global de mésusage de la classe des analogues du GLP-1, la société Novo Nordisk, quelques mois avant la période estivale 2025, a diffusé auprès du grand public par voie d'affichage, notamment dans les couloirs du métro parisien, une campagne intitulée « J'ai décidé d'agir pour moi & pour ma santé », dédiée à la pathologie de l'obésité ;

**Considérant** que sur ces affichages, le slogan « J'ai décidé d'agir pour moi & pour ma santé » est mis en exergue avec en arrière-plan une image mettant en scène des personnes en surpoids, retrouvant le sourire à l'idée « d'agir » ;

**Considérant** également, que depuis le mois d'octobre 2025, la société Novo Nordisk diffuse deux nouveaux supports auprès du grand public ;

**Considérant** qu'est tout d'abord diffusé un post sur les réseaux sociaux mettant en exergue le slogan « Plus d'efforts, moins de résultats ? La ménopause change la donne. Votre gynécologue peut vous accompagner » avec en arrière-plan une image mettant en scène une femme, entrant dans la ménopause ;

**Considérant** que sont également diffusées des vidéos sur les réseaux sociaux intitulées « changer de regard, c'est déjà avancer » et « Obésité ? Surpoids ? RDV sur [audeladupoids.fr](http://audeladupoids.fr) », mettant en scène une femme d'une quarantaine d'années ayant été en surpoids, précisant au grand public comment elle a décidé d'agir, notamment en évoquant le sujet avec son médecin ;

**Considérant** que ces supports invitent le grand public, en surpoids, à en parler à son médecin pour évoquer les solutions qui existent et renvoient le grand public vers le site internet [www.audeladupoids.fr](http://www.audeladupoids.fr) susvisé ;

**Considérant** en deuxième lieu, d'une part, que ces trois campagnes ont été diffusées notamment par voie d'affichage, pour celle diffusée notamment dans le métro parisien en marge de la période estivale 2025, et sur les réseaux sociaux, pour celles diffusées depuis octobre 2025 ; qu'en conséquence, au regard de leur contexte et de leurs modalités de diffusion, ces campagnes étaient accessibles du grand public, sans que ce dernier ait à effectuer

une quelconque démarche active ;

**Considérant** que les trois supports précités sont diffusés par la société Novo Nordisk, titulaire de l'autorisation de mise sur le marché du médicament Wegovy, indiqué dans le traitement de l'obésité, dans un contexte global de mésusage de la classe des analogues de GLP-1, fortement médiatisé, et faisant l'objet de nombreuses communications des autorités de santé ;

**Considérant** enfin que la campagne par voie d'affichage a été diffusée dans le métro parisien en parallèle de l'élargissement des conditions de prescription et de délivrance des analogues du GLP-1 indiqués dans le traitement de l'obésité ;

**Considérant**, d'autre part, que le sujet et la pathologie visés par ces trois supports, l'obésité et la perte de poids, font l'objet d'un fort ancrage sociétal et d'une médiatisation importante (unes de magazine, émissions de télévision, publicité pour des « produits/régimes minceurs »...), notamment dans les mois qui précèdent la période estivale ;

**Considérant** en effet, que la perte de poids est intrinsèquement liée à un état de bien-être physique et une meilleure qualité de vie ; qu'aussi, en raison de ce fort ancrage sociétal, toute communication sur cette notion, même lorsque les traitements médicamenteux ne sont pas évoqués, est susceptible de trouver un écho auprès d'une grande partie de la population ;

**Considérant** donc qu'en raison tant du mésusage important de cette classe thérapeutique qui fait l'objet d'une publicité importante (communication des autorités de santé et fort relai médiatique) que de la pathologie visée, le grand public est fortement susceptible de faire le lien entre, d'une part, les trois communications précitées et d'autre part, une spécialité indiquée dans le traitement de l'obésité et du surpoids, commercialisée par le laboratoire - émetteur, telle que Wegovy ;

**Considérant** que les trois supports précités, diffusés par un laboratoire commercialisant des médicaments indiqués pour le traitement de cette pathologie, sont donc de nature à induire en erreur le grand public, en laissant penser à toute personne estimant qu'elle a des kilos à perdre, nonobstant son poids et son indice de masse corporelle (IMC), qu'elle pourrait se voir prescrire une spécialité indiquée dans le traitement de l'obésité ;

**Considérant** ainsi, que les supports précités diffusés par le laboratoire Novo Nordisk sont de nature à présenter la spécialité Wegovy comme une solution offerte à des personnes présentant une obésité ou un surpoids, pour perdre du poids et maintenir leur poids, alors même que ce type de médicament ne peut être prescrit qu'en seconde intention ;

**Considérant** que ces supports, tendent donc à inciter le grand public, nonobstant son poids et son indice de masse corporelle (IMC), à utiliser le médicament Wegovy ;

**Considérant** que les supports précités répondent à la définition de la publicité en faveur de la spécialité Wegovy, telle que définie à l'article L. 5122-1 du CSP ;

**Considérant** en troisième lieu, qu'il ressort des dispositions de l'article L. 5122-6 du CSP que seuls les médicaments non soumis à prescription peuvent faire l'objet d'une promotion auprès du grand public ;

**Considérant** que le médicament Wegovy est soumis à prescription médicale obligatoire, ce qui rend sa promotion auprès du public par définition interdite ;

**Considérant** que dans ce cadre, la société Novo Nordisk a promu auprès du grand public le médicament Wegovy indiqué pour la perte de poids et le maintien du poids chez des personnes présentant une obésité ou un surpoids ;

**Considérant** qu'ainsi ces pages promotionnelles en faveur du médicament précité ont été diffusées en méconnaissance des dispositions de l'article L.5122-6 précité ;

**Considérant** qu'aux termes du 4° de l'article L. 5422-18 du CSP, constitue un manquement, pouvant faire l'objet d'une sanction financière prononcée par l'ANSM à l'encontre de son auteur, le fait de diffuser « *toute publicité au sens de l'article L. 5122-1 effectuée auprès du public pour un médicament soumis à prescription médicale* » ;

**Considérant** qu'au vu de ce qui précède, constitue un manquement passible de sanction financière, la diffusion de publicités par la société Novo Nordisk auprès du grand public en faveur de son médicament Wegovy ;

**Considérant** qu'il ressort du III de l'article L.5471-1 précité, que le montant de la sanction prononcée pour le manquement mentionné au 4° de l'article L.5422-18, dont relève la diffusion auprès du grand public d'une publicité en faveur d'un médicament soumis à prescription médicale, ne peut être supérieur à 30% du chiffre d'affaires réalisé lors du dernier exercice clos pour le produit ou le groupe de produits concerné, dans la limite d'un million d'euro, pour une

personne morale ;

**Considérant** qu'en application des lignes directrices relatives à la détermination des sanctions financières du 8 août 2022, ce chiffre d'affaires s'entend comme le chiffre d'affaires hors taxe réalisé en France ;

**Considérant** que la société Novo Nordisk a réalisé en France, lors du dernier exercice clos pour le 31 décembre 2024, pour son médicament Wegovy, un chiffre d'affaires hors taxes de 10 451 176 euros ;

**Considérant** qu'en application des critères de pondération applicables aux manquements à la réglementation des médicaments fixés en annexe 1 des lignes directrices précitées, la diffusion d'une publicité auprès du grand public en faveur d'une spécialité soumise à prescription médicale, constitue un manquement de type 3 ;

**Considérant** que dans les circonstances de l'espèce, il y a lieu de tenir compte, au titre des circonstances atténuantes, de la diligence de la société Novo Nordisk à faire cesser le manquement, celle-ci ayant promptement cessé la diffusion des supports litigieux, à réception de la mise en demeure susvisée ;

**Considérant** que pour l'ensemble de ce qui précède, il y a lieu d'infliger à la société Novo Nordisk une sanction financière de 783 838,20 euros, liquidée selon les modalités annexées à la présente décision ;

### **Décide**

**Article 1<sup>er</sup>** : Il est établi que la société Novo Nordisk a enfreint les dispositions de l'article L. 5122-6 du CSP.

**Article 2** : Une sanction financière de 783 838,20 euros, liquidée selon les modalités fixées en annexe, est infligée à la société Novo Nordisk.

**Article 3** : La présente décision est publiée sur le site internet de l'ANSM pendant une durée d'un mois.

Fait le 29/04/2026

Catherine Paugam-Burtz  
Directrice générale de l'ANSM