

**lundi 12  
NOVEMBRE  
2018  
N°1291**

# prescription **SANTÉ**

L'ACTU QUOTIDIENNE DU MÉDICAMENT ET DE SES ACTEURS



## UPSA : BMS HÉSITE ENTRE L'ALLEMAND ET L'ITALIEN

**PASCAL SORLOT**  
CEO D'ASTRAZENECA :

Et si Trump  
avait (un peu)  
raison ?



ELLE DÉBAUCHE UNE "POINTURE"  
CHEZ PUBLICIS AVANT D'ANNONCER  
SON NOUVEAU "DADA"

**HAVAS**  
LYNX

À L'ASSAUT DES  
ESSAIS CLINIQUES

EN FRANCE, GILEAD OUVRE LES  
SOLDES D'HIVER SUR SON  
PORTEFEUILLE "HEPATITE C" :

-20% SUR TOUS LES  
MÉDICAMENTS DE  
LA FRANCHISE

SANOFI VRAIMENT TRÈS AMBITIEUX  
SUR LA CHINE

**BOB HUGIN**

EX-CEO DE CELGENE BATTU  
NETTEMENT POUR LE POSTE DE  
SÉNATEUR DU NEW-JERSEY  
MAIS PAS À CAUSE  
DE L'IMAGE DE LA  
PHARMA !



# PRIX PASCAL SORIOT

## défend (un peu) la "TRUMP REFORM"



**A** lors que la demi-victoire de Donald Trump à l'occasion des élections dites de midterm replace la question du prix du médicament au cœur des débats outre-Atlantique et devrait animer les discussions à venir entre la majorité Démocrate à la Chambre des Représentants et le camp Républicain du Sénat, le patron français d'AstraZeneca vient, à sa façon, de lancer un petit pavé dans la marre de ce délicat dossier à l'occasion d'un entretien confié, en fin de semaine dernière, à nos confrères de Bloomberg TV. Selon Pascal Soriot en effet, qui semble reprendre en partie l'argumentaire développé depuis quelques semaines par le Président Américain, il conviendrait, compte tenu des situations aujourd'hui constatées, de baisser un peu les prix pratiqués aux USA et d'augmenter, « un peu aussi » les prix des mêmes médicaments en Europe notamment. Après tout, a souligné le CEO du groupe Britannique, en substance, tout le monde profite aujourd'hui de ces prix Américains élevés qui encouragent et motive la R&D et son efficacité. Comme s'il tentait ensuite de faire marche arrière, Pascal Soriot s'est interrogé face à la caméra : « Est ce que ce double mouvement sera effectivement possible : probablement que non ». Avant de suggérer que le niveau de prix pratiqué au Japon pouvait être une bonne base de réflexion. Cette remarque du patron français intervient alors que Donald Trump a confirmé son projet d'établir un index international des prix tels qu'ils sont pratiqués dans les pays dont le niveau économique est comparable à celui des USA, puis, dans un second temps d'imposer aux laboratoires de

pratiquer des tarifs équivalents à cette moyenne lorsqu'il s'agit de facturer les produits couverts par la part B du système Medicare (à savoir, les médicaments qui sont administrés ou délivrés directement par le praticien dans son cabinet, en ville ou à l'hôpital).

### DES PRIX US 1,8 FOIS PLUS CHERS QUE LA MOYENNE EUROPÉENNE

Ce seul alignement, très partiel puisque la part dans les dépenses de médicaments de cette « Part B » reste peu importante, pourrait pourtant ne pas être sans conséquences : en effet et selon une première estimation calculée par les services du Secrétariat à la Santé d'Alex Azar, pour la petite trentaine de médicaments les plus « lourds » dans cette dépense spécifique, les prix constatés aux USA (et qui selon la loi et à ce jour tout du moins, ne peuvent faire l'objet d'aucune négociation), sont 1,8 fois plus élevés que les tarifs moyens constatés dans les pays qui pourraient servir de référence au calcul de cet index, pays parmi lesquels figure logiquement la France.

### LA SANTÉ, PREMIER SUJET DÉTERMINANT DU VOTE

A ce jour, seuls deux dirigeants de l'industrie pharmaceutique mondiale avaient évoqué l'hypothèse Trump, Ian Read le patron de Pfizer, et Brent Saunders, le big-boss d'Allergan l'un comme l'autre, pour la critiquer. Dans le cadre d'un second entretien, aux journalistes de la chaîne CNBC cette fois, le même Pascal Soriot a estimé que les Démocrates devaient désormais travailler en collaboration avec l'administration Trump pour s'attaquer à ce dossier : « Nous verrons alors

avec quelle idée ils viendront ! ». Un dossier dont on sait qu'il a largement pesé sur les élections et leurs résultats : selon un sondage réalisé par la chaîne NBC, les questions liées à la santé ont été le premier déterminant du vote, ce qui n'était plus arrivé de puis près de dix ans.

### résultats

#### DYNAMISME RETROUVÉ

Les ventes de médicaments AstraZeneca sur le troisième trimestre de cette année ont progressé de 8%, ou 9% à taux de change constants, selon les données présentées jeudi dernier par le groupe Britannique. « AstraZeneca a dû faire face à une perte massive de brevets sur des médicaments plus anciens depuis 2012, réduisant de plus de la moitié ses ventes, mais un portefeuille de 10 nouveaux médicaments - dont les ventes ont augmenté de 85% au dernier trimestre - ouvre désormais la voie de la croissance » précisait l'agence Reuters qui avait assisté à cette présentation. L'occasion, aussi, pour les supporters de Pascal Soriot de relever que l'action du groupe cotait, en toute fin de semaine à 61,77 Livres, soit nettement au dessus des 55 Livres que proposait jadis, il y a quatre ans, l'Américain Pfizer, lors de son raid contre le groupe Britannique, raid auquel s'était vigoureusement opposé le CEO Français. Preuve d'un dynamisme retrouvé et d'une modernisation du portefeuille de la maison, le business oncologie d'AstraZeneca, désormais le plus important du groupe, affiche une progression de 47% sur les neuf premiers mois de l'année et de 55% sur le marché Chinois.

# CESSION UPSA entre un Gros Allemand et un petit Italien

**D**u côté du laboratoire vendeur, rien ne filtre et les consignes de silence absolue, que l'on imagine aussi strictes que répétées dans ce type de projet, sont respectées à la lettre... Mais il semble que chez l'acquéreur potentiel, les fuites ne soient pas rares et que les « intervenants proches du dossier » cités en source des papiers publiés par les agences de presse soient en effet situés de ce côté-là du possible chèque. Ainsi donc et depuis quelques jours, le nombre de candidats au rachat d'UPSA, si l'on en croit les Reuters et autres Bloomberg, ne serait, chez les acteurs industriels du marché, plus que de deux. Si l'annonce finale ne devrait pas intervenir avant le mois de décembre, seuls l'Allemand Stada et l'Italien Angelini auraient passé le cap du dernier point d'examen et de négociations pour une vente qui pourrait, on le sait depuis plusieurs mois, se conclure à un montant proche du milliard d'euros, soit nettement moins que ne l'espérait, au tout début du processus, l'Américain BMS, propriétaire de la filiale basée à Agen. Si l'Allemand Stada est bien connu et qu'il apparaît d'ailleurs régulièrement dans ce type de négociations, bien décidé à élargir son empreinte en Eu-



rope, la candidature, visiblement retenue par BMS, du Transalpin est clairement une surprise. Angelini, conseillé sur ce dossier par BNP Paribas est totalement absent de l'hexagone (ce qui expliquerait son désir de mettre la main sur l'outil industriel que représente UPSA) mais ne génère, avec ses 6000 salariés qu'un CA de 1,6 milliard d'euros dont 50% provient du médicament. Autant dire que le raid mené sur le spécialiste français de l'antalgie nécessiterait d'importantes capacités étendues de digestion, au point que cette candidature, à première vue tout du moins, risque de ne pas rassurer les salariés actuels d'UPSA.

## STADA BIEN DÉCIDÉ À RASSURER LES SALARIÉS D'UPSA

Particulièrement intéressée par le dossier, la rédaction de notre confrère Sud Ouest a pour sa part fait de Stada (2,13 milliards d'euros de CA en 2017) le favori de la course et les contacts pris avec le groupe laissent apparaître une volonté de rassurer les équipes agenaises. Car ce qui inquiète chez Stada c'est le « village usine » dont dispose l'industriel en Serbie, là où le groupe candidat « peut fabriquer de manière indifférenciée des tas de médicaments ». Stada serait donc « soupçonné » par certains d'être prioritairement intéressé par la marque UPSA et son portefeuille de médicaments, la production pouvant être délocalisée, on l'imagine à moindre coût, du



## VITE DIT : Feu vert européen en vue pour Takeda - Shire

Selon plusieurs sources « proches du dossier » (c'est à dire interne au laboratoire, selon toutes vraisemblances), le groupe nippon Takeda serait en passe de recevoir le feu vert des autorités européennes pour le rachat de Shire, rachat qui, on s'en souvient, nécessitera la signature d'un chèque de 62 milliards de dollars mais devrait permettre au laboratoire japonais de faire son entrée dans le TOP 10 des big pharmas planétaires. Officiellement, la décision européenne ne devrait pas être connue avant le 20 Novembre.

côté de Belgrade. D'où cette précision, rapportée par sud Ouest et attribuée à une source proche des dirigeants de Stada : « Là-bas (en Serbie – ndlr), les lignes de production de médicaments effervescents sont limitées et déjà saturées. Stada a bien plus d'intérêt à maintenir l'activité sur les sites agenais qu' à la délocaliser. Il y a une expertise, un savoir-faire sur lesquels le groupe compte s'appuyer. Stada a besoin des capacités de production d'UPSA à Agen pour se développer. » Et visiblement en verve, l'informateur de nos excellents confrères d'ajouter : « Sur le plan des marges et des coûts fixes, une délocalisation ne serait pas

non plus pertinente sans compte les délais et les difficultés relatives aux autorisations de mise sur le marché et de déplacement de production. Stada souhaiterait au contraire, dans le cadre d'un rachat pour lequel il s'est positionné, y investir et faire de l'outil de production agenais un site important du groupe ».

#### DEUX FONDS ENCORE PRÉSENTS MAIS PIERRE FABRE A DISPARU DE LA LISTE

Probable que cet article va circuler de mains en mains dans les lignes de production d'UPSA en ce lundi main. Probable aussi que responsables syndicaux et pouvoirs pu-

blics en feront quelques copies par ailleurs imprimés sur papier lourd histoire de ressortir aux dirigeants du groupe les déclarations de leur « source » si jamais ces « engagements », qui n'en sont pas formellement, semblent un jour devoir être remis en question. Reste que au delà du groupe Italien Angelini et de l'Allemand Stada, deux fonds d'investissement semblent toujours en course, CVC Capital Partners et PAI Partners, présents au dernier tour d'enchères. Et qu'ainsi, le voisin Pierre Fabre dont on murmurait l'intérêt pour ce dossier, aurait donc décidé de jeter l'éponge.

## CUT GILEAD, lance les Soldes d'Hiver pour sa franchise HEPATITE C en France

Le laboratoire a attendu la publication du Journal Officiel pour prévenir la presse, transmettant ainsi son communiqué samedi matin, ce qui n'est pas si fréquent. Mais c'est donc « officiel » comme le nom du JO l'indique : Gilead baisse de 20% le prix de tous ses traitements indiqués dans la prise en charge de l'hépatite C, à savoir les Eplusa, Sovaldi, Harvoni et Vosevi. Le président de Gilead en France, Michel Joly précisait, dans le texte transmis aux médias que son groupe « est fier de montrer à nouveau son engagement continu pour parvenir à l'élimination de l'hépatite C en France. En 10 ans, grâce à la révolution thérapeutique apportée par les traitements à base de sofosbuvir, et la volonté de tous les acteurs, nous arriverons à réaliser en 2025 l'extraordinaire ambition d'éliminer de notre pays cette maladie potentiellement mortelle ». Cette annonce intervient alors que la prescription des traitements concernés devrait rapidement ne plus être réservée aux seuls praticiens hospitaliers spécialistes, ouverture espérée dès les premières semaines de 2019, et qui devrait permettre d'accélérer encore le processus conduisant à l'éradication de la pathologie. Selon le groupe, « 110 000 patients français seraient infectés par le virus de l'hépatite C, dont environ 75 000 l'ignorent ». D'où l'urgence d'un large dépistage, encouragé actuellement par la campagne #DuBruitContreL'HépatiteC portée par l'Association Française pour l'Etude du Foie (AFEF) et SOS

Hépatites mais que soutiennent (ce qui entre les lignes, signifie « financent », probablement intégralement ou presque) les laboratoires Gilead et AbbVie. Le même communiqué précise que « depuis 2014, les traitements de Gilead ont permis de traiter 1,7 millions de patients dans le monde dont plus 60 000 patients en France. Pour ces patients, les taux de guérison atteignent plus de 95% ».



CLIQUEZ SUR L'IMAGE POUR VOIR LA VIDÉO



Le patron de GILEAD, en France MICHEL JOLY, précise dans son communiqué que "epuis 2014, les traitements de Gilead ont permis de traiter 1,7 millions de patients dans le monde dont plus 60 000 patients en France". Ci contre, à gauche, la campagne réalisée par ERIC JUDOR

### VITE DIT : Allergan annule son chèque

C'est la loi des mauvaises nouvelles ! Ainsi en est-il de ce que le laboratoire Allergan a dû admettre la semaine dernière ! L'un de ses produits phares, le Restasis, qui génère quelques 1,4 milliard de dollars de revenus annuels pour le laboratoire, devrait en effet subir plus tôt que ne l'espérait ce dernier la concurrence des génériques. Si aucun concurrent n'a encore été validé par la FDA parmi les dossiers que l'agence a enregistré sur son bureau (dossiers déposés notamment par Teva, Mylan et la filiale de Pfizer, InnoPharma), une toute récente décision de justice a « cassé la validité d'un des brevets du produit, avançant donc la date fatidique de possible commercialisation d'une copie, en théorie tout

du moins, à la fin de l'année en cours alors qu'Allergan espérait disposer encore d'un an à 18 mois de rémunératrice solitude. Ainsi le groupe renonce à l'un de ses investissements majeurs planifié pour l'an prochain, une enveloppe de 200 millions de dollars qui devait profiter au site industriel dont le groupe dispose à Waco, dans le Texas, enveloppe prévue depuis près de deux ans et qui devait se traduire par l'embauche de 250 emplois. En lieu et place, c'est l'ensemble du réseau industriel d'Allergan qui devrait profiter d'un manne de 150 millions de dollars mais étalée sur trois ans et de l'embauche de seulement une cinquantaine de salariés là aussi répartis sur une quinzaine de sites.

# USA L'ex CEO de **CELGENE**, **BOB HUGIN** n'ira pas au Sénat, mais pas à cause de la Pharma

Il en est convaincu : ce n'est pas son passé de dirigeant de l'industrie pharmaceutique qui lui a coûté cette élection finalement remportée par Bob Menendez. Bob Hugin, l'ex CEO de Celgene, parti à l'assaut du Sénat Américain dans le New Jersey a été mardi dernier, largement battu, devancé de 9 points par son adversaire. Mais il a lourdement insisté, dans sa prise de parole, mardi soir, sur cette conviction : non son poste à la tête du groupe Celgene n'est pas la raison de cette défaite et ce malgré une véritable offensive publicitaire de Bob Menendez dont l'essentiel des 3,5 millions de dollars furent dépensés en spots de publicité dénonçant notamment la politique de prix mise en place par le laboratoire sous la direction de Bob Hugin. Un double bonus pour le sortant, pourtant empêtré dans de sombres affaires de corruption, mais qui voyait dans ce message la possibilité d'évoquer le sujet central de ces élections des midterms tout en attaquant personnellement son challenger. Il faut dire que, de son côté, Bob Hugin n'avait pas fait de ses qualités de manager et de dirigeants d'entreprise son principal argument électoral. Au point que son slogan premier n'était autre que « Send in a Marine », (En d'autres termes, envoyez un Marine au Sénat), faisant ainsi référence aux sept années passées par Bob Hugin

Selon plusieurs informations, non confirmées par le candidat, **BOB HUGIN** aurait investi 24 millions de dollars de sa propre fortune dans la course au Sénat. Probablement la défaite la plus "chère" de cette élection



dans l'un des corps d'élite de l'armée Américaine. « Notre industrie pharmaceutique et plus globalement, nos industries de santé sont les trésors de l'Amérique », a-t-il scandé sur la tribune de son QG de campagne devant ses supporters déçus. Notre économie et nos vies sont bien meilleures grâce à ces entreprises et la mauvaise image dont elles souffrent pourtant n'a rien à voir avec ma défaite, ce soir ». On pourra aussi comprendre que c'est là un des moyens pour le candidat défait de se réserver la possibilité de remonter à l'assaut

d'un autre siège à Washington : s'il avait estimé que ses fonctions à la tête de Celgene étaient en effet responsables de ce revers, n'importe quelle autre élection se serait heurté au même obstacle. Reste que, quoi qu'il en dise aujourd'hui, le contexte politique auquel était confronté le candidat n'était pas des plus favorables : ex patron de labo Républicain dans un Etat qui depuis des lustres vote Démocrate et alors que le prix des médicaments s'est imposé comme le sujet phare de ce scrutin.

## USA AGAIN Le Patron des Républicains annonce des Réformes sur le prix des médicaments

### VITE DIT : Sanofi très ambitieux pour la Chine

Profitant de la fermeture d'un important salon à Shanghai, le China International Import Expo, Jean-Christophe Pointeau, le patron de Sanofi en Chine a, dans un entretien au site d'informations Yicai, confirmé les ambitions du groupe français dans le pays, où il est présent depuis 1982 et compte aujourd'hui 9200 salariés. « Nous allons accéléré le timing des lancements de nouveaux médicaments et de vaccins sur la Chine » a-t-il précisé, estimant que l'objectif devait être de rattraper le retard par rapport aux États-Unis et à l'Europe quand au portefeuille de médicaments Sanofi disponibles localement. Ainsi, et d'ici 2025, le groupe hexagonal devrait mettre sur le marché Chinois 16 nouveaux produits, notamment dans l'univers de l'oncologie.

Il était déjà le « patron » de la majorité Sénatoriale, la quasi victoire des Républicains lors du scrutin de mardi dernier ne fait donc que confirmer la position du Sénateur du Kentucky, Mitch McConnell. Et c'est donc à lui que revenait le soin de fixer les grandes priorités des législateurs pour les années à venir. Ce qui fut fait, en fin de semaine dernière lors d'une Conférence de presse à Washington... provoquant probablement quelques sérieuses crises d'angoisse et autres épisodes de peur panique chez les dirigeants de la pharma mondiale. Et pour cause ! Résumées par la presse outre-Atlantique, la déclaration de Mitch McConnell comporte en substance deux points principaux : « On abandonne les projets de réforme ou d'abolition vis à vis de l'Obamacare, et on met le paquet sur le prix des médicaments ! ». Le leader de la majorité Sénatoriale compte bien, sur ce dernier point, trouver avec ses collègues Démocrates, des



axes commun d'actions pour faire valoir tout le bénéfice d'une action bipartisanne sur un dossier absolument prioritaire à ses yeux. Comme cela semble l'être d'ailleurs pour Nancy Pelosi, la Démocrate qui devrait présider la Chambre des Représentants et qui a de son côté annoncé « des projets législatifs très forts sur cette question ».

*une expérience santé pas comme les autres*

# L'EXPÉRIENCE SANTÉ



**experiencesante.eu**

PRODUIT PAR VISCERAL



# OTC Pour son VICKS, PROCTER prolonge sa campagne #TOUCHOFCARE

**D**epuis près de deux ans, Procter & Gamble a lancé la nouvelle image de son produit phare en OTC, Vicks avec une opération d'ampleur, baptisée « Touch of Care », et qui semble aujourd'hui couvrir les Philippines et l'Inde, les deux plus grands marchés de la marque en Asie. L'idée est aussi simple qu'ambitieuse : faire de la marque le symbole du soin mais aussi de l'attention à l'autre et même de la tolérance. Le tout illustré par des films retraçant des histoires vraies, avec il est vrai une dimension un tantinet mélodramatique très appréciée dans ces régions. L'opération, qui comporte également plusieurs campagnes locales de récoltes de fonds, très largement relayée sur les réseaux sociaux (partie gérée par l'agence MSL), vient de s'enrichir d'un quatrième film (deux pour l'Inde et deux pour les Philippines), d'une durée de 3 minutes 30 tout comme les trois premiers qui ont été très largement salués par la « critique » à l'occasion de plusieurs prix internationaux. La campagne a d'ailleurs été classée quatrième meilleure campagne mondiale de l'année dans le cadre des Sabre Awards (voir par ailleurs dans ce numéro).

## DES FILMS SIGNÉS PAR PUBLICIS

Le dernier opus, coordonné, comme les précédents par l'agence Publicis Singapour met en scène Nisha, « atteinte d'un trouble génétique cutané rare, l'ichtyose. L'adolescente raconte son parcours depuis son adoption jusqu'aux différents combats de sa vie quotidienne, où elle se retrouve confrontée aux préjugés et à l'ignorance des autres ». En commentant le lancement de ce quatrième opus, Maithreyi Jagannathan, qui pilote la marque pour cette région du Monde a estimé que « Vicks était désormais parfaitement légitime à élargir son territoire de marque et à aborder des sujets, l'adoption, la discrimination à l'égard des transgenres, qui ne sont pas directement liés au produit. Vicks est un symbole du soin au sens large du terme ». Plusieurs commentateurs ont souligné que cette performance attesté tant par les prix que par les études d'images réalisées dans la foulée de la campagne, cette performance, donc, est d'autant plus exceptionnelle qu'elle a été lancée alors même que le groupe P&G avait annoncé une baisse drastique de ses investissements dans la communication digitale de ses marques.



L'histoire de **NISHA**, jeune fille atteinte d'ichtyose, une rare maladie cutanée, est à l'origine du quatrième film de la campagne **VICKS - PROCTER & GAMBLE**, mise en ligne depuis quelques jours par l'agence MSL qui pilote les réseaux sociaux pour la campagne. Les films, comme le concept de cette offensive centrée sur l'**INDE** et les **PHILIPPINES** sont signés par **PUBLICIS SINGAPOUR**

## PALMARÈS La santé cartonne aux SABRE AWARDS

**T**he Holmes Report est probablement la source d'informations la plus irréprochable et la plus complète sur l'univers des médias, des RP, de la communication en général et de ses acteurs. Depuis plusieurs années, The Holmes Report publie les « Sabre Awards », la liste des 40 campagnes les plus marquantes au cours des douze derniers mois, tous secteurs d'activités confondus et quelque



soit l'origine géographique de l'initiative. Autre originalité de ces Sabre Awards, les 40 campagnes sont classées de la première, la plus remarquable à la quarantième, sans sous-catégorie ni pondération en fonction de la taille de l'Agence signataire ou de l'importance de l'annonceur notamment. La version 2018 de ces Sabre Awards vient d'être publiée et, de toute évidence, la Santé y occupe une place de choix, plusieurs laboratoires étant même présents dans ce Top 40 planétaire. Si Procter & Gamble décroche une superbe quatrième place avec ToucheOfCare (voir ci-dessus), l'opération « Life Uncensored », initiée par le groupe Américain Pfizer a fait l'objet d'une promotion intense sur certains pays tels que l'Afrique du sud notamment (voir

le site). L'initiative, qui se classe huitième, particulièrement ambitieuse, est pilotée par l'agence Ogilvy South Africa. Medtronic en mobilisant ses salariés après l'ouragan Maria décroche la 24ème place alors que le groupe Sunovion et son initiative en faveur des personnes de maladies mentales s'affiche à la 33ème position.



le site). L'initiative, qui se classe huitième, particulièrement ambitieuse, est pilotée par l'agence Ogilvy South Africa. Medtronic en



# AGENCE Avec **FAZE** et **MARK EVANS**, ex-PUBLICIS, HAVAS s'attaque aux essais cliniques

L'agence Havas Lynx, basée à Londres, l'un des vaisseaux amiraux du groupe Havas dans l'univers de la communication Santé a annoncé le lancement d'une nouvelle « boutique », Havas Lynx Faze, dédiée aux essais cliniques de l'industrie. Précisant que 80% des essais initiés par les laboratoires ne parviennent pas à recruter à temps le nombre de patients recherchés, Havas estime que les services de cette nouvelles structures seront sources d'économies importantes. Pour conduire Havas Lynx Faze, on a donc choisi de débaucher « du lourd » en la personne de Mark Evans, jusqu'alors en charge de l'innovation chez Langland, l'une des principales

.....  
Débauché de chez **LANGLAND, MARK EVANS** sera le pilote de la nouvelle structure Santé du groupe **HAVAS**  
.....



agences santé du réseau Publicis Health au sein de laquelle, justement, il a réussi à mettre en place une équipe dédiée aux design des essais cliniques. « Le projet de Faze est de changer radicalement la façon dont le secteur communique à destination des patients d'essais cliniques. Jusqu'alors cette communication



était dictée par les besoins de sites. Mais aujourd'hui, il faut remettre le patient au centre de cette stratégie de communication parce qu'un nombre très important d'essais tentent désormais de retenir son attention ». A l'actif du même Mark Evans, le lancement de « serious game » AIIR, destiné à « capturer » les participants à une vaste essais cliniques dans le respiratoire ainsi que la première opération de recrutement de patients via Facebook, en collaboration avec eClinicalHealth et Sanofi. Un investissement initial de 500.000 Livres a été annoncé pour les premières opérations de Faze.

## SPOT Au Québec, la splendide campagne de l'hôpital **SAINTE JUSTINE**

A Montréal, le CHU Sainte Justine est une institution, l'équivalent de l'hôpital Necker à Paris, exclusivement dédié aux enfant malades. Le centre Hospitalier qui, de longue date, s'est doté d'une Fondation, elle aussi très largement reconnue. Régulièrement, cette organisation communie vers le Grand Public avec quelques spots TV pour relancer les dons grâce auquel de nombreux projets internes sont financés. La version 2018 de cette campagne est diffusée sur les petits écrans Canadiens avec un film très remarqué par les communicants et autres commentateurs. Un film en noir et blanc dans lequel figurent exclusivement de « vrais patients » : « Le public québécois n'a jamais vraiment été confronté à



de telles images, note Marc Guilbault, directeur artistique de Lg2, l'agence locale, l'un des plus importantes de la place Québécoise qui a signé ce film. Nous voulions être transparents et vrais au maximum, sans jouer avec des enfants comédiens. Le tout sur un fond sonore très « français », la chanson de Michel Sardou, la « Maladie d'Amour », qui, en effet colle parfaitement aux images proposées. Attention, mouchoir indispensable ! A noter que le lancement de ce nouveau spot a été l'occasion pour la fondation d'annoncer le recrutement d'un nouveau porte parole, l'animateur TV Guy Lepage, généralement considéré comme le Thierry Ardisson du Québec, puisqu'il anime depuis 2004 la version locale de l'émission « Tout le Monde en Parle ». Le jeune fils de Guy Lepage a été soigné et sauvé à Sainte Justine.

de telles images, note Marc Guilbault, directeur artistique de Lg2, l'agence locale, l'un des plus importantes de la place Québécoise qui a signé ce film. Nous voulions être transparents et vrais au maximum, sans jouer avec des enfants comédiens. Le tout sur un fond sonore très « français », la chanson de Michel Sardou, la « Maladie d'Amour », qui, en effet colle parfaitement aux images proposées. Attention, mouchoir indispensable ! A noter que le lancement de ce nouveau spot a été l'occasion pour la fondation d'annoncer le recrutement d'un nouveau porte parole, l'animateur TV Guy Lepage, généralement considéré comme le Thierry Ardisson du Québec, puisqu'il anime depuis 2004 la version locale de l'émission « Tout le Monde en Parle ». Le jeune fils de Guy Lepage a été soigné et sauvé à Sainte Justine.

### AGENCES :

1783 CADRES DE LA PHARMA LISENT  
CHAQUE MATIN NOTRE QUOTIDIEN  
VOUS POUVEZ LES CONTACTER POUR  
MOINS DE 10 CENTIMES CHACUN :

[lalettrepharma@yahoo.fr](mailto:lalettrepharma@yahoo.fr)

### HÉPATITTE C - ABBVIE : UN "MAPPING" DE LA PATHOLOGIE MIS EN LIGNE

**MappingHepC.com**

Ce n'est ni une campagne unbranded ni une opération promotionnelle pour l'un des produits du portefeuille AbbVie dans cette pathologie. Mais un outil pour les acteurs engagés, outre-Atlantique, dans la prévention, le dépistage et le traitement de l'hépatite C. Un outil ob-



tenu à partir du croisement de multiples données analysées par les experts du laboratoire et que celui-ci souhaite donc mettre à leur disposition. Une sorte de « mapping » intelligent de la maladie, en quelque sorte. Etonnante démarche ! A visiter et à féliciter même si il est peu probable qu'une initiative similaire soit prise en France.