

Les sociétés médicales infiltrées par les pharmas



En 2017, les groupes pharmaceutiques basés en Suisse ont versé 7 millions de francs aux sociétés médicales, responsables de la formation continue des médecins. Ce sponsoring fait débat au sein de la profession.

© Jacob Lund / Fotolia

© Sylvie Logean et Marie Maurisse, Le Temps

[1] C'est l'un des plus grands raouts médicaux en Suisse. Du 5 au 7 juin 2019, des milliers de généralistes sont attendus à Bâle, au congrès de printemps de la Société suisse de médecine interne générale (SGAIM). Cette année, le programme est centré sur l'innovation et aborde des thèmes aussi variés que l'insuffisance rénale chronique, les nouvelles thérapies contre l'asthme ou l'encadrement du suicide assisté dans les hôpitaux. Tous les midis, les internistes pourront aller croquer un sandwich en se baladant autour des stands des industries pharmaceutiques venues promouvoir leurs nouveautés, ou assister à un symposium sponsorisé par AstraZeneca ou Bayer. Ce mélange des genres n'a rien d'exceptionnel: les liens entre l'industrie et les médecins sont très assumés.

Pour autant, il n'est pas sans poser de questions. Est-il normal que certains de nos médecins, qui assument une mission de service public, voient leur formation continue financée par l'industrie, dont ils prescrivent quotidiennement les produits? L'argent versé par Novartis ou Roche aux sociétés savantes, comme la Société suisse de médecine interne générale, biaise-t-il les prises de position de ces dernières? A quel point les pharmas sont-elles infiltrées chez les professionnels de la santé en Suisse?

Prescriptions sous influence

Le Temps, en partenariat avec le Blick, le Beobachter et la Handelszeitung, a compilé les données publiées par les entreprises pharmaceutiques sur leurs sites internet. Depuis 2016, elles ont en effet l'obligation de déclarer toutes les sommes versées, en Suisse, aux professionnels de la santé et institutions médicales. Les médecins sont bien dotés avec près de 12,4 millions de francs reçus en 2017, mais notre enquête montre que les sociétés médicales ne sont pas en reste, avec un total avoisinant les 7 millions.

Problème: ces mêmes sociétés médicales font office de référence pour tous les spécialistes de notre pays. Non seulement responsables de la formation post-graduée et continue, elles ont aussi pour rôle de représenter leurs membres lors des négociations tarifaires, et souvent d'établir des lignes directrices de traitement, très suivies par les médecins. Autant de contextes où les liens avec l'industrie peuvent s'avérer pour le moins équivoques.

«De nombreux médecins sont persuadés d'être complètement indépendants, mais les statistiques montrent de façon claire que les personnes ayant eu des contacts avec les sociétés pharmaceutiques étaient plus favorables aux médicaments de ces mêmes entreprises, simplement parce qu'une relation s'était établie, explique Jacques de Haller, ancien président de la FMH, la société faitière des médecins suisses. Il semble difficile d'être totalement autonome dans un contexte financé à hauteur de centaines de milliers de francs par l'industrie.»

L'ampleur du sponsoring

Les chiffres

458 millions : c'est le montant global versé, entre 2015 et 2017, aux médecins, hôpitaux, sociétés professionnelles et médicales par les 60 pharmas basées en Suisse. En 2017, les médecins, au nombre de 4270, ont reçu près de 12,5 millions. 91 millions ont par ailleurs été alloués aux hôpitaux, cabinets médicaux, aux institutions et entreprises du secteur de la santé.

Les montants en francs versés par les pharmas aux sociétés médicales ont parfois plus que doublé entre 2015 et 2017 pour atteindre près de **7 millions**. Les cinq les plus largement financées ? Dans l'ordre : dermatologie et vénérologie ; médecine interne générale ; neurologie ; rhumatologie ; endocrinologie et diabétologie.

Des centaines de milliers de francs, c'est justement ce qu'a reçu, en 2017, la Société suisse de dermatologie et vénérologie (SSDV), qui trône en tête de notre classement et dont le montant total avoisinait les 580 000 francs. Parmi les sponsors de cette dernière sont notamment représentées Eli Lilly, AbbVie, Galderma ou Glaxosmithkline, des firmes commercialisant des crèmes contre l'eczéma, l'acné ou le vieillissement cutané.

L'apport de l'industrie représente «moins de 50%» du budget de la SSDV, relativise son président, Carlo Mainetti. Pour lui, cette manne est essentielle afin de financer la campagne nationale contre les cancers de la peau, le registre national de recherche pour le traitement du psoriasis, ou encore dix numéros annuels du journal *Dermatologica Helvetica*, destiné aux professionnels. Selon ce dermatologue tessinois, «sans cet apport financier, il ne serait pas possible de maintenir un niveau de formation de haute qualité, permettant à la médecine suisse d'être parmi les meilleures au monde».

La Société suisse de médecine interne générale, qui organise ce fameux congrès à Bâle, a reçu, quant à elle, plus de 520 000 francs en 2017, soit environ 10% de son budget total. Avec 7000 membres, la SGAIM est la plus grande société médicale en Suisse. Son plus gros sponsor est Menarini, qui développe un vaste portefeuille de médicaments destinés aux médecins généralistes et internistes, comme des antihypertenseurs, des antidouleurs, des antidiabétiques, etc.

Mine d'or pour les pharmas

Et la tendance n'est pas à la baisse. Au contraire, les montants versés par les sociétés pharmaceutiques à ces organisations sont en constante augmentation, comme le montrent les données disponibles depuis 2015 et analysées par Le Temps.

Il faut dire que les entreprises pharmaceutiques ont rapidement cerné le potentiel de retour sur investissement lié au financement de ces institutions. «Au départ, les sociétés savantes étaient essentiellement des regroupements de médecins cherchant à faire avancer la science, explique Dominique Dupagne, médecin généraliste français et membre de l'association Formindep, qui milite pour une formation médicale indépendante. Les échanges y étaient très enrichissants et c'était dans les couloirs des congrès que les choses les plus intéressantes se passaient. Très vite, l'industrie pharmaceutique s'est rendu compte qu'il s'agissait là d'une mine d'or pour assurer la promotion de ses produits, raison pour laquelle, elle s'est mise à financer ces manifestations. Au fil des ans, ces dernières sont devenues de grandes kermesses de la promotion, où l'industrie s'assure une visibilité notamment par l'achat de sessions entièrement dédiées à leurs produits et conduites par leurs représentants.»

Officiellement, ces pratiques seraient positives pour toute la filière. «Les échanges et la coopération entre les sociétés médicales sont indispensables au développement de médicaments et de thérapies innovantes», insiste Cécile Rivière, porte-parole de Sciences Industries, association qui regroupe plus de 250 entreprises suisses actives dans ce domaine. Une coopération essentielle pour financer la recherche, certainement. Mais en quoi le fait de s'offrir un stand dans un congrès médical fait-il évoluer la science? L'explication est ailleurs.

«Neutralisation préalable»

Loin de faire de la philanthropie, l'industrie pharmaceutique est parfaitement consciente des mécanismes, parfois subtils, pouvant influencer les ventes de ses médicaments. Un sondage, produit au début des années 2000 sur plus de 18 000 praticiens par Scott-Levin Associates (une société américaine d'audit travaillant pour la branche pharmaceutique), au sortir d'un meeting financé par l'industrie, montrait ainsi que plus de 60% des médecins étaient prêts à commencer ou augmenter la prescription du produit promu, en résultante de leur participation. Plusieurs études sont par ailleurs venues confirmer que les contacts entre les pharmas et les acteurs du monde médical – que cela soit par le soutien financier aux congrès médicaux, à la formation continue ou encore par l'attribution de cadeaux plus modestes –, pouvaient avoir une influence notable sur l'objectivité et la qualité des décisions en matière de prescription de médicaments.

«Il y a une grande règle qui dit que l'on ne mord pas la main qui vous nourrit, dénonce Dominique Dupagne. Les laboratoires savent très bien qu'en donnant de l'argent aux sociétés médicales, ou en rémunérant les médecins pour leurs conseils, ces derniers seront moins prompts à dire du mal de leurs produits et qu'ils préféreront se taire. C'est de la neutralisation préalable.» Et le médecin de citer l'affaire du Mediator, un médicament mis au point par les laboratoires Servier, utilisé comme antidiabétique et coupe-faim et ayant entraîné des milliers de morts par dysfonctionnement des valves cardiaques, jusqu'à son retrait du marché en 2009. «La Société française de cardiologie a tardé à reconnaître le problème, ajoute le médecin. On peut imaginer que ses liens avec l'industrie n'ont pas stimulé son esprit critique.»

Les relations qu'entretiennent les sociétés médicales avec les entreprises pharmaceutiques peuvent s'avérer d'autant plus problématiques lorsqu'il est question d'édicter des recommandations concernant, par exemple, le traitement de l'hypertension ou du diabète. La Société d'endocrinologie et de diabétologie (SSED), qui apparaît en 5e position de notre classement, a par exemple reçu en 2017 plus de 282'000 francs de l'industrie, notamment de Novo et d'AstraZeneca. Au mois de décembre, suite à la suppression d'un médicament insulinique sur le marché, celle-ci conseille aux endocrinologues deux autres molécules: l'une d'Elis Lilly, l'autre de... Novo.

Les deux spécialistes qui signent le communiqué au nom de la SSEED ont aussi, tous deux, des liens d'intérêt avec plusieurs pharmas. Roger Lehmann, médecin-chef du Service de diabétologie à l'Hôpital de Zurich, mentionne parmi ses mécènes Eli Lilly. Cette société fabrique l'Humalog Mix 25, médicament dont Roger Lehmann recommande précisément la prescription auprès de ses confrères. «Les patients ont le droit de savoir sur quel fondement les médecins prennent leurs décisions, affirme Jacques de Haller. Si cela est fait sur une base où l'industrie a une part trop importante, ce n'est tout simplement pas acceptable.»

François Pralong, le président de la Société d'endocrinologie et de diabétologie, dont les sommes allouées par l'industrie pharmaceutique constituent en moyenne 85% du budget de fonctionnement, se défend néanmoins de tout conflit d'intérêts: «Cela est exclu, du fait de l'existence de contrats qui encadrent la réception et la gestion de ces fonds. Un sponsor ne soutient jamais un projet spécifique. En outre, les pharmas et les medtechs n'ont aucun droit de regard ni d'intervention sur l'activité des groupes de travail de la société. Ils en sont certes informés et peuvent suggérer des thématiques à aborder, ajoute-t-il, mais ces suggestions sont soumises au comité, qui décide de les suivre, ou pas, en toute indépendance.»

Leaders d'opinion

Encore faut-il que les membres du comité eux-mêmes soient neutres. Et là encore, c'est loin d'être toujours le cas. Dans plusieurs sociétés médicales, le comité est composé de spécialistes qui affichent des liens d'intérêt avec des pharmas. Soit qu'ils aient été rémunérés pour faire des commentaires sur le développement d'une nouvelle molécule, ou pour la présentation d'un exposé lors d'un congrès. Carlo Mainetti, le président de la Société suisse de dermatologie cité plus haut, a reçu quelque 6000 francs d'honoraires en 2017 des sociétés Celgene, AbbVie et Eli Lilly. Des montants qu'il a empochés pour avoir modéré un symposium à Lugano, donné son avis à Celgene et Eli Lilly dans le cadre de recherches sur le psoriasis, et conseillé AbbVie au sujet de la maladie de la peau dite de «Verneuil». Pour lui, ces mandats font naturellement partie de son rôle de «leader d'opinion» dans son domaine.

«Le sponsoring d'une pharma sème le doute sur la neutralité du médecin, avertit Nicolas Senn, chef du Département de médecine de famille au Centre universitaire de médecine générale et de santé publique. C'est particulièrement problématique si cette personne est un leader d'opinion, à la tête d'une société savante.»

Aucune surveillance officielle

En Suisse, aucune autorité ne surveille les éventuels conflits d'intérêts au sein des corporations. L'Académie suisse des sciences médicales a bien émis des directives en 2013, qui listent une série de règles à respecter. Mais qui contrôle la bonne application de ces règles? Personne, selon Valérie Clerc, secrétaire générale de l'institution: «Une commission consultative avait été créée, mais elle a été dissoute peu de temps avant que le Code de coopération pharmaceutique ne fasse son apparition en Suisse, en 2015.» Ce document, créé par les pharmas elles-mêmes, n'a aucune valeur obligatoire.

Les sociétés savantes suisses que nous avons interrogées affirment toutes respecter ces règles. Et pourtant, leurs pratiques semblent assez différentes. Certaines affichent leurs sponsors sur leur site comme les dermatologues, d'autres ne le font pas, à l'image des rhumatologues, par exemple. Certaines versent leur bénéfice à des fondations, d'autres non. Pour Michel Matter, vice-président de la FMH, «la transparence ne suffit pas. Il faut aussi qu'il y ait des règles communes, et une institution chargée de veiller au respect de ces dernières.»

Certains se montrent plus catégoriques: «Que l'industrie pharmaceutique souhaite augmenter ses ventes fait partie de la loi du marché, avance Valérie Junod, professeure de droit aux Universités de Genève et de Lausanne, et spécialiste de la question des conflits d'intérêts biomédicaux. En revanche, que les médecins ou les sociétés

médicales acceptent ce type de fonds est une autre question. Sont-ils absolument certains de ne pas subir une quelconque influence? Selon moi, il serait sans doute préférable de tout simplement interdire ces paiements.»

Une autre voie est possible

Plusieurs sociétés médicales assurent qu'elles ne pourraient organiser de congrès sans l'aide de l'industrie. Faux, répond Nicolas Senn. Voilà plus de dix ans que ce médecin lausannois organise un jeudi par mois une session de formation continue, où tout groupe pharmaceutique est interdit. «Et le programme est toujours de qualité», ajoute-t-il. En 2014, une étude qu'il avait cosignée, parue dans le Journal of General Practice, avait montré que les généralistes suisses étaient prêts à payer un peu plus de leur poche, pour bénéficier d'une formation indépendante.

«Cela montre qu'une autre voie est possible, appuie Samia Hurst, médecin et bioéthicienne. Le fait de voir que l'on peut organiser des congrès ou de la formation continue sans sponsoring démontre que les acteurs qui continuent à recevoir des fonds de l'industrie le font par choix. A eux de bien gérer le risque que cela peut impliquer.»

A Bâle, au congrès de la Société médicale de médecine interne générale, plus de 50 firmes sont d'ores et déjà annoncées. «Cela ressemblera à un grand bazar des pilules, avoue Bruno Schmucki, chargé de communication de la SGAIM. Mais le sujet fait justement l'objet d'un débat interne. Notre comité vient de décider que, pour notre manifestation d'automne, nous n'aurions plus de symposium sponsorisé. Nos membres veulent être indépendants de l'industrie.»

[1] REISO a acquis les droits de reproduction de cet article publié dans Le Temps du 11 avril 2019. Pour cette enquête, «L'argent des pharmas en Suisse», une équipe de journalistes, issus de quatre médias helvétiques du groupe Ringier Axel Springer Blick, Beobachter, Handelszeitung et Le Temps, a traité et passé au crible l'ensemble des montants versés par 60 entreprises pharmaceutiques en Suisse.