
Les entreprises
du médicament
au cœur de
**la prévention
en santé**

Octobre 2024

01.

UNE ACCÉLÉRATION DU DÉVELOPPEMENT DU CHAMP DE LA PRÉVENTION

La dynamique autour de la prévention s'accélère dans tous les secteurs de la vie sociale, aussi bien au niveau des acteurs publics et institutionnels que des acteurs économiques. La prévention est également au cœur des préoccupations des Français en matière de santé (voir encadré ci-après).

Pour relever les défis de la prévention et s'inscrire dans une démarche holistique prenant en compte toutes les dimensions (environnements économique, physique, social, compor-

tements individuels, système de santé, etc.), une mobilisation de l'ensemble des acteurs est nécessaire.

La contribution des entreprises du médicament en matière de prévention se déploie de façon diversifiée, en s'appuyant sur une expertise des pathologies et de leurs environnements, une connaissance des parcours de soins et une capacité à collaborer avec les différentes parties prenantes.

La prévention au cœur des préoccupations des Français en matière de santé

Un sondage Odoxa pour Ramsay Santé⁽¹⁾ réalisé en 2022 met en avant les données suivantes :

→ **Plus de 9 Français sur 10** (idem au niveau européen) pensent que la **prévention est importante voire prioritaire**, dans la politique santé de leur pays.

→ **6 Français sur 10** (et **7 Européens sur 10**) estiment que la **prévention est même plus efficace que le soin** pour avoir une population en bonne santé.

→ **7 Français sur 10** se disent **bien informés sur les bons comportements à adopter** en matière de prévention-santé.

→ **9 sur 10** sont effectivement **au courant des 8 principaux « bons comportements » de santé** testés dans l'étude (manger plus de fruits et de légumes, boire au moins 1,5 litres d'eau par jour, arrêter ou limiter votre consommation de tabac, etc.)

→ **Les trois-quarts des Français appliquent** aujourd'hui **la plupart des bons comportements** de santé.

→ **67 % des Français** en revanche, **ne font pas « systématiquement »** ou « à chaque fois que c'est requis » **les dépistages** des cancers et des AVC.

(1) <https://presse.ramsaygds.fr/communiquel/216386/La-prevention-sante-gagne-du-terrain-en-France-selon-barometre-de-prevention-realise-par-Odoxa-pour-Ramsay-Sante?cm=1>

02.

UNE CONTRIBUTION DES ENTREPRISES DU MÉDICAMENT AU CHAMP DE LA PRÉVENTION EN SANTÉ QUI S'ARTICULE

AUTOUR DE 3 GRAND AXES

Axe 1

Les entreprises du médicament agissent pour le développement du champ de la prévention sur les plans sanitaire, social et économique

- **Sur le plan sanitaire**, elles contribuent par le développement et la mise à disposition de produits et de services préventifs à destination des patients (ex : vaccins, médicaments à visée préventive, outils d'information ou d'accompagnement des patients, etc.).
- **Sur le plan social**, elles contribuent à la structuration d'approches partenariales de la prévention, en mettant en place ou en participant à des démarches travaillées en collaboration avec les associations de patients, les professionnels de santé, les autorités (en matière d'information, de sensibilisation, d'accompagnement des patients...).
- **Sur le plan économique**, elles contribuent à structurer un champ en émergence, dans lequel le modèle économique n'est pas encore défini, en proposant des solutions innovantes, notamment numériques. Aujourd'hui, la reconnaissance de l'innovation en matière de prévention reste limitée et de ce fait son financement reste complexe.

Axe 2

Les entreprises du médicament ont des actions sur l'ensemble des déterminants de santé

- **Des actions sur l'environnement des populations** en permettant l'accès aux produits pharmaceutiques auprès des populations ; par la création d'environnements numériques soutenant les personnes dans le développement de comportements favorables à la santé ; mais également par des engagements visant à limiter l'impact environnemental des médicaments.
- **L'accompagnement des personnes et des populations dans l'acquisition des moyens de prise en charge de leur propre santé** : via des actions de communication ou d'éducation dédiés aux problématiques préventives, notamment pour les maladies chroniques.
- **Des démarches visant à assurer l'accès de tous aux mesures prophylactiques** centrées sur des maladies spécifiques (dépistage, vaccination, etc.).

Axe 3

Les entreprises du médicament sont positionnées à l'articulation du préventif et du curatif

Le parcours de santé d'une personne représente l'ensemble des interventions préventives et curatives visant à créer les conditions de la santé tout au long de la vie.

→ **La dimension préventive** du parcours de santé, notamment son volet éducatif, correspond aux interventions centrées sur les déterminants de la santé.

→ **La dimension curative** a pour objet de guérir ou de permettre la réadaptation.

Ces dimensions se déploient tout au long de la vie et constituent les deux composantes indissociables de ce qui fait la santé des personnes et des groupes.

Il n'y a pas d'étanchéité totale entre ces deux domaines, car pour être véritablement «soignante» et centrée sur les personnes, l'approche curative doit également intégrer les déterminants de la santé (le contexte dans lequel vivent ces personnes et leurs compétences en vue de vivre avec leur maladie et intégrer une posture éducative). De la même

manière, un acte préventif au sein d'une stratégie de dépistage n'a de sens réel que lorsqu'il est également intégré, le cas échéant, à une filière de prise en charge curative.

La plus-value de la contribution des entreprises du médicament à la prévention est liée à l'articulation étroite à la prise en charge médicamenteuse, qui intervient tout au long des parcours de santé. Les entreprises du médicament se caractérisent par leur capacité à innover à l'interface du curatif, via l'innovation thérapeutique ; et du préventif, via des actions sur les parcours de santé, une sensibilisation au dépistage et à la vaccination, mais également des actions liées au bon usage du médicament, et un accompagnement des patients sur les volets comportementaux. La prévention tertiaire consiste à éviter d'éventuelles complications ou aggravations des pathologies, et se concrétise notamment en promouvant la juste observance des traitements et en diffusant l'information sur les comportements favorables ou au contraire les facteurs aggravants d'une pathologie.

03.

DES PRATIQUES DIVERSIFIÉES PORTÉES PAR LES ENTREPRISES DU MÉDICAMENT DANS DES LOGIQUES PARTENARIALES

Les actions de prévention mises en œuvre par les entreprises du médicament concernent tant la population générale que les patients affectés d'une pathologie spécifique. Ces actions sont menées pour la très grande majorité avec des partenaires extérieurs (associations de patients, établissements et professionnels de santé, institutions publiques etc.).

Quelques illustrations concrètes d'actions menées par les entreprises du médicament en matière de prévention⁽²⁾ :

⁽²⁾ Il est à noter que les entreprises du médicament agissent dans un cadre précis et réglementé quant à leurs interactions avec les professionnels de santé et les associations de patients. L'information promotionnelle est strictement encadrée.

Des actions en faveur du dépistage

Les entreprises contribuent à la sensibilisation des populations aux différentes actions de dépistages, en fonction des aires thérapeutiques et selon les recommandations de la Haute Autorité de Santé.

Cette contribution peut prendre plusieurs formes :

- Relai et soutien des campagnes de communication sur le dépistage organisé des cancers (mars bleu, octobre rose...).
- Campagne de sensibilisation au dépistage sur des pathologies spécifiques (ex : hépatites, maladies ophtalmiques, ...).
- Mise en place de lieux de dépistage dans des établissements de santé lors de journées dédiées (ex : village de dépistage du diabète, ...).
- Création d'outils numériques pour aider les professionnels de santé dans le diagnostic de certaines pathologies (ex : dans les maladies rares, souvent peu connues des professionnels de santé non spécialisés).

Des actions de sensibilisation aux maladies évitables grâce à la vaccination

En France, si les taux de couverture vaccinale sont en général élevés chez les nourrissons, ils chutent drastiquement à partir de l'adolescence, et plus encore à l'âge adulte. Pourtant, l'Organisation mondiale de la santé recommande une couverture d'au moins 95% à l'échelle nationale pour empêcher l'apparition de flambées épidémiques. **Les actions de sensibilisation à la vaccination sont donc particulièrement importantes, et les entreprises du médicament y contribuent**, dans le respect de la réglementation en vigueur.

Par exemple :

- Campagnes de prévention grand public sur des pathologies pouvant être évitées grâce à la vaccination (ex : sur la méningite, sur les papillomavirus humains, ...) : création d'un site internet d'information, campagne d'information dans les médias, affichages dans les lieux publics.
- Campagnes à destination des professionnels de santé, afin de les informer et d'échanger sur les vaccinations : podcasts, webconférences, etc.
- Campagnes de vaccination à destination des collaborateurs au sein des entreprises du médicament.
- Élaboration et diffusion de propositions clés à destination des acteurs publics afin de consolider la politique vaccinale en France, développer le leadership de la France et de l'Europe en matière de recherche et de production de vaccins, améliorer la confiance des Français dans la vaccination.



Des actions visant à renforcer l'information et l'autonomie des patients vivant avec une pathologie

Les entreprises du médicament mettent en place des outils, le plus souvent co-construits avec des associations de patients et des professionnels de santé, dans leurs aires thérapeutiques d'expertise, afin d'accompagner les patients dans la compréhension et la gestion de leur pathologie.

Par exemple :

- Des sites internet de référence dédiés à des pathologies afin de consolider l'ensemble des informations utiles aux patients pour la compréhension de la pathologie, le parcours de soins, les recommandations sur les comportements favorables pour la vie avec la pathologie, les ressources utiles... L'objectif étant de faciliter l'accès à une information de qualité pour les patients, régulièrement mises à jour, dans un format facilement compréhensible. Elles constituent un support, en complément des échanges avec les professionnels de santé.
- Des applications numériques pour accompagner les patients dans la gestion de leur pathologie chronique (par exemple dans le diabète, le psoriasis...). Ces outils ont pour objectif de renforcer l'autonomie des patients, en les aidant à suivre et monitorer leurs symptômes. Ils facilitent

également le suivi par les professionnels de santé, en permettant le partage de données (de façon sécurisée et avec l'accord du patient).

- Des événements en partenariat avec des associations de patients et des professionnels de santé pour partager sur l'amélioration de la qualité de vie tout au long du parcours de soins (ex : organisation d'un bus itinérant avec ateliers thématiques, ...). L'objectif étant de proposer des espaces d'échanges entre patients et professionnels de santé sur des thématiques qui ne sont pas toujours abordées de façon détaillée lors des consultations.

Des actions en faveur du bon usage du médicament

Les entreprises du médicament mettent en place en 2024-2025 un plan d'actions ambitieux autour de trois thématiques clés que sont :

- **La polymédication du sujet âgé** : en 2016, le nombre de médicaments différents consommés par les plus de 65 ans en France était évalué à 9, alors qu'au-delà de 5 médicaments différents, le risque d'interactions médicamenteuses nocives est d'autant plus important. Il s'agit d'un véritable enjeu de santé publique.
Le Leem agit en 2024 autour de plusieurs actions clés : l'intégration d'une fonctionnalité dédiée dans les logiciels d'aide à la prescription afin d'alerter les médecins par des notifications à bon escient ; de l'information et de la formation en ligne à destination des médecins ; une campagne de sensibilisation à destination du grand public (presse, radio, TV...).
- À partir de 2025, deux nouvelles thématiques vont faire l'objet d'actions concrètes : sur **la lutte contre l'antibiorésistance** d'une part, et sur **la lutte contre le gaspillage** d'autre part.



Des actions visant à informer les professionnels de santé

Les entreprises du médicament ont des interfaces régulières avec les professionnels de santé et peuvent mettre en place des actions d'information et de sensibilisation à destination de ces derniers, au-delà des actions de formation auxquelles elles contribuent (et dans le respect du cadre réglementaire régissant les interactions entre ces deux parties).

Par exemple :

- Information sur des techniques de dépistage de certains cancers du poumon ;
- Plateforme d'information et de sensibilisation à la prise en charge précoce des troubles psychotiques ;
- Témoignages d'experts expliquant les actions mises en place dans leurs structures pour participer à l'objectif d'élimination de l'Hépatite C.

Des actions visant à concilier les activités de production et de distribution des médicaments et le respect des écosystèmes

Dans une logique de « OneHealth » qui lie santé humaine, animale et environnementale, le secteur s'engage pour réconcilier efficacité des médicaments et respect des écosystèmes.

Au niveau sectoriel, le Leem a mis en place :

- **Un plan de décarbonation** avec des objectifs de réduction d'émissions de CO₂ alignés avec les objectifs de l'accord de Paris et plus ambitieux que les préconisations pour le secteur de l'initiative SBTi⁽³⁾.
- **Une feuille de route pour la réduction, le recyclage et le réemploi des produits pharmaceutiques en France**, en lien avec les objectifs nationaux de réduction des emballages plastiques à usage unique⁽⁴⁾.

À l'échelle des entreprises, de nombreuses initiatives voient le jour : recyclage des stylos injectables utilisés dans le traitement du diabète; mise au point de solutions pour éviter, réduire et capturer les émissions liées à la production des médicaments inhalés utilisés dans le traitement de la BPCO⁽⁵⁾ et de l'asthme ; mise en place de filières de recyclage des composants des produits de contraste employés dans l'imagerie médicale; création de conservatoires et jardins botaniques, lieux de recherche et de sauvegarde pour de nombreuses espèces, etc.

(3) Science-based Targets Initiative : initiative ayant vocation à accompagner les entreprises dans la réduction des émissions de CO₂ responsables du réchauffement climatique.

(4) Loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGEC).

(5) Bronchopneumopathie chronique obstructive.

(6) Le programme PACTES est un plan d'engagement sociétal sectoriel destiné à mobiliser les entreprises pharmaceutiques autour d'une trajectoire de progrès, avec des objectifs concrets. Un questionnaire d'autoévaluation a été spécialement conçu et mis à disposition des entreprises volontaires.

Pour la 2^e édition en 2023, 40 entreprises y ont répondu, soit 59% des effectifs des adhérents au Leem, et 67% du chiffre d'affaires de l'ensemble des entreprises adhérentes.

Les résultats 2023 du Plan d'engagement sociétal des entreprises du médicament

Ils permettent notamment d'illustrer l'engagement des entreprises sur les sujets du bon usage, de l'information et de l'appui au parcours patient⁽⁶⁾ :

80 % des répondants élaborent, ou sont en cours d'élaboration, des actions et programmes de bon usage avec les professionnels de santé et les associations de patients ;

85 % mettent à disposition, ou sont en cours, une information actualisée et accessible pour les patients ;

78 % proposent, ou sont en cours, des outils et services (brochures, réunions d'information etc.) aux associations de patients pour apporter des informations sur les pathologies, ses conséquences, sa prise en charge ;

68 % mènent des études et enquêtes pour évaluer l'impact de la maladie sur le parcours de vie du patient.

04.

LES ENJEUX POUR LE DÉPLOIEMENT D' ACTIONS DE PRÉVENTION PAR LES ENTREPRISES DU MÉDICAMENT

Les défis actuels de la prévention nécessitent de mettre tous les acteurs autour de la table pour trouver des solutions. Afin de renforcer la contribution des entreprises du médicament en matière de prévention, plusieurs enjeux sont identifiés.



Politiques publiques

→ Améliorer la lisibilité et la coordination des politiques publiques en matière de prévention

La gouvernance de la prévention est actuellement éparpillée⁽⁷⁾. Une multiplicité d'acteurs agit pour la prévention, mais avec un manque de coordination entre ces structures et leurs actions. La mise en place d'un pilotage national interministériel et d'une stratégie globale en matière de prévention permettraient d'insuffler des dynamiques partenariales autour d'actions concrètes, associant acteurs publics, acteurs privés de différents secteurs, professionnels de santé, associations de patients...

→ Développer des outils et un cadre clair pour la mesure de l'efficacité et de l'efficience des produits et services préventifs

L'évaluation des actions de prévention et de leurs impacts est un enjeu clé pour favoriser la diffusion de celles identifiées comme efficaces. Toutefois, compte tenu de leur multiplicité et hétérogénéité, la standardisation de modèles d'évaluation d'impact est complexe.

→ Valoriser les innovations développées dans le champ préventif

Le financement de la prévention est actuellement dispersé et les modèles économiques incertains, notamment du fait d'une reconnaissance limitée de l'innovation dans ce domaine. Ce contexte est un obstacle au développement de solutions innovantes.



Information patients

→ Renforcer l'accès à une information de qualité pour les patients

Les patients sont de plus en plus nombreux à utiliser internet et les réseaux sociaux pour s'informer sur leurs pathologies, les traitements, les comportements à adopter. Cette information est de qualité très inégale, voire fausse. Les entreprises du médicament n'ont pas le droit de communiquer auprès des utilisateurs finaux de leurs produits en dehors de procédures et d'outils validés par les autorités de tutelle, et ne peuvent réagir à du contenu erroné publié sur les réseaux sociaux. Il est donc essentiel de promouvoir une culture grand public du médicament pour prévenir les *fake news*. Plusieurs pistes pourraient être envisagées : développer un chatbot sur le médicament pour répondre aux questions des patients, mettre en place des modules de formation sur le médicament pour et avec les associations de patients, doter les professionnels de santé d'outils pour lutter contre les *fake news* sur le médicament (formation initiale et continue, DPC...), promouvoir de manière claire et accessible des contenus labélisés...



Cadre législatif et règlementaire

→ Améliorer l'accompagnement des patients dans la gestion de leur maladie chronique via l'éducation thérapeutiques

Les laboratoires pharmaceutiques, experts des médicaments qu'ils produisent, pourraient utilement contribuer à l'éducation thérapeutique sur les volets concernant les traitements, ce qui n'est actuellement pas possible⁽⁸⁾ à l'exception de l'apprentissage de gestes techniques pour l'administration de traitements.



Entreprises du médicament

→ Renforcer la lisibilité des actions de prévention menées par les entreprises du médicament, dont les initiatives et les approches sont multiples et centrées sur des pathologies spécifiques

Une multiplicité d'actions sont menées par les entreprises du médicament dans leurs champs thérapeutiques respectifs, avec une sollicitation des associations de patients et des professionnels de santé parfois de façon redondante. Cela rend l'offre peu lisible et risque de limiter la pérennité de certaines actions. Une meilleure capitalisation sur les actions menées, voire dans certains cas des actions portées collectivement, permettrait d'affiner la réponse aux besoins.

→ Poursuivre l'appropriation des outils et approches propres à la prévention, afin de renforcer la professionnalisation des équipes

La montée en compétences des équipes en matière de prévention favoriserait la structuration des démarches des entreprises dans le domaine.

→ Poursuivre la montée en compétences des équipes sur le volet numérique, vecteur clé des initiatives de prévention

Les entreprises du médicament connaissent une dynamique de développement de leurs compétences dans le domaine numérique, qui peuvent être mises au service de solutions préventives. La prévention constitue en effet le premier axe de travail de la feuille de route du numérique en santé 2023-2027.

(7) Deuxième journées parlementaires « Prévention en santé ». Feuille de route 2023-2027. Restitution des contributions des coalisés. Cyrille Isaac-Sibille, Franck Chauvin, Xavier Iacovelli. 12 avril 2023.

(8) Article 84 de la loi « Hôpital, patients, santé et territoires » du 21 juillet 2009

leem

www.leem.org

Retrouvez-nous

 Leem

 LeemFrance

 LeemFrance

58 Boulevard Gouvion Saint Cyr
Paris 17^e