

tous les petits, puis se regroupent et s'entendent sur un prix fixe, ce qui détruit complètement la notion de libre entreprise et de libre concurrence.

Pour en citer un exemple, et comme l'a mentionné mon collègue le député de Selkirk (M. Schreyer), le 29 décembre 1960, un tribunal fédéral de New York a condamné trois grandes entreprises pour violation criminelle des lois interdisant les cartels, à propos d'un antibiotique à base de tétracycline et de deux «médicaments miracle» connexes à effet étendu. Il s'agissait de la Charles Pfizer, de l'American Cyanamid et de la Bristol Myers and Company, que le tribunal a accusées d'avoir conspiré entre elles. L'E. R. Squibb et l'Upjohn Company ont été reconnues coupables d'infractions aux règlements, et le tribunal a imposé une amende de \$50,000 à chacune des entreprises pour avoir conspiré en vue de fixer des prix.

Il a été révélé, au cours du procès, qu'il en coûtait \$1.50 à l'American Cyanamids pour 100 capsules de 250 milligrammes. Néanmoins, le prix exigé du pharmacien par les cinq compagnies en question était de \$30.60 pour la même quantité. Et voilà ce que j'avais à dire au sujet de la fixation concertée des prix. On pourrait sans doute citer d'autres exemples. En voilà assez également en ce qui concerne le jeu de la libre concurrence qui existe dans l'industrie des produits pharmaceutiques, comme dans bien d'autres, je suppose.

Je voudrais signaler en second lieu que les médecins ne sauraient se soustraire à leur responsabilité au sujet de la cherté des médicaments. Ils se sont montrés trop peu sévères à l'endroit des réclamations des démarcheurs, des revues médicales financées par les compagnies de produits pharmaceutiques et des lettres de rectification imposées aux compagnies par la Food and Drug Administration.

M. Morton Mintz, journaliste du *Post* de Washington, qui se spécialise dans le dépeçage des infractions à la loi commises par l'industrie des produits pharmaceutiques, disait dans le *New Republic* du 6 juillet:

Il y a peu de secteurs de notre économie technologique de commercialisation en série, auquel la formule médiévale «Acheteur, méfie-toi» s'applique moins qu'à celui des médicaments d'ordonnance.

Feu le sénateur Estes Kefauver décrivait ainsi la situation:

Celui qui rédige l'ordonnance n'achète pas et celui qui achète ne délivre pas l'ordonnance. Pour un malade, la question n'est pas purement d'ordre économique; un remède puissant qui est inefficace ou moins efficace ou moins inoffensif que certains autres médicaments peut se révéler dangereux ou même fatal... Il est donc de la plus haute importance, du point de vue de la santé publique, que le médecin ne soit pas induit en erreur au sujet de l'utilisation opportune des médicaments qui ne peuvent être vendus que sur son ordonnance.

Depuis les amendements Kefauver-Harris apportés en 1962 à la loi américaine sur les aliments et drogues et exigeant que la publicité sur les médicaments d'ordonnance comporte une description sommaire et véridique, le FDA a déposé 33 plaintes officielles contre 26 fabricants, sans en exclure les noms les plus importants et les plus prestigieux dans le domaine de la pharmacie, et les a contraints de se rétracter dans le *Physicians' Desk Reference* ainsi que dans des lettres de certification.

En 1967, le FDA a sollicité les commentaires sur les nouveaux règlements en vue de circonscrire les fraudes révélées par ces lettres, mais pas un seul médecin ou groupe de médecins aux États-Unis n'ont donné suite à l'invitation du FDA. Il s'agit ou d'apathie ou de complicité directe. Les médecins se laissent volontiers bernier, dirait-on, aussi est-il devenu une entreprise profitable d'essayer de les tromper.

En troisième lieu, c'est à la publicité de toute nature qu'il faut imputer la responsabilité de la fraude. Il paraîtrait qu'un supplément de \$3,000 par an et par médecin, dépensé en publicité et en réclame, se traduit par une augmentation annuelle de 600 à 850 millions de dollars dans les coûts des ordonnances aux États-Unis. Comment s'étonner, devant un tel enjeu, que les moyens de diffusion américains tiennent sous le boisseau les accusations portées par le FDA pour tenter d'éliminer la publicité mensongère. C'est une mine d'or pour les journaux, la radio, les revues et la télévision. Nous ne pouvons donc espérer les voir tuer la poule aux œufs d'or, pas plus que nous ne pouvons compter sur l'industrie pour faire sa propre police.

L'ampleur de cette réclame fallacieuse peut être soulignée par l'examen complet entrepris tous les deux ans sur l'efficacité de 3,640 produits pharmaceutiques vendus aux États-Unis, entre 1938 et 1962. Un rapport préliminaire publié par l'Académie nationale des sciences et le Conseil national de recherches fournit d'autres armes aux critiques de l'industrie des produits pharmaceutiques. D'après le rapport, 10 p. 100 seulement de ces produits ont vraiment la valeur que leur attribuent les fabricants. Environ 10 p. 100 perdront probablement leurs privilèges sur le marché, car ils n'ont pas la valeur thérapeutique qu'on leur attribue. Donc 80 p. 100 des produits pharmaceutiques font l'objet d'une réclame fallacieuse qui exagère leur utilité. Ces données sont publiées dans «*Fortune*» de juillet 1968. Aussi que l'acheteur soit sur ses gardes, ainsi que le médecin et les gouvernements, monsieur l'Orateur.