

ENQUÊTE SUR LA QUALITÉ DES PUBLICITÉS PHARMACEUTIQUES AU NIVEAU D'UNE OFFICINE AU CONGO BRAZZAVILLE

J.P. IBIASSI

Med Trop 2006 ; 66 : 581-582

RÉSUMÉ • Cette étude évalue la qualité des documents publicitaires délivrés par les représentants de firmes pharmaceutiques dans une officine à Pointe Noire sur une période de 2 ans et montre que ces documents ne peuvent pas aider à l'information correcte des professionnels de santé.

MOTS-CLÉS • Publicité - Promotion - Visite - Congo - Information.

STUDY ON THE QUALITY OF PHARMACEUTICAL ADVERTISING IN A PHARMACY IN CONGO BRAZZAVILLE

ABSTRACT • This two-year study was conducted to evaluate the quality of advertising material supplied by pharmaceutical sales representatives to a pharmacy in Pointe Noire. Findings showed that company material were not helpful in informing healthcare providers properly.

KEY WORDS • Advertising – Promotion – Visit – Congo – Information.

La visite médicale est un moyen très employé dans le monde par les firmes pharmaceutiques pour promouvoir leurs produits. Lors de ces visites des documents publicitaires sont remis aux professionnels de santé.

L'objectif de notre étude est d'évaluer la qualité informative et l'utilité de ces documents sur un échantillon de documents reçus dans une pharmacie de Pointe noire.

MÉTHODES

L'étude a été réalisée à partir d'une officine située à la périphérie de la ville de Pointe Noire, deuxième ville du Congo (Brazzaville). Une grille de recueil et d'analyse a été réalisée pour évaluer la qualité des documents recueillis pendant une période de 2 ans (2004-2005).

Le service médical rendu a été évalué selon les recommandations de la Haute autorité de Santé de France (1).

RÉSULTATS

Durant la période d'étude 190 documents publicitaires ont été recueillis et analysés.

L'intérêt thérapeutique de la substance faisant l'objet du document est reporté dans le tableau I

Tableau I - Intérêt thérapeutique de la substance faisant l'objet d'un document.

	Résultats	Effectif	%
Présence du nom en DCI (2-3)	oui	175	92
	non	15	9
Substance figurant sur liste de MEDESS**	oui	82	43
	non	108	57
Service médical rendu*	insuffisant	25	23*
	modéré ou faible	26	24*
	majeur ou important	57	53*

* seuls 108 publicités portaient sur des substances présentes sur la liste de la Haute autorité de Santé (HAS) ; les pourcentages ont été calculés sur ces 108 produits.

** médicaments essentiels liste de l'OMS et/ou du Congo

Les médicaments ne figurant pas parmi les 4500 spécialités référencés sur la liste de l'HAS sont des antipaludiques non commercialisés en France (9%), des associations non commercialisées en France (22%), des compléments alimentaires ou nutritionnels (9%), des médicaments « de confort » contre le rhume, la toux ou les états grippaux (10%) et divers autres produits inclassables (50%).

Les informations concernant la qualité des documents est rapportée dans le tableau II.

DISCUSSION

Cette étude est une expérience pilote qui montre la faisabilité de l'enquête. Elle présente deux limites méthodologiques, le recueil des documents ne s'est pas fait de manière

• Travail de Pharmacie de SIAFOUMOU (J.P.I., Pharmacien), Pointe-Noire Congo.

• Correspondance : J.P. IBIASSI, Pharmacie de SIAFOUMOU, BP 4178, Pointe-Noire, Congo.

• Courriel : ibiassijeanpaul@yahoo.fr

• Article sollicité.

Tableau II - Analyse de la qualité des documents.

	Résultats	Effectif	%
Langue de rédaction	français	189	99,5
	anglais seul	1	0,5
Publicité datée	oui	50	26
	non	140	74
Détail des contre-indications	oui et lisible	132	67
	oui mais non lisible	7	
	non	58	33
Détail des précautions d'emploi	oui et lisible	125	
	oui mais non lisible	5	
	non	60	34
Détails des interactions	oui et lisible	83	44
	oui mais non lisible	14	
	non	93	66
Détails des effets secondaires	oui et lisible	113	59
	oui mais non lisible	9	
	non	68	41

systematique ou aléatoire et il n'y a pas eu de double analyse des documents.

Néanmoins cette étude montre que les critères de qualité de base de l'information sur des médicaments sont rarement présents : pour environ un tiers les contre-indications ne sont pas présentes ou pas lisibles, pour plus du tiers les précautions d'emploi sont inexistantes ou non lisibles et pour les deux tiers des documents les effets indésirables ne sont pas mentionnés ou pas lisibles.

De plus il est montré que ces publicités concernent des médicaments qui ne répondent pas aux besoins de santé de la population ; en effet plus de la moitié ne figurent pas sur la liste des médicaments essentiels et la moitié ne figure pas sur la liste de la HAS évaluant le service médical rendu.

Il semble utile de refaire des enquêtes similaires sur une plus vaste échelle et dans plusieurs pays.

CONCLUSION

Il est confirmé que les outils de promotion des médicaments fournis par les firmes pharmaceutiques ne peuvent pas aider réellement à l'information correcte des professionnels de santé ■

RÉFÉRENCES

- 1- Haute autorité de Santé - Réévaluation de la liste du Service médical rendu de 4 500 spécialités <http://www.has-sante.fr/has/transparence.htm/smr/indismr.htm>
- 2 - OMS - <http://www.who.int/medicines/services/inn/en>
- 3 - REVUE PRESCRIRE - <http://www.prescrire.org/cahiers/dossierDciaccueil>

POUR EN SAVOIR PLUS

- REVUE PRESCRIRE - Prescrire et conseiller en toute indépendance. *Med Trop* 2006 ; **66** : 577-580.