



# ASSEMBLÉE NATIONALE

## 12ème législature

### médicaments

Question écrite n° 64779

#### Texte de la question

M. Marc Le Fur demande à M. le ministre des solidarités, de la santé et de la famille de lui donner des indications sur les campagnes de communication destinées à lutter contre la surconsommation de médicaments. Il souhaite connaître les montants dépensés par l'État, ainsi que par les caisses d'assurance maladie, sur ces thèmes, en 2003 et 2004, ainsi que les prochaines campagnes d'information et de sensibilisation prévues pour 2005 et 2006. Il souhaite enfin savoir quel bilan il retire de l'efficacité de telles campagnes de communication.

#### Texte de la réponse

En France, en 2003, le médicament représentait 31 % des dépenses de soins de ville remboursées par l'assurance maladie avec 15,4 milliards d'euros remboursés. La progression des dépenses était de 6,4 %. En 2004, ces dépenses atteignaient 16,4 milliards d'euros ce qui représente 32 % des dépenses de soins de ville pour la France métropolitaine. Dans ce contexte, le Gouvernement a décidé de mettre en oeuvre une réforme structurelle de l'Assurance maladie, en concertation avec l'ensemble des acteurs qui vise à sauvegarder le régime d'Assurance maladie. La qualité des soins et le bon usage des médicaments constituent des éléments importants de cette réforme. Pour maîtriser les dépenses, l'Assurance maladie a engagé des campagnes de communications qui visent à : promouvoir les génériques, qui permettent de maîtriser l'évolution des dépenses de médicaments à qualité médicale inchangée. En France en 2004, ils ont permis 380 millions d'euros d'économies, tous régimes confondus. Selon la CNAMTS, sur les médicaments génériques, la part des génériques en termes de boîtes délivrées parmi l'ensemble des produits généricables est passée de 30 % en 2002 à 56 % en mai 2004 et à 57,9 % en 2005. Il s'agit dans ce cas d'une action de régulation des caisses via les visites des délégués de l'assurance maladie et non pas d'une « campagne » en tant que telle ; à favoriser le bon usage en antibiotiques : sur le plan quantitatif, une posologie et une durée suffisantes, sur le plan qualitatif, une molécule selon sa diffusion, son mode d'action et ses interactions médicamenteuses potentielles. En ce qui concerne la qualité des soins, l'Assurance maladie a lancé des campagnes « grand public » de sensibilisation sur les risques liés aux abus d'antibiotiques. La Caisse nationale fait porter ses priorités de communication sur ce sujet. On a ainsi enregistré en 2005 une diminution de la progression des prescriptions d'antibiotiques par rapport à 2004 qui n'ont progressé que de 0,5 % en volumes entre novembre 2004 et novembre 2005. La campagne a coûté 5 796 ME, la conception, la mise en oeuvre de la campagne et les campagnes télévision et radio représentant la part financière la plus importante de ce budget. La signature d'accords de bon usage des soins entre les professionnels et l'assurance maladie pour travailler ensemble sur l'amélioration d'un type de prescription (exemple de la consommation des hypnotiques et anxiolytiques dont l'objectif annuel est prévu dans le cadre de la convention médicale). Les échanges confraternels avec les médecins conseil, information et sensibilisation du grand public sont également des actions que l'assurance maladie met en oeuvre pour contribuer au bon usage du médicament. Enfin, le coût des campagnes de sensibilisation de l'assurance maladie à venir n'est pas encore connu, la convention d'objectifs et de gestion est en effet en négociation.

#### Données clés

**Auteur :** [M. Marc Le Fur](#)

**Circonscription :** Côtes-d'Armor (3<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 64779

**Rubrique :** Pharmacie et médicaments

**Ministère interrogé :** solidarités, santé et famille

**Ministère attributaire :** santé et solidarités

[Date\(s\) clé\(e\)s](#)

**Question publiée le :** 10 mai 2005, page 4761

**Réponse publiée le :** 14 mars 2006, page 2841