

**AMIP**

**Revue de presse hebdomadaire  
n°148**

**Semaine : du 30 mars au 03 avril 2009**

**Cette revue de presse est réservée exclusivement aux membres de l'AMIP pour usage**

## **Albayane du 30/03/09**

### **Stratégie du ministère de la santé 2008-2012**

#### **Quel espace pour la santé de la femme ?**

Sous l'égide du ministère de la santé, la présidence effective de la ministre de la santé et l'appui du fonds de développement des nations unies pour la femme (UNIFEM), l'association des lauréats de l'institut d'administration sanitaires (ALINAS) et l'institut national d'administration sanitaire (INAS) ont organisé, à l'occasion de la journée de la femme, une conférence sous le thème : « stratégie du ministère de la santé 2008/2012 : quel espace pour la santé de la femme ? » le samedi 28 mars 2009, .....

## **Aujourd'hui le Maroc du 03/04/09**

### **Assurance maladie obligatoire**

#### **77% des bénéficiaires n'ont jamais été informés de leurs droits**

Les Marocains continuent d'être mal informés de leurs droits en matière de l'AMO. 77% des bénéficiaires de cette assurance maladie déclarent ne jamais avoir été informés. C'est ce qui ressort d'une étude sur la connaissance et la perception de l'AMO auprès des salariés et des retraités marocains. Réalisée en mars 2009 par le collectif associatif du « printemps du patient » qui regroupe les associations « SOS Hépatites » « reins » et « l'Association marocaine contre la polyarthrite Rhumatoïde » (AMP), cette enquête a ciblé 600 personnes à travers l'ensemble du Royaume « le constat est là. Il y a un manque et une mauvaise communication de la part des acteurs de l'AMO. Ces derniers devraient conjuguer leurs efforts avec les associations de malades et les médias pour relayer une information de proximité... »

## **La vie éco du 03/04/09**

### **Remboursement : la CNOPS s'aligne enfin sur la tarification de l'AMO**

**Elle déboursera 80% sur la base d'une consultation à 80DH chez un généraliste et 150DH chez un spécialiste**

**Depuis mars 2007, elle avait bénéficié d'un régime de transition**

C'est à partir d'août prochain que la caisse nationale des organismes de prévoyance sociale (CNOPS), en charge des fonctionnaires, adoptera la tarification nationale de référence (TNR) mise en place suite à l'entrée en vigueur de l'assurance maladie obligatoire (AMO). La décision a été prise il y a quelques jours, mais elle ne sera effective qu'après sa validation, en juillet prochain, par le conseil d'administration de la caisse...

## **La vie éco du 03/04/09**

### **Parapharmacie : 50% des ventes hors du circuit officiel**

**12 pharmaciens envisagent d'attaquer marjane en justice : l'enseigne a décidé d'implanter des rayons spécialisés dans la parapharmacie dans ses magasins**

**La loi confère le monopole de la commercialisation aux officines mais elle n'est pas respectée**

**Un marché juteux : le chiffre d'affaires atteint 450 MDH**

Nous le relations dans la rubrique « en direct » de notre précédente édition ([www.lavieco.com](http://www.lavieco.com)): le torchon brûle entre les douze pharmaciens installés dans les galeries commerciales des hypermarchés Marjane et la direction de cette enseigne. Les premiers ont décidé de saisir la justice pour concurrence déloyale parce que l'enseigne a décidé de monter des rayons consacrés à la parapharmacie dans ses différents magasins...

**Caducée n°97- Mars/Avril 2009**

**PLAD 2008, Bottu prime l'excellence scientifique**

En février 2008, le premier prix de lutte Antidouleur (PLAD) a été lancé par les laboratoires Bottu pour encourager et promouvoir le recherche scientifique dans la lutte contre la douleur, d'une valeur de 100 000DH, la PLAD a été remis le samedi 06 décembre 2008 à la faculté de médecine de Casablanca, à quatre lauréats qui se sont partagés le Prix...

**Revue française- Pharmaceutiques, N°165 Mars2009**

**Génériques**

**Année faste pour le top 5 en 2008**

**En 2008, les cinq premiers opérateurs se sont partagés près de la moitié du marché mondial du générique. .**

Le marché mondial du générique a représenté environ 80 milliards de dollars en 2008, sur un marché pharmaceutique total de 750 milliards de dollars, soit 10,6% de ce dernier. Les dix premiers acteurs se répartissent une petite moitié de ce marché.....

**Revue française- Pharmaceutiques, N°165 Mars2009**

**Génériques/princeps**

**Le débat refait surface**

**L'assurance maladie obligatoire affirme que le « médicament générique est la copie exacte d'un médicament de marque ». Mais ce n'est pas ce que disent les textes officiels qui définissent le générique comme un médicament bio équivalent. La transparence n'en ressort pas grandie. Certains médecins commencent à la faire savoir publiquement.**

En janvier dernier, lors des 19èmes journées européennes de la société française de cardiologie (SFC), .....Le Pr Yves Juillière, spécialiste de l'insuffisance cardiaque, développe son point de vue. Il a observé à de nombreuses reprises que la substitution d'un générique au princeps déséquilibre le traitement de plusieurs malades souffrant d'insuffisance cardiaque. A la reprise du princeps la situation se normalise. Le Pr Juillière fait publiquement part de son « rale bol » en tant que cardiologue clinicien, face à cette situation. Il demande alors aux

cardiologues présents dans la salle qui ont rencontré un problème avec les génériques de lever la main. Tous les bras (à une dizaine près) le lèvent ....

### **Revue française- Pharmaceutiques, N°165 Mars2009**

#### **Communication**

##### **A chacun son modèle**

**Les dépenses promotionnelles des entreprises du médicament faiblissent, tandis que les modèles de communication « corporate » et la grande tendance de la « transversalité » ont le vent en poupe. Est-ce la fin de la communication produite ?**

Les médicaments génériques sont arrivés sur le marché il y a 10 ans avec leurs propres recettes en matière de marketing et communication. Bousculant les habitudes de publicité massive des laboratoires de princeps sur leurs produits vers les médecins, les génériqueurs ont surtout affiché leur image corporate, d'abord aux yeux du grand public et des pharmaciens, les premières campagnes institutionnelles du genre ont fait leurs preuves

### **Revue française- Pharmaceutiques, N°165 Mars2009**

#### **Visite médicale**

##### **La qualité est au rendez-vous**

**Au fil des années, la visite médicale a évolué et sa qualité s'est améliorée avec la charte de la VM. Longtemps, le visiteur médical a parlé plus qu'il n'a écouté les médecins. Aujourd'hui, l'inverse se manifeste à la satisfaction des praticiens et des laboratoires**

La mise en place de la charte de la visite médicale et du diplôme professionnel ont considérablement fait évoluer la VM depuis quelques années. Les hospitaliers n'attendent pas des vendeurs, mais plutôt des interlocuteurs crédibles. Pour les praticiens hospitaliers (PH) qui connaissent déjà très bien les molécules, l'information produite n'est pas décisive dans la prescription. Le rôle du délégué doit être plus large qu'un simple informateur s'il veut établir des relations pérennes avec ses interlocuteurs hospitaliers. L'industrie pharmaceutique l'a compris....

---