

4.11. Part de marché des médicaments génériques

Tous les pays de l'OCDE considèrent le développement des marchés des médicaments génériques comme une bonne occasion d'accroître l'efficacité des dépenses pharmaceutiques, en proposant des produits moins coûteux que les médicaments sous brevet pour un résultat sanitaire équivalent. En 2011, les génériques représentaient environ trois quarts du volume des produits pharmaceutiques couverts par la couverture médicale de base en Allemagne, au Royaume-Uni, en Nouvelle-Zélande et au Danemark, mais moins d'un quart au Luxembourg, en Italie, en Irlande, en Suisse, au Japon et en France (graphique 4.11.1).

La part de marché des génériques s'est sensiblement accrue ces dix dernières années dans certains pays qui affichaient de faibles niveaux en 2000 (graphique 4.11.2). Au Portugal, le marché des génériques est passé de pratiquement zéro en 2000 à 30 % en volume et 23 % en valeur en 2011. En Espagne, ces parts de marché ont atteint 34 % en volume et 15 % en valeur en 2011 (contre seulement 3 % en 2000). Cette croissance du marché des génériques au Portugal et en Espagne s'est amorcée avant la récession de 2008-09, mais ces deux pays ont récemment pris des mesures pour intensifier ces efforts dans le cadre de plans de réduction du déficit.

Certaines disparités dans la part des génériques entre les pays peuvent s'expliquer par les structures des marchés, notamment le nombre de médicaments non protégés par un brevet ou les préférences des médecins (qui peuvent être influencés par les représentants des laboratoires pharmaceutiques) pour les médicaments sous brevet, mais l'essor des génériques dépend aussi largement des politiques mises en œuvre (OCDE, 2010b ; Vogler, 2012).

La plupart des pays de l'OCDE autorisent les médecins à prescrire en utilisant les dénominations communes internationales (DCI), mais les comportements professionnels ne dépendent pas uniquement des lois. Alors que 80 % des prescriptions des médecins anglais utilisent les DCI, ce n'est le cas que pour 12 % des prescriptions des médecins français (OCDE, 2010b). Par ailleurs, les pharmaciens sont autorisés à substituer un générique à un médicament de marque dans la plupart des pays de l'OCDE, et même obligés de le faire dans certains (le Danemark et la Suède par exemple). Toutefois, cette obligation n'est pas indispensable à une forte pénétration des médicaments génériques, car des pays comme la Nouvelle-Zélande et le Royaume-Uni affichent des taux de pénétration élevés sans y avoir recours.

Des incitations financières destinées aux médecins, aux pharmaciens et aux patients ont été mises en place afin d'encourager le développement des marchés des génériques. En Angleterre par exemple, les *Primary Care Trusts* (groupements de généralistes) sont financièrement responsables des dépenses de santé de leurs patients et ont donc un intérêt direct à contrôler les coûts des produits pharmaceutiques. En France, la sécurité sociale verse des primes aux médecins dont les taux de prescription de génériques sont élevés par l'intermédiaire d'un dispositif de rémunération fondée sur la performance.

Les patients ont un intérêt financier à choisir les médicaments les moins chers lorsque leur participation aux coûts est fixée

en pourcentage du prix, lorsque la participation fixe est inférieure pour les génériques ou lorsqu'un système de « prix de référence » est mis en place. En 2006, la Suisse a augmenté la participation au paiement des médicaments de marque pour lesquels des génériques sont disponibles (elle est passée de 10 % à 20 %). En France, lorsqu'ils refusent la substitution par un générique, les patients doivent payer leurs médicaments et ne sont remboursés qu'ultérieurement.

Les marges des pharmaciens sont fixées en fonction du prix des médicaments et sont par conséquent plus élevées (en termes absolus) pour les produits les plus chers. Un tel dispositif pénalise les pharmaciens lorsqu'ils substituent un générique à un médicament plus onéreux. Plusieurs pays ont inversé ou au moins neutralisé cette mesure incitative (notamment la France). D'autres ont instauré des incitations positives : en Suisse par exemple, les pharmaciens sont rémunérés pour substituer les génériques aux médicaments de marque. Dans plusieurs pays (en Norvège, par exemple), les pharmaciens ont l'obligation d'informer les patients des possibilités de traitement moins coûteux.

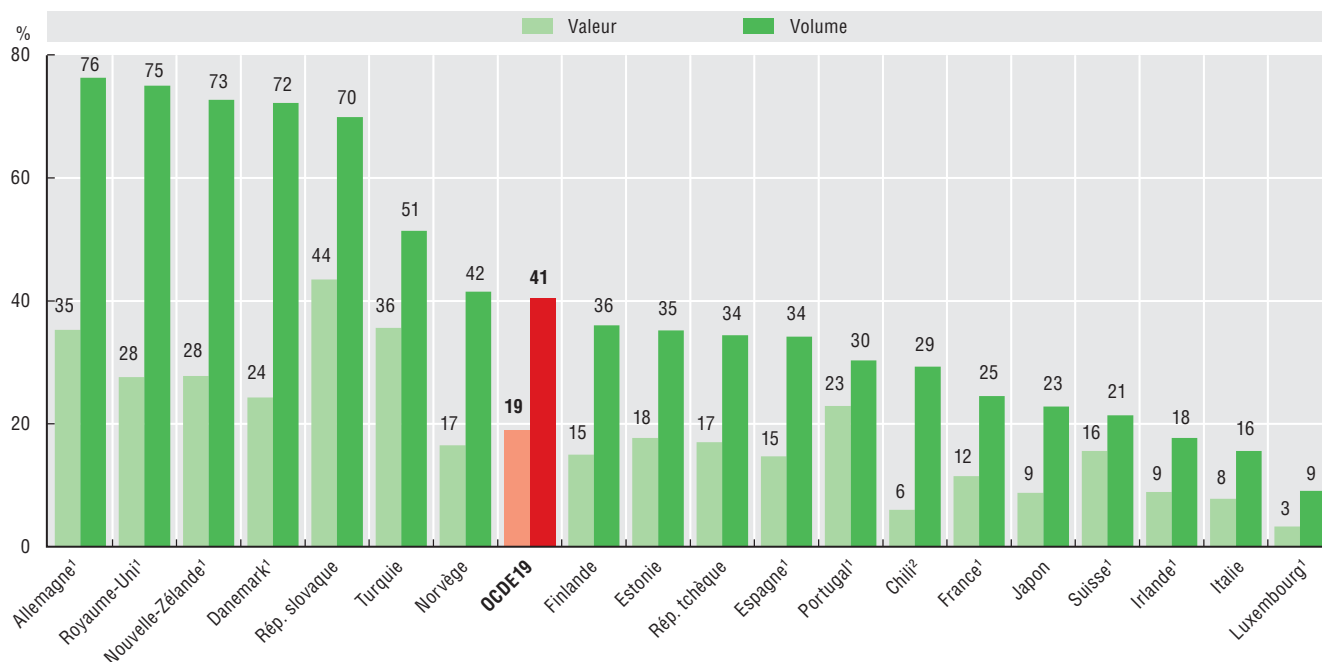
Encourager la baisse des prix des génériques s'avère tout aussi important que la promotion de leur consommation pour contrôler les coûts. Le graphique 4.11.1 suggère par exemple que l'écart entre les prix des médicaments de marque et des génériques est beaucoup plus élevé au Royaume-Uni qu'en Allemagne, car la part des génériques en valeur est bien plus faible au Royaume-Uni qu'en Allemagne alors que la part en volume est similaire. Une voie possible pour exercer une pression sur les prix des génériques est de procéder à des appels d'offres. En 1997, la Nouvelle-Zélande a instauré un processus d'appel d'offres pour les médicaments génériques qui a permis une réduction des prix allant de 84 % à 96 % en cinq ans pour certains produits (OXERA, 2001).

Définition et comparabilité

Un générique est défini comme un produit pharmaceutique qui propose la même composition qualitative et quantitative de substances actives et la même forme pharmaceutique que le produit de référence, et dont la bioéquivalence a été prouvée. On peut distinguer les génériques de marque (sous un nom commercial spécifique) et les génériques sans marque (qui utilisent la dénomination commune internationale et le nom de la société).

Dans la plupart des pays, les données couvrent l'ensemble de la consommation des produits pharmaceutiques. Toutefois, dans certains autres, elles ne couvrent que les produits remboursés par l'assurance-maladie. Au Chili, les données ne concernent que les ventes dans les pharmacies de ville. Dans plusieurs pays, elles ne couvrent que la consommation de médicaments remboursés.

4.11.1. Part des génériques dans le marché pharmaceutique total, 2011 (ou année la plus proche)



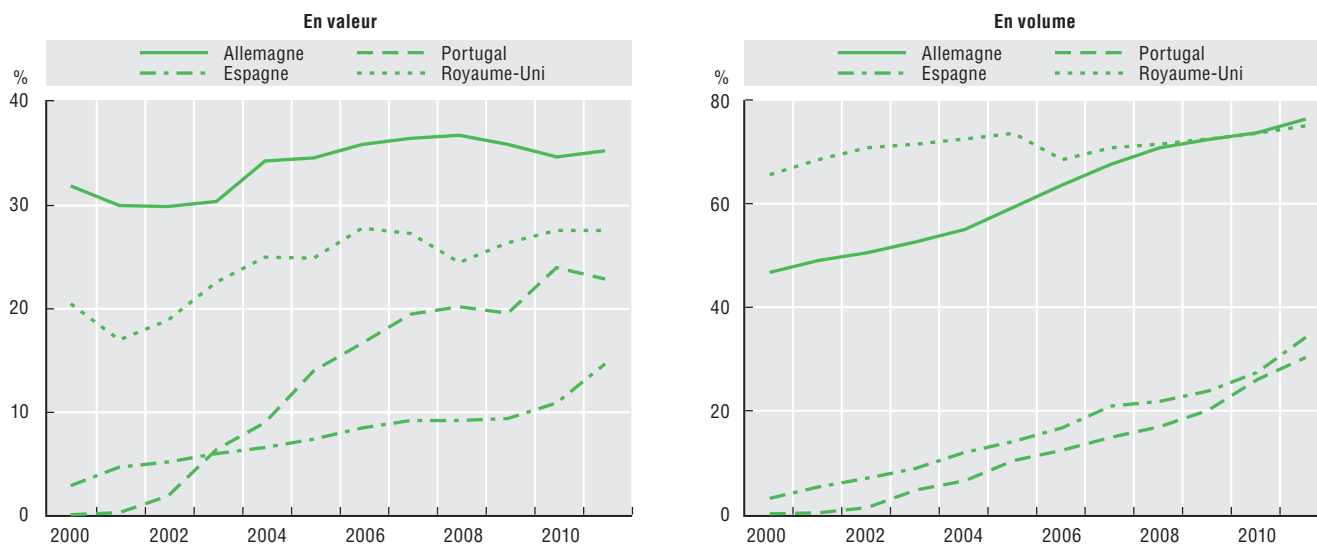
1. Marché des médicaments remboursés.

2. Marché des pharmacies de ville.

Source : Statistiques de l'OCDE sur la santé 2013, <http://dx.doi.org/10.1787/health-data-fr>.

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888932921436>

4.11.2. Évolution de la part des génériques dans le marché pharmaceutique pour quelques pays de l'OCDE, 2000 à 2011



Source : Statistiques de l'OCDE sur la santé 2013, <http://dx.doi.org/10.1787/health-data-fr>.

StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888932921455>



Extrait de :
Health at a Glance 2013
OECD Indicators

Accéder à cette publication :
https://doi.org/10.1787/health_glance-2013-en

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2013), « Part de marché des médicaments génériques », dans *Health at a Glance 2013 : OECD Indicators*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: https://doi.org/10.1787/health_glance-2013-42-fr

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

Ce document et toute carte qu'il peut comprendre sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer du contenu OCDE pour votre utilisation personnelle. Vous pouvez inclure des extraits des publications, des bases de données et produits multimédia de l'OCDE dans vos documents, présentations, blogs, sites Internet et matériel d'enseignement, sous réserve de faire mention de la source OCDE et du copyright. Les demandes pour usage public ou commercial ou de traduction devront être adressées à rights@oecd.org. Les demandes d'autorisation de photocopier une partie de ce contenu à des fins publiques ou commerciales peuvent être obtenues auprès du Copyright Clearance Center (CCC) info@copyright.com ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) contact@cfcopies.com.