

**Étienne Nouguez, *Des médicaments à tout prix.*
*Sociologie des génériques en France***

Les Presses de Sciences Po, Paris, 2017, 300 p.

Les débats sur le prix des médicaments ont été relancés, dans de nombreux pays, face aux sommes astronomiques demandées par certaines firmes pharmaceutiques pour des traitements innovants. Le Sovaldi de Gilead contre l'hépatite C (environ 40 000 euros en France pour le traitement complet de trois mois), le Glivec de Novartis contre le cancer du sein (environ 40 000 euros par an pour un traitement à vie) en sont des exemples particulièrement frappants, lorsqu'on sait que de tels traitements sont fabriqués et vendus par des génériqueurs indiens pour environ 200 euros ! Dans ce contexte, l'ouvrage d'Étienne Nouguez est bienvenu, car il permet non seulement d'éclairer l'histoire de la construction d'un outil essentiel du contrôle des prix — le médicament générique — mais également de comprendre les rouages socio-médico-politiques par lesquels cet outil s'est imposé, et les tensions qui façonnent un marché comme celui du médicament. Son enquête s'appuie pour cela sur des sources variées : documentation écrite (rapports, littérature grise) et entretiens auprès d'acteurs du marché tels que pharmaciens, médecins, patients, entreprises pharmaceutiques (génériques ou *princeps*).

L'ouvrage se compose de trois parties. Dans la première partie, l'auteur revient sur la construction politique du marché des génériques en France, en partant du constat qu'un tel marché, à peu près inexistant au début des années 1990, est devenu omniprésent en l'espace de deux décennies, pour constituer environ 30 % de la consommation (en volume) en 2013. L'hypothèse défendue est que le médicament générique a occasionné pour les pouvoirs publics une véritable expérimentation politique, qui a consisté à mettre en place un gouvernement des prix à travers un gouvernement des conduites. La création d'institutions comme le Comité économique du médicament (1993), la définition officielle donnée au générique (1996), puis son extension à un ensemble plus vaste de médicaments, ont constitué de premiers éléments. Il a ensuite fallu mobiliser les industriels pour produire et commercialiser des génériques en France et stimuler la demande de médicaments génériques. L'auteur rappelle également le rôle essentiel du « droit de substitution » accordé aux pharmaciens (1998), qui sont devenus des acteurs pivots de l'émergence du marché générique. Il montre que ce rôle a été défini de manière variable, par des formes d'enrôlement, d'incitation, mais aussi à travers des dispositifs plus coercitifs (par certaines mesures punitives à l'encontre des pharmaciens ne substituant pas suffisamment). Les patients ont également été visés, notamment par l'introduction du Tarif forfaitaire de responsabilité (2003), suivant lequel le dépassement du prix du générique est assumé par le patient s'il souhaite acheter le médicament de marque. Ces différents outils, qui ont façonné la croissance du marché des génériques, permettent à É. Nouguez de montrer comment les pouvoirs publics ont mis en place un « gouvernement de la valeur », qui s'est frayé un chemin entre respect de la libre concurrence et administration d'État.

La deuxième partie de l'ouvrage décrit successivement les stratégies des firmes du médicament. D'un côté on note l'émergence des génériqueurs avec différentes stratégies (baisse des prix, économies d'échelle, *marketing* agressif au moyen de remises commerciales et organisation de réseaux de distribution facilitant les économies et fidélisant les partenaires, officines et grossistes). De l'autre côté, les firmes *princeps* tentent de conserver leurs parts de marché dans le contexte d'un modèle qui tient surtout au succès de médicaments *blockbusters* dont les brevets arrivent à expiration. É. Nouguez nuance l'opposition entre ces deux types de firmes, en insistant sur les liens qui existent entre elles : certaines firmes *princeps* ont elles-mêmes des filiales qui produisent des médica-

ments génériques, et la mise sur le marché de médicaments génériques ne passe pas systématiquement par une confrontation avec le détenteur du brevet original, car des accords de licence peuvent aussi créer des arrangements financiers entre les firmes. Il démontre également qu'une dynamique essentielle de la compétition sur le marché consiste en une lutte pour l'imposition d'une conception du contrôle (plus encore que la compétition par les prix). Il revient ainsi sur différentes stratégies par lesquelles les firmes *princeps* ont étendu la durée des brevets qu'elles détenaient sur des molécules (par exemple en proposant de nouvelles formulations d'une molécule connue) ou ont tenté d'écarter leurs concurrents en mettant en doute la qualité ou l'efficacité des versions génériques que ceux-ci produisent. Il donne notamment l'exemple du Plavix de Sanofi-Aventis, dont les visiteurs médicaux ont exagéré la « non-substituabilité » auprès des médecins afin de conserver le marché. La compétition produite par le marché des génériques ne concerne donc pas seulement les prix, mais un ensemble de conceptions de la qualité, de l'efficacité, de la dangerosité... et bien sûr de l'équivalence.

Dans la troisième partie, l'auteur se penche enfin sur les enjeux de l'introduction des génériques à partir des interactions entre médecins, pharmaciens et patients. La substituabilité des médicaments est au cœur de cette partie, qui revient à partir d'entretiens sur la manière dont les relations entre acteurs, et notamment leurs relations de pouvoir, se sont trouvées renégociées par le droit de substitution officinal. Les jugements des patients sur les génériques oscillent entre deux économies, une économie de la qualité soucieuse des défauts de qualité, des problèmes pouvant résulter de la substitution, et une économie de la gratuité où prime la socialisation des dépenses, la gratuité du médicament pour tous et la nécessité de soulager les dépenses de la Sécurité sociale pour que le système perdure. Pour les pharmaciens, le droit de substitution a largement transformé leur activité, impliquant à la fois un travail d'explication beaucoup plus important auprès des patients et une redéfinition des relations de pouvoir avec les médecins, dont ils ne sont plus de simples exécutants commerciaux. É. Nouguez décrit les stratégies mises en place par les pharmaciens afin d'exercer la substitution, entre travail argumentatif et pouvoir d'imposition. Enfin, les médecins ont, comme les patients, réagi de différentes manières face à l'introduction des génériques, certains se considérant partiellement dépossédés de leur fonction de prescription et accusant une vision économique à l'encontre de la pratique médicale, tandis que d'autres se sont estimés satisfaits de dénouer un peu plus leurs liens avec la dispensation des traitements, souvent associée à un pur acte commercial.

Des médicaments à tout prix est un ouvrage très riche, qui présente un intérêt à la fois pour ceux qui s'intéressent au marché des génériques et pour ceux qui, plus généralement, travaillent sur la fabrication et le gouvernement socio-économiques des marchés. La variété des échelles employées et des acteurs abordés, le mélange d'approche socio-historique et économique ainsi que les nombreux cas et exemples mobilisés font de ce livre un outil puissant de compréhension des logiques intriquées de la concurrence, de l'État et de la santé publique (auxquelles s'ajoutent les logiques scientifiques et médicales) dans la construction des marchés. On regrette uniquement que l'abondance d'éléments empiriques soit parfois au détriment du développement des propositions plus théoriques, souvent maintenues dans les limites étroites des passages introductifs et conclusifs. On aurait aimé par exemple en savoir plus au sujet du gouvernement des prix, ou sur les logiques de valuation à l'œuvre dans le marché ; l'auteur aurait ainsi pu approfondir ses propositions théoriques en les mettant plus directement en discussion avec des travaux menés à la croisée de la sociologie économique et des études sur les sciences et les techniques, par exemple dans des revues comme *Valuation Studies* ou le *Journal of Cultural Economy*. Les concepts sont souvent proposés assez brièvement, dans la continuité de travaux mentionnés par l'auteur, sans que soit toujours suffisamment

explicitée leur fonction dans l'ouvrage, ni surtout leurs prolongements potentiels pour d'autres travaux. Mais ce détail n'empêche aucunement d'apprécier les grandes qualités d'un livre qui arrive à point nommé dans les débats contemporains sur le prix des médicaments.

Mathieu Quet
Centre Population et développement (Ceped)
Université Paris Descartes-Institut de Recherche pour le développement
45, rue des Saints-Pères, 75006 Paris, France
Centre for Studies in Science Policy, Jawaharlal Nehru University
New Mehrauli Road, Near Munirka, New Delhi, Delhi 110067, India
mathieu.quet[at]gmail.com