



BOURSE FNIM DE L'INFORMATION SANTÉ

Accompagner l'innovation
et la communication au service du patient

Nom projet : Les cerveaux de l'avenir

Nom de l'Association : ARTC

Noms des porteurs de projets : Pedro GOMES, Ophélie DU FRANCAIS, Sirine HASSINE, Chedi MALLOULI, Marine SALLABERRY

1/ Présentation de l'équipe d'étudiants porteur du projet.

Notre formation en cours

Le Mastère Spécialisé Manager marketing et Commercial dans les Industries de Santé (Toulouse Business School)



INSPIRING
EDUCATION
INSPIRING
LIFE

Formation qui allie connaissances sectorielles, compétences en management et réseau professionnel, répondant aux besoins spécifiques des industries pharmaceutiques, biotechnologiques et de dispositifs médicaux.



Notre équipe



Ophélie Dufrançais 

PhD en biologie cellulaire
Institut de Pharmacologie et de Biologie Structurale (IPBS), Toulouse



Sirine Hassine 

PharmD spécialité biologie médicale
Faculté de Pharmacie de Monastir, Tunisie



Pedro Gomes 

PhD en Microbiologie et Neurogastroentérologie
Institut National Polytechnique (INP) de Toulouse



Marine Sallaberry 

Master en Immunologie et Microbiologie
Université de Bordeaux



Chedi Mallouli 

PharmD spécialité industrie
Faculté de Pharmacie de Monastir, Tunisie

2/ Présentation l'association dédiée aux patients et aux aidants.



Créée par des familles de patients et par le personnel médical de l'Hôpital de la Salpêtrière à Paris.

30 Ans
d'existence

9 Délégations
régionales

206
Bénévoles

1 767
Donateurs

MISSIONS

Financer la recherche sur les tumeurs cérébrales.

Offrir des ressources thérapeutiques et un accompagnement psychologique/logistique.

Soutenir les hôpitaux (formations, audits, recrutements).

3/ La problématique pour laquelle l'association souhaite informer et communiquer.

Comment l'ARTC peut-elle mieux susciter des vocations à la recherche sur les tumeurs cérébrales et attirer les internes et praticiens en neuro-oncologie pour renforcer l'innovation et le développement scientifique dans ce domaine ?



4/ Les **objectifs** de la communication de l'association ARTC.

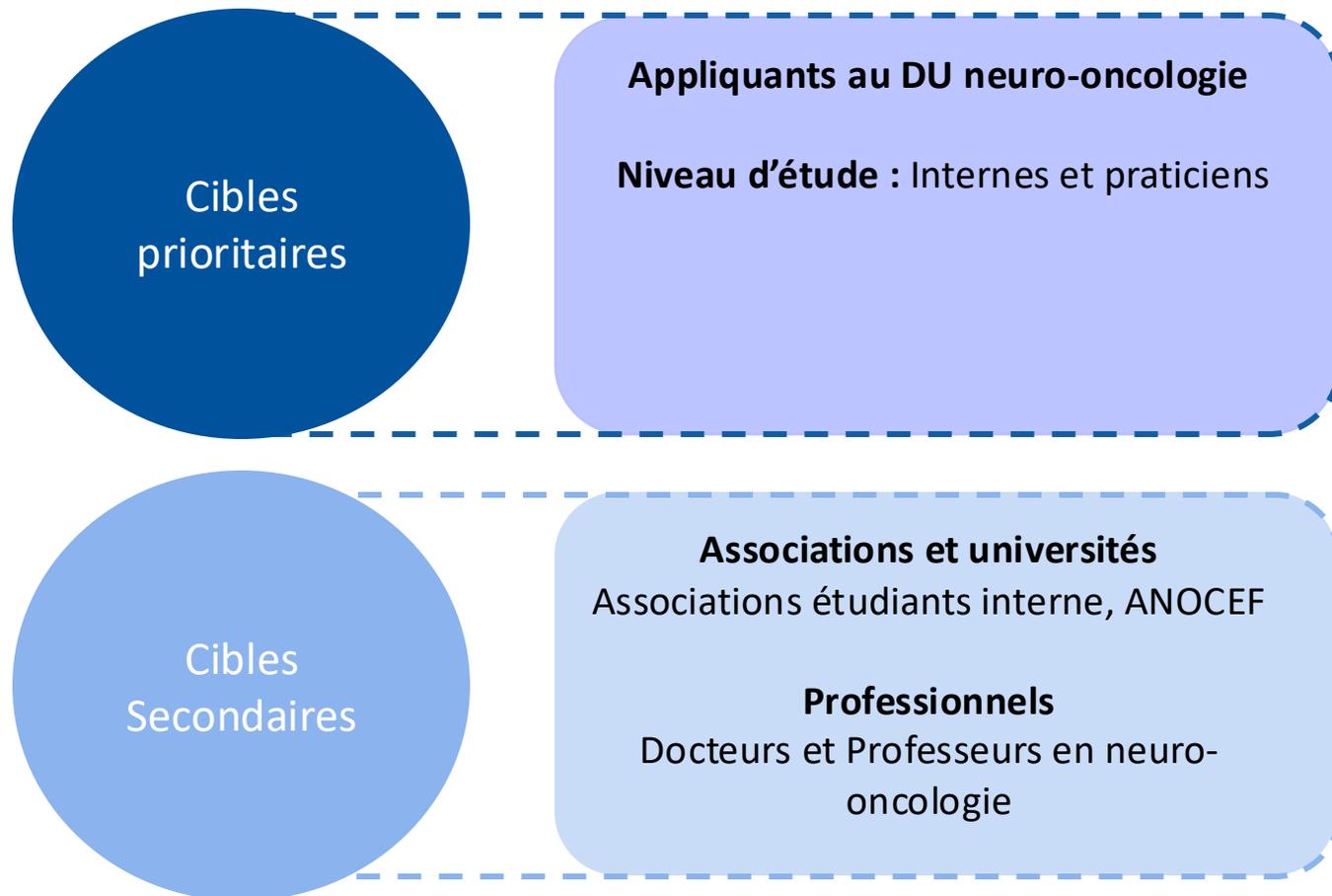
Objectif
prioritaire

Susciter l'intérêt des internes et praticiens pour la recherche en neuro-oncologie

Objectif
secondaire

Informier plus largement le public et le système de santé sur la nécessité de la recherche en neuro-oncologie

5/ Les cibles.



6/ La **stratégie** de communication.

Notre stratégie de communication se décompose en 3 temps :

Temps **1**

Réalisation d'une étude qualitative sur les **motivations** et les **freins** d'un choix de carrière en neuro-oncologie via un guide entretien

Temps **2**

Réalisation de contenu sur les plateformes de réseaux sociaux de l'ARTC :
- Déclinaison des conclusions de l'étude qualitative dans les posts
- Recueil de témoignages de professionnels de santé pour créer un contenu inspirant

Temps **3**

Diffusion et relais par les associations étudiantes spécialisées en sciences et/ou en médecine et par les universités

7/ Les outils de communication proposés.

Feuilleton " Les cerveaux de l'avenir"
: série de capsules vidéos

Réalisation d'un concours façon "Ma
thèse en 60 seconds"

Plateformes :

Les différentes carrières en
neuro-oncologie

Témoignages des internes et
praticiens en cours d'orientation
vers la neuro-oncologie

Témoignages de neuro-
oncologue

"Mon projet neuro-onco en 60
seconds"

Mini video de 60s pour vulgariser
la recherche de médecins de la
discipline

Prix du public, Prix du comité
scientifique



LES CERVEAUX
DE L'AVENIR



8/ Les résultats et KPI attendus.

Contribuer à faire connaître les carrières dans la recherche en neuro-oncologie aux internes et praticiens

Partenariats avec Universités et associations étudiantes en médecine

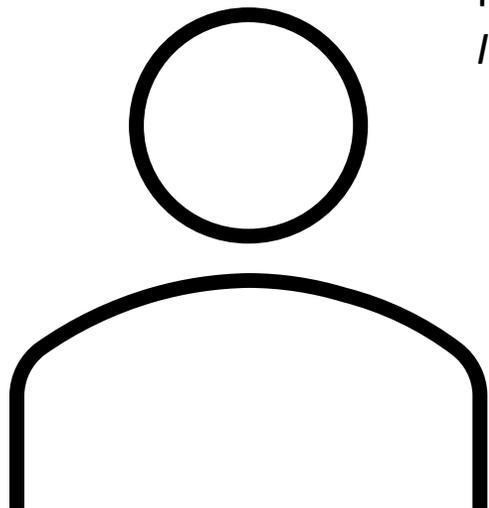
Hausse de l'engagement sur les plateformes de réseaux sociaux

Nombre de participants au feuilleton "Les cerveaux de l'avenir"

Nombre de participants au concours "Mon projet neuro-onco en 60 s"

Nombre de prise de contact avec l'ARTC

9/ Premiers résultats de l'étude qualitative



Interview 1,
Interne en neuro-oncologie

« La neuro-oncologie c'est une vocation, la charge émotionnelle impacte »

« Il y a un intérêt humain, clinique et scientifique, c'est une triple richesse »

« Le rôle des associations est primordial »

LES CERVEAUX
DE L'AVENIR



« L'intérêt n'est pas de promouvoir la neuro-oncologie, mais de promouvoir la recherche »

10/ Exemple de contenus



Dr. Noémie G.,
Médecin en neuro-oncologie

« Mon but est qu'un médecin
n'ait plus à annoncer à son
patient qu'il est forcément
condamné »

💡 INSPIREZ LA PROCHAINE GENERATION DE CHERCHEURS ! 💡

Plonger dans une carrière en neuro-oncologie, c'est choisir de faire une différence majeure dans la vie des patients touchés par des maladies complexes du cerveau 🧠. C'est un voyage où chaque avancée scientifique et médicale 🧪 ouvre la porte à de nouveaux espoirs.

Dans notre nouvelle série de capsules vidéo 📺, "Les cerveaux de l'avenir", découvrez le parcours inspirant du Dr. Noémie G, qui partage son expérience quotidienne en neuro-oncologie. Elle nous parle de sa passion pour la recherche, de son engagement envers les patients et de l'incroyable opportunité qu'elle a de changer des vies chaque jour 🙌❤️.

👤 Regardez notre première capsule pour comprendre pourquoi la neuro-oncologie n'est pas seulement une spécialité, mais une vocation. Les défis sont grands, mais les récompenses, encore plus 🏆💡.

Rejoignez-nous ! Votre engagement et vos compétences peuvent réellement sauver des vies 📄.

#NeuroOncologie 🌐 #LesCerveauxDeL'Avenir #RechercheMédicale 🔍
#Inspiration 🚀 #CarrièreScientifique 🎓 #EtudiantsMédecine