

## Portrait

### **Trois questions à Dominique NOËL, Présidente du Festival de la Communication Santé.**

**Vendredi, 24 Octobre, 2014 - 13:45**

La 25ème édition du Festival de la Communication Santé se déroulera les 28 et 29 novembre 2014 à Deauville. Au programme du Palmarès des projets inédits présentés par les acteurs de la santé. Revue des tendances par Dominique Noël, sa présidente.

« Les patients se réapproprient leur santé »



Photo : Festival de la Communication Santé

### **Le Festival de la Communication Santé fête ses 25 ans, les 28 et 29 novembre prochains à Deauville. Quelles évolutions ont marqué la communication santé au fil de ce quart de siècle ?**

À l'origine, ce festival créé par Guy Vincent-Heugas, fondateur du « Panorama du Médecin », rassemblait un groupe de pionniers en matière de communication médicale. Il s'appelait d'ailleurs le Festival de la Communication Médicale. Sa mission était de mettre en lumière les actions et campagnes de communication des laboratoires pharmaceutiques destinées à l'information des médecins. C'était le carrefour de rencontres des annonceurs de l'industrie pharmaceutique et des médecins. Le monde de la santé était régi de façon pyramidale. La communication s'opérait de haut en bas avec ceux qui détenaient le savoir et les autres qui le recevaient.

Puis les mentalités ont évolué. Le devoir de transparence s'est imposé dans les faits et les esprits. Les modes de communication ont également évolué progressivement dans les médias traditionnels avant de connaître un véritable changement avec l'arrivée des nouvelles technologies de

l'information et de la communication. Les patients ayant accès à tout type d'informations se sont emparés de leur santé. Les associations de patients, toujours plus actives, se sont développées massivement dans tous les domaines de la santé.

Aujourd'hui, le schéma de communication est horizontal, il inclut tous les acteurs de la santé. Le Festival est le témoin de ces évolutions avec chaque année de nouveaux projets qui s'ouvrent au grand public. Nous ne sommes plus dans la communication strictement médicale, mais bien dans celle de la santé qui concerne chacun d'entre nous.

Ainsi, nous avons créé de nouveaux prix visant à faire connaître les initiatives innovantes tant en matière scientifique qu'en matière d'éducation à la santé. La communication santé est maintenant tournée vers le patient. C'est pourquoi, depuis 2010, le comité du Festival a ouvert ses portes aux associations de patients et aux aidants. Pour chaque inscription d'une entreprise, une association de patients est invitée.

## Comment se présente cette nouvelle édition ?

Très bien, nous avons déjà reçu une quarantaine de projets inédits et d'horizons divers. D'année en année, les candidats sont de plus en plus nombreux, ce qui est un bon signe de vitalité des campagnes de communication.

Nous avons donc élargi notre palmarès qui contient neuf catégories de prix valorisant des réalisations dans les domaines suivants de la communication santé : médicale, hospitalière, associative, santé publique, corporate, produit grand public, patient et famille, santé animale et communication santé entreprise.

Toutes les candidatures seront examinées par un jury spécifique, représentatif du public visé par ces projets. Le jury composé de personnalités éminentes et d'un président votera ensuite pour déterminer le lauréat. Les prix seront ensuite remis le 8 janvier 2015, à Paris, lors d'une cérémonie qui se déroulera avec toutes les équipes primées.

Cette année, nous innovons encore avec le lancement, lors du Festival, d'une opération de « crowdfounding » pour encourager le développement de la meilleure start-up médicale.

Mais plus qu'un lieu de « compétition », notre Festival est un lieu de partage des expériences. La première journée de notre événement est consacrée à des conférences ouvertes à tous. Au programme : la santé connectée, la transparence, l'open data et une thématique sur l'observance qui sera l'occasion de révéler un scoop !

## Si les réseaux traditionnels ont toujours été les principaux vecteurs de la communication médicale puis de la communication santé, les « geeks » ne risquent-ils pas de se substituer à la parole du médecin ?

L'impact des réseaux sociaux a bouleversé le monde de la santé et de la médecine. Mais dans le bon sens. Le Net a permis un meilleur accès pour tous à l'information à condition, bien évidemment, d'en faire bon usage.

Plus que les médecins, les patients ont été les premiers actifs sur les réseaux, ce qui a chamboulé toutes les stratégies de communication en matière de santé aussi bien de la part de l'industrie pharmaceutique que des pouvoirs publics.

Actuellement, tous les outils numériques permettent de savoir comment rester en bonne santé. Le patient s'auto-évalue ! C'est une révolution ! Il devient acteur de sa santé et de sa prise en charge. On communique dorénavant sur des projets de santé et moins sur la maladie. C'est un progrès ! Quant aux médecins, ils sont encouragés par le Conseil de l'Ordre à utiliser la télémédecine.

Oui, les nouvelles technologies constituent des atouts dans le secteur de la santé, mais rien ne peut se faire sans éthique ni déontologie. Et rien ne remplacera, le colloque singulier. Rien ne remplacera

la relation de confiance entre patient et soignant. Pour autant, je pense que les « geeks » seront les managers de demain.

C'est pour cela que nous avons noué récemment un partenariat avec le Club Digital Santé, le Think Tank de la eSanté. Ses équipes vont organiser, pour le Festival, un prix du digital « Le prix de la communauté du Club Digital Santé », qui sera déterminé par le vote en ligne des internautes.

[Tous les portraits](#) [1]

**URL source:** <http://www.guidepharmasante.fr/actualites/trois-questions-dominique-noel-presidente-du-festival-de-la-communication-sante>

#### **Liens**

[1] <http://www.guidepharmasante.fr/actualites/portraits>