

Interactions avec l'industrie pharmaceutique : l'influence sur les médecins

THE COLLEGE OF
FAMILY PHYSICIANS
OF CANADA



LE COLLÈGE DES
MÉDECINS DE FAMILLE
DU CANADA



« Rencontrer un représentant pharmaceutique est-il vraiment problématique ? D'autres peuvent être influencés, mais je prescris en fonction des meilleures données probantes et je ne me laisserai pas avoir aussi facilement. »

Plus de 60 % des médecins pensent qu'ils ne sont pas influencés par les promotions ou les contacts avec l'industrie pharmaceutique. Mais 84 % d'entre eux déclarent que ces promotions ou contacts influencent leurs collègues médecins¹.

Quelles sont les conséquences de l'interaction avec des représentants pharmaceutiques ?

Ils sont formés pour influencer les médecins et sont efficaces².

Ces interactions se traduisent par³ :

- un coût de prescription plus élevé
- une prescription rapide du nouveau médicament
- une diminution de la prescription de médicaments génériques
- une prescription moins rationnelle

Les petits cadeaux de l'industrie pharmaceutique n'influencent pas la prescription, n'est-ce pas ?

Même les petits cadeaux (stylos, blocs-notes) peuvent influencer la prescription. On note qu'il existe une corrélation positive entre le fait de recevoir des cadeaux ou le nombre de ceux-ci et la conviction que les interactions avec l'industrie n'ont pas d'impact sur la prescription³.

Armoire à échantillons ou armoire marketing ?

Les échantillons sont des médicaments de marque destinés à augmenter les ventes. Les médecins qui reçoivent des échantillons sont plus susceptibles de préférer et de prescrire rapidement le nouveau médicament³. Les échantillons sont rarement nouveaux ou plus efficaces que les options existantes et sont généralement plus chers⁴. Des médicaments génériques sont souvent disponibles.

Comment la participation des médecins à de la formation médicale continue (FMC) commanditée par l'industrie influe-t-elle sur la prescription ?

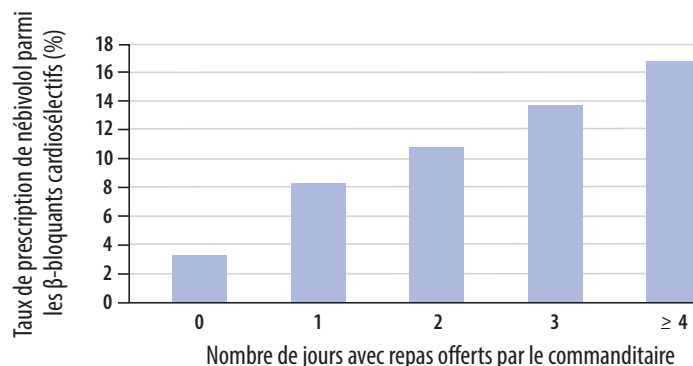
Le nombre de prescriptions du médicament du commanditaire augmente (d'environ six à 19 pour cent), tandis que celui du médicament du concurrent diminue (ou augmente moins)³. Lorsque l'industrie prend en charge les frais de déplacement, on voit la prescription

des médicaments du commanditaire avant la tenue de l'événement quintupler, voire décupler³.

Mais la FMC commanditée par l'industrie peut être une bonne source d'information, n'est-ce pas ?

L'information est erronée dans 11 à 42 pour cent des sources^{5,6} et il peut être difficile pour les médecins de détecter les affirmations mensongères. Les médecins reconnaissent que l'industrie est souvent une source médiocre (et influente), mais ils participent quand même aux activités de FMC commanditées par l'industrie.

Comment les médecins sont-ils influencés par l'offre de repas ?



Sur environ 280 000 médecins, 63 524 ont bénéficié d'un repas payé par une de quatre sociétés pharmaceutiques. Les repas coûtent en moyenne entre 12 et 18 dollars. Constat : le plus longtemps un médecin bénéficie de repas payés par une société, plus il a tendance à prescrire le médicament de cette dernière⁷.

Que peut faire le médecin ?

- Choisir une FMC qui est libre de partialité de l'industrie (p. ex., Therapeutics Initiative, Tools for Practice) ou d'autres options (programme d'apprentissage basé sur la pratique, clubs de lecture).
- Fournir des médicaments génériques, si possible, au lieu de donner des échantillons de médicaments.
- Si vous rencontrez des représentants pharmaceutiques, consultez la description du médicament dans des ressources non commanditées par l'industrie (p. ex., RxFiles, Center for Effective Practice, UpToDate, Dynamed).
- Quand vous prenez part à une FMC commanditée par l'industrie, restez à l'affût de l'influence et reconnaissez que l'on tente de vous influencer.

THE SASKATCHEWAN
COLLEGE OF
FAMILY PHYSICIANS



LE COLLÈGE DES
MÉDECINS DE FAMILLE
DE LA SASKATCHEWAN

A CHAPTER OF THE COLLEGE OF FAMILY PHYSICIANS OF CANADA
UNE SECTION DU COLLÈGE DES MÉDECINS DE FAMILLE DU CANADA





Références

1. Steinman MA, Shlipak MG, McPhee SJ. Of principles and pens: attitudes and practices of medicine housestaff toward pharmaceutical industry promotions. *Am J Med.* 2001;110(7):551-557.
2. Brown SR. Physicians Should Refuse Pharmaceutical Industry Gifts. *Am Fam Physician.* 2021;104(4):348-350.
3. Wazana A. Physicians and the pharmaceutical industry: is a gift ever just a gift? *JAMA.* 2000;283(3):373-380.
4. Evans KL, Brown SR, Smetana GW. Sample closet medications are neither novel nor useful. *J Am Board Fam Med.* 2013;26(4):380-387.
5. Ziegler MG, Lew P, Singer BC. The accuracy of drug information from pharmaceutical sales representatives. *JAMA.* 1995;273(16):1296-1298.
6. Stryer D, Bero LA. Characteristics of materials distributed by drug companies. An evaluation of appropriateness. *J Gen Intern Med.* 1996;11(10):575-583.
7. DeJong C, Aguilar T, Tseng C-W, Lin GA, Boscardin WJ, Dudley RA. Pharmaceutical Industry-Sponsored Meals and Physician Prescribing Patterns for Medicare Beneficiaries. *JAMA Intern Med.* 2016;176(8):1114-1122.