

Portrait

Élisabeth de la Fuente-Tripon, Directrice commerciale de Content Ed Net

Lundi, 19 Février, 2024 - 09:15

BtoB scientifique sur-mesure

Communication, édition, rédaction médicale, traduction, organisation, Content Ed Net met au point les informations scientifiques et les programmes de communication dans tous les domaines thérapeutiques utiles aux professionnels de santé pour prendre les meilleures décisions tant au niveau diagnostique que thérapeutique. Adossé à ce groupe mondial, Content Ed Net France rédige, traduit, publie dans les revues, adapte les contenus pour créer des outils sur-mesure au plus près des axes de communication omnicanaux des laboratoires. Une expertise cultivée depuis 20 ans pour conjuguer l'approche globale et les solutions locales qui font la force du groupe.



Comment se positionne Content Ed Net France aujourd'hui

?

- Élisabeth de la Fuente-Tripon : En avril, Content Ed Net France aura 20 ans. Aujourd'hui, nous sommes représentés dans plus de 31 pays à travers le monde. Cette présence internationale est un socle pour Content Ed Net France qui est prestataire global de produits et services liés aux publications pour l'industrie pharmaceutique et des dispositifs médicaux dans notre pays. Nous avons cependant une particularité sur ce marché. Nous sommes éditeurs, en représentant des publications internationales, ce qui nous permet de commercialiser des tirés à part, des versions électroniques à partir des contenus existants publiés. Cela nous offre aussi la possibilité de négocier des copyrights, questions juridiques majeures sur lesquelles de nombreux laboratoires manquent de connaissances. Les droits de traduction, de diffusion et d'utilisation en dépendent directement et nous mettons à la disposition de nos clients notre large expérience éditoriale internationale dans ce domaine. C'est un plus, car nous sommes aussi une agence qui accompagne les projets de communication et d'éducation médicale dans tous les domaines thérapeutiques.

Pourquoi cette proximité avec les acteurs et les prescripteurs reste-t-elle votre priorité ?

- E.F.T : Nos capacités de publications médicales et les réunions d'experts que nous sommes à même de monter au niveau global, partout dans le monde, aboutissent à la production de

documents et de publications en anglais, français, allemand, espagnol, italien, turc, etc. Or, nous pensons toujours qu'il est nécessaire d'avoir des experts situés à proximité de nos clients parlant la langue locale, pour comprendre les réglementations sur place. La création de matériel scientifique et de comptes rendus impose cette approche localisée pour les professionnels de santé sur la base de documents publiés. Nous sommes donc une agence de rédaction médicale et de traduction qui réunit de multiples savoir-faire pour proposer une offre très complète tant au niveau global que local. Cette approche très complémentaire nous permet de répondre à toutes les problématiques de l'industrie pharmaceutique dont les axes stratégiques répondent à des enjeux globaux qu'il convient d'adapter aux contraintes locales.

Comment conjuguez-vous l'approche globale et les solutions locales ?

- E.F.T : Ceci se traduit concrètement dans les plans de communication qui s'appuient sur des lignes stratégiques déployées au niveau global des groupes, qu'il convient de s'approprier et de décliner pour l'adapter à la France et aux particularités réglementaires qui sont les nôtres. Chez Content Ed Net France, le développement de cette stratégie globale et son adaptation aux contextes locaux repose sur une solide expérience. Une expertise qui nous permet, aujourd'hui, de proposer une approche complète au niveau global, des solutions à déployer au niveau local, totalement complémentaire. Cette synergie renforce notre efficacité en travaillant en groupe au sein d'un réseau international. Cette force se traduit en termes de création de contenus, mais aussi au niveau présentiel. Lors de congrès internationaux, les équipes sur place à travers le monde sont mobilisées pour nos clients. Cet accompagnement pour réaliser en un temps record des traductions et développer les actions possibles pour cibler le public sur place est assez unique. Notre présence à tous les niveaux nous incite à nous organiser en nous adaptant en permanence à nos clients sur ce marché.

Quelle est, selon vous, la tendance phare sur le marché de la communication scientifique et événementielle pour 2024 ?

- E.F.T : En matière d'engagement des professionnels de santé, tout le monde parle d'omnicanal et nous voyons la nécessité de garantir à nos clients tous les documents, dans la bonne langue, prêts à être distribués sur les canaux appropriés pour chaque professionnel de santé. En travaillant en étroite collaboration avec les affaires médicales, nous nous engageons à produire le matériel qui aidera les professionnels sur place à interagir avec les professionnels de la santé et à répondre à leurs besoins de sensibilisation. Notons aussi que la pandémie de COVID-19 a clairement accéléré la transition numérique, multipliant les formats virtuels pour les événements médicaux et scientifiques, voire au-delà. Fort heureusement, nous disposons de l'outil pour le faire et des partenaires pour déployer à grande échelle ces nouvelles solutions, notamment sur les conférences et congrès.

Quelle est la principale vertu de l'essor du digital ?

- E.F.T : La multiplication des formats digitaux facilite les réunions au sein des laboratoires pour accélérer les échanges avec leurs experts sur le terrain. Aujourd'hui, ces nouveaux outils me paraissent durablement renforcés puisqu'ils répondent aussi aux objectifs de réduction d'empreinte carbone imposés aux entreprises. Ces solutions permettent de maintenir une présence pour continuer à communiquer. Ce sont des acquis à conserver. Parallèlement, les congrès présentiels redémarrent en flèche tout en maintenant ces possibilités distancielles pour celles et ceux qui le souhaitent. Ces formats hybrides perdurent même si le contact humain paraît de nouveau clairement privilégié. C'est une double problématique à prendre en compte. Les gens ont besoin de se retrouver et nous devons savoir y répondre. Il faut cependant appliquer de bonnes pratiques pour réduire notre empreinte carbone. Cela paraît contradictoire, mais Content Ed Net France a toutes les cartes en main pour relever ces nouveaux défis.

Quelle en est la limite selon vous ?

- E.F.T : L'orientation vers le digital ne me semble pas répondre à un souhait particulier. La réalité virtuelle, la réalité augmentée sont des outils, mais nous avons digitaliser, virtualiser du contenu multimédia. Accentuer notre présence sur les réseaux sociaux est devenu totalement incontournable, mais notre principale préoccupation est de produire des documents sur-mesure.

Cela devient notamment fondamental à l'heure où l'on parle beaucoup d'intelligence artificielle. Les contenus créés par les humains restent uniques. Lors d'un récent débat à la FNIM, ce sentiment était partagé par l'ensemble des agences de création. L'intelligence artificielle est un plus. C'est un outil extraordinaire, mais chaque création reste totalement unique. Il suffit d'observer le travail de dix personnes différentes pour créer une campagne de pub, une image ou un texte pour s'en rendre compte. C'est le choix des mots, le choix d'une approche à l'image d'un artiste, d'une peinture. Cette créativité ne me semble pas prête d'être rattrapée ou robotisée. C'est un environnement avec lequel il faut composer, mais nous tenons d'abord à conserver notre expertise pour proposer des contenus scientifiques, globaux et locaux, adaptés pour les professionnels.

Propos recueillis par Laurence Mauduit

Crédit photo : DR

[Tous les portraits](#) [1]

URL source: <http://www.guidepharmasante.fr/actualites/elisabeth-de-la-fuente-tripon-directrice-commerciale-de-content-ed-net>

Liens

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