



**4^{ème} Journée
Internationale du
Marketing Santé
(JIMS 4)**
*4th Health Marketing
International Day*

Vendredi 17 juin 2016, Lille

IAE Lille, Université de Lille

104, Avenue du Peuple Belge, Lille



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

*sous le patronage
de :*



association
française
du marketing



<http://jims2016.iaelille.fr>



Partenaires :



Programme

8h30-9h00 Accueil / Welcoming remarks

9h00-9h15 Discours d'introduction / Keynote speech

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

9h15 - 10h45 Séance plénière/ Plenary session

Modérateur : Dominique Crié & Karine Gallopel-Morvan

- ✓ **Social marketing in a neoliberal world** (in English)
Professeur Gerard Hastings, Professeur Emérite Université de Stirling, Ecosse.
- ✓ **L'appropriation du marketing social en France – l'exemple de Santé Publique France** (en Français)
David Heard, Directeur de la communication, Santé Publique France
- ✓ **Marketing Hospitalier : transversalité des thématiques et décloisonnement des disciplines** (en Français)
Sophie Boinet, Directrice Déléguée Marketing et Relations avec les Usagers, Agnès Feret, Directrice Déléguée à l'appui à la performance, CHRU Lille

10h45-11h : pause, networking break

11h00-13h00 Ateliers 1, 2 et 3 / workshops 1, 2 and 3

- ✓ **Atelier / workshop 1 : Marketing et établissements de santé (1)**
- ✓ **Atelier / workshop 2 : Marketing, Internet, réseaux sociaux (1)**
- ✓ **Atelier / workshop 3 : Marketing social critique**

✓ **Atelier 1 : Marketing et établissements de santé (1)**

Modérateur : Sophie Boinet

- **Mieux comprendre le processus d'empowerment du patient**, *Marie-Georges Fayn, Véronique des Garets, Arnaud Rivière (VALLOREM (E.A. 6296) – IAE de l'Université de Tours)*

- **L'expérience du patient : une approche exploratoire du vécu des patients pris en charge en chirurgie ambulatoire du genou**, *Caroline Merdinger-Rumpler, Audrey Romeder, Ecole de Management Strasbourg Laboratoire HuManiS (EA 1347), Université Strasbourg ; Jérôme Villeminot, (Clinique Sainte Odile, Groupe Capio)*

- **Les legs, une ressource insuffisamment exploitée ?**, *Elise Tabet, Responsable du développement de la collecte de fonds, Centre Léon Bérard, Lyon*

- **Le mécénat au CHU de Rennes (Nominoë) : comment mobiliser les Bretons en faveur de l'excellence médicale ?**, *Marie Louis, Déléguée générale du Fonds Nominoë-CHU de Rennes*

✓ **Atelier 2 : Marketing, Internet, réseaux sociaux**

Modérateur : Francis Salerno

- **Comparer sa stratégie de communication digitale par l'analytique : le cas de quatre hôpitaux européens**, Jean-François De Moya, Jessie Pallud, Caroline Merdinger-Rumpler, Franck Schneider (Ecole de Management Strasbourg Laboratoire HuManiS, EA 1347)
- **Une enclave dans le « marché de la santé » ? Le réseau santé-solidarité pour améliorer le bien-être des individus**, Hélène Gorge, (Université de Lille – SKEMA Business School, LSMRC)
- **Etude des effets des communautés virtuelles médicales sur l'empowerment, la satisfaction et la confiance du patient vis-à-vis de son médecin**, Baptiste Guivarc'h, Anne-Françoise Audrain-Pontevia, * Loïck Menvielle, ** William Menvielle, (Université du Québec à Montréal, *EDHEC, **Université du Québec à Trois Rivières)
- **From offline to online physician reputation: The state of the art**, Nabil Mzoughi, Rym Khanfir (ISG-Sousse, Tunisie, MaPRECoB)
- **Les réseaux sociaux à l'hôpital**, Floriane Marchand, Community manager, Rémi Heym, Directeur de la communication, CHU-Hôpitaux de Rouen

✓ **Atelier 3 : Marketing social critique**

Modérateur : Gerard Hastings

- **Does alcohol sponsorship impact implicit attitudes, and how? Meta-Analytic findings from three experimental studies**, Oulmann Zerhouni, Laurent Bègue, (Lab. Interuniversitaire de Psychologie, Personnalité, Cognition, Changement Social, UFR SHS, Grenoble)
- **L'impact de la consommation d'alcool dans les films sur l'attitude et le désir de boire des jeunes : le rôle de la valence des images mentales**, Rémi Bréhonnet*, Patrick Gabriel**, (*Groupe Sup de Co La Rochelle - CRME, la Rochelle ; IRGO, Bordeaux, **Université de Bretagne Occidentale – ICI)
- **Exposition des jeunes au marketing de l'alcool en France**, Stanislas Spilka, Carine Mutatayi, responsable scientifique et chargée d'études, Observatoire Français des Drogues et Toxicomanies
- **How alcohol packaging and advertising design influence products perceptions, desire to consume and health warnings noticeability?** Jacques-François Diouf*, Gloria Dossou, Karine Gallopel-Morvan, (EHESP, EA 7348 MOS, *CREM UMR CNRS)

13h00-14h : déjeuner, lunch

14h00-16h00 Ateliers 4, 5 et 6 / workshops 4, 5 and 6

- ✓ **Atelier / workshop 4 : Marketing de la santé, stratégie**
- ✓ **Atelier / workshop 5 : Communication, prévention et persuasion**
- ✓ **Atelier / workshop 6 : Marketing, nutrition, obésité**

✓ **Atelier 4 : Marketing de la santé et stratégie**

Modérateur : Jan-Cedric Hansen

- **Thérapie financière du consommateur Eviter la rechute en segmentant selon la motivation téléquie ou paratéléquie ?** Amira Berriche, Francis Salerno, (IAE, Univ. de Lille, LEM UMR CNRS 9221)
- **Marketing expérientiel à l'hôpital et avis des pairs**, Loic Reynal, Hospitalidée

- **Le Médicament de distribution parallèle: produit marketing ou lobbying ?** *Jonathan Msika, DG BB FARMA FRANCE Pharmaceutical Trading*

- **L'éthique et son auto-contrôle de la communication marketing pour les médicaments et réactifs destinés aux animaux de compagnie et d'élevage,** *Jean-Louis Hunault, Syndicat de l'Industrie du Médicament et réactif Vétérinaires (SIMV)*

✓ **Atelier 5 : Communication, prévention et persuasion**

Modérateur: David Heard

- **Ça marche pas la prévention, surtout sur l'alcool : Comprendre la contestation des campagnes de prévention contre l'abus d'alcool chez les jeunes adultes,** *Raphaël Cuffolo, Joël Brée*, (Université de Caen-Basse Normandie, IAE, NIMEC (EA 969) & *ESSCA Ecole de Management)*

- **Une menace vivide améliore-t-elle l'efficacité d'une campagne de prévention ? Etudes expérimentales des effets de la vivacité dans les communications sanitaires menaçantes,** *Jerôme Blondé et Fabien Girandola (Aix-Marseille University, Laboratoire de Psychologie Sociale EA 849)*

- **Efficacité des avertissements sanitaires dans la prévention de l'abus d'alcool : synthèse et voies de recherche,** *Gloria Dossou et Karine Gallopel-Morvan, EHESP, EA 7348 MOS*

- **Vous avez dit campagne de vaccination ? Je refuse d'y adhérer ! Une analyse exploratoire,** *Nga Nkouma Tsanga Rosalie Christiane, Université de Maroua, Cameroun*

✓ **Atelier 6 : Marketing, nutrition, obésité**

Modérateur : Carolina Werle

- **Perspective expérientielle et mécanismes motivationnels sous-jacents à une pratique de self-tracking pour une conduite orientée sur l'hygiène de vie,** *Christelle Quero, Dominique Crié, (IAE Université de Lille, LEM UMR CNRS 9221)*

- **Comment les personnes obèses sont-elles vues ? Une étude des perceptions des français à l'égard de l'obésité,** *Patrice Cottet^a, Jean-Marc Ferrandi^b, Marie-Christine Lichtlé^c, Véronique Plichon^d, (^aUniversité de Reims, REGARDS, ^bOniris, LARGECIA, LEMNA, ^cUniversité de Montpellier, MRM, ^dUniversité François-Rabelais Tours, VALLOREM)*

- **Le rôle de la comparaison sociale dans les communautés en ligne de soutien à la perte de poids : une enquête qualitative exploratoire,** *Steffie Gallin, Marie-Christine Lichtlé, Laurie Balbo* (Université de Montpellier, Montpellier Recherche en Management, *Montpellier Business School)*

- **Quel type de système d'affichage de la qualité nutritionnelle des aliments est le plus facile à comprendre et à utiliser ?** *Carolina O.C. Werle, Kevin Roche, Olivier Trendel, (Grenoble Ecole de Management)*

- **Obésité maternelle : Communication et m-Santé pour l'engagement dans l'activité physique prénatale,** *Daphné Salerno, Benjamin C. Guinhouya*, (ILIS, MERCUR, *Laboratoire de santé publique, EA 2694)*

16h00-16h15 : pause, networking break

16h15 - 17h30 Ateliers 7, 8 et 9 / workshops 7, 8 and 9

✓ **Atelier / workshop 7 : Communication, risque, confiance**

✓ **Atelier / workshop 8 : Marketing et influence**

✓ **Atelier / workshop 9 : Marketing de la santé et stratégie**

✓ **Atelier 7 : Communication, risque, confiance**

Modérateur : Nicolas Vaillant

- **La perception du risque à l'égard d'une variété de catégories d'aliments fonctionnels : effets de certaines informations sur les étiquettes**, *Hédia El Ourabi, Marc-Alexandre Tomiuk*, Ahmed Khalil Ben Ayed***, (Université du Québec à Trois-Rivières, *HEC-Montréal, **McGill University)
- **Confiance, risque perçu et intention d'usage : application à la vaccination contre la grippe**, *Laurent Maubisson* (IAE de Tours, Université François Rabelais et VALLOREM EA 6296)
- **Promouvoir les jeux de hasard et d'argent nuit-il à la décision d'adopter un comportement de jeu responsable ? Le rôle du Risque Perçu à adopter un Comportement de Jeu Responsable (RPCJR)**, *Anne-Claire Pin*, Karine Picot-Coupey, Olivier Droulers*, (Université de Rennes 1, CREM UMR CNRS 6211, *Université de Bretagne Sud)

✓ **Atelier 8 : Marketing et influence**

Modérateur : Karine Gallopel-Morvan

- **Caractéristiques du lobbying de l'industrie du tabac contre le paquet neutre**, *Figen Eker, Emmanuelle Béguinot*, Comité National Contre le Tabagisme
- **Quels facteurs influencent la décision des médecins de recommander une vaccination à des parents de jeunes enfants ? Une analyse en choix discrets**, *P. Debacker, F. Dubos, A. Grailles, A. Martinot, B. Dervaux* (Université de Lille 2, EA 2694 Santé publique : épidémiologie et qualité des soins)
- **Analyse des stratégies de lobbying des industriels de l'alcool à l'encontre de la loi Evin**, Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie (ANPAA), *Bernard basset*, vice-président, et *Franck Lecas*, chargé de mission

✓ **Atelier 9 : Marketing de la santé et stratégie**

Modérateur : Dominique Crié

- **La vaccination contre la grippe en France : typologie des usagers et implications en management de la santé**, *Laurent Maubisson, Patricia Coutelle-Brillet, Véronique des Garets, Véronique Plichon, Arnaud Rivière* (IAE de Tours, Université François Rabelais et VALLOREM EA 6296)
- **Growth Hacking, le marketing made in Silicon Valley**, *Enguerrand Habran*, Directeur du Fonds de Dotation de la FHF
- **Spécificités du marketing santé pour les dispositifs médicaux : Board experts, publications et Etudes cliniques, comment joindre Ethique et préoccupations de marché**, *Christophe Seguis*, General Manager France at Zimmer Dental

17h30-18h : Conclusion des JIMS 4 :

Prospective santé 2030

René Caillet, FHF, IAE-Université de Lille