



ORDRE DES **PHARMACIENS** DU QUÉBEC

Présent pour vous

COMMUNIQUÉ AUX MEMBRES

Montréal, le 8 février 2013

Les programmes de fidélisation des fabricants de médicaments de marque peuvent-ils amener les pharmaciens à contrevenir à leurs obligations déontologiques?

Devant la multiplication des programmes de fidélisation des fabricants de médicaments de marque, l'Ordre souhaite sensibiliser ses membres à leur impact potentiel sur les obligations déontologiques des pharmaciens.

Il importe de rappeler que rien n'oblige les pharmaciens à participer aux programmes de fidélisation (copaiements) des fabricants de médicaments dans le cadre de leur pratique professionnelle. S'ils le font, ils doivent cependant tenir compte des conséquences de ces programmes à l'égard de leurs obligations déontologiques et évaluer leur conformité à la lumière, notamment, des dispositions du *Code de déontologie des pharmaciens*. Comme ces programmes diffèrent les uns des autres, la plus grande prudence est donc de mise.

En cas de refus du pharmacien de participer, rien n'empêche ce dernier d'orienter les patients qui souhaitent bénéficier directement du programme aux gestionnaires de ces programmes, afin d'obtenir les rabais annoncés.

La situation vécue ici et ailleurs

Depuis quelques années, les fabricants de médicaments de marque ont entrepris de combattre l'érosion des parts de marchés de leurs médicaments dont le brevet est expiré, notamment par l'entremise des programmes de fidélisation. Ces programmes comportent essentiellement un volet par lequel le fabricant accepte de rembourser au consommateur une partie des montants que celui-ci doit personnellement assumer sur l'achat d'un médicament d'ordonnance. À titre d'exemple, un fabricant peut ainsi s'engager à rembourser la totalité ou un pourcentage significatif du coût assumé par le patient qui choisit de recevoir le médicament de marque au lieu de son équivalent générique.



ORDRE DES PHARMACIENS DU QUÉBEC

Présent pour vous

Or, de telles pratiques ont semé la controverse entre autres aux États-Unis où, au printemps 2012, diverses associations ont entrepris des recours collectifs contre des fabricants de médicaments en alléguant certaines contraventions aux lois américaines, notamment celles relatives à la protection des consommateurs. Ces associations soutiennent que ces pratiques trompent les patients en leur laissant faussement croire qu'ils peuvent bénéficier du médicament de marque à un coût équivalent ou légèrement inférieur à celui du générique alors qu'à leur insu le véritable coût de la somme de ces choix se reflétera dans des augmentations significatives des primes d'assurance groupe¹. Un rapport américain soutient même que les augmentations de primes consécutives à ces pratiques pourraient totaliser 32 millions \$ sur une période de dix (10) ans.

Au Québec, sauf exception, les patients sont couverts par le régime général d'assurance médicaments mis sur pied par la *Loi sur l'assurance médicaments*.

Ce régime distingue deux (2) grands groupes d'assurés — ceux dont les médicaments sont remboursés par la Régie de l'assurance maladie du Québec et ceux dont les médicaments sont remboursés par des régimes privés.

Récemment, le ministre de la Santé et des Services sociaux a fait part de sa préoccupation à l'égard de ces programmes, notamment en ce qui a trait aux problèmes de transparence et d'équité qu'ils entraînent.

En outre, ces programmes ont des conséquences qui peuvent varier en fonction des groupes d'assurés et, dans le cas des médicaments dont le remboursement est assumé par la RAMQ, en fonction du statut d'inscription du médicament à la liste (PPB ou PMP). Ils peuvent également varier en fonction de la nature des paiements assumés par le fabricant. Ces différences font en sorte qu'il peut être difficile pour les pharmaciens de distinguer les situations précises où leur participation à un tel programme est susceptible de les amener à contrevenir à leurs obligations déontologiques. De plus, les pharmaciens assument certaines obligations envers leurs patients qui vont au-delà de la simple question de la légalité de ces programmes, notamment des obligations d'information, comme nous le verrons plus loin.

Rappelons que ni le Conseil d'administration, ni la Direction générale de l'Ordre des pharmaciens ne peuvent garantir la conformité ou non de ces nombreux programmes. Au sein d'un Ordre, c'est au Conseil de discipline qu'il revient de déterminer, à l'exclusion de tout autre tribunal en première instance, si un professionnel a contrevenu à l'une ou l'autre de ses obligations déontologiques. Or, il n'existe pas à l'heure actuelle de précédent portant sur les programmes de fidélisation des fabricants. Si une demande d'enquête était déposée relativement à la participation d'un pharmacien à de tels programmes, il est vraisemblable de croire qu'elle serait analysée notamment à la lumière des questions exposées plus bas.

Dans l'intervalle, la prudence est de mise!

¹ On doit noter qu'au Québec, cet argument ne serait pas applicable aux médicaments remboursés par la Régie de l'assurance maladie du Québec au PPB.



ORDRE DES **PHARMACIENS** DU QUÉBEC

Présent pour vous

Les cartes de fidélisation et le respect des obligations déontologiques

1. La distribution des cartes de fidélisation par le pharmacien

Dans toutes les situations, il est clair pour l'Ordre que le pharmacien ne peut, *en aucun cas*, participer à *la distribution* de cartes de fidélisation à ses patients.

2. L'acceptation des cartes de fidélisation par le pharmacien

Lorsqu'il accepte d'agir pour le compte du fabricant d'un médicament de marque en assurant la gestion d'un programme de fidélisation dans le cadre de sa relation professionnelle avec son patient, le pharmacien devrait se poser les questions suivantes :

- Comme pharmacien, ai-je pris connaissance des conditions et des modalités du programme?
- Comme pharmacien, suis-je en mesure de les expliquer adéquatement à mon patient?
- Existe-t-il un impact financier direct ou indirect à l'égard d'un tiers payeur ou du patient, entraînant, par exemple, une augmentation des coûts d'un régime d'assurance? Le cas échéant, le tiers payeur ou le patient ont-ils fourni un consentement éclairé à un tel impact?
- Le patient ou le pharmacien doivent-ils divulguer à un tiers des renseignements visés par le secret professionnel dans le cadre de ce programme? Dans l'affirmative, le patient donne-t-il un consentement éclairé à une telle divulgation?
- Comme pharmacien, puis-je, nonobstant ma participation au programme de fidélisation, utiliser judicieusement les ressources consacrées aux soins de la santé, notamment puis-je considérer que je continue à favoriser l'utilisation optimale des médicaments?
- Le programme permet-il au pharmacien de respecter son obligation de s'abstenir de verser un avantage relatif à l'exercice de sa profession? À cet égard, le programme est-il conçu de manière à fournir au patient un avantage ou un paiement dont il ne bénéficie pas en vertu du régime général d'assurance médicaments ou d'un régime public ou privé d'assurance médicaments?
- Le programme est-il conforme aux obligations du fabricant souscrites auprès du ministre de la Santé et des Services sociaux, notamment celle de respecter le prix de vente garanti? À cet égard, le programme a-t-il comme caractéristiques d'effectuer des paiements au pharmacien?



ORDRE DES **PHARMACIENS** DU QUÉBEC

Présent pour vous

Conclusion

Le code de déontologie n'impose pas aux pharmaciens de participer aux programmes de fidélisation des fabricants de médicaments. Toutefois, le pharmacien qui envisage de s'impliquer dans de tels programmes doit s'assurer tant de la légalité de sa conduite que de la compréhension, par son patient, des avantages et des inconvénients de ses choix.

Finalement, au-delà des préoccupations déontologiques, les programmes de fidélisation des fabricants comportent des enjeux sociétaux et éthiques. Dans ce contexte, l'Ordre entend inviter sous peu divers organismes interpellés sur ces questions, à une journée de discussion sur les impacts des programmes de fidélisation des fabricants de médicaments.

Nous vous tiendrons informés de tout développement.