

ASSEMBLÉE NATIONALE

8 avril 2011

**MODIFICATION DE LA LOI N° 2009-879
PORTANT RÉFORME DE L'HÔPITAL - (n° 3293)**

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT**N° 168**

présenté par

Mme Lemorton, M. Christian Paul, Mme Marisol Touraine, M. Bapt,
Mme Génisson, M. Issindou, M. Mallot, M. Jean-Marie Le Guen,
M. Sirugue, M. Jean-Louis Touraine, M. Gille, Mme Hoffman-Rispal,
Mme Pinville, Mme Clergeau, Mme Carrillon-Couvreur, M. Liebgott, Mme Orliac,
Mme Delaunay, Mme Laurence Dumont, M. Hutin, M. Leroy, Mme Oget,
Mme Iborra, Mme Biémouret, M. Renucci, M. Lebreton
et les membres du groupe Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 9 BIS, insérer l'article suivant :**

La dernière phrase de l'article L. 1161-4 du code de la santé publique est supprimée.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement vise à renforcer le principe général d'interdiction de tout contact direct ou indirect des laboratoires pharmaceutiques avec les patients en matière d'éducation thérapeutique.

Un récent rapport, a montré combien l'éducation thérapeutique est un élément important de l'amélioration de la qualité de la prise en charge et de l'accompagnement des patients, plus particulièrement dans le cadre de maladies chroniques : il faut encourager et développer cette approche qui conjugue plusieurs aspects, tels que l'éducation du patient pour sa santé, l'éducation du patient à sa maladie et les actions d'éducation liées au traitement préventif et curatif. Il est important de bien distinguer « l'observance » ou l'accompagnement des traitements que peut mener l'industrie pharmaceutique concernant ses médicaments, et l'éducation thérapeutique, qui n'a rien à voir.

Si le rôle de l'industrie pharmaceutique est bien reconnu comme essentiel pour l'innovation et la mise au point des médicaments, on doit cependant bien distinguer l'éducation thérapeutique d'un moyen de développer des politiques promotionnelles. Comme le détaille la revue Pharmaceutiques (septembre 2008), dans l'article intitulé « Promotion du médicament : quelles perspectives à l'horizon 2012 ? », les programmes d'accompagnement des patients répondent à une véritable stratégie marketing, à travers le mix- promotionnel, combinaison de la promotion des produits avec des services associés. Il en découle que les programmes d'éducation thérapeutique mis en place par les laboratoires pharmaceutiques revêtiront davantage un objectif commercial qui consiste à fidéliser les patients à la marque du médicament qu'un objectif d'amélioration de la qualité des soins et du bon usage du médicament.

Or, pour garantir une éducation thérapeutique de qualité, il est primordial que le patient soit préservé de tout contact de nature promotionnelle, comme le souligne le rapport IGAS de décembre 2007 consacré à « l'encadrement des programmes d'accompagnement des patients associés à un traitement médicamenteux, financés par les entreprises pharmaceutiques ».