

The logo for Leem Fondation. The word "leem" is written in a large, bold, blue, lowercase sans-serif font. Below it, the word "fondation" is written in a smaller, blue, lowercase sans-serif font. To the right of "fondation" is a solid blue horizontal bar.

LEEM

Santé

Le Leem est l'organisation professionnelle des entreprises du médicament opérant en France. Le Leem compte 280 entreprises adhérentes, dont 50% de TPE/PME, exerçant une activité de recherche et développement, de fabrication, d'exploitation et de distribution de médicaments à usage humain. Le secteur emploie plus de 106 000 personnes dans plus de 150 métiers, et est présent sur la totalité du territoire français avec 271 sites de production, dont 32 de bioproduction.

• **CHIFFRE D'AFFAIRES : N/A**

• **PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL : Non**

• **COLLABORATEURS ET COLLABORATRICES : N/A**

Réduisons le volume



Au-delà de 5 médicaments par jour, surtout après 65 ans, demandez à votre médecin ou votre pharmacien si vous pouvez en prendre moins.*

*N'arrêtez jamais votre traitement sans avis médical.

LEEM

« Réduisons le volume » avec le LEEM

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

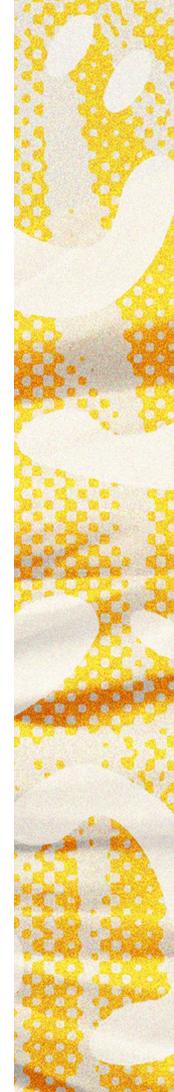
En France, 65% des personnes de 65 ans et plus consomment plus de cinq médicaments par jour, exposant ainsi leur santé à des risques accrus. Le LEEM lance une campagne nationale pour sensibiliser au bon usage des médicaments de lutter contre la surconsommation, avec un focus particulier sur l'antibiorésistance. Portée par un message fort et un visuel impactant, elle s'appuie sur un dispositif omnicanal : TV, presse, affichage, digital et réseaux sociaux.

Son slogan percutant, « Moins de médicaments, c'est médicamieux », marque les esprits.

En partenariat avec les professionnels de santé, la campagne vise à changer durablement les comportements.

06-2024 / 11-2024 - BUDGET : 1 200 000€

Le budget comprend : Conseil, prod et achat média



LEEM

« Réduisons le volume » avec le LEEM

POUR QUI ?

- Seniors (65 ans et +), première population concernée par la polyconsommation médicamenteuse.
- Aidants, souvent impliqués dans la gestion des traitements.
- Professionnels de santé (médecins, pharmaciens) pour relayer le message et encourager la prescription raisonnée.
- Grand public, afin de sensibiliser toutes les générations aux dangers de l'abus de médicaments et de l'antibiorésistance.
- Cible média : 50-70 ans CSP+, couverture de 75% (vs 65% en objectif).

COMMENT ?

- Un spot TV et digital mettant en scène un pictogramme de volume sonore en pilules.
- Un key visual décliné en presse, affichage et digital.
- Une stratégie social media et influence ciblée (TikTok, Facebook, Twitter, LinkedIn).
- Plan média puissant : TV, presse (PQN, PQR), affichage (abribus IDF), digital.
- Collaboration avec des professionnels de santé pour crédibiliser le message.
- Partenariats influenceurs pour toucher les jeunes générations.
- Diffusion en juin et septembre 2024 pour maximiser l'impact.

LEEM

« Réduisons le volume » avec le LEEM

LES RÉSULTATS

- Médiatisation : 250M+ contacts (TV, presse, affichage).
- Social media & influence : 50M+ impressions, 100K clics vers le site Leem.org.
- Objectifs dépassés : 75% de couverture sur la cible 50-70 ans CSP+ (vs 65% prévu).
- Engagement : forte sensibilisation qualitative mesurée via retours professionnels de santé.
- Impact comportemental : renforcement de la prise de conscience sur l'antibiorésistance.

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

La campagne repose sur une approche éthique et rigoureuse, avec des messages validés par des experts en santé pour garantir leur exactitude. Conçue en concertation avec les professionnels de santé, elle s'appuie sur leur expertise pour sensibiliser efficacement le public et encourager une consommation responsable des médicaments. Leur rôle clé dans le relais du message assure une diffusion crédible et impactante, renforçant ainsi l'engagement des publics concernés.