

NOVEMBRE 2024
DOSSIER DE PARTENARIAT

**MOIS
DE LA SANTÉ
MASCULINE**

1

La campagne



**BRISONS
LES TABOUS**
MOIS DE LA SANTÉ MASCULINE

**Évitez
les pépins
Prenez
votre santé
en main !**

**Cancer de la prostate,
cancer du testicule,
problème d'érection,
gêne urinaire...**
L'urologue est le spécialiste
de la santé masculine.
En cas de doutes
ou de questions, n'hésitez
pas à le consulter.
#BrisonsLesTabous



AfU ASSOCIATION
FRANÇAISE
D'UROLOGIE
www.urofrance.org

Une première édition réussie



En Novembre 2023
l'Association
Française d'Urologie
lançait «Le mois de la
santé masculine».

Cette campagne a pour objectif d'informer et de sensibiliser sur les différentes pathologies urologiques chez l'homme, les symptômes qui doivent alerter et pousser à consulter un urologue, mais également parler des moyens existants à ce jour pour traiter ces maladies.

**En résumé : «Briser les tabous»
et prendre sa santé en main.**

Une campagne de communication qui a marqué les esprits en témoignent les retombées médiatiques (95 parutions dans la presse) et les retours sur les réseaux sociaux.



Mois de la santé masculine

2^e édition

Fort du succès de 2023, l'AFU souhaite reconduire le mois de la santé masculine pour continuer la prise de conscience et la sensibilisation des hommes sur leur

santé urologique et la mise en lumière des pathologies, pour à terme devenir un événement récurrent et reconnu à l'instar d'Octobre Rose ou Mars bleu.



Cibles

Les hommes en général pour les inciter à prendre soin de leur santé (urologique).

- **Cœur de cible :**
+ 40 ans
- **Cible secondaire :**
prescripteurs,
hommes et femmes à partir de 30 ans



Relais d'information

Presse

Associations patient :
Cerhom et Anamacap

Pharmacies

Médecins
généralistes

**BRISONS
LES TABOUS**
MOIS DE LA SANTÉ MASCULINE

Pourquoi participer ?

À l'occasion de la 2^e édition du mois de la santé masculine porté par l'AFU, qui aura lieu en Novembre 2024, participez à une grande cause de santé publique : la santé des hommes.

En effet, le recours aux soins varie beaucoup selon le sexe.

En 2019, les femmes sont plus nombreuses que les hommes à déclarer avoir eu recours dans l'année à un médecin.

Les pathologies urologiques touchent beaucoup à l'intime, l'estime de soi et de ses capacités. Il est important d'en parler, de mettre en lumière ces sujets pour dépister et soigner plus précocement.



En 2019, 88 % des femmes ont vu un médecin généraliste au cours des 12 derniers mois contre 80% des hommes.

Concernant la visite à un spécialiste, seulement 42 % des hommes VS 53% des femmes.

Enjeu de la campagne



Inciter les hommes
à prendre soin de leur
santé (urologique) :
se faire dépister et parler
de leurs symptômes.

**La santé masculine
c'est important,
parlons-en !**

2

La communication





Pourquoi Google ?

Google Display Network

Les campagnes display diffusent des annonces visuellement engageantes sur le Réseau Display de Google. Grâce à ce réseau, vous pouvez toucher les utilisateurs lorsqu'ils parcourent des millions de sites Web, d'applications et de propriétés appartenant à Google (YouTube et Gmail, par exemple).

YouTube

La plateforme la plus puissante pour diffuser du contenu vidéo. Les vidéos seront visibles sur plusieurs emplacements publicitaires afin de multiplier les occasions d'être vus (exemple : chaînes YouTubeurs Lifestyle, travel, familles, etc...).

Une audience globale très large (70% de la population, 39 400 000 utilisateurs /mois) et une **capacité à cibler efficacement des segments spécifiques de consommateurs.**

La synergie de YouTube avec d'autres plateformes, comme les réseaux sociaux, offre une opportunité unique de renforcer la présence de la marque, assurant une portée accrue de la stratégie publicitaire multiplateforme.

Pourquoi META?

 Meta

Tant pour Facebook que pour Instagram : Large portée, ciblage démographique et comportemental avancé, options de retargeting efficaces grâce au Pixel Meta.

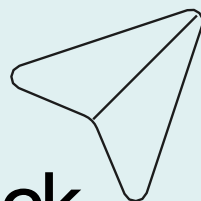
Plateforme optimale à la conversion..
Chez Facebook, largement représenté par la tranche d'âge 25-49 ans.

Une présence significative parmi les plus âgés, notamment les 55-64 ans et les plus de 65 ans.

Côté Instagram la cible se situe plutôt entre 25 et 35 ans, notre cible prescripteur.

A large, bold, blue number '3' is positioned on the left side of the slide. To its right, a large, solid blue circle is partially visible, extending from the right edge of the frame towards the center.

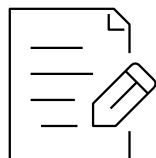
Offres de
partenariat



Starter pack

10.000 € HT

- **Votre logo sur les affiches de la campagne** diffusées à l'ensemble des 1 350 membres de l'AFU
- **Mail de présentation** de la campagne 2024 aux membres AFU et AFUF mentionnant votre soutien
- **Communiqué de presse** mentionnant votre soutien
- Tournages de **2 vidéos témoignages**, avec votre logo en fin de vidéo
- **Mention de vos comptes dans les posts** dédiés à la campagne sur nos comptes sur les réseaux sociaux (mention sur une vidéo, mention sur 3 posts)
- **Mention de vos comptes** sur les réseaux sociaux **lors du live Instagram et Facebook** organisé en novembre



Offres sur devis

Médias grand public

Ces propositions sont des supports de communication envisagés pour la diffusion de la campagne de la santé masculine.

Pour en bénéficier, merci de contacter votre personne référente à l'AFU qui vous fera parvenir un devis.

Parc des expositions :

Affichage toilettes dans 10 villes en France

Salles de sport :

Affichage toilettes 7 villes de France Paris, Marseille, Lyon, Toulouse, Nantes, Strasbourg, Lille

Stades :

Affichage toilettes

7 villes de France Paris, Marseille, Metz, Rennes, Antibes, St-Etienne, Rouen

Restaurants :

Affichage toilettes 7 villes en France : Paris, Marseille, Lyon, Toulouse, Nantes, Strasbourg, Lille (14 jours - 240 établissements - 467 faces)

Une parution pleine page

dans Le Point

Intérieur rame de métro - Paris (voussoirs) :

175 faces (durée 28 jours à partir du jeudi)

Bannières digitales sponsorisées

Street marketing / Guerilla Marketing :

détournement de mobilier urbain, clean tag, stickering, affichage sauvage (à définir en fonction du concept)



Offres sur devis **Proximité**

Ces propositions sont des supports de communication envisagés pour la diffusion de la campagne de la santé masculine.

Pour en bénéficier, merci de contacter votre personne référente à l'AFU qui vous fera parvenir un devis.

Diffusion de sous-bocks dans les bars et restaurants :

5050 établissements -
couverture nationale

Sacs à pain :

1000 établissements -
1 000 000 de sacs

Sac à pharmacie :

2 000 établissements
en France -
1 000 000 de sacs

Toilettes de restaurant

*Photos non contractuelles – Exemples de mises en situation
Campagne 2024 en cours de création*



Salles de sport

*Photos non contractuelles – Exemples de mises en situation
Campagne 2024 en cours de création*



Toilettes des parcs des expositions ou stades

*Photos non contractuelles – Exemples de mises en situation
Campagne 2024 en cours de création*



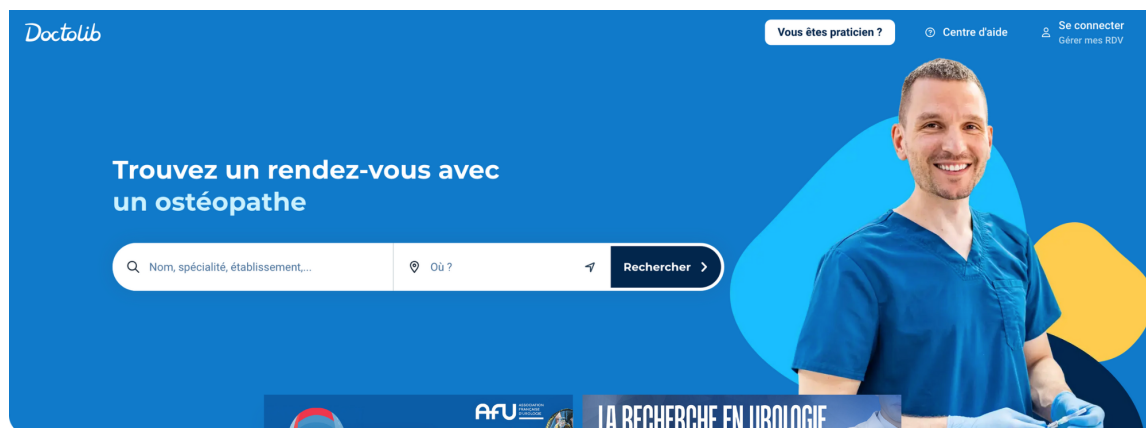
Sacs à pains, sac à pharmacie

Photos non contractuelles – Exemples de mises en situation
Campagne 2024 en cours de création



Sponsorisation sur Doctolib

Photos non contractuelles – Exemples de mises en situation
Campagne 2024 en cours de création



Doctolib : au service de votre santé

Doctolib

Trouvez un rendez-vous avec
une dentiste

RECHERCHER



Mes prochains rendez-vous

Jeudi 18 juillet 14h45



Dr Julia COHEN

Médecin généraliste

Adulte et enfant > 6 ans - Consultation
de médecine générale

Mes praticiens

Récapitulatif

Starter pack
10.000 € HT

- Votre logo sur les affiches de la campagne diffusées à l'ensemble des 1.350 membres de l'AFU
- E-mail de présentation de la campagne 2024 aux membres AFU et AFUF mentionnant votre soutien
- Communiqué de presse mentionnant votre soutien
- Tournages de 2 vidéos témoignages, avec votre logo en fin de vidéo
- Mention de vos comptes dans les posts dédiés à la campagne sur nos comptes sur les réseaux sociaux (mention sur une vidéo, mention sur 3 posts)
- Mention de vos comptes sur les réseaux sociaux lors du live Instagram et Facebook organisé en novembre

**Options
supplémentaires
sur devis**

- Affichage toilettes de restaurants ciblés
- Affichage salles de sport ciblées
- Affiches parc des expositions ou stades
- Sac à pain ou sac à pharmacie
- Sponsorisation sur doctolib

Contacts

Alexandra Devillers
Déléguée Générale
adevillers@afu.fr

AFU
Association française d'Urologie
Maison de l'Urologie

11 rue Viète

75017 Paris -
France T +33 1 45
489703
F +33 1 45481292
urofrance.org