



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

- 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)
- Effet modérateur de l'âge selon la luminosité de l'apparence colorée d'un site web marchand, **J.É. Pelet**, **W. Yangui** (SupAgro Montpellier)

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:

- 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 :

- 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)
- Les déterminants de l'usage des TIC par le médecin, **Z. Bousnina** (FSEG Tunis)

Atelier Marketing Social, Workshop Social Marketing :

- 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.Gallopei-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:

- 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 libreaccès en pharmacie, **D. Wallet-Wodka**, UPMC Paris

Atelier structures de soins, Workshop Healthcare Structures :

- 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)

Atelier Marketing Social, Workshop Social Marketing:

- 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 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 Roundtables Health industries 2: Customer orientation

- Le CRM dans l'industrie pharmaceutique, **F Pelen** ex-Vice-Président Pfizer
- Coaching du patient par le MG, **Sanofi Aventis**, (intervenant à préciser)
- 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, **Carine Emsellem**, Global Health Affairs Director Danone
- Marketing Affinitaire : marché de la complémentaire santé, **C. Cahn**

Tables rondes Structures de Soins : 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

Tables rondes Marketing social :
Rountables Social Marketing :

- Comment mesurer l'impact des campagnes de prévention ? **P. Ardwiseon**, Directeur des affaires scientifiques INPES
- Campagne Ville en cendres : bilan, **E. Béguinot**, directrice du comité national contre le tabagisme
- Lutte contre l'obésité, le programme EPODE, **S. Raffin**, LinkUp 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

18h

Synthèse et Conclusion



1^{ère} Journée Internationale du Marketing Santé

Jeudi 25 Novembre 2010

IAE de Lille, Université de Lille 1



HEC MONTRÉAL

EDHEC BUSINESS SCHOOL



BULLETIN D'INSCRIPTION

Mme ou Melle

Mr

Nom :

Prénom :

Téléphone :

Mobile :

e-mail :

Statut :

Professionnel

Enseignant-Chercheur

Etudiant

Membre AFM

Adresse de facturation : (si différente adresse professionnelle).....

.....

Adresse professionnelle :

.....

Code postal : Ville :

Pays :

Choix Atelier : Industries de Santé , Structures de soins , Marketing Social

Choix Tables Rondes : Industries de Santé 1 , Industries de Santé 2 , Structures de soins , Marketing Social

NB : Ce choix n'est qu'indicatif afin de nous permettre d'organiser les sessions



FRAIS D'INSCRIPTION

L'inscription à la JIMS comprend :

Les actes des JIMS qui seront fournis sur support électronique, le déjeuner et les pauses selon l'option. Les frais d'hébergement et de déplacement ne sont pas inclus:

Option 1 : Droits d'inscription + actes + déjeuner et pauses :

- Auditeur professionnel 200 euros,
- Auditeur académique 120 euros,
- Membre de l'AFM 75 euros,
- Auteur ou co-auteur 75 euros,
(Sessions académiques ou tables rondes)
- Ancien étudiant MESS 75 euros,

Option 2 : Réservee aux doctorants et étudiants (fournir une pièce justificative)

- Droits d'inscription + actes + pauses 50 euros

Majoration de 50 euros sur tous les tarifs pour paiement après le 4 Novembre 2010

Date :	Signature :
--------	-------------

Mode de paiement choisi :

Chèque bancaire à l'ordre de : ADEM SANTE PLUS ASSOCIATION (à utiliser de préférence)

Virement bancaire (frais à la charge du donneur d'ordre) au profit du compte suivant :

ADEM SANTE PLUS ASSOCIATION
BNP Paribas, Agence Lille Métropole (00515)
RIB : 300004 00515 00010357558 07
IBAN : FR76 3000 4005 1500 0103 5755 807
BIC : BNPAFRPPLIL

Bon de commande adressé à l'IAE de Lille (date limite le 04 Novembre 2010)

Merci d'envoyer le tout par voie postale avant le 4 Novembre 2010 (avec chèque et bon de commande) à l'adresse suivante :

IAE de Lille
Département Recherche, Congrès JIMS
Catherine Carlier
104, Avenue du Peuple Belge
59043 Lille cedex
France

Pour tout renseignement concernant le paiement : Mme C. Carlier +33 (0)3 20 12 34 44



**1st Health Marketing
International Day**
Thursday 25th November 2010
IAE of Lille, Lille 1 University



HEC MONTRÉAL

EDHEC
BUSINESS SCHOOL



REGISTRATION FORM

Ms. or Miss

Mr.

Surname:

Name:

Phone:

Mobile:

e-mail:

Status:

Professional

Lecturer-Researcher

Student

Member of AFM

Billing Address (if different from work address).....

.....

Work address:

.....

Postcode: City:

Country:

Choose the workshop: Health Industries , Healthcare Marketing , Social Marketing

Choose the roundtables: Health Industries 1 , Health Industries 2 , Health Care Marketing , Social Marketing

NB: this choice is only indicative to allow us to organize the sessions

REGISTRATION FEES

Registration for the HMID includes:

Acts of HMID will be provided electronically, lunch and breaks as the option. The cost of accommodation and travel are not included:

Option 1: Fee + acts + lunch and breaks:

- Auditor Professional EUR 200,
- Auditor academic EUR 120,
- Member of the AFM EUR 75
- Author or co-author EUR 75
(Academic sessions and roundtables)

Option 2: Restricted to PhD students (provide proof)

- Registration fees + acts + breaks 50 euros

Increase of 50 Euros on all fares for payment after November 4, 2010

Date:	Signature
-------	-----------

Mode of payment:

Check payable to: ADEM SANTE PLUS ASSOCIATION (preferably used)

Bank transfer (fees charged to the payer) in favor of the following account:

ADEM SANTE PLUS ASSOCIATION
BNP Paribas, Agence Lille Métropole (00515)
RIB : 300004 00515 00010357558 07
IBAN : FR76 3000 4005 1500 0103 5755 807
BIC : BNPAFRPLIL

Administrative Order Form sent to the IAE Lille before November 4th 2010

Thank you for sending by mail (with check and registration form) to the following address:

IAE Lille
Research Department, Congress JIMS
Catherine Carlier
104 Avenue du Peuple Belge
59043 Lille Cedex
France

For further information regarding payment: Ms. C. Carlier +33 (0) 3 20 12 34 44