

PRESCRIPTION

SANTÉ QUOTIDIEN

**AUX USA, LA
PUB DTC RÉSISTE
POUR L'INSTANT**

**ALORS,
CE VACCIN ?
ON DOIT
Y CROIRE ...
OU PAS ?**



BON, ALORS CE VACCIN IL FAUT Y CROIRE OU PAS ?



S

i la surenchère continue, on peut logiquement s'attendre à ce qu'un des Big Pharmas lancés dans la course au vaccin contre le Covid-19 nous annonce, avant

la fin de la semaine, qu'il disposera de 200 millions de doses du précieux sérum avant le 14 juillet (histoire de garantir le défilé de nos soignants, sur les Champs Elysées et médailles sur le torse selon le fantasme désormais révélé de notre Président de la République). Car la

journée d'hier, lundi restera en effet marquée par plusieurs annonces et notamment celle du désormais ex-petit Moderna qui, selon le Wall Street Journal, a suffi, à elle seule, pour redonner le moral à tous les analystes de Wall Street. Le laboratoire annonçait en effet les premiers résultats partiels de son essai clinique sur le mRNA-1273, candidat vaccin auquel il faudra peut-être penser à donner un nom plus seyant si l'actualité continue de la projeter à la Une. Selon ces données, les 45 patients (âgés de 18 à 55 ans, trois doses différentes étant testées sur 15 patients chacune, le groupe des plus âgés devant être testés dans un second temps)

ayant participé à cette première phase ont tous développé les anticorps souhaités dans les deux semaines ayant suivies l'injection. Par ailleurs, les données plus précises de 8 patients, les seuls à avoir été décryptées de la sorte à ce jour, ayant reçus les doses les plus faibles ont affiché un taux d'anticorps protecteurs comparables à celui constatés chez les personnes ayant été touchés par le virus mais s'en étant totalement sortis. « On ne pouvait pas espérer de résultats plus positifs » à commenté le français Stéphane Bancel, qui pilote Moderna. Et ce d'autant qu'un seul cas d'effets secondaires a été rapporté sur les 30 patients



ayant reçus les doses les plus faibles, à savoir des rougeurs autour du point d'injection. Enfin, sur les 15 patients ayant reçus la dose la plus forte (250 mg, les deux autres doses étant de 10 et 100 mg), les effets secondaires constatés chez 3 patients sur 15 sont classiques dans le cas d'une vaccination à savoir fièvre, douleurs musculaires et maux de tête, ces effets ayant disparus rapidement selon le Chief Medical Officer de Moderna, Tal Zaks. Le calendrier initial de Moderna reste donc inchangé et la phase III, logiquement très attendue, devrait donc débuter en juillet. Mais Moderna ne fut pas le seul, au cours de ces dernières heures à en dire plus sur son programme. Des informations publiées dans les colonnes de Bloomberg (décidemment, l'agence est en forme en ce moment ...) le-vaient également un peu du voile qui recouvre l'ambitieux projet d'AstraZeneca. On sait depuis plusieurs semaines que le laboratoire d'outre-Manche, piloté par le Français Pascal Soriot, collabore avec la prestigieuse Université Britannique d'Oxford et ses meilleures équipes de Recherche pour la mise au point d'un candidat vaccin. Or et selon les propos du Secrétaire d'État aux Affaires, à l'Énergie et à la Stratégie industrielle, Alok Sharma, la mise en place d'un programme de production, qui bénéficie d'un important soutien financier du Gouvernement et notamment de la « U.K.'s Vaccine Taskforce », permettrait en cas de succès la fabrication de 30 millions de doses de son vaccin dès le mois de Septembre !. Et ce grâce à la construction d'un site industriel, à l'initiative de l'Université d'Oxford, de l'Imperial College et le la London School of Hygiene and Tropical Medicine, le tout financé par quelques 131 millions de Livres, somme d'ores et déjà versée par les pouvoirs publics Britan-

niques. C'est sur cette installation, dont les chaînes définitives devraient être en place à l'été 2021 mais qui sera supplée dans les mois à venir par une forme d'usine provisoire, que seront donc produits, si tout va bien les 30 millions de doses attendues. Mais Alok Sharma a été on ne peut plus clair : ces vaccins seront destinés aux patients Britanniques. A l'heure où nous écrivons ces lignes, on attend encore la missive de notre Président de la République s'insurgeant contre une telle disposition et demandant à ce que, comme en France évidemment, le vaccin en question soit un bien public, comme Emmanuel Macron l'a probablement souligné ce matin à Paul Hudson et Serge Weinberg, les CEO et Chairman de Sanofi qu'il recevait en son Palais. ! Mais publics aussi comme l'origine des 131 millions de Livres versés pour tenter de tenir cette promesse. Faisons à cet instant une petite pause : ce qui est encore plus troublant que les promesses elles-mêmes c'est bien qu'elle sont faites par très grosses entreprises, qui ont démontré leurs capacités d'innovation et qui sont surveillées de près par une myriade d'agences et de Watchdogs en tous genres, capables demain, s'il y a pas plus de vaccins que de cachets de Chloroquine miracles, de les étripier devant l'opinion publique, sinon pire, de les trainer en justice



EN PLUS

MONCEF SLAUI N'EST PLUS AU BOARD DE MODERNA ... MAIS CONSERVE SES STOCKS OPTIONS

Nous l'évoquions dans l'article publié hier quant à la mise en place, outre-Atlantique du programme dit Warp Speed et qui devrait permettre selon le gouvernement américain d'accélérer sensiblement la mise au point et la diffusion d'un vaccin contre le Covid-19. A la tête de ce programme en effet, tout du moins dans sa dimension scientifique, Moncef Slaoui, ancien patron du business Vaccin chez GSK mais qui se trouve également siéger au Board de l'ex petit Moderna, devenu en quelques jours et notamment depuis hier, une biotech phénomène. En effet, les premières données communiquées quant au candidat vaccin de la Maison ont permis à l'action du laboratoire dirigé par le français Stéphane Bancel de voir son cours multiplié par 4 en quelques semaines passant de moins de 19 dollars le 19 février dernier à désormais plus de 80 dollars. Moderna affichait hier une Capitalisation Boursière de près de 30 milliards de dollars ce qui, pour une entreprise qui n'a aucun produit sur le marché est historique. Or, s'il a bien démissionné du Board de Moderna, il y a quelques jours, pour prendre la tête du Warp Speed, semble bien décidé à ne pas se séparer de ses quelques menues actions obtenues dans le cadre de son mandat. Des actions d'une valeur, on imagine avant le bond d'hier, de plus de 10 millions de dollars. La révélation de cette information a immédiatement provoqué les protestations de plusieurs leaders du Parti Démocrate, notamment Elizabeth Warren, qui a exigé que Moncef Slaoui se mette en conformité avec les « règles morales les plus élémentaires ».



pable de faire rêver les investisseurs. Ainsi donc, à l'écouter, lui, mais en réalité tous ceux, Français, que nous avons pu entendre depuis 24 heures, une entreprise jouerait avec l'espoir de quelques milliards d'humains pour gonfler ses caisses. Et le tout de façon parfaitement publique et assumée par les dirigeants de la dite

émissions, entre les news provenant d'une part de Moderna, Pfizer, AstraZeneca, J&J ou Sanofi et de nombreux autres et, d'autre part, les KOL de la médecine hexagonale, on comprend finalement que cette collaboration tant espérée entre la Recherche publique et la Recherche privée est un fantasme et que les deux parties, quand elles se causent et échangent, doivent le faire j'imagine avec une méfiance absolue qui ne présage rien de bon quant à la réussite de leurs projets communs.

sous un prétexte quelconque, et ce même si le faux espoir n'est pas encore un motif de condamnation. On peut donc penser que ceux qui, chez Pfizer, Moderna, AstraZeneca, mais aussi Sanofi ou J&J, avancent ainsi devant la presse, de tels engagements dans de tels délais resserrés, on peut supposer, donc, qu'ils le font de manière parfaitement éclairée et crédible. Et que l'on pourrait donc sortir de tout ce marasme avant l'été 2021, Noël 2020 et même pourquoi, la prochaine rentrée scolaire ... en Grande Bretagne tout du moins. Mais alors, pourquoi, dans ces conditions, et en France notamment, tous les experts « publics » eux aussi, intervenant dans les médias jouent-ils les indécrottables « pisses froid » et continuent d'affirmer que dans 18 mois, soit fin 2021, nous serons tout juste capables de vacciner quelques chimpanzés et qu'il ne faut pas compter sur une déferlante de piqûres salvatrice avant l'été 2022 ? Hier, sur le plateau de « C'est à Vous » émission qui aujourd'hui joue les références en matière d'info sur le Virus et de caisse de résonance pour tous les experts publics, Gilles Pialoux, spécialiste des maladies infectieuses à l'Hôpital Tenon, ballait d'un revers de mains des informations, celles de Moderna, qui avaient fait la Une de tous les médias anglo-saxon depuis 12 heures ! A ces yeux, il s'agirait là d'un effet d'annonce de la part d'une biotech qui, comme toutes les biotechs a besoin de financement et d'une courbe à la corbeille ca-

entreprise qui risqueraient donc demain les foudres de l'enfer, et pourquoi pas de la Justice, pour avoir manipulé l'opinion. La preuve aux yeux de Gilles Pialoux, et des autres personnes présentes en plateaux : l'action de Moderna a explosé depuis quelques semaines ! Et le professeur de Tenon d'appeler au secours de sa prudence proclamée (pour ne pas dire méfiance) les souvenirs de ses travaux que le VIH et de ces nombreux projets et espérances de vaccins toujours déçus ... en oubliant au passage de souligner que malgré tout, et notamment grâce aux travaux des « privés » on ne meurent plus que rarement de la maladie et qu'il existe même un médicament de prévention dont l'efficacité ne peut pas être mise en cause. La thèse, presque unanimement adoptée par nos éminences médicales fait peur ! Si elle est vraie, alors en effet, certains d'entre-vous, chers lecteurs, seraient bien les salauds que vos meilleurs ennemis décrivent régulièrement. Si elle est fautive cela signifie donc que notre corps médical d'excellence ne peut croire qu'en la recherche publique et que toutes informations en provenance du « privé » c'est-à-dire de l'industrie, sont par nature, au mieux suspectes, au pire mensongères. Finalement, à entendre les uns et les autres, à constater le gouffre qui semble se creuser d'interventions en interventions, d'émissions en

..... COLLECTIF

BASSEL AMER PATRON DE INDIVIOR EN FRANCE POURRAIT FAIRE SON ENTRÉE AU CA DU LEEM

Nous vous en informions hier : Patrice Carayon, le patron du laboratoire Chiesi en France a décidé de renoncer au siège qu'il occupe au sein du CA du Leem, et ce pour des raisons d'agenda et de planning que nous développons dans notre précédente édition. Représentant, aux côtés de Pascal Brossard (Zambon France) la famille dite des « Nord-Sud » au sein de l'instance collective, c'est un autre patron de ce groupe qui doit donc lui succéder. Et selon nos informations, c'est Bassel Amer, actuel dirigeant de Indivior en France (mais aussi pour les pays Scandinaves et l'Europe du Nord) qui sauf surprise, prendrait la suite, à l'occasion d'une réu-



nion de famille dans les heures à venir. Passé par MSD en France puis Servier en Arabie Saoudite avant de piloter la stratégie d'AbbVie sur les marchés émergents, Bassel Amer a rejoint Indivior en 2016 et devrait donc siéger prochainement au CA du Leem.

Sur le plateau de FRANCE 5 hier, les espoirs de Vaccins ont été ballayés par les intervenants CLIQUEZ SUR L'IMAGE POUR VOIR





Les 'Chroniques de l'Après' éclairent les effets de la période bouleversante que nous traversons. Avec humilité et humanité, elles nous invitent à réfléchir, en tirer les enseignements, ouvrir de nouvelles voies. Par cet espace de libre expression offert à des acteurs du système de santé très variés, Madis Phileo contribue à la nécessaire redéfinition de certaines missions et pratiques des industries et du monde de la Santé. Prenons date pour ne pas oublier. Pour que ce qui ne doit plus être comme avant, change réellement.

(RE)DÉCOUVERTE DES HUMANITÉS

Les malades non-Covid ont-ils été relégués ?

Parmi d'autres.

Jean, 78 ans, BPCO stade 4 sous oxygène, voit son rendez-vous annuel avec le pneumologue annulé sans reprogrammation, sa réhabilitation chez le kiné suspendue. Il s'isole pour ne pas être contaminé, son état se dégrade progressivement, son médecin – en contact avec des patients Covid – le gère en téléconsultations, jusqu'à quand ? Que devient son espérance de vie hors Covid et le restant de sa vie mise entre parenthèses par crainte du Covid ?

**Dr ALAIN
GIACOMINO**

Bernard, 88 ans, en EHPAD, déjà 9 décès, sans visite depuis un mois, confiné dans sa chambre au troisième étage. On le retrouve un matin, défenestré. À son désespoir, s'ajoute celui du personnel et des soignants ; il augmente leur traumatisme. Les consignes des ARS avaient été suivies, d'autres – nées du terrain – les ont remplacées depuis.

Nicolas, 52 ans, marié, 2 enfants, a très mal au ventre. Il appelle

le 15 en pleine pandémie, interrogatoire ciblé Covid négatif, conseils d'attendre. Il appelle son médecin après 2 jours de peur de déranger. Il est hospitalisé en urgence, décède 2 jours après sans avoir pu dire adieu, ni que sa famille ait pu lui dire adieu.

Les questions : le passage par le 15 obligatoire et l'absence de numéro d'appel libéral pour les soins non programmés. Un système centralisé organisé autour d'un problème. Le prisme unique des soignants surbookés par la pandémie où elle existe, et le désœuvrement des autres soignants. Le relais médiatique centré sur la pandémie et les zones en état d'urgence. La perturbation des comportements induits et les risques immédiats, l'horreur et les conséquences de l'absence d'adieux.

Pour que cela ne se reproduise pas, il faut que les autorités, les médecins, les labos, les médias aient le souci de tous les malades, Covid ou non, dès le début et de façon équilibrée. ■

ALAIN GIACOMINO EST MÉDECIN GÉNÉRALISTE.
IL EXERCE À LA MSP DU VÉRON, 37420 AVOINE

PAROLE DES ÉLITES

Com de crise ou crise de com : le spectacle et la médiatisation

Jamais un gouvernement n'a autant communiqué sur des enjeux de santé publique : points de presse quotidiens, pédagogie sur les gestes barrière, explications sur le mécanisme de confinement, etc. Jamais un gouvernement n'avait osé avouer aux Français qu'« on ne sait pas tout sur un virus inconnu » et qu'il faut accepter cette ignorance inconfortable.

N'empêche : les volte-face sur les masques ont décrédibilisé l'ensemble du discours et, aujourd'hui, les Français sont les plus méfiants d'Europe vis-à-vis de leurs gouvernants.

Jamais le monde de la santé n'a autant communiqué dans les médias. Les scientifiques ont expliqué leur métier et la façon de mener des recherches bien conduites. Les professionnels de santé (pharmaciens, infirmiers, aides-soignants...) ont décrit leurs conditions de travail. Les « invisibles » (personnel d'EHPAD, auxiliaires de soins...) ont pris la parole. Jamais les médecins n'ont été autant invités par les télévisions, sous toutes les

formes : en plateau, en blouse blanche à l'hôpital, à leur domicile.

N'empêche : les Français ont entendu tout et son contraire – parfois dans la bouche d'un seul et même médecin –, d'où le sentiment d'une grande cacophonie.

Jamais un virologue, fût-il « l'un des meilleurs au monde », n'a autant communiqué sur Twitter et sur YouTube. Quitte à ne rien publier dans une revue scientifique. Quitte à s'affranchir de la contradiction de ses pairs. Quitte à refuser de partager ses données.

N'empêche : les Français l'adorent et une partie d'entre eux pense sincèrement qu'il est victime d'une cabale de ses confrères et des labos pharmaceutiques.

Cherchez l'erreur... ■

**VINCENT
OLIVIER**

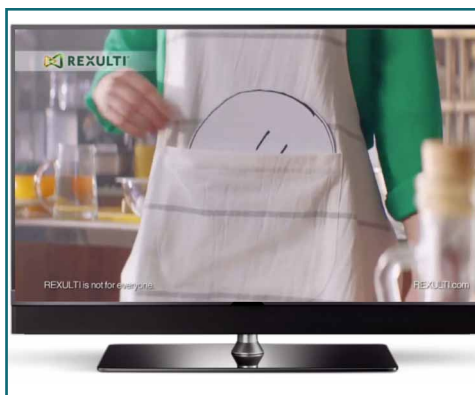
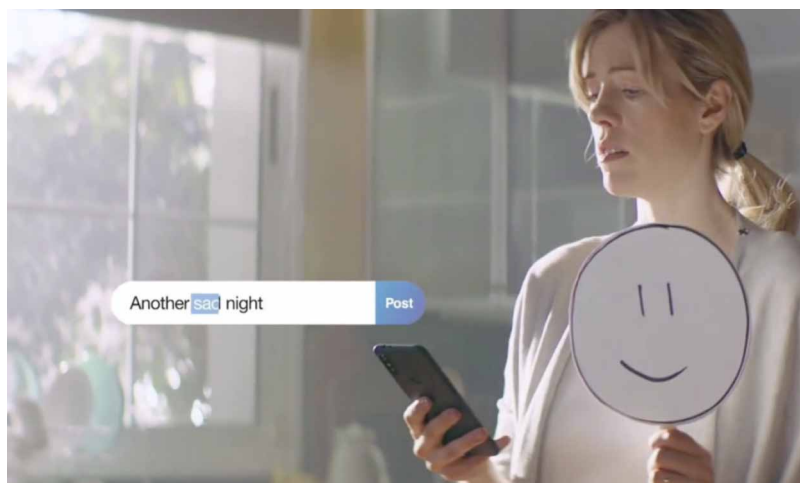
ANCIEN JOURNALISTE,
VINCENT OLIVIER DIRIGE LA SOCIÉTÉ DE CONSEIL RECTO VERSO

LABORATOIRES : PUBLICITÉ DTC

En Mars, la Pub **DTC** des **LABOS** aux USA résiste au syndrome dépressif

Tous les experts de la pub le prédisent : l'année 2020 sera difficile et même totalement sinistrée du côté de certains annonceurs tels que le tourisme et le commerce. Mais avec le début du confinement au mois de mars, même outre-Atlantique, on pouvait également s'interroger sur l'évolution des dépenses publicitaires de l'industrie du médicament, là où elle peut s'adresser directement au grand public, à savoir sur le marché US. Car deux tendances contradictoires s'affrontent. Tout d'abord, la retenue : comment communiquer « comme si de rien n'était », alors que tous les esprits sont focalisés sur le Covid-19, la question étant encore plus préoccupante pour les laboratoires qui, sur cette « sal ... de virus »

n'ont rien à dire ? Mais à l'inverse, et sachant que les audiences TV, aux US comme ailleurs, ont explosées, ne fallait-il pas tout mettre en œuvre pour que les pathologies chro-



Probablement convaincus que le confinement était un facteur de risque pour la dépression, **OTSUKA & LUNDBECK** ont produit un effort d'investissement en achat d'espaces publicitaires notable pour la diffusion du spot TV du **REXULTI**, antidépresseur du duo.

EN PLUS

EN FRANCE L'ACHAT MÉDIAS DEVRAIT PERDRE PRÈS DE 2,5 MILLIARDS D'EUROS CETTE ANNÉE

Pour la France, où les analyses concernant le strict secteur de la santé ne sont pas disponibles, on estime, selon l'UDECAM (Union des entreprises de Conseils et Achats Médias) que sur l'ensemble de l'année 2020, les investissements en achat d'espaces devraient attendre 2022 pour retrouver leurs niveaux d'avant la crise. Ainsi, sur 2020, l'UDECAM prévoit des investissements en pub TV en recul de 20% et de 28% pour la presse, la radio devant elle souffrir un peu moins à -13,4%. Soit une perte de valeur de 2,1 à 2,4 milliards d'euros. Mais ces chiffres sont conditionnés par les décisions gouvernementales espérées par le secteur, à savoir un crédit d'impôt sur les investissements de communication. Rappelons à toutes fins utiles que pour la pharma, c'est pour l'instant la situation inverse puisque les dépenses promotionnelles font l'objet d'une taxe longtemps dite exceptionnelle ... l'exception étant ici destinée à durer. Quant aux activités de communication au sens le plus large du terme, événementiel compris, elles devraient, selon l'AACC (Association des Agences conseils en Communication) s'afficher, sur l'année en recul de 25% !

niques ne soient pas oubliées ? Et visiblement, sur ce mois de mars au moins, c'est bien la seconde stratégie qui a été retenue. En effet, et alors que les 10 produits les plus soutenus en espaces TV cumulaient, sur le mois de février, un investissement global de 149 millions de dollars, le chiffre de ce mois de mars s'affiche en progression, certes modeste, (et que l'on attendait peut-être plus forte, traditionnellement), mais en progression malgré tout ! Avec 156 millions de dollars en effet, les labos n'ont pas enfoncé les cerveaux des commerciaux de chaînes dans la plus intense dépression. Comme à son habitude, Abbvie a même fait leur bonheur : sur les trois produits phares du groupe, tout du moins en matière d'achat d'espaces, le laboratoire US cumule en effet un investissement global de près de 56 millions de dollars pour ces trente jours.

UNE CAMPAGNE EN PLUS

QUAND L'AGENCE MCCANN HEALTH OSE MASQUER LA GRANDE DAME

Andrew Cuomo, le Gouverneur de l'Etat de New-York a suggéré il y a quelques jours à peine que les agences de publicité de la ville participent à une compétition informelle afin de réaliser un spot, une affiche, un slogan capable de sensibiliser les habitants de Big Apple au port du masque. Nous avons « attrapé au vol » la proposition rendue par une des Agences santé concurrente, McCann Global Health qui a décidé de protéger la plus « célèbre habitante de la ville ».

[CLIQUEZ SUR L'IMAGE POUR ACCÉDER AU SPOT](#)





Avec 11,8 millions de dollars sur le Skyrizi, près de 19 millions sur le Rinvoq et comme toujours leader, plus de 25 millions sur l'Humira, AbbVie poursuit en ligne droite sa stratégie de substitution du dernier (qui attend ses génériques Américains pour 2023), par les deux premiers. Et s'en donne donc, publiquement parlant, les moyens. La plupart des annonceurs et des produits s'affichent en quasi stabilité (20,7 millions pour le Trulicity de Lilly contre 19 millions en Février, 18,8 millions pour le Descovy de Gilead contre 18 millions un mois plus tôt et 10 millions contre 12,7 pour l'Ozempic de Novo Nordisk). On pourra cependant noter deux progressions importantes et probablement circonstancielles. En cette période en effet, on pouvait craindre une montée en puissance du syn-

drome dépressif. D'où l'effort fait par Otsuka et son partenaire Lundbeck dans la promotion de l'antidépresseur Rexulti qui bénéficie d'un espace publicitaire cumulé d'une valeur de 15,5 millions de dollars contre 11 un mois plus tôt. Par ailleurs, on pouvait imaginer que le confinement, même partiel, des Américains, risquait de saper les efforts de ceux qui étaient candidats à l'arrêt du tabac. D'où la montée en puissance des sommes consacrées à la publicité DTC du Chantix de Pfizer qui s'est offert 11 millions de dollars en espaces sur ce mois de mars, le produit ne figurant pas dans le TOP 10 en Février. L'occasion pour le labo d'offrir à la saga de ses spots « Dinde » une diffusion complète. En cette période un peu d'humour ne fait pas de mal !



La saga de la Dinde **CHANTIX (CHAMPIX EN FRANCE)** est désormais riche d'une demi-douzaine d'épisodes tous plus réussis les uns que les autres. En voici trois. Le laboratoire **PFIZER** a décidé de faire porter son effort publicitaire durant cette période où le confinement et l'angoisse étaient peu favorables à l'arrêt du tabac.

CLIQUEZ SUR LES IMAGES POUR VOIR LES SPOTS

LABORATOIRES : COVID 19 EN FRANCE

GSK : 3 ENTITÉS, 300.000 EUROS, 3 DONS

Si nombre de laboratoires sont investis dans certains des centaines d'essais cliniques menés sur de potentielles candidats traitements ou candidats vaccins contre le Covid-19, et si, parfois, certains de ces essais sont conduits partiellement en France, il s'avère que, n'en déplaise à notre Ministre de la Santé qui voit la France comme la championne du Monde des essais cliniques, l'essentiel de ces décisions sont dépendantes du « Global » et que, sauf quelques rares exceptions, le Global n'est que rarement dans l'hexagone. Il est donc important, essentiel, même, pour les filiales France des géants de la pharma de s'engager en de multiples façons, pour tenter à l'échelle du pays d'apporter une ou plusieurs pierres. Nous avons vu, il y a quelques jours, que Janssen et le groupe J&J avaient dressé un premier inventaire des actions menées dans

l'hexagone. Au tour cette semaine de GSK qui a lui aussi multiplié les initiatives et qui, logiquement, tente désormais de le faire connaître ! Ainsi, une somme de 300.000 euros a-t-elle été mobilisée, par les différentes entités du laboratoire en France (GSK Pharma, santé Grand Public et les 3 sites de production et ViiV Healthcare), somme répartie entre trois principales missions et associations. 200.000 euros ont ainsi été donnés à la Fondation de France, dans le cadre de l'alliance « Tous unis contre le virus », pour soutenir les associations de proximité qui aident au quotidien les personnes les plus vulnérables (personnes âgées, isolées, en situation de précarité ou de handicap, ou souffrant de maladies psychiques). Par ailleurs, 50.000 euros ont été dédiés à la Protection Civile, fortement touchée, économiquement depuis le début de la Crise. Enfin, 50 000 euros seront versés par le Laboratoire à L'ENVOL, association dont le groupe est membre historique et donateur, depuis sa création il y



a vingt ans. « La mission de L'ENVOL est d'accompagner les enfants malades et leur famille en proposant des séjours adaptés et des programmes éducatifs afin de lutter contre l'exclusion liée à la maladie ». Dans un communiqué, Josephine Yang Comiskey, (notre image ci-dessus) Présidente de GSK France soulignait que le laboratoire « est très heureux de renouveler son soutien à L'ENVOL, et remercie en particulier tous les bénévoles qui égayent le quotidien de ces enfants malades et de leurs proches ».



CE SERA LE BON TEMPS

La qualité primera sur la quantité.

Le sens du contact remplacera le nombre de contacts.

Rester connecté voudra dire être captivé.

Notre Agence est prête.

SANTÉ & SONDAGE

LES EFFETS DE LA CRISE ? UN TIERS DES FRANÇAIS CROIENT DÉSORMAIS AU GRAND COMLOT DES VACCINS DANGEREUX

En ces temps de surabondance médiatiques, l'information nous avait échappée ! En parcourant la sélection hebdomadaire des articles publiés par le site Egora, elle nous a été utilement remise en mémoire. Utilement ? Finalement, je ne sais pas, tant les résultats de ce sondage réalisé pendant la crise du Coronavirus par la fondation Jean Jaurès et l'association Conspiracy Watch (du 16 au 19 mars dernier, par l'Ifop sur 1007 personnes), tant ces résultats, donc, sont effrayants. Cette étude est une réalité le troisième volet d'un programme plus vaste, déjà évoqué dans nos colonnes et qui tente d'évaluer et de décrypter « l'implantation » des thèses complotistes chez nos concitoyens. On sait que les français en sont plus friands que n'importe qui au Monde. On s'aperçoit ici que la période d'angoisse dans laquelle nous vivons a pour effet de surligner le phénomène. Comme le souligne Chloé Morin, experte associée à la Fondation Jean-Jaurès, dans les colonnes d'Egora : "A l'heure du coronavirus et du confinement, tous les ingrédients sont réunis pour accélérer la propagation de rumeurs toujours plus folles et en accroître la crédibilité auprès d'un public inquiet, peinant à donner sens à des événements que nous aurions jusqu'à il y a peu jugés proprement impensables et impossibles". Donner sens ? Incroyables en effet, certains chiffres de cette étude, confirme que nos compatriotes sont prêts à se laisser embarquer vers des thèses les plus surréalistes, et en masse de surcroît. Ainsi, à la suggestion selon laquelle "le ministère de la Santé est de mèche avec l'industrie pharmaceutique pour cacher au grand public la réalité sur la nocivité des vaccins", ils sont moins d'un

français sur deux à affirmer ne pas croire à ce complot (48% de « pas d'accord » mais seulement 27% de « pas du tout d'accord » et 21% de « pas vraiment d'accord »). A l'inverse, un tiers de nos concitoyens sont « d'accords » avec cette supputation. Et ils sont encore 19% d'hésitants, à, donc, ne pas se prononcer. Comme nous l'écrivions récemment, une autre étude semble démontrer que si un vaccin contre le Coronavirus était mis au point et proposé, 25% des Français en refuseraient l'injection. Et bien moi je dis que si cette folie complotiste, contre les vaccins notamment, est un fléau absolu, il convient d'attendre un peu avant de s'y attaquer. Ainsi, et comme dans les premiers temps la production du sérum anti-Covid-19 ne sera pas chose facile, le refus de ces abrutis là évitera peut-être que nous soyons en rupture d'approvisionnement ! Qu'ils restent confinés entre eux, nous nous retournerons, piqués et protégés, manger et boire entre amis à la terrasse de ces restaurants qui nous manquent tant !

egora.fr

français sur deux à affirmer ne pas croire à ce complot (48% de « pas d'accord » mais seulement 27% de « pas du tout d'accord » et 21% de « pas vraiment d'accord »). A l'inverse, un tiers de nos concitoyens sont « d'accords » avec cette supputation. Et ils sont encore 19% d'hésitants, à, donc, ne pas se prononcer. Comme nous l'écrivions récemment, une autre étude semble démontrer que si un vaccin contre le Coronavirus était mis au point et proposé, 25% des Français en refuseraient l'injection. Et bien moi je dis que si cette folie complotiste, contre les vaccins notamment, est un fléau absolu, il convient d'attendre un peu avant de s'y attaquer. Ainsi, et comme dans les premiers temps la production du sérum anti-Covid-19 ne sera pas chose facile, le refus de ces abrutis là évitera peut-être que nous soyons en rupture d'approvisionnement ! Qu'ils restent confinés entre eux, nous nous retournerons, piqués et protégés, manger et boire entre amis à la terrasse de ces restaurants qui nous manquent tant !

C'EST FAIT !

twitter

PRESCRIPTION SANTÉ
débarque sur TWITTER

Dès 8h00 le matin découvrez les quatre principaux titres de notre édition du jour
ABONNEZ VOUS [EN CLIQUANT ICI](#)

PROMO

UNE JURISTE NOMMÉE À LA TÊTE DE B BRAUN EN FRANCE

Entrée dans la maison en 2013, tout d'abord comme Directrice Juridique puis, à compter de 2017, à la tête de l'activité locale puis globale, dédiée aux patients atteints d'insuffisance rénale (B Braun Avitum), Christelle Garier-Reboul succède en ce mois de mai à Marc-Alexander Burmeister, désormais des activités du groupe en Allemagne. Rappelons que les activités hexagonales de B. Braun en France regroupent notamment 5 sites industriels et 18 centres de dialyse, employant plus de 2 000 collaborateurs, ce qui fait de « la France l'un des 5 principaux pays d'implantation de B. Braun dans



le monde » selon le communiqué de l'entreprise. Titulaire d'un Master en Droit international des affaires obtenu en 2000, Christelle Garier-Reboul débute une carrière de juriste à Marseille. Après sept années passées au sein du navigateur CMA-CGM avant d'occuper des postes de Responsable Juridique dans les secteurs des ressources humaines (ADECCO) et de l'industrie (3M). Puis, donc d'intégrer B Braun il y a sept ans.

À NOS CHERS LECTEURS

PRESCRIPTION SANTÉ, DEUX FOIS CHAQUE JOUR, C'EST BEAUCOUP !

Nous testons actuellement ce qui devrait être très prochainement notre nouvelle plateforme d'envoi pour votre quotidien préféré. Une nouveauté loin d'être anecdotique qui vous offrira notamment une lecture plus agréable de Prescription Santé, mieux adaptée aux supports mobiles et qui, malheureusement pour certains, interdira désormais les « piratages » et renvoi de notre journal à quelques lecteurs non abonnés ! Ce test actuel nécessite que, pour être certain de ne pas « louper » l'un d'entre vous, vous receviez en ce moment et pour encore quelques jours, deux envois quotidiens de Prescription Santé. Nous nous en excusons donc. Deux fois !

RESEAUX SOCIAUX, DIGITAL

LES USAGES CHANGENT, LES FORMATS S'ADAPTENT



RCA Factory est une agence de communication digitale spécialisée dans la santé et l'industrie pharmaceutique.

Notre mission est de vous accompagner dans vos prises de parole auprès des professionnels de santé, des patients, des aidants dans les sphères digitales, en particulier sur les réseaux sociaux.



INSTAGRAM LIVE

Inviter des influenceurs santé pour échanger avec vos communautés de patients ou de professionnels



FACEBOOK PREMIERE

Créer de véritables émissions interactives pour valoriser vos KOLs (Key Opinion Leaders)



POSTS SONORES

Revisiter la puissance de la radio à l'heure des réseaux sociaux, en format court ou long



INTERVIEW "FACECAM"

Faire témoigner à distance dans un format habillé et qualitatif les patients et les professionnels de santé

Revisitez vos modes d'interactions avec les professionnels de santé et les patients grâce à RCA Factory

Nous contacter : lafactory@rcafactory.com



www.rcafactory.com

POTRON MINET

FRANCE INTER : DRÔLE DE RÉVEIL, CE MARDI POUR LE MÉDICAMENT

DVoilà un modèle ! Un véritable modèle ! Le modèle absolu d'un entretien conduit par une journaliste, Mathilde Munos, qui n'a de toute évidence rien préparé de son sujet et qui donne la parole à une supposée experte qui va accumuler les platitudes et les erreurs sans oublier quelques pseudos-vérités téléguidées par des convictions visiblement bien ancrées



et que cette invitée, l'économiste Nathalie Coutinet, catapultée « spécialiste des stratégies des firmes pharmaceutiques » sur le site de France Inter. Des convictions vite devinées lorsque notre économiste affirme que l'Europe a la conviction d'un Médicament naturellement « bien public » par nature alors que les Etats-Unis, où il n'existe que des assurances privées (Medicare et Medicaid ont dû être supprimés dans la nuit et on ne m'aurait pas prévenu ?) ont, les méchants, une conception capitaliste totale. Une pantalonnade de près de 10 minutes, heureusement diffusée vers 6h20, horaire auquel seuls quelques Rédacteurs de Prescription Santé sont éveillés. Ce matin la radio de Service public n'a pas vraiment rendu un grand service au public ni à l'intelligence ni à la connaissance.

POUR ACCÉDER À L'ENTRETIEN CLIQUEZ SUR L'IMAGE CI-CONTRE À GAUCHE

UN DESSIN MIEUX QU'UN LONG PAPIER

Il y a quelques jours, nous évoquions dans nos colonnes la communication, pour le moins précipitée, du patron de l'AP-HP, Martin Hirsch au sujet d'une étude clinique en cours au sein des établissements parisiens. Et nous supposons grâce à quelques indiscretions internes que que cet emballement à « parler pour ne presque rien dire » avait surtout comme motivation le désir de ne pas laisser le champ libre au seul Professeur Marseillais Didier Raoult. Visiblement un des dessinateurs du Canard enchaîné a fait la même analyse... Irrésistible !



UN DESSIN MIEUX QU'UN LONG PAPIER

RÉMY TESTON SUR LE PLATEAU DE FABIEN GUEZ



Influenceur et expert incontesté en matière de Digital Santé, Remy Teston était, samedi dernier, l'invité de Fabien Guez sur le plateau de BFM Business et Check Up Santé. L'occasion de s'interroger sur la conséquence de la crise du Covid-19 sur la Digitalisation de la Santé.

CLIQUEZ SUR L'IMAGE POUR VOIR L'ÉMISSION

ON LINE

CONFINÉE, RCS FAIT PLANCHER EN IMAGES SES ANCIENS INVITÉS

L'association RCS qui réunit près de 200 Communicants des entreprises de santé et de quelques grandes institutions du secteur ne peut plus, pour l'instant tout du moins, proposer ses déjeuners débats et autres After Work au cours desquels et depuis des années elle propose à des figures du secteur de plancher sur les thématiques de la Communication Santé devant les adhérents de l'organisation. Pour malgré tout occuper le terrain



et continuer de faire vivre le collectif, RCS a eu l'excellente idée de proposer à ceux qui avaient été les invités de ces rendez-vous, de se saisir de leur smartphone et de répondre en images à cette petite question « Dans le contexte du confinement dû à la pandémie COVID 19, quels sont vos enjeux et vos solutions, en termes de communication ? ». Le tout en deux ou trois minutes chrono ! Ainsi, chaque semaine, RCS mettra en ligne sur son site la « production » d'un de ses invités d'hier ou d'avant-hier, en attendant de pouvoir réunir de nouveau et physiquement tous ses fidèles. Nous vous informerons chaque semaine de la mise en ligne d'un nouvel entretien et nous vous proposons dès aujourd'hui d'accéder aux quatre premiers, à savoir de haut en bas, et de gauche à droite, les réponses de Jean-Carles Grelier (Député de la Sarthe), Gérald Kierzek, Urgentiste et Editorialiste médical sur TF1 et LCI, Gérard Raymond, l'actuel Président de France Assos Santé et Gilles Bonnefond, Président de l'Union des Syndicats de Pharmaciens d'Officine (USPO). **POUR ACCÉDER À LA VIDÉO, CLIQUEZ SUR LES IMAGES CI DESSUS**

