



ARGUMENTAIRE CAMPAGNE ACAME

ENONCE

L'ACAME (Association des Centrales d'Achats de Médicaments Essentiels) a lancé une consultation pour recevoir une proposition d'affiche dont le concept vise à démontrer de manière claire l'intérêt des médicaments génériques pour les populations africaines et à en promouvoir l'image.

Honorée d'avoir été associée à cette consultation, l'Agence BAOBAB présente dans ce document les axes de sa réflexion stratégique et créative.

Le présent document vise à expliquer et à justifier les résultats de notre réflexion stratégique et nos axes créatifs.

PROBLEMATIQUE

- Comment promouvoir au travers d'une affiche l'image des médicaments génériques auprès du grand public dans les pays membres de l'ACAME ?
- Comment montrer au grand public les avantages des médicaments génériques ?
- Comment inciter au travers de cette affiche le grand public à faire le choix des médicaments génériques ?

AXES CREATIFS

PROMESSE

- Les médicaments génériques sont sûrs
- Les médicaments génériques sont efficaces
- Les médicaments génériques sont économiques

TON DES AFFICHES

- Gai
- Rassurant

VISION

Les médicaments génériques offrent une alternative sûre, efficace et économique de soins aux populations africaines.

HISTORIQUE DES CAMPAGNES SUR LE GÉNÉRIQUE

Il est important de développer le message à délivrer en tenant compte du contexte historique des précédentes campagnes.

Les premières grandes campagnes insistaient sur les avantages économiques des médicaments génériques par rapport aux médicaments de spécialité avec des accroches dont la substance était : « Génériques et Spécialités : même chose mais pas même prix ! ».

Dans les campagnes qui ont suivi avaient pour but de sensibiliser le public sur le danger des médicaments de la rue en utilisant des images inquiétantes avec un message sans équivoque : « les médicaments de la rue : ça tue ! »

Il nous paraît opportun maintenant de délivrer, à travers un nouveau concept, un message nouveau, différent, dynamique, gai, de nature à rassurer les populations sur les qualités des médicaments génériques distribués par les Centrales d'Achats.

CONTENU DES MESSAGES

L'agence Baobab a axé sa création sur les bénéfices intrinsèques des médicaments génériques.

Ces bénéfices sont clairement mis en avant dans des tons gais et rassurants avec des dispositions graphiques qui les mettent en relief.

Le choix des couleurs vise à créer un environnement doux et rassurant pour le public cible et rappelle la couleur de la pharmacie et de l'ACAME.

La personnalisation des gélules vise à créer une convivialité de nature à attirer et séduire l'ensemble de la population, notamment les enfants. Leurs yeux, leur attitude accueillante et le fait que ces gélules se tiennent « bras dessus, bras dessous » traduisent la joie, la générosité et la solidarité.

L'Agence a pris soin également de souligner l'exigence de qualité des médicaments génériques par la netteté du graphisme et la pureté des formes.

Enfin, l'Agence a tenu à relever l'avantage économique des médicaments génériques dans la sous-accroche.

Les différents logos contractuels ont été apposés sur un fond qui leur assure une meilleure visibilité et un équilibre avec le logo de la Centrale d'Achats.

LES ACCROCHES

L'Agence utilise la technique des deux (2) accroches pour délivrer un message complet.

La première accroche emploie un jeu de mots avec une recherche de musicalité (Générique et Généreux !) qui permet de répondre à des impératifs techniques et artistiques : elle dit « vrai », elle est dynamique (avec le point d'exclamation) et vient en échos à la joie exprimée par les gélules. De plus, elle est facile à prononcer et à retenir pour l'ensemble de notre public cible, ce qui lui garantit une pérennisation.

La deuxième accroche, plus conventionnelle, met l'accent sur les qualités du médicament générique. Ces qualités sont rehaussées par le cadre rouge qui attire l'attention du public cible.

Les deux accroches encadrent de manière équilibrée le produit (gélules personnalisées) auquel elles se rapportent.

CONCLUSION

L'Agence entend par ce support de communication amener le public cible (l'ensemble de la population) à demander naturellement et en toute confiance les médicaments génériques délivrés par la Centrale d'Achats dont le logo apparaît clairement en haut de l'affiche.