

QUAND LA PUB INFLUENCE L'ARTICLE RÉDACTIONNEL

L'hebdomadaire **TELE 7 JOURS**, « l'hebdo le plus lu de France, » publie régulièrement des articles « santé. »

Le thème évoqué dans le programme du 19 au 25 avril 2025 concerne le transit intestinal. Il interpelle le lecteur par son titre « Quand l'intestin passe au rouge. »

L'article mentionne également trois titres d'ouvrages pour en savoir plus, tous édités chez **LAROUSSE**.

Face à l'article, co-existe une page publicitaire pour **SYMBIOSYS ALFLOREXT+** (de la société **BIOCODEX**), complément alimentaire permettant de « retrouver le confort digestif et l'équilibre de la flore intestinale. » Un argument statistique précise que 85 % des personnes déclarent « se sentir mieux » avec **ALFLOREXT+**, » formulation pour le moins évasive. Ce chiffre ressort d'une étude Potloc de 2023 auprès de « 600 répondants. »

De toute évidence, le positionnement de l'article santé en face de la page publicitaire n'est pas le fruit du hasard. L'article thématique vient bien renforcer l'impact du produit présenté dans la prose commerciale et accroît logiquement les recettes publicitaires du magazine.



INFO-ALERTE est une mise en garde hebdomadaire diffusée par le Réseau anti-arnaques, association partenaire de l'UFC-Que Choisir, BP 40179, 79205 PARTHENAY cedex (contact@arnaques-infos.org).

SIRET : 503 805 657 00049

Reproduction autorisée sous réserve de mentionner l'origine.

Directeur de la publication : **Pascal TONNERRE** (president@arnaques-infos.org)