

« Réduire les coûts, sans toucher au patient, ni au prestataire de soins »

Par les temps qui courent, il faut être quelque peu téméraire pour partir à l'assaut d'un nouveau marché. L'année dernière, Actavis est parvenu à se faire une place au sein du milieu hospitalier de notre pays. Grâce à une approche personnalisée, l'entreprise entend également renforcer l'image de sécurité et de fiabilité du générique. Tant pour le patient que pour les différents prestataires de soins. Rencontre avec Kalman Petro, managing director d'Actavis Benelux. | Désirée De Poot

Si Actavis dispose également d'une importante base à Hasselt, notre interlocuteur a préféré nous recevoir au siège social de Baarn, aux Pays-Bas. Kalman Petro n'est pas vraiment un néophyte dans le secteur pharma. Avant d'entrer chez Actavis, il a fait ses armes au sein du groupe Celesio - qui possède en Belgique la chaîne Lloydspharma et le grossiste PCB.

Le pharma traverse lui aussi une légère crise, enchaînant les réductions d'effectif. Comment expliquer alors qu'une société décide de se profiler sur le marché belge ?

C'est vrai qu'en y réfléchissant, je dois effectivement être un peu fou. Mais il était temps de le faire et il ne fallait plus hésiter. Si Actavis est effectivement un nouvel acteur sur le marché belge, il ne l'est certainement pas au niveau mondial. La société a été créée en Islande en 1956 en tant que grossiste en médicaments. En 1999, un CEO particulièrement dynamique a pris la tête de l'entreprise qui employait à l'époque quelque 146 personnes pour un chiffre d'affaires de 157 millions d'euros. Aujourd'hui, dix ans plus tard, elle emploie pas moins de 12.000 personnes dans plus de 40 pays et affiche un chiffre d'affaires de 1,8 milliard d'euros. Le secret de cette réussite : d'abord et surtout le dynamisme, mais aussi une croissance autonome, des rachats et des accords de coopération. C'est grâce à ces éléments que nous sommes devenus le 5^e acteur sur le marché mondial des génériques.

Actavis parie aussi perpétuellement sur deux chevaux...

Oui, effectivement. Medis, qui produit des médicaments pour la 'concurrence', a rejoint Actavis en 1985 et représente un pilier d'Actavis Group. Le pool d'Actavis s'est considérablement élargi, entre autres grâce à un nombre important de rachats. En 2005, nous avons repris Alpharma et renforcé ainsi l'ancrage d'Actavis aux Pays-Bas. Jusqu'en 2007, le nom d'Alpharma se trouvait d'ail-

leurs encore sur les emballages de médicaments avant d'être remplacé par Actavis. Alpharma disposait d'une division intéressante de médicaments génériques et la Hollande est un pays où la prescription en DCI, grâce au droit de substitution des pharmaciens, est particulièrement active et représente plus de la moitié des prescriptions. Les médicaments ne représentent que 10% des dépenses totales de santé publique, dont une petite partie seulement incombe aux génériques. Ce qui montre déjà en soi les économies que permettent les génériques.

Il a pourtant fallu attendre 2009 pour qu'Actavis décide de se lancer sur le marché belge.

En 2008, le nouveau CEO d'Actavis a décidé de se concentrer sur l'harmonisation de toutes les sociétés rachetées entretemps par le groupe. Parmi elles : Sindan, une société roumaine représentant le plus gros fabricant européen de génériques oncologiques. Mais aussi, l'achat décisif d'une unité de production de Pfizer en Italie. Nous pouvions en effet fabriquer des produits oncologiques à la source. Actavis avait alors justement racheté le Floxapen de GSK, un antibiotique très réputé en Belgique. Tout cela nous a convaincu de nous lancer sur le marché belge.

Vous connaissez le marché hollandais, mais pas le belge. Sont-ils compatibles ?

(Rires) Non, pas le moins du monde. La culture d'entreprise est totalement différente et si on n'en tient pas compte, on peut vraiment se tromper. Cela nécessite une perpétuelle adaptation, un apprentissage permanent, et surtout un apprentissage réciproque. Aux Pays-Bas, tout est plus souple, moins hiérarchique. Les Belges ont un savoir-faire très professionnel et sont bien plus structurés. Les Belges cultivent du reste aussi un délicieux art de la table. Et les Hollandais ont encore des choses à apprendre de ce côté-là ! Il faut donc toujours garder à l'esprit que la Belgique n'est pas les Pays-Bas, et inversement.



© Actavis

Mais les différences existent aussi en matière de politique du médicament. Les Pays-Bas appliquent le système préférentiel et la Belgique impose un quota de prescriptions bon marché...

Le siège également en tant que conseiller à l'European Generic Medicines Association (EGA) et je peux voir ce qui se passe un peu partout en Europe. Les Pays-Bas ont fait figure de précurseurs avec leur système préférentiel et la Belgique peut ainsi en tirer des leçons. Le système préférentiel poursuit peut-être un bon objectif, mais ne peut pas bien fonctionner à long terme. En quelques mois, nos produits peuvent être désignés comme préférentiel ou non par les assureurs. Mais pour certains produits, le délai est si court qu'ils ne peuvent être produits dans les temps. Ou les stocks sont épuisés prématurément avec toutes les conséquences en découlant. Heureusement, de nombreux assureurs de soins commencent maintenant à voir que ces problèmes peuvent être considérables. Ce revirement a lieu également parce que le système préférentiel compromet considérablement le suivi thérapeutique et la disponibilité. Nous risquons à l'avenir une pénurie : les prix sont trop bas et il n'est plus rentable de lancer le médicament sur une chaîne de production. Nous devons obtenir des prix responsables d'un point de vue économique et sociétal.

Pour vous, ce n'est donc pas 'plus le prix est bas, mieux c'est' qui prévaut ?

Non, pas du tout. N'oublions pas qu'il y a une sorte de cercle vicieux. En tant que génériques, nous n'avons vraiment pas intérêt à ce que les marques soient à ce point pressées qu'elles n'investissent plus en recherche et développement. Car ce n'est que si de

nouvelles marques apparaissent que des génériques peuvent ensuite voir le jour. A ce niveau, nous nous trouvons vraiment dans le même camp ! Nous dépendons bien plus de chacun que nous ne le pensons parfois... Et en ce qui concerne les produits en tant que tels : nous devons bien sûr regarder aux coûts, mais jamais au détriment du patient et du prestataire de soins.

Vous avez débuté en Belgique dans les hôpitaux. Comptez-vous vous agrandir et vous lancer dans le circuit officinal ?

Chaque chose en son temps. Cela n'a aucun sens d'agir avec précipitation. Nous devons d'abord apprendre à bien connaître la Belgique et ses habitants. Nous voulons nous forger une bonne réputation, être fiables, disponibles et accessibles. Nous concentrons d'abord et avant tout sur les hôpitaux, bien écouter les demandes de nos clients et pouvoir répondre à leurs souhaits. C'est pour cela que nous accordons beaucoup de valeur à l'approche locale. Nous organisons ainsi tous nos contacts en Belgique de la Belgique et non des Pays-Bas. Nous sommes l'un des premiers génériqueurs à avoir travaillé avec un VialShield™, un revêtement de flacon qui empêche l'écoulement et protège la préparation de l'exposition à des restes cytotoxiques. Le nombre de phases intermédiaires entre la production et la délivrance est également limité de manière drastique parce que nous pouvons travailler à la source et directement vers les hôpitaux. Une garantie de qualité.

L'arrivée d'Actavis dans les officines n'est donc pas imminente ?

Non, elle n'est pas prévue dans l'immédiat, mais peut-être bien à moyen terme. Aux Pays-Bas, nous sommes présents - avec succès - depuis 2007 et avons atteint un volume de croissance de plus de 40 pour cent. Pour l'OTC et la parapharmacie, nous comptons 650 points de vente dans les drogueries et 450 en pharmacies. Mais dans ce domaine aussi, nous voulons d'abord bien explorer tout le marché. Notre ligne de soins Decubal est très populaire dans les pays scandinaves. Nous étudions à présent la possibilité d'introduire une ligne de soins pour hommes. L'un des produits de cette ligne est un roller déodorant. Mais les Hollandais n'en veulent pas parce qu'ils lui préfèrent un déodorant aérosol. Et le Belge ? Nous devons d'abord mener l'enquête... ♦