

Rapport coût-efficacité de l'envoi postal du test dans la campagne de dépistage organisé du cancer colorectal par Hemoccult

Bernard DENIS, Isabelle GENDRE, Philippe PERRIN



Association pour le Dépistage du Cancer colorectal en Alsace (ADECA Alsace), Colmar

Résumé

Il est démontré qu'en France l'envoi postal du test est nécessaire pour augmenter la participation au dépistage organisé (DO) du cancer colorectal (CCR) en complément de la distribution du test par les médecins généralistes. Cet envoi postal est abandonné dans le nouveau cahier des charges du DO du CCR par test immunologique. Pourtant, certains estiment que « cette relance postale avec test (R2) est à l'origine du quart des tests réalisés en France » alors « qu'elle représente moins de 2% du coût de la campagne ». Le but de ce travail était d'évaluer le rapport coût-efficacité de l'envoi postal du test Hemoccult dans le programme de DO du CCR d'une région française.

Méthodes : Evaluation sur une période de 4 ans (2010 à 2013) du rendement et des coûts du DO du CCR en région Alsace, seule région bénéficiant d'une structure de gestion et d'un budget exclusivement dédiés au DO du CCR, séparés du DO du cancer du sein. L'analyse coût-efficacité était centrée sur la R2, globalement puis selon la participation aux invitations antérieures, en distinguant les personnes invitées pour la 1ère fois (1P) des personnes ayant déjà participé (DP) et n'ayant jamais participé (JP).

Résultats : De 2010 à 2013, la population cible variait de 498 000 à 522 000 personnes et le taux de participation de 43,2 à 44,1%. Le budget annuel moyen était de 2239 K€ (286 K€ (13%) pour l'achat des tests, 307 K€ (14%) pour leur lecture, 448 K€ (20%) pour l'indemnisation des médecins généralistes et 1198 K€ (53%) pour le fonctionnement de la structure de gestion). Le budget consacré à la R2 était de 348 K€, soit 15,5% du budget de la campagne. Tous modes d'invitation confondus, le coût total d'une personne invitée était de 10€ et celui d'une personne dépistée de 26€. En moyenne, 11% des tests envoyés en R2 étaient réalisés (donc 89% jetés), représentant 14% de l'ensemble des tests réalisés (de 9 à 17% selon les années), soit environ 6% de participation. Il fallait donc envoyer 10 tests par la poste pour dépister une personne supplémentaire. Le taux de tests réalisés suite à un envoi postal R2 variait selon la participation antérieure, de 5% chez les JP à 15% chez les 1P et 28% chez les DP. Il fallait donc envoyer 20 tests par la poste pour dépister un JP supplémentaire, 7 tests pour un 1P supplémentaire, et 4 tests pour un DP supplémentaire. Le coût moyen marginal d'une personne dépistée en R2 était de 28€ et variait de 13€ chez les DP à 21€ chez les 1P et 52€ chez les JP.

Conclusions : En Alsace, la R2 est à l'origine de 14% des tests réalisés (correspondant à un taux de participation d'environ 6%) et représente 15,5% du budget de la campagne. Si le rapport coût-efficacité de l'envoi postal du test apparaît prohibitif chez les JP, il est au contraire très favorable chez les DP et plutôt favorable chez les 1P. Il est malheureusement impossible d'estimer le rapport coût-efficacité de l'envoi postal du test immunologique à partir de ces données en raison de l'absence d'information sur les coûts d'achat et de lecture du test immunologique.

Contexte

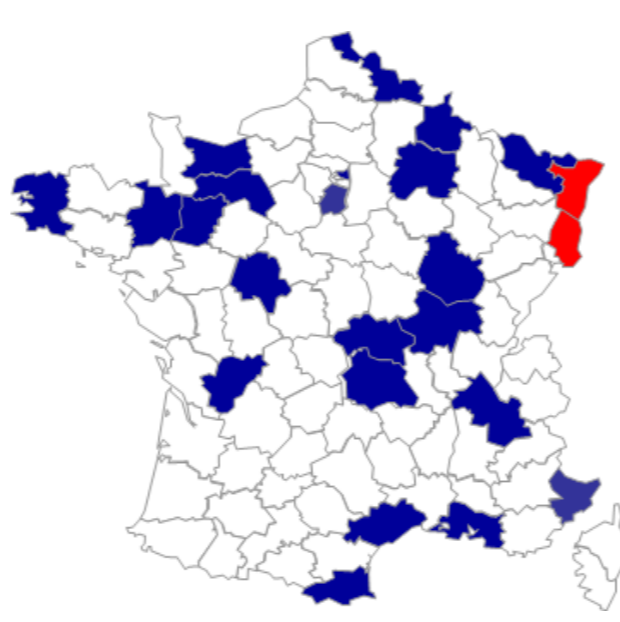
- Augmenter le taux de participation est une priorité du dépistage organisé du cancer colorectal (DO du CCR)
- Il est démontré qu'en France l'envoi postal du test est nécessaire pour augmenter le taux de participation en sus de la remise de tests par le médecin généraliste (J Faivre)
- La relance avec test serait à l'origine du quart des tests réalisés en France alors qu'elle représenterait moins de 2% du coût de la campagne (J Faivre)
- Pour raisons économiques, l'envoi postal est abandonné dans le nouveau cahier des charges du DO du CCR par test immunologique, au risque d'engendrer une baisse de participation

But

Evaluer le rapport coût-efficacité de l'envoi postal du test Hemoccult dans le programme de DO du CCR d'une région française

Méthodes

- Evaluation sur une période de 4 ans de 2010 à 2013 :
 - du rendement des invitations ou relances
 - et des coûts du DO du CCR
- Evaluation réalisée sur la région Alsace :
 - où le DO du CCR est géré par une structure de gestion (SG) pour les 2 départements
 - dont le budget est dédié uniquement au DO du CCR (séparé du DO du cancer du sein)
- Analyse coût / efficacité de la R2 selon la participation antérieure :
 - personne ayant déjà participé (DP)
 - personne n'ayant jamais participé (JP)
 - personne invitée pour la première fois (1P)



Résultats globaux

- Coût total :
 - personne invitée (quel que soit le mode d'invitation) = 10 €
 - personne dépistée = 26 €
- Coût Relance 2 avec test = 348 K€ soit 15,5% du budget de la campagne
- Résultats Relance 2 avec test :
 - en moyenne 11% des tests envoyés étaient réalisés (89% jetés)
 - représente 14% de l'ensemble des tests réalisés (de 9 à 17% selon les années)
 - représente environ 6% du taux de participation
 - coût moyen marginal d'une personne dépistée en R2 = 28 €

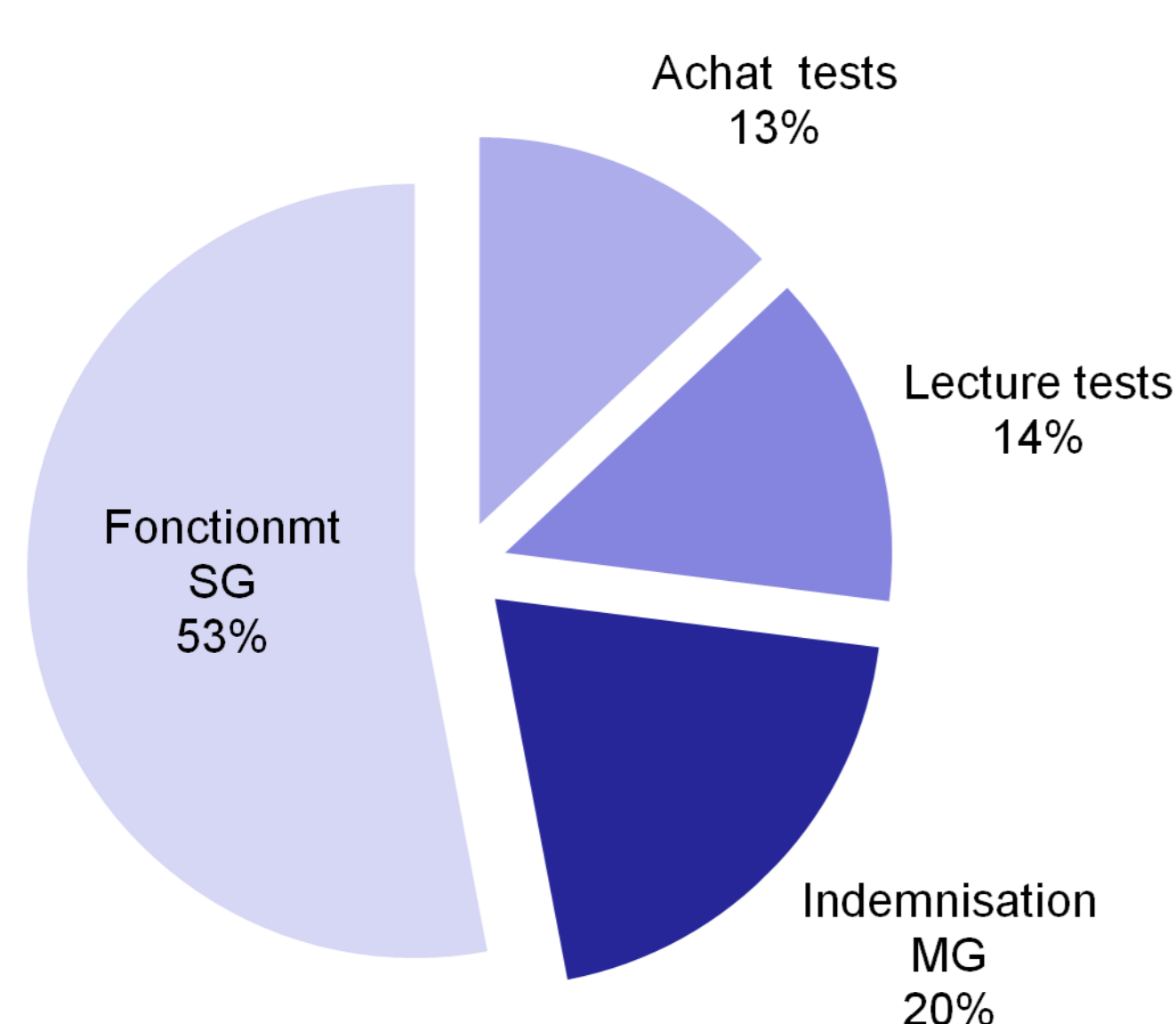
Résultats : population / participation

- De 2010 à 2013 :
 - population cible de 498 000 à 522 000 personnes
 - taux de participation de 43,2 à 44,1%

Résultats spécifiques

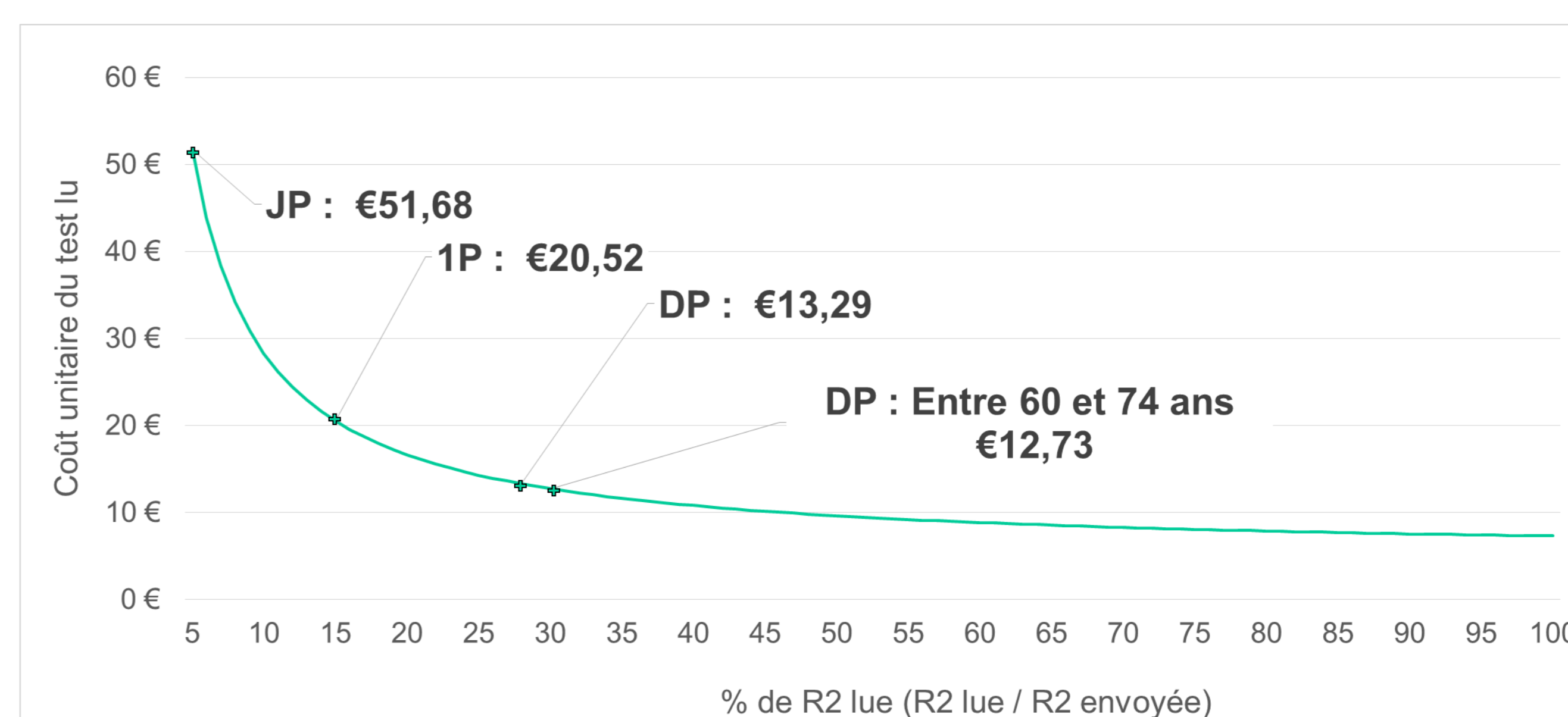
Participation antérieure	Taux de tests réalisés	Nb tests envoyés pour 1 dépisté supplémentaire	Coût moyen d'une personne dépistée
Jamais participé (JP)	5%	20	52 €
Invité 1ère fois (1P)	15%	7	21 €
Déjà participé (DP)	28%	4	13 €

Résultats : budget



- Budget annuel moyen 2239 K€**
- Achat des tests : 286 K€
 - Lecture des tests : 307 K€
 - Indemnisation des MG : 448 K€
 - Fonctionnement de la SG : 1198 K€

Coût unitaire du test lu en R2 en fonction du taux de participation en R2



Conflits d'intérêt : aucun

Conclusions

- En Alsace, l'envoi postal du test Hemoccult
 - est à l'origine de 14% des tests réalisés (soit un taux de participation environ 6%)
 - représente 15,5% du budget de la campagne
- Si le rapport coût-efficacité de l'envoi postal du test apparaît prohibitif chez ceux qui n'ont jamais participé auparavant, il est au contraire très favorable chez ceux ayant déjà participé et plutôt favorable chez ceux qui sont invités pour la 1ère fois
- Il est impossible d'estimer le rapport coût-efficacité de l'envoi postal du test immunologique à partir de ces données en raison de l'absence d'information sur les coûts d'achat et de lecture du test immunologique