

## **Comment les laboratoires freinent le développement des médicaments génériques**

10/12/2008

**Multiplier les dépôts de brevets pour un même médicament, saisir la justice contre un concurrent, dévaloriser l'efficacité du générique : ce sont quelques-unes des stratégies développées par les laboratoires pour limiter la progression des "copies". C'est ce que montre un rapport de la Commission européenne rendu public le 28 novembre.**

Pour les "labos", la pilule du générique a du mal à passer ! Pour preuve, les industriels des médicaments de marque développent depuis des années une panoplie de stratégies afin de "retarder ou bloquer" l'arrivée des médicaments génériques dans les différents pays de l'Union européenne. C'est le principal enseignement d'une enquête de la Commission européenne sur la concurrence dans le secteur pharmaceutique.

Lancée en janvier 2008, elle porte sur la période 2000-2007 et sur 219 médicaments. Un rapport préliminaire a été présenté le 28 novembre, à Bruxelles, dont les conclusions confirment l'analyse effectuée par la Mutualité française dans son étude d'octobre 2008 intitulée "Bilan de 25 ans de politique du médicament générique".

Une de ces stratégies est de déposer un nombre important de brevets pour un même médicament. Les experts de la Commission en ont même relevé près de 1.300 pour des spécialités pharmaceutiques ! Il s'agit de "blockbusters", médicaments dont le chiffre d'affaires mondial excède 1 milliard de dollars. Cette pratique, dite des "grappes de brevets", peut être "source d'incertitudes pour les concurrents génériques en ce qui concerne le moment où ils peuvent développer leur médicament sans enfreindre un des nombreux (nouveaux) brevets", relève la Commission.

### **Des litiges qui durent près de trois ans**

Autre stratégie : multiplier les actions en justice contre les fabricants de génériques. Entre 2000 et 2007, 1.300 litiges ont été recensés. "Lorsqu'une décision finale de justice a été rendue, les entreprises du générique l'ont emporté dans la majorité des cas (62%)". Toutefois, cette procédure représente un gain de temps (et donc d'argent) pour les industriels des médicaments de marque puisqu'elle dure en moyenne 2,8 ans...

La justice n'est d'ailleurs pas systématiquement saisie, les deux parties préférant parfois des règlements à l'amiable. Ainsi, 63% des 49 médicaments qui ont fait l'objet d'accord étaient des produits "qui se vendaient le mieux ou ayant perdu leur exclusivité entre 2000 et 2007". Près d'une fois sur deux, ces accords se sont traduits pour le fabricant de générique par une possibilité restreinte de commercialiser son produit. Enfin, les industriels du médicament de marque n'hésitent pas à intervenir "auprès des autorités nationales" arguant du fait que les génériques seraient "moins sûrs, moins efficaces et/ou de moindre qualité".

Ces stratégies portent d'ailleurs leurs fruits. Comme le relève la Commission, "l'entrée des génériques se produit postérieurement à ce qui pourrait être attendu". Ainsi, le délai moyen d'arrivée sur le marché d'un générique, après la perte d'exclusivité de la marque, était "d'environ sept mois". Pour les médicaments les plus vendus, il est de quatre mois. Ces retards ont un coût : les économies sur les dépenses de médicament sur la période 2000-2007 "auraient pu être supérieures d'environ trois milliards si l'entrée des génériques avait eu lieu immédiatement".

### **"Préserver le chiffre d'affaires"**

On s'en doute, ce rapport préliminaire de la Commission européenne n'a pas été du goût de l'industrie pharmaceutique. Dans un communiqué, Les Entreprises du médicament en Europe estiment qu'il ne "s'attaque pas aux goulots d'étranglement" du marché des génériques. "Par rapport aux Américains, les Européens dépensent moins pour leurs médicaments innovants et plus pour leurs médicaments génériques", constatent les industriels. Selon eux, "un mécanisme de marché plus efficace est absolument nécessaire pour assurer un marché du générique permettant de réaliser les économies appropriées au fonctionnement des systèmes de santé".

Reste une question : comment expliquer cette offensive des industriels du médicament de marque ? "Entre 2009 et 2010, de nombreuses molécules vont tomber dans le domaine public, en particulier des blockbusters. Dans le même temps, de moins en moins de molécules innovantes répondant aux besoins des patients sont découvertes et commercialisées, explique Laure Lechertier, responsable du département politique du médicament à la Mutualité française. Aussi, pour préserver leur chiffre d'affaires, les laboratoires ont donc intérêt à créer un climat de défiance sur les génériques au sein de l'opinion publique et tenter de réduire leur progression sur le marché."

Jean-Michel Molins