

Internet santé

Une alternative à la VM

CLAUDE TRAN-THIET,
PRÉSIDENT DU GROUPE
IMAGENCE.



Le plus gros portail européen de la santé sur Internet – et son mot de passe universel – sont accessibles en France depuis le printemps dernier. Les laboratoires pharmaceutiques affiliés peuvent ainsi y assurer la promotion de leurs spécialités... en toute conformité.

Officiellement lancée le 31 mai dernier, la plateforme de communication Internet DocCheck® compte aujourd'hui près de 10 000 utilisateurs en France. Un chiffre qui, selon les attentes, devrait doubler d'ici à la fin de l'année 2008. Ce service, qui est l'apanage exclusif des professionnels de santé (industriels, médecins, pharmaciens, chirurgiens-dentistes...), leur offre – entre autres – la possibilité de surfer avec un seul mot de passe sur les sites santé disposant d'un accès sécurisé. Moyennant un abonnement allant de 1 000 euros à 5 000 euros par an et par laboratoire, les industriels du médicament peuvent ainsi répondre en toute sécurité aux obligations réglementaires de la Charte AFS-SAPS-Leem qui encadre la promotion des médicaments et la distribution d'échantillons sur Internet. Concernant les modalités de diffusion de la publicité en faveur des médicaments auprès des professionnels de santé sur le Web, cette Charte précise notamment que « des restrictions réelles d'accès doivent être mises en place par les entreprises. L'attribution d'un code d'accès personnel, remis après avoir vérifié la qualité de professionnel de santé du demandeur permet d'éviter l'accès à des personnes non autorisées ».

Un mot de passe
universel

Convaincre les industriels

Pour répondre aux exigences dudit texte, le système DocCheck® propose ainsi un mot de passe unique permettant d'identifier les personnes habilitées à recevoir ces informations. Dans le cas d'un prescripteur, une donnée connue de lui seul (aujourd'hui sa date de naissance, demain le numéro RPPS¹) est instantanément vérifiée par le CNOM², tiers de confiance qui la possède également. Une donnée clé qui – outre le gain de temps occasionné – réduit considérablement les risques d'usurpation d'identité. Pour l'heure, une vingtaine de laboratoires ont déjà adopté ce service. Ainsi de BMS, Sanofi-Aventis, GSK, Baxter, Johnson&Johnson, Procter & Gamble, Guerbet, Ménarini ou encore Genzyme... pour ne citer qu'eux. Et ce n'est qu'un début. Claude Tran-Thiet, le président du groupe Imagence, également responsable du déploiement de DocCheck® à l'échelle nationale, pense en effet pouvoir convaincre – à terme – tous les laboratoires pharmaceutiques d'y souscrire. Pourquoi ? Tout simplement, parce que « cette solution leur permet de répondre techniquement, réglementairement et de manière très économique à leurs

obligations », avance-t-il. Mais ce n'est pas tout. Selon lui, les avantages proposés par le mot de passe universel et cette plateforme sont légions : « Le laboratoire affilié peut (ainsi) mettre en place des stratégies de e-promotion avec la communauté médicale DocCheck® (e-mailing, e-detailing, e-market research, e-TV...), augmenter l'audience de son site Internet au moyen d'un accès simplifié, cibler très précisément les profils qui l'intéressent, mais aussi – et surtout – établir des stratégies européennes. » Au final, ce système qui permet notamment aux industriels d'atteindre leur cible fétiche (les prescripteurs) s'inscrit par delà comme une alternative de choix à la Visite médicale (VM).

A noter également que l'ensemble des solutions lancées en France sont – en général – celles qui ont rencontré un certain succès dans d'autres pays comparables comme l'Allemagne, sa terre d'origine, le Royaume-Uni ou encore l'Italie... A l'heure actuelle, plus de 500 000 professionnels de santé l'utilisent régulièrement dans 14 pays du Vieux Continent. ■

Jonathan Icart

(1) Répertoire partagé des professionnels de santé.

(2) Conseil national de l'ordre des médecins.