

## SANTÉ, PHARMA & BIOTECH :

### AmazingContent dévoile son classement des Directions les plus influentes sur les réseaux sociaux

Paris, le 18 octobre 2021 - Spécialiste de l'influence des dirigeants sur les réseaux sociaux et premier référentiel data du marché sur le sujet, AmazingContent réalise chaque trimestre un classement sectoriel des Directions les plus remarquables. Aujourd'hui, alors que la santé est naturellement devenue la priorité des Français, AmazingContent a choisi d'y consacrer son nouveau Cahier d'Influence. Durant 12 mois, les comptes LinkedIn et Twitter des équipes dirigeantes de l'ensemble des acteurs du secteur ont été analysés, au prisme des engagements suscités par leurs activités digitales (sur la base du Score d'Influence\*\*).

Voici les résultats.

#### TOP 10 LABORATOIRES & BIOTECH

- 1 - **SANOFI** (Score d'Influence : 8 580)
- 2 - **NOVARTIS** (Score d'Influence : 1 860)
- 3 - **JANSSEN (J&J)** (Score d'Influence : 1 859)
- 4 - **SERVIER** (Score d'Influence : 1 342)
- 5 - **BIOMÉRIEUX** (Score d'Influence : 1 295)
- 6 - **BOEHRINGER INGELHEIM** (Score d'Influence : 1 233)
- 7 - **ABBVIE** (Score d'Influence : 1 209)
- 8 - **ROCHE** (Score d'Influence : 929)
- 9 - **PFIZER** (Score d'Influence : 896)
- 10 - **IPSEN** (Score d'Influence : 847)

*(Suite du classement et analyse des communications de chacun dans le Cahier d'Influence)*

Dans cette situation inédite de crise sanitaire, les réseaux sociaux ont eu plus que jamais un rôle à jouer dans la prévention auprès des patients ainsi que dans le partage d'informations entre professionnels de santé. Ce secteur, traditionnellement plutôt discret, est de fait passé au premier plan des enjeux médiatiques durant de nombreux mois. En complément, les équipes dirigeantes s'y sont exprimées pour manifester l'engagement de leur entreprise dans la lutte contre la Covid-19, féliciter les collaborateurs mobilisés, ou encore valoriser le personnel soignant. Une autre façon d'incarner l'entreprise, de gagner en visibilité et de renforcer leur image de marque !

#### TOP 10 ÉQUIPEMENT MÉDICAL

\* Méthodologie détaillée dans le Cahier d'Influence.

\*\* Nombre moyen d'engagements par an et par leader.

- 1 – GE HEALTHCARE (Score d’Influence : 3 311)
- 2 – DRAGER (Score d’Influence : 1 446)
- 3 – CARL ZEISS (Score d’Influence : 766)
- 4 – PETERS SURGICAL (Score d’Influence : 684)
- 5 – ESSILORLUXOTTICA (Score d’Influence : 625)
- 6 – ROCHE DIAGNOSTICS (Score d’Influence : 529)
- 7 – FSK (Score d’Influence : 413)
- 8 – BIOTRONIK (Score d’Influence : 339)
- 9 – GUERBET (Score d’Influence : 309)
- 10 – BECTON DICKINSON (Score d’Influence : 257)

*(Suite du classement dans le Cahier d’Influence)*

Dans un contexte de développement croissant des soins à domicile, les entreprises du secteur doivent relever un défi de taille : multiplier les points de contact avec des cibles aussi diverses que les pharmacies, hôpitaux, ostéopathes, médecins, kinésithérapeutes ou particuliers. Aussi, à l’instar d’un marché fragmenté, la communication de ces acteurs est hétérogène et les niveaux d’engagement qu’elle génère oscillent entre 9 et 3 311. Avec un Score d’Influence\* moyen de 241, l’usage des plateformes conversationnelles pourrait sembler encore confidentiel. Pourtant, certains leaders ont déjà pris le virage d’une communication incarnée, et à se démarquer, notamment auprès des investisseurs.

## **TOP 10 SANTÉ & BEAUTÉ**

- 1 – L’OREAL (Score d’Influence : 10 832)
- 2 – PIERRE FABRE DERMO COSMETIQUE (Score d’Influence : 1 320)
- 3 – GROUPE ROCHER (Score d’Influence : 1 308)
- 4 – ESTEE LAUDER (Score d’Influence : 941)
- 5 – NAOS (Score d’Influence : 552)
- 6 – LPG SYSTEMS (Score d’Influence : 437)
- 7 – NUXE (Score d’Influence : 284)
- 8 – GROUPE L’OCCITANE (Score d’Influence : 261)
- 9 – LABORATOIRES EXPANSCIENCE (Score d’Influence : 250)
- 10 – WELEDA (Score d’Influence : 176)

*(Suite du classement et analyse des communications de chacun dans le Cahier d’Influence)*

Parce que la prévention est un pilier de la santé, à l’ère du mieux consommer et en plein essor de la “green beauty” ou de la “clean beauty”, les nouveaux usages de consommation des produits de beauté ont permis une formidable expansion de la distribution spécialisée et pharmaceutique et un changement de paradigme des marques dites *consumers*. Incarner la beauté du monde d’après, là était le défi de ces Directions, parmi lesquelles le groupe L’Oréal s’illustre particulièrement... A l’instar du Top Management, c’est par ailleurs tout le Groupe qui est engagé dans cette démarche, comme en témoignent les Scores d’Influence des *business units* Cosmétique Active International et Cosmétique Active France (respectivement 2 082 et 734).

## **TOP 10 E-SANTÉ**

*Pour cette catégorie, seules les startups françaises de plus de 50 salariés et ayant levé plus de 10 millions d’euros ont été analysées.*

\* Méthodologie détaillée dans le Cahier d’Influence.

\*\* Nombre moyen d’engagements par an et par leader.

- 1 – DOCTOLIB (Score d'Influence : 4 614)
- 2 – ELIGO BIOSCIENCE (Score d'Influence : 4 150)
- 3 – ALAN (Score d'Influence : 4 127)
- 4 – MEDADOM (Score d'Influence : 1 331)
- 5 – OWKIN (Score d'Influence : 1 165)
- 6 – TARGEDYS (Score d'Influence : 1 104)
- 7 – ELLCIE HEALTHY (Score d'Influence : 1 073)
- 8 – DREEM (Score d'Influence : 896)
- 9 – IMAGEENS (Score d'Influence : 819)
- 10 – WEFIGHT (Score d'Influence : 811)

(Suite du classement et analyse des communications de chacun dans le Cahier d'Influence)

En ce qu'elles accélèrent manifestement la transformation de tout un secteur, on pouvait naturellement s'attendre à ce que leur ADN tech, associé à des équipes *digital native*, fasse de ces entreprises d'excellentes communicantes, en rupture avec les usages traditionnels d'une communication en pleine mutation, et mise à mal par la crise sanitaire... Ces nouveaux acteurs sont bel et bien hautement connectés, coiffant au poteau leurs aînés. Parmi eux, les plus influents ont su activer tout le potentiel des réseaux sociaux, ralliant ainsi à leur cause l'ensemble des Français et notamment les cibles *Millenials* et *Gen Z* avec une communication au ton informel, centrée sur la culture d'entreprise. En tête, Doctolib : incontournable partenaire des professionnels de santé et des patients ces dernières années, l'entreprise et ses dirigeants sont des acteurs à part entière dans la résolution de crise.



« **C'est à une industrie très engagée (en faveur des patients, des salariés, de l'investissement, de l'emploi et de la formation) que revient la mission de la construction du cadre de soins de notre pays, qui se veut universel et performant. Or, du savoir-faire au faire savoir, lui incombe désormais également une responsabilité nouvelle, sociétale et d'utilité publique : le devoir d'information.** Un engagement de plus auquel doivent s'atteler les organisations d'un secteur déjà très sollicité et à court de temps, un engagement pourtant essentiel. Dans un contexte de levées de fonds record (400M€ pour les startups e-santé de la French Tech en 2020 !) et à l'aube d'un leadership européen de la France (à moins d'un an de la Présidence française de l'Union Européenne, la Commission européenne ayant déjà publié sa feuille de route comprenant un important volet pharmaceutique), la communication des Directions du secteur n'est plus une option. Elle s'inscrit dans l'agenda de sortie de crise et constitue le socle d'une co-construction réussie pour le futur de l'industrie, qui se veut inclusive et responsable. » | Elliott Siegler, CEO AmazingContent.

👉 [Découvrez le classement complet](#) 👉

**À propos d'AmazingContent :** Créée en 2018 par Elliott Siegler, Ismaël Héry et Marc-Antoine Garrigue, AmazingContent est spécialisée dans l'influence des dirigeants et dirigeantes sur les réseaux sociaux. Ses équipes accompagnent, forment et outillent les organisations et leurs leaders dans la transformation de leur communication. En proposant la seule solution Saas complète du marché, la start-up simplifie l'expérience sur ces plateformes pour permettre aux dirigeants d'y étendre leur influence et instaure durablement la culture de la communication incarnée dans l'entreprise. En 2021, AmazingContent accompagne plus de 80 entreprises (grands groupes et ETI) et 350 dirigeants, et fait partie du programme de partenariat marketing de LinkedIn.

**Site internet :** [www.amazingcontent.io](http://www.amazingcontent.io)

👉 [Découvrez le classement des Comex les plus influents du SBF 120](#) (édition 2020)

👉 [Découvrez le classement des Directions les plus influents du secteur Banque & Assurance](#) (2021)

\* Méthodologie détaillée dans le Cahier d'Influence.

\*\* Nombre moyen d'engagements par an et par leader.

**CONTACT PRESSE | AGENCE LEON**

**Océane Fieu & Gaëlle Legris**  
oceane@agence-leon.fr | gaelle@agence-leon.fr  
**06.79.58.01.81 | 06.26.14.14.90**

\* Méthodologie détaillée dans le Cahier d'Influence.

\*\* Nombre moyen d'engagements par an et par leader.