

Une médecine corrompue

Les machinations illégales du cartel pharmaceutique

(extrait de Albatros, n°27, juin 2010)

Le développement d'un nouveau médicament coûte au secteur pharmaceutique, selon ses propres indications, jusqu'à un milliard. C'est pourquoi le secteur pharmaceutique est prêt à tout pour qu'un médicament vienne sur le marché. Dans le langage populaire nous disons: «Coûte que coûte.» Ce n'est pas un secret que le secteur pharmaceutique prend ce dicton à la lettre et qu'il veut apporter un médicament à tout prix sur le marché dans la mesure du possible – même au prix de victimes humaines.

Un nouveau médicament «doit» être mis profitablement sur le marché le plus vite possible. Le plus grand nombre possible de médecins doit prescrire le nouveau médicament. Finalement, les caisses des géants pharmaceutiques s'enrichissent en proportion du nombre de patients qui prennent les nouveaux médicaments. Les machinations des lobbyistes du secteur pharmaceutique ont déjà été dénoncées voici des décennies par des antivivisectionnistes comme Pietro Croce, Hans Ruesch et d'autres. Toutefois, au cours des dernières années, ce «secret» a enfin trouvé un peu plus d'accès auprès de la conscience publique.

L'émission ZDF «Frontal 21» ne mâche pas ses mots

Dans l'émission de la chaîne de télévision allemande ZDF «Frontal 21» du 9 décembre 2008, le lobby pharmaceutique extrêmement puissant n'a pour une fois pas été ménagé. Les machinations du secteur pharmaceutique ont été démasquées et qualifiées de «méthodes mafieuses». Tous les bas-fonds autour du magouillage ont été intitulés «réseau de la corruption». L'émission montre un extrait du monde pharmaceutique quotidien et révèle sans fard ses méthodes de marketing sans scrupules. Dans l'émission, d'anciens managers déballetent des informations internes, et on révèle comment les représentants de l'industrie pharmaceutique achètent systématiquement des médecins, politiciens, médias et même des groupes d'entraide. Tout ce qui ne va pas dans le sens de l'industrie pharmaceutique est combattu par tous les moyens afin que cela ne parvienne pas au public. Ceci tout à fait dans l'esprit des «dix commandements» de Thomas Ebeling, ancien CEO de Novartis: «Do whatever it takes: Kill to win – no prisoners» («Fais tout ce qu'il faut: tue pour gagner – pas de quartier!»). Il a insisté là-dessus dans des exposés et l'a écrit dans la publication interne de l'entreprise du «plan de bataille» pour les stratégies de marketing de Novartis.

(Rester) sur le marché à tout prix

L'émission montre que l'augmentation de la suicidalité suite à la prise de ZOLOFT® (un antidépresseur récent de Pfizer) a été voilée et passée sous silence pendant des années. Ensuite le cheminement du PROZAC® (un antidépresseur d'Eli Lilly) est montré, jusqu'à l'homologation en Europe. John Virapen, ancien directeur d'Eli Lilly Suède, qui était responsable de la réalisation de l'homologation de PROZAC®, s'est mis à disposition pour une interview. Il a expliqué alors comment il avait graissé la patte aux autorités d'homologation pour pouvoir faire homologuer PROZAC®, et comment il a négocié par des machinations corrompues un prix de lancement élevé pour le médicament. Il a dit franchement lors de l'interview: «Ils (l'industrie pharmaceutique) vous vendent des médicaments dangereux pour gagner de l'argent. Rien d'autre. Si vous pensez que l'industrie pharmaceutique met des médicaments sur le marché pour vous aider – vous vous trompez lourdement!»

Au sujet des machinations de l'entreprise Eli Lilly, le professeur Bruno Müller-Oerlinghausen de la commission des médicaments du corps médical allemand a déclaré lors d'une interview: *«Eli Lilly a fait en sorte que des données de risque p. ex. sur la production de suicidalité et d'états agressifs ne parviennent pas au public dans la mesure du possible. A cet effet, elle a menacé massivement des collègues qui avaient les données et Eli Lilly, comme d'autres producteurs également, a veillé à ce que les études dont les résultats n'étaient pas dans leur intérêt ne soient pas publiées.»*

Publicité illégale pour les médicaments – le pseudo-médicament VOLAZIN

La publicité directe pour les médicaments vendus sur ordonnance est encore interdite (pour le moment). Naturellement, ceci n'empêche pas les groupes pharmaceutiques de vanter aux consommateurs leurs nouveaux médicaments, par le biais d'articles bien emballés, supposément rédactionnels. Un reportage apparemment bien recherché est présenté aux consommateurs dans des revues. Ce reportage vante l'effet soi-disant positif du médicament. Bien entendu, les inconvénients et les effets secondaires ne sont même pas mentionnés. Et pour couronner le tout, cette publicité cachée est encore étayée par des affirmations positives de scientifiques

(achetés). L'émission «Frontal 21» voulait savoir à quel point il est facile de corrompre les médias pour ses propres intérêts. A cet effet elle a fondé une entreprise bidon et envoyé un représentant d'un médicament fictif du

nom de VOLAZIN dans différentes rédactions. Les entretiens ont été filmés par caméra cachée. Le résultat était décevant. Les maisons d'édition visitées (Apotheken-Umschau, 19 millions de lecteurs en Allemagne/ Verlag Condé Nast, revues: Vanity Fair, Vogue, GQ, Glamour, myself, .../Bauer Media Groupe, plus de 300 revues: Tina, Laura, Neue Post, TV-Movie, Bravo, ...) mentionnaient l'interdiction de publicité pour les médicaments rendus sur ordonnance. Mais toutes ont offert en quelques secondes une possibilité de publier malgré tout cette publicité illégale camouflée sous forme de reportage rédactionnel (p. ex. «Gesundheitsspezial»). Des prix pour la publication ont été cités, et, très important, la liberté absolue du contenu (rédactionnelle) a été garantie. Quelques jours plus tard, les premières propositions de layout d'une des rédactions arrivaient déjà.

Les revues spécialisées scientifiques sont également achetables

Dans la commercialisation de médicaments, l'industrie pharmaceutique poursuit des chemins aventureux. Ainsi qu'il est ressorti récemment d'une procédure judiciaire en raison des effets secondaires importants du médicament Vioxx, le groupe pharmaceutique Merck a payé la maison d'édition médicale Elsevier pour l'édition d'une revue publicitaire camouflée en revue spécialisée indépendante. Celle-ci contenait principalement des

«études» dans le sens des intérêts de commercialisation de Bayer. Le numéro 2 de cette revue contenait 29 études. Parmi celles-ci, plus de 20 traitaient des médicaments de Merck (9 d'entre elles de Vioxx). Toutes les études ne servaient qu'à présenter les médicaments comme inoffensifs et efficaces. Il s'est avéré en outre que la maison d'édition scientifique Elsevier a fait financer au moins 6 autres revues spécialisées par des entreprises pharmaceutiques. Elsevier n'est pas n'importe quelle maison d'édition insignifiante, mais celle qui domine pratiquement la littérature spécialisée médicale. Elle édite entre autres «The Lancet», «The American Journal of medicine», «European Journal of Cancer», «Epidemics» et quelque 800 autres publications spécialisées médicales. Elsevier informe (ou désinforme) ainsi une grande partie du monde spécialisé médical au sujet des dernières découvertes de la médecine.

Les rouages de la loi commencent lentement à tourner

Des méthodes de marketing trompeuses et illégales, la mise sous silence et la minimisation des effets secondaires ainsi que des méthodes publicitaires trompeuses et illégales sont à l'ordre du jour. Les groupes pharmaceutiques ont pu procéder ainsi pendant des décennies sans la moindre crainte de demandes de recours. Mais en raison de leur avidité croissante, leurs machinations sont parvenues toujours davantage aux oreilles

du public. Quelques procès ont déjà été réalisés, et même si les groupes pharmaceutiques peuvent pour le moment encore payer les frais judiciaires de la «petite caisse», la pression sur eux augmente toujours un peu plus, même si c'est lent.

Quelques exemples :

- en 2008, la filiale de Novartis, Sandoz, a été condamnée à verser environ 38 millions de francs en raison de manipulations frauduleuses sur les prix. De nombreuses procédures sont encore en suspens contre Novartis
- En 2008, le groupe pharmaceutique AstraZeneca a été condamné pour manipulations frauduleuses sur les prix à la charge des caisses sociales publiques, à payer une indemnité d'environ 46 millions de francs et une amende qui s'est finalement élevée à quelque 138 millions de francs
- Bien qu'elle n'ait pas pu être condamnée juridiquement (quel que soit le pouvoir qui l'en empêchait), Bayer a payé jusqu'en 2007 environ 1,35 milliard de francs à des patients lésés et à des descendants des défunts en conséquence de leur hypocholestérolémiant Lipobay/ Baycol
- Entre 2003 et 2007, GlaxoSmithKline a été condamnée dans le cadre de plusieurs procès suite à des manipulations frauduleuses sur les prix à payer environ 370 millions de francs
- Roche a été condamnée par divers tribunaux entre 1999 et 2001 pour «conspiration criminelle» et entente illégale sur des prix, à payer la contrevaletur de plus d'un milliard de francs.

Naturellement, ce ne sont pour l'instant que des gouttes d'eau sur une pierre chaude. Les frais pour ces machinations, ce sont les consommateurs qui les paient – les managers et actionnaires continuent de gagner des milliards. Mais petit à petit, les gouttes creusent peut-être vraiment le rocher?

Les multinationales pharmaceutiques ont également une garantie, comme les grandes banques, qu'on ne les laissera jamais tomber dans la mesure du possible. Une recherche de l'émission d'actualités CNN en avril 2010 a démontré que Pfizer est «too big to fail», donc quasiment trop grande pour que l'on puisse l'attaquer. En fait, Pfizer aurait dû être condamnée pour ventes illégales de médicaments. Mais comme l'Amérique n'aurait alors plus pu faire d'affaires avec Pfizer, la faute pour ce crime a été repoussée élégamment sur une entreprise imaginaire. Eh oui, comment l'Amérique aurait-elle pu survivre sans Viagra (le «médicament» le plus vendu de Pfizer)?

Andreas Item