



# PRIX EMPREINTES PALMARÈS 2007

organisé conjointement par



avec la participation de



Rappel des objectifs du Prix EMPREINTES :

- désigner et récompenser chaque année le travail d'équipes "Agence-Annonceur" au travers des meilleures campagnes du secteur Santé.
- valoriser le travail d'expression des Publicitaires et des Annonceurs.
- promouvoir le professionnalisme en appliquant pour l'évaluation des annonces une grille rigoureuse et identique de critères rationnels.
- soutenir les médias essentiels à l'installation et au développement des marques et des services de l'univers Santé, notamment la presse médicale professionnelle.



La 11<sup>ème</sup> édition du Prix Empreintes 2007, organisée par l'AACC Santé, le SNPM et l'UDA, en partenariat avec A+A, Insert, Guide Marketing Communication Santé, Pharmaceutiques, Solutions et Stratégies, s'est déroulée le 19 novembre dans le cadre prestigieux du Théâtre Marigny-Robert Hossein. Cette soirée fut particulièrement réussie grâce à la complicité et au talent de Patrick Adler qui a animé cette remise de Prix.

Cette année, le Prix Empreintes a souhaité marquer son ouverture aux communications toujours plus nombreuses utilisant une thématique de Santé. Ce ne sont plus seulement les marques de prescription ou OTC, mais aussi la communication corporate, les campagnes des marques et produits grand public qui se construisent aujourd'hui autour de cette notion essentielle.

Le jury composé de représentants annonceurs, agences et éditeurs de presse médicale, présidé par Patrice Wolff (Agence Canal 55), devait se prononcer cette année sur 94 campagnes. Huit campagnes ont été récompensées dans les différentes catégories du secteur de la communication santé (voir palmarès complet ci-dessous). La campagne SOLIAN pour SANOFI AVENTIS de l'agence PUBLICIS LIFE BRANDS s'est vue décerner le Grand Prix 2007.

# PALMARÈS du PRIX EMPREINTES 2007

## LE GRAND PRIX 2007

Campagne :  
**SOLIAN**  
Annonceur :  
**SANOFI AVENTIS**  
Agence :  
**PUBLICIS LIFE BRANDS**



## CAMPAGNES GAGNANTES par CATÉGORIE

### Prix de la campagne santé, environnement, pathologie



Campagne :  
**FREE HUGS**  
Annonceur :  
**INPES**  
Agence :  
**BETC EURO RSCG**

### Prix du produit de santé, vétérinaire inclus, vendu en pharmacie (presse professionnelle ou grand public, PLV et TV)

Campagne :  
**DOLIRHUME PRO**  
Annonceur :  
**SANOFI AVENTIS**  
Agence :  
**PUBLICIS DIALOG**



## Prix du produit grand public avec une promesse santé

Pas de prix remis (aucune campagne présentée)

## Prix du médicament de prescription « médecine de ville » en lancement (presse professionnelle)



Campagne :  
**FUNGSTER**  
Annonceur :  
**PIERRE FABRE DERMATOLOGIE**  
Agence :  
**EURO RSCG LIFE**

## Prix du médicament de prescription « médecine de ville » en soutien (presse professionnelle)

Campagne :  
**ONE TOUCH ULTRA 2**  
Annonceur:  
**LIFESCAN**  
Agence :  
**ARSENAL TBWA/Worldhealth**



## Prix du médicament de prescription hospitalier ou spécialisé



Campagne :  
**RECTOGESIC**  
Annonceur :  
**PROSTRAKAN PHARMA**  
Agence :  
**PROD'AREV**

## Prix de la campagne intégrée

Campagne :  
**DU TEMPS POUR LA VIE**  
Annonceur :  
**ETABLISSEMENT FRANÇAIS DU SANG**  
Agence :  
**TROIS TEMPS**



## Prix de la campagne internationale sur le thème de la santé (médicament ou autre)



Campagne :  
**SOLIAN**  
Annonceur :  
**SANOFI AVENTIS**  
Agence :  
**PUBLICIS LIFE BRANDS**

## Prix de la communication corporate santé (presse professionnelle ou grand public)

Campagne :  
**SANDOZ INSTITUTIONNEL**  
Annonceur :  
**SANDOZ**  
Agence :  
**NEX & COM**

