

8ème Journée Internationale du Marketing de la Santé

4 JUIN 2024

 **EDHEC**
BUSINESS SCHOOL



 EDHEC
BUSINESS SCHOOL

 LUMEN

 Université
de Lille

 ADEM
Santé

 IAE
LILLE

UNIVERSITY
SCHOOL
OF MANAGEMENT

DESIGN,
ECONOMY,
& SCIENCES



 yakadir

 Master
MESS

 HOSPIMEDIA
L'actualité des territoires de santé

 StratAdviser
Your Essential Consultant Firm

 ARAMOS
ASSOCIATION DE RECHERCHE EN PROMOTION ET
MANAGEMENT DES ORGANISATIONS DE SANTÉ

 FONDATION
de la Catho de Lille
Reconnue d'Utilité publique

Programme

08h30 - 09h00	◆	Café d'accueil
9h00 - 9h15	◆	Discours d'introduction - AMPHI A & B <i>Pr. Loïck Menvielle, EDHEC Business School</i> <i>Pr. Dominique Crié, IAE Lille, Lumen ULR 49999</i>
9h15 - 10h30	◆	Séance plénière - AMPHI A & B « Enjeux et perspectives de la santé connectée et des données secondaires en médecine » <i>Modérateurs : Pr. Loïck Menvielle et Pr. Dominique Crié</i> « Perception des Français en 2024 - Baromètre IPSOS, EDHEC Business School, Bristol Myers Squibb » <i>Alexandra Andreo, Directrice Ipsos Healthcare</i> « Utilisation secondaire des données de santé : libérer le potentiel pour l'innovation et la prévention » <i>Emma Ros, Chargée de projets - Santé, Institut Montaigne</i>
10h30 - 10h45	◆	Pause-café
10h45 - 12h30	◆	Ateliers 1, 2, 3, 4, 5. 1 - salle Exec.1 ; 2 - salle Exec.2 ; 3 - salle Exec.3 ; 4- salle Exec.4 ; 5 - salle Exec.5
12h30 - 14h00	◆	Déjeuner
14h00-15h00	◆	Séance plénière - AMPHI A & B « Le marketing numérique des substituts du lait maternel : une critique » <i>Gérard Hasting, Pr. Emérite, University of Stirling</i> « Digital en santé : Une aide à la personnalisation des parcours des patients ? » <i>Pr. Etienne Minvielle, Ecole Polytechnique, Directeur de Recherches CNRS, Médecin de santé Publique à Gustave Roussy, Membre de l'Académie de Médecine</i>
15h00-16h45	◆	Ateliers 1, 2, 3, 4, 5. 1 - Amphi A & B ; 2 - salle Exec.2 ; 3 -salle Exec.3 ; 4- salle Exec.4 ; 5 - salle Exec. 1
16h45	◆	Cocktail Network fin JIMS 2024

Ateliers - 10h45 - 12H30

Atelier 1 : Révolution IA et Pharma

Atelier 2 : Marketing pharmaceutique éthique et innovations

Atelier 3 : Marketing social

Atelier 4 : Marketing hospitalier et médico-social

Atelier 5 : Work in progress

Atelier 1 : Révolution IA et Pharma

Président de session : F. Jallat

- 1 **« Impacts of media outlets on the reputation of pharmaceutical companies during the COVID-19 pandemic: an exploratory analysis using Twitter data ».**, Z. Zeaiter – IAE Lille, LUMEN ULR 4999
- 2 **« La machine d'imagerie médicale : lieu d'empowerment ou de care ? ».**, J. Mary – Université de Rouen Normandie, NIMEC-UR969
- 3 **« Conceptualizing patient centrality in the pharmaceutical industry: A systematic literature ».**, J. Fleissig ; N. Steils – HEC Namur
- 4 **« Une analyse des freins à l'encontre d'une révolution en marche : La FemTech à l'aune de la donnée et de l'accès à l'innovation ».**, K. Brunel; F. Jallat – NovaGray, ESCP Business School Paris

Atelier 2 : Marketing pharmaceutique éthique et innovations

Présidente de session : L.Nabec

- 1 **« Effets des outils de santé mobile (m-health) sur l'hygiène orale individuelle et la sante gingivale : synthèse de littérature et perspectives ».**, G. Dossou; A. Ballieu; K. Agossa – Université de Lille, LUMEN ULR 4999, Inserm
- 2 **« Factors influencing continuance intention to use mobile health applications relating to physical activity and eating behaviours : Mediating role of satisfaction and usefulness ».**, M. Zoghلامي Bellalouna – Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Tunis, Université de Tunis El Manar, Laboratoire de recherche : Entreprise et Recherche en Marketing (ERMA)
- 3 **« Prévenir le risque de non-observance thérapeutique chez les jeunes adultes : les apports de la théorie de la motivation à se protéger ».**, ME. Laporte; L. Nabec; K. Dolgin – Université Paris-Saclay, RITM research center in Economics & Management
- 4 **“Adapting health services in a pandemic: cross-country lessons”**, Moytrayee Guha, Arielle Cohen Tanugi-Carresse et al. - Brown University School of Public Health, Providence, RI, USA

Atelier 3 : Marketing social

Présidente de session : D.Crié

- 1 **«Comment communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir la santé ? l'exemple de #Octobreros2022».**, C. Francesconi ; M. Spach ; A.Berriche ; D. Crié ; M. Calciu – CPAM du Gard, IAE Lille, LUMEN ULR 4999
- 2 **«Comment inciter les individus à pratiquer une activité physique ? L'apport de la théorie du contenu des buts».**, H. Sassi Chamsi ; J. Gérard ; A. Helme-Guizon – Université Savoie Mont-Blanc, IREGÉ, Univ. Grenoble Alpes, CERAG
- 3 **«Le marketing social pour faire évoluer les comportements d'activité physique et de sédentarité chez des populations défavorisées : une revue systématique de la littérature ».**, R. Debru – Université Savoie Mont-Blanc, IREGÉ
- 4 **«De l'intérêt de la netnographie pour collecter et analyser des données au sein de communautés virtuelles de santé : Retour d'expérience sur la mise en œuvre d'un protocole méthodologique ».**, P.Buffaz ; B.Isseki ; O. Guillet – EDC Paris, Université Sorbonne Paris-Nord

Atelier 4 : Marketing hospitalier et médico-social

Présidente de session : C.Quero

- 1 **« Bâtir une attractivité hospitalière durable via une démarche intégrée d'expérience patient : retour d'expérience ».**, S. Mijailovic – Fondation Hopale
- 2 **«Expérimentation d'une campagne de prévention personnalisée pour le dépistage du cancer colorectal dans le Gard ».**, M. Spach – CPAM du Gard
- 3 **«Impact de la Violence des Patients sur la Socialisation des Urgentistes : Une Approche Pragmatiste».**, C. Quero ; S. Leblanc – IAE Lille, LUMEN ULR 4999 ; ISTECH Paris Ceri
- 4 **«A concise exploration of patient experience: insights from a systematic literature review ».**, S. Mohammadi ; D. Crié – IAE Lille, LUMEN ULR 4999

Atelier 5 : Work in progress

Président de session : L.Carpentier

- 1 **«Un chatbot qui a la cote ? Empowerment et relation patient-médecin. ».**, W. Ferchakhi, L. Menvielle, M. Mifsud – Université Haute Alsace, EDHEC Business School, Audencia
- 2 **“Navigating Fake News and Misinformation in Pharmaceutical Marketing: Strategies for Maintaining Trust”**, Léna Griset, Loick Menvielle, Rupanwita Dash - EDHEC Business School
- 3 **«Cocréation et innovation ouverte : impact des outils digitaux d'intelligence artificielle dans les parcours de soin, une analyse multi-niveaux».**, D. Halimi Gerbi – EDHEC Business School

Ateliers - 15h - 16h45

Atelier 1 : Révolution IA et Pharma

Atelier 2 : Marketing pharmaceutique éthique et innovations

Atelier 3 : Marketing social

Atelier 4 : Marketing hospitalier et médico-social

Atelier 5 : Work in progress

Atelier 1 : Révolution IA et Pharma

Président de session : A.Hamard

- 1 **« Une première analyse de l'impact des cyberattaques sur les établissements de soin »,**
E. Gaubert, F. Jallat – Wilco, ESCP Business School Paris
- 2 **« Valeur en santé, Transfert de connaissances et Intelligence artificielle - En quoi l'intelligence artificielle vient-elle modifier le transfert de connaissances dans la dyade médecin/patient »,**
D. Halimi Gerbi, S. Ziam – EDHEC Business School, Université Teluq, Montréal
- 3 **« The impact of knowledge communities on the performance of e-health enterprises »,**
A. Hamard – ENS Paris Saclay
- 4 **« Personal Digital Twins for Personalized Healthcare and ethical implications with Generative-AI »,** S.Milan; K. Gulia; H. Patel; P. Kumar – Zydus Pharmaceutical Division of Clinical Research and Development, New Jersey -USA, School of Engineering and Computer Science, University of Wolverhampton, UK, IAE Lille, LUMEN ULR 4999

Atelier 2 : Marketing pharmaceutique éthique et innovations

Président de session : Dr JC. Hansen

- 1 **« Rôle du marketing pour l'intégration de la congruence génétique et généalogique comme méthode de prévention d'un biais de sélection négligé dans les essais cliniques »,**
Dr JC. Hansen – Gériatre et CIO StratAdviser
- 2 **« Les innovations dans le domaine de la santé : une analyse des représentations des seniors »,**
B.Hetet – IDRAC Nantes
- 3 **« Pharmaciens, guidez la stratégie de votre CODIR vers la réussite »,**
Dr JM. Carrara – Université de Lille

Atelier 3 : Marketing social

Présidente de session : K. Gallopel-Morvan

- 1 **« Jeunes sous influence : Exploration du processus de persuasion des messages en faveur de l'alcool diffusés sur les réseaux sociaux ».**, G.Dossou; A.Gatinet, E.Guégan, E. Gnonfonlin, A.Hoguet, M. Serra, AL. Villemur; K. Gallopel-Morvan – Université de Lille, LUMEN ULR 4999, EHESP
- 2 **«Leaders d'opinion : impact des messages sur la perception et l'adhésion aux soins de santé via les réseaux sociaux ».**, L. Griset – EDHEC Business School
- 3 **«Le marketing social : un levier à explorer en santé publique pour revisiter les actions de prévention et d'accompagnement à destination des parents de victimes de harcèlement scolaire ».**, S. Benmoyal, P. Ezan – Université Paris Cité, Université Le Havre Normandie

Atelier 4 : Marketing hospitalier et médico-social

Présidente de session : A. Martin-Salerno

- 1 **«Devenir Urgentiste : du rêve au cauchemar ? Une approche marketing aux RH ».**, C. Quero, D. Crié, A. Berriche – IAE Lille, LUMEN ULR 4999
- 2 **« Qu'est ce qui amène des étudiants en médecine de 23 ans à choisir l'Oncologie ? Premiers Résultats».**, N. Penel; D. Crié – Université Lille; CLCC O.Lambret; IAE Lille, LUMEN ULR 4999
- 3 **« Proposition d'une taxonomie des seniors dans un monde connecté ».**, A. Martin-Salerno, L. Carpentier – IAE Lille, LUMEN ULR 4999

Atelier 5 : Work in progress

Présidente de session : R.Debru

- 1 **«L'adoption des applications mobiles de santé dans les parcours de soins des maladies chroniques ».**, J. Clercin – EDHEC Business School
- 2 **“Determinants of digital tool adoption: A cross-cultural study on cancer and diabetes”.** Rupanwita Dash, Loick Menvielle, Julia Kulkova, Ignat Kulkov – EDHEC Business School, Faculty of Science and Engineering, Åbo Akademi University, Finland
- 3 **“Résistance des jeunes vapoteurs aux messages préventifs en congruence avec les enjeux de santé et d'environnement : Apport de la théorie de la régulation et proposition d'un modèle conceptuel ».**, M. Debabi – IAE Lille, LUMEN ULR 4999