

MediMarket attaque les pharmaciens

SANTÉ La firme plaide pour davantage de concurrence

- ▶ Les pharmaciens répliquent qu'ils songent à la santé du patient.
- ▶ MediMarket s'estime injustement dénigrée.

Fâchés, les patrons de MediMarket, par la campagne que l'Association pharmaceutique belge, l'APB, mène actuellement contre eux. Ils attaquent l'association pour « dénigrement et publicité mensongère ». Le « premier sang » avait été, le 15 mai, la publication, par MediMarket, d'une enquête. On y apprend notamment que « 87 % des Belges estiment que les médicaments sont trop chers et près d'un Belge sur trois (31 %) renonce à l'achat de médicaments pour des raisons financières ».

MediMarket – qui milite notamment pour une application plus large de la concurrence sur les prix des médicaments et qui a ouvert une série de magasins où l'officine qui délivre des médicaments sur prescription voisine immédiatement un magasin de parapharmacie – s'y engouffre pour délivrer ses revendications traditionnelles, notamment une plus grande liberté du prix et la

possibilité pour les pharmaciens de faire connaître les ristournes pratiquées, ce qui leur est défendu. « En effet, quand on constate que 99 % des pharmacies belges appliquent la même politique de prix, en s'alignant, qui plus est,

systematiquement sur le prix maximum légalement autorisé, il y a là matière à se poser des questions », indique alors Yvan Verougstraete, administrateur délégué de Medicare-Market.

« Pas un commerce »

Réplique immédiate de l'APB : « Le modèle du low-cost ne parviendrait-il pas à décoller qu'il faille s'offrir pareille publicité à bon compte ? Et ce, sur la base d'une enquête dont les conclusions sont critiquables et conduisent à des amalgames qui démontrent une méconnaissance des officines ouvertes au public et une forme de populisme qui a le vent bien en poupe. Car toutes les "propositions" servent bien en-

tendu les seuls intérêts de l'enseigne ». Et d'enchaîner : « Pourquoi le législateur belge a-t-il voulu interdire la publicité pour les pharmacies ? Parce qu'il n'est pas souhaitable que la santé devienne un commerce comme les

autres. La marchandisation des médicaments comporte bien des dérives potentielles. Tout médicament comporte une part de risques s'il est mal utilisé ou utilisé dans un contexte où il devrait être proscrit. Le coût de la prise en charge d'un effet indésirable ou d'un accident lié à une mauvaise utilisation dépasse largement le gain potentiel d'une ristourne sur le prix d'achat. Ce sera toujours l'éternel combat entre la santé et le monde du profit. Car ne nous y

trompons pas : à service égal, la baisse de prix doit être compensée par une augmentation du volume de vente », explique alors Alain Chaspierre, vice-président de l'APB.

Qui double cette réplique d'une campagne d'affichage poivrée, que les pharmaciens peuvent apposer à l'entrée des officines. Il y est notamment dit que « 99 % des pharmaciens privilégient le conseil et votre santé. D'autres soignent leur chiffre d'affaires ». MediMarket se sent visé. Et exige le retrait de la campagne. La bataille se plaidera en référé le 6 juin prochain. Contacté par *Le Soir*, Alain Chaspierre préfère réserver ses arguments au juge. ■

FRÉDÉRIC SOUMOIS

ENTRETIEN

Verougstraete : « Un prix-vérité rapporterait 400 millions »

Yvan Verougstraete est administrateur délégué de MediMarket.

Vous considérez que la campagne de l'APB est diffamatoire ?

Oui, parce qu'elle laisse entendre que seuls leurs membres se préoccupent de la santé des citoyens et que nos pharmaciens ne s'occupent que de leur chiffre d'affaires. C'est tout à fait faux. Il est tout à fait normal que l'APB ne soit pas d'accord avec nous, qu'elle conteste notre étude et nos arguments. Discutons-en, publiquement, de manière transparente. Mais ne disqualifions pas celui qui n'est pas d'accord avec l'autre avec des coups bas. Nous pensons d'abord au citoyen quand nous constatons que dans les pays voisins, où la concurrence est plus importante, les patients payent leurs médicaments non remboursés beaucoup moins cher. En se rendant en France, le patient peut en effet facilement économiser jusqu'à 36 %. Aux Pays-Bas, l'économie peut aisément atteindre 27 %. Une diminution moyenne de 20 % du prix des médicaments non remboursés et des "autres produits" vendus en pharmacie permettrait aux consommateurs belges d'économiser 400 millions d'euros chaque année ! L'enjeu de la démocratisation pour les soins de santé est de taille.

Mais vous voulez pousser à cette libéralisation pour augmenter votre part de marché. Si la pharmacie de campagne ou de quartier applique ces prix, c'est pour survivre. Sans marge, elle disparaîtra. Et son conseil avec elle.

Vous avez partiellement raison sur ce point, mais cette marge va autant à la pharmacie rurale qu'aux grandes pharmacies en réseau. La première n'a rien à craindre d'un abaissement des prix, car elle continuera à délivrer un service de proximité qui sera apprécié par sa clientèle de proximité. Les autres, qui ne rendent pas ce service, doivent prendre moins de marge. Ce n'est pas au patient de payer sa survie. Et, oui, certaines disparaîtront. Il y a une pharmacie pour 2.200 personnes en Belgique, une pour 3.300 en France, dont la population est moins dense. Je ne dis pas qu'il faut aller jusqu'à 10.000, comme en Hollande, mais la densité est trop forte chez nous. Et l'APB défend les grands groupes qui engrangent les marges en faisant pleurer sur les petites pharmacies rurales. Ne confondons pas. Et ne disons pas qu'un shampoing pour les poux ou le sérum physiologique ne peut être vendu qu'en pharmacie.

FR.SO