



UNIVERSITÉ
PARIS
DESCARTES



Le métier de pharmacien en Market Access

Lauriane VILLEMUR

lauriane.villemur@cemka.fr

20 septembre 2017

Market Access : quelles missions ?

Market Access – Missions Prix en Remboursement

Avant l'AMM

- Orienter la recherche et le développement (phase III) → early Market Access

Au moment de l'AMM

- Obtenir le remboursement puis le prix dans les meilleurs conditions

Après l'AMM et le remboursement

- Maintenir les conditions de remboursement et de prix
- Recueillir les données d'utilisation en vraie vie

Market Access – Objectifs

- Définir les stratégies permettant au médicament d'accéder, et d'être maintenu sur le marché dans les meilleures conditions de remboursement et de prix
- Respecter les étapes technico-réglementaires locales obligatoires, suivre l'évolution de la réglementation
- Constituer les dossiers de transparence et de prix

Market Access – Laboratoire / Conseil

En laboratoire, (chef de projet MA) activité transversale non isolée et diversifiée, pour laquelle les collaborations avec les départements suivants sont indispensables :

- Marketing
- Ventes
- Affaires Réglementaires
- Médical/biostats
- PV
- Achats
- Etudes de marché

En cabinet de conseil, (consultant MA) les objectifs sont identiques mais l'approche est différente ++

- Activité commerciale, client-dépendante
 - filiale d'un grand laboratoire pharmaceutique = périmètre d'activités plus restreint
 - Biotech = prestation complète
- Analyse approfondie des données
- Le périmètre de la mission et les conditions de réalisation sont toujours précisés dans un devis

Market Access : quel parcours ?

CV - Formation

- **Diplôme d'Etat de Docteur en Pharmacie**, Faculté de Pharmacie Paris V Descartes
- **Master 1** : Santé Publique
- **Master 2** : Economie et Gestion de la Santé, Master EMAM (Evaluation Médico-économique et Accès au Marché) Université Paris-Dauphine → Alternance Université/Entreprise (CEMKA)

(Autres Masters 2 : Master MA&EME Université Paris XI en Alternance, mais aussi Master de Bordeaux, écoles de commerces...)

CV – Expériences professionnelles

- **Stage en Pharmacovigilance** (5 mois), filiale France des Laboratoires GSK

puis réorientation en Market Access...

- **Consultant en Market Access** (2 ans), à CEMKA
Alternance (1 an), CDD (1 an), puis CDI

Perspectives

- Master 2 en alternance (Université/Entreprise)
- Salaire de sortie : 38 – 42 K€
- Débouchés :
 - À court terme : analyste, chargé de projet, consultant junior
 - À moyen et long terme : postes seniors, chef de gamme, directeur, etc.. (échelle : France, international)

Le métier de Consultant en Market Access

Consultant en Market Access – Fiche de poste

- Préparation et rédaction de dossiers de remboursement et de prix (médicaments; échelon local : France)
- Analyse environnementale, élaboration de stratégies d'accès au marché locales
- Veille concurrentielle et réglementaire, économique et environnementale
- Encadrement

Consultant en Market Access – Missions

- Lien entre laboratoires, experts et autorités (HAS/CEPS)
- Multidisciplinarité : médical, marketing, réglementaire, pharmacovigilance
- Travail d'analyse et de rédaction :
 - Compréhension des données cliniques, de l'environnement, du cadre réglementaire → rôle critique
 - Définir une stratégie d'accès pour démontrer l'intérêt du médicament (niveau individuel et niveau collectif) → esprit de synthèse, créativité
- Prestataire de service (aide et expertise)
- Adaptabilité aux clients et aux experts
- Gestion de projet (budgets, timings)

Consultant en Market Access – Journée type

- 80% :
 - Analyse des données, de l'environnement
 - Réflexion stratégique
 - Travail rédactionnel
- 20% :
 - Réunions de lancement de projet, stratégiques, experts
 - Conférences téléphoniques, suivi du projet
 - Veille réglementaire, formations
 - Prospection, réponse à des appels d'offre, réalisation de devis (budget)
 - Réunions d'équipe

Consultant en Market Access – Particularités du conseil

- Projets divers aux enjeux variés
- Travail sur de nombreuses aires thérapeutiques
- Multiples interlocuteurs (laboratoires, biotechs, autorités)
- Echanges variés (experts médicaux, statisticiens)
- Dimension commerciale (communication + + +, respect des délais/budgets)
- Enrichissement personnel et humain



Merci de votre attention !