



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

médicaments génériques

Question écrite n° 4186

Texte de la question

M. Philippe Meunier interroge Mme la ministre des affaires sociales et de la santé sur la baisse des ventes de médicaments génériques en France en 2011. En effet, selon le Gemme, qui réunit les industriels du générique, le volume des ventes a baissé de 3 %. Aussi, il lui demande les raisons de ce recul du volume des ventes.

Texte de la réponse

En vingt ans, le générique est devenu une habitude. Il a su prendre toute sa place dans nos pratiques de santé, pour les petits maux du quotidien comme pour les maladies les plus graves. Son succès est indéniable. Les chiffres le prouvent et une enquête réalisée par l'Institut BVA montre notamment que 78% des Français utilisent des médicaments génériques. Parmi eux, 93% en sont satisfaits. Ce succès, il est aussi économique et social. Le générique est un pilier essentiel pour garantir la pérennité de notre système de santé. En cinq ans seulement, il a permis de réaliser 7 milliards d'euros d'économies qui ont pu être réinvestis, notamment, pour améliorer l'accès aux traitements les plus innovants. Pour autant, en 2016, le taux de prescription des génériques en France reste inférieur à celui de certains de nos partenaires européens et notamment l'Allemagne. La raison de ce retard est simple : encore trop de Français et de professionnels de santé continuent de s'interroger sur les médicaments génériques. C'est pourquoi nous devons continuer à en faire la promotion. C'est le sens des mesures prises depuis 2012. Dès 2012, le système « tiers-payant contre générique » a réservé la dispense d'avance de frais en pharmacie aux assurés qui acceptent la délivrance de génériques, lorsqu'il en existe pour les médicaments qui leur sont prescrits. Grâce à cette mesure, les pharmaciens dispensent 8 fois sur 10 un générique en lieu et place d'un médicament non-générique. Pour aller plus loin, la ministre des affaires sociales et de la santé a présenté, en mars 2015, un plan triennal pour la promotion du médicament générique. Différentes actions concrètes ont été mises en place en ville, à l'hôpital et dans les établissements pour personnes âgées dépendantes (EHPAD) pour lever les principaux freins à l'usage des génériques pour toutes les situations où cet usage est possible. Ce plan prévoit également l'accélération de la mise sur le marché des génériques. La délivrance des autorisations de mise sur le marché (AMM) des génériques est désormais l'une des priorités de l'Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé (ANSM). 120 nouveaux groupes de génériques ont été créés en 2015 et 2016, notamment des anti-cancéreux, des anti-inflammatoires, des traitements antirétroviraux et des traitements antifongiques. Par ailleurs, la prescription de génériques est devenue l'une des priorités du développement professionnel continu (DPC) à l'attention des médecins. Désormais, l'innovation pour le bon usage du médicament est un élément central de toute formation initiale et continue des prescripteurs. Enfin, a été mis à disposition des professionnels de santé, un système d'aide à la décision qui propose systématiquement la prescription d'un générique s'il existe et s'il répond aux besoins du patient. Un an seulement après le lancement de ce plan, l'objectif triennal qui était de passer de 40% à 45% a pratiquement été atteint. Les professionnels de santé sont mieux accompagnés dans leur exercice et la prescription de génériques entre progressivement dans leurs habitudes. Pour progresser encore, la ministre des affaires sociales et de la santé a lancé, fin septembre 2016, une nouvelle campagne de communication pour renforcer la confiance des patients et des prescripteurs envers les génériques. Cette

campagne s'articule autour d'un message clé : « devenir générique, ça se mérite ». L'enjeu, c'est de rassurer sur la sécurité et l'efficacité de ces médicaments. Pour pouvoir être développé sous forme de générique, un médicament a dû au préalable prouver sa qualité, sa sécurité et son efficacité. Un générique, c'est un médicament qui a bénéficié de 10 ans d'études scientifiques et de 10 ans d'utilisation. Le générique, c'est une stratégie « gagnant-gagnant », un médicament moins cher mais tout aussi sûr et efficace. Cette campagne lancée avec l'Assurance maladie et l'ANSM, est adaptée aux différentes cibles : aux patients, aux prescripteurs et aux pharmaciens. Pour que son slogan « devenir générique, ça se mérite » puisse devenir un réflexe - tout comme « les antibiotiques, c'est pas automatique » -, cette campagne s'étalera sur 3 ans et mobilisera l'ensemble des acteurs partenaires sur le terrain. L'objectif ultime de cette campagne, c'est que chaque Français, chaque professionnel de santé, chaque patient, puisse considérer le médicament générique comme un médicament à part entière, un médicament tout court. Pour atteindre cet objectif, la mobilisation de tous les acteurs de la chaîne d'information sera indispensable. Journalistes spécialisés, médecins, pharmaciens, professionnels de santé, acteurs sociaux, tout le monde doit s'engager pour diffuser ce message. C'est un enjeu majeur pour la pérennité de notre système de santé. C'est un enjeu économique. Mais c'est aussi et surtout un enjeu de citoyenneté pour réduire les dépenses de santé afin de faire vivre notre système de santé, de le renforcer et de le rendre toujours plus solidaire.

Données clés

Auteur : [M. Philippe Meunier](#)

Circonscription : Rhône (13^e circonscription) - Les Républicains

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 4186

Rubrique : Pharmacie et médicaments

Ministère interrogé : Affaires sociales et santé

Ministère attributaire : Affaires sociales et santé

Date(s) clé(e)s

Question publiée au JO le : [11 septembre 2012](#), page 4929

Réponse publiée au JO le : [1er novembre 2016](#), page 9025