



Famille : Commercialisation / Diffusion  
Domaine d'activité : Pharmaco-économie  
Transparence / Prix

## Responsable d'accès au marché

### Autres appellations

Responsable Market Access

### Missions

Piloter la définition de la stratégie d'accès et de maintien sur le marché des médicaments en démontrant leurs apports thérapeutiques et sociétaux, afin de garantir les meilleures conditions économiques des médicaments pour le laboratoire et les modalités de prise en charge bénéfiques au patient et au médicament.

### Activités principales

Proposition et déploiement des approches stratégiques d'accès au marché en coordination avec le marketing, le médical, le réglementaire, la R&D et le planning stratégique

Traduction du profil produit en proposition de valeur du produit, et en particulier maximisation de la valeur du produit vis-à-vis des évaluateurs-payeurs au regard du rapport bénéfice/risque

Démonstration de la valeur du produit tout au long de son cycle de vie et de la preuve de son efficacité

Valorisation de la proposition de valeur du produit auprès des différentes parties prenantes internes et externes impliquées dans la mise sur le marché du produit

Suivi de la mise en place des plans d'accès au marché (dossier prix et remboursement)

Suivi de l'insertion optimale du produit dans le système d'organisation des soins

Collaboration avec les différents acteurs clés de la santé, à partir de l'argumentation sur le bénéfice et la valeur du produit

Réalisation d'une veille sur l'évolution des modèles de santé et acteurs de prise en charge financière des traitements

Intégration des actions de maîtrise des dépenses de santé concernant les produits dans le développement de la stratégie d'accès au marché

Positionnement du laboratoire en partenaire des autorités de Santé

### Profil de recrutement

## Niveaux de formation ou diplômes

Doctorat

Médecin

Pharmacien

## Domaines de formation

Doctorat en économie de la santé Médecin/Pharmacien avec un master en économie de la santé  
Expérience ou formation en marketing est un plus

Forte compétence en Direction de projet

## Expérience

Métier accessible aux personnes expérimentées

Industrie pharmaceutique ou conseil en Market Access



## Infos métier

Des facteurs d'évolution liés au système de santé et aux aspirations de la société modifient depuis plusieurs années le contexte dans lequel évoluent les laboratoires pharmaceutiques.

Dans un environnement prônant de plus en plus le principe de précaution et le risque zéro, les exigences pour l'enregistrement des nouveaux médicaments en Europe et aux Etats-Unis s'accroissent fortement.

En France, l'objectif de maîtrise des dépenses de santé se traduit par un grand nombre d'initiatives de la part des pouvoirs publics. L'encadrement des prescriptions des médecins généralistes est renforcé, notamment via les CAPI (Contrat d'Amélioration des Pratiques Individuelles). A l'hôpital, les médecins doivent respecter le Contrat de Bon Usage qui exige une traçabilité de la prescription. Un certain nombre de médicaments ont vu leur taux de remboursement abaissé ou ont pu être déremboursés si leur SMR (Service Médical Rendu) a été évalué comme insuffisant.

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

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

Le **responsable d'accès au marché** a donc pour mission de proposer et de déployer les approches stratégiques adaptées d'accès au marché pour les produits de l'entreprise. Pour les biomédicaments, le «market access » doit également justifier de l'apport thérapeutique et sociétal de l'innovation de rupture.

Cette fonction a pour premier défi de justifier auprès des autorités l'action du produit sur la maladie. Elle le démontre au travers de la création de nouveaux systèmes de références et de critères propres au traitement de la maladie au-delà de la réponse symptomatique. Elle doit savoir représenter l'entreprise auprès des autorités de santé et saisir leurs attentes, développer et prouver les argumentations sur les réponses thérapeutiques, intégrer aussi les effets sur la qualité de vie et les impacts économiques en fonction de la cible patient. Les démonstrations de la valeur du médicament s'effectuent sur deux plans, le niveau individuel, thérapeutique, et le niveau collectif en termes d'apport social et économique.

Cette fonction doit maîtriser la direction de projet pour mobiliser marketing et médical autour des attentes des autorités de santé ainsi que les équipes de développement international deux à trois ans avant le dépôt de dossier sur des études cliniques et d'outcome research.