



## LA COMMUNICATION DE CYCLAMED

Pour amplifier l'acquisition du « réflexe Cyclamed » par nos concitoyens, nous continuons de façon indissociable des actions de communication vers le grand public et au sein de la profession pharmaceutique. A ce titre, deux nouveaux spots TV sont lancés cette année.

### VERS LE GRAND PUBLIC :

#### Nouveaux spots TV :

Deux nouveaux spots TV déclinent avec modernité et humour les deux valeurs défendues par l'éco-organisme : la protection de l'environnement et la sécurité sanitaire pour les jeunes enfants. Cette dernière n'avait encore jamais été explicitée dans un spot TV pour le grand public. Cette campagne a pour but de renforcer la mobilisation des patients au retour des Médicaments Non Utilisés (MNU) à l'officine.

Ces spots ont un style nouveau. De nouveaux personnages en 3 D, « des Médicaments Non Utilisés », sont représentés sous forme de comprimé et gélule sur un emballage de médicament. Ils interpellent et incitent à leur retour en pharmacie en concluant le spot par :

**« Les médicaments sont utiles, ne les rendons pas nuisibles ».**

Une signature qui se veut engageante, citoyenne et joue sur la prise de conscience de chacun. Elle a pour objectif de déclencher le passage à l'acte du consommateur, sans être moralisatrice.

Ces deux spots de 12 secondes chacun seront diffusés aux heures adéquates pour les mères de familles, dont les enfants sont particulièrement consommateurs de médicaments.

Après une vague puissante en janvier, nous prévoyons trois autres vagues TV en avril, juillet et octobre.

Notre nouveau site Internet : [www.cyclamed.org](http://www.cyclamed.org)

Avec une nouvelle arborescence et une nouvelle page d'accueil depuis ce début d'année, le site s'adresse au grand public et comporte des accès dédiés aux professionnels de santé.

Certifié HON Code, il permet d'accéder à une information complète et réactualisée régulièrement sur le dispositif, son fonctionnement, sa charte qualité / sécurité, ses résultats quantitatifs et qualitatifs, ses différentes actions de communication, de nombreuses vidéos avec son spot TV, film institutionnel, présentation de différentes études et conseils d'orientation pour d'autres déchets de santé... Nous entretenons et développons des relations privilégiées avec les internautes en répondant notamment quotidiennement aux courriels.

## **VERS LES PROFESSIONNELS DE SANTE**

### **Tour de France**

Le Tour de France dans chacune des régions permet de réunir nos partenaires locaux et régionaux : Conseil Régional de l'Ordre des Pharmaciens (CROP), responsables syndicaux de pharmaciens, grossistes répartiteurs, entreprises du médicament, prestataires, autorités (Ademe, ARS, représentants de collectivités locales), les associations de consommateurs. Cette réunion est suivie d'un point presse dont les retombées sont toujours importantes.

. Pour 2013, nos visites régionales se dérouleront dans les capitales régionales suivantes : Clermont-Ferrand, Toulouse, Lyon, Strasbourg, Besançon, Nancy, Rennes, Caen, Amiens, Nantes et Limoges.

### **La lettre d'information**

En 2012, elle a été diffusée par deux fois à toute la profession pharmaceutique (officinaux, grossistes, entreprises du médicament), à nos partenaires institutionnels, presse...

Elle se fait notamment l'écho de l'évolution des résultats quantitatifs et qualitatifs, des actions de communication et d'études menées régulièrement.

### **Charte Qualité Sécurité avec l'affiche « Que rapporter ? »**

Elle est le fruit d'une concertation au sein d'un groupe de travail réunissant les représentants de chaque maillon de la chaîne du médicament. Elle formalise les engagements de chacun pour une meilleure traçabilité.

### **Conclusion :**

Notre communication auprès des professionnels de santé et du grand public met l'accent sur une démarche de qualité et de sécurité sur nos deux valeurs fortes : la dimension environnementale et la sécurité sanitaire domestique de notre dispositif. Le « réflexe Cyclamed » est devenu un geste éco-citoyen.