



HEC MONTRÉAL



Université Lille Nord de France

Première **Journée Internationale du Marketing Santé**

J I M S

Appel à Communications
Date limite : Lundi 31 Août 2010

Depuis quelques années, et sans pour autant être une discipline clairement identifiée, le « marketing santé » fait son apparition dans les congrès (e.g. AFM, *Tendances du Marketing en Europe*) et publications (e.g. n° spécial IJRM Déc.2008, *Journal of Marketing* Juil. 2009, *Management Science* 2007....), sans parler des revues spécialisées qui lui sont consacrées depuis de nombreuses années outre atlantique (*Journal of health care marketing*, *Health marketing quarterly*, *Journal of Health Communication*) ; il demeure néanmoins relativement inexploré et les outils utilisés par les différents acteurs restent ancrés dans une approche traditionnelle du marketing centrée sur le management de la qualité alors que le champ d'étude devrait faire sienne une perspective émotionnelle. Il apparaît donc légitime de revisiter les relations a priori paradoxales que sont susceptibles d'entretenir deux concepts apparemment si éloignés que sont le marketing et la santé.

Le secteur santé est en pleine révolution. La société de l'information et de la communication oblige ce secteur traditionnellement réservé à s'ouvrir vers l'extérieur en général, les patients-clients en particulier et de façon encore plus large à s'engager envers les différentes parties prenantes. Quels sont les ressorts et conditions de cette ouverture ? Quelles sont les stratégies concevables dans un domaine où le mix marketing est largement amputé voire inversé ou au contraire devrait être enrichi ? L'orientation marché est-elle envisageable dans ce secteur sans cesse en redéfinition ? Traditionnellement centrée sur le médecin la communication des industries et structures de santé change de cibles ; comment les définir et comment communiquer avec elles ? Le secteur est riche d'informations mais elles sont peu disponibles et rarement partagées, comment désacraliser et démocratiser les données ? La prise de conscience des acteurs de santé publique de la puissance des nouvelles façons de communiquer porte-t-elle ses fruits ?.....

Le Lille Economie Management (UMR CNRS 8179), l'IAE-Université de Lille 1 et HEC Montréal, en partenariat avec Eurasanté et sous le patronage de l'Association Française du Marketing organisent :

Marketing et Santé : quoi de neuf docteur ? : La Première Journée Internationale du Marketing Santé.

**Jeudi 25 Novembre 2010, Institut d'Administration des Entreprises,
Université de Lille1**

104, avenue du peuple belge - 59043 Lille (le lieu exact de la manifestation sera précisé ultérieurement)

Ces premières rencontres ont pour objet d'entamer une réflexion pertinente sur le champ du marketing santé afin d'en déterminer les enjeux et perspectives dans un contexte charnière à de multiples égards : global et concurrentiel, législatif et réglementaire, social et sociétal.... Les communications retenues seront originales, feront progresser la compréhension des mécanismes de fonctionnement de ce marché spécifique, apporteront des cadres théoriques pertinents d'analyse, proposeront les approches méthodologiques les plus adaptées et fourniront aux professionnels les applications managériales les plus immédiatement mobilisables.

Ces journées, transversales par nature, privilégient le débat et l'échange entre les chercheurs mais surtout l'interaction étroite et le dialogue avec les différents professionnels du secteur lors de tables rondes orientées vers des thèmes d'actualité portés par les différents acteurs.

Quatre axes thématiques

Les contributions souhaitées s'inscrivent dans un large cadre disciplinaire et sans exclusive, marketing, communication, sciences de l'information, psychologie, sociologie, santé publique.....

Les communications attendues pourront s'inscrire autour de quatre axes :*

Axe 1 : *problématique transversale au secteur de la santé -(e.g. variable prix en santé, bases de données et secteur santé, choix et arbitrages en santé, disease management et éducation thérapeutique....),*

Axe 2 : *marketing de l'industrie pharmaceutique, des produits de santé et du matériel biomédical, des industries d'équipement et services, du secteur santé-nutrition-beauté.... Evolutions, révolution et perspectives (e.g. du patient passif au patient prescripteur, les marchés parallèles du médicament, les grandes transitions en cours -du chimique au génétique, du traitement de masse au traitement individualisé, de l'aigu au chronique, du curatif au préventif, du push au pull, du princeps au générique, de la prescription à l'automédication, du global vs local-, communication vers le DtoC, les nouveaux intervenants.....)*

Axe 3 : *interroger les enjeux et nécessités d'une approche marketing des établissements de santé tant au niveau stratégique qu'opérationnel, (e.g. appropriation de la démarche marketing, orientation marché, segmentation-différenciation, marketing externe-interne-interactif, qualité vs satisfaction, compétition-coopération-coopétition, T2A et stratégie marketing, certification et efficience....),*

Axe 4 : *marketing social et santé publique, prévention et lutte contre les conduites déviantes en matière de santé; (e.g. les nouveaux modes, modalités et codes de communication, l'éducation thérapeutique, de la communication sur la maladie à celle sur la santé.....)*

**Les différents thèmes suggérés ne sont naturellement qu'indicatifs et non exhaustifs.*

Deux types de communications sont attendus :

- *des contributions académiques interrogeant les théories mobilisables en la matière,*
- *des contributions de terrain plus directement opérationnelles posant des problématiques nouvelles ou relatant des mises en œuvre de modes opératoires innovants, qui permettront de mettre en évidence de façon pertinente les évolutions des pratiques et des organisations dans le sens d'une mise en place de stratégies et politiques marketing.*

Deux modalités de présentation, vous permettront de partager votre démarche et vos travaux de recherches en marketing santé :

- *sous forme d'article selon un format classique (dont les modalités suivent), pour les séances plénière et ateliers, (20 minutes de présentation, 10 minutes de questions),*
- *sous forme d'une dizaine de slides powerpoint pour les tables rondes, (10 minutes de présentation, 20 minutes de débat).*

Publication des communications :

*Les communications acceptées et présentées (en français ou en anglais) seront publiées sous formes d'Actes. Les meilleurs papiers sélectionnés par les membres du comité scientifique seront publiés dans un **numéro spécial de Journal of Business Research****.

** sous réserve d'un nombre suffisant de papiers éligibles. Le cas échéant la publication pourra être reportée d'un an.*

Structure du programme :

8h30-9h00	Accueil, Discours d'introduction	
9h- 10h45	Séance plénière, guest speakers	
10h45-11h00	Pause	
Atelier Industries de Santé	Atelier structures de soins	Atelier Santé Publique
12h45-14h00	Déjeuner	
Table ronde Industries de Santé	Table ronde Structures de Soins	Table ronde Santé Publique
17h00-17h45	Synthèse et Conclusion	

Agenda

Toute correspondance relative au processus de soumission des proposition de contribution doit se faire au format électronique (nom_prénom.doc ou .ppt) à l'adresse suivante : JIMSLille2010@gmail.com

<u>De Février à Juin 2010</u>	- Communication par les auteurs de leur intention de contribution (projet de titre et brève description de 200 mots maximum) cette démarche est facultative mais elle fournit des informations utiles aux organisateurs,
Lundi 31 Août 2010	- Date limite de soumission des communications complètes (sur fichier électronique) en Français ou en Anglais - Date limite de proposition de table ronde, avec envoi du powerpoint de présentation
Lundi 7 Septembre 2010	- Notification aux auteurs de l'acceptation ou du refus de leur proposition - Communication du programme préliminaire

Jeudi 1 ^{er} Octobre 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Retour aux auteurs des communications acceptées, des évaluations du comité scientifique - Retour sur les propositions acceptées de tables rondes
Lundi 1 ^{er} Novembre	<ul style="list-style-type: none"> - Date limite de réception des communications définitives révisées par les auteurs (sur fichier électronique) - Elaboration du programme définitif.

Instructions aux auteurs

4 Les articles seront présentés de la façon suivante :

1. La première page de garde comporte le titre de l'article, le nom de l'auteur, sa fonction, ses coordonnées complètes (adresse professionnelle et personnelle, téléphone, télécopie, e-mail) et les éventuels remerciements pour l'aide technique et/ou financière apportée.
2. La seconde page de garde comporte, en français et en anglais, le titre, un résumé de l'article d'au plus 100 mots et 5 mots-clés maximum.
3. Le texte proprement dit commencera en page 3.
4. Le document (texte, tableaux, figures, annexes et références bibliographiques incluses dans le texte) ne doit pas dépasser 25 pages, en Times New Roman 12, interligne 1.5, marges 2,5 cm. Les notes de bas de page sont en Times New Roman 10.
5. Les titres (3 niveaux) respecteront la présentation suivante : **TITRE 1 : GRAS, PETITES MAJUSCULES, SANS RETRAIT** Titre 2 : **gras, italique, sans retrait** Titre 3 : *italique, avec retrait de 1 cm*
6. Les tableaux et figures sont intégrés dans le texte, numérotés et présentés chacun avec un titre.
7. A la suite de l'article, apparaîtront successivement : les références bibliographiques, présentées en Times New Roman 12, interligne 1.5, aux normes de la revue *Recherche et Applications en Marketing*, les éventuelles annexes (méthodologiques ou autres) désignées par A1, A2, A3, etc.

4 Les présentations powerpoint auront un format libre qui sera uniformisé à réception des contributions. La première page comprendra le titre, le nom de l'auteur et de son institution ainsi que ses coordonnées, la dernière page sera consacrée à la bibliographie s'il y a lieu.

Comité Scientifique :

- Dominique Crié, Professeur Université de Lille 1, IAE Lille
- Jean-Charles Chebat, Professeur, HEC Montréal
- Francis Salerno, Professeur Université de Lille 1, IAE Lille
- Gaël Bonnin, Professeur, EDHEC Business School, Lille-Nice
- Marvin Goldberg, Professor, Pennsylvania State University
- Connie Pechmann, Professor, University of California
- Jean-Claude Andréani, Professeur, ESCP Europe
- Gérard Cliquet, Professeur, Université de Rennes 1, IGR Rennes
- Benoit Dervaux, Chercheur CNRS, Maître de Conférence, Université de Lille 2
- Sandrine Cueille, Maître de Conférence, Université de Pau et des Pays de l'Adour, IAE Pau,
- Michel Cremadez, Professeur, HEC Paris
- René Caillet, Maître de Conférence Associé, Université de Lille 1, IAE Lille, Pôle Santé-Social FHF, Paris
- Karine Gallopel-Morvan, Maître de Conférence, Université de Rennes 1, IGR Rennes
- Jean Louis Chandon, Professeur, Université Aix Marseille III, IAE Aix en Provence, Rédacteur en Chef de la Revue Recherche et Applications en Marketing,
- Jean-François Lemoine, Professeur, Université Paris I Panthéon Sorbonne
- William L. Dougan, Professor, University of Wisconsin, Whitewater,
- Fabrice Clerfeuille, Maître de Conférence, Université de Nantes, Directeur de l'I.E.M.N.-I.A.E Nantes

- Gerard Hastings, Professor, Director of the Institute for Social Marketing, University of Stirling,
- Adilson Borges, Professeur, Reims Management School
- Juan Rey Miguel, Professeur Assistant (Profesor Ayduante Doctor), Université de Grenade (département de Commercialisation et Etudes de Marchés), Spain
- Kaouther Saied-Benrached, Professeur, Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Tunis
- Philippe Tcheng, Sanofi-Aventis, Directeur stratégie & affaires publiques, France
- Alain Cahen, Abott International, Director Strategic Marketing, Suisse
- Eric Rambeaux, Solvay Pharma, Vice President Screening & Analitics, Belgique
- Philippe Domy, Directeur Général CHU Amiens
- Jan-Cedric Hansen, Director, StratAdviser, London
- Nicolas Gérard Vaillant, Professeur à l'Université Catholique de Lille

Comité d'organisation :

Dominique Crié (U.Lille), Jean-Charles Chebat (HEC Montréal), René Caillet (U. Lille), Marie-Claude Masse (U. Lille), Francis Salerno (U. Lille), Isabelle Kustos (IAE Lille), Catherine Carlier (U. Lille), Fatma Güneri (U. Lille), Pierre-Michel Barry (DMS Conseil), Arwa Yazidi (U. Lille), Phool Kumar (U. Lille), Gaël Bonnin (EDHEC)

Inscriptions

L'inscription à la JIMS comprend :

Les actes des JIMS qui seront fournis sur support électronique, le déjeuner et les pauses selon l'option:

Option 1 : Droits d'inscription + actes + déjeuner et pauses :

- Auditeur professionnel 250 euros,
- Auditeur académique 150 euros,
- Membre de l'AFM 75 euros,

Option 2 : Réservée aux doctorants et étudiants

- Droits d'inscription + actes + pauses 50 euros

Afin de pouvoir vous y accueillir dans de bonnes conditions, nous avons besoin de connaître rapidement le nombre de participants.

Merci de nous envoyer par e-mail ou par courrier, avant le 30 Juin 2010 votre bulletin d'inscription accompagné du règlement ou annonçant un bon de commande.

Renseignements complémentaires

JIMSLille2010@gmail.com, fatma.guneri@gmail.com, dcrie@iaelille.fr, jean-charles.chebat@hec.ca

Informations pratiques

Plan d'accès pour accéder à l'IAE : 104 avenue du peuple Belge - 59000 Lille :



Via l'avion :

- Renseignements :

<http://www.aeroportsdeparis.fr/ADP/fr-FR/Passagers/Accueil/>

www.lille.aeroport.fr

<http://www.brusselsairport.be/fr/splash>



Aéroport Roissy Charles de Gaulle puis TGV direct, arrivée à la gare de Lille Europe, puis Taxi (10min) ou à pied (20 min)



Aéroport Lille Lesquin puis navettes ou taxi

➔ Aéroport de Bruxelles puis navette jusqu'à la gare du midi, puis TGV (cf. rubrique « train »)

➔ **Via le train : Fréquence des trains toutes les heures**

● **Renseignements :**

www.voyages-sncf.com

http://www.eurostar.com/FR/be/leisure/travel_information/at_the_station/stations/brussels_midi_zuid.jsp

Fréquence des trains toutes les heures

➔ **De Paris :**

Départ ➔ TGV à la Gare du Nord

Arrivée ➔ Lille Europe ou Lille Flandres

Puis Taxi (10min) ou à pied (20 min)

➔ **De Bruxelles**

Départ ➔ TGV à la gare du midi

Arrivée ➔ Lille Europe ou Lille Flandres

Puis Taxi (10min) ou à pied (20 min)

➔ **Via la route :**

● **Renseignements :**

<http://www.viamichelin.fr/tpl/hme/MaHomePage.htm>

<http://fr.mappy.com/>

➔ Parking le plus proche Parking du peuple Belge – Avenue du Peuple Belge puis 5 min à pied

Lieux d'hébergement

HOTELS	PRIX (TARIF INDICATIF)	COORDONNEES
L'HERMITAGE GANTOIS****	Min : 205 € Max : 425 €	224, rue de Paris - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 85 30 30, Fax : +33 (0)3 20 42 31 31 reservation@hotelhermitagegantois.com ; www.hotelhermitagegantois.com
CARLTON****	Min : 172 € Max : 1250 €	3, rue de Paris - BP 335 - 59026 LILLE Tél : +33 (0)3 20 13 33 13 ; Fax : +33 (0)3 20 51 48 17 carlton@carltonlille.com ; www.carltonlille.com
COUVENT DES MINIMES ALLIANCE LILLE****	Min : 215 € Max : 399 €	17, quai du Wault - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 30 62 62 ; Fax : +33 (0)3 20 42 94 25 alliancelille@alliance-hospitality.com ; www.alliance-lille.com
CROWNE PLAZA****	Min : 185 € Max : 420 €	335, boulevard de Leeds - 59777 LILLE Tél : +33 (0)3 20 42 46 46 ; Fax : +33 (0)3 20 40 13 14 contact@lille-crowneplaza.com ; www.lille-crowneplaza.com
GRAND HOTEL BELLEVUE BEST WESTERN***	Min : 95 € Max : 165 €	5, rue Jean Roisin - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 57 45 64 ; Fax : +33 (0)3 20 40 07 93 contact@grandhotelbellevue.com ; www.grandhotelbellevue.com
HOLIDAY INN EXPRESS LILLE CENTRE***	Min : 102 € Max : 150 €	75 bis, rue Léon Gambetta - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 42 90 90 ; Fax : +33 (0)3 20 57 14 24 expresslille@alliance-hospitality.com ; www.holidayinn-lille.com
MERCURE LILLE CENTRE OPERA***	Min : 80 € Max : 185 €	2, boulevard Carnot - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 14 71 47 ; Fax : +33 (0)3 20 14 71 48 H0802@accor.com ; www.mercure.com
NOVOTEL LILLE CENTRE GRAND PLACE***	Min : 99 € Max : 189 €	116, rue de l'Hôpital Militaire - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 28 38 53 53 ; Fax : +33 (0)3 28 38 53 54 H0918@accor.com ; www.novotel.com
NOVOTEL LILLE CENTRE GARES***	Min : 89 € Max : 199 €	49, rue de Tournai - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 28 38 67 00 ; Fax : +33 (0)3 28 38 67 10 H3165@accor.com ; www.novotel.com
SUITEHOTEL LILLE EUROPE***	Min : 125 € Max : 140 €	Boulevard de Turin - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 74 70 70 ; Fax : +33 (0)3 20 74 70 80 H5240@accor.com ; www.suitehotel.com
HOTEL DES TOURS***	Min : 106 € Max : 160 €	27, rue des Tours - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 59 57 47 00 ; Fax : +33 (0)3 59 57 47 99 contact@hotel-des-tours.com ; www.hotel-des-tours.com
HOTEL DE LA TREILLE***	Min : 65 € Max : 150 €	7-9, place Louise de Bettignies - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 55 45 46 ; Fax : +33 (0)3 20 51 51 69 hoteldelatrelle@free.fr - www.hotels-slih.com

ALL SEASONS**	Min : 80 € Max : 120 €	172, rue de Paris - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 30 00 54 - Fax : +33 (0)3 20 57 66 66 H1384@accor.com ; www.accorhotels.com
BEST HOTEL**	Min : 52€ Max : 55 €	66, rue Littré - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 54 00 02 ; Fax : +33 (0)3 20 54 00 06 lille@besthotel.fr ; www.besthotel.fr
BRUEGHEL**	Min : 66 € Max : 130 €	5, parvis Saint Maurice - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 06 06 69 ; Fax : +33 (0)3 20 63 25 27 hotel.brueghel@nordnet.fr ; www.hotel-brueghel.com
CAMPANILE**	Min : 49 € Max : 70 €	Rue Jean Charles Borda - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 53 30 55 - Fax : +33 (0)3 20 88 27 71 lille-chr@campanile.fr ; www.campanile.fr
CHAGNOT - BALLADINS SUPERIOR**	Min : 65 € Max : 98 €	24, place de la Gare - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 74 11 87 - Fax : +33 (0)3 20 74 08 23 lille.superior@balladins.com ; www.balladins.com
COMFORT HOTEL ALIZE OPERA**	Min : 65 € Max : 117 €	28, rue Anatole France - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 55 25 11 ; Fax : +33 (0)3 20 06 02 20 comforthotelopera@wanadoo.fr ; www.hotel-alize-opera.com
IBIS LILLE CENTRE GARES**	Min : 56 € Max : 95 €	29, avenue Charles Saint Venant - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 28 36 30 40 ; Fax : +33 (0)3 28 36 30 99 H0901@accor.com ; www.ibishotel.com
IBIS OPERA**	Min : 60 € Max : 89 €	21, rue Lepelletier - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 06 21 95 ; Fax : +33 (0)3 20 74 91 30 H0902@accor.com ; www.ibishotels.com
HOTEL LILLE EUROPE**	Min : 73€ Max : 88 €	Avenue Le Corbusier - 59777 LILLE Tél : +33 (0)3 28 36 76 76 ; Fax : +33 (0)3 28 36 77 77 infos@hotel-lille-europe.com ; www.hotel-lille-europe.com
HOTEL DE LA PAIX**	Min : 73 € Max : 110 €	46 bis, rue de Paris - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 54 63 93 ; Fax : +33 (0)3 20 63 98 97 hotelpaixlille@aol.com ; www.hotel-la-paix.com
SAINT MAURICE**	Min : 68 € Max : 89 €	8, parvis Saint Maurice - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 06 27 40 - Fax : +33 (0)3 20 42 13 29 hotelsaintmaurice@wanadoo.fr ; www.hotelsaintmaurice.com
MISTER BED*	Min : 44 € Max : 58 €	57, rue de Béthune - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 20 12 96 96 ; Fax : +33 (0)3 20 40 25 87 misterbed.lille@lsfhotels.com
ETAP HOTEL LILLE	Min : 45 € Max : 48 €	10, rue de Courtrai - 59000 LILLE Tél : 08 92 68 30 78 ; Fax : +33 (0)3 28 52 34 15 H5208@accor.com ; www.etaphotel.com
PREMIERE CLASSE LILLE CENTRE	Min : 48 € Max : 65 €	19, place des Reignaux - 59000 LILLE Tél : +33 (0)3 28 36 51 10 ; Fax : +33 (0)3 28 36 51 11 premiereclasselille@wanadoo.fr
B AND B EURALILLE GRAND PALAIS	Min : 45 € Max : 65 €	Rue Berthe Morisot ZAC Euralille 2 - Le Bois Habité - 59777 LILLE Tel : 08 92 70 22 06 ; Fax : 03 28 55 07 00 http://www.hotel-bb.com