

« le Digital est-il stratégique pour les industries de Santé »

Une enquête réalisée par la **FNIM** et **Doctors 2.0 & You**
avec le soutien du **LEEM**, du **G5** et de la revue **Pharmaceutiques**



FÉDÉRATION NATIONALE
DE L'INFORMATION MÉDICALE

 **Doctors 2.0 & You**TM



 **PHARMACEUTIQUES**

Eric Phélippeau - **FNIM**
www.lafnim.com



Denise Silber - **Doctors 2.0 & You**
www.doctors20.fr



FÉDÉRATION NATIONALE
DE L'INFORMATION MÉDICALE

BASIL
strategies



FÉDÉRATION NATIONALE
DE L'INFORMATION MÉDICALE

La FNIM en quelques chiffres...

1^{ère} Fédération **multi-métiers** de prestataires-partenaires de l'industrie pharmaceutique et des produits de santé.

1976

Année de **création**

67

sociétés membres toutes spécialisées en information et communication santé.

16

Rendez-vous FNIM en 2014...

12

métiers : *Presse & Edition, Agences de communication, Etudes de marché, Conseil réglementaire, Conseil juridique, Conseil stratégique, Visite médicale, RP, Événementiel, Design de marque et Packaging, Conseil et Achat média, Marketing relationnel, Marketing opérationnel, Digital, Internet et Multimédia...*



FÉDÉRATION NATIONALE
DE L'INFORMATION MÉDICALE

BASIL
strategies

L'enquête...

Enquête
en ligne
mai 2015

118
réponses

56%
industries
santé

37%
prestataires

7%
autres
...

- **Industries de Santé** : Médicaments 49%, DM 6%
- **Prestataires** : Agences de Communication 12%, Conseil digital 8%, Conseil stratégique 7%...
- **Autres** : Professionnels de santé 5%, Assureur santé, Agro-alimentaire, Startup Santé...

Quelle est la typologie de votre entreprise ?



84% groupes internationaux
16% indépendants



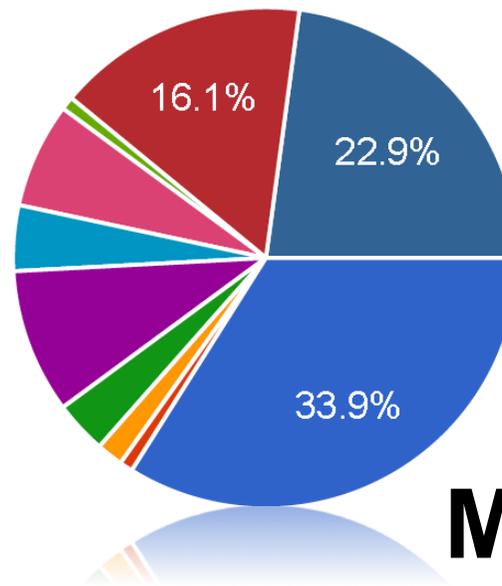
21% groupes internationaux
79% indépendants

Ce critère n'a absolument pas influé sur les résultats !

Quelle est votre principale activité personnelle ?

Direction générale

Marketing	40	33.9 %
Recherche développement	1	0.8 %
Achats	2	1.7 %
Market access	4	3.4 %
Médical	11	9.3 %
Affaires publiques	5	4.2 %
Corporate communication	8	6.8 %
DRH	1	0.8 %
Direction générale	19	16.1 %
Autre	27	22.9 %



Autres...

Ventes, Digital, Réglementaire, Etudes, Qualité

Marketing

Le digital est-il stratégique pour les industries de Santé ?



Le digital doit-il amener les industries de Santé à repenser leur modèle économique ?



86 % des répondants **NON**
proviennent de Laboratoires
Fonction Marketing

Quels managers faut-il former au digital ?

Direction digitale

OUI 87,3%

NON 12,7%

Direction marketing

OUI 95,8%

NON 4,2%

Direction communication

OUI 95,8%

NON 4,2%

Direction ventes

OUI 89,8%

NON 10,2%

Direction scientifique

OUI 83,9%

NON 16,1%

Direction affaires réglementaires

OUI 89%

NON 11%

Direction générale

OUI 86,4%

NON 13,6%

Quels managers faut-il former au digital ?

Direction digitale

OUI 87,3%

NON 12,7%

Direction marketing

OUI 95,8%

NON 4,2%

Direction communication

OUI 95,8%

NON 4,2%

Direction ventes

OUI 89,8%

NON 10,2%

Direction scientifique

OUI 83,9%

NON 16,1%

Direction affaires réglementaires

OUI 89%

NON 11%

Direction générale

OUI 86,4%

NON 13,6%

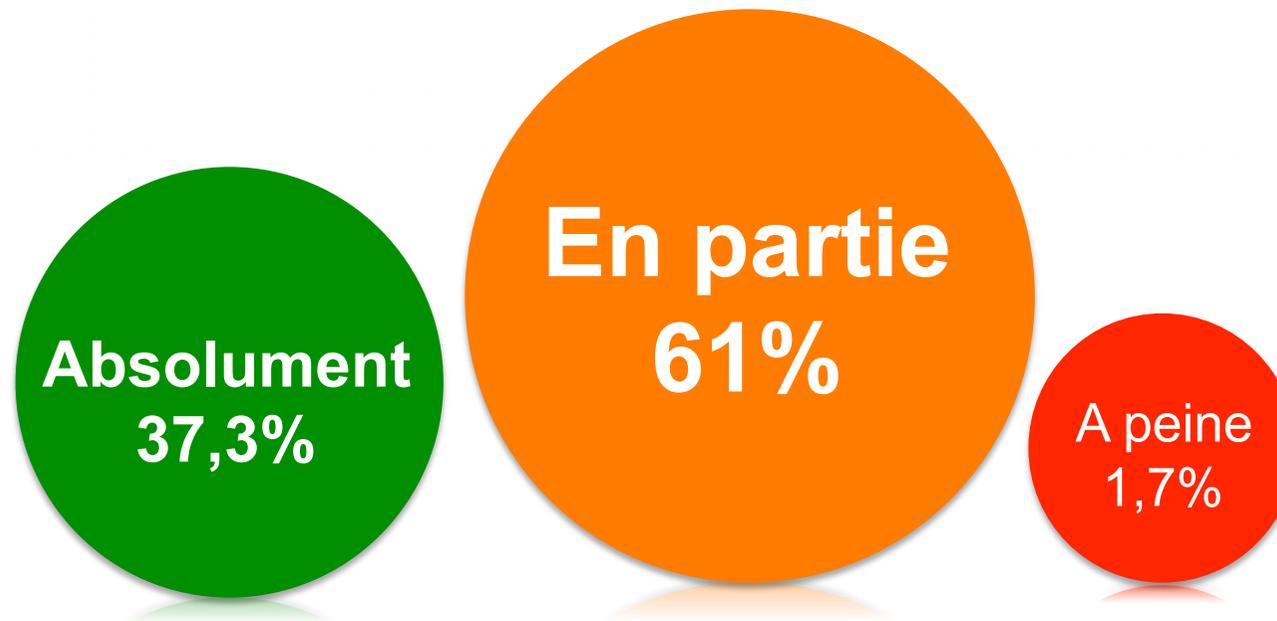
Quels managers faut-il former au digital ?

Au final... il faut former toutes les fonctions !



Les partisans du **NON** sont majoritairement des profils marketing

Le management de l'innovation passe-t-il par le digital ?



Le digital a-t-il sa place au comité de direction en industrie ?



78% des répondants **NON**
proviennent de Laboratoires
Toutes fonctions confondues

Le digital participe-t-il déjà au comité de direction ?



50% des **OUI** proviennent
des Laboratoires
Les Pro. de Santé disent **OUI**...



61% des **NON** proviennent
des Laboratoires

Commentaires...

« C'est quoi le digital ? »

« Doit être présent à tous les niveaux de l'entreprise »

*« Nécessité de prendre en compte
du contexte légal pharmaceutique »*

« Une nouvelle façon de penser »

« Manque d'anticipation »

*« L'entreprise toute entière doit adopter
une véritable "culture" du digital »*

...



www.lafnim.com

*Presse & Edition, Agences de communication, Etudes de marché,
Conseil réglementaire, Conseil stratégique, Visite médicale, RP et Evènementiel,
Design de marque et Packaging, Objets publicitaires, Conseil et Achat média,
Marketing relationnel, Marketing opérationnel, Digital, internet et multimédia...*

*La **FNIM**, mieux nous connaître pour valoriser nos métiers
et agir auprès des acteurs industriels
et institutionnels du monde de la Santé.*

www.doctors20.fr



FÉDÉRATION NATIONALE
DE L'INFORMATION MÉDICALE

