



Du prix du produit de santé à la valeur du résultat

*Laurence Comte-Arassus, Pierre-Yves Geoffard, Guillaume Leroy, Valérie Paris
Modérateur : Jean-David Zeitoun*

Novartis a récemment annoncé la validation par l'agence américaine du médicament d'une thérapie cellulaire visant à neutraliser la leucémie. Cette thérapie est présentée comme une innovation majeure. Toutefois, son prix, pour quelques mois de traitement, est annoncé à plus de 400 000 dollars. Cela interroge sur les concepts de prix et de valeur en santé.

1. Le coût de production : un paramètre marginal dans la détermination du prix

Le prix du médicament ne peut plus être assis sur le coût de production auquel une marge raisonnable serait appliquée pour tenir compte de l'effort de recherche et de développement. Un médicament, avec des coûts de production modestes, peut apporter de très grandes améliorations. Ce produit a vocation à être vendu à un prix assez élevé. À l'inverse, si un produit cher à produire apporte des améliorations très modestes, il peut être nécessaire d'y renoncer.

2. La fixation du prix du médicament comme un signal donné aux acteurs innovants

Comme dans tout marché, le prix tel qu'il est fixé constitue un signal. Il doit être suffisamment élevé pour que les acteurs privés innovants soient incités à poursuivre les chantiers de recherche et d'innovation. Sur ce point, les acteurs français n'ont pas le sentiment d'être bien traités par les pouvoirs publics. Les laboratoires se disent pourtant ouverts à une rémunération assise en partie sur l'efficacité du traitement telle qu'évaluée par les patients. Les discussions entre les pouvoirs publics et les laboratoires doivent intégrer ces paramètres et surtout aboutir plus rapidement, et ce dans l'intérêt premier des patients.

3. La valeur du système de santé pour la société et l'économie nationale

Le système de santé a pour mission première d'apporter une valeur médicale. Il doit donc soigner le patient. Le système de santé vise par ailleurs à renforcer son efficacité pour générer une valeur citoyenne en optimisant son coût. Sa valeur citoyenne se traduit également par les emplois qu'il génère. L'industrie française du médicament, par ses activités de recherche et de développement et les produits qu'elle exporte, contribue à la croissance française.

4. Le prix doit donc tenir compte de la valeur et de la propension à payer pour cette valeur

Le prix doit tenir compte de la valeur. Cette valeur renvoie à la santé et à la qualité de vie du client. Elle est également sociale, grâce à l'optimisation des coûts du système de santé pour les contribuables. Qu'elle soit sanitaire ou sociale, la valeur du médicament doit être évaluée, ce qui renvoie à un autre enjeu. Le travail d'évaluation doit également être conduit en amont, afin d'apprécier la propension des patients à payer pour un traitement au vu de son efficacité. Au total, l'estimation de la valeur doit occuper une place plus grande dans les processus de fixation du prix.