



Comment exploiter l'intelligence de marché pour votre stratégie d'achat de vaccin – discussion avec l'Estonie, la Géorgie, la Macédoine du Nord et l'Ouzbékistan

- **Eveli Bauer**, Caisse d'assurance maladie, Estonie
- **Vladimer Getia**, Centre national de contrôle des maladies et de santé publique, Géorgie
- **Aleksandra Grozdanova**, Comité national de vaccination, Macédoine du Nord
- **Tursunova Dilorom**, Département de la logistique des vaccins et de l'immunoprophylaxie, Ouzbékistan

1

Qu'est-ce que l'intelligence de marché en matière de vaccin pour vous et qu'est-ce que cela comprend ?

ESTONIE

« L'intelligence de marché est l'ensemble du travail que nous effectuons dans le cadre de la phase pré-soumissionnaire, avant d'annoncer l'appel d'offre dans notre registre des marchés. Elle englobe la recherche des divers vaccins disponibles sur le marché et la gestion des études de marché, notamment le partage d'informations avec les titulaires des autorisations de mise sur le marché, ainsi que les données d'analyse, telles que la couverture vaccinale. »

GEORGIE

« Nous répartissons l'intelligence de marché pour les vaccins préventifs dans différents segments. Ces derniers comprennent des types de vaccins tels que les vaccins vivants ou atténués, les vaccins inactivés, les vaccins sous-unitaires, les anatoxines, les vaccins ARNm et d'autres types de vaccins. Les types de maladies sont également pris en compte, p. ex., pneumocoques, poliovirus, hépatite, la grippe, rougeole, oreillons et rubéole (ROR), Covid-19 etc. Par ailleurs, la géographie est un facteur crucial lorsqu'on considère les régions telles que l'Amérique du Nord, l'Amérique du Sud, l'Europe, l'Asie Pacifique, et l'Afrique. Le marché est évalué en millions de dollars US pour chacun des segments susmentionnés.

Plusieurs facteurs ont un impact sur la taille du marché des vaccins préventifs. Il s'agit notamment de la prévalence des maladies infectieuses et de l'état de financement des gouvernements et des organisations internationales. »

1

**Qu'est-ce que
l'intelligence de
marché en matière
de vaccin pour
vous et qu'est-ce
que cela
comprend ?**

M
A
C
E
D
O
I
N
E

« Les achats sont basés sur les recommandations d'experts actualisées et les données sur la cohorte de population ou la couverture vaccinale. Par exemple, le ministère de la Santé achète uniquement 50 % des vaccins anti-VPH, la couverture étant inférieure à ce pourcentage. »

O
U
Z
B
E
K
I
S
T
A
N

« La stabilité financière est nécessaire quant à la prise de décision stratégique. La demande en vaccins détermine le montant nécessaire à acheter les vaccins. Il est nécessaire d'analyser le coût des vaccins sur les marchés. »

2

Intégrez-vous les informations sur le marché dans votre stratégie d'achat ?

Pouvez-vous donner un exemple où les informations sur le marché ont joué un rôle important dans votre stratégie d'achat ?

ESTONIE

« Oui, nous utilisons beaucoup l'intelligence de marché et n'annonçons même pas un appel d'offre sans avoir connaissance de la situation du marché.

Nous traitons chaque vaccin comme un projet et examinons les problèmes spécifiques aux titulaires des autorisations de mise sur le marché, aux dates d'expiration, aux délais de livraison, etc. Nous prenons en compte tous ces aspects pendant que nous lançons un appel d'offres et planifions en fonction des caractéristiques propres à chaque vaccin. Nous connaissons ces spécificités grâce à nos communications régulières avec les représentants de l'industrie. Ces derniers nous informent de la disponibilité de vaccins, des délais et conditions de livraisons. Nous devons comprendre la manière dont l'industrie fonctionne et chercher les meilleures options disponibles possibles. Cela est très important pour les vaccins étant donné qu'ils ont des dates d'expiration limitées et sont délicats à gérer. C'est pourquoi le processus peut considérablement varier selon les spécificités de chaque vaccin. »

GEORGIE

« Lors de l'introduction de nouveaux vaccins, nous tenons compte de la disponibilité des vaccins, qui comporte des facteurs tels que la stabilité des prix et de l'offre. À titre d'exemple, pendant l'introduction du vaccin hexavalent, nous avons pris en compte la disponibilité à long terme et le coût du vaccin. Par conséquent, le gouvernement a mis en œuvre la pratique des achats pluriannuels. »

2

Intégrez-vous les informations sur le marché dans votre stratégie d'achat ?

Pouvez-vous donner un exemple où les informations sur le marché ont joué un rôle important dans votre stratégie d'achat ?

M
A
C
E
D
O
I
N
E

« Le ministère de la Santé élabore une procédure de sélection sur 3 ans pour l'achat de tous les vaccins du programme national de vaccination (en dehors du vaccin contre la grippe qui est acheté chaque année). Les achats sont basés sur les recommandations d'experts actualisées et les données sur la cohorte de population ou le pourcentage de couverture (p. ex. le vaccin anti-VPH). »

O
U
Z
B
E
K
I
S
T
A
N

« Oui les informations sur le marché concernant le coût des vaccins sont incluses dans la stratégie d'achat. Par exemple, lorsque nous planifions une demande de vaccins, nous préparons un tableau comparatif montrant le coût des vaccins à l'UNICEF, sur le marché général et dans les entreprises privées. »

3

**Quelles
ressources de
marché utilisez-
vous
généralement et à
quelle fréquence
les révisiez-vous et
les actualisez-
vous ?**

« Nous utilisons énormément de ressources et recherchons beaucoup d'informations.

- ❖ Nous commençons par notre **registre de médicaments estonien**, car nous sommes autorisés à acheter uniquement les vaccins qui disposent d'autorisations de mise sur le marché dans notre pays. Le registre comprend les vaccins, les marques ou formulations spécifiques, la période de validité pour les autorisations de mise sur le marché et les titulaires des autorisations de mise sur le marché (TAMM).

- ❖ **La communication directe avec les TAMM** et l'échange rapide d'informations sont essentiels. Étant donné que nous sommes un très petit marché, nous avons généralement 2 TAMM différents pour chaque grand groupe de vaccin, très rarement 3. Nous connaissons bien les représentants de l'industrie, car ils sont actifs depuis de nombreuses années et nous avons une communication régulière, rapide et directe avec eux.

Nous échangeons des informations avec les TAMM dans les meilleurs délais. Il est généralement admis qu'entre la signature d'un contrat et la première livraison, il doit y avoir un intervalle d'au moins 6 à 9 mois. Si nécessaire (niveau de concurrence plus élevé, achat longtemps à l'avance, etc.), nous annonçons l'étude de marché par le biais d'un outil dans notre registre des marchés publics. Cette méthode permet d'informer tous les potentiels fournisseurs en même temps et de s'exprimer sur nos besoins. Il est très utile de recevoir un retour avant de lancer l'appel d'offres, afin de pouvoir l'adapter en conséquence.

- ❖ La **coopération balte** fait également partie de l'IM car elle nous permet de partager les informations avec nos voisins, même sur des vaccins qui ne sont pas achetés de manière conjointe et d'harmoniser nos calendriers de livraison. Cette coopération a été très utile dans la mesure où elle a fait chuter les prix et a davantage sécurisé les livraisons.

- ❖ Le **partage d'informations** inclut des réunions hebdomadaires avec toutes les agences concernées par la vaccination, en particulier l'Agence nationale des médicaments, le ministre des affaires sociales, la Caisse estonienne de d'assurance maladie, le Conseil de santé en plus des responsables de la communication. Les réunions du GTCV ont lieu chaque trimestre ou plus.

L'année dernière, nous avons tenu des réunions régulières avec les TAMM afin de leur donner l'occasion de parler de leurs portefeuilles, de leurs problèmes, de leurs besoins, de leurs préoccupations concernant notre marché de manière simultanée à nos 4 agences.

Par exemple, le vaccin contre la grippe saisonnière est un cas compliqué pour nous car nous ne pouvons jamais être sûr de l'intérêt qui lui sera porté. Dans les situations de crise, le partage d'information entre toutes les agences est essentiel pour coordonner et transmettre les mêmes messages.

- ❖ Pour ce qui est de la **collecte des données**, nous utilisons le registre estonien des statistiques qui nous donne un aperçu des chiffres de la population (nos groupes cibles en termes de tranche d'âge). Les données relatives à la couverture vaccinale et au stocks sont disponibles en interne auprès de la Caisse d'assurance maladie ou directement recueillies auprès du Conseil de santé et/ou des prestataires de soins de santé. Toutes les données sont disponibles par voie électronique. Nous utilisons également la plateforme MI4A de l'OMS pour les indications de prix.

- ❖ Afin de couvrir les risques livraison, nous disposons d'un **stock central** avec des ressources allant jusqu'à 6 mois pour tous les principaux vaccins. Notre stock central est important en termes de planification, car il nous permet de rester flexibles à l'égard de l'industrie, en cas de retard de livraison.

Concernant la révision de nos ressources, le stock central et les données de vaccination sont actualisés sur une base quotidienne. Les statistiques nationales sur la population sont révisées une fois l'an. »

3

Quelles ressources de marché utilisez-vous généralement et à quelle fréquence les révisiez-vous et les actualisez-vous ?

GEORGIE

- ❖ « Produit, prix et achat de vaccins (V3P)/ Informations sur le marché
- ❖ Études du marché MI4A, Données sur les achats de vaccins MI4A
- ❖ Ressources de la Division des approvisionnements de l'UNICEF
- ❖ Liste des vaccins préqualifiés
- ❖ Réunions avec les fabricants de vaccins à la Division des approvisionnements de l'UNICEF »

MACEDOINE

« L'étude de marché est basée sur les données fournies par le ministère de la Santé et/ou les bases de données de santé en ligne sur la vaccination. »

OUZBEKISTAN

« Le besoin en produits vaccinaux augmente chaque année, en fonction de l'augmentation du nombre de vaccins reçus et de la situation des maladies infectieuses. De ce fait, les besoins en ressources sont révisés et actualisés chaque année. »

4

Pouvez-vous nous expliquer comment l'intelligence de marché a été utilisée lorsque vous avez décidé d'introduire le vaccin antirotavirus ? Comment avez-vous utilisé les informations sur le marché pour évaluer et acheter ces produits ?

ESTONIE

« Cela fait déjà 10 ans que le vaccin antirotavirus figure dans notre calendrier et est acheté conjointement par le biais de l'Initiative d'achat balte depuis 2016. Nous utilisons Glaxo Rotarix et MSD Rotateq, qui ont un dosage différent. La différence de ce dosage n'importe pas pour nous, car nous considérons le prix du vaccin pour un cycle de vaccination par enfant, et non par dose. En effet, les bébés ont tout de même des rendez-vous de routine médicale à tous les calendriers de vaccination requis par les deux vaccins. Par conséquent, les deux vaccins sont sur un pied d'égalité à cet égard. »

GÉORGIE

« La Géorgie a introduit le vaccin antirotavirus grâce à Gavi, qui travaillait en étroite collaboration avec l'OMS et l'UNICEF. Pendant le processus de prise de décision pour le choix du vaccin, le pays s'appuyait fortement sur les informations fournies par l'UNICEF et l'OMS. Grâce à la signature d'un protocole avec Gavi, la Géorgie a pu assurer une fourniture stable et abordable du vaccin. »

4

Pouvez-vous nous expliquer comment l'intelligence de marché a été utilisée lorsque vous avez décidé d'introduire le vaccin antirotavirus ? Comment avez-vous utilisé les informations sur le marché pour évaluer et acheter ces produits ?

M
A
C
E
D
O
I
N
E

« En 2019, le ministère de la Santé a introduit 2 nouveaux vaccins, à savoir les vaccins antirotavirus et antipneumococcique en se basant sur les points de vues des experts et les données épidémiologiques de l'Institut de Santé publique, ainsi que l'accès régional aux mêmes vaccins (Serbie, Grèce, etc.). »

O
U
Z
B
E
K
I
S
T
A
N

« Afin d'introduire un vaccin contre l'infection à rotavirus, le poids de l'incidence du rotavirus dans le pays a été prouvé et l'efficacité épidémiologique et économique du vaccin a été calculée. Pour évaluer les différents produits rotavirus, un tableau comparatif indiquant les types de vaccin, les températures de stockage et les prix a été préparé. »

5

**Avez-vous
procédé à des
analyses, par
exemple coûts-
avantages,
évaluation des
compromis, etc.
pour choisir les
produits ?**

ESTONIE

« Concernant le vaccin anti-VPH, nous avons réalisé une étude de rentabilité pour évaluer la qualité des vaccins, car il existe de grandes différences entre les 2 vaccins disponibles. Nous avons calculé le critère de qualité sur la base des années de vie pondérées par la qualité (QALY). Le système comporte des évaluations préalables pour chaque vaccin et octroie un score pour chaque aspect des vaccins. La procédure du vaccin anti-VPH était tout à fait unique. Au début, l'industrie n'appréciait pas la manière dont les QALY étaient calculés. Lorsque les choses sont faites de façon différente, il faut s'attendre à des désaccords à chaque étape du processus.

Nous avons également mené des études de rentabilité pour le vaccin antipneumococcique et il a été établi qu'il n'est pas rentable, c'est pourquoi il ne figure pas dans notre calendrier. Nous réaliserons de nouveau cette étude et s'il est établi que nous devons acheter le vaccin, nous suivrons probablement un processus similaire à celui utilisé pour le vaccin anti-VPH. »

GEORGIE

« Oui à chaque nouvelle introduction de vaccin, nous évaluons sa rentabilité. Pour le vaccin antirotavirus, nous avons procédé à une évaluation complète avec la collaboration d'experts de l'OMS. »

5

**Avez-vous
procédé à des
analyses, par
exemple coûts-
avantages,
évaluation des
compromis, etc.
pour choisir les
produits ?**

M
A
C
E
D
O
I
N
E

« Veuillez vous référer à notre réponse à la question n°4. »

O
U
Z
B
E
K
I
S
T
A
N

« Oui une analyse coûts-avantages, c.-à-d. de rentabilité a été effectuée. »

6

**L'intelligence de
marché vous-a-t-
elle aidé à avoir
accès aux
meilleurs produits
et si oui,
comment ?**

ESTONIE

« Oui, je le crois. Par exemple, lorsque nous n'avons aucune autorisation de mise sur le marché, nous recherchons des sources d'information différentes. Nous parlons généralement avec des grossistes qui ont des réseaux en Europe ou nous contactons des intermédiaires, expérimentés dans l'industrie de la médecine qui connaissent des fournisseurs européens. Ceux-ci peuvent trouver les informations requises sur les vaccins. Nous préférons acheter des produits qui ont des autorisations de mise sur le marché dans d'autres pays de l'UE et de l'EEE, car ils sont plus faciles à importer vers notre marché.

Parfois nous devons trouver 100 doses de vaccin, ce qui passe généralement inaperçu parce que non rentable. Nous devons premièrement rassembler les informations, à travers des grossistes ou des intermédiaires et nous assurer qu'une entreprise est prête à faire une offre. L'inconvénient de travailler avec des grossistes ou des intermédiaires est que nous sommes limités à leurs réseaux spécifiques et que nous ne voyons probablement pas toutes les options disponibles sur le marché européen. »

GEORGIE

« Lors de la sélection du vaccin contre le rotavirus, nous avons choisi des options préqualifiées par l'OMS, sur la base des garanties de prix et de la stabilité de l'approvisionnement. »

6

**L'intelligence de
marché vous-a-t-
elle aidé à avoir
accès aux
meilleurs produits
et si oui,
comment ?**

M
A
C
E
D
O
I
N
E

« Tel que mentionné plus haut, nous exploitons l'intelligence de marché sous la forme de recommandations d'experts et de données sur la population et la vaccination publiées par le ministère de la Santé entre autres ressources. »

O
U
Z
B
E
K
I
S
T
A
N

« Les informations sur le marché nous ont permis d'accéder aux vaccins qualifiés par l'OMS et aux meilleurs produits fournis par l'UNICEF. »

7

Comment suivez-vous l'évolution des marchés des vaccins ?

ESTONIE

Nous le faisons principalement par le biais de la communication avec les représentants de l'industrie activement présents en Estonie. Ils sont généralement intéressés par la vente de vaccins peu après l'obtention des autorisations de mise sur le marché et partagent donc activement les informations. Ils ont souvent en tête des vaccins spécifiques pour notre marché, mais nous parlons aussi d'autres vaccins. Nous les contactons aussi en cas de questions, avant de lancer les appels d'offres ou en cas de problème. Nous sommes donc en contact régulier avec eux.

Les différents comités sont un autre moyen de recueillir des informations. Je suis en effet membre du Comité directeur pour les vaccins de la Commission européenne et d'autres comités. »

GEORGIE

« Pour suivre l'évolution du marché des vaccins, en particulier pour les vaccins achetés dans le cadre d'un appel d'offres gouvernemental tels que les vaccins hexavalents, quadrivalents, antigrippaux et antirabiques, nous recueillons des informations sur la demande, les volumes d'approvisionnement, les tendances et la politique de prix du vaccin en question sur le marché mondial à partir des ressources disponibles.

En outre, nous établissons des contacts avec les fabricants pour nous tenir au courant de tout changement. »

7

Comment suivez-vous l'évolution des marchés des vaccins ?

M
A
C
E
D
O
I
N
E

« En suivant les recommandations des experts, par exemple en introduisant davantage de vaccins valents (VPH 4 à VPH 9 et VPC 7 à VPC 13). »

O
U
Z
B
E
K
I
S
T
A
N

« Grâce à internet, à l'UNICEF et aux fabricants de vaccins, nous sommes en mesure de rester informés des changements qui surviennent sur le marché des vaccins. »

8

Que vous manque-t-il pour avoir une meilleure compréhension du marché des vaccins ?

ESTONIE

Le MI4A de l’OMS est une plateforme utile mais elle aurait été plus utile si elle incluait un plus grand nombre de pays européens, des pays à revenu élevé comparables à nous. Si cette plateforme avait des données plus récentes et plus complètes, elle nous aiderait à mieux saisir la situation des pays européens similaires à nous. »

GÉORGIE

« Il peut être difficile pour les pays plus petits comme la Géorgie de déterminer s’ils représentent un marché attractif pour les fabricants de vaccins en se fiant uniquement aux tendances du marché mondial. L’introduction du vaccin hexavalent a été facilitée par le conseil et l’appui des experts de l’OMS, qui ont fourni de précieuses informations sur les prix, la stabilité de l’approvisionnement, et les tendances du marché. »

8

Que vous manque-t-il pour avoir une meilleure compréhension du marché des vaccins ?

M
A
C
E
D
O
I
N
E

« Une meilleure collaboration aux niveaux régional et de l'UE et le partage des meilleures pratiques. »

O
U
Z
B
E
K
I
S
T
A
N

« Des informations ouvertes et accessibles, des connaissances, des compétences en langues étrangères et des compétences logistiques ne suffisent pas pour mieux comprendre le marché des vaccins. »

9

Pouvez-vous nous parler d'une expérience durant laquelle l'intelligence de marché a conduit à un changement de produit ? Quels ont été les résultats de ce changement et était-il à la hauteur des attentes ?

G
E
O
R
G
I
E

« Nous sommes actuellement en train de passer d'un vaccin anti-VPH à 4 composantes à un vaccin à 9 composantes. Afin de prendre des décisions éclairées nous avons mené des recherches sur les vaccins, leurs prix et les mécanismes d'achat. Nous voulions nous assurer que nous pourrions obtenir un approvisionnement stable et abordable du vaccin à long terme. Les prix des vaccins sur lesquels nous faisons des recherches variaient entre 18 et 170 dollars US. Après l'analyse de ces données, nous avons décidé d'acheter le nouveau vaccin à travers le mécanisme d'achat de l'UNICEF. »

M
A
C
E
D
O
I
N
E

« Nous avons eu accès à des vaccins plus puissants qui sont également disponibles dans les pays de la région. Nous avons également obtenu une meilleure protection et une plus grande acceptation par la population. »

O
U
Z
B
E
K
I
S
T
A
N

« Le passage au Rota nous a permis de bénéficier de prix abordables et d'une chaîne de froid. Nos attentes ont été satisfaites puisqu'il n'y a pas eu de décès d'enfants âgés de 5 ans. »

10

Utilisez-vous les ressources fournies par l'UNICEF et l'OMS ? Pourriez-vous donner un exemple précis de la manière dont ces ressources vous ont été utiles ?

G
E
O
R
G
I
E

« Comme indiqué précédemment, nous avons utilisé les ressources de l'UNICEF et de l'OMS pour introduire un vaccin à 9 composants contre le papillomavirus humain. Nous avons étudié les informations fournies par l'OMS et la plateforme MI4A sur les prix et les tendances du marché. Nous avons également reçu des conseils de l'UNICEF. »

M
A
C
E
D
O
I
N
E

« Oui, par exemple à la suite du séminaire 2023 à Vienne où le vaccin contre le HPV9 a été présenté, nous avons décidé de passer du VPH4 au VPH9. »

O
U
Z
B
E
K
I
S
T
A
N

« Les ressources fournies par l'UNICEF et l'OMS permettent d'évaluer la validité de l'introduction, du suivi et de l'encadrement des vaccins, ainsi que d'organiser des ateliers sur les pratiques de vaccination sûres, de travailler avec les médias, de fournir des informations et des documents sous la forme d'affiches, de brochures et d'autres supports. »

11

**Quelles
ressources
supplémentaires
en matière
d'intelligence de
marché vous
seraient utiles ?**

ESTONIE

« Il serait très utile de disposer d'une vue d'ensemble des fabricants européens. En effet, nous ne disposons pas des ressources nécessaires pour dresser une carte des fabricants européens, en dehors des TAMM enregistrés dans en Estonie.

Nous sommes également dépendants du réseau de nos fournisseurs et ne pouvons pas évaluer si nous passons à côté de quelque chose. Il serait bon d'accroître la concurrence sur notre marché et donc d'avoir plus de TAMM qui enregistrent leurs produits. Peut-être que certains représentants de l'industrie ne sont pas conscients de l'opportunité que représente le marché estonien (calendrier de livraison peu exigeant grâce au stock central, engagement d'achat à 100 %, possibilité d'offrir des vaccins dans presque toutes les langues de l'UE).

Enfin, tous nos principaux achats figurent dans le registre des marchés publics de l'UE, mais aucune nouvelle offre de vaccins n'en est issue. »

GEORGIE

Il est possible de recevoir des conseils de la part d'experts d'organisations telles que l'OMS et l'UNICEF. Cela est également possible par le biais d'un chat sur des plateformes telles que Technet-21. La participation à des réunions organisées par l'UNICEF avec des fabricants de vaccins peut également fournir des informations et des renseignements précieux. »

11

**Quelles
ressources
supplémentaires
en matière
d'intelligence de
marché vous
seraient utiles ?**

M
A
C
E
D
O
I
N
E

« Toute formation supplémentaire et toute possibilité de partager les meilleures pratiques seront bénéfiques pour le pays. »

O
U
Z
B
E
K
I
S
T
A
N

« Nous avons besoin de l'expérience d'autres pays développés et d'une formation à l'analyse du marché. »

Q&R

SERIE

Contact :

Dyuti Laura Schuwey Daepfen

Gestionnaire de la communauté de pratique

Réseau des spécialistes d'achat de vaccins, VPPN

dschuwey@unicef.org