

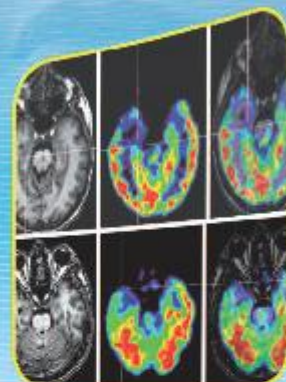
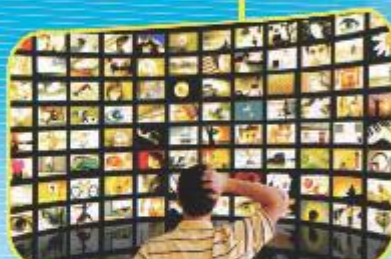
# Dossier de Partenariat

23-06-2010

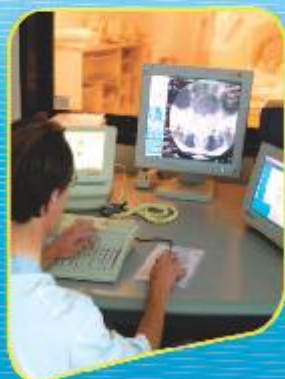
UNIVERSITÉ  
MEDITERRANÉE  
Aix-Marseille II

La Provence

## Colloque Médias Santé



## La Santé à l'écran



MARSEILLE  
Campus Santé Timone

25 novembre  
2010



Assistance Publique  
Hôpitaux de Marseille

HOPITAL  
SAINT JOSEPH  
MARSEILLE



## Le mot du Président : Professeur Yvon Berland

Depuis plus d'un siècle, on sait voir à travers le corps humain. Aujourd'hui, cela se fait sans risque et sans traumatisme grâce à des techniques nouvelles de prise de vue allant parfois jusqu'à transformer l'intérieur du corps humain en studio de télévision. Ainsi, l'image, autrefois complément ésotérique du diagnostic, s'est progressivement imposée comme un moyen essentiel, au même rang que les analyses, pour connaître l'état des patients et leur en faire prendre conscience.

Encouragé par leur qualité croissante, le public apprend donc à interpréter les images, à distinguer les zones du corps humain et les affections et disciplines de santé concernées. Grâce à cet apprentissage, les images médicales peuvent s'inviter dans tous les médias, au travers d'un nombre croissant d'émissions et feuillets médicaux, de magazines papier ou Web ou encore dans les campagnes de prévention, celles-ci n'hésitant plus à utiliser des images suggestives, voire provocatrices.

Moins précise que l'écrit mais plus détaillée, plus globale et plus évocatrice, l'image n'est pourtant jamais neutre. Si elle a pour but de sensibiliser le public, elle peut changer sa perception de certaines maladies, sans même parler d'interprétations erronées. Utilisée dans la relation soignant-patient, elle risque de la réduire à une discussion sur un artefact, pour ne pas dire un avatar. Son choix, son utilisation, son mode de restitution sont donc des décisions lourdes de conséquences à moyen et long terme.

Quels sont les grands principes qui doivent guider le choix des images, quels sont les critères de qualité à respecter et afficher, quelles pourraient être les conséquences sur les relations entre les malades et leur médecin, quelle est la mesure du progrès général de ces nouvelles représentations pour la collectivité ? Voilà les grandes questions que nous voudrions aborder au cours de ce colloque réunissant les meilleurs connaisseurs du domaine.

**Professeur Yvon Berland**  
**Président de l'Université de la Méditerranée**

## Le mot du PDG de La Provence : Didier PILLET

### Le cinquième élément

L'enfant sage des années cinquante était gratifié d'une image. Bénéfice de la vertu, celle-ci siégeait jusque dans les paquets de lessive ou de gâteaux, pour prix de la fidélité à la marque, au produit. Rare et donc chère, l'image, était récompense, reconnaissance, viatique pour un instant de bonheur. Elle ne nous parlait pas de nous mais du monde, passé ou présent, réel ou imaginaire, et sollicitait la curiosité, notre culture, une forme accomplie d'intelligence.

Tout juste un demi siècle plus tard, l'image est devenue un véritable cinquième élément, composant ultime de notre réalité après l'air, le feu, la terre et l'eau. Au temps du portable de la troisième ou de la quatrième génération, l'image est indissociable de chaque instant de la vie. Comme comptable ou comme témoin.

Tyrannique l'image ? Certes, puisque c'est à raison que l'on parle de son pouvoir ou de la bataille des images. L'image créatrice d'émotions peut être une arme de possession ou de destruction massives.

Mais l'image, dévoyée ici, volée là, qu'elle soit adorée ou haïe, reste un fabuleux moyen de découverte du monde et des êtres. Elle est ainsi devenue l'inséparable compagnon du chercheur, que sa quête le porte vers l'infiniment grand ou vers l'infiniment petit.

Le monde de la santé, plus que d'autres, en a fait un indispensable auxiliaire de travail. En médecine, l'image vaut un bras, une main, un œil de plus, et souvent les trois à la fois. Mais jamais un cerveau. Voie d'accès, aboutissement ou preuve par neuf d'une théorie ou d'une démarche, l'image est inerte. Et nous renvoie sans cesse à ces questions obsédantes: l'image que je lis en ce moment est-elle authentique et sincère ? Me parle-t-elle d'un monde fini ou d'un territoire en construction ? Voilà pourquoi nous pouvons chérir l'image car elle sollicite en permanence le génie humain.

**Didier PILLET**

Président Directeur Général de La Provence

Colloque

# Médias & Santé



## Informations Pratiques

### Lieu du Colloque :

Campus Santé Timone  
27 Boulevard Jean Moulin  
13005 Marseille

Date : 25 Novembre 2010

Site Internet : [www.medias-sante.com](http://www.medias-sante.com)  
(Inscription gratuite en ligne)

## Comité d'Organisation

**Pr Yvon BERLAND Co-Président**

**Pr Jean-Noël ARGENSON**

**Pr Fabrice BARLESI**

**Pr Jean-Paul BERNARD**

**Pr Olivier BLIN**

**Pr Léon BOUBLI**

**Delphine BUCQUET**

**Denis BURGARELLA**

**Pr Mathieu-Pierre CECCALDI**

**Pr Frédéric COLLART**

**Pr Christian COULANGE**

**Pr Florence DUFFAUD**

**Alain GARGANI**

**Pr Gilbert HABIB**

**Pr Olivier LEVRIER**

**Pr Nicolas LEVY**

**Pr Claude MARTIN**

**Bernard MONIER**

**Pr Guy MOULIN**

**Pr Patricia NICCOLI**

**Pr Charles OLIVER**

**Didier PILLET Co-Président**

**Pr Denis RACCAH**

**Pr Bernard SASTRE**

**Dr Abdou SBIHI**

**Philippe SCHMIT**

**Jean-Paul SEGADE**

**Pr Jean-François SEITZ**

**Pr Pascal-Alexandre THOMAS**

**Mme Karine YESSAD**

## Comité Scientifique

**Pr Yvon BERLAND Co-Président**

**Pr Gilles BOUVENOT**

**Pr Jérôme CHARLES**

**Pr Olivier DUTOUR**

**Pr Marius FIESCHI**

**Pr Jean-Robert HARLE**

**Pr Pierre LE COZ**

**Didier PILLET Co-Président**

**Pr José SAMPOL**

**Isabelle STAES**

**Pr Jean-Michel TRIGLIA**

**Pr Michel TSIMARATOS**

**Pr Patrice VANELLE**

**Pr Patrick VILLANI**

**Rapporteur : Lionel FLEURY**

## Introduction

L'utilisation des images dans les médias est déjà ancienne. Avec Internet et le haut débit, elle a désormais envahi toutes les disciplines en devenant un outil indispensable, sans limites technologiques ou logistiques.

Au premier rang de ces utilisateurs se trouve tout le domaine de la santé, depuis la prévention jusqu'aux soins les plus pointus.

Mais l'image est-elle toujours neutre ? Confucius a dit : « Une image vaut 1000 mots ».

On doit alors s'interroger d'une part sur les principes qui doivent guider les choix d'images et, d'autre part, se demander si l'image, nouvelle forme de médiation, ne va pas transformer les pratiques de santé.

C'est le sujet de ce 2<sup>e</sup> colloque Médias-Santé.

**Lionel FLEURY**

**Directeur de l'Ecole de Journalisme et de Communication de Marseille**

**Coordinateur du Colloque**

## Programme Prévisionnel

### MATINEE

9h00 – 9h30 : Accueil des participants

9h30 – 10h00 : Allocution d'Ouverture

10h00: Début des Tables Rondes

10h00 – 11h15 :

#### Table Ronde 1 : Les images changent-elles la relation patient – médecin ?

Comment va évoluer la qualité du dialogue entre le patient et le médecin autour des images techniques de santé dont le nombre va croissant (radiographies, scanners, échographies, endoscopies...) ? Qu'il s'agisse du diagnostic ou de la mesure de l'efficacité thérapeutique des traitements.

Pour autant, faut-il expliquer mieux au patient les images qui, au cours de son parcours de santé, vont venir constituer son « avatar médical ? Au contraire, faut-il le laisser dans une certaine ignorance, l'image pouvant être source d'angoisse ?

#### Intervenants pressentis :

- Animateur : un journaliste France 3
- Dr MAGALON, Chef du Service de Chirurgie plastique, AP-HM
- Dr Bruno SALAZARD, chirurgien plastique pédiatrique, Hôpital Saint-Joseph
- Mme Catherine VERGELY, présidente de l'Association ISIS
- Pr Jacques HUBERT et Bruno SCHJOTH (Conférence sur la télémédecine et la robotique), Hôpital de Brabois, Nancy
- Pr Jean-Noël TALBOT, chef du service de médecine nucléaire à l'hôpital Tenon, spécialisé dans l'imagerie médicale
- IRCAD de Strasbourg (travaux futuristes sur la chirurgie).
- Mr Rémy SEBBAH (médecin généraliste)
- Représentant des partenaires

**11h15 – 11h30 : Pause**

**11h30 – 12h45:**

## **Table Ronde 2 : L'image de santé, de la réalité à la fiction ?**

Ayant acquis une qualité spectaculaire, bientôt en 3D, la pénétration des images de santé dans le grand public atteint-elle les rivages de la fiction? C'est déjà le cas dans des séries TV médicales très populaires, dont les acteurs sont devenus de véritables idoles. Elles gagnent la sphère privée où l'individu, propriétaire des images de son corps, peut les mettre sans discernement à la disposition de ses proches, par exemple au travers de faire-parts ou de Facebook. Elles sont enfin empruntées par des réalisations à prétention artistique. Cette vulgarisation ne risque-t-elle pas de dévaloriser les images à finalité strictement thérapeutique ?

### **Intervenants pressentis :**

- Animateur : un journaliste de La Provence
- Laurent ALEXANDRE, économiste de la santé, expert pour Doctissimo.fr
- André ANNOSSE, réalisateur de « La révolution de l'imagerie médicale »
- Un organisateur de l'exposition « Quand la science rejoint l'art » sur l'imagerie médicale, CCSTI du Rhône.
- Unité de programme de TF1
- Représentant des partenaires
- Dr GOMBERGH, radiologue spécialiste de l'image 3D
- Pr Christian BRUNET, Directeur du laboratoire de biomécanique, AP-HM
- Dr Guillaume GORINCOURT, Espace éthique méditerranéen
- Dr Xavier LUCCHESI, exploitation artistique d'images médicales
- Dr Patrick BENSOUSSAN Institut Paoli Calmettes

**13h00 – 14h30 : Déjeuner**

## APRES-MIDI

**14h30 – 15h45 :**

### **Table Ronde 3 : Peut-on utiliser des images chocs dans les campagnes de prévention ?**

Les populations concernées par les campagnes de prévention sont-elles touchées par les messages, en particulier lorsqu'ils font appel à des images provocantes ou dérangeantes ? Quel est l'impact réel de ces images sur les comportements individuels des populations ciblées, comment sont-elles ressenties, évaluées ? A moyen terme, peut-on mesurer l'efficacité de ces campagnes et discerner une évolution dans la représentation que se fait le public de certaines affections ? Enfin, peut-on et doit-on réguler ces messages en les soumettant à autorisation ?

#### **Intervenants pressentis:**

- Animateur : Isabelle STAES, rédacteur en chef adjoint France 2
- Dr Christian BOUTIN, historien de la médecine, affiches du XIXe siècle
- Dr Stéphane PICHON, président de l'Ordre Régional des Pharmaciens
- Mme DESANA, Vice-Présidente de France Alzheimer
- Mme Thanh LE LUONG, directeur général de l'INPES (Institut National de Prévention et d'Education pour la Santé)
- M. Stéphane MARTIN, directeur général de l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité)
- INCA (Institut National du Cancer)
- Jean-Pascal DELBANO et Stéphane BACH (leguidesante.org)
- Représentant des partenaires

**16h – 17h30 :**

## **Table Ronde 4 : Les médias en font-ils trop avec les images de santé ?**

Les médias grand public, dont la télévision et Internet, accordent une place croissante et jouent un rôle de plus en plus important dans la diffusion d'informations sur la santé, au premier rang desquelles des images. Peut-on parler de vulgarisation ? Ce développement est-il signe d'une marchandisation de la santé ou simple réponse à une demande d'information croissante du public ?

Quelles institutions ou entreprises se cachent derrière l'information que les médias nous proposent sur la santé ? Qui sont les hommes, médecins, journalistes qui élaborent cette information ? Comment voient-ils la mission dont ils sont investis ?

Où trouver une information santé fiable ? Télévision, Internet, hôpital ? Comment trier parmi une offre parfois pléthorique ? Quels témoignages croire, quels risques, quelles dérives ?

### **Intervenants pressentis:**

- Journaliste animateur : Marc GOMBEAUD (Destination Santé)
- Pr Jacques LUCAS, Vice-Président de l'Ordre National des médecins
- M. Jean-François HASSOUN, Réalisateur –Producteur
- Mr Christophe DUGUET (production de films de santé pour AP-HM)
- Mme Estelle LECOINTE, Vice-Présidente de l'AFPG
- Représentant des partenaires
- Un représentant de la HAS (Haute Autorité de Santé)
- Mme Sabine DE LA BROSSE, journaliste à Paris-Match

**17h30 – 18h00 : Pause**

**18h00 – 19h30 :**

## **INA : Images d'archives**

Panorama et évolution historique des images médicales dans les médias en PACA, constitué à partir d'archives de l'INA.

On parlera notamment du traitement des grandes épidémies mais également de la médiatisation des grandes avancées médicales.

Christian BOUTIN : images-choc des pestes du 19<sup>ème</sup> siècle : syphilis, tuberculose, alcoolisme.

**18h00 – 19h30 :**

## **Conférence-débat : Peut-on tout montrer en matière de santé ?**

Les images médicales sont désormais partout dans notre vie, dans les médias ou dans la rue. Quelle influence ont-elles réellement sur les comportements ? Modifient-elles la perception de certaines maladies et leur représentation ? Finalement, servent-elles l'intérêt général de santé publique ?

Présents au carrefour entre ces images et le public, que doivent faire les professionnels de santé: marquer leurs réserves ou, au contraire, mieux expliquer ou participer au mouvement en trouvant de nouveaux langages et de nouveaux modes d'expression ?

### **Intervenants pressentis:**

- Pr Marcel RUFO, neuropsychiatre
- Michel CYMES (Médecin et journaliste)

**19h30 – 20h30 :**

## **Cérémonie : Les Trophées de la Santé**

- Trophée Médias & Santé
- Trophée de l'Innovation Thérapeutique
- Trophée de la Recherche médicale
- Trophée des Associations
- Trophée de la Médecine humanitaire
- Trophée du Public (La Provence)

**20h30 : Clôture – Cocktail**

## Contacts

### Partenariat :

**ATOUT ORGANISATION SCIENCE**

**Andreea Agostini / Elodie Follet  
Bruno Benque**

Mob. : 06 17 24 67 56  
Tél : 04 96 15 12 50  
medias-sante@atout-org.com

### Coordination Générale :

**UNIVERSITE DE LA MEDITERRANEE**

**Lionel Fleury**

Directeur de l'Ecole de  
Journalisme et de Communication de  
Marseille  
Tél : 04 91 24 32 00  
lionel.fleury@univmed.fr

### Organisation :

**ATOUT ORGANISATION SCIENCE**

**Alain Gargani / Isabelle Armand**

Village d'Entreprises St Henri, Bât. 24  
6, rue Anne Gacon, 13 016 Marseille

Tél : 04 96 15 12 50  
Fax: 04 96 15 12 51  
medias-sante@atout-org.com

### Organisation :

**LA PROVENCE**

**Philippe SCHMIT - Rédacteur en Chef  
Adjoint**

248, Av Roger Salengro ,13015  
Marseille  
Tél : 04 91 84 47 71 / 06 09 93 73 68  
pschmit@laprovence-presse.fr

## Nous vous proposons

### Partenariat Major Sponsor

- Parrainage d'un Trophée de la Santé et remise du prix au lauréat.
- Parrainage d'une Table Ronde avec un intervenant de votre laboratoire et votre logo couleur dans la salle.
- 1 page publicitaire dans le supplément du support « La Provence » diffusé à 180 000 exemplaires.
- Votre logo couleur dans le bandeau « partenaires » qui conclut chaque article mettant en avant l'événement dans l'ensemble des supports du groupe : La Provence, MarseillePlus, Marseille L'Hebdo, le site Web de La Provence.
- Votre logo couleur sur l'ensemble des encarts d'autopromotion publiés sur les supports du groupe : La Provence, MarseillePlus, Marseille L'Hebdo, Version Femina, le site Web de La Provence.
- 1 page publicitaire dans le programme final et une documentation fournie par vos soins en insertion dans les malles congressistes.
- Présence de votre logo sur tous les supports de communication (kakémonos, banderoles, ...)
- Votre logo sur le site Web

**VALEUR : 15 000 € HT**

## Partenariat Platine

- Parrainage d'un Trophée de la Santé et remise du prix au lauréat
- 1 demi-page publicitaire dans le supplément de « La Provence » diffusé à 180 000 exemplaires
- 1 page publicitaire dans le programme final et une documentation fournie par vos soins en insertion dans les malles congressistes
- Votre logo sur le site Web

**VALEUR : 10 000 € HT**

## Partenariat Or

- Parrainage d'une Table Ronde avec un intervenant de votre laboratoire et votre logo couleur dans la salle
- 1 page publicitaire dans le programme final et une documentation fournie par vos soins en insertion dans les malles congressistes

**VALEUR : 6 000 € HT**

## Partenariat Argent

- 1 page publicitaire dans le programme final et une documentation fournie par vos soins en insertion dans les malles congressistes
- Présence de votre laboratoire sur la page des remerciements du programme et sur le PowerPoint diffusé lors du colloque

**VALEUR : 3000 € HT**

## Partenariat Bronze

- Présence de votre laboratoire sur la page des remerciements du programme et sur le PowerPoint diffusé lors du colloque.

**VALEUR : 1000 € HT**

**FORMULAIRE DE RESERVATION PARTENARIAT MAJOR SPONSOR**

SOCIÉTÉ : .....

CONTACT : .....

ADRESSE de FACTURATION : .....

N° TVA INTRA – COMMUNAUTAIRE .....

CODE POSTAL : ..... VILLE .....

TELEPHONE : ..... FAX : .....

E. MAIL : .....

- Parrainage d'un Trophées de la Santé et remise du prix au lauréat.
- Parrainage d'une Table Ronde avec un intervenant de votre laboratoire et votre logo couleur dans la salle.
- 1 page publicitaire dans le supplément du support « La Provence » diffusé à 180 000 exemplaires.
- Votre logo couleur dans le bandeau « partenaires » qui conclut chaque article mettant en avant l'événement dans l'ensemble des supports du groupe : La Provence, MarseillePlus, Marseille L'Hebdo, le site Web de La Provence.
- Votre logo couleur sur l'ensemble des encarts d'autopromotion publiés sur les supports du groupe : La Provence, MarseillePlus, Marseille L'Hebdo, Version Femina, le site Web La Provence.
- 1 page publicitaire dans le programme final et une documentation fournie par vos soins en insertion dans les mallettes congressistes.
- Présence de votre logo sur tous les supports de communication (kakémonos, banderoles,...)
- Votre logo sur le site Web

**TOTAL = 15 000 € HT (17 940 € TTC)**

Règlement à réception de facture. L'exposant déclare avoir pris connaissance des conditions générales de vente et des clauses d'annulation qu'il accepte sans restriction.

DATE, NOM ET SIGNATURE :

CACHET :

## FORMULAIRE DE RESERVATION PARTENARIAT PLATINE

SOCIÉTÉ : .....

CONTACT : .....

ADRESSE de FACTURATION : .....

N° TVA INTRA - COMMUNAUTAIRE .....

CODE POSTAL : ..... VILLE : .....

TELEPHONE : ..... FAX : .....

E. MAIL : .....

- Parrainage d'un Trophée de la Santé et remise du prix au lauréat
- 1 demi-page publicitaire dans le supplément de « La Provence » diffusé à 180 000 exemplaires
- 1 page publicitaire dans le programme final et une documentation fournie par vos soins en insertion dans les mallettes congressistes
- Votre logo sur le site Web

**TOTAL = 10 000 € HT (11 960 € TTC)**

Règlement à réception de facture. L'exposant déclare avoir pris connaissance des conditions générales de vente et des clauses d'annulation qu'il accepte sans restriction.

DATE, NOM ET SIGNATURE :

CACHET :

## FORMULAIRE DE RESERVATION PARTENARIAT OR

SOCIÉTÉ : .....

CONTACT : .....

ADRESSE de FACTURATION : .....

N° TVA INTRA - COMMUNAUTAIRE .....

CODE POSTAL : ..... VILLE : .....

TELEPHONE : ..... FAX : .....

E. MAIL : .....

-Parrainage d'une Table Ronde avec un intervenant de votre laboratoire et votre logo couleur dans la salle.

-1 page publicitaire dans le programme final et une documentation fournie par vos soins en insertion dans les mallettes congressistes.

**TOTAL = 6 000 € HT (7 176 € TTC)**

Règlement à réception de facture. L'exposant déclare avoir pris connaissance des conditions générales de vente et des clauses d'annulation qu'il accepte sans restriction.

DATE, NOM ET SIGNATURE :

CACHET :

## FORMULAIRE DE RESERVATION PARTENARIAT ARGENT

SOCIÉTÉ : .....

CONTACT : .....

ADRESSE de FACTURATION : .....

N° TVA INTRA - COMMUNAUTAIRE .....

CODE POSTAL : ..... VILLE .....

TELEPHONE : ..... FAX : .....

E. MAIL : .....

-1 page publicitaire dans le programme final et une documentation fournie par vos soins en insertion dans les malles congressistes.

-Présence de votre laboratoire sur la page des remerciements du programme et sur le PowerPoint diffusé lors du colloque

**TOTAL = 3 000 € HT (3 588 € TTC)**

Règlement à réception de facture. L'exposant déclare avoir pris connaissance des conditions générales de vente et des clauses d'annulation qu'il accepte sans restriction.

DATE, NOM ET SIGNATURE :

CACHET :

## FORMULAIRE DE RESERVATION PARTENARIAT BRONZE

SOCIÉTÉ : .....

CONTACT : .....

ADRESSE de FACTURATION : .....

N° TVA INTRA - COMMUNAUTAIRE .....

CODE POSTAL : ..... VILLE : .....

TELEPHONE : ..... FAX : .....

E. MAIL : .....

-Présence de votre laboratoire sur la page des remerciements du programme et sur le PowerPoint diffusé lors du colloque

**TOTAL = 1 000 € HT (1 196 € TTC)**

Règlement à réception de facture. L'exposant déclare avoir pris connaissance des conditions générales de vente et des clauses d'annulation qu'il accepte sans restriction.

DATE, NOM ET SIGNATURE :

CACHET :