



**2nd Journée Internationale
du Marketing Santé**
Vendredi 23 Mars 2012
EDHEC Nice

**2nd Health Marketing
International Day**
Friday 23th March 2012
EDHEC Nice

Sous le patronage de l'  **association
française
du marketing**



<http://jims2012.iaelille.fr>

(visitez régulièrement le site pour un
programme mis à jour !)



PROGRAMME

8h30-9h00

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

9h- 10h30

Séance plénière/ Plenary session

Chairman S. Gregoir, Dean of Faculty, EDHEC

Evidence-based Marketing et Allégations de santé. Pr. F. Allaert, Chaire d'Evaluation Médicale, CHU Dijon.

Le Professeur des Universités - Praticien Hospitalier, un acteur de santé aux activités multiples : communiquer et marketer. Pr. J-L. Wautier, Délégué Général de la Confédération Nationale des Syndicats Hospitalo-Universitaires.

Educational Regulatory Prescribing: Life-Cycle Evidence-Based Art. O. Boumendil, PDG, Médiboum et O. Plique, PDG Help Medical.

La communication en promotion de la santé : définition, principes et limites, A.Gardies, Directrice de la communication, INPES.

Les services à valeur ajoutée : vers un nouveau paradigme du marketing santé ? C. Aknine, Directrice marketing Baxter

10h30-10h45

Pause, Networking Break

**Atelier Industries
de Santé
Workshop
Health Industries**

**Atelier structures
de soins
Workshop Healthcare
Structures**

**Atelier Marketing
Social
Workshop Social
Marketing**

10h45-13h15

Atelier Industries de Santé, Workshop Health Industries: Chairwoman M.C Mars

Démarche marketing sur le marché de la nutrition santé: application à une alliance de marques. M. Coulibaly, Maître de Conférences, Université de Nice-Sophia Antipolis, IAE.

Marques de Distributeurs et Santé. M. Puelle, Université Complutense Madrid, L. Zamora, CREM UMR 6211, IGR-IAE, Université de Rennes 1 et Pr. G. Cliquet, CREM UMR 6211, IGR-IAE, Université de Rennes 1.

Interdictions des publicités des médicaments : étude des interactions entre les laboratoires pharmaceutiques et les autorités de tutelle. Dr. Ridha Chakroun, IPAG Lab, Nice

Atelier structures de soins, Workshop Healthcare Structures : Chairman C. Papetti

Des logiques instrumentales de l'action publique aux stratégies des entreprises: l'analyse des politiques. C. Alaux, Dr Sciences de Gestion, PRAG, Université Aix-Marseille III et L. Messaoudène Doctorante CERAM Aix-Marseille III

La mobilisation du concept d'avantage concurrentiel peut-elle dynamiser une démarche de marketing. C. Merdinger-Rumpler, Maître de Conférences Ecole de Management Strasbourg et Université de Strasbourg, HuManiS et V. Faujour, Directrice Adjointe, Dpt Conseil en Stratégie, Hospices Civils de Lyon .

L'influence de la restauration dans la satisfaction du patient hospitalisé et ses déterminants. Utilisation pratique du modèle Tétraclasse de Llosa. Pr.S. Llosa, IAE Aix en Provence-Université Paul Cézanne, CERAM.

Proposition d'une échelle de mesure de l'anxiété de l'individu à l'égard des offres d'exportation de soins de santé. L. Menvielle, Lecturer EDHEC Nice, Pr. W. Menvielle, Université du Québec à Trois-Rivières, Pr. N. Tournois, Université de Nice-Sophia Antipolis.

Les déterminants de l'usage des TIC par le médecin. Z. Bousnina, Doctorante, La Goulette, Tunisie

Atelier Marketing Social, Workshop Social Marketing : Chairwoman L. Saglietto

La perception du risque en prévention santé : vers une approche spatio-temporelle. I. Lemeur, Doctorante, LEM, IAE Université de Lille1

Apport de la théorie des perspectives à la conception des messages de lutte contre le jeu pathologique. A-C. Pin, Doctorante, Université de Bretagne Sud, IREA EA 4251 et Pr. O. Droulers, Université de Rennes 1, IGR, IREA EA 4251, Membre associé CREM.

Le placement de produits alcoolisés dans les films et son impact sur l'incitation à consommer: le rôle médiateur de l'imagerie mentale. R. Bréhonnet, Chercheur, ESC La Rochelle, ICI, Pr. P. Gabriel, Université Bretagne Occidentale, ICI, et K. Gallopel-Morvan, Maître de Conférences HDR, EHESP, CREM.

La normalisation des associations : quelle efficacité pour rassurer les donateurs ? F. Busson-Villa, Maître de Conférences, Université de Rennes 2, Cress-LESSOR et K. Gallopel-Morvan, Maître de Conférences HDR, EHSP, CREM.

Les effets du packaging standardisé sur la consommation alimentaire. C. Werle Pr. Ass. Grenoble Ecole de Management, L. Balbo, C.Caldara, CERAG, Université de Grenoble, C.Lalleman Grenoble Ecole de Management

13h15-14h15

Déjeuner, Lunch

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

**Tables rondes
Structures de
Soins 1 et 2
Roundtables
Healthcare Structures**

**Tables rondes
Marketing
social 1 et 2
Roundtables Social
Marketing 1&2**

14h15-16h30

**Table ronde Industries de Santé 1 : Evolution des industries : Chairman J-C. Hansen
Roundtable Health industries 1: Industries Evolution**

Adaptation de la stratégie marketing des médicaments classiques à la démographie médicale. D. Le Terrier, Directeur Général, Basilea Pharma.

The 5 pharma industry growth drivers : real options or myths ?. C. Lubicki, General Manager, BioExpand.

Vaccines marketing: Opening doors to mature and emerging markets through superior access strategies. P. Morgon, VP Marketing Strategy, Sanofi Pasteur.

Contexte marketing spécifique de l'innovation dispositif médical : la notion de « valeur » (prix/remboursement/utilité/attractivité) face à l'inertie. X. Abadie, General Manager, Alcam Medical.

Le marketing du « taillé sur-mesure » au « prix du prêt à porter », E.Claude, Alphadiab Créateur de Partenariats en diabétologie

**Table ronde Structures de Soins 1 : Hôpital et Marketing : Chairwoman D.Elidriissi
Roundtable Healthcare Structures 1 : Hospital and Marketing**

Une typologie des consommateurs de santé. D. Wallet-Wodka, Maître de Conférences, GERMS, UMPC Sorbonne.

Le développement de la recherche infirmière, élément majeur pour la stratégie de soins à l'hôpital. J. Bourinat, Coordinatrice générale des soins, CHU de Limoges.

Marketing santé et hôpital. J-M. Lasserre, Directeur, CHS de la Savoie (Bassens), Chambéry.

Ethique dans les relations professionnelles : Raison d'être et mise en place. P. Paimbault; Board Member, Ethics Think Tank.

Attirer les jeunes médecins à l'hôpital public : la campagne de promotion du métier de médecin de la FHF. C. Lussiez, Responsable de la Communication, FHF.

**Tables ronde Marketing social 1 : Prévention : Chairwoman K. Gallopel
Roundtable Social Marketing 1: Prévention**

Prévention du risque de maigreux extrême : comment améliorer l'efficacité des campagnes de prévention ?, M. Dubois, LIP, Pr. M.-L. Gavard-Perret CERAG, A. Helme-Guizon, CERAG, Shankland R., LIP, UPMF Grenoble.

Les cigarettes "neutres" sont-elles efficaces pour lutter contre le tabagisme? Etude exploratoire, E. Béguinot et Figen Eker, Comité National Contre le Tabagisme (CNCT), Paris, Y. Martinet, CHU et Université Henri Poincaré, Nancy, K. Gallopel-Morvan, Maître de Conférences HDR, EHESP, CREM, Rennes.

Communiquer sur la santé sexuelle en direction des jeunes internautes, L. Bluzat, chargée de communication à l'INPES.

La campagne Tueurs-payeurs de la Ligue Nationale Contre le Cancer : objectifs et bilan, C. Leroux, Directeur de la Communication, Ligue Nationale Contre le Cancer, Paris.

Mobile Health (mHealth) et géolocalisation: une combinaison technologique adaptée au traitement personnalisé de nombreuses pathologies, J-M Carrara, Dr. en Pharmacie, Directeur du développement Billopass BV et Billoo Development BV

16h45-19h30**Table ronde Industries de Santé 2 : L'Avenir Marketing : Chairman D. Crié**
Roundtable Health industries 2: Next Step Marketing

Preparedness and Potential of Indian Market for Pharma (OTC in particular) in concern with m&e-Marketing (Promoting Self-medication via Internet). P. Kumar, Doctorant SESAM, IAE Université de Lille 1

Le marketing des produits technologiques dans un marché règlementé et orienté client. T. Sarda, Directeur Général, Smith & Nephew.

Le marketing du médicament : développement des médicaments génériques et stratégies des laboratoires. W. Ferchakhi, Université de Lyon 3.

L'avenir de la publicité du médicament et de la visite médicale à la lumière de la réforme en cours. C. Amar, Regulatory Director, Nordic Pharma.

Table rondes Structure de Soins 2 : Gouvernance et Qualité : Chairman M.Waelli
Roundtable Healthcare Structures 2: Quality & Governance

Gouvernance hospitalière : les leçons de la loi HPST. R. Caillet, responsable du pôle « organisation des soins et médico social » de la Fédération Hospitalière de France, Professeur Associé Université de Lille 1, IAE

Qualité du service hospitalier: nouvelle forme de marketing sanitaire? M. El Gaided, Université Nancy 2.

L'échelle Nationale de Coûts, outil de benchmark hospitalier : retour sur une décennie d'expérience au service de la stratégie hospitalière. F. Madelmont, Directeur Général, SPH Conseil.

Médecins-Université-Hôpital et marketing : quels conflits d'intérêt ? Me J.P. Carpentier, Carpentier-avocats

Le rôle stratégique des Commissions Médicales d'Etablissement dans la qualité de la prise en charge hospitalière des patients. Dr. S. Benzaken, vice Présidente Commission Médicale d'Etablissement, CHU Nice.

Stratégie financière des hôpitaux et PMSI : les leçons de d'expertise. G. Sanger, Dir. contrôle de gestion stratégique au CHI de Poissy-St Germain et experte pour SPH Conseil

Tables ronde Marketing social 2 : Patients : Chairman W. Menvielle
Roundtable Social Marketing 2: Patients

Web based health platforms: How can life science companies create value around them? A. Pearn, Marketing Director France, Dentsply

Enjeux du marketing des établissements sanitaires : l'exemple de la récupération rapide après chirurgie. F. Demesmay, Directeur Général, Capio.

Intérêt de l'approche marketing hospitalier pour communiquer auprès des médecins. J.M Defour, Directeur Général, CH Ariège-Couserant

Le rôle des patients dans la stratégie du CHU de Nice. P. Chiche, Directeur en charge des relations avec les usagers, CHU de Nice.