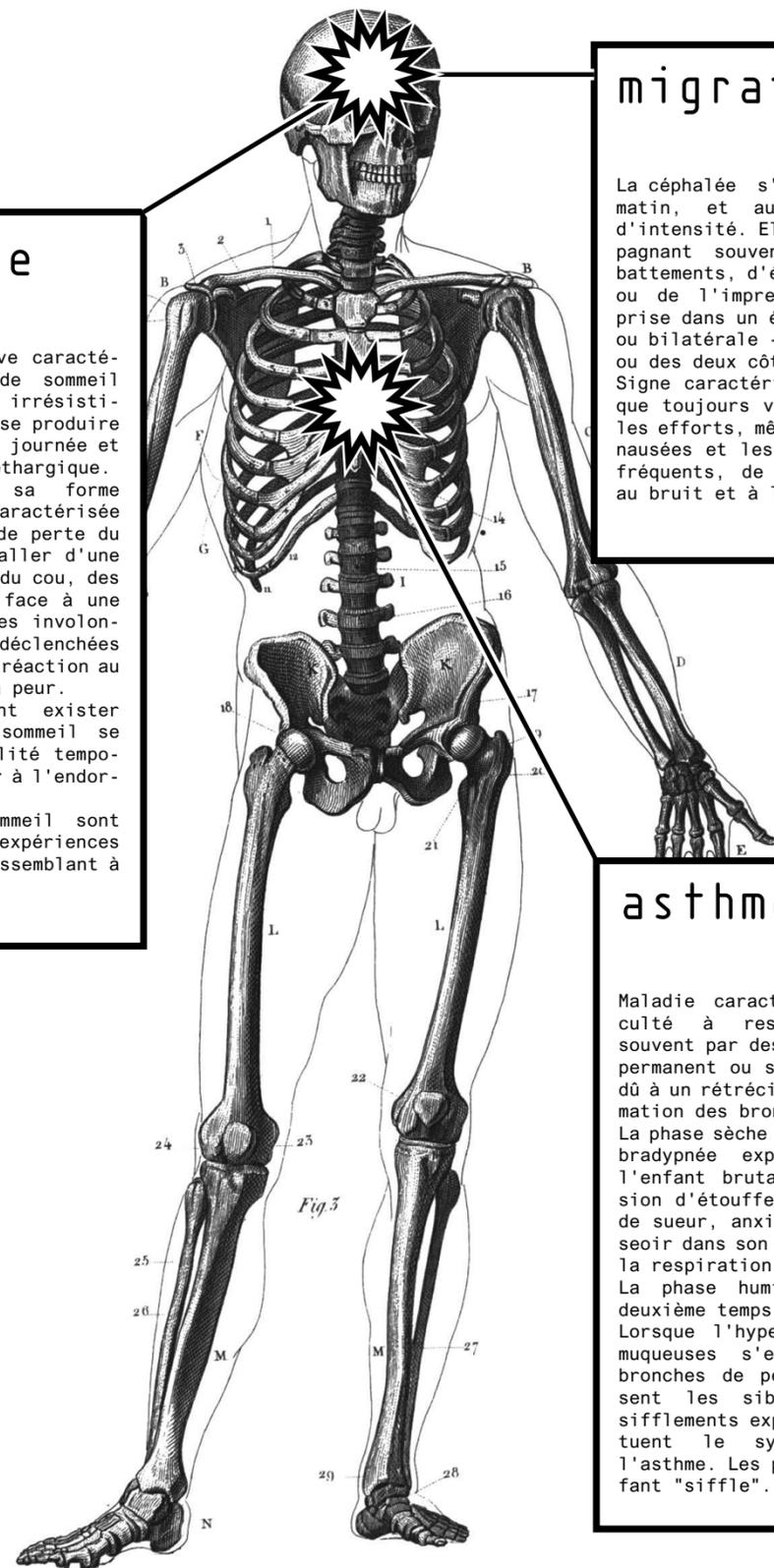


# choisissez votre maladie

et son remède



## narcolepsie

Affection neurologique grave caractérisée par des attaques de sommeil brutales et le plus souvent irrésistibles. Ces attaques peuvent se produire plusieurs fois dans la même journée et se prolonger par un état léthargique. Elle s'accompagne dans sa forme complète d'une cataplexie caractérisée par des épisodes soudains de perte du tonus musculaire qui peut aller d'une simple faiblesse au niveau du cou, des genoux, des muscles de la face à une chute complète. Ces attaques involontaires sont habituellement déclenchées par une émotion soudaine en réaction au rire, à la surprise ou à la peur. D'autres symptômes peuvent exister comme des paralysies du sommeil se traduisant par l'impossibilité temporaire de parler ou de bouger à l'endormissement ou à l'éveil. Des hallucinations du sommeil sont fréquentes. Ce sont des expériences bizarres et désagréables ressemblant à un rêve éveillé.



Zomig Oro (zolmitriptan) est distribué par le laboratoire

**AstraZeneca**

Modiodal (modafinil) est distribué par le laboratoire

**Cephalon**

Singulair (montelukast) est distribué par le laboratoire

**MERCK**

## migraine



La céphalée s'installe, volontiers le matin, et augmente progressivement d'intensité. Elle est sévère, s'accompagnant souvent d'une sensation de battements, d'élançements, de brûlures ou de l'impression d'avoir la tête prise dans un étou. Elle peut être uni ou bilatérale - c'est-à-dire d'un seul ou des deux côtés. Signe caractéristique, elle est presque toujours violemment exacerbée par les efforts, même les plus minimes. Les nausées et les vomissements sont très fréquents, de même que l'intolérance au bruit et à la lumière.

## asthme



Maladie caractérisée par une difficulté à respirer, se traduisant souvent par des sifflements. L'asthme, permanent ou survenant par crise, est dû à un rétrécissement et à une inflammation des bronches. La phase sèche est caractérisée par une bradypnée expiratoire qui réveille l'enfant brutalement par une impression d'étouffement. L'enfant, trempé de sueur, anxieux et agité doit s'asseoir dans son lit, ce qui lui facilite la respiration. La phase humide catarrhale est le deuxième temps. Lorsque l'hypersécrétion des glandes muqueuses s'est déversée dans les bronches de petit calibre, apparaissent les sibilances. Ce sont des sifflements expiratoires. Ils constituent le symptôme primordial de l'asthme. Les parents disent que l'enfant "siffle".

Après cet intermède de rentrée consacré à la surface de nos corps, nous allons pénétrer dans le cœur du sujet en nous penchant sur quelques dysfonctionnements du corps humain.

### fait principal :

L'industrie du médicament délivré par ordonnance s'inscrit dans le marché très concurrentiel des laboratoires pharmaceutiques. Ceux-ci commercialisent sous des appellations différentes des médicaments aux propriétés chimiques très semblables voire similaires.

Le médecin se situe au cœur de ce marché, puisqu'il choisit librement le médicament à prescrire pour son patient.

De gros efforts sont donc portés sur ce maillon incontournable de l'économie pharmaceutique ; des opérations de marketing direct (visiteurs médicaux, conférences, échantillons) informent régulièrement les praticiens sur l'efficacité des médicaments distribués, des campagnes publicitaires dans les revues et les sites spécialisés installent et confortent quand à elles la notoriété de ces médicaments.

3 laboratoires (au choix) font appel à vous pour proposer une campagne publicitaire présentant un de leur médicament.

### problème à résoudre :

Dans le marché spécifique du médicament délivré sur ordonnance régit par le Code de la Santé Publique, les laboratoires sont très dépendant des habitudes de prescription des médecins. La communication devient un facteur déterminant pour convaincre le médecin de choisir leur médicament plutôt que celui du concurrent.

### objectif publicitaire :

La publicité devra conforter la notoriété du médicament afin d'ancrer durablement dans les habitudes des médecins le nom du produit.

### cible :

Prescripteurs (généralistes et spécialistes). C'est une cible renseignée qui sera plus sensible à des images fortes (métaphores, figures de rhétoriques...) matérialisant la maladie, le principe actif du médicament, ou la guérison du patient qu'à un argumentaire didactique ou scientifique qu'ils maîtrisent déjà (leur formation initiale, les visiteurs médicaux, les colloques, les revues de praticiens remplissent déjà cette fonction).

### ton :

percutant.

### promesse :

Modiodal (modafinil) est **Le** médicament pour la narcolepsie  
Singulair (montelukast) est **Le** médicament pour l'asthme  
Zomig Oro (zolmitriptan) est **Le** médicament pour la migraine

### médias :

En France, il est interdit de faire de la publicité auprès du public pour les médicaments remboursables par la Sécurité Sociale. Vous travaillerez donc sur des supports dédiés aux seuls professionnels de la santé.

Print : une annonce presse dans les revues spécialisées (la revue du praticien, impact médecine...)

Multimédia : un carré intégré dans un site spécialisé (egora.fr, jim.fr ... \_ accessible uniquement aux membres de l'ordre des médecins conformément à l'article L 55I du Code de la Santé Publique).

### contrainte :

Conformément à l'article R 5047 du Code de la Santé Publique, le message publicitaire comportera nécessairement le nom du médicament et sa molécule, le logo du laboratoire ainsi que la mention légale. Cette mention légale sera accessible par un lien clairement lisible sur les carrés multimédias.