



News #02

ÉDITO



À l'heure où un premier « médicament connecté », simplifiant la mise en place de nouveaux modèles de remboursement assis sur l'observance du patient, vient d'obtenir son Autorisation de Mise sur le Marché aux États-Unis (Abilify® MyCite, Otsuka), il est utile de réinterroger les critères de remboursement et le rôle des parties prenantes.

En effet, entre les différentes parties prenantes du succès d'un traitement (laboratoire « découvreur » et fabricant, agence du médicament, prescripteur, dispensateur, fabricant de dispositif d'administration, patient et autres professionnels impliqués tels que les infirmières, etc.), comment souhaitons-nous répartir la responsabilité ?

La tendance s'oriente actuellement vers une vision manichéenne présentant les laboratoires comme des acteurs à but lucratif dont il faut réguler le profit en ne finançant que les traitements ayant obtenu le résultat escompté et les patients comme des acteurs économiquement irresponsables ne prenant pas leurs traitements. La réalité est plus complexe que cela. À titre d'exemple, pourquoi ne rembourser que les traitements ayant atteint le résultat clinique attendu alors que la décision d'Autorisation de Mise sur le Marché ou de prix de remboursement a été prise sur la base d'études revendiquant un taux de succès de X % ? Et pourquoi laisser dans l'ombre le rôle des professionnels de santé dans l'observance du patient ?

Autant de questions auxquelles il est temps d'apporter des réponses. Ce sera le thème du XIIe Séminaire annuel que proposent les universités de Strasbourg, Berkeley, Descartes et KPMG.



FREDERIC THOMAS

Associé, secteur Santé et
Sciences de la vie

fredericthomas@kpmg.fr

06 83 81 66 70

THOUGHT LEADERSHIP



Les nouvelles frontières de la Santé

Table-ronde organisée par le Magazine des Affaires Décoléré des cycles économiques, stimulé par la démographie, l'épidémiologie et l'innovation, le secteur de la santé a fait l'objet de 12 milliards d'€ d'investissements pour la seule année 2016.

Mais si la classe d'actifs est très recherchée, la révolution digitale la rend sans doute également moins prévisible, ce qui oblige industriels, investisseurs et régulateurs à adapter leurs modèles.

[EN SAVOIR PLUS](#)



The future of oncology: a focused approach to winning in 2030

Le secteur de l'oncologie est bousculé par des dynamiques de marché qui réduisent la rentabilité des thérapies et remettent en question le modèle du blockbuster. Comment faire évoluer son modèle d'activité pour réussir dans un marché en mutation ? KPMG présente trois modèles pour l'oncologie à horizon 2030 : « active pharmaceutical portfolio company », « virtual value chain orchestrator » et « pharmaceutical niche specialist ».

[EN SAVOIR PLUS](#)

ÉVÈNEMENT

XIIe Séminaire annuel Strasbourg-Berkeley-Descartes

1st Euro-Atlantic Conference on Trade Governance & Health Technologies

Mercredi 13 décembre 2017

KPMG accueille et soutient le XIIe Séminaire annuel Strasbourg - Berkeley - Descartes, sur le thème de l'accès aux marchés et des modèles de fixation de prix innovants :

- Pricing, disruption, governance and policies : new paradigm(s) ?
- In the search for justifications. Scientific or economic guarantees ?
- Value or prices ? Data-driven systems & new business models
- Pricing biais : products, services, what arbitration ?

[EN SAVOIR PLUS](#)

VOUS AIMEREZ AUSSI

HOW

Au sein de l'écosystème HOW, premier mouvement phygital de coopération internationale, multi sectoriel et multi métier, grands groupes et ETI - start-up, scale-up, PME de croissance - investisseurs - experts (clusters, labs, accélérateurs, incubateurs...) font converger leurs initiatives et leurs solutions, pour inventer ensemble de nouveaux business models, faire éclore et concrétiser des solutions agiles pour la croissance et la transformation.

Contact :

[Michel Paolucci](#),

Associé, Responsable Innovation & Technologies - Directeur du projet Hello Open World

Tél : 01 55 68 69 26

[EN SAVOIR PLUS](#)

Me, my life, my wallet



Pourquoi et comment le consommateur prend-il ses décisions ? KPMG propose une nouvelle approche multidimensionnelle du consommateur.

[EN SAVOIR PLUS](#)

UN Climate Talks LIVE



KPMG ouvre une fenêtre digitale sur la COP23 avec le lancement du « UN Climate Talks LIVE », une interface unique de visualisation et d'analyse en temps réel des conversations Twitter sur la COP23.

[EN SAVOIR PLUS](#)

2017 Change Readiness Index



Etude mondiale qui met en perspective la capacité des gouvernements, entreprises et sociétés de 136 pays à gérer le changement et saisir les opportunités.

[EN SAVOIR PLUS](#)

Decoding disruption



Alors que les disruptions s'accroissent, les CEOs s'accordent sur la nécessité d'agir et se demandent où et quand le faire : décryptage des stratégies à adopter face aux disruptions.

[EN SAVOIR PLUS](#)

kpmg.fr/mediasocial



Enoncé en matière de confidentialité | Mentions légales

Informatique et liberté : vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données qui vous concernent (article 34 de la loi "informatique et liberté" du 6 janvier 1978) en envoyant un email à l'adresse suivante : fr-marketing@kpmg.fr.

© 2017 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International.