

Repenser

La

ménop

pause



Mettre en lumière des besoins individuels

La ménopause est une transition naturelle par laquelle passent toutes les femmes. Chaque année, ce sont près de 47 millions de femmes qui entrent en ménopause à l'échelle mondiale. Pourtant, la ménopause est encore souvent considérée comme un sujet tabou et reste parfois perçue comme une simple étape de la vie d'une femme à passer. Elle peut avoir un fort impact émotionnel pour les femmes. En marquant la fin de la fertilité, la ménopause peut donner aux femmes l'impression d'avoir perdu une partie de leur féminité et de leur jeunesse.

La ménopause s'accompagne d'une série de symptômes allant des bouffées de chaleur, sueurs nocturnes ou sécheresse vaginale, aux changements d'humeur, dépression ou anxiété. Environ 30 à 50 % des femmes présentent des symptômes de la ménopause qui affectent leur qualité de vie, ceux-ci pouvant impacter leur vie sociale et leur confiance personnelle.

De plus, d'autres dérèglements physiques peuvent accompagner l'entrée en ménopause tels que la réduction de la densité osseuse, la prise de graisse abdominale ainsi que des changements affectant le taux de cholestérol et le fonctionnement vasculaire. Ces transformations prédisposent les femmes ménopausées à des risques accrus d'ostéoporose et de fractures osseuses, ainsi qu'à des maladies cardiovasculaires ou métaboliques (comme le diabète).

Tous ces symptômes contrastent fortement avec l'état d'esprit des femmes à cette étape de leur vie ! Les enquêtes montrent que les femmes de plus de 50 ans savent ce qu'elles veulent et ont davantage confiance en elles, la quête de sens étant alors achevée. Les femmes de plus de 50 ans sont souvent mieux ancrées ; elles gagnent davantage leur vie, ont une carrière bien établie, sont propriétaires et ont une vie familiale stable. Les femmes de plus de 50 ans savent ce qu'elles peuvent et ne peuvent pas faire ; elles savent qui elles sont et qui elles ne sont pas.

Que cherchent donc les femmes et comment faciliter cette transition dans leurs vies ?

Tout au long de cette transition, les femmes recherchent le soutien de leur médecin, de leur pharmacien ou de leurs amis. Si la ménopause peut être un fardeau pour les femmes, elle peut également représenter une difficulté pour les professionnels de la santé, tels que les médecins généralistes, les infirmières, les pharmaciens et les gynécologues-obstétriciens, car malgré le caractère universel pour les femmes de la ménopause,

la formation et l'éducation des professionnels de santé à cette étape de la vie sont insuffisantes.

Du point de vue des experts, les symptômes courants tels que les bouffées de chaleur, la transpiration, l'irritabilité, l'anxiété et la dépression, ou encore les troubles du sommeil et les douleurs articulaires, sont trop rarement diagnostiqués et pris en charge de manière adéquate. Par exemple, de nombreuses femmes souffrant de dépression sont renvoyées chez elles avec un antidépresseur. Chez seulement 14 % des femmes concernées le diagnostic de symptômes de la ménopause est posé, explique le professeur Petra Stute, médecin-chef adjoint en endocrinologie gynécologique et médecine de la reproduction à la Clinique universitaire de gynécologie de Berne.

Il est encourageant de constater que certains changements commencent à opérer. Au Royaume-Uni, depuis le 1er avril 2023, les femmes peuvent obtenir une prise en charge de la plupart des produits liés à la ménopause sur présentation d'une prescription. Cependant, de nombreux gouvernements n'ont toujours pas de politiques de santé et manquent de soutien financier pour l'inclusion de la ménopause. Il existe en Allemagne un numéro de facturation pour les affections autour de la ménopause, mais les professionnels, y compris les gynécologues, ne sont pourtant pas encouragés à exercer des consultations sur les symptômes de la ménopause, qui ne sont en outre pas remboursées.

Dans plus de 41 % des écoles de médecine britanniques la ménopause n'est pas intégrée au programme obligatoire et on estime que 80 % des diplômés de médecine interne aux États-Unis ne se sentent pas compétents pour discuter de la ménopause ou la traiter. Seuls 20 % des instituts de gynécologie-obstétrique américains proposent une formation sur la ménopause.

re
penser
la mén
opause



Les réseaux sociaux : des outils à deux visages

Comme c'est souvent le cas, les réseaux sociaux peuvent être un soutien pour le meilleur ou pour le pire. Des plateformes comme Instagram ou X peuvent briser le tabou autour de la ménopause en permettant aux utilisateurs de partager leurs expériences, d'interagir et de se sentir moins seuls. Elles peuvent contribuer à normaliser cette phase de la vie et à l'intégrer dans les conversations quotidiennes. Cette désinhibition sur le net facilite le partage des angoisses, des expériences et des conseils. Dans la mesure où il ne s'agit pas de conseils médicaux, ces échanges sont un soutien, ils atténuent le sentiment d'isolement et encouragent souvent les gens à contacter leur médecin. En outre, les réseaux sociaux sont un outil de campagne essentiel pour les activistes de la ménopause, comme la campagne populaire #MakeMenopauseMatter.

Mais les divergences d'opinion peuvent parfois dégénérer et les informations contradictoires trouvées sur Internet peuvent générer encore plus de confusion pour les patientes. Le revers de la médaille de cette désinhibition peut parfois conduire à rendre les réseaux sociaux toxiques.

La désinformation est librement partagée sur les médias sociaux, que ce soit involontairement ou à des fins commerciales : 16 % des posts Instagram incluant #menopause font la promotion de services ou de produits. En outre, les posts sur les réseaux sociaux sont principalement sonores ; les études scientifiques sont simplifiées et fréquemment déformées. Les expériences personnelles ou anecdotiques sont confondues avec des preuves et les médecins généralistes sont parfois discrédités. Les plateformes de réseaux sociaux sont des entreprises non réglementées et il est souvent difficile pour les femmes de savoir quelles informations proviennent d'une source fiable.

Bien souvent, la nuance, l'équité, l'inclusion et la diversité des expériences manquent à l'appel, et les médecins sont généralement très rares sur les réseaux sociaux. Nighat, médecin généraliste spécialisée dans la santé des femmes et le planning familial, fait figure d'exception au Royaume-Uni en sensibilisant les femmes noires et asiatiques à la ménopause et aux soins de santé qui leur sont destinés. S'appuyant sur plus de 15 ans d'expérience au sein de la NHS et en cabinet privé, cette médecin basée dans le comté de Buckingham consulte couramment en ourdou et en punjabi, ce qui lui permet d'atteindre un groupe de femmes beaucoup plus large grâce aux réseaux sociaux. Le Dr Nighat est très active sur Instagram et TikTok, ses posts allant de "Conseils pour le THS (traitement hormonal substitutif)" à des conseils plus généraux sur la ménopause. Elle représente cependant une exception.

3 | Internet, un mauvais conseiller

De nombreux professionnels de santé se sentent abandonnés dans leur combat pour choisir les options thérapeutiques les plus adaptées aux besoins individuels de leurs patientes. Ils peuvent ne pas se sentir suffisamment préparés pour discuter efficacement des options de traitement des symptômes de la ménopause et participer à des échanges avec d'autres professionnels de santé autour de ce sujet.

La collaboration entre les médecins généralistes et les gynécologues est essentielle pour offrir aux femmes une prise en charge optimale au cours de la ménopause. Les médecins généralistes sont souvent les premiers consultés par les femmes qui cherchent à soulager leurs symptômes, orientant celles-ci vers un gynécologue pour des soins spécialisés, si nécessaire. La collaboration entre gynécologues et médecins généralistes pourrait permettre d'établir des prises en charges personnalisées, adaptées aux besoins et aux préférences uniques de chaque femme.

Tout au long de la ménopause, les femmes passent par un nombre de consultations surprenant, d'un professionnel de santé à l'autre, à la recherche d'une réponse adaptée et efficace. De nombreuses femmes se sentent seules et se tournent vers les réseaux sociaux pour partager leurs questionnements et choix de traitements. Mais le ton passe alors de la frustration à l'ironie, voire au sarcasme.

Traitements actuellement disponibles

Le traitement le plus couramment adopté est le traitement hormonal substitutif (THS), qui peut aider à soulager les symptômes de la ménopause en remplaçant les hormones que l'organisme ne produit plus. Toutefois, il existe plusieurs types de THS et tous ne conviennent pas forcément à chaque femme.

Le THS n'est pas non plus dénué de risques : un risque accru de cancer du sein et de thrombose est notamment possible et doit être expliqué au cours d'une discussion sur le choix thérapeutique retenu. Compte tenu des risques potentiels associés au THS, il est essentiel que les femmes reçoivent des informations, des soins et des conseils personnalisés, ainsi qu'une évaluation de leurs antécédents familiaux. Les gynécologues sont des spécialistes de la santé de la femme et sont particulièrement bien placés pour fournir une expertise et un soutien aux femmes ménopausées. Les gynécologues peuvent aider les femmes à comprendre les bénéfices et les risques des traitements hormonaux substitutifs et les orienter vers d'autres options thérapeutiques, notamment les thérapies non hormonales, les changements de mode de vie et les thérapies complémentaires ou alternatives.

4 | Pour exercer au mieux, les médecins généralistes, les infirmières, les pharmaciens et les gynécologues-obstétriciens ont besoin d'une formation sur la manière d'engager des discussions avec les femmes en péri-ménopause, sur les choix de leur prise en charge. Les entreprises pharmaceutiques et de soins de santé ont la possibilité de s'attaquer à la stigmatisation de la ménopause et de la réduire afin d'obtenir un meilleur engagement et des plans de traitement plus efficaces. Les femmes ont besoin de solutions pour traiter leurs symptômes spécifiques, et le monde a besoin d'une marque suffisamment courageuse pour s'attaquer à la stigmatisation sociétale associée à la ménopause.

La ménopause est un problème complexe aux multiples facettes qui nécessite une approche holistique.

Les entreprises pharmaceutiques et leurs marques peuvent contribuer à lutter contre la stigmatisation de la ménopause et veiller à ce que chaque femme puisse recevoir le bon traitement ainsi que des informations fiables. En collaborant avec les caisses d'assurance maladie et les prescripteurs, elles peuvent mettre le sujet de la ménopause au centre des cabinets médicaux, sur les

réseaux sociaux et sur la scène publique, que se soient par les journalistes, les organisations non gouvernementales (ONG) ou les organisations internationales. Celles-ci peuvent stimuler la recherche, éduquer et contribuer à un nouveau discours.

Ensemble, ils peuvent pousser les décideurs politiques à accorder à nouveau plus d'attention à cette question, en investissant dans la formation des médecins, des gynécologues-obstétriciens, des infirmières et des pharmaciens, et en intégrant sérieusement le sujet dans les programmes universitaires. La ménopause ferait ainsi partie intégrante de la formation des médecins généralistes et des autres professionnels de santé, pour leur permettre d'offrir des soins personnalisés qui répondent aux symptômes et aux besoins spécifiques des femmes.

Les réseaux sociaux peuvent être une source fiable d'informations s'appuyant sur des experts qualifiés, notamment des médecins, des associations médicales, des mutuelles, des groupes de soutien des patientes et d'autres ONG. Cependant, les réseaux sociaux ne doivent pas être laissés à tous et le public doit être sensibilisé aux gages de certification indiquant que l'information est fiable. On peut citer par exemple les initiatives telles que PIF TICK au Royaume-Uni, une source d'information de qualité sur papier ou en ligne au sujet de la santé des patients. Ainsi, les patients et le public peuvent être assurés que ce qu'ils lisent, regardent ou écoutent est fondé sur des données probantes, tout en étant facile à assimiler, et à actualiser selon les meilleures normes possibles. Les entreprises pharmaceutiques et leurs marques ont une occasion unique de soutenir les femmes dans cette étape importante de leur vie.

À une époque où la santé des femmes est sous les feux de la rampe, nous avons tous l'occasion - et même l'obligation - de mettre en lumière le fardeau de la ménopause et les expériences des femmes. Nous devons sensibiliser aux défis auxquels les femmes sont confrontées pendant cette transition et à l'importance d'une prise en charge efficace des symptômes de la ménopause. Nous devons également reconnaître le rôle que les gynécologues et l'ensemble des professionnels de santé peuvent jouer pour soutenir les femmes dans leur ménopause.

La ménopause est une étape naturelle et inévitable de la vie de chaque femme. En travaillant ensemble, nous pouvons faire en sorte que les femmes disposent du soutien dont elles ont besoin pour traverser cette transition avec succès et prendre des décisions éclairées qui leur conviennent en tant qu'individus. Considérons la ménopause comme un processus normal et naturel et offrons aux femmes les ressources et le soutien fiable dont elles ont besoin pour gérer cette étape de la vie facilement et en toute confiance.

Inka Ficht

6 |



Vice-présidente exécutive, directrice de l'engagement des clients, IPG Health Europe

Professionnelle chevronnée du marketing pharmaceutique, ayant plus de 20 ans d'expérience en communication dans le domaine de la santé, couvrant des médicaments sur prescription ou en vente libre et des produits de consommation, Inka a occupé des fonctions de premier plan au sein d'IPG Health.

Tout au long de sa carrière, elle a dirigé des équipes internationales travaillant sur diverses indications, notamment la santé des femmes, la cardiologie, l'insuffisance rénale chronique, la toux et le rhume, l'hygiène dentaire, les dispositifs médicaux, les soins rénaux, l'arthrite rhumatoïde, l'oncologie, la dermatologie et la gastro-entérologie.

Inka occupe le poste de directrice exécutive des services spécialisés pour l'Europe depuis février 2022. Sa principale mission consiste à diriger une équipe d'experts dans toute la région et à veiller à ce que la relation client-agence encourage le développement d'un partenariat mutuel qui offre des opportunités de croissance, grâce au travail d'une équipe passionnée et talentueuse.

inka.ficht@ipghealth.com

IPG HEALTH
EUROPE

Linda Cowie

8 |

Vice-présidente, responsable des sciences comportementales et de l'expérience des patients, SOLVE(D)

Linda a plus de 30 ans d'expérience internationale dans le domaine de la santé au Royaume-Uni, en Europe, aux États-Unis et au Japon. Au début de sa carrière, elle a travaillé auprès des clients et a occupé des postes de direction dans les domaines du marketing et de la communication au sein d'entreprises pharmaceutiques telles que SmithKline Beecham/GSK.

Elle s'est ensuite tournée vers le conseil et les agences, et a occupé des postes de direction dans les domaines de la planification stratégique, de l'engagement des patients et des services à la clientèle. Sa spécialisation dans la stratégie et le changement de comportement est étayée par un doctorat axé sur l'identification et la résolution des problèmes de comportement et par une formation de praticienne en PNL. Elle est également pharmacienne agréée et titulaire d'un MBA.

linda.cowie@solved.health

IPG HEALTH
EUROPE