

Lettre de la Chaire Santé

n°7

Comment négocier le prix des médicaments ? Les effets ambigus des stratégies de référencement externe.

Le contrôle des dépenses de médicaments est une préoccupation croissante dans les pays développés. Les instruments développés par les responsables politiques portent sur la maîtrise des volumes consommés ou du prix des médicaments.

Certaines caractéristiques du marché pharmaceutique permettent aux entreprises de pratiquer des prix élevés : le système des brevets confère un pouvoir de monopole à une firme novatrice et l'assurance santé rend les consommateurs peu sensibles aux prix. Les firmes pharmaceutiques ne sont pas tenues d'appliquer les mêmes prix dans tous les pays. On observe des disparités internationales importantes entre les prix d'un même médicament : les firmes exploitent dans chaque pays les avantages liés aux conditions de marché et aux réglementations du système de santé en vigueur.

Un outil développé pour maîtriser les prix consiste justement à exploiter les différences observées entre les pays : le référencement externe. Cette politique consiste à imposer aux firmes pharmaceutiques un prix maximum par médicament, basé sur une combinaison des prix de ce même médicament dans des pays dits de référence. Elle a été adoptée par la majorité des pays de l'Union Européenne, avec des variantes concernant la liste des pays de référence et la formule utilisée pour combiner les prix en vigueur dans ces pays.

Dans leur article, Begoña Garcia Mariñoso, Izabela Jelovac et Pau Olivella développent une approche théorique pour évaluer les effets de ces stratégies de référencement externe. Ils

comparent référencement externe et politique classique de négociation directe du prix du médicament entre la firme et les autorités du pays. L'analyse s'intéresse notamment à la négociation des prix dans un pays lorsque celui-ci est pris comme référence par d'autres pays pratiquant le référencement externe.

Les résultats montrent que le recours au référencement externe engendre une convergence des prix au niveau international. Logiquement, le référencement externe est plus avantageux qu'une négociation directe du prix avec l'entreprise pharmaceutique si le prix ainsi négocié est plus élevé que le prix de référence. Cette préférence pour le référencement externe est d'autant plus marquée que la population du pays qui l'adopte est petite. Est-il avantageux d'être pris comme référence ? C'est loin d'être le cas. L'analyse montre qu'un pays perd à être utilisé comme référence car la firme pharmaceutique est alors plus agressive lors de la négociation du prix.

Les négociations prix volume pratiquées en France jusqu'en 2003 ont engendré des prix du médicament relativement faibles par rapport au niveau Européen. Notre pays sert donc de référence pour la détermination des prix dans de nombreux pays de l'UE. Ceci contribue à expliquer la convergence des prix des médicaments vers un niveau relativement bas en Europe par rapport au reste du monde. En outre, les faibles prix français poussent les firmes pharmaceutiques à retarder la commercialisation de leurs produits en France afin de limiter son influence à la baisse sur les prix internationaux.

Références : External referencing and pharmaceutical price negotiation, *Cahiers de la Chaire Santé* n°7, par Begoña Garcia Mariñoso, Izabela Jelovac, Pau Olivella,

Health Economics, 2011 (20, 6), pp. 737-756.

Lire l'article : [External referencing and pharmaceutical price negotiation](#)