

MARDI
9 MAI
2017
N°1107

prescription **SANTÉ**

L'ACTU QUOTIDIENNE DU MÉDICAMENT ET DE SES ACTEURS



**LE SITE PHARMABIZ
PUBLIE SON
BILAN
ANNUEL DES
15 PLUS GROS
ACTEURS DU
MÉDICAMENT**

LE TOP 15 DES LABOS AU SCANNER

GSK ET LA FOOTBALLEUSE - DUPIXENT ET SES
BONS CHIFFRES - LILLY ET L'IRLANDE

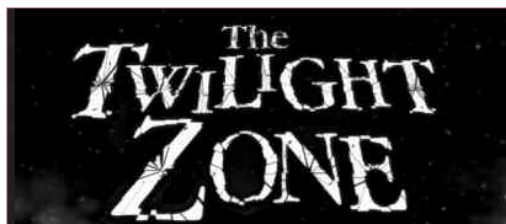


**BIZARRE ! L'AGENCE FUTURISTE
QUI A UN NOM DE ROI**



**BOEHRINGER : LA NOUVELLE BONNE
PÊCHE DU PRADAXA**

SURPRISE : SANOFI GARDE SON CÉPIA



EVENEMENTIEL : Henri 8, Roi Futuriste ?

Est-ce qu'en franchissant le seuil des locaux, au 86 Avenue des Ternes, à Paris, on est immédiatement saisi par une petite musique qui rappellerait étrangement le générique de X Files, ou celui de la Quatrième dimension ? La standardiste, à l'accueil vous fixe t-elle de ses yeux verts fluo en vous proposant de vous téléporter directement dans le bureau du boss ou en vous offrant une tasse d'un café gentiment et positivement irradié afin de faciliter le passage, pour votre simple corpus d'humanoïde, du réel vers l'autre dimension ... ? « Pas impossible » peut on penser en découvrant le nouvel axe créatif de l'agence Henri8, spécialisée en événementiel digital, et qui a développé un « Lab de création numérique » capable de « produire de nouvelles expériences immersives aux frontières du réel ». Un Lab qui, selon le communiqué permet à Henri8 de se positionner, au fil des événements produits par la maison, « à la pointe des nouvelles technologies de création audiovisuelle ». Ainsi, quelques clients ont-ils déjà plongés vers « l'autre rive » : « Réalité augmentée avec Orange, Bristol Myers Squibb et Pfizer ; production d'expériences immersives de réalité virtuelle avec le groupe OFI Asset management (Société d'investissements); création d'avatars 3D sur scène pour le 'Orange Business-Tour' et bientôt création d'hologrammes ou d'animations Hololens ... ». Des technologies qui, à en croire Audrey Bellynck, Responsable du pôle santé chez Henri8, sont particulièrement adaptées aux clients de la « pharma » : « Dans le secteur de la santé, les démonstrations en réalité augmentée sont particulièrement appréciées par les laboratoires pour visualiser le mécanisme d'action d'une molécule ou explorer le corps humain en profondeur. ». Le tout avec un « effet



Waouh » sur le public alors que ces fameuses « expériences » sont particulièrement adaptables et exportables sur le terrain dans tous les contextes : stands, congrès, séminaires, ... Ainsi, dans le domaine de la Réalité virtuelle, et pour mettre en valeur « les actions de mécénat artistique de la société OFI Asset Management », Henri8 a réalisé, en janvier dernier, une galerie d'art virtuelle à l'occasion de la conférence annuelle du client, salle Wagram à Paris. « Cette expérience immersive a permis au public de découvrir de manière intime et exclusive une vingtaine d'œuvres de la collection privée du groupe ». Enfin, les avatars 3D permettent, « lors d'un événement, de donner vie de manière intéressante à des intervenants qui ne sont pas présents », le tout « avec une possibilité réelle d'interaction ». Reste à savoir si le coût d'un avatar de KOL doit être répertorié dans la base transparence puisque l'addition permet au laboratoire de ne pas financer le déplacement et l'hébergement du dit-spécialiste ? Enfin, et toujours selon le communiqué, « hologrammes et animations Hololens... » seront les prochains joujoux proposés aux laboratoires notamment : « Avec des lunettes de réalité augmentée, qui mêlent hologrammes virtuels et monde réel, ces techno-

Fondée en 2010 par **PIERRE-HENRI FREYSSIN-GEAS, HENRI8** est une agence de conseil en communication spécialisée dans les événements digitaux : webcasts, stand alone nationaux, congrès interactifs, road-show digitaux, développement d'applications smartphones et site Internet... Les clients « santé » de l'agence s'appellent notamment **ABBOTT, BMS, GSK, JANSSEN, MENARINI, NOVARTIS, et PFIZER,**



logies, encore en développement, devraient arriver à maturité sur le marché dans un futur proche. Ces lunettes d'un nouveau genre, permettront grâce à des lentilles spéciales, d'afficher des hologrammes devant les yeux de son utilisateur, tout en lui permettant de voir ce qui se passe autour. ... La vérité est ailleurs, comme disaient Fox Mulder et Dana Scully.

UN FOOD TRUCK QUI OUVRE L'ŒIL

Au cours des 15 derniers jours du mois de mars, cette belle opération était signée par la société Nikon Verres Optiques et surfe sur la mode des Food-Trucks. Avec ce principe simple : mieux on voit, plus on mange ! Et si l'on ne voit pas, au lieu de manger, on teste sa vue ! Le tout signé par l'Agence parisienne Altmann + Pacreau.

