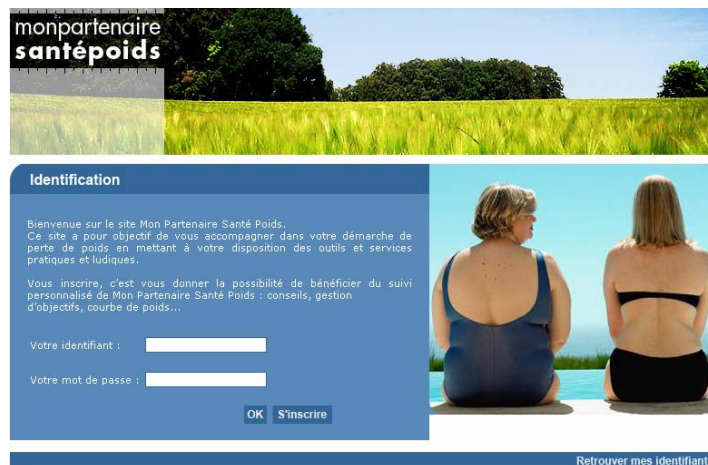


## Roche choisit l'agence Modedemploi pour accompagner sa campagne sur la prise en charge médicale du surpoids.



**Pour répondre à l'augmentation croissante de l'obésité en France, Roche lance depuis février 2006 une campagne de communication sur le surpoids. Roche fait appel à l'agence de communication pédagogique et ludique Modedemploi pour développer sa stratégie on line.**

**Modedemploi réalise un site Internet pratique d'aide à la perte de poids : [www.monpartenairesantepoids.com](http://www.monpartenairesantepoids.com)**

**Le site est un véritable coach qui propose aux internautes des solutions pour faciliter la perte de poids**

### **Utiliser la communication on line pour mieux toucher sa cible**

Roche figure parmi les premiers laboratoires Pharmaceutiques en France. La société développe des produits et services destinés à lutter contre les maladies chroniques lourdes.

Fin 90, Roche s'attaque au problème de l'Obésité, en lançant plusieurs médicaments anti-obésité délivrés sous prescription.

Toujours à la recherche de moyens innovants pour rapprocher les clients et les pharmaciens, Roche fait appel à l'agence de communication Modedemploi pour la création d'un site interactif de coaching personnalisé.

De cette collaboration est née le site Monpartenairesantepoids.com : site pratique et complet d'accompagnement des personnes qui souhaitent perdre du poids.

En respectant les contraintes de communication liées au secteur de la santé, ce site vient renforcer la campagne lancée par Roche pour la prise en charge médicale du surpoids et pour répondre à une volonté de satisfaction client.

Lancé en février 2006, cette campagne multi canal a été reliée en radio, et également par la création de PLV en pharmacie.

« Notre but était d'offrir aux pharmaciens, un outil complémentaire et utile pour leurs clients qui ont un problème de surpoids. » déclare Nicolas Prigent, Responsable Relation Client Internet de Roche

« Nous avons donc misé sur la communication interactive qui permet à nos clients de s'approprier les outils marketing mis à leur disposition sur Internet. Ce phénomène d'appropriation participatif est à la base de notre campagne. » poursuit Nicolas Prigent

### **Un Coaching personnalisé au quotidien**

Le site Monpartenairesantepoids.com, sur un thème graphique de bien-être, aide à la perte de poids et accompagne vers une alimentation plus équilibrée.

En 6 étapes :

- Informations
- Bilan
- Objectifs
- Agenda
- Messagerie
- Suivi personnalisé



Le site coach au quotidien les internautes.

☞ Le site concentre de nombreuses informations nutritionnelles personnalisées qui ont été au préalable validées par des spécialistes de la santé (médecins et nutritionnistes).

☞ Des envois par e-mails de conseils personnalisés sont proposés et un suivi de sa silhouette peut être réalisé. Il est même possible de projeter sa silhouette par simulation virtuelle dans les 2 mois à venir.

☞ Via une messagerie, l'internaute peut également échanger des astuces et partager ses expériences avec d'autres personnes inscrites sur le site.

### **Le marketing interactif : une solution efficace pour communiquer dans le secteur de la santé**

Les laboratoires pharmaceutiques, par la problématique spécifique du secteur ne peuvent communiquer pour les médicaments délivrés sous prescription.

Deux types de vecteurs directs sont donc historiquement utilisés: la force de vente et les PLV (uniquement en pharmacie).

Roche s'appuie donc pour cette campagne sur les nouvelles tendances marketing pour toucher au mieux sa cible et proposer des solutions créatives et pédagogiques qui permettent de rapprocher les clients et les pharmaciens.

« Dans des secteurs à problématique particulière, il faut proposer aux annonceurs des projets qui répondent à leurs besoins pour obtenir des campagnes marketing pertinentes et innovantes. » déclare Laurent Laforge, Président de Modedemploi

« Le marketing viral qui consistera en la construction d'une base d'adresses mails, n'a par exemple pas été choisit pour cette campagne. Roche souhaitait avant tout répondre à une question de santé publique. » poursuit Laurent Laforge.

### **Contacts Presse :**

#### **Elektron Presse**

Annelise Fromentin

Tel : 01 46 34 67 79

e-mail : [fromentin@elektron-presse.com](mailto:fromentin@elektron-presse.com)

#### **Modedemploi**

Laurent Laforge

Tel : 01 41 34 23 88

e-mail : [llaforge@modedemploi.fr](mailto:llaforge@modedemploi.fr)

### **À propos de Modedemploi :**

Créée en 2000 par Laurent Laforge et Antoine Chauveau, Modedemploi est une agence de communication interactive spécialisée dans la communication pédagogique et ludique. Composée d'une équipe de 18 personnes, l'agence Modedemploi est organisée autour d'un pôle conseil, d'un pôle innovation et de quatre pôles de compétences métiers : création interactive, vidéo, print et mobilité.

Modedemploi dispose de nombreuses références prestigieuses : BNP Paribas, Bouygues Telecom, LG, Garnier, Gaz de France, Lilly, Roche Pharma, Groupama, Groupe Moniteur, Education Nationale,...

Pour plus d'informations, consultez le site de Modedemploi : [www.modedemploi.fr](http://www.modedemploi.fr)

