

## Brouillage

Et si on comparait les budgets promotionnels consacrés à faire connaître les nouveaux médicaments ? Beau sujet de thèse, si les données étaient accessibles !

On constaterait alors que l'arrivée de l'*ivermectine* (Stromectol<sup>°</sup>) pour le traitement de la gale, premier médicament efficace par voie orale, en prise unique (lire pages 405-409) n'a fait l'objet d'aucune festivité particulière. La firme était presque surprise lorsque nous lui avons demandé de la documentation sur cette nouvelle indication pourtant bien utile.

On constaterait en revanche que les moyens mis en œuvre pour promouvoir ici une troisième *époétine* (Aranesp<sup>°</sup>, lire pages 420-423), là un n<sup>ième</sup> macrolide (Zithromax<sup>°</sup> suspension buvable, lire pages 414-415), ou un n<sup>ième</sup> contraceptif oral (Jasmine<sup>°</sup>, lire pages 410-413) sont très substantiels. Ces médicaments n'apportent pourtant pas d'avantage décisif : leurs avantages ténus sont contre-balançés par des inconvénients en termes d'évaluation inadéquate, ou d'effets indésirables, ou de coût.

Quelle discordance entre l'intérêt thérapeutique des médicaments et les sommes consacrées à leur promotion !

Des sommes qui alourdissent le budget social, et brouillent les repères nécessaires à un usage responsable des médicaments.



Gaspard