Marketing pharmaceutique : les infirmiers visés aussi

Avec leur droit de prescrire des dispositifs médicaux, leur proximité avec les patients et les médecins, et l'évolution vers des transferts de tâches, les infirmiers sont devenus des cibles de choix dans la stratégie marketing des firmes pharmaceutiques (1).

Les auteurs d'une enquête néo-zélandaise ont cherché à savoir quelle perception avaient les infirmiers de l'influence éventuelle des firmes sur leur pratique (1).

Une influence sous-estimée. 65 % des infirmiers interrogés ont déclaré être en contact fréquent ou occasionnel avec des visiteurs médicaux. 67 % estimaient que l'information fournie par les firmes améliorait probablement, voire certainement, leur pratique (1).

Comme les médecins et les étudiants dans d'autres études, la moitié des infirmiers interrogés s'estimaient capables de reconnaître une information trompeuse (2,3). Mais la plupart d'entre eux étaient persuadés que leurs collègues pouvaient être influencés par les firmes : ils n'étaient que 16 % à estimer leurs collègues eux aussi capables de détecter une information trompeuse (1).

Si les médecins le font, pourquoi pas nous ? Les trois quarts des infirmiers interrogés ont déclaré avoir reçu des cadeaux des firmes (crayon, bloc-notes, etc.). Plus de la moitié ont déclaré avoir participé à un repas ou un buffet organisés par une firme, et ont jugé en majorité que c'était acceptable, avec ou sans conditions. De même 70 % des infirmiers ont estimé que le financement d'une firme pour organiser ou participer à une conférence n'était pas contraire à l'éthique (1).

Certains ont précisé que, puisque ces pratiques étaient jugées acceptables par les médecins, elles l'étaient aussi pour les infirmiers (1).

Balayer devant sa porte. Comme le suggèrent les auteurs de l'enquête, il serait bienvenu que la profession infirmière mène une réflexion de fond sur l'attitude à adopter vis-à-vis du marketing pharmaceutique. Voilà une raison de plus pour les autres professionnels, les médecins en particulier, qui le subissent depuis longtemps, de réviser leur propre attitude vis-à-vis de l'influence des firmes.

©Prescrire

Extraits de la veille documentaire Prescrire.

1- Jutel A et Menkes D ""But doctors do it…" : Nurses' view of gifts and information from the pharmaceutical industry" *Ann Pharmacother* 2009 ; **43** : 1057-1063.

2- Avorn J et coll. "Scientific versus commercial sources of influence on the prescribing behaviour of physicians" *Am J Med* 1982 ; **73** : 4-8.

3- Prescrire Rédaction ""Cadeaux" des firmes : le conditionnement dès l'université" *Rev Prescrire* 2006 ; **26** (270) : 213-214.

Téléchargé sur prescrire.org le 19/04/2024
Copyright(c)Prescrire. Usage personnel exclusivement