



## INFORMATION MÉDICALE & RÉGLEMENTAIRE

Accès au marché

**leem**  
les entreprises  
du médicament

# Directeur/trice de l'accès au marché

Le/la directeur/trice de l'accès au marché définit et met en œuvre la stratégie économique et médico-économique du portefeuille produits de l'entreprise, notamment en vue d'obtenir et/ou de maintenir les meilleures conditions d'accès aux soins, de prise en charge, de prix, de régulation et d'exploitation.

## ACTIVITÉS

### Définition de la stratégie économique

- Définition, défense et mise en œuvre de la stratégie d'accès et de maintenance au marché, de remboursement et de pricing du portefeuille produits
- Elaboration, coordination et gestion de la stratégie remboursement-prix du portefeuille produits
- Coordination de l'élaboration et suivi des dossiers de transparence, dossier de la Commission d'Evaluation Economique et de Santé Publique (CEESP) et de prix
- Suivi de la veille sur l'évolution du système de fixation des prix, de la réglementation, et de l'environnement du système de santé
- Définition de la stratégie des études médico-économiques, de modélisation et de génération de données en vie réelle
- Définition et mise en œuvre des ressources nécessaires (équipes, budgets, externalisation...)
- Coordination de la stratégie d'accès au marché précoce des produits innovants (Autorisation Temporaire Utilisation/ATU, liste en sus, et liste de rétrocession) et des produits hospitaliers

### Relations institutionnelles

- Gestion des relations professionnelles avec la commission de transparence (CT), la commission d'évaluation économique et de santé publique (CEESP), les leaders d'opinion, les associations de patients
- Proposition et mise en œuvre du projet de convention entre l'entreprise et le Comité Economique des Produits de Santé (CEPS)
- Négociation des contrats et du prix des médicaments avec le Comité Economique des Produits de Santé (CEPS)
- Gestion des relations professionnelles avec le Ministère de la santé pour les médicaments concernant la liste en sus / rétrocession
- Elaboration de la stratégie de communication sur la valeur médico-technique, les avantages médico-économiques des produits, à visée des autorités de santé, et supervision du déploiement par les Key Account Managers auprès des instances régionales et les décideurs hospitaliers
- Positionnement de l'entreprise en partenaire des autorités de santé, garantie de la réputation durable de l'entreprise



### Profil de recrutement :

Métiers réservés aux profils confirmés ayant une expérience solide dans les entreprises du médicament, en particulier dans les domaines de la médico-pharmaco-économie ou des relations institutionnelles (10 ans d'expérience minimum).



### Formations Parcours recommandés :

Formation initiale :

- Diplôme d'Etat de docteur en médecine
- Diplôme d'Etat de docteur en pharmacie
- PhD économiste de la santé

Spécialisation en économie ou en droit de la santé.

Pour aller plus loin : <http://www.imfis.fr/>



### Passerelles métier :

**Au sein de la filière métier :**

- Directeur/trice ou Responsable Accès au marché Global / Régional (EU)

**Hors filière métier :**

- Directeur/trice de business Unit
- GM

Pour aller plus loin :

<http://www.macarrieredanslapharma.org/>



### Autres appellations :

- Directeur/trice des affaires économiques
- Responsable des affaires économiques
- Responsable économie de la santé et prix
- Directeur/trice affaires publiques/ gouvernementales
- Economic affairs director
- Health economics director

# Directeur/trice de l'accès au marché



## Management d'équipe et management transverse

- Gestion des ressources humaines de son organisation (recrutement, évaluation, formation, développement des compétences) en lien avec les RH et le service formation
- Coordination avec le département Market Access Global et la Région Europe
- Coordination des départements Market Access locaux (si poste au sein de la maison mère/global)

## COMPÉTENCES CLÉS

### ←|→ Transverses

- Avoir des capacités de leadership, d'anticipation, d'adaptation et de décryptage de l'environnement et les adapter à la stratégie de l'entreprise
- Maîtriser les techniques de médiation et de négociation afin de développer, en confiance et avec diplomatie, l'esprit de partenariat avec les interlocuteurs/trices institutionnel(le)s
- Savoir travailler dans un environnement règlementé et complexe en perpétuelle évolution
- Avoir des capacités rédactionnelles et orales et savoir adapter son discours aux différentes cibles
- Prendre des décisions afin de fixer des priorités, basées sur l'impact, la faisabilité et l'utilisation optimale des ressources
- Avoir une approche centrée autour du patient
- Maîtriser l'anglais professionnel et scientifique



### Métier

- Avoir une vision et appréhension systémique des enjeux de la santé
- Avoir une parfaite connaissance des instances impliquées dans l'évaluation des technologies de santé (HAS avec CT, CNEDIMS et CEESP, CEPS) et des attentes de chacun de leurs membres (médecins, patients, ministères, payeurs...)
- Maîtriser le système de fixation des prix du médicament et en assurer une veille réglementaire et législative (ATU, RTU, accord cadre pluriannuel, Loi Financement de la Sécurité Sociale/LFSS, Lettre d'Orientation Ministérielle/LOM, Lois de Santé...)
- Veiller à la cohérence entre la politique globale, européenne et française de l'entreprise
- Disposer de connaissances médicales et de santé publique liées au domaine d'application du ou des produits
- Développer, sur son domaine de compétence, sa capacité à influencer et aligner les interlocuteurs/trices internes (filiales et global)
- Gérer des projets transverses avec des équipes pluridisciplinaires : médical, réglementaire, marketing, légal, finances...

Dans un contexte de complexification du système de santé national, les métiers de l'économie de la santé sont essentiels à la définition de la stratégie d'accès au marché des produits de santé. Au-delà de l'analyse d'impact des décisions publiques concernant les modalités de remboursement ou de déremboursement, de nombreuses études économiques sont réalisées. Ces dernières concernent aussi bien des gammes de produits, des typologies de patients, l'explicitation du service rendu ou attendu du produit ou encore le coût de traitement journalier.

Face à la complexité et aux contraintes sans cesse renouvelées des procédures d'accès au marché auxquelles les entreprises sont confrontées, une adaptation et une optimisation de la stratégie d'accès au marché sont désormais nécessaires.

L'enjeu pour les entreprises du médicament est d'obtenir les meilleures conditions en termes d'accès précoce à l'innovation, de remboursement, de prix et de délais d'accès au marché pour les médicaments/produits de santé réglementés au regard du rapport bénéfice/risque. Il est ainsi indispensable de prendre en compte l'ensemble des éléments évalués par les payeurs : la valeur thérapeutique, économique, sociétale et d'innovation du produit.

La direction de l'accès au marché représente une fonction stratégique, en charge de l'anticipation des enjeux que représentera la démonstration de l'intérêt des produits du laboratoire pour les instances en charge de l'évaluation des technologies de santé. Cette fonction nécessite une parfaite connaissance de ces instances, des méthodologies d'évaluation, des besoins médicaux, des alternatives thérapeutiques.

La France, par sa spécificité de doctrines d'évaluations très médico-techniques et son influence de reference-pricing en Europe et dans le Monde, requiert une expertise et une expérience locales fortes basées sur son territoire.

