

Objectifs de la mission

1

Révolutionner le conditionnement du médicament/ du conteneur avec de l'intelligence et de la technologie.

2

Donner envie aux professionnels d'utiliser cette technologie pour suivre leurs patients quotidiennement et au grand public d'être suivi dans leur traitement via cette technologie

Activation des Relations Media



Définition de la stratégie de communication



Mapping et approche des media cibles



Veille des événements et prévisions rédactionnelles



Veille quotidienne et rebond actualité

Exemples de communications d'opportunité :

04/12/2020

"Pour les personnes fragiles, une balance bénéfice-risque évidente"

07/01/2021

Médecins et Ehpad dénoncent "l'improvisation" de la campagne de vaccination
Reuters

29/07/2021

MedTech : la médecine du futur recrute ses cadres

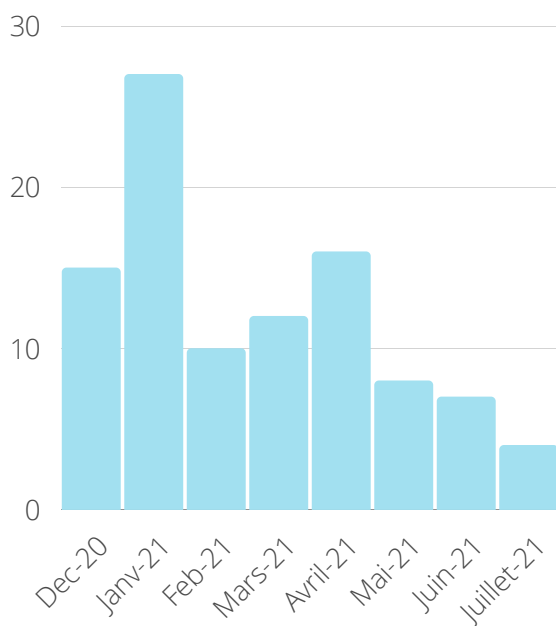
Indicateurs de performance



EAE

SOMME DE L'EQUIVALENT PUBLICITAIRE

1 234 961€



Retombées par mois

143

Retombées au total

102

Interviews

17

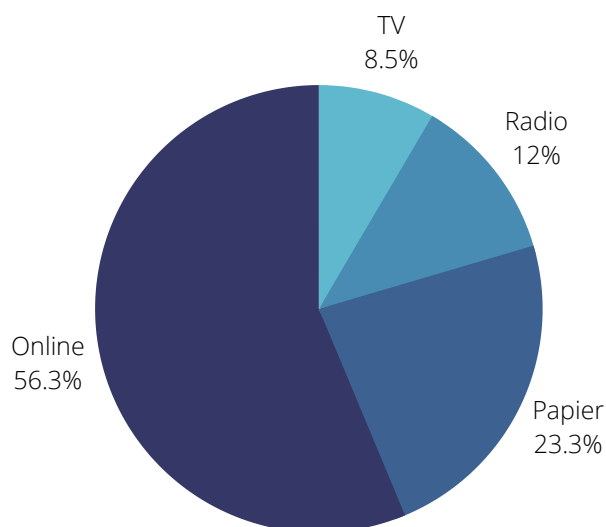
Passages radio

2

Campagnes presse

12

Passages TV



Retombées par type de média

QUELQUES RETOMBÉES



28 JANVIER 2021

TÉLÉSPECTATEURS PAR MOIS : 44 575 000



07 JANVIER 2021

VISITES PAR JOUR : 150 512

Covid-19 : en PACA,
la campagne démarre
« sans visibilité »



06 JANVIER 2021

LECTEURS PAR JOUR : 14 236 598

Vaccination: «Le personnel soignant
s'impatiente devant la désorganisation des
autorités»

TEMOIGNAGES

Roland SICARD, Président et fondateur

