



Dossier de presse pour le 13 février 2006

Campagne d'information en faveur des médicaments génériques
« Même qualité à moindre prix »

Par rapport à ses pays voisins le Luxembourg fait exception et se caractérise par une quasi-absence des génériques dans le volume total des dépenses en médicaments. Si en moyenne la prescription de génériques calculée en chiffre d'affaires est supérieure à 12% en Europe, elle est négligeable au Grand-Duché. En termes de volume des prescriptions, le Luxembourg se situe en-dessous de 5%, tandis que la Belgique annonce pour 2005 plus ou moins 10%. Dans certains pays européens (Pays-Bas, Allemagne, Angleterre) les génériques correspondent à plus de 50% des prescriptions totales.

Il est important de noter que la part des génériques peut facilement être augmentée, notamment grâce à la prescription de génériques concernant des molécules très importantes en volume et en coût (par exemple: l'antiulcéreux *omeprazole* et l'hypolipidémiant *simvastatine*) sans qu'il n'en résulte une baisse de la qualité des soins prodigués aux patients.

De plus en plus de génériques sont en effet disponibles dans des groupes de principes actifs fréquemment prescrits. Puisque les médicaments représentent une part considérable du budget de l'assurance maladie et que la participation du patient peut être importante, la prescription de génériques offre un potentiel d'économie important.

Pourquoi favoriser la prescription de génériques ?

Le générique est une copie essentiellement similaire au médicament original. Après l'écoulement de la durée d'exclusivité de l'original, chaque laboratoire peut produire un médicament générique, c'est à dire un médicament contenant le même principe actif et qui a démontré sa bioéquivalence avec le médicament de marque original. Le nom commercial du générique est toujours différent de celui de l'original. Préalablement à sa commercialisation tout médicament doit recevoir une autorisation de mise sur le marché. Lors de cette procédure le médicament générique doit remplir les mêmes critères de sécurité, d'efficacité et de qualité que le médicament original.

Les génériques sont donc égaux à ce niveau, mais ils permettent en plus de maîtriser la progression des dépenses de santé.

Les génériques sont moins chers pour le patient. Le 1^{er} générique qui arrive sur le marché est généralement nettement moins cher que son original (20% à 40%).

Les médicaments génériques permettent ainsi d'endiguer la hausse du budget de l'assurance maladie, ce qui permet de dégager des marges pour de nouveaux médicaments traitant de nouveaux besoins avec un apport médical significatif. Il n'y a donc pas nécessairement un effet négatif sur la recherche, bien au contraire l'industrie pharmaceutique est incitée à développer de nouveaux médicaments alors que la marge sur les médicaments hors brevet baisse.

La campagne de prescription des génériques vise à favoriser l'usage des génériques, puisqu'ils offrent à efficacité équivalente un meilleur prix lorsqu'ils constituent une alternative de traitement thérapeutiquement équivalente, mais nettement moins chère. Ceci dit, le souci du prescripteur doit rester de limiter toute prescription à ce qui est utile et nécessaire par rapport à l'état de santé du patient.

Sensibiliser le public et les prescripteurs aux génériques

La campagne vise la prescription systématique du médicament le moins cher, lorsque ce médicament constitue une alternative thérapeutique équivalente en termes de qualité.

Dans une approche pragmatique la campagne se limite dans un premier temps à sept principes actifs, sélectionnés parce que tous les préalables sont remplis par rapport à l'offre du marché et à l'environnement médical luxembourgeois. Cependant cette initiative va progressivement être élargie à d'autres produits. Cette démarche aujourd'hui entamée se veut de devenir un moyen permanent pour agir sur les dépenses de l'assurance maladie via un comportement citoyen de la prescription et de la consommation médicamenteuse.

Informier et sensibiliser les prestataires

Le manque d'information et de sensibilisation des médecins est un aspect non négligeable expliquant le manque de recours à des produits moins chers.

Il est en effet souvent difficile pour le prescripteur de s'orienter face à un marché très évolutif en termes de produits mis sur le marché et de prix pratiqués. Pour remédier à cet état, une liste comparative regroupant pour les principes actifs sélectionnés les informations comparatives indispensables est mise à disposition des prescripteurs sur Internet (<http://www.ucm.lu>) et jointe à la lettre collective envoyée au corps médical. La liste comparative publiée sur Internet sera mise à jour mensuellement.

Le Ministre de la Santé et de la Sécurité sociale se réjouit tout particulièrement de l'appui de l'Association des médecins et médecins-dentistes (AMMD) et du Syndicat des pharmaciens luxembourgeois à la campagne aujourd'hui lancée. Le succès de la campagne dépend avant tout de l'adhésion des professionnels qui sont le conseil du patient au moment de la prescription et de la délivrance.

Si la campagne de sensibilisation par affiche et dépliant cible principalement les patients, les professionnels seront sensibilisés et informés au moyen d'une lettre collective cosignée par le Ministre de la Santé et de la Sécurité sociale, l'Union des caisses de maladie, le Contrôle médical de la sécurité sociale et l'Association des médecins et des médecins-dentistes respectivement le Syndicat des pharmaciens luxembourgeois. A cette lettre sont joints une affiche et un dépliant destinés au public reprenant le thème de la campagne. Le corps médical et pharmaceutique est invité à les exposer dans leur salle d'attente, leur cabinet ou leur officine. Ils peuvent être gratuitement commandés auprès de la Direction de la Santé.

Informier et sensibiliser les patients

Le faible recours aux médicaments génériques peut aussi être attribué à la méconnaissance et à la méfiance des patients.

Afin que les prescripteurs puissent remplir sereinement leur rôle de conseil, une campagne d'information grand public débutera dès le 13 février 2006.

Cette campagne d'information se base sur un message simple :

« Les médicaments génériques. Même qualité à moindre prix ».



Elle a pour objet d'informer sur l'existence, la qualité et le moindre coût des médicaments génériques et donc de promouvoir le médicament générique qui est encore trop souvent méconnu et inspire dès lors parfois une certaine méfiance. Cette campagne vise avant tout à réduire la méfiance du public.

Les médicaments génériques sont équivalents en qualité aux médicaments originaux. Ils sont sûrs, fiables et efficaces. Les génériques permettent, à qualité égale, de réaliser des économies importantes. »