"Programmes d'aide à l'observance" des firmes pharmaceutiques : non merci !

Fidéliser le client est le rêve de quiconque fait profession de vendre (a). Les grandes firmes pharmaceutiques en rêvent aussi, dans leur puissant mouvement de banalisation de la consommation pharmaceutique et de marchandisation des médicaments. Car elles savent qu'il est bien moins coûteux de fidéliser un client que d'en trouver un nouveau : six fois moins coûteux, selon certaines études. Et elles estiment qu'elles perdent chaque année 30 milliards de dollars de ventes (sur 600 milliards de ventes mondiales), parce que des patients interrompent leur traitement (1).

Depuis quelques années, les firmes pharmaceutiques ont investi dans la fidélisation de leurs "clients", les patients, sous prétexte de les aider à bien suivre leurs traitements chroniques. L'"observance" des traitements, le fait que le patient suive les recommandations des professionnels de santé qui l'ont conseillé (médecin et pharmacien), a ses bons et ses mauvais côtés. Il est dommage parfois que le patient interrompe son traitement trop tôt. Parfois, le patient a bien raison de l'interrompre en raison d'effets indésirables trop importants, par exemple, ou parce que le traitement est inefficace. En tout état de cause, la poursuite ou non du traitement, médicamenteux ou non, est une affaire délicate, à discuter entre patient et professionnels de santé.

L'intrusion des firmes pharmaceutiques dans l'"accompagnement" des patients à bien suivre leur traitement a commencé aux États-Unis d'Amérique, où la marchandisation des médicaments est plus avancée qu'en Europe. Là-bas le prix des médicaments est libre, les firmes peuvent faire de la promotion auprès du public pour des médicaments de prescription, et les "programmes d'aide à l'observance", forme sophistiquée de cette publicité, se multiplient.

Ces programmes arrivent en France, par la petite porte.

Les députés français doivent bientôt se prononcer sur un projet de loi "d'adaptation au droit communautaire dans le domaine du médicament". Son article 29-10 prévoit d'autoriser le gouvernement à légaliser les "actions d'accompagnement des patients soumis à des traitements médicamenteux, conduites par les établissements pharmaceutiques" par voie d'ordonnance, et donc sans possibilité pour le Parlement d'en débattre. Et alors même que ces programmes s'apparentent à de la publicité grand public pour médicaments de prescription, publicité qui est précisément interdite en Europe par le droit communautaire ! (2,3,4).

Ce projet d'ordonnance prévoit que les firmes pourront mettre en place des « *dispositifs individualisés (relance téléphonique, numéro vert, éducation personnalisée pour les patients, envoi d'infirmiers à domicile, etc.)* » (5). Ainsi la boucle serait bien bouclée dans un monde organisé par les firmes pharmaceutiques : forte implication dans la "formation" initiale et continue des professionnels et dans l'"information" des patients, influences déterminantes dans le processus d'autorisation de mise sur le marché des médicaments, et, pour clore le dispositif, contrôle au lit du malade qu'il a bien pris toutes ses gélules, et qu'il atteint bien son quota de consommation…

Il est temps de mettre un terme à cette dérive dangereuse. L'un des principaux constats d'un rapport sénatorial récent sur le médicament était l'omniprésence des conflits d'intérêts et la confusion des genres qui sévit dans le monde médico-pharmaceutique (6). Avec ces "programmes d'aide à l'observance", la confusion des genres serait totale ; car comment imaginer qu'une firme, juge et partie, soit en mesure d'expliquer à un patient qu'il devrait mieux arrêter son traitement, ou en changer pour prendre un traitement d'une firme concurrente ?

Les patients que nous sommes tous ont besoin que les parlementaires débattent sur le fond du sujet ; et commencent par refuser d'en être dessaisis par voie d'ordonnance.

©La revue Prescrire

a- Une version proche de ce texte a été publiée par le journal Le Monde daté du 28 septembre 2006, sous le titre "Big pharma nous surveille".

Extraits de la veille documentaire Prescrire.
1- "Patient compliance is a 30 billion complaint". Site internet http://www.bioportfolio.com consulté le 25 septembre 2006 : 4 pages.
2- Prescrire Rédaction "Alerte citoyenne" *Rev Prescrire* 2006 ; **26** (271) : 241.
3- Prescrire Rédaction "Transposition de la Directive 2004/27/CE sur le médicament : danger !" *Rev Prescrire* 2006 ; **26** (271) : 257.
4- Prescrire Rédaction "Programme des firmes pharmaceutiques d'"aide à l'observance" : l'imposture" *Rev Prescrire* 2006 ; **26** (271) : 300.
5- "Ordonnance : rapport au Président de la République". Site internet http://www.prescrire.org consulté le 25 septembre 2006 : 9 pages.
6- Hermange MT et Payet AM "Rapport d'information fait au nom de la commission des affaires sociales sur les conditions de mise sur le marché et de suivi des médicaments" Sénat 2006 : 105 pages.

Appel à signalement

Les "programmes d'aide à l'observance" des firmes pharmaceutiques, en réalité des programmes de fidélisation des patients-clients, existent déjà dans certains pays et, malgré l'interdiction de toute publicité directe auprès du public pour les médicaments de prescription, ils se développent insidieusement en France par l'intermédiaire de professionnels de santé ou d'associations de patients.

Si vous avez connaissance de tels programmes ou de programmes qui s'en rapprochent, et qui vous paraissent particulièrement critiquables (par leurs aspects sanitaires ou commerciaux), merci de nous en faire part, et de nous communiquer tout document disponible. Certains lecteurs ont commencé à le faire. Vos contributions permettront à la Rédaction de revenir sur ce sujet préoccupant (a).

©LRP

a- Adressez votre correspondance à : La revue Prescrire "Influences - Cheval de Troie de l'observance", 83 bd Voltaire 75558 Paris cedex 11.

Téléchargé sur prescrire.org le 26/04/2024
Copyright(c)Prescrire. Usage personnel exclusivement