

MOTS/CHIFFRES*

*En s'adressant au médecin, la personne malade attend de lui un diagnostic et un traitement. A juste titre, elle a droit au vrai et au précis. Ni la pub ni le marketing n'ont leur place quand il s'agit de la santé et finalement de la vie. Aujourd'hui le marketing envahit à grands pas le domaine de la santé. Il est alors de plus en plus important de faire attention aux mots.**

Né : « L'homme est né libre et partout il est dans les fers » (1) Cette phrase célèbre implique l'entrée de la biologie dans la culture. Elle attribue la liberté à la naissance et les fers à la culture. Cette rupture annonce un nouvel ordre qui s'appelle *les droits humains*.

Quant à la santé, elle est issue de cette naissance. Son origine est la biologie.

La santé n'est donc ni l'œuvre de l'homme, ni de la médecine, ni de la science, ni de la culture. Elle ne découle pas non plus du « marché de la santé », de « l'industrie de la santé », d'un « centre de santé ». Par conséquent, sans autre fondement, ces termes trompent, ils témoignent d'une *duperie*, d'un marketing issu d'une culture utilisant « la santé » au service d'un intérêt marchand.

Genève : Ce site se réfère à Rousseau, à la Croix-Rouge, à la Société des Nations devenue ONU et à sa sous-organisation des « Droits de l'homme », ainsi qu'au Serment de Genève.

Camelots : Les personnes qui défendent le « marché de la santé » indépendamment de leur étiquette (médecins, chefs d'hôpital, directeurs de cliniques, politiciens, économistes, etc.).

Jumeaux : L'impact de *l'homo faber* sur l'environnement est connu et une partie de l'humanité réclame sa protection : des mesures contre les agissements de ceux qui tirent profit de la situation en nuisant à l'environnement. Si l'on admet qu'il y a des forces nuisibles à la biosphère « macro », comment ne pas voir, admettre et combattre les forces nuisibles à la biosphère « micro », à la santé humaine ? Environnement et santé sont jumeaux, les deux méritent la même attention et demandent le même traitement.

Patient : L'origine du mot est la souffrance (patio, pathos) partie inaliénable de la condition humaine. L'humain *tombe* malade : de par sa nature, il ne choisit pas d'être malade. Reconnaisant la condition humaine, la médecine, depuis le temps d'Hippocrate, soigne des patients.

Client : Le droit humain n'est pas l'œuvre du marché, il n'y figure nulle part, encore aujourd'hui il doit être arraché aux intérêts marchands. Le droit humain ne figure pas non plus dans le « marché de la santé » : le droit à la santé n'est pas sapréoccupation. Au contraire, ses partisans déclarent : les « maladies favorisent la prospérité », « les maladies et leur prise en charge engendrent un marché d'une croissance presque illimitée ». (2)

Au marché, il y a des clients : « Celui qui requiert des services moyennant rétribution » (Petit Robert). L'échange entre le marchand et le client se déroule selon la capacité économique du dernier de rétribuer les services qu'il requiert du premier. L'objectif – la biologie et ses lois – est remplacé par le subjectif, le sujet « il » qui

requiert des services comme s'il était maître de sa biologie et capable ainsi de les connaître et de les définir (cf. ci-dessous « Freud III »). Le facteur subjectif concerne tout aussi bien le marchand s'adaptant au client selon la rétribution. La notion de « client » place les lois du marché et ses aléas avant celles de la biologie et les connaissances scientifiques

Client-roi : Dans un marché, le client n'a pas le statut légal d'un être humain muni et porteur des droits humains, le client est une entité économique dans l'univers des échanges, un acheteur, un consommateur. Et parce que le client est « roi » et d'autant plus « roi », qu'il consomme (par ex. le mourant aux soins intensifs ou l'enfant leucémique sous chimiothérapie onéreuse), le « marché de la santé » et ses camelots en les appelant clients, donc rois, se moquent d'eux, humilient l'humain, violent sa dignité. La barbarie portant l'étiquette « santé ».

Consommateur : « S'il survient une déficience en alimentation ou en exercice physique, le corps tombera malade » (3): Depuis Hippocrate, la médecine applique sciemment la loi biologique de *la plasticité*. Cette loi incite l'être humain à utiliser et à exercer son corps moyennant des efforts, loi valable durant toute sa vie, également dans la phase des soins et jusqu'à l'agonie.

Ce qui se monnaie au « marché de la santé », ce sont les produits et les services à consommer, nécessaires en cas de *soins*. Au-delà des *soins nécessaires*, la consommation « de santé » engendre de la « déficience ». Le « marché de la santé » vit de l'amalgame entre santé et soins et répand la croyance que « la santé » est un consommable. Les lois du marché diffèrent de celles du vivant et, dans le domaine de plasticité, elles sont opposées. Tout consommable sert l'une des sants : s'il ne sert pas celle de l'être humain il sert toujours la santé économique du marchand.

Malade « lucratif » : Le marché de notre culture vit des affaires lucratives et le « marché de la santé » de malades « lucratifs ». L'éthique du Serment de Genève, du Serment d'Hippocrate et de la déontologie de la FMH dirige la médecine contre cette *perversion*. Car le malade « lucratif » ou la maladie « lucrative » n'existent pas à l'intérieur d'une espèce. (4). C'est une invention du « marché de la santé ». (5) Un système qui accepte, voire cultive les malades « lucratifs », a rompu le contrat social des humains et aboli la déontologie médicale qui dit: « ...il lui (au médecin) est tout particulièrement interdit d'abuser de son autorité sur lui (le patient)...sur le plan ...matériel ». (6)

« Approvisionnement en santé » : Nos concitoyens alémaniques remplacent le terme système de santé par le terme « Gesundheitsversorgung », un synonyme de « marché de la santé », et la Migros, après avoir acheté non seulement Denner lui permettant de vendre cigarettes et alcool mais également 23 cabinets de groupe, est un des plus grands « Grundversorger » du pays (prestataire de base). (7) Le géant orange approvisionne maintenant aussi en « santé ». Ce dernier rayon de l'univers Cumulus, en pleine croissance, est payé par une assurance sociale financée par des primes obligatoires.

Etant donné que les principes du marché (la main invisible, la croissance, la concurrence) excluent la transparence, l'utilisation d'une assurance sociale pour nourrir un marché qui invite ses clients à profiter, le tout géré par des marchands en assurance, est une *escroquerie*. Car matériellement, « l'approvisionnement en santé » est une duperie – on peut approvisionner en soins, mais pas en santé. A cela s'ajoute le fait que « l'approvisionnement en santé » incarne la conception de la toute-puissance du marché qui, généralisée, transsubstantie le marché en contrat social de la modernité.

La santé n'est pas une marchandise

H > P : « Prévenir vaut mieux que guérir » : La matérialisation du contrat social basé sur les droits humains est l'application de la connaissance ancestrale : « Prévenir est mieux que guérir ». Sa condition : la santé en tant qu'entité préalable au marché et non son produit.

L'hygiène (prévenir, promouvoir, H) avant les soins (guérir, panacée P) est inscrit dans le Serment d'Hippocrate, millénaire. (8) La Déontologie de la FMH le répète. (9)

Ce « mieux » vaut d'abord pour la santé des individus. Mais il est tout autant bénéfique à la santé publique et ses finances. Or, le système de santé suisse consacre 2% des moyens à la prévention, donc au « mieux », et 98% au reste. Il applique le principe du marché : « les maladies favorisent la prospérité » et contribuent à « une croissance presque illimitée ». (10). Par ce choix, le système de santé actuel n'est ni adéquat ni économique ni efficace. Il viole la LAMal et son principe EAE (efficace-adéquat-économique). Après 20 ans d'existence, ce système fait face à son échec majeur : plus de la moitié des maladies non transmissibles MNTs sont évitables, mais pas évitées. (11)

P > H : « Soigner vaut mieux que prévenir » : Jusqu'à preuve du contraire, le « marché de la santé » et ses promoteurs appliquent ce principe, car plus lucratif pour les marchands. Par rapport à une assurance sociale pour laquelle tous les acteurs sont tenus à réduire son besoin et ainsi ses coûts, ce principe est le choix politique et économique d'escroquer l'assurance-maladie sociale. Les partis politiques, l'économie, les assureurs et même l'Académie suisse des sciences médicales (12) en utilisant les termes « gesundheitversorgung », « marché de la santé », « clients » et « consommateurs » acceptent implicitement la croissance de ce marché à la charge de l'assurance sociale. Le fait que plus de la moitié des maladies non transmissibles sont évitables, mais non évitées, rend évident que la croissance du « marché de la santé » n'est pas identique à celle de la santé de la population ; d'ailleurs bien illustrée par le plus grand « marché de la santé » au monde, les Etats-Unis. (13) Suivant le modèle américain, la Suisse a importé le Managed-Care qui, parce que resté *sans Managed-Prevention* préalable, ampute la médecine de ses autres missions, notamment de la prévention et de la promotion de la santé. (Cf. 6, resp. 9)

Pharma : Son origine est poison/remède, son emblème le serpent. Aucun médicament n'est sain. (14) Toute utilisation de produits pharmaceutiques, moyennant leurs effets secondaires, nuit plus ou moins à la santé. (15)

Perte de substance : L'immobilisation du bras, par ex. dans un plâtre, est suivie non seulement d'une perte de substance osseuse et musculaire du membre, mais en plus d'une perte (atrophie) des zones du cerveau dirigeant le membre soigné. Le marché vante la médecine comme une « consommation ». (16) Or, biologiquement, toute consommation médicale comporte le risque d'effets secondaires et/ou de perte de substance, donc affaiblit une partie de la santé. Il est alors impératif de la réserver au nécessaire. Matériellement, le terme « marché de la santé » est une duperie parce qu'il ne transmet pas cet impératif (17) et en banalisant ses effets négatifs devient même un danger pour la santé.

Epidémie : Les maladies non transmissibles MNTs représentent le plus grand défi sanitaire des pays riches, elles ont l'ampleur d'épidémies. De ce diagnostic découle la thérapie : *des mesures épidémiologiques*. La science considère par ex. l'industrie du tabac et son marché comme un agent pathogène et demande l'interdiction de sa publicité afin de réduire l'épidémie du tabac. En taxant les grandes entreprises du tabac, des boissons sucrées, de l'alcool et de l'industrie agro-alimentaire de « major drivers of

La santé n'est pas une marchandise

global epidemics of NCDs » (pourvoyeuses majeures des épidémies globales des MNTs), la médecine les place au niveau du choléra et de la fièvre typhoïde. (18) La question de l'épidémie des MNTs et des mesures épidémiologiques contre la vente et la promotion pratiquées par ces industries et leurs promoteurs siégeant jusque dans les gouvernements est au centre du débat en matière de santé : priorité à la liberté des marchands de la maladie et de la mort (19) ou à la science et à la santé humaine (20)

Freud : Il dit en 1917 (21): « Zwei grosse Kränkungen ihrer naiven Eigenliebe hat die Menschheit im Laufe der Zeiten von der Wissenschaft erdulden müssen. » pour continuer :

Freud I : « Die erste, als sie erfuhr, dass unsere Erde nicht der Mittelpunkt des Weltalls ist, sondern ein winziges Teilchen eines in seiner Grösse kaum vorstellbaren Weltsystems... »

Freud II : « Die zweite dann, als die biologische Forschung das angebliche Schöpfungsvorrecht des Menschen zunichte machte, ihn auf die Abstammung aus dem Tierreich und die Unvertilgbarkeit seiner animalischen Natur verwies.... »

Freud III : Die dritte und empfindlichste Kränkung aber soll die menschliche Grössensucht durch die heutige psychologische Forschung erfahren, welche dem Ich nachweisen will, dass es nicht einmal Herr ist im eigenen Hause, sondern auf kärgliche Nachrichten angewiesen bleibt von dem, was unbewusst in seinem Seelenleben vorgeht.... » (22)

Auschwitz : Un des plus grands traumatismes de l'Humanité. Sa condition préalable : le cerveau (das Ich) d'une partie de l'Humanité se déclarant supérieure à une autre et s'adjudgeant la mission de régler la question par l'élimination de cette autre partie et de s'approprier ses biens. Les principes de cette pensée sont : hiérarchie, sélection, croissance, compétition.

1948 : C'est l'année de la Déclaration universelle des Droits humains et de la Déclaration de Genève (Serment de Genève). (6) Les deux déclarations sont intimement liées, elles étaient, entre autres, une réponse aux découvertes des horreurs et crimes de la Deuxième Guerre Mondiale. Les deux déclarations se réfèrent à l'Humanité, elles ne se réfèrent pas au marché et à ses principes (compétition, sélection, exclusion, croissance, ranking, etc.).

Roland Niedermann, médecin, Genève, janvier 2016

*Mots : La puissance d'un mot ne réside ni dans l'utilisateur ni dans la communication, mais dans l'existence de la chose désignée par un mot, son origine. L'utilisateur, surtout le marketing, abuse, détourne, épuise les mots et essaie de se les approprier (23). Peine perdue. Tant qu'une chose existe, le mot émane de celle-ci en permanence à l'instar d'un rayonnement, tant qu'existe l'univers des neurones. Ainsi le mot « patient » se réfère toujours à un être humain soumis à sa condition biologique, donc souffrant dont découlent l'empathie biologique et la solidarité de ses semblables (24), voire le droit humain. Par contre le mot « client » ne porte aucune de ces connotations biologiques et humaines ; mais naturellement il en porte d'autres appartenant à la sphère des échanges de choses et de services, de l'argent, à la sphère sociale des banques, des bourses, des halles et des échoppes, et de leur organisation.

La santé n'est pas une marchandise

La langue est d'une précision quasi mathématique : par. ex. dans le terme « marché de la santé », le centre se trouve dans le mot marché ; « de la santé » correspond à un génitif, donc à une possession ou appartenance, par conséquent interchangeable. Ainsi un investisseur attend un gain selon la situation économique dans le marché x (carottes, voitures, armes). Fondamentalement différent est la situation de l'être humain : sa santé n'est ni à acheter ni à vendre, elle n'est pas interchangeable, elle n'est pas marchandable. Duperie ici veut dire que le « marché de la santé » fait semblant d'une possibilité d'échange dans un domaine où il ne peut avoir.

1) « Du contrat social » Jean-Jacques Rousseau, 1762

2) «...andererseits besteht aber ein wirtschaftliches Interesse an ihrer Existenz (der Krankheiten). Denn die Krankheiten und ihre Bekämpfung bilden zusammen einen *schier unbegrenzten Wachstumsmarkt*. Rein ökonomisch betrachtet *fördern Krankheiten den Wohlstand*. In letzter Konsequenz *verdienen wir an der eigenen Krankheit*. Allerdings dreht sich ein solches System im Kreis. Es erschöpft sich in Aktivismus und Ressourcenverschwendung und untergräbt die Lebensqualität ». Seite 14, Kapitel « Wirtschaft und Gesundheit » aus « Health economy – Neue Denkformen für eine gesunde Wirtschaft » Thomas Mattig , NZZ-Verlag 2014. A noter que l'OMS dit exactement le contraire, idem des spécialistes en santé publique : cf. annexe 3 « La santé n'est pas une marchandise », dans « Ecrits »

3) Hippocrate

4) Vautour – charogne

5) « L'épidémie (du diabète)...ouvre un champ lucratif » NZZ 20.01.2014 page 23 « Süsse Investorenträume dank Diabetes » ou « Volkskrankheit als Investment » NZZ 10.01.2013. « Le malade HIV, si le système est bien organisé et se la couverture de l'assurance est élevée, est un client incroyablement lucratif » dans « Marchandise santé – la fin de la médecine classique » (« Ware Gesundheit : Das Ende der klassischen Medizin » Paul U. Unschuld (cf. annexe 12 du texte « La santé n'est pas une marchandise » dans « Ecrits »)

6) Serment d'Hippocrate, Serment de Genève, Déontologie de la FMH : cf. « Eléments »

7) 23 « centres de santé », vendus par l'assureur SWICA à la Migros, employant 600 collaborateurs dont 217 médecins, 163 physiothérapeutes et 132 autres thérapeutes. Le groupe Migros précise « *d'étendre son offre de santé à l'ensemble du pays* » et « *veut offrir à ses clients des produits et des services au meilleur rapport qualité-prix* ». Ainsi les clients pourront « *profiter des coûts plus bas* » remboursés par les assureurs-maladie et accidents. Tribune de Genève 26-27.09.2015, p.10

8) « Je jure...par Hygie et Panacée.... » C'est le début du Serment d'Hippocrate (cf. 6) ; une explication y relative de Jean Starobinski se trouve dans annexe 5 du texte « La santé n'est pas une marchandise » dans : « Ecrits »

9) « Le médecin a pour mission de (1) protéger la vie de l'être humain, (2) de promouvoir et de maintenir sa santé, (3) de soigner les maladies, (4) d'apaiser les souffrances et (5) d'assister les mourants jusqu'à leur dernière heure » Art. 2 de la Déontologie de la FMH (numérotation de RN : 2 précède 3. - **Le médecin est confronté tous les jours au fait que, d'une part, cette déontologie est simple, claire et correspond au cycle de la vie, à la condition humaine et aux connaissances scientifiques et que, d'autre part, le système de santé suisse ne correspond pas à cette déontologie, pire qu'il est dominé par des forces qui l'éloignent toujours plus de cet impératif médical.**

10) cf. annexe 2 ; à noter que Thomas Mattig, l'auteur de ces lignes, est le président de « Promotion Santé Suisse », organisation paraétatique à qui chaque payeur de prime verse tous les mois 2,50 frs et qui devrait promouvoir la santé.

11) « Près de la moitié de tous les cancers pourraient être évités si les connaissances actuelles étaient correctement mises en œuvre » OMS/Centre international de Recherche sur le Cancer CIRC, communiqué de presse, Lyon/Londres, 03.02.2014 qui dit : « La bataille mondiale contre le cancer ne pourra se gagner avec les seuls traitements ». –« L'OFSP estime que plus de la moitié des maladies (les maladies non transmissibles MNTs) pourraient être évitées... » « Santé publique en Suisse » ; interpharma 2015, page 60 portant le titre : « Les maladies non transmissibles entraînent 80% des coûts de santé ».

12) « Reformen für eine gute medizinische Versorgung » Gastkommentar von Peter Suter, Peter Meier Abt, Präsident der Schweizerischen Akademie der Medizinischen Wissenschaften SAMW und Thomas Zeltner ; NZZ 18.09.2015, .S. 12

5

La santé n'est pas une marchandise

13) USA « U.S.Health in International Perspective : shorter Lives Poorer Health. The National academies press 2013 ; cf. bloc note Dr B. Kiefer Revue Médicale Suisse 2013, consacré à ce rapport.

14) « Si un médicament n'a pas d'effet secondaire, c'est qu'il n'a pas d'effet primaire. Il est illusoire de croire qu'un médicament efficace n'a pas d'effets secondaires » Georges Peters (1920 – 2006, Pr de pharmacologie, FBM Lausanne Revue Médicale Suisse 2015 ; 11 : 1665

15) « Après les maladies cardio-vasculaires et le cancer, la troisième cause de mortalité sont les médicaments » « Medikamente (sind) die dritthäufigste Todesursache in jenen Teilen der Welt, in denen der Arzneimittelverbrauch am höchsten ist » S. 26 ; in « Tödliche Medizin und organisierte Kriminalität – Wie die Pharmaindustrie das Gesundheitswesen korrumpiert » Peter C. Gotzsche, 2015 by riva Verlag, München – Même si cette cause de mortalité était à la 10^e place, elle exige une réponse immédiate de la part des médecins et des autorités, car elle violerait le principe des médecins vieux de 2000 ans : « Primum non nocere », « D'abord, ne pas nuire »

16) « Medizin wird entsprechend nicht mehr als Reparaturbetrieb von Krankheiten und Unfällen wahrgenommen, sondern als *Lifestyle-Konsumgut*. Wellbeing steht dabei im Zentrum. Rund um einen erweiterten Gesundheitsbegriff entwickeln sich neue, *expandierende Märkte...Der Gesundheitssektor wird so zu einem Kernbereich der künftigen Oekonomie.* » (mis en italique par RN qui pose la question : le tout payé par l'assurance sociale, en dernier lieu le contribuable ?) NZZ Verlagsbeilage zum SEF.2014, 04.06.2014, page 9.

17) En dernier lieu il s'agit de l'impératif de la médecine vieux de 2000 ans : « Primum non nocere »

18) The Lancet dans le texte « La santé n'est pas une marchandise » annexe 1, dans : « Ecrits »

19) « *Les vendeurs de mort* tabagique paraissent avoir des moyens financiers illimités et s'en réjouissent comme l'a fait Nicando Durante, CEO de la British American Tobacco, qui claironnait : « En 2014, nous pouvons nous réjouir des excellents progrès accomplis... » Procter RN, et al. Lancet 2015 ; 385 : 938 : dans « Et ailleurs » Antoine de Torrente ; Forum médical suisse 2015 ;15(36) :786

20) Sujet développé dans « La stratégie nationale contre les MNTs et la médecine » dans : « Ecrits »

21) Sigmund Freud « Vorlesungen zur Einführung in die Psychoanalyse » III.Teil : Allgemeine Neurosenlehre » ; « XVIII. Die Fixierung an das Traum. Das Unbewusste » Fischer Taschenbuch Verlag GmbH, Frankfurt am Main, 1991, 3. Auflage : Januar 2013, S. 273

22) L'essentiel du marketing consiste en l'application de cette « blessure de la mégalomanie humaine », cf. annexe 18 « Publicité » dans le texte « La santé n'est pas une marchandise » dans : « Ecrits »

23) « Le philologue allemand Viktor Klemperer, l'auteur qui traversa la terreur nazie malgré sa judaïté...avait bien vu la puissance des mots...« Les mots peuvent être comme de minuscules doses d'arsenic, on les avale sans y prendre garde et voilà qu'au bout de quelque temps ils deviennent toxiques. » Adoptées de façon mécanique et inconsciente, les expressions et tournures syntaxiques s'insinuent dans nos cerveaux et contribuent à modifier notre perception de la réalité. La langue pense à ta place, résumait Klemperer. » « L'arsenic des mots » Yves Pétiगत ; Le Temps 16.01.2016, p.4

24) « J'ai vu ces vastes et malheureuses contrées (d'Afrique) qui ne semblent destinées qu'à couvrir la terre de troupeau d'esclaves. A leur vil aspect, j'ai détourné les yeux de dédain, d'horreur et de pitié ; et, voyant la quatrième partie de *mes semblables* changée en bêtes pour le service des autres, j'ai gémi *d'être homme* » Jean-Jacques Rousseau, faisant parler son héros Saint-Preux dans « La Nouvelle Héloïse », 1761

6