

BOUCLER L'ARGUMENT

Un envoi interactif fait valoir auprès des professionnels de la santé la nécessité d'un médicament efficace.



La polyarthrite rhumatoïde [PR] est une maladie chronique débilitante qui cause des enflures et raideurs douloureuses dans les articulations et ailleurs. Elle peut rendre difficiles des gestes simples – comme dénouer un lacet. Au Royaume-Uni, le marché concurrentiel laisse peu de place à la différenciation des traitements de la PR. Constatant cela, la biopharmaceutique AbbVie décide de produire un article de publipostage pour promouvoir son médicament Humira.

Elle poste donc un dépliant lacé à plus de 1300 rhumatologues et infirmières en rhumatologie pour illustrer combien une simple tâche peut être ardue et ce que signifie la rémission lorsqu'on souffre de PR. Les rabats forment les ailes d'une chaussure et sont retenus par un lacet. À l'intérieur, le message « Avec la PR, ç'aurait pu être beaucoup plus long » fait valoir l'efficacité d'Humira pour traiter la maladie et améliorer la qualité de vie des patients. Pour lire le message, les professionnels doivent dénouer le lacet. Facile pour eux, mais pas pour leurs patients. La campagne connexe montre des personnes adoptant des poses sportives après avoir pris Humira.

Cette campagne d'AbbVie souligne les effets handicapants de la PR et l'importance d'un traitement efficace. Parmi 334 professionnels ayant reçu le carton, 76 % prévoient maintenir ou augmenter leur recours à Humira d'ici trois mois. Qui plus est, 40 % retiennent l'argument d'efficacité d'Humira contre la PR. Une démonstration simple et efficace du nœud du problème...

CLIENT AbbVie | PRODUIT Humira | PAYS Royaume-Uni | AGENCE Langland | CRÉATION Directeur artistique principal Andy Barnard | Rédacteur Michael Pogson | Conceptrice graphique Gillian Field | Acheteuse artistique Claire Martin | AUTRES SERVICES Directrice de compte Fiona Fraser | Chargées de compte Grace Baldwin, Maisie Norbury

