

La Nuit des Caducées

3^{ème} Edition

Dossier de candidature



Leem

Saga témoignages Patients

Lancement de la campagne le 12 avril 2021

leem
les entreprises
du médicament

Contexte

L'image générale des entreprises du médicament s'améliore sous l'effet « Covid-19 » d'après la dernière enquête Ipsos pour le Leem, fin 2020.

Le progrès thérapeutique bénéficie de cette amélioration générale mais reste insuffisamment attribué au secteur.

Le Leem s'est donc engagé dans un programme de valorisation de la contribution du secteur à la santé et au progrès thérapeutique, au bénéfice des patients.

L'approche retenue consiste à illustrer concrètement ce que les entreprises du médicament apportent au travers de leurs traitements en faisant témoigner les patients eux-mêmes, au travers d'une série d'interviews-vidéos popularisées sur les réseaux sociaux du Leem. (Twitter, LinkedIn, Facebook et Instagram)



Parce que la vie continue



Cible et objectifs de la campagne

Les cibles de la campagne

Grand public

Secteur pharma

Eco-système de patients

Les cibles principales de la campagne étaient le grand public et les patients, le secteur pharma également qui nous a apporté de nombreux relais qualifiés.

Bible et objectifs de la campagne

Le positionnement :

- Registre humain, authentique, émotionnel, simple, positif.
- Les interviews de patients sont filmées sous forme d'« instants de vie », gagnés grâce aux avancées dans les traitements.
- Ils sont filmés avec leurs proches, leur famille, leurs amis...
 - C'est aussi un symbole : la maladie ne s'affronte pas seul...
 - La présence de l'entourage est indispensable aussi pour montrer qu'un malade reste une personne active et n'est pas marginalisée.

Mise en œuvre et réalisation

Le plan d'activation de la campagne :

- Création d'une bande annonce et de 9 vidéos témoignages avec un prestataire externe
- Création d'une page dédiée pour héberger le contenu <https://www.leem.org/patients-temoignages>
- Déclinaison du storytelling de la campagne sur les réseaux sociaux du Leem
- Plan de sponsorship sur les réseaux sociaux pour rendre plus visible les témoignages
- Plan de sensibilisation des associations de patients pro-leem pour assurer la viralité du contenu
- Plan d'activation du secteur pharma pour de meilleurs relais du contenu



The screenshot shows the Leem website with the following content:

leem
L'Association Française
du Médicament

in | | | | | | | | |

Parce que la vie continue

Chaque jour, ils se battent. Chaque jour, il relève le défi d'une vie quotidienne, entourés par leurs proches et des amis qui partagent leurs passions. Ils témoignent de ces instants lumineux.



Un combat de tous les jours

Chaque jour, ils se battent. Chaque jour, à force de volonté, ils déjouent les pronostics. Refuser ce que les contraintes de leur corps leur imposent et trouver des moments de plaisir pour ne pas se laisser dicter leur quotidien par la maladie. Ces témoins d'une vie bouleversée par la maladie nous font partager leurs instants de vie qu'ils veulent positifs, jour après jour. Leur histoire nous rappelle aussi le rôle essentiel du médicament dans la lutte contre la maladie.

Partager | | | | |

Mise en œuvre et réalisation

- Nous avons sponsorisé chaque vidéo témoignage sur tous les réseaux sociaux du Leem en ciblant les jeunes, étudiants, diplômés, associations de patients, l'écosystème de la pharma et de la santé.
- Pour chaque vidéo témoignage, nous avons décliné un chiffre clé en lien avec la maladie. Nous avons diffusé ces visuels sur tous nos réseaux sociaux.



Résultats

- La campagne est un **grand succès au niveau de la visibilité** avec plus de **5.8 millions** de vues générées pour l'ensemble des témoignages.
- Les témoignages ont généré de **nombreux engagements et relais qualifiés** d'acteurs du monde de la pharma, souvent spécialistes des maladies concernées, mais également d'associations de patients.
- La campagne a été **très bien accueillie** sur toutes les plateformes, avec des **commentaires très positifs**. Les internautes expriment leur admiration devant la force et le courage des patients. D'autres internautes, également patients, s'identifient aux différents témoignages et s'expriment à leur tour en commentaire.
- **Facebook est la plateforme la plus performante** et rassemble près de 65% du total des vues et engagements.

Résultats

5.88M Vues pour l'ensemble des témoignages

17.3k Engagements

13.6k likes

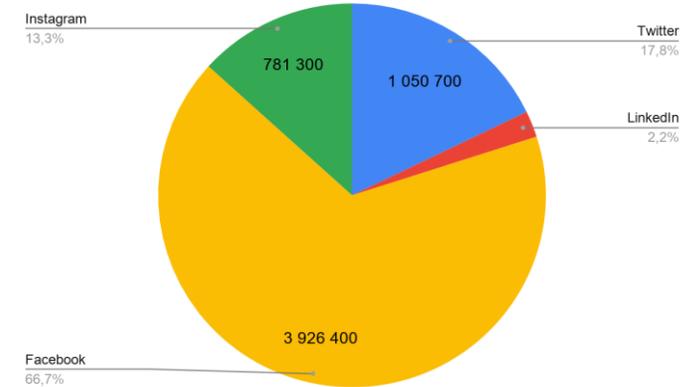
2.9k partages

De nombreux commentaires très positifs

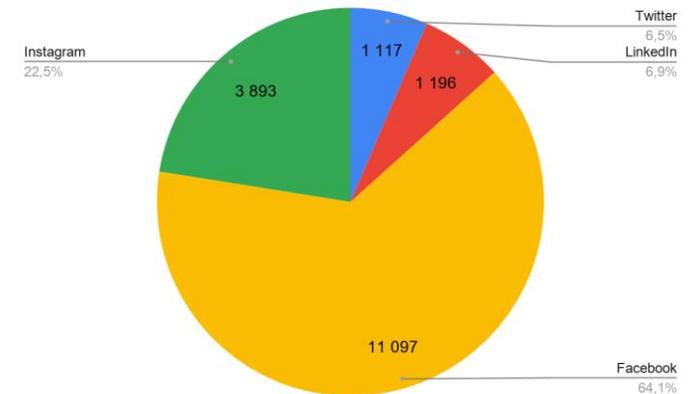
Landes Les
Bravo madame gardé votre courage. Je vous admire pour cela 🥰❤️🌹🌹🌹🌹
J'aime · Répondre · Envoyer un message · 3 sem

Mag Mômes
Votre témoignage inspirant force le respect... Bravo madame !
J'aime · Répondre · Envoyer un message · 3 sem

Part et nombre de vues sur les plateformes



Part et nombre d'engagements sur les plateformes



*Pour plus d'informations, n'hésitez pas
à nous suivre sur nos réseaux sociaux*



www.lescaducees.fr



Les Caducées ESCP



Les Caducées



Les_Caducées_Escp



Les Caducées ESCP



AMT | ANDREW MAC THOMAS
executive search & assessment



PRESCRIPTION SANTÉ QUOTIDIEN

egora.fr
GLOBAL MEDIA SANTE

Healthmedia
UNE SEULE SANTÉ PREMIER GROUPE MEDIA OMNICANAL

Pharmacien
MANAGER