

CMAJ·JAMC

PRINT AND ONLINE PUBLISHING
SERVICES D'ÉDITION ÉLECTRONIQUE
ET IMPRIMÉE

Manager, Print and Online Publishing • Gestionnaire,
Services d'édition électronique et imprimée
Carolyn J. Brown

Production Manager • Gestionnaire de la production
Kathryn A. Freamo

Production Assistants • Assistants à la production
Nicole Barbeau, Carole Lalonde, Clara Walker

Online Publishing Coordinator
Coordonnatrice des services d'édition électronique
Rebecca Fleming

Online Publishing Assistant
Adjointe à la publication en direct
Shirley Waddell

ADVERTISING • PUBLICITÉ

Manager, Journal Advertising
Gestionnaire, Annonces publicitaires
Beverley Kirkpatrick

Coordinator, Display Advertising
Coordonnatrice de la publicité
Nancy Pope

Assistant Manager, Classified Advertising
Gestionnaire adjointe, annonces classées
Deborah Rodd

Assistant, Journal Advertising
Adjointe, Annonces publicitaires
Tracy Huckabone

613 731-9331, fax 613 565-7488
advertising@cma.ca

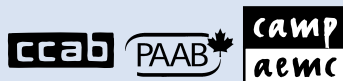
For information on how to advertise
in any of the CMA journals
www.cma.ca

Pour savoir comment placer une annonce
dans les revues publiées par l'AMC
www.cma.ca

Marketing and Advertising Services
Marketing et publicité
Keith Health Care Inc.
info@keithhealthcare.com

Toronto	Montréal
905 278-6700	514 624-6979
800 661-5004	877 761-0447
fax 905 278-4850	fax 514 624-6707

All prescription drug advertisements have been cleared
by the Pharmaceutical Advertising Advisory Board.
Toutes les annonces de médicaments prescrits ont été
approuvées par le Conseil consultatif de publicité
pharmaceutique.



ASSOCIATION
MÉDICALE
CANADIENNE



CANADIAN
MEDICAL
ASSOCIATION

President • Président
Henry Haddad

Secretary General • Secrétaire général
William G. Tholl

Director, Publications
Directeur, Publications
Pat Rich

Permissions • Permissions
permissions@cma.ca



La publication de recherches financées par l'industrie : sans attaches

À l'échelle mondiale, les sociétés pharmaceutiques consacrent plus de 40 milliards de dollars US par année à la recherche-développement. Il peut en coûter jusqu'à 600 millions de dollars US pour lancer un nouveau médicament sur le marché. L'escalade des coûts a poussé les sociétés pharmaceutiques à se tourner vers les organisations de recherche contractuelle. Aux États-Unis, des sociétés privées ont reçu 60 % des contrats de recherche des sociétés pharmaceutiques l'année dernière. Révolue l'époque où les études cliniques se déroulaient dans l'atmosphère pure des milieux universitaires sous la direction de chercheurs dont les recherches et la carrière étaient libres (quoique imparfaitement) des commanditaires.

Les sociétés pharmaceutiques savent que des recherches entachées par la faute professionnelle ou la malhonnêteté entraînent un cheminement coûteux vers le retrait de médicaments et les poursuites en justice. Les pressions qui s'exercent sur elles pour qu'elles trouvent un gagnant sont néanmoins des plus lourdes. Il ne faut donc pas s'étonner lorsque la partialité inhérente de la recherche glisse vers la déformation délibérée ou la suppression de résultats indésirés^{2,3}.

Jusqu'à maintenant, on n'a pas codifié de lignes directrices précises et applicables afin de protéger l'indépendance scientifique des chercheurs (et, en bout de ligne, les intérêts des patients). Face à cette absence de politiques, un groupe de chercheurs canadiens a proposé une série de «règles» afin de régir les contrats de recherche industrielle et universitaire au Canada (voir page 783)⁴.

Dans la même veine, le Comité international des rédacteurs de revues médicales a adopté de nouvelles politiques sévères pour régir la publication de résultats de recherches commanditées par l'industrie et l'État (voir page 786)⁵. Ces 11 grands journaux exigeront désormais que les auteurs affirment qu'ils «ont eu entièrement accès à toutes les données au cours de l'étude et (...) acceptent l'entière responsabilité de l'intégrité des données et de l'exactitude de leur analyse». Les rédacteurs garderont en outre le droit de revoir le protocole de l'é-

tude, ainsi que les contrats de financement, avant d'accepter de publier la communication. Le *JAMC* n'acceptera pas de rapport de recherches réalisées en vertu d'un contrat qui ne satisfait pas à ces normes éthiques.

Les sociétés pharmaceutiques ont soutenu que l'information sur l'efficacité et l'innocuité d'un nouveau médicament est exclusive. Nous soutenons que la propriété de l'information en question est beaucoup plus vaste : la recherche sur la santé est un bien public. Les personnes qui participent volontairement à des études cliniques n'ont pas l'intention qu'on déforme ou étouffe les résultats de leur participation. Le public a un autre intérêt dans la recherche subventionnée par l'industrie : le Trésor subventionne indirectement environ 70 % des coûts sous forme d'incitations fiscales et de dépenses déductibles.

Dans un monde idéal, les conditions nécessaires pour régir la réalisation désintéressée de recherches seraient établies par les commanditaires de l'industrie eux-mêmes au moyen de politiques énoncées clairement afin d'assurer l'indépendance scientifique de la recherche qu'ils subventionnent. Aucun chercheur ne serait tenu de produire des «conclusions» sans avoir accès à toutes les données, sans être libre de toute ingérence dans l'analyse et l'interprétation de celles-ci, tout en ayant la liberté de publier tous les résultats, aussi décevants puissent-ils toutefois être pour l'actionnaire. Entre-temps, les chercheurs font bien de se protéger par des règles sur les partenariats de recherche et les rédacteurs, de jouer le rôle de chien de garde. — *JAMC*

Références

1. Kettler H. *Updating the cost of a new chemical entity*. London: Office of Health Economics; 1999. Sommaire disponible : [www.ohe.org/Updating .htm#Updating the Cost of New Chemical Entity](http://www.ohe.org/Updating.htm#Updating the Cost of New Chemical Entity) (consulté le 22 août 2001).
2. Phillips RA, Hoey J. Constraints of interest: lessons at the Hospital for Sick Children. *JAMC* 1998;159(8):955-7.
3. Rennie D. Thyroid storm. *JAMA* 1997;277:1238-43.
4. Lewis S, Baird P, Evans RG, Ghali WA, Wright CJ, Gibson E, et al. Dancing with the porcupine: rules for governing the university-industry relationship [éditorial]. *JAMC* 2001;165(6):783-5.
5. Davidoff F, DeAngelis CD, Drazen JM, Nicholls MG, Hoey J, Højgaard L, et al. Sponsorship, authorship and accountability [éditorial]. *JAMC* 2001;165(6):786-8.