

# Quand Sanofi veille sur ses santé et... sur ses

**D**epuis qu'a éclaté le scandale du Mediator, il y a plus d'un an, Xavier Bertrand est prudent. Tout doute doit profiter aux patients, proclame-t-il. En septembre dernier, le ministre de la Santé a donc posé la question au Haut Conseil de la santé publique (HCSP) : le vaccin contre le cancer du col de l'utérus, le Gardasil, est-il efficace ? Réponse des experts : « L'efficacité du vaccin Gardasil sur le cancer invasif du col de l'utérus ne peut pas actuellement être démontrée, puisqu'il existe un délai moyen d'au moins quinze ans entre l'infection et la survenue d'un cancer. » Un constat pour le moins mesuré qui pourrait inciter le HCSP à la nuance. Eh bien, pas du tout : il recommande une « amélioration de la couverture vaccinale » ! Et à un taux de 80 % de la population concernée !

Les dirigeants de Sanofi Pasteur MSD, le laboratoire qui commercialise le Gardasil en Europe, n'ont jamais été vraiment inquiets. L'information circule apparemment bien entre les experts et les labos. Dès le début de novembre, un responsable de la communication de Sanofi nous confiait même que les autorités sanitaires « devraient se prononcer en faveur de l'utilité thérapeutique du Gardasil d'ici peu »... Sanofi a trouvé les arguments pour imposer aux pouvoirs publics ses priorités de santé. Le cas du Gardasil est exemplaire. En moins de cinq ans, le cancer du col de l'utérus, pourtant de plus en plus rare dans les pays industrialisés, est présenté comme l'ennemi numéro un, ou presque. « Le cancer du col de l'utérus est passé du statut de tueur obscur, limité principalement aux nations pauvres, à celui de maladie à la mode en Occident, écrivait le *New York Times* en 2008. Cette transition ultrarapide, qui a fait d'un vaccin nouveau un must, "la" piqûre à faire pour toutes les jeunes filles aux Etats-Unis et en Europe, représente un triomphe de ce que les fabricants appellent l'"éducation" et que leurs critiques appellent du "marketing." » Les chiffres parlent d'eux-mêmes : depuis 1980, l'incidence de ce cancer et son taux de mortalité n'ont

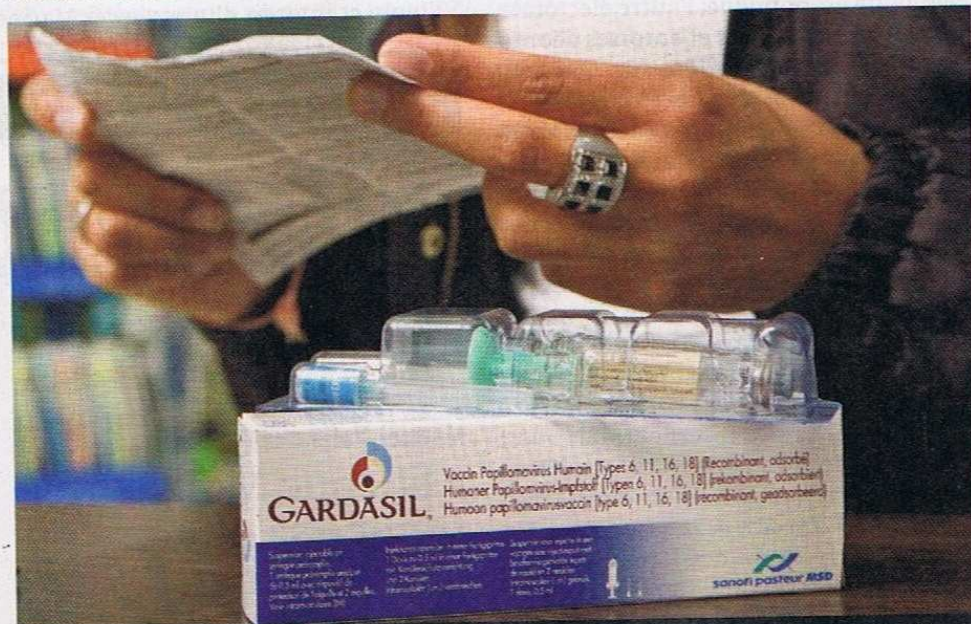
**Commercialisé en 2006 par Sanofi, le Gardasil, vaccin contre le cancer du col de l'utérus, a coûté 400 millions d'euros à la Sécurité sociale. Mais il n'a toujours pas fait la preuve de son efficacité.**

**PAR CLOTILDE CADU**

cessé de diminuer, grâce au dépistage par frottis. En France, il est le 10<sup>e</sup> cancer féminin le plus fréquent, le 15<sup>e</sup> le plus meurtrier. Pour la gynécologue Bérengère Arnal-Schnebelen, citée par Claire Sévérac dans son ouvrage *Complot mondial contre la santé*, si la santé des femmes guidait véritablement l'industrie pharmaceutique, ses efforts se concentreraient d'abord sur un cancer bien plus

ravageur, celui du sein. Encore faut-il que ça rapporte. C'est le cas du Gardasil. Depuis sa mise sur le marché, en 2006, 4 millions de doses de vaccin à plus de 120 € l'unité ont été injectées à près de 1,5 million d'adolescentes françaises. Une « prouesse » qui n'aurait sans doute pas été possible sans l'aide du gouvernement. Dès 2007, le vaccin est inscrit sur la liste des médicaments remboursés par la Sécurité sociale, avant même que les autorités sanitaires ne livrent leurs recommandations.

« Une pression importante a été exercée sur les politiciens du monde entier pour qu'ils introduisent le vaccin dans le calendrier vaccinal », souligne la Dr Vanessa Roddier-Herlant, auteur d'une thèse publiée fin 2009 à l'université Claude-Bernard (Lyon). Il faut dire que la firme n'a pas ménagé ses efforts, couronnés en 2008 par un Prix d'excellence du marketing et de la publicité pharmaceutique pour le Gardasil. Pour vanter les mérites de son produit, Sanofi recrute des stars de la cancérologie, comme David Khayat, professeur à la Pitié-Salpêtrière et « cancérologue des VIP », et, comme les vaccins peuvent faire l'objet de publicités à la télévision, les spots sur le Gardasil



Quatre millions de doses injectées à 1,5 million d'adolescentes, avec la bénédiction du gouvernement...

# sur notre profits

s'en donnent à cœur joie dans l'alarmisme : « Le virus peut toucher la plupart des femmes dès l'adolescence », « protéger sa fille, se préoccuper de son avenir »...

De gauche comme de droite, les politiques sont approchés par les bataillons du marketing de Sanofi. La députée socialiste Marisol Touraine, à l'époque où elle était chargée des questions sociales au conseil général d'Indre-et-Loire, n'a pas échappé à ce harcèlement publicitaire. « J'ai reçu la visite d'un représentant du laboratoire. Il m'a demandé si le conseil général pouvait acheter des vaccins pour faire de la prévention. J'ai refusé », raconte la conseillère du candidat Hollande en matière de santé. Au milieu des années 2000, une réunion est même organisée à l'Assemblée nationale pour présenter aux parlementaires ce nouveau vaccin. « Des représentants de Sanofi étaient présents », se souvient Gérard Bapt. Le député socialiste qui s'est spécialisé dans les abus pharmaceutiques ne cache pas ses doutes sur le bien-fondé de cette vaccination. Quelques jours après la publication sur le site Internet de Marianne d'une tribune libre, des délégués de Sanofi débarquent dans sa permanence toulousaine, les bras chargés d'études positives sur le Gardasil... Sans convaincre. « Bapt, il est ingérable ! » grince un haut cadre de Sanofi, lors d'un excellent déjeuner avec quelques journalistes choisis...

## Mine d'or

Des voix comme celle de Gérard Bapt s'élèvent pour dénoncer la gabegie que représente le Gardasil (400 millions d'euros dépensés par l'assurance maladie depuis sa mise sur le marché). Certains s'inquiètent de potentiels effets indésirables (lire l'encadré). Mais la campagne alarmiste de Sanofi repart de plus belle. Interrogés par Marianne, les communicants de Sanofi souhaitent ne répondre que par e-mail : « Le cancer du col de l'utérus est un problème de santé publique en France. C'est un cancer qui tue, mais c'est surtout un cancer évitable. » Sous-entendu : vaccinez

« Protéger sa fille » : les spots télévisés pour le Gardasil, jouant sur la peur et la culpabilisation, ont poussé Rachel Celli à faire vacciner sa fille, Lætitia. Elle le regrette amèrement : depuis la vaccination, la jeune femme, âgée de 20 ans, souffre de sévères maux de ventre, de vertiges et de vomissements. Estimant que le Gardasil en est la cause, elle a déposé cet été l'une des premières demandes d'indemnisation.



éric franceschi / fedephot.com

## Le difficile lien de cause à effet

**A**u début de l'été, deux jeunes femmes déposaient une demande d'indemnisation auprès de la commission régionale de conciliation et d'indemnisation (CRCI) de Lyon. Elles estiment que le Gardasil est responsable de troubles (paralysie, douleurs insoutenables...) apparus après leur vaccination. Le lien de cause à effet entre la vaccination et ces effets indésirables reste cependant difficile à établir, comme pour tous les produits de santé. L'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (Afssaps) a établi un taux d'effets indésirables graves de 7 pour 100 000 doses. « Je soupçonne un très fort taux de sous-notification », souligne le député socialiste Gérard Bapt. Deux décès ont été rapportés en France. ■

vos filles avant qu'il ne soit trop tard ! Ça ne vous rappelle rien ? Le même discours culpabilisant avait été utilisé lors de la campagne contre la grippe A(H1N1), autre urgence de santé publique dictée par l'industrie. Sans doute y aura-t-on droit encore ces prochaines années.

Les vaccins sont en effet une mine d'or. Dès son lancement, le Gardasil était programmé pour générer jusqu'à 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires. Des experts américains viennent tout juste

de se prononcer pour la vaccination des garçons au Gardasil ; Sanofi entend les prémunir des papillomavirus humains (HPV), qui sont responsables non seulement des cancers de l'utérus, mais aussi de certains cancers de la cavité buccale et de la gorge.

En continuant sur sa lancée, Sanofi Pasteur a acquis en septembre les droits mondiaux exclusifs pour un vaccin prévenant l'acné. Notre prochaine priorité de santé publique ? ■