

Gestion des relations avec l'industrie pharmaceutique et des soins de santé

Le rapport sur les relations avec l'IPSS de 2024

Contexte

En janvier 2020, le Conseil d'administration du Collège des médecins famille du Canada (CMFC) a approuvé la motion suivante :

INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE

Reconnaissant les différentes perspectives sur la présence de l'industrie pharmaceutique au Forum en médecine familiale (FMF) et dans la revue *Le Médecin de famille canadien (MFC)* et son influence non consciente sur les ordonnances,

QUE le CMFC s'engage à accroître l'autonomie axée sur les données probantes du FMF et du *MFC* en écartant l'industrie pharmaceutique d'ici la fin de 2024.

La mise à jour de cette motion a été présentée au Conseil d'administration du CMFC en juin 2024. Après un examen attentif de l'opinion des membres, du contexte actuel et de la volonté du CMFC de diversifier ses sources de revenus, la position adoptée en 2020 a été réévaluée. À la suite de cette analyse, le Conseil d'administration du CMFC a approuvé la motion suivante :

INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE

QUE le Conseil, sur la recommandation du directeur général et chef de la direction, approuve le maintien d'une relation encadrée avec l'industrie pharmaceutique et des soins de santé, précisément à l'égard de :

1. la participation au Hall d'exposition du Forum en médecine familiale (FMF) ; et de
2. la publicité dans la revue *Le médecin de famille canadien (MFC)* ;

ET QUE cette décision soit réévaluée d'ici la fin de l'année 2027.

Justification de la décision

Depuis 2011, le CMFC examine de près ses relations avec l'industrie pharmaceutique et des soins de santé (IPSS). Les progrès réalisés dans cette relation incluent une attention accrue portée aux conflits d'intérêts et une meilleure compréhension de ceux-ci. Les efforts pour créer un environnement qui aide les médecins de famille à développer leur esprit critique doivent se poursuivre.

Avant 2020, le CMFC a recueilli les avis de ses membres sur cette question et a constaté que certains, favorables à la coupure de tout lien avec l'industrie pharmaceutique, estimaient que le fait de recevoir des revenus de cette industrie, même avec une politique de gestion comme celle actuellement en place au CMFC, représentait un conflit d'intérêts et compromettait l'intégrité professionnelle. D'autres membres étaient en faveur d'une relation encadrée avec l'industrie pharmaceutique, reconnaissant son rôle dans les soins de santé et l'importance des produits pharmaceutiques.

Le CMFC ne sera probablement jamais totalement indépendant du soutien de l'industrie pharmaceutique. Parmi les exemples d'affiliation, on peut citer le logo Mainpro+^{MD} apposé sur des formations/événements parrainés par l'industrie pharmaceutique (en 2019, environ 30 % des

programmes de DPC certifiés bénéficiaient du soutien de l'industrie). L'industrie ne peut pas soumettre de programmes de DPC pour certification, mais peut financer des programmes soumis par des tiers (médecins). Les conférenciers, modérateurs et membres du comité de planification ayant des liens avec l'industrie pharmaceutique peuvent toujours participer à la planification et à la présentation d'activités de DPC, à condition que tout conflit potentiel soit déclaré et atténué.

Les données n'ont pas changé et continuent de démontrer que l'effet de l'interaction avec les représentants de l'industrie pharmaceutique influence généralement les habitudes de prescriptions médicales en faveur de l'entreprise, dans une mesure faible à modérée¹⁻³:

- L'interaction avec les représentants de l'industrie pharmaceutique (par exemple dans un hall d'exposition) influence probablement la prescription des médecins, souvent de manière négative.
- L'impact de la publicité dans les revues médicales sur les habitudes de prescription des médecins est plus incertain (l'analyse la plus récente reconnaît cette incertitude, en s'appuyant sur huit études).

En ce qui concerne le risque d'influence sur les habitudes de prescription, il serait irréaliste de se donner pour objectif d'éliminer toute partialité potentielle dans les activités du CMFC. Une approche d'atténuation des risques est plus appropriée et cohérente avec la recommandation initiale de 2013 du Groupe de travail sur les relations du CMFC avec l'industrie pharmaceutique et des soins de santé (IPSS)⁴.

La note d'information présentée au Conseil d'administration en juin 2024 faisait état des retombées financières des efforts du FMF et du *Médecin de famille canadien (MFC)* pour réduire les coûts et générer de nouveaux revenus sans lien avec l'industrie pharmaceutique :

- Le FMF a réduit ses dépenses d'environ 600 000 \$, mais d'autres dépenses ont augmenté pour deux raisons : 1) les kiosques d'exposition non liés à l'industrie pharmaceutique sont généralement plus petits et génèrent moins de revenus ; 2) un nombre réduit de kiosques entraîne des espaces d'exposition plus vides, ce qui nécessite des dépenses supplémentaires pour compenser avec des aménagements esthétiques.
- Le *MFC* n'a pas réussi à augmenter suffisamment la publicité non médicale, ce qui a entraîné une réduction de la fréquence de publication de la revue, passant de 12 numéros par an à dix même s'il s'agit d'un net avantage apprécié des membres.

Entre-temps, les revenus du CMFC liés à l'industrie pharmaceutique qui sont prévus en 2024 s'élèvent à 400 000 \$ pour le FMF et à 335 000 \$ pour le *MFC*. Renoncer aux revenus liés à l'industrie pharmaceutique ne serait pas dans l'intérêt du CMFC.

Les efforts suivants d'atténuation des risques sont déployés :

- Le CMFC continue d'assurer une transparence totale sur tous les revenus du FMF et du *MFC* (comme mentionné ci-dessus). Ces informations (revenus annuels totaux liés à l'industrie pharmaceutique pour le FMF et le *MFC*) sont disponibles sur demande auprès du [bureau du CMFC](#).

- Le FMF et le *MFC* continueront de respecter leurs politiques internes, qui dictent entre autres de prévoir des façons d'accéder sans influence aux repas dans le Hall d'exposition et de limiter les cadeaux offerts aux personnes qui participent au congrès.
- Les nouvelles normes de développement professionnel continu (DPC), qui seront publiées en décembre 2024, ont été conçues pour être moins complexes, et le CMFC prévoit de réaliser davantage de vérifications afin de s'assurer de leur respect et de leur bonne compréhension.
- Certaines initiatives ont été mises en place au FMF, comme du matériel de sensibilisation au kiosque du CMFC et de futures séances de formation sur les effets des interactions entre l'industrie et les médecins.

Conclusion

Cette question est complexe et suscite de nombreuses opinions divergentes. Le Conseil d'administration et le personnel du CMFC sont activement engagés et à l'écoute, au fur et à mesure que le contexte, les budgets et la recherche évoluent. On s'attend à ce que ce changement entraîne les conséquences suivantes :

- Les membres ne constateront pas de grands changements, et les pratiques établies au cours des quatre dernières années seront maintenues.
- Le CMFC pourrait observer une augmentation des revenus liés à la publicité dans le *MFC* et aux kiosques du FMF. Ces revenus seront réinvestis afin de garantir la robustesse de ces services, tout en réduisant la pression sur les réserves du CMFC.

[Communiquez avec nous](#) si vous souhaitez partager votre point de vue concernant l'industrie pharmaceutique et des soins de santé.

Annexe

Stratégies de gestion et d'atténuation en vigueur

Le Médecin de famille canadien (MFC)

1. Politiques publicitaires du *MFC* en matière de publicité pharmaceutique

Toute publicité pharmaceutique, que ce soit pour des médicaments sur ordonnance ou en vente libre, ne sera acceptée pour publication que lorsque l'annonceur aura démontré qu'il a reçu l'autorisation appropriée du Conseil consultatif de publicité pharmaceutique (CCPP). Le CCPP procède à une vérification indépendante de toutes les publicités pharmaceutiques conformément à la monographie du produit approuvée par la Direction des médicaments de Santé Canada.

2. Lignes directrices en matière de publicité de l'Association des éditeurs médicaux du Canada (AEMC)

- a) Toutes les publicités des fabricants de produits pharmaceutiques (y compris les campagnes d'incitation à la conformité et les publicités pour les produits en vente libre) à l'intention des professionnels de la santé et des pharmaciens, apparaissant dans les publications des membres de l'AEMC, porteront le logo du CCPP, attestant de la conformité avec le processus d'approbation de ce dernier.

- b) L'adhésion à l'AEMC est soumise à l'exigence que les publications dont la diffusion est égale ou supérieure à 10 000 exemplaires fassent l'objet d'un audit par le CCAB (Canadian Circulation Audit Bureau), le BPA (Business Publication Audit – États-Unis) ou un comptable agréé.

Hall d'exposition du Forum en médecine familiale (FMF)

- 1. Politiques de gouvernance du Hall d'exposition du FMF (approuvées par le Comité du FMF le 6 mai 2024)**
- 2. Politiques et lignes directrices externes :**
 - [Lignes directrices pour les interactions avec l'industrie de l'AMC](#)
 - [Norme nationale](#)
 - [Médicaments novateurs Canada](#) (pour les fournisseurs concernés uniquement)
- 3. Politiques et lignes directrices internes :**
 - [Politiques et lignes directrices pour les exposants au FMF](#)
 - [Lignes directrices pour la certification Mainpro+](#)

Références :

1. Brax H, Fadlallah R, Al-Khaled L, Kahale LA, Nas H, El-Jardali F et coll. Association between physicians' interaction with pharmaceutical companies and their clinical practices: A systematic review and meta-analysis. *PLoS ONE*. 2017; 12(4): e0175493.
2. Fickweiler F, Fickweiler W, Urback E. Interaction between physicians and pharmaceutical industry generally and sales representatives specifically and their association with physicians' attitudes and prescribing habits: a systemic review. *BMJ Open*. 2017;7:e016408.
3. Wazana, Ashley. Physicians and the pharmaceutical industry: Is a gift ever just a gift? *JAMA*. 2000; 283(3):373-380.
4. Collège des médecins de famille du Canada. Relations du CMFC avec l'industrie pharmaceutique et des soins de santé. Date de consultation : le 18 octobre 2024. <https://www.cfpc.ca/fr/policy-innovation/health-policy-goverment-relations/cfpc-policy-papers-position-statements/relationship-health-care-pharmaceutical-industry>