



**Intervention de Marisol Touraine  
Ministre des Affaires sociales et de la Santé  
Conférence de presse**

**Lancement de la campagne de communication sur les médicaments génériques**  
Mardi 27 septembre 2016

---

Monsieur le directeur général de la Caisse nationale de l'assurance maladie des travailleurs salariés (CNAMTS), Nicolas REVEL,  
Monsieur le directeur général de l'Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé (ANSM), Dominique MARTIN,  
Monsieur le Président du collège de la médecine générale (CMG), Professeur Pierre-Louis DRUAIS,  
Mesdames, messieurs,

**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 vous sera présentée à ce sujet dans quelques instants. Elle 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 que nous avons pu réinvestir, notamment, pour améliorer l'accès aux traitements les plus innovants.

**En 2016, le taux de prescription dans le répertoire des médicaments génériques est de 44%. Nous sommes en progrès, mais nous restons derrière nos voisins européens.**

**La raison de ce retard est simple :** encore trop de Français et de professionnels de santé continuent de s'interroger sur les médicaments génériques.

**1. 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. **Les résultats sont là : grâce à cette mesure, les pharmaciens dispensent 8 fois sur 10 un générique en lieu et place d'un médicament princeps.**

**Pour aller plus loin, j'ai voulu revoir la politique des génériques en France. C'est pourquoi j'ai élaboré 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.**

**Avec ce plan, nous avons accéléré 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.**

**De même, nous avons fait de la prescription de génériques 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.

**Un an seulement après son lancement, nous avons quasiment atteint notre objectif triennal qui était de passer de 40% à 45% de prescription dans le répertoire.** Les professionnels de santé sont mieux accompagnés dans leur exercice et la prescription de génériques entre progressivement dans leurs habitudes. **Nous devons donc poursuivre sur cette voie pour progresser encore et aller vers le taux de 50%.**

**2. C'est l'objectif de la nouvelle campagne de communication que je lance aujourd'hui : 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 »** [un slide avec la signature apparaîtra]. **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. **C'est cette réalité que je souhaite rappeler : le générique, c'est une stratégie « gagnant-gagnant », un médicament moins cher mais tout aussi sûr et efficace.**

Avec l'Assurance maladie et l'ANSM, nous avons voulu une campagne de communication 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.**

**Je veux d'ailleurs saluer la présence et l'implication du Professeur Druais, président du Collège de la médecine générale.**

**Nous mettons à la disposition de tous les Français une information claire et précise.** Je le dis souvent, « savoir, c'est pouvoir » et c'est pourquoi les pouvoirs publics doivent garantir aux citoyens ce droit fondamental. **Tous les canaux de communication seront donc mobilisés.**

D'abord, un **spot TV** sera diffusé à partir d'aujourd'hui sur les principales chaînes de la TNT, que je vous invite à découvrir [*diffusion du spot qui dure 40 secondes*]. Ensuite, des **spots radios** donneront la parole à des experts et à des professionnels de santé. Par ailleurs, des **visuels ludiques et pédagogiques** seront publiés dans la presse [*que vous voyez ici*]. Enfin, **de nombreuses affiches** [*comme celles-ci*] seront disposées dans les pharmacies et certains centres commerciaux.

**Nous allons également relayer cette campagne de communication sur le web.**

De **courtes vidéos** seront diffusées sur des sites internet ciblés et sur les réseaux sociaux. Par ailleurs, le site [www.medicaments.gouv.fr](http://www.medicaments.gouv.fr) a été actualisé pour répondre à

toutes les questions que peuvent se poser les Français, notamment grâce à un nouvel espace interactif questions/réponses supervisé par des experts [*la plateforme apparaît sur le slide*].

Mesdames, messieurs,

Avec cette campagne de communication, je souhaite 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.

Je vous remercie à tous pour votre présence. Je passe maintenant la parole à Odile PEIXOTOT de l'institut BVA pour vous présenter les résultats de l'enquête.