

Les définitions de la visite médicale en France

Extraits

Les différentes acceptions de la visite médicale

| CNMV (Comité National de la Visite Médicale) (1) | Guide aux établissements de santé en matière de visite médicale (HAS) (2) | LEEM (4) |
|--|--|---|
| <p>« La visite médicale est un statut et une profession.</p> <p>Un statut réglementé par l'Etat (HAS/ANSM/CSP) qui exige d'être diplômé, formé, encadré et certifié.</p> <p>Cette profession a trois missions :</p> <ul style="list-style-type: none">▪ assurer l'information médicale▪ promouvoir le bon usage du médicament▪ assurer la pharmacovigilance. » | <p>« Au sein d'un établissement de santé, les activités de visite médicale s'adressent notamment aux professionnels de santé (médecins, pharmaciens, sages femmes...), aux auxiliaires médicaux (infirmières...) et aussi parfois à d'autres métiers tels que les ingénieurs biomédicaux. Le discours promotionnel est en général adapté en fonction du professionnel rencontré.</p> <p>L'expression « visite médicale » est habituellement réservée à la promotion des médicaments par des délégués médicaux de l'industrie pharmaceutique mentionnés aux articles L. 5122-11 (3) et L. 5122-12 du Code de la Santé publique. Toutefois la promotion par contact direct entre professionnels de santé et représentants de l'industrie existe aussi pour les autres produits de santé, notamment les dispositifs médicaux (implantables actifs ; autres dispositifs médicaux, dont ceux de diagnostic <i>in vitro</i>), et les produits cosmétiques. »</p> | <p>« La visite médicale consiste à délivrer aux professionnels de santé une information médicale de qualité sur le médicament, et à en assurer le bon usage.</p> <p>La diffusion de cette information leur permet, en conscience et en toute indépendance, de choisir de manière éclairée la meilleure stratégie thérapeutique pour le patient, en fonction de sa situation médicale.</p> <p>La visite médicale doit assurer la remontée des informations de pharmacovigilance. »</p> |

(1) http://www.sante.gouv.fr/IMG/pdf/Propositions_du_collectif_national_des_visiteurs_médicaux_CNVM_.pdf

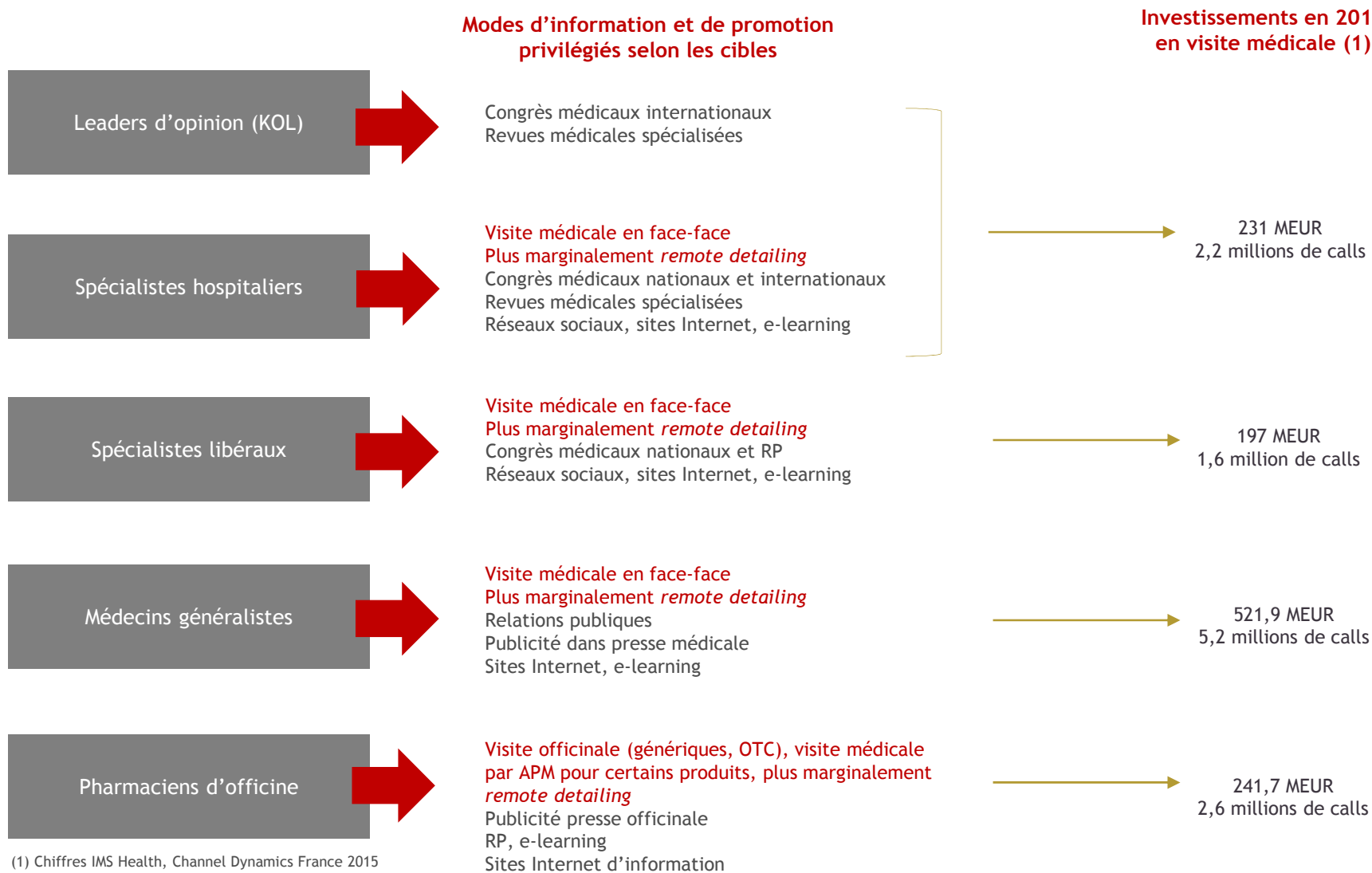
(2) HAS, Guide aux établissements de santé en matière de visite médicale, septembre 2011.

(3) Art. L.5122-11 du Code de la santé publique : « Les personnes qui font de l'information par démarchage ou de la prospection pour des médicaments doivent posséder des connaissances scientifiques suffisantes attestées par des diplômes, titres ou certificats figurant sur une liste établie par l'autorité administrative ».

(4) www.leem.org : définition du métier de visiteur médical.

Les canaux d'information et de promotion à destination des professionnels de santé

Extraits



(1) Chiffres IMS Health, Channel Dynamics France 2015
Source : Les Echos Etudes

Les tendances clés

- La réglementation n'a cessé de se renforcer au cours de la dernière décennie, avec la première Charte de la visite médicale signée en 2004 et la mise en place d'une procédure de certification démarrée en 2006. La première Charte a souhaité définir le rôle de la visite médicale, les missions des visiteurs médicaux, et renforcer la formation continue de ces derniers.
- Les autorités de santé souhaitent depuis plusieurs années développer des services d'information sur les médicaments, indépendants de l'industrie pharmaceutique. Elles n'y parviennent pas vraiment, ce qui peut expliquer le durcissement du cadre réglementaire de la visite médicale. Il existe depuis 2015 un réseau régional de centres d'information, le MIS (Médicament Info Service), mais il reste pour l'heure expérimental et limité à quatre régions.
- La HAS, l'ANSM et le CEPS affichent leur volonté de dissocier ce qui relève de la promotion de l'information à caractère médical et scientifique, et ce même si la frontière peut être tenue entre ces deux démarches. Cette volonté, qui s'est encore plus affirmée après l'affaire Médiateur®, se traduit dans la nouvelle Charte de 2014.
- Celle-ci marque un tournant dans la mesure où elle élargit les dispositions réglementaires existantes à l'ensemble de toutes les démarches d'information et de promotion. Elle couvre désormais toute forme d'information, par démarchage ou prospection, à la fois pour les médicaments remboursables et non remboursables. Son champ est donc plus large que la version précédente signée en 2004. Elle devient la « *Charte de l'information par démarchage ou prospection visant à la promotion des médicaments.* » Elle durcit par ailleurs les modalités de la visite médicale en milieu hospitalier.
- En conséquence, le nouveau référentiel de certification est étendu aux autres métiers que celui de visiteur médical. Il concerne désormais toute personne exerçant une activité d'information promotionnelle (même ponctuelle ou temporaire), et ce en tout lieu de leur exercice (cabinet médical, ES, officine, congrès, lieux de formation des étudiants, yc universités). Un MSL ou un KAM qui assurerait occasionnellement la présentation d'un produit, dans un but de promotion auprès de professionnels de santé, sera donc concerné par cette certification.
- Enfin, la nouvelle Charte prévoit la création d'un Observatoire (ONIP) menant chaque année des enquêtes auprès de professionnels de santé. Son objectif est de mesurer la qualité des pratiques en visite médicale à partir de critères présentés comme « *objectifs, vérifiables et transparents* ». Et plus précisément de fonder une éventuelle régulation quantitative des investissements en visite médicale sur des critères d'évaluation qualitative, mesurée par la perception des professionnels de santé. Les premiers résultats font état de seulement 3 % d'anomalies ou résultats « en alerte » (42 alertes pour 25 produits différents). Toutefois, la méthodologie de cet observatoire présente des biais importants, qui rendent ses premiers résultats peu exploitables. Pour l'heure, les conséquences pour les laboratoires sont donc très faibles, voire inexistantes. Le dispositif méthodologique de l'ONIP devraient toutefois être améliorées dès 2016. Il faudra donc attendre 2017 pour analyser l'impact réel de ce nouvel « outil » co-piloté par le CEPS et le Leem.

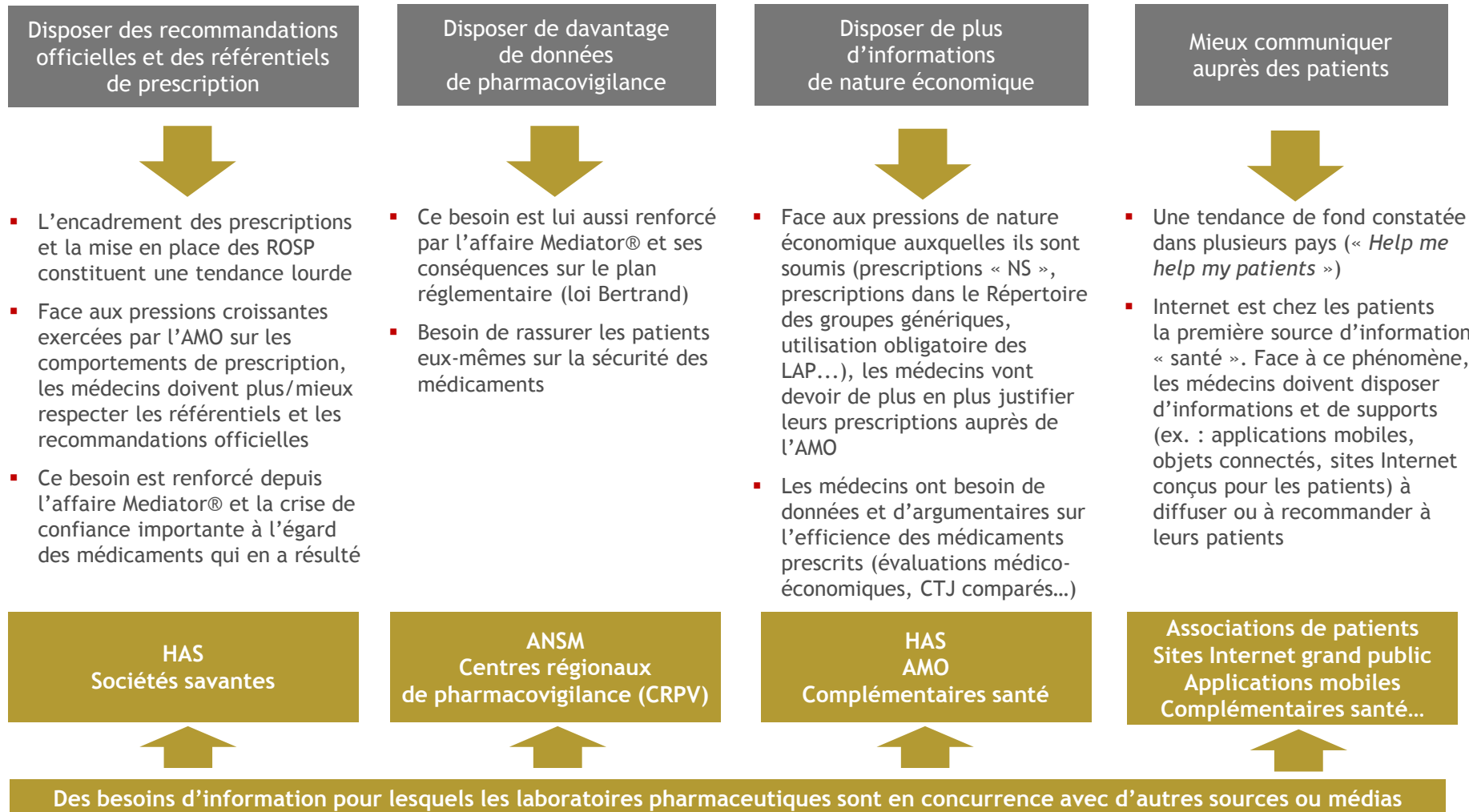
Les attentes des médecins à l'égard des laboratoires pharmaceutiques

Les points clés à retenir de cette partie

Extraits

Qu'attendent les médecins à l'égard des laboratoires pharmaceutiques ?

Source : Les Echos Etudes



Les facteurs d'évolution des dépenses allouées à la visite médicale depuis la fin des années 2000

Impact négatif des mesures de maîtrise dite médicalisée

- Prévisions d'économies en 2016 au titre des mesures relatives à la « pertinence et au bon usage des soins » : 1 210 MEUR (LFSS 2016)
- Régulation et encadrement des prescriptions des médecins, fondés sur les protocoles publiés par la HAS et les référentiels de pratique médicale élaborés par l'AMO

Impact négatif de la générification du marché officinal, non compensé totalement par l'arrivée de nouvelles spécialités

- Développement des génériques et des biosimilaires encouragé par le gouvernement Valls dans le cadre du plan d'économies annoncé sur la période 2014-2017 (10 milliards d'euros d'économies sur les dépenses d'assurance maladie, dont 3,5 milliards au titre des baisses de prix et du développement des génériques)
- Objectif de substitution pour les pharmaciens d'officine fixé au minimum à 85 %

Dispositions réglementaires relatives à l'encadrement de la visite médicale

- Dispositions renforcées par la loi « Bertrand » de décembre 2011 (expérimentation de la visite collective en milieu hospitalier, contrôle *a priori* de l'ensemble des supports promotionnels destinés aux professionnels de santé, décret « liens » paru en mai 2013)
- Nouvelle Charte de la visite médicale prévoyant notamment la création de l'ONIP et l'élaboration d'un nouveau référentiel de prescription

Evolution des comportements de prescription des médecins libéraux

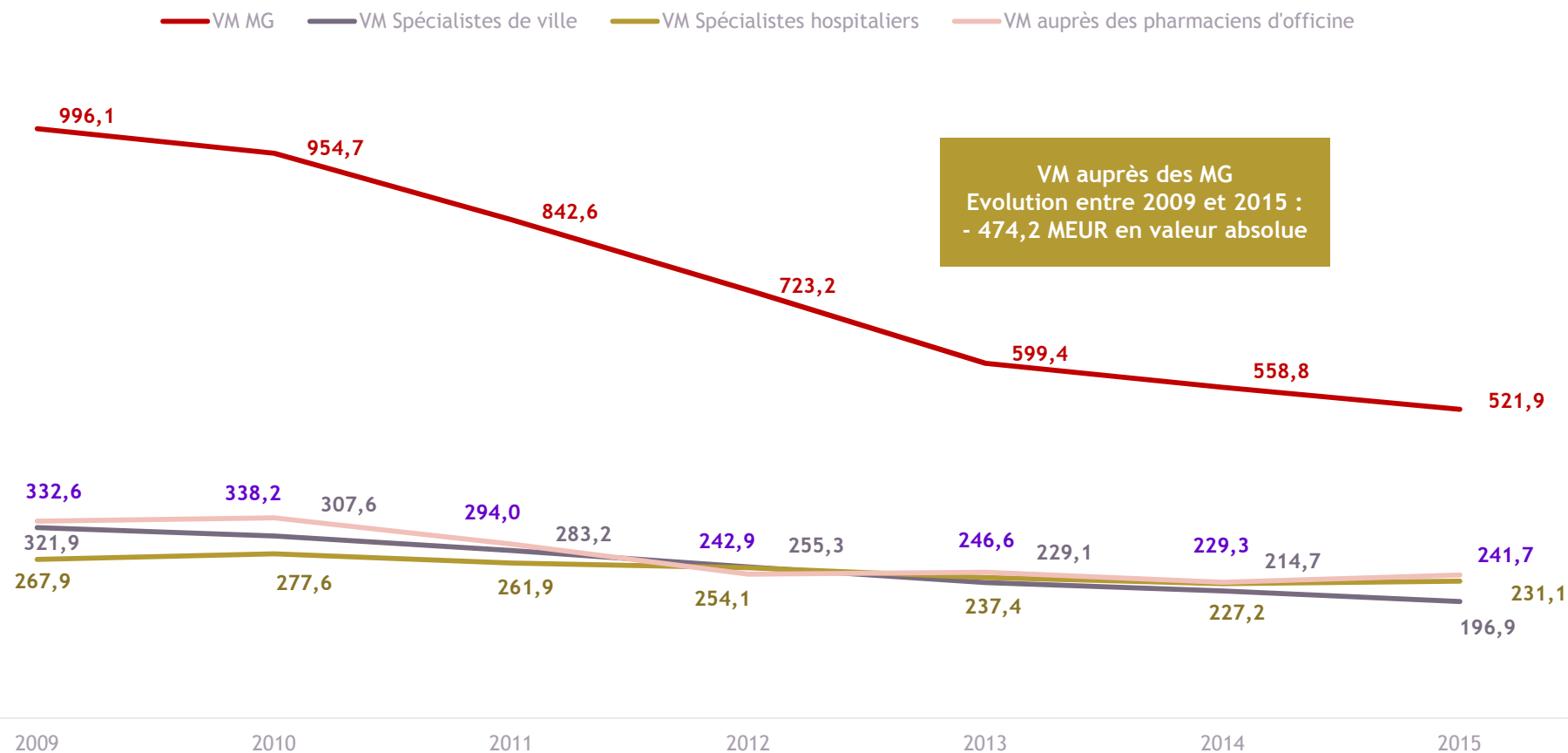
- Pression de l'Assurance maladie en faveur des prescriptions dans le Répertoire des groupes génériques (incitations financières dans le cadre des ROSP)
- Utilisation obligatoire des logiciels d'aide à la prescription (LAP)

Evolution des modes d'exercice des médecins libéraux

- Développement de l'exercice groupé dans le cadre des maisons de santé pluridisciplinaires (MSP)
- Politique publique en faveur des coopérations interprofessionnelles

Extraits

Evolution depuis 2009 des dépenses allouées à la VM par cible : la VM auprès des MG connaît la plus forte chute depuis la fin des années 2000



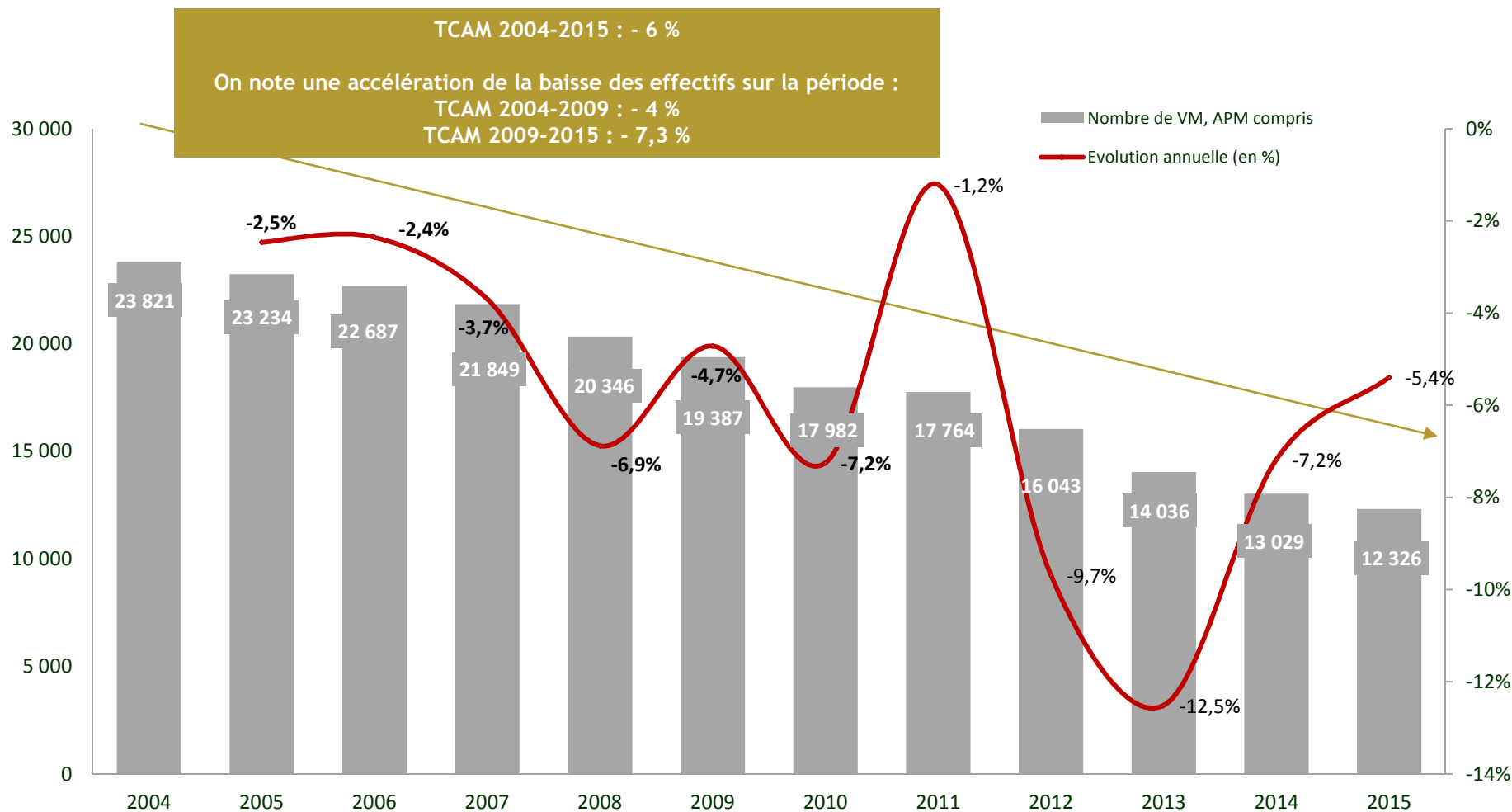
Source : Les Echos Etudes d'après IMS Health

La visite médicale : les tendances lourdes d'évolution

Document protégé par un copyright

La baisse du nombre de visiteurs médicaux s'accélère depuis 2011

Extraits



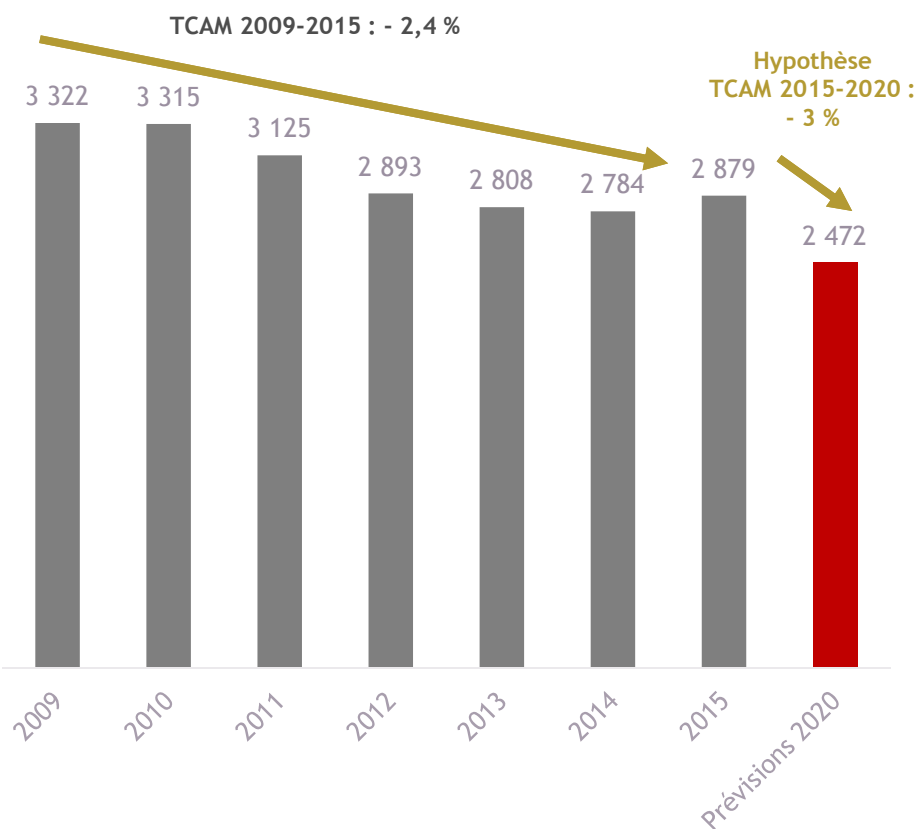
Source : Les Echos Etudes d'après les données du Leem

Quelles perspectives à l'horizon 2020 ?

Les perspectives d'évolution à l'horizon 2020 des dépenses allouées à la visite médicale auprès des médecins libéraux et hospitaliers

Extraits

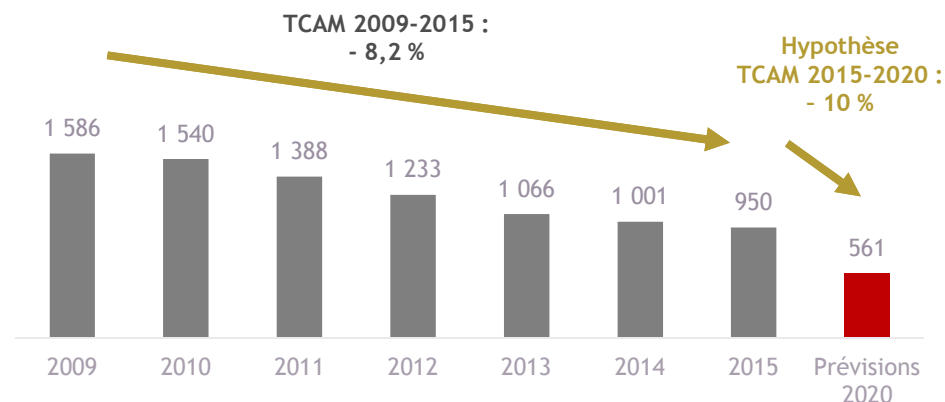
Prévisions des investissements promotionnels à l'horizon 2020



Source : données IMS Health pour les années 2010 à 2014, prévisions Les Echos Etudes

- Sur la période 2016-2020, les lancements de nouveaux produits ne permettront pas de compenser l'impact négatif sur les investissements promotionnels :
 - Des évolutions des comportements de prescription, liées aux mesures d'encadrement des pratiques des médecins libéraux
 - De l'effet cumulé des expirations de brevets et de la générification du marché officinal
 - Du resserrement des contraintes économiques et réglementaires pesant sur la visite médicale en milieu hospitalier
- La visite médicale à distance devrait continuer à progresser auprès des MG et des pharmaciens d'officine, mais sa part dans les dépenses de VM devrait demeurer marginale (< 2 à 3 % des investissements alloués à la VM).
- La réallocation des budgets promotionnels au détriment de la visite médicale s'opérera en faveur des supports numériques (applications mobiles, dispositifs connectés, e-meeting, réseaux sociaux), de la communication grand public et des démarches plus institutionnelles menées en région auprès des médecins et des acteurs de santé.

Prévisions des dépenses de VM auprès des médecins à l'horizon 2020



Vos contacts pour toute information sur cette étude



Hélène Charrondière
Directrice du pôle Pharmacie-Santé
des Echos Etudes

hcharrondiere@lesechos.fr
01 49 53 89 18 / 06 16 19 48 05



François Flausino
Responsable du développement
Publishing & Etudes

fflausino@lesechos.fr
01 49 53 65 18

VOUS SOUHAITEZ CONNAÎTRE NOTRE OFFRE COMMERCIALE, LES MODALITÉS DE DIFFUSION DE NOS ÉTUDES MULTICLIENTS OU NOS AUTRES PRESTATIONS



Caroline Jaubourg
Directrice commerciale et relation clientèle

cjaubourg@lesechos.fr
01 49 53 22 25



Catherine Charpentier
Chargée commerciale et relation clientèle

ccharpentier@lesechos.fr
01 49 53 63 32

Qui sommes-nous ?

Les Echos Etudes est la division Etudes de marché des Echos Solutions

- Les Echos Solutions rassemble l'ensemble des activités de services aux entreprises développées par le groupe Les Echos.
- Les Echos Etudes (anciennement Eurostaf) est une société d'études de marché créée en 1987. A travers nos publications mutualisées et la réalisation d'études sur mesure, nous accompagnons depuis plus de 25 ans les acteurs du système de santé dans la compréhension de leurs marchés, leurs réflexions stratégiques et la définition de leurs démarches opérationnelles auprès des patients et des professionnels de santé.
- Notre équipe de directeurs d'études et de consultants, tous spécialisés dans le domaine de la santé, bénéficie d'une expertise sectorielle approfondie, allée à une connaissance opérationnelle du terrain des études qualitatives et quantitatives.



Nous réalisons une veille permanente sur le secteur de la santé :

- L'organisation et le financement du système de santé
- Le marché de l'assurance santé complémentaire
- Les marchés des médicaments et des dispositifs médicaux
- Les stratégies des industriels de produits de santé
- Le *Market access* des médicaments et des dispositifs médicaux
- Les modèles de distribution *wholesale/retail, off line/on line*
- Les politiques de promotion et d'information auprès des professionnels de santé et des patients
- La santé digitale et l'IoT

Les dernières études multiclients du pôle Pharmacie-Santé

- Les plates-formes de services santé et les réseaux de soins conventionnés, novembre 2016
- Le Big data dans la santé : quelles réalités et perspectives en France ?, octobre 2016
- Les perspectives du marché des objets connectés dans la santé, quelles perspectives de croissance à l'horizon 2020 ?, septembre 2016
- La cartographie du système de santé français, janvier 2016
- *Market access* des médicaments en Europe, benchmark dans les 5 premiers marchés pharmaceutiques européens, décembre 2015
- Observance thérapeutique et accompagnement des patients, enjeux et perspectives des nouvelles solutions digitales au service de l'observance et du suivi des traitements, novembre 2015
- Les programmes de prévention santé en entreprise, enseignements des *Corporate Wellness Programs* et perspectives d'avenir en France, octobre 2015