

## PRISE DE POSITION DE L'AMM CONCERNANT LES RELATIONS ENTRE MÉDECINS ET ENTREPRISES COMMERCIALES

*Adoptée par la 55<sup>e</sup> Assemblée générale de l'AMM, Tokyo, Japon, Octobre 2004,  
et révisée par la 60<sup>e</sup> Assemblée générale de l'AMM, New Delhi, Inde, Octobre 2009  
et par la 71<sup>e</sup> Assemblée générale de l'AMM (en ligne), Cordoue, Espagne, Octobre 2020*

### PRÉAMBULE

Pour traiter leurs patients, les médecins utilisent des médicaments, des instruments, des outils de diagnostic, des équipements et des produits conçus et fabriqués par des entreprises commerciales. L'industrie dispose de moyens pour financer des programmes de recherche et de développement coûteux qui nécessitent impérativement les connaissances et l'expérience de médecins. En outre, le soutien de l'industrie permet de poursuivre la recherche médicale, les conférences scientifiques et la formation médicale permanente qui peuvent être bénéfiques aux patients et à l'ensemble du système de santé. La combinaison des ressources financières et des connaissances sur les produits du côté de l'industrie et des connaissances médicales du côté des médecins permet le développement de nouvelles méthodes diagnostiques, de nouveaux médicaments, de nouvelles thérapies et de nouveaux traitements pouvant conduire à de grandes avancées médicales.

Il existe toutefois des conflits d'intérêts entre les entreprises commerciales et les médecins. Ces conflits peuvent porter préjudice aux soins des patients et à la réputation de la profession médicale. Le devoir du médecin est d'évaluer objectivement ce qui est le mieux pour le patient. En parallèle, les entreprises commerciales escomptent des profits pour les propriétaires lorsqu'elles vendent leurs produits et elles se concurrencent auprès de la clientèle. Des considérations commerciales peuvent nuire à l'objectivité du médecin, notamment si le médecin est d'une certaine façon dépendant de l'entreprise.

Plutôt que d'interdire toute relation entre les médecins et l'industrie, il est préférable d'établir des directives pour ces relations. Ces directives doivent contenir les principes essentiels de communication des informations, de transparence, de résistance aux conflits d'intérêts et de préservation de l'indépendance clinique du médecin afin qu'il puisse agir au mieux des intérêts des patients.

Ces directives qui règlementent les relations entre médecins et entreprises commerciales doivent être entendues à la lumière des principes éthiques de l'AMM, tels qu'ils sont décrits dans la [Déclaration de Genève](#), la [prise de position sur le conflit d'intérêts](#), la [déclaration de Séoul sur l'autonomie professionnelle et l'indépendance clinique](#) et le [code international d'éthique médicale de l'AMM](#).

Les principes d'autonomie et d'indépendance clinique des médecins devraient se refléter dans toutes les décisions prises par les médecins pour les patients, quel soit leur environnement de travail : subventionné par l'État, privé, à but lucratif ou non, financé par des investisseurs, la compagnie d'assurance d'un employeur ou autre.

Les cursus des facultés de médecine et des programmes d'internat et de résidence devraient comporter des cours sur la relation entre entreprises et la profession médicale à la lumière des principes éthiques et des valeurs de la profession.

### RECOMMANDATIONS

#### Conférences médicales

## PRISE DE POSITION DE LAMM CONCERNANT LES RELATIONS ENTRE MEDECINS ET ENTREF

1. Ces directives relatives aux conférences médicales s'appliquent, le cas échéant, aux évènements organisés sous l'égide d'entreprises, ainsi qu'aux évènements éducatifs et aux activités de promotion, y compris de dispositifs médicaux, parrainés par une entreprise commerciale.
2. Les médecins peuvent participer à des conférences médicales subventionnées pour tout ou partie par une entité commerciale si ces conférences respectent les principes suivants :
  - Le principal objectif de la conférence est l'échange d'informations professionnelles ou scientifiques dans l'intérêt des soins au patient.
  - L'hébergement pendant la conférence doit être secondaire à l'échange professionnel d'informations et ne doit pas excéder ce qui est habituellement et généralement acceptable localement.
  - Les médecins ne perçoivent pas de rémunération directement d'une entreprise commerciale pour couvrir les frais de voyage et de séjour (les leurs ou ceux d'une personne qui les accompagne) à l'occasion de la conférence ou à titre de compensation pour le temps qu'ils y consacrent, à moins que la loi ou la politique de leur association médicale nationale l'autorise ou à moins que cette compensation remplace des honoraires raisonnables rétribuant une prise de parole lors de la conférence.
  - Le nom de l'entreprise commerciale apportant un soutien financier est rendu public pour permettre à la communauté médicale et au public d'évaluer justement les informations communiquées à la lumière de la source de financement. De plus, les organisateurs de la conférence et les conférenciers se doivent de faire preuve de transparence et d'informer les participants de tout lien financier qui pourrait influencer les activités d'enseignement ou toute autre retombée de la conférence.
  - Conformément aux Directives de l'AMM pour les interventions médiatiques promotionnelles des médecins, la présentation d'un produit par un médecin est scientifiquement exacte, analyse objectivement toutes les autres options thérapeutiques possibles et n'est pas influencée par l'organisation qui subventionne l'évènement.
3. Une conférence peut en outre se justifier au titre de la formation continue ou du perfectionnement professionnel que si elle répond aux principes suivants :
  - les entités commerciales qui les parrainent, telles que les laboratoires pharmaceutiques ou les entreprises du secteur des dispositifs et appareils médicaux, n'influencent ni le contenu, ni la présentation, ni le choix des intervenants ni la publication des résultats ;
  - les fonds engagés pour la conférence sont acceptés uniquement en tant que contribution aux frais généraux de la manifestation ;
  - l'indépendance des contenus de la conférence est garantie.

### Cadeaux

4. Afin de préserver le lien de confiance qui unit les patients et les médecins, ces derniers devraient décliner :
  - tout paiement en numéraire ou équivalent, ainsi que tout cadeau ou avantage personnel provenant d'une entité commerciale ;
  - les cadeaux visant à influencer la pratique clinique, y compris les incitations directes à la prescription.

### 5. Les médecins pourraient accepter :

- les cadeaux promotionnels si leur valeur est minime et si un tel cadeau n'est pas lié au fait que le médecin prescrive un certain médicament, utilise certains instruments ou matériaux ou adresse des patients à un certain établissement de santé ;
- les cadeaux de courtoisie culturels, s'ils ne sont pas réguliers selon les normes locales, si leur valeur est minime et s'il n'a pas de lien avec la pratique de la médecine.

### Recherche

#### 6. Un médecin peut effectuer des recherches financées par une entreprise commerciale, à titre individuel ou dans le cadre d'une institution, s'il se conforme aux principes énoncés ci-après :

- Le médecin n'obéit qu'à la loi, aux principes et directives éthiques de la Déclaration d'Helsinki et au jugement clinique lorsqu'il mène des recherches. Il devrait se garder de toute pression extérieure concernant les résultats de ses recherches et ses publications.
- Si possible, un médecin ou une organisation qui souhaite entreprendre des recherches, sollicite plusieurs entités commerciales pour les financer.
- Les informations personnelles sur l'identité des patients impliqués dans les recherches ou des participants volontaires ne sont pas communiquées à l'entreprise partenaire sans le consentement des personnes concernées.
- La rémunération versée au médecin pour sa recherche est basée sur le temps et les efforts qu'il y a consacrés. En aucun cas, cette somme ne saurait être liée aux résultats de la recherche.
- Les résultats des recherches sont publiés en communiquant le nom de la société partenaire, accompagnés d'une mention indiquant qui est l'instigateur des recherches. Ce principe s'applique aussi bien à un subventionnement direct qu'indirect, total que partiel.
- Les entités commerciales permettent la publication des résultats des recherches sans restriction.
- Lorsque cela est possible, la recherche financée par les entreprises commerciales devrait être dirigée par des entités intermédiaires sans but lucratif, comme des instituts ou des fondations.

### Affiliations à des entreprises commerciales

#### 7. Un médecin ne saurait s'affilier à une entité commerciale, par exemple en tant que consultant ou membre du comité scientifique sans que cette affiliation soit conforme aux principes énoncés ci-après :

- L'affiliation ne porte pas atteinte à l'intégrité du médecin.
- L'affiliation ne compromet pas les obligations du médecin vis-à-vis de ses patients.
- L'affiliation, comme toute autre relation avec une entité commerciale est intégralement communiquée dans toutes les situations où cette information est utile, comme les conférences, les apparitions publiques, les articles, les comptes-rendus et les contributions susceptibles d'influencer les missions des associations médicales ou toute autre entité à but non lucratif.

