

MOUVEMENT POUR UN  
RÉGIME PUBLIC ET UNIVERSEL  
D'ASSURANCE MÉDICAMENTS

# La pièce manquante.



## 6 Limiter le pouvoir de l'industrie pharmaceutique

Les entreprises pharmaceutiques sont très puissantes et trop influentes. Les divers gouvernements, tant fédéral que provincial, leur ont laissé le champ libre depuis trop longtemps. Cela entraîne plusieurs problèmes bien documentés :

- remboursement de médicaments trop chers;
- gaspillage de fonds publics;
- mauvaises habitudes de prescriptions;
- surmédicalisation;
- décès.

Il est urgent de rééquilibrer le rapport de force pour l'intérêt collectif et la pérennité de nos services publics de santé. Plusieurs gestes peuvent être posés. À nous de l'exiger.



## 1 Assurer l'indépendance de Santé Canada

Le gouvernement fédéral devrait assurer l'indépendance totale de Santé Canada en assurant son financement exclusif par le Trésor public :

- Santé Canada doit accroître son contrôle sur l'évaluation des nouveaux médicaments et appliquer, sans compromis, le principe de précaution. Les entreprises qui financent et conçoivent elles-mêmes les études cliniques visant à démontrer l'efficacité et l'innocuité de leurs produits ne sont pas toujours objectives. Les analyses biaisées et la manipulation de données afin d'obtenir les résultats souhaités font régulièrement la une de l'actualité.
- Pour atteindre cet objectif, il faut abolir la part de financement de Santé Canada provenant de l'industrie, rehausser le budget de ce ministère et renforcer son contrôle sur les études cliniques.

## 2 Interdire la publicité sur les médicaments

Des sommes phénoménales sont dépensées en publicité de toutes sortes pour faire connaître les produits pharmaceutiques auprès des médecins, ainsi que des patientes et patients :

- Dans la majorité des pays développés (sauf les États-Unis et la Nouvelle-Zélande), les entreprises pharmaceutiques n'ont pas le droit de diffuser des messages publicitaires aux consommatrices et consommateurs.
- Au Canada, bien qu'elle soit censée être illégale, la publicité directe est permise à deux conditions : elle ne doit pas mentionner le nom du produit ni la maladie qu'il traite.
- Cette publicité directe entraîne plusieurs effets négatifs (hausse de la demande et prescriptions moins appropriées, utilisation de médicaments dont le rapport coût/efficacité est plus faible) et comporte des risques pour la santé.

Santé Canada doit reprendre son rôle de chien de garde. Toute forme de publicité sur les médicaments doit être interdite pour des raisons de santé publique et de croissance phénoménale des dépenses pour les médicaments prescrits.

## 3 Mieux encadrer les relations de l'industrie avec les médecins

L'industrie consacre d'importants moyens pour inciter les médecins à prescrire leurs produits :

- espaces publicitaires achetés dans les revues médicales;
- visites promotionnelles régulières des représentantes et représentants pharmaceutiques;
- activités de formation continue financées par l'industrie, etc.

Or, les entreprises pharmaceutiques ne devraient pas :

- avoir le droit de rencontrer les médecins : l'information fournie est la plupart du temps biaisée, partielle et incomplète;
- avoir accès aux bases de données sur les habitudes de prescription;
- être autorisées à financer les activités en lien avec le travail des médecins (formation continue, dîners, conférences, etc.).

L'État doit mieux réglementer et surveiller les relations entre les médecins et l'industrie afin de limiter les conflits d'intérêts et de s'assurer que l'information transmise aux médecins est basée sur les meilleures preuves scientifiques.

## 4 Assurer l'autonomie professionnelle des pharmaciennes et pharmaciens

Au Québec, seuls les pharmaciennes et pharmaciens peuvent être propriétaires d'une pharmacie. Cette indépendance professionnelle assure aux consommatrices et consommateurs, en principe, qu'ils répondent personnellement de leurs actes et de leurs décisions devant l'Ordre des pharmaciens du Québec, qui a pour mandat la protection du public.

Or, ces professionnelles et professionnels entretiennent des liens commerciaux avec des entreprises privées (bannières, chaînes, franchiseurs, grossistes).

La moitié des pharmaciennes et pharmaciens se disent limités dans le choix des médicaments génériques qu'ils prescrivent et 13 % d'entre eux affirment « avoir subi des pressions indues, du chantage ou des menaces pour vendre les médicaments d'une entreprise plutôt que ceux d'une autre<sup>2</sup> ».

Bref, ces derniers sont de moins en moins libres dans certains aspects de leurs décisions professionnelles. Le gouvernement doit agir rapidement pour limiter les pouvoirs des bannières, des chaînes et des grossistes par rapport aux pharmaciennes et pharmaciens.

### Une importante étude publiée en 2016 révèle que parmi les 100 plus grosses firmes pharmaceutiques :

- 89 ont dépensé davantage en marketing qu'en recherche;
- 68 % des dépenses en marketing s'adressaient directement aux médecins.

*The Priorization of Marketing and Sales in the Pharmaceutical Industry :*

<https://bit.ly/2YRE8dW>

### Certaines sociétés biopharmaceutiques génèrent annuellement des milliards de chiffre d'affaires et ont des marges bénéficiaires<sup>3</sup> exceptionnelles comprises entre 20 % et 50 %.

*Top 8 des sociétés biopharmaceutiques les plus rentables :*

<https://bit.ly/2TWInGa>

<sup>1</sup> MINTZES, Barbara, et autres (2013). "Pharmaceutical Sales Representatives and Patient Safety: A Comparative Prospective Study of Information Quality in Canada, France and the United States", *Journal of General Internal Medicine*, vol. 28, no 10.

<sup>2</sup> LEMAY, Éric Yvan (2015) « Des pharmaciens admettent ne pas choisir des médicaments », *Le Journal de Montréal*, [En ligne] (25 juin). [journaldemontreal.com/2015/06/25/des-pharmaciens-admettent-ne-pas-choisir-des-medicaments].

<sup>3</sup> Bénéfice net / chiffre d'affaires.