



Raison n°2 : Découvrez ce que les gagnants du Grand Prix du Festival 2013 en disent

Le Festival de la Communication Santé est allé à la rencontre de **Frédérique Saas**, Directrice de la Communication du laboratoire **LEO Pharma** et représentante du projet « La Peau s’Affiche », et de **Nathalie Bissot-Campos**, Directrice de la Communication de l’association **AMFE** et représentante du projet « L’alerte jaune ». Voici leurs témoignages.

«Cet évènement est assez unique dans le domaine de la Communication Santé [...].C’est un excellent terrain de benchmark, de découverte et d’inspiration.» **Frédérique Saas**



Frédérique Saas

@FestiComSante : Quels sont les éléments qui vous ont fait venir au FCS 2013 ?

@FredSaas : En 2013, la décision de participer au Festival de la Communication Santé tenait plutôt de l’évidence car j’avais une très belle réalisation en communication à présenter au nom de LEO Pharma ! D’ailleurs, cette opération menée autour de la Kératose Solaire a été récompensée par le Grand Prix. Cela étant dit, je participe à cette manifestation depuis plusieurs années, et si je n’ai pas toujours pu rapporter un prix à l’entreprise que je représentais, j’y ai toujours trouvé un grand intérêt en termes de partage. Finalement, cet évènement est assez unique dans le domaine de la Communication Santé.

@contact_amfe : Le Festival de la Communication Santé offre une part belle aux associations de patients qui peuvent concourir gratuitement dès qu’une entreprise s’y inscrit. C’était donc une belle occasion pour le tenter ! Nous avons participé à l’édition 2012 pour le lancement de notre campagne de dépistage des maladies du foie chez les bébés, l’alerte jaune avec notre site web tout public et son espace réservé aux professionnels de santé, ainsi que le kit d’affiches et de dépliants que nous remettons gracieusement aux CHU, cabinets médicaux, maternités, kiné, etc. Nous y avons remporté le 1^{er} prix de la catégorie « patients » et il était donc logique pour nous d’y revenir avec la suite de cette campagne et notre spot décalé que nous venions de réaliser !

« L’alerte jaune est une campagne nationale de santé publique qui vise à informer qu’il faut surveiller la couleur des selles des bébés [...].Nous sommes venus présenter « La Minute Blonde pour l’Alerte Jaune » réalisée avec la marraine de l’association, Frédérique Bel. » **Nathalie Bissot-Campos**



Nathalie Bissot-Campos

@FestiComSante : Quelles étaient vos attentes en participant au FCS ?

@FredSaas : Rempoter un prix, voire le 1^{er} prix bien sûr ! Mais aussi retrouver beaucoup d’acteurs importants de la Communication en Santé, découvrir d’autres projets en Santé, avec des parties prenantes multiples et sur des univers thérapeutiques différents. C’est un excellent terrain de benchmark, de découverte et d’inspiration.

28 & 29
NOVEMBRE 2014
DEAUVILLE

LE FESTIVAL DE LA
COMMUNICATION
SANTÉ
25^e ANNIVERSAIRE !



@contact_amfe : L'AMFE étant une jeune association, il était important pour nous d'être reconnus par des professionnels de la communication santé et des représentants des patients dans nos communications et missions. Médiatiser le plus possible notre message de dépistage, l'AMFE, et trouver de nouveaux soutiens envers notre cause.

**« Le Festival offre une part belle aux associations de patients [...].
C'était donc une belle occasion pour le tenter ! »**

@FestiComSante : **Quelle synthèse feriez-vous de l'édition 2013 du FCS ?**

@FredSaas : Il me semble que le FCS prend de l'ampleur année après année quantitativement et qualitativement. Le plus notable est sans doute l'ouverture accrue aux associations de patients et au digital.

@contact_amfe : C'était une édition très riche et une sacrée opportunité pour l'AMFE. Nous avons participé avec de prestigieux participants à la conférence sur la démocratisation sanitaire et avons pu présenter nos actions de médiations sur les maladies du foie des bébés ainsi que le film du making off de notre spot que nous avons dans notre valise pour le présenter en avant-première à notre jury le lendemain matin. (Pour voir la vidéo, [cliquez ici](#)).

@FestiComSante : **Vous avez présenté un projet au FCS 2013. Pouvez-vous, en quelques mots, nous présenter votre projet ?**

@FredSaas : L'objectif de l'opération « La Peau s'Affiche » était de sensibiliser le public à une pathologie dermatologique pré-cancéreuse peu connue : La Kératose Solaire. Un collage monumental révélant les zones à risque de Kératoses Solaires a été réalisé par 6 artistes de street art, place du palais Royal, en face du Conseil d'État, à Paris en octobre 2013. (Pour voir la vidéo, [cliquez ici](#)).

Grâce au relais des médias et des réseaux sociaux, cet évènement artistique inédit a créé un buzz important auprès du grand public mais également au sein de la communauté des influenceurs, plus particulièrement ceux de la communication et de la santé.

@contact_amfe : L'alerte jaune est une campagne nationale de santé publique qui vise à informer qu'il faut surveiller la couleur des selles des bébés et que « si elles sont pâles, c'est une urgence médicale ! ». 1 enfant sur 2500 est concerné. L'objectif de la campagne est d'insérer dans le suivi du nourrisson ce dépistage via le carnet de santé et faire diminuer la prise en charge à 30 jours de vie des bébés au lieu des 60 actuellement. 20% des bébés ne seront jamais greffés et les autres ne le seront pas à l'âge bébé et partiront en greffe dans de meilleures conditions. Il y aura moins de mortalité et de complications. Cette campagne sauve des petites vies et permet de dépister plusieurs maladies. Nous ne pouvons pas continuer d'attendre l'insertion de la carte des couleurs des selles dans le suivi du nourrisson via le carnet de santé, prévue en 2015, et nous n'arrivons pas à généraliser ce message, il fallait donc frapper fort et créer un buzz pour diffuser en masse ce message de santé publique !

Nous sommes venus présenter la phase 2 de l'alerte jaune qui était la création d'un spot « La Minute Blonde pour l'Alerte Jaune » (3 formats : télé, web et radio) réalisé avec la marraine de l'association, Frédérique Bel pour voir comment elle serait perçue par notre jury et les participants qui étaient invités à le visionner pendant le concours. Le succès a été bien au-delà de nos espérances !

« L'objectif de « La Peau s'Affiche » était de sensibiliser le public à une pathologie dermatologique pré-cancéreuse peu connue : La Kératose Solaire. Un collage monumental a été réalisé par 6 artistes de street art, place du palais Royal »

PARTICIPEZ AU FESTIVAL DE LA COMMUNICATION SANTE 2014 !



**28 & 29
NOVEMBRE 2014
DEAUVILLE**

LE FESTIVAL DE LA
COMMUNICATION
SANTÉ
25^e ANNIVERSAIRE !



@FestiComSante : Vous avez remporté un Prix, l'avez-vous partagé avec vos équipes ?

Vous a-t-il apporté d'autres satisfactions ?

@FredSaas : Pour une entreprise du médicament, ce type de prix se partage d'abord en interne. Avec les équipes locales pour renforcer la fierté d'appartenance. Mais aussi avec les équipes du Global pour donner de la visibilité et de la valeur au travail des équipes de la filiale.

@contact_amfe : Nous avons remporté 3 prix à notre plus grande surprise et satisfaction : le prix de la catégorie Patients, le Grand prix du Festival et le prix du partenaire prestigieux, la FNIM (Fédération Nationale de l'Information Médicale). Toute l'équipe de l'AMFE, le corps médical et les familles furent heureux de cette consécration !

Nous avons, également, eu l'honneur de trouver de nouveaux partenaires (IDS Santé, By Music) et de participer à Doctors 2.0, partenaire du Festival et qui permet au Grand Gagnant du Festival de la Communication Santé de devenir speaker à l'édition suivante de Doctors 2.0.

Les retombées presse du Festival et de leurs partenaires ont été importantes et cela a facilité le lancement de notre campagne dans les médias. Ce fût une très belle édition avec des contenus à la pointe de l'actualité et nous sommes très heureux d'avoir pu y avoir autant de succès !

@FestiComSante : Serez-vous présent pour ce 25^{ème} anniversaire du FCS ? Renouvellerez-vous votre participation au Prix avec un nouveau projet ? Recommanderiez-vous le FCS ?

@FredSaas : Évidemment, comme chaque année je serai présente ! Je représenterai LEO Pharma autour cette fois d'un projet digital réalisé par des équipes médicales et marketing et destiné aux professionnels de Santé.

@contact_amfe : Peut-être, car nos projets de communication santé en cours seront terminés d'ici la fin de l'année mais nous ne savons pas s'ils le seront à temps !

Oui dès que possible !

Absolument ! Je vous le conseille ! Ce festival de par sa durée, son lieu et la qualité des intervenants et des participants offre un réel tremplin !

PARTICIPEZ AU FESTIVAL DE LA COMMUNICATION SANTE 2014 !