



Comité Industrie du médicament
Vendredi 21 octobre 2011
Au siège de l'UDA, 53 avenue Victor Hugo 75116 Paris

Problématique de la communication intégrée dans la pharma

de 9h30 à 9h45	Les enjeux de la connaissance des médias : par <i>Vincent Varlet</i> , Président du comité Industrie du médicament de l'UDA et <i>Bernard Barjot</i> , past président du Cessim
de 9h45 à 10h05	Ce que recouvrent les études actuelles de l'association par <i>Nicole Meunier</i> , présidente de la commission technique du Cessim
de 10h05 à 10h20	Cessim & Fréquentation des sites internet par les MG, Spécialistes et Pharmaciens, par <i>Pascal le François</i> , marketing manager chez Cegedim Strategic Data (CSD)
de 10h20 à 10h35	Cessim & Comportement des professionnels de santé (baromètre numérique annuel du CESSIM) par <i>David Syr</i> , responsable des études ad'hoc (CSD)
de 10h35 à 11h	Suivi des médias touchant les généralistes, les spécialistes et les hospitaliers ; bilan et optimisation du mix promotionnel, par <i>Jean-Baptiste Angeloglou</i> , Directeur comptes clés (IMS)
de 11h à 11h20	Force et limites des mesures de l'Office de Justification de la Diffusion (OJD) par <i>Jean-Yves Gunepin</i> et <i>Laurence Carrasset</i> de Conseil média santé (CMS)
de 11h20 à 11h45	Les tendances des études médias grand public par <i>Michel Grandjean</i> , Directeur général du CESP et <i>Françoise Dupont</i> , Directeurs de projets Commentaires de <i>Gilles Boisson</i> , consultant média indépendant, membre du comité technique du CESP
de 11h45 à 12h	En guise de conclusion : présentation synthétique d'un tableau croisé cibles/médias faisant apparaître les segments étudiés et ceux qui ne le sont par <i>Nicole Meunier</i> et <i>Pierre Ferrer</i>