



**1^{ère} Journée Internationale du
Marketing Santé**
Jeudi 25 Novembre 2010
**1st Health Marketing
International Day**
Thursday 25th November 2010
IAE de Lille, Université de Lille 1



HEC MONTRÉAL

EDHEC
BUSINESS SCHOOL



PROGRAMME

8h30-9h00

**Accueil, Discours d'introduction,
Welcoming remarks, Keynote speech**

9h- 10h45

Séance plénière, Plenary session : *Chairman J-C Chebat*

- Social marketing: some critical thoughts, **Pr. G. Hastings** (U. of Stirling, UK)
- Marketing of the Life Sciences: A Futuristic Vision, **I. Verniers**, **Pr. S. Stremersch** (Erasmus School of Economics, Rotterdam)
- Typology of Patients' Expectations towards the Health-Care System, **Pr. I. Chalamon**, **I. Chouk**, **Pr. B. Heilbrunn** (INSEEC Business Schools)
- Les déterminants de la consommation des services de E-santé, **Pr. K. Saied Ben Rached**, **M. Zoghلامي Bellalouna** (FSEG Tunis)
- Conflits d'intérêt Etat-Institutions: **Pr. J-C Chebat**, **Pr. D. Crié** (HEC Montréal, U. Lille 1)

10h45-11h00

Pause, Networking Break

**Atelier Industries
de Santé
Workshop
Health Industries**

**Atelier structures
de soins
Workshop Healthcare
Structures**

**Atelier Marketing
Social
Workshop Social
Marketing**

Atelier Industries de Santé, Workshop Health Industries: *Chairman F. Clerfeuille*

- Eléments de service officinaux et satisfaction du patient/consommateur, **L. Bonnal, X. Moinier** (U. de Poitiers)
- Rare Diseases & Orphan Drugs a comprehensive approach of strategic perspectives, **Dr. J-C Hansen** (Stratadviser)
- La Confiance dans le Médicament : Proposition d'une Echelle de Mesure, **Pr. J-C Andreani, et alii** (ESCP Europe)
- Les modalités de catégorisation des produits et pratiques à visée d'automédication, **E.Eglem** (IUT du Havre)

Atelier structures de soins, Workshop Healthcare Structures : *Chairman F. Salerno*

- Reconfiguration de la confiance envers un leader d'opinion médical, **Dr. R.Chakroun, O.Berge, P. Luu** (U. Nice)
- Satisfaction du professionnel de santé à l'égard des services proposés par une SMER: déterminants et rôle dans la formation de la satisfaction globale, **L. Carpentier, A. Ingarao** (U. Reims)
- Attentes et satisfaction des patients et de leur entourage, **F. Bielen, S. Janssens** (BSM Management & U.C. Louvain)

Atelier Marketing Social, Workshop Social Marketing : *Chairwoman K. Gallopel-Morvan*

- Prévention de la surconsommation d'alcool au sein des grandes écoles françaises: l'effet boomerang des messages soulignant la vulnérabilité perçue, **C. Obino Corrêa Werle, L.Balbo, G. Ardito, G. Vigne** (Grenoble Ecole de Management)
- The best defense can be a good offense? a new way to promote responsible gambling behaviour among youth, **L. Lemarie, Pr. J-C Chebat** (HEC Montréal)
- Le packaging au service de la santé publique. Application à la lutte contre le tabac, **K.Gallopel-Morvan, P. Gabriel, M. Le Gall-Ely, S. Rieunier, Pr. B. Urien**, (U. Rennes 1)
- Risque social versus santé et orientation promotion versus prévention : efficacité des messages préventifs de l'obésité des adolescents, **C. Obino Corrêa Werle, S. Boesen-Mariani, Pr. M-L Gavard Perret, S.Berthaud** (Grenoble Ecole de Management)

12h45-14h00

Déjeuner, Lunch

14h-14h50

Atelier Industries de Santé, Workshop Health Industries: *Chairman F. Clerfeuille*

- Personalized Medicine: Is it really the next growth vector for the pharmaceutical industry? **E. Rambeaux** (Abbott)
- Therapeutic compliance on behalf of a dependent third party: the roles of perceived risk, trust towards the physician and client-patient attachment, **V. Maille, J. Hoffmann** (SKEMA Business School)
- Le choix d'un nouveau mode de distribution par le consommateur: le cas du libre-accès en pharmacie, **D. Wallet-Wodka**, UPMC Paris

Atelier structures de soins, Workshop Healthcare Structures : *Chairman F. Salerno*

- Vers une compréhension du comportement d'achat de forfaits médicaux à l'étranger : une approche exploratoire par la méthode du soft-laddering auprès de consommateurs français et québécois, **L. Menvielle, W. Menvielle, Pr. N. Tournois** (EDHEC Nice)
- Optimisation de l'implantation des maternités en France : une application du modèle de couverture maximale, **J. Baray, Pr. G. Cliquet** (U. Rennes 1)
- Effet modérateur de l'âge selon la luminosité de l'apparence colorée d'un site web marchand, **J.É. Pelet, W. Yangui** (SupAgro Montpellier)

Atelier Marketing Social, Workshop Social Marketing: *Chairwoman K. Gallopel-Morvan*

- The role of psychological reactance and relationship proneness in the decision commitment to a dental prevention programme, **Pr.D. Darpy, I. Prim-Allaz** (U. Paris Dauphine)
- Faut-il choquer les fumeurs et les fumeurs potentiels pour dissuader les comportements tabagiques ? **Ben Lakhdar et alii.** (U. Catholique de Lille)
- When activism may prove counterproductive: An exploratory study of anti-brand spoof advertising effects in the tobacco industry, **B. Parguel, R. Lunardo, Pr. J-C Chebat** (U. Paris Créteil)

14h50-15h15

Pause, Networking Break

**Tables rondes
Industries de
Santé 1 et 2
Roundtables Health
industries 1 & 2**

**Tables rondes
Structures de Soins,
Roundtables Healthcare
Structures**

**Tables rondes
Marketing social
Roundtables Social
Marketing**

Tables rondes Industries de Santé 1 : *Marketing, communication, interactivité, Chairman JC Hansen* **Roundtables Health industries 1: *Marketing, communication, interactivity***

- Marketing des Médicaments Orphelins, **S. Forget**, General Manager Swedish Orphan Biovitrum
- Web 2.0 : les nouveaux modèles de consommation dans la santé, **E. Robillard**, GFK Healthcare,
- Impact de la mise en place des Agences Régionales de Santé sur les modèles marketing, **P. Mougin**, Directeur Analyses Stratégiques, Bayer Schering Pharma
- Interactions Marketing and R&D, **C. Lubicki**, CEO Bioexpand
- Les contraintes de communication et procédures de validation des messages santé en fonction des annonceurs : de l'institutionnels à l'industrie pharma, **Julie Joseph**, juriste-conseil auprès de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP)

Tables rondes Industries de Santé 2 : *L'orientation client, Chairman E. Rambeaux* **Roundtables Health industries 2: *Customer orientation***

- Le CRM dans l'industrie pharmaceutique, **F Pelen** ex-Vice-Président Pfizer
- La Segmentation, un des principes fondateurs d'une démarche de relation client, **O Delpuech & S Arnoux**, Direction Officine Sanofi-Aventis France
- Industrie pharmaceutique, quelle place dans les programmes d'éducation thérapeutique ? L'éducation thérapeutique crée t-elle de la valeur ? Quels enjeux sur le pricing, la communication, les relations avec les ARS, les Payeurs, Traitants et les Patients ? Vers une nouvelle définition du Marketing Mix ? **D. Le Terrier**, Marketing & Sales' Director, Basilea Pharmaceutical Ltd
- Le marketing des aliments fonctionnels et des allégations santé afférentes, **C. Emsellem**, Global Health Affairs Director Danone
- Marketing Affinitaire : marché de la complémentaire santé, **C. Cahn**

Tables rondes Structures de Soins : *Chairman R. Caillet* **Roundtables Healthcare Structures :**

- Le marketing au service de la planification sanitaire, **P. Staelen**, Altense consulting

- Risque juridique des supports de communication marketing en cas de litige médecin/patient, **Me J-P. Carpentier**, Expert Européen, Carpentier-avocats
- Stratégie, qualité et marketing, **D. Picault**, Directrice de la Stratégie, CHRU Lille, **S. Cotton**, Directrice Déléguée, CHRU Lille
- Santé Mentale et Marketing/Communication, **S. Bigotte, J. Halos** Directeur EPSM Lille Métropole
- Absentéisme compressible en milieu sanitaire et marketing interne, **C. Bridoux**,
- Hôpital.fr et maison de retraite.fr, **C. Lussiez**, Responsable Pôle Communication Fédération Hospitalière de France
- De la nécessaire stratégie de développement en cancérologie pour le groupe hôpital privé métropole, **Dr. P. Martin**, Groupe HPM

Tables rondes Marketing social : *Chairman G. Hastings et P. Arwidson*
Rountables Social Marketing :

- Comment mesurer l'impact des campagnes de prévention ? **P. Arwidson**, Directeur des affaires scientifiques INPES
- Campagne Ville en cendres : bilan, **C. Delaunay**, Comité National Contre le Tabagisme
- Lutte contre l'obésité : la contribution du marketing social dans le cadre du programme Epode, **S. Raffin**, Link Up conseil,
- La collecte de fonds chez AIDES, **F. Cutler**, Directrice Communication et Fonds privés AIDES France
- Les acteurs de la santé face à Internet, **D. Wallet-Wodka**, U. P. & M. CURIE

18h15

Synthèse et Conclusion