

Portrait

Trois questions à Philippe BAYON, directeur marketing chez Mylan France.

Mardi, 20 Janvier, 2015 - 17:30

« Le marché des génériques offre de belles perspectives de croissance pour les années à venir. »

Dans un contexte récent où les médicaments génériques avec la suspension de 25 d'entre eux par l'ANSM ont fait parler d'eux dans les medias... Bon nombre de patients s'interrogent. Philippe Bayon, directeur marketing de Mylan France analyse les perspectives du marché et l'objectif de la campagne de sensibilisation du grand public.



L'année 2015 va t'elle marquer un tournant dans le marché des génériques en France ?

Incontestablement, cette année va marquer un tournant dans le marché des génériques tel que nous le connaissons depuis une quinzaine d'années. Plusieurs facteurs vont y contribuer. Tout d'abord l'élargissement du Répertoire des médicaments génériques aux médicaments dont la substance active est d'origine végétale ou minérale ainsi qu'aux médicaments inhalés. Cette mesure a été ajoutée au LFSS 2015. Des perspectives de recherche d'innovation s'ouvrent à des nouvelles substances. Ensuite, cette année va être marquée par la perte de nombreux brevets ce qui va doper le marché avec à l'horizon de nouveaux lancements de produits. Certes, les blockbusters se font plus rares mais la possibilité de donner accès à de nombreux traitements sous leur forme générique reste plus que jamais d'actualité. Ainsi les antirétroviraux seront tout particulièrement concernés entre 2016 et 2020 et Mylan dispose d'une expertise de plus de 10 ans dans ce domaine. Enfin, les mesures prises pour instaurer les prescriptions systématiques en DCI devraient beaucoup nous aider pour développer la dynamique du marché. Si les pharmaciens ont adhéré très rapidement et largement au principe de substitution, il nous reste encore à convaincre certains médecins et à rassurer les patients. Faut-il pour cela encore rappeler qu'en 13 ans, plus de 15,5 milliards d'euros ont été économisés en France grâce à la substitution par des médicaments génériques ? Ce qui a représenté 2,4 milliards en 2013 (source Gemme, 07/2014) !

Quels sont les engagements de MYLAN depuis sa création ?

Le Laboratoire Mylan, fondé aux Etats-Unis il y a plus de 50 ans est l'un des leaders mondiaux des médicaments génériques et de spécialités. . Présent en France depuis 1996, Mylan est le leader sur le marché des médicaments génériques depuis plus de 15 ans, couvrant près de 90% des domaines thérapeutiques (source Gers 05/2014). Ce sont plus de 1000 médicaments qui sont proposés en ville ou à l'hôpital. Nos produits sont référencés dans 2000 établissements hospitaliers. 230 millions de boîtes Mylan ont été délivrées en 2013 dans les officines en France, soit 3,5 boîtes de médicaments par habitant et par an (source Gers 12/2013).

Notre ambition est de mettre à disposition des patients des médicaments de haute qualité strictement bio-équivalents aux médicaments princeps. En France, en plus du respect d'un cadre réglementaire aux normes très élevées, 40 auditeurs internes Mylan contrôlent chaque année 300 sites de production. La qualité et la transparence sont l'ADN des équipes. Les services apportés aux pharmaciens constituent aussi une grande part de notre engagement. Nous les accompagnons ainsi dans l'aide à la substitution avec un certain nombre d'outils, par exemple pour donner la correspondance DCI-princeps. Nous participons à la formation des équipes officinales (notamment celle des préparateurs) et nous mettons également à leur disposition des brochures destinées aux patients ou encore des piluliers semainiers afin de les accompagner dans l'observance de leur traitement. Nous promovons aussi des réunions interprofessionnelles entre les médecins et les pharmaciens afin d'identifier leurs préoccupations communes.

Vous lancez une Campagne Grand Public d'envergure nationale, quels sont vos messages et vos objectifs?

Les médicaments génériques ont fait l'objet de commentaires suspicieux ou erronés dans une certaine presse et des idées fausses ont laissé des traces dans les esprits. Il est primordial de rassurer les patients en leur expliquant la nature et le parcours de fabrication du médicament générique par rapport au princeps. Beaucoup de questions concernant certains excipients dits « à effet notoire » qui peuvent être à l'origine d'intolérances ont inquiété les patients, compliquant la tâche du pharmacien lorsqu'il proposait le générique à la place du princeps. Le message de notre Campagne est d'expliquer que 80% de nos médicaments contiennent autant ou moins d'excipients à effets notoires que les médicaments princeps (analyse d'après le Répertoire des génériques (07/2014)). Il nous paraît important de souligner que « La confiance n'est rien sans la qualité », signature d'ailleurs de notre campagne. . Pour cela nous avons recherché dans nos actions de communication à instaurer une relation de

proximité avec le grand public et plus particulièrement avec la population senior souvent polymédiquée. Ainsi, « Jeanne » le personnage central du spot télévisé incarne-t'elle une femme à qui bon nombre de personnes s'identifient ou pourront s'identifier. Cette campagne TV et multicanale (diffusée notamment par Canal 33 la chaîne des cabinets médicaux) se poursuivra tout au long de l'année. Elle est également déclinée sur 66 titres de la presse quotidienne régionale fortement lue par les seniors. Nos actions ont un but pédagogique pour restaurer la confiance pour toutes ces formes pharmaceutiques bio-équivalentes aux traditionnelles qui seront nos alliées santé de demain.

[Tous les portraits](#) [1]

URL source: <http://www.guidepharmasante.fr/actualites/trois-questions-philippe-bayon-directeur-marketing-chez-mylan-france>

Liens

[1] <http://www.guidepharmasante.fr/actualites/portraits>