



5^{ème} Journée Internationale du Marketing Santé (JIMS 5)

5th Health Marketing
International Day

Jeudi 21 juin 2018, Lille

IAE Lille, Université de Lille

104, Avenue du Peuple Belge, Lille



EHESP

Sous le patronage de l'A.F.M & d'A.R.A.M.O.S

sous le patronage
de :



association
française
du marketing



Partenaires :



Programme

8h30 - 8h45 Accueil / Welcoming remarks

8h45 - 9h00 Discours d'introduction / Keynote speech

Prs. Karine Gallopel-Morvan (EHESP-MOS) et Dominique Crié (IAE, LEM)

9h00 - 10h30 Séance plénière 1 / Plenary session 1

Modérateurs : Dominique Crié & Karine Gallopel-Morvan

Lorsque la santé est révolutionnée par le digital. Vers un nouveau paradigme de la santé 2.0?

Loick Menvielle, Professeur Associé EDHEC Business School

Opportunités et menaces de la e-Santé : l'exemple du Québec

Claude Sicotte, Professeur, École de santé publique, Université de Montréal, Titulaire de la Chaire de recherche BFM MNH de l'EHESP

La digitalisation de l'industrie pharmaceutique et de la santé en général

Dr Antoine Poignant, médecin, sociologue, directeur de l'agence Troubat

10h30 - 10h45: pause, networking break

10h45 - 12h30 Ateliers 1, 2 et 3 / workshops 1, 2 and 3

Atelier / workshop 1 : Marketing des établissements de santé

Atelier / workshop 2 : Prévention, lobbying

Atelier / workshop 3 : Marketing de la santé

Atelier 1 : Marketing des établissements de santé

Modérateur : Anne-Sophie Cases

- **Quelle stratégie de communication pour optimiser l'attractivité d'un établissement ?**, L. Lefranc, GHT Eure Seine Pays d'Ouches, Dr J.-C. Hansen, Directeur des Stratégies Europe STRATADVISEUR Ltd et membre du COSTRAT du GHT Eure Seine Pays d'Ouches
- **« Helps-volonteurs », un nouveau modèle économique pour les aidants**, C. Seguis, Président de Helps Live at Home
- **Hospitalidée. Les « moments de vérité» du parcours « patient » dans le choix d'une structure de soins : un comportement de client? Analogies, mimétismes et différences**, D. Crié, IAE Lille, LEM UMR CNRS, L. Raynal, PDG et fondateur de Hospitalidée
- **Regard critique sur les « recettes stratégiques » en matière de marketing santé hospitalier**, Dr J.-C. Hansen, Directeur des Stratégies Europe STRATADVISEUR Ltd et membre du COSTRAT du GHT Eure Seine Pays d'Ouches
- **Analyse marketing du choix des parturientes du Valenciennois pour leur maternité, expérience du Centre Hospitalier de Valenciennes**, M. Fillette, Directrice marketing du Centre Hospitalier de Valenciennes et S. Trifi, étudiant Master 2 Management des Entreprises du Secteur de la Santé promotion 2017

Atelier 2 : Prévention, lobbying

Modérateur : Viet Nguyen-Thanh

- **Prévention du mésusage d'alcool : étude exploratoire de l'effet des avertissements sanitaires sur des jeunes français**, G. Dossou, Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique, CREM UMR CNRS, K. Gallopel-Morvan, Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique, EA 7348 MOS, IdM, S. Lacoste-Badie, Université Rennes 1, CREM UMR CNRS
- **Stratégies d'influence de l'industrie de l'alcool sur les politiques de santé : revue de la littérature**, A. Gatinet, B. Senan, Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique
- **Observation des pratiques du lobby alcoolier depuis les élections présidentielles de 2017**, F. Lecas, M. Savy, B. Basset, Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie (ANPAA)
- **French grocery stores: The primary site of alcohol marketing exposure for adolescents**, C. Mutatayi, J. Shah, Observatoire français des drogues et des toxicomanies (OFDT), S. Spilka, OFDT, CESP, Faculté de médecine, Université Paris Sud, Faculté de médecine UVSQ, INSERM, Université Paris-Saclay
- **Lobbying de l'industrie du tabac, changement ou continuité ?**, E. Béguinot, Y. Martinet, Comité national contre le tabagisme

Atelier 3 : Marketing de la santé

Modératrice : Marie-Eve Laporte

- **L'automédication en images : au-delà des médicaments**, S. Lasri, Université Paris Dauphine, laboratoire DRM (UMR CNRS)
- **Proposition de promotion de l'éthique par le marketing social : un autre paradigme**, Dr J.-C. Hansen, Directeur des Stratégies Europe STRATADVISEUR Ltd et membre du COPIL de l'Espace de Réflexion Éthique de Normandie (EREN)

- **La santé et le corps : de quoi parle-t-on ? Des apports pluridisciplinaires pour enrichir la recherche en marketing de la santé**, *E. Boch, Université Grenoble Alpes, CERAG*
- **Utilisation du soi virtuel et marketing santé responsable**, *A. Berriche, Maître de conférences, IAE Université de Lille, LEM, UMR 9221 CNRS, D. Salerno, Maître de conférences, ILIS Université de Lille, Laboratoire MERCUR*
- **Le marché pharmaceutique en Algérie. Quel avenir ?**, *L. Arezki, Paris School of Business*

12h30 - 13h30 : déjeuner, lunch

13h30 - 15h00 Séance plénière 2 / Plenary session 2

Modérateurs : Dominique Crié & Karine Gallopel-Morvan

Moi(s) sans tabac : premiers éléments d'évaluation

Viet Nguyen-Thanh, Direction de la prévention et de la promotion de la santé, Santé publique France

L'apport du digital dans la stratégie de communication d'un CHU

Remi Heym, Directeur de la communication, Floriane Marchand, chargée de communication et Community manager, CHU de Rouen

Stratégies de levées de fonds sur les réseaux sociaux et nouveaux médias

Medhi Bellouti, responsable marketing et fundraising Ligue Nationale Contre le Cancer

15h00 - 16h45 Ateliers 4, 5 et 6 / workshops 4, 5 and 6

Atelier / workshop 4 : Marketing et alimentation

Atelier / workshop 5 : Marketing social

Atelier / workshop 6 : Marketing, e-santé, innovation

Atelier 4 : Marketing et alimentation

Modérateur : Lydiane Nabec

- **Le risque nutritionnel au cœur des inquiétudes alimentaires**, M.-E. Laporte, IAE Paris – Sorbonne Business School, laboratoire GREGOR
- **Les jeunes et l'alimentation : mieux comprendre leurs motivations pour proposer des communications préventives plus efficaces**, S. Verfay, Faculté de Sciences Economiques et de Gestion, Université Lumière Lyon 2, Coactis, M.-C. Wilhelm, Université Grenoble Alpes, IAE, CERAG
- **Nutri-Score, un nouvel étiquetage pour faciliter les choix des consommateurs**, A.-J. Serry, Santé publique France
- **Using in-store customer education to disseminate food literacy and encourage healthy food consumption**, N. Steils, IAE Lille, Université de Lille, Z. Obaidalahe, ESSCA School of Management
- **Comment aider les enfants à refuser une boisson sucrée : L'effet des personnages magiques sur le packaging des bouteilles d'eau**, S. Verfay, Faculté de Sciences Economiques et de Gestion, Université Lumière Lyon 2, Coactis, C. Werle, Grenoble Ecole de Management

Atelier 5 : Marketing social

Modérateur: Jacques-François Diouf

- **Augmenter le taux de couverture vaccinale en France : analyse des recommandations issues de la littérature, d'un collège d'experts et d'une concertation citoyenne**, M. Nistar, V. des Garets, L. Maubisson, Université de Tours, IAE, Vallorem
- **L'impact des avertissements sanitaires dans la lutte contre le tabagisme au Burkina Faso: synthèse d'une étude qualitative auprès de fumeurs et de non-fumeurs**, S. Ouedraogo, Université de Rennes 1, CREM- UMR CNRS
- **Les sources de création de valeur et leur influence sur le climat motivationnel d'une expérience de Quantified Self et Quantified Self 2.0 inscrite dans le champ du marketing social**, C. Quero, IAE Lille, LEM UMR CNRS
- **Comment faire progresser l'activité physique chez les femmes issues de familles modestes ? L'exemple d'une campagne développée pour l'ARS Hauts de France**, P. Raffin, A.-L. Touzac, G. Grandjean, S. Raffin, Link-Up Conseil
- **Utilisation du marketing social et potentiel d'efficacité dans les interventions de promotion de l'activité physique chez les personnes âgées de 60 ans et plus**, L. Goethals, N. Barth, C. Dupré, D. Hupin, B. Bongue, Chaire Santé des Aînés – Université Jean Monnet, Centre technique d'appui et de formation (CETAF)

Atelier 6 : Marketing, e-santé, innovation

Modérateur : Sophie Boinet

- **Une approche du marketing hospitalier à partir de la participation du patient à un dispositif d'innovation de services (Le cas d'un objet connecté)**, C. Rochette, F. Cassière, IAE Auvergne, CRCGM EA 3849

- **La e-santé au service de l'engagement du patient. Perspectives et défis**, *F. Yatim-Daumas, M. Savoldelli, Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique, EA 7348 MOS, IdM*
- **Marketing de l'innovation en chirurgie cardiaque : peut-on adapter les modèles classiques d'acceptation de l'innovation au domaine de la médecine ? Etude de l'exemple des nouvelles thérapies mitrales**, *A. Lemaire, J.-F. Lemoine, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne / ESSCA School of Management*
- **Blockchain et data en santé**, *L. Guffond Le Goanvic, Digital Marketing Manager*
- **Les objets connectés facilitateurs de la pratique d'une activité physique par les seniors ? Une approche par la théorie de l'auto-détermination**, *A. Helme-Guizon, Université Grenoble Alpes, IAE, CERAG*

16h45 - 17h00 : pause, networking break

17h00 - 18h00 Works in Progress 1, 2 et 3

Ces recherches, non évaluées en double aveugle, ont été retenues pour présentation orale car elles représentent un intérêt pour le marketing de la santé. Ce sont des recherches en cours de réalisation, qui ne sont pas totalement abouties, qui n'ont pas encore été publiées. La durée de présentation de ces « Works in progress » est de 10 mn par recherche, avec un temps consacré aux questions, commentaires et recommandations.

Works in Progress 1

Works in Progress 2

Works in Progress 3

Works in Progress 1

Modérateur : Dominique Crié

- **Santé connectée : le pharmacien au centre d'un écosystème**, *T. Morgenroth, faculté de Pharmacie, Lille, D Crié, IAE Lille, LEM UMR CNRS*
- **Adapter le profil du personnel en contact à la clientèle cible : un questionnaire émergent en marketing des services, une transposition au secteur de la santé**, *J. Ramone-Louis, I. Prim-Allaz, COACTIS EA 4161, Université Lumière Lyon 2, V. Buthion, LSAF EA 2429, Université Claude Bernard Lyon 1*
- **Analyse de la coordination des acteurs via les flux décisionnels vers une meilleure prise en charge des patients dans une structure HAD**, *M. Renaud, RIME lab, Université d'Artois, I. Nouaouri, LGI2A, Université d'Artois*
- **Comment faire participer les patients âgés à la relation de soins? Une exploration des pratiques d'intégration de ressources dans un service de gériatrie hospitalier**, *A. Amine, A. Bonnemaizon, M. Josion-Portail, Université Paris-Est Créteil, France - Laboratoire IRG (EA-2354)*

Works in Progress 2

Modérateur : Nicolas Vaillant, Université Catholique de Lille

- **Effet nocebo : une explication de la perception du risque envers les médicaments génériques par les consommateurs ?**, W. Ferchakhi, IUT Colmar, UHA, CREGO
- **When Light is not always right, and Green is not always lean: cognitive investigations around the Halo effect**, T. Besson, H. Bouxom, O. Zerhouni, Université Paris Nanterre
- **Quelqu'un a poussé un message dans ma timeline. Effets du ton du message et de la distance sociale sur l'intention de comportement et sur le bien-être**, H. Sassi, A. Helme-Guizon, J. Gérard, CERAG, Université Grenoble Alpes

Works in Progress 3

Modérateur : Karine Gallopel-Morvan

- **Réseaux sociaux en ligne, normes perçues et consommation de substances chez les collégiens**, B. Chapoton, Univ. Lyon, U. Saint-Etienne, HESPER EA 7425, F. Tinquaut, Centre Hygée, ICLN, HESPER EA 7425, V. Flaudias, U. Clermont Auvergne, U. d'Auvergne, EA NPsy-Sydo, V. Regnier Denois, U. Clermont Auvergne, U. d'Auvergne, EA NPsy-Sydo, F. Chauvin, U. Lyon, U. Saint-Etienne, HESPER EA 7425
- **Etiquetage Nutritionnel et Bien-être Alimentaire des consommateurs vulnérables : résultats d'une étude en laboratoire**, Lydiane Nabec, Stephan Marette, Florence Durieux, Paris Saclay, Université Paris-Sud, Agroparistech
- **Présentation d'une recherche en Neurosciences et en marketing social sur l'alcool. Le projet IMAJ**, J.-F. Diouf, O. Droulers, S. Lacoste-Badie, U. Rennes 1, IGR, CREM UMR CNRS, E. Bannier, Q. Duché, VISAGES U1228 INSERM-INRIA, IRISA UMR CNRS 6074, K. Gallopel-Morvan, Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique, EA 7348 MOS, IdM

Posters (salle de pause)

- **E-santé et digitalisation de la médecine : approche critique et premières limites identifiées**, L. Marraud, EA 7348 MOS, IdM, Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique
- **Logistique hospitalière et performance des Structures Hospitalières Publiques. Quel impact ?**, R. C. Nga nkouma Tsanga, Faculté des Sciences Economiques & de Gestion, Université de Maroua, Cameroun
- **Effet du degré de coopération des usagers participants à la gestion sur la qualité perçue des soins dans les centres de santé publics du Bénin**, N. Gbossou, B. Sogbodossi, Université de Parakou, Bénin

18h : Fin de la JIMS 5 – Rendez-vous en 2020 pour la JIMS 6 !

IAE Lille, Université de Lille

104, Avenue du Peuple Belge, Lille



<http://jims2018.iaelille.fr>

Sous le patronage de l'A.F.M & d'A.R.A.M.O.S

sous le patronage
de :



association
française
du marketing



Partenaires

