

#BeyondTheScore

Le baromètre qui décortique la Twittosphère
et l'Instasphère pharmaceutiques !

Bilan T2 2023





#BeyondTheScore

Focus Twittosphère pharmaceutique

Périmètre d'analyse Twitter

- 23 comptes suivis



@AbbVieFrance



@AmgenFrance



@AstraZenecaFR



@Bayer_FR



@Biogaran



@BoehringerFR



@BMSFrance



@Chiesifrance



@GSK_FR



@IpsenGroupFR



@JanssenFRA



@LEOPharmaFR



@LillyPadFR



@merck_fr



@MSDFrance



@novartis_france



@NovoNordiskFR



@Pfizer_France



@PierreFabre



@Roche_France



@SanofiFR



@TevaSante



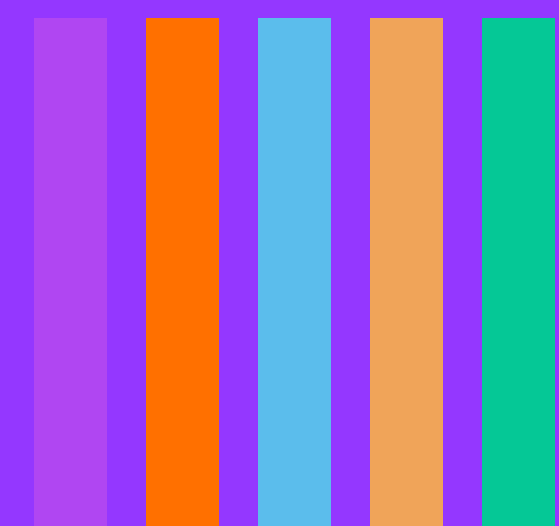
@UCB_France





The Elon Musk effect

Bilan T2 2023



#BeyondTheScore



Être ou ne pas être “auto-certifié” ?

- 27 octobre 2022, Elon Musk prend le contrôle de Twitter après 6 mois d'allers-retours...
- En quelques jours, différentes entreprises, notamment dans l'univers pharmaceutique, décident et annoncent ne plus vouloir acheter d'espace sur Twitter.
- Le lancement de Twitter Blue amplifie l'inquiétude (notamment avec l'arrivée de faux comptes “certifiés” Twitter Blue) fin 2022, début 2023.
- ✳ Le lancement du process « **Verified Organizations** », au niveau global fin mars 2023, a-t-il eu un impact en France sur la Twittosphère pharmaceutique ?
- **Les principales entreprises pharmaceutiques présentes en France ont-elles franchi le gué et sont-elles aujourd'hui “auto-certifiées” ?**

Être ou ne pas être “auto-certifié” ?

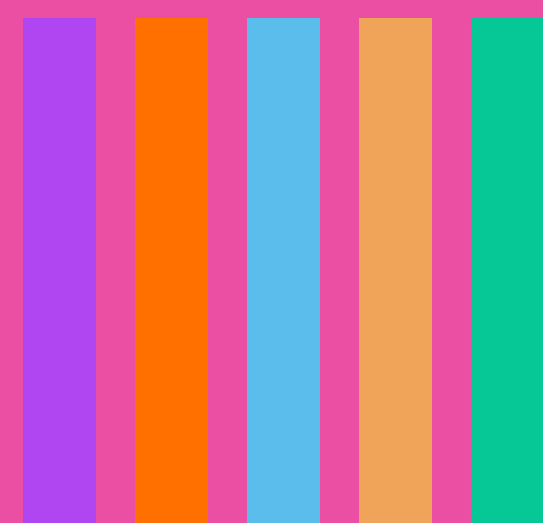
- Depuis avril 2023, 57 % des comptes de la Twittosphère pharmaceutiques sont “auto-certifiés” « **Verified Organizations** » et peuvent, notamment, mener des campagnes de sponsorisation, de publicité ou de recrutement d’abonnés.





Abonnements & Abonnés

Bilan T2 2023



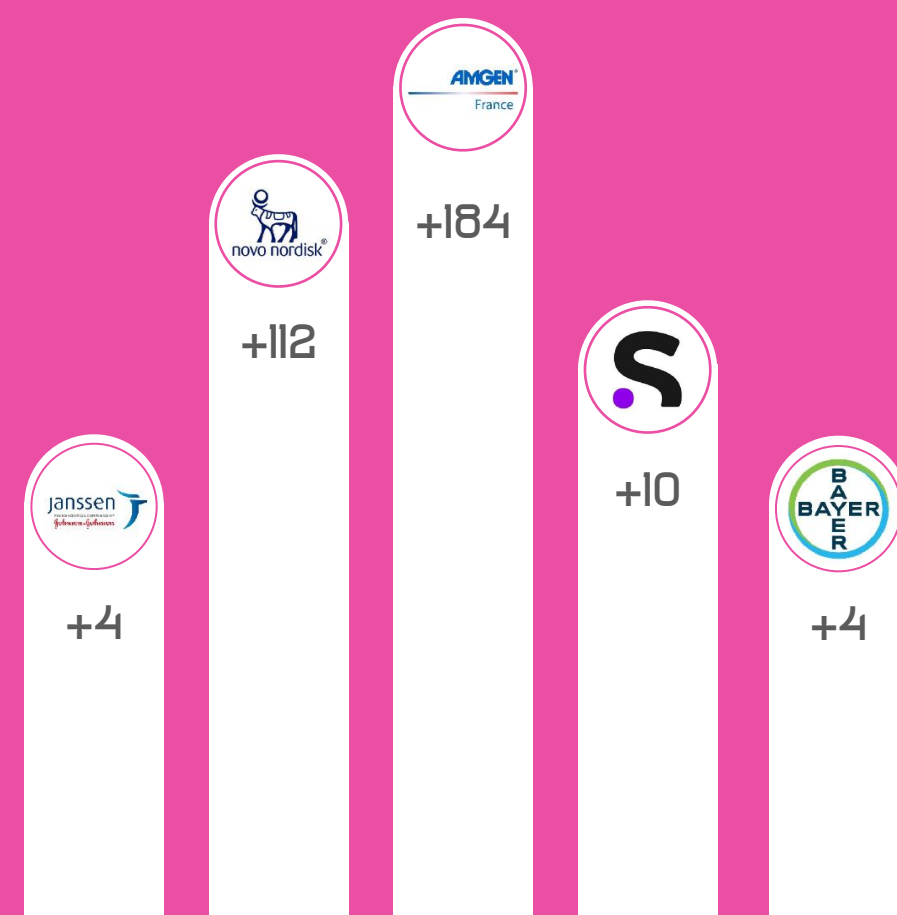
#BeyondTheScore



Abonnements

- Un nombre d'abonnements moyen par compte en très légère augmentation à fin T2 2023 vs T1 2023 : + 6 nouveaux abonnements en moyenne.

Top 5 progression abonnements T1 2023



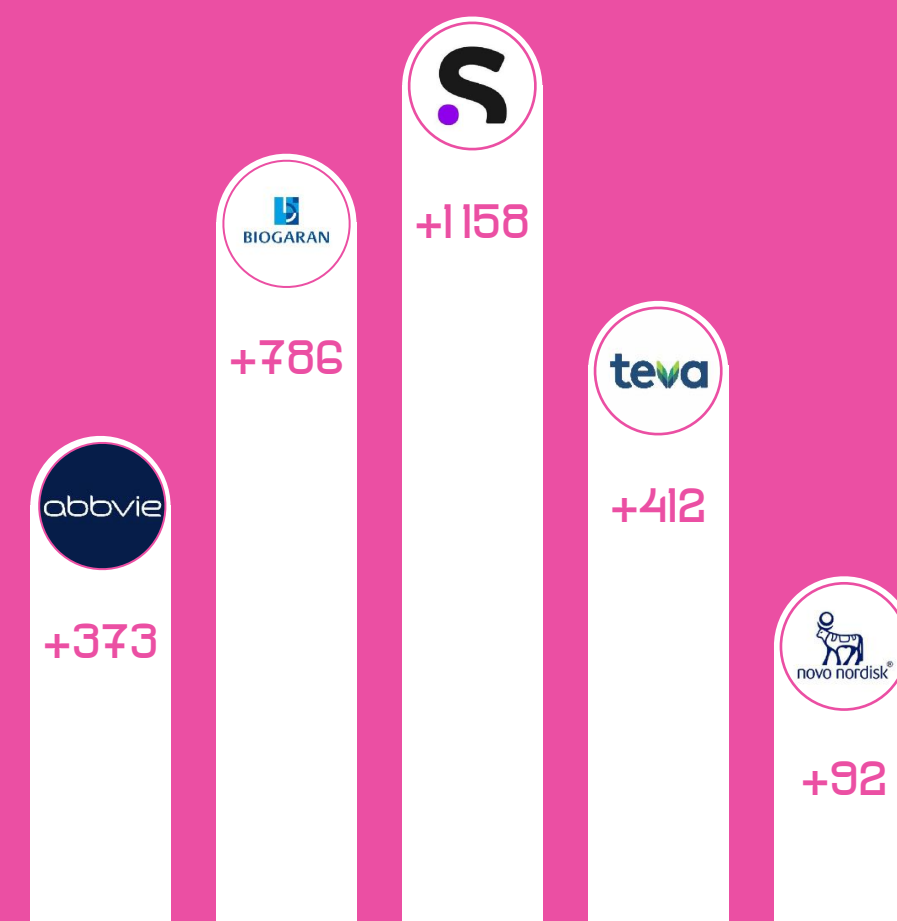
Top 5 progression abonnements T2 2023



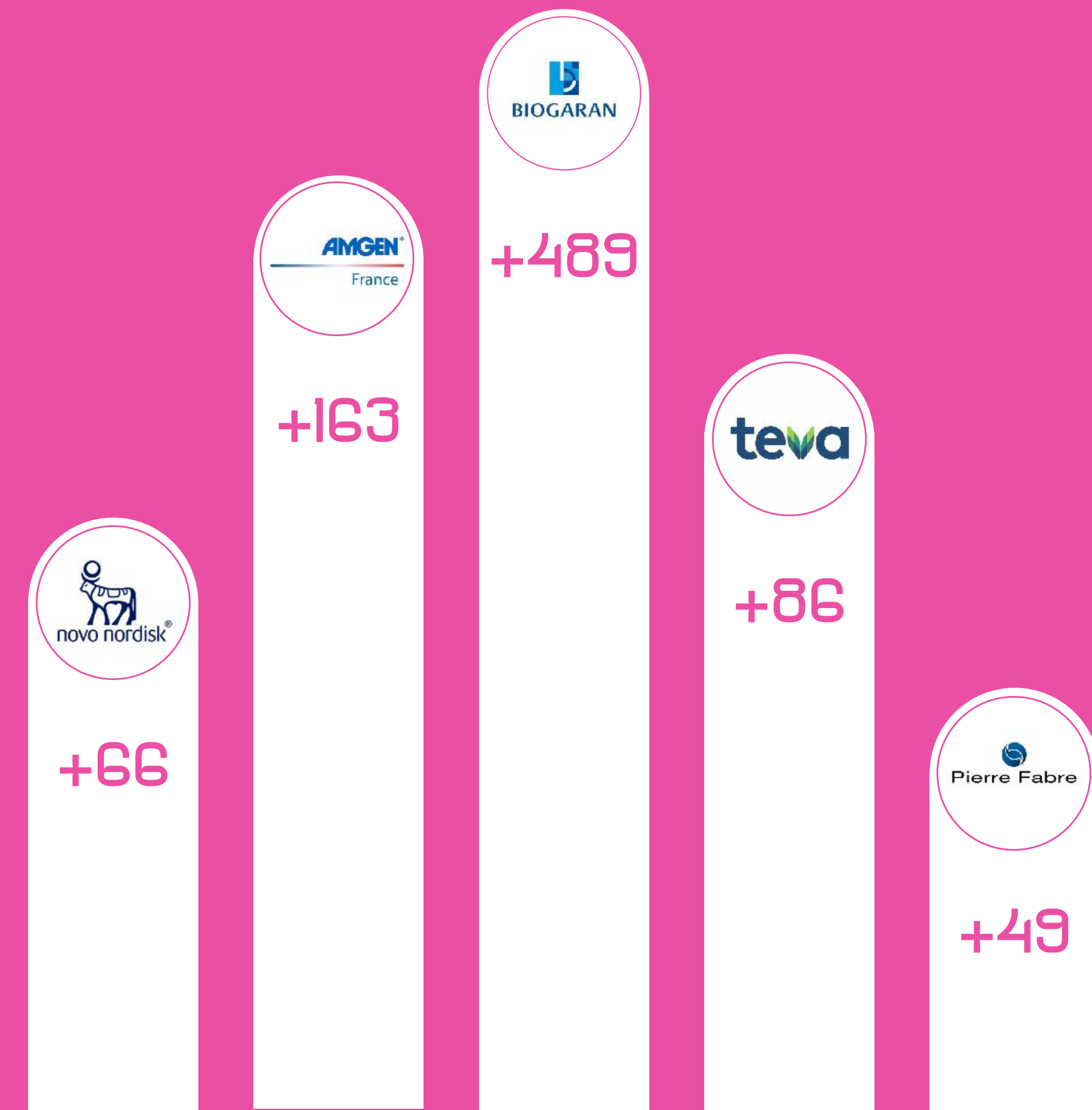
Abonnés

- Pour la 1^{re} fois depuis le lancement de #BeyondTheScore, **17 comptes Twitter connaissent une décroissance**. En moyenne, ces comptes ont perdu 53 abonnés lors du T2 2023. Une baisse allant jusqu'à 172 abonnés pour le compte le plus impacté.

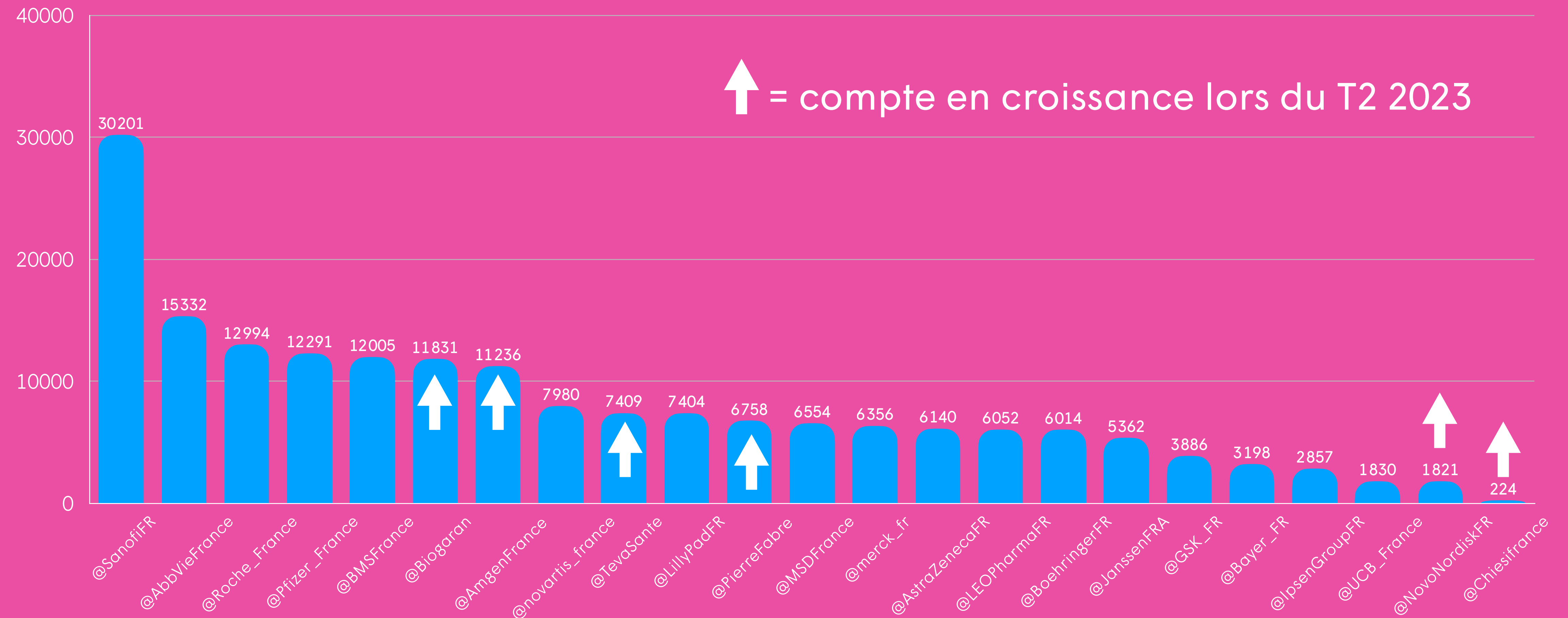
Top 5 progression abonnés T1 2023



Top 5 croissance abonnés T2 2023



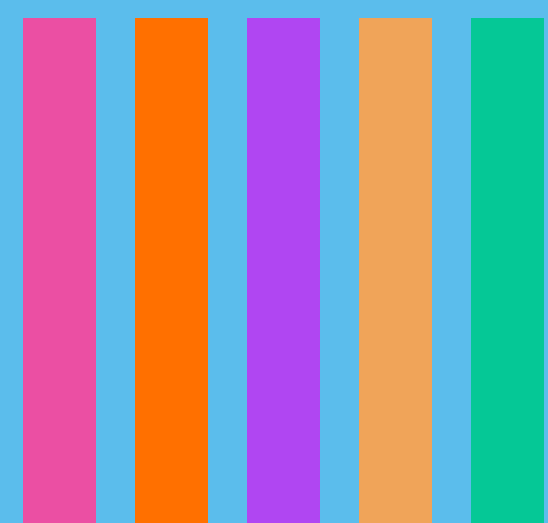
Classement global selon le nombre d'abonnés au 30/06/2023





Focus Tweets et contenus, Top Tweets, # & tendances

Bilan T2 2023



#BeyondTheScore



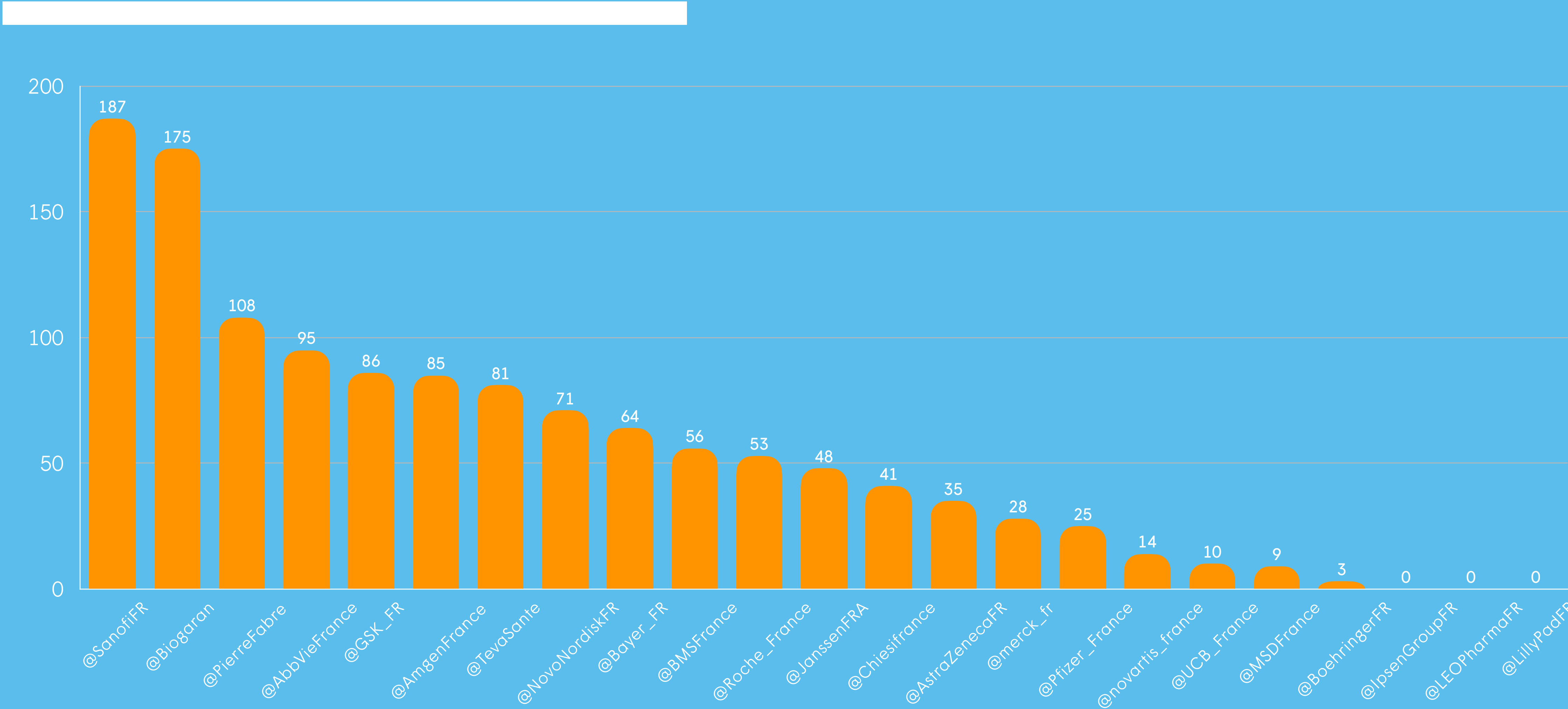
Une Twittosphère pharma très peu active

- Avec 0,61 tweet par compte et par jour en moyenne courant T2 2023 (0,60 pour le T1 2023) et une médiane de 0,53 tweet quotidien, la pharma reste très peu active...
- Comme lors des 3^{ers} mois de l'année, **seuls 4 comptes ont twitté plus d'1 fois par jour !**

Top 5 du plus grand nombre de tweets ou retweets courant T2 2023
(Moyenne quotidienne)



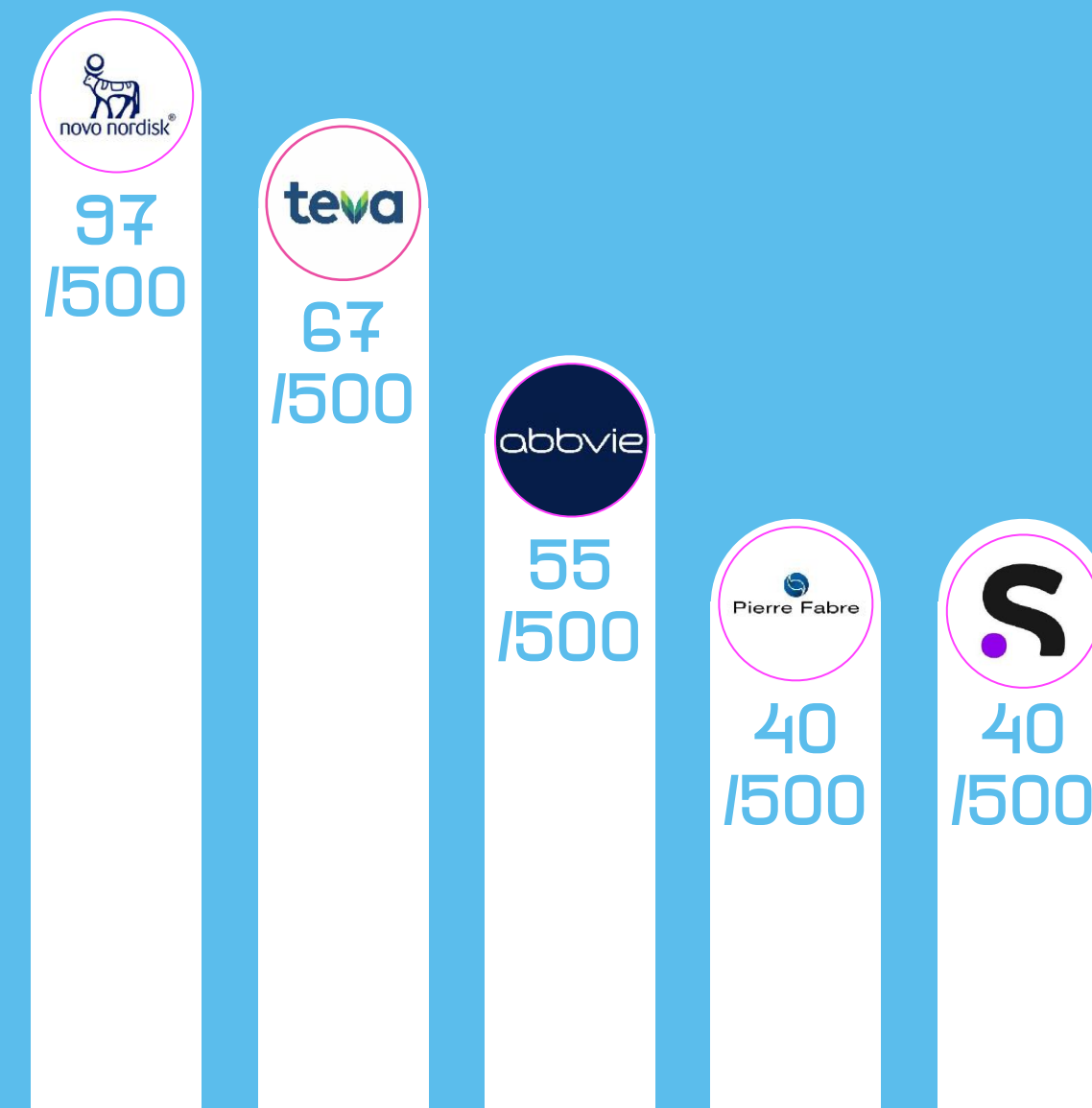
Classement global selon le nombre de tweets ou RT courant T2 2023



Best tweets selon le taux d'interaction*

Top 5 best tweets T1 2023

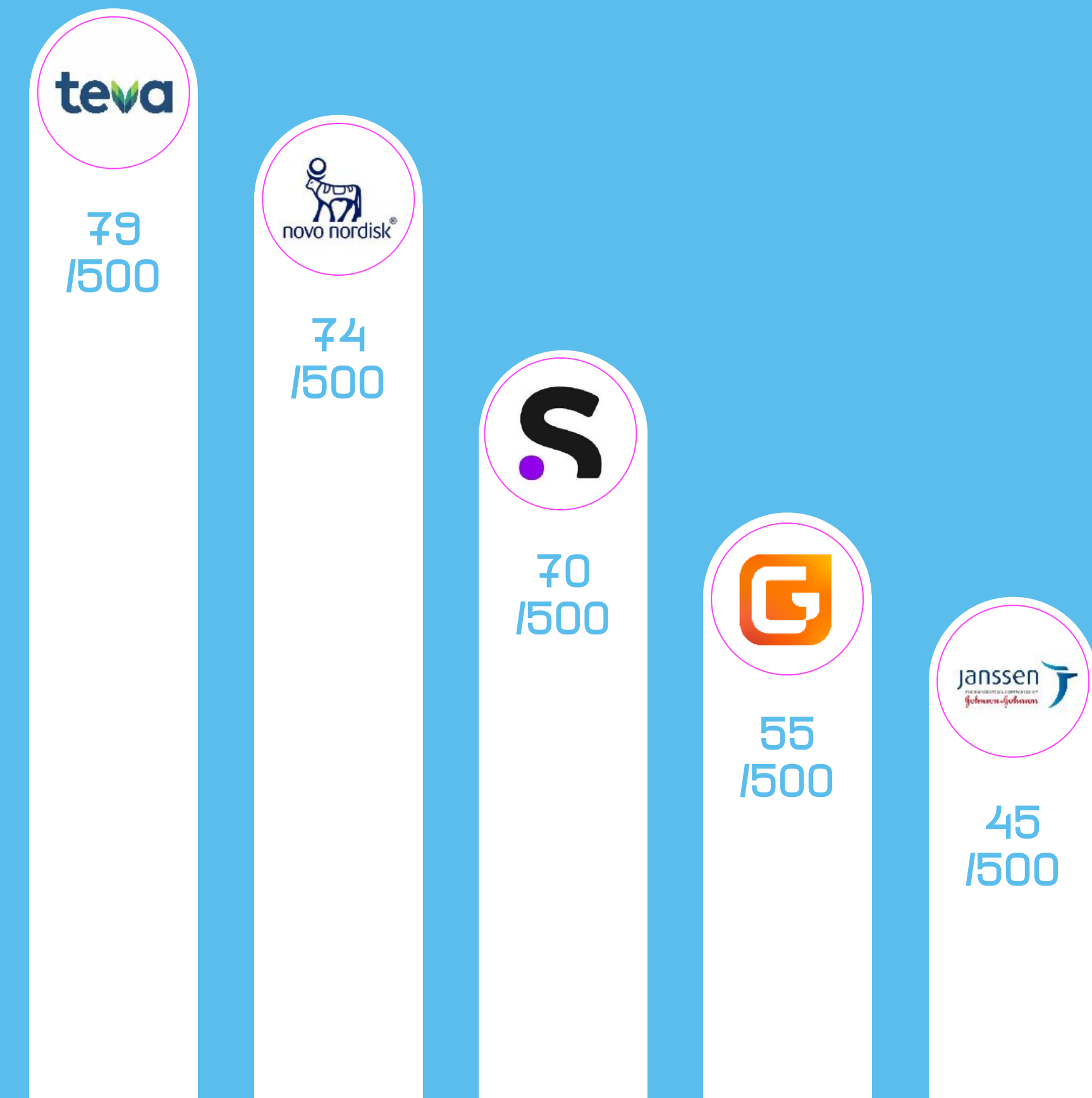
[en nombre de tweets parmi les 500 meilleurs du trimestre]



*Nombre moyen de réponses par tweet aux tweets d'un jour par rapport au nombre d'abonnés du même jour dans la période sélectionnée. Si un compte a 200 abonnés et reçoit un total de 30 réactions à ses 10 tweets d'une journée, l'interaction est de 1,5 % ($30/10/200 = 0,015 = 1,5\%$).

Top 5 best tweets T2 2023

[en nombre de tweets parmi les 1 000 meilleurs du trimestre]



Best tweets, de quoi parlent-ils ?

- Meilleurs tweets en fonction du taux d'interaction pour les comptes classés en tête des Best Tweets de l'année.



Le Top 10 des # par trimestre

- Les # les plus utilisés parmi l'ensemble des tweets publiés par trimestre.

T3 2022

#cancer	83
#patientes	68
#santé	61
#PierreFabre	51
#pharmaciens	53
#diabète	30
#science	28
#septembreturquoise	26
#oncologie	25
#infoofficine	24

T4 2022

#santé	74
#cancer	62
#patients	54
#infofficine	53
#PierreFabre	40
#JournéeCroissance	37
#MSDAVENIR	29
#diabète	29
#TeamSanofi	26
#OctobreRose	25

T1 2023

#cancer	64
#santé	60
#patients	49
#PierreFabre	38
#SIA2023	24
#RSE	23
#MarsBleu	22
#médicaments	18
#Paris2024	16
#innovation	16

T2 2023

#patients	77
#santé	68
#PierreFabre	62
#cancer	50
#Engagement	35
#RSE	25
#Vivatech	23
#MICI	21
#Innovation	20
#COCON	19



Tendances T2 2023 * Prévention et sensibilisation

- Plusieurs journées mondiales ou événements de sensibilisation autour de pathologies se sont déroulés au cours de ce trimestre. Une opportunité pour les laboratoires de déployer des campagnes, partager des témoignages ou mener des actions de sensibilisation : Journée mondiale de l'asthme, Journée mondiale sans tabac, Journée mondiale de l'hémophilie, Journée mondiale de la SEP, Semaine de la vaccination...



Tendances T2 2023 * Mois des fiertés

- Le mois de juin baptisé « mois des fiertés » a été l'occasion pour de nombreux laboratoires de se mobiliser et de partager leurs actions et engagements autour du sujet de l'inclusion et de la diversité. Cela s'est traduit par des logos customisés aux couleurs arc-en-ciel, des témoignages, retours d'expériences...



Tendances T2 2023 * Investissements sur le territoire

- Le sommet Choose France a permis à différents laboratoires de rappeler leurs investissements en France, que cela soit au niveau de la R&D ou de la production, ou d'annoncer de nouveaux investissements pour participer notamment à la relocalisation de l'industrie.



Tendances T2 2023 * Engagement éco-responsable

- Une nouvelle fois les actions menées et engagement autour des enjeux de développement durable étaient très présentes dans les lignes éditoriales de ce trimestre. On peut citer en exemple le programme Returpen de Novo Nordisk.

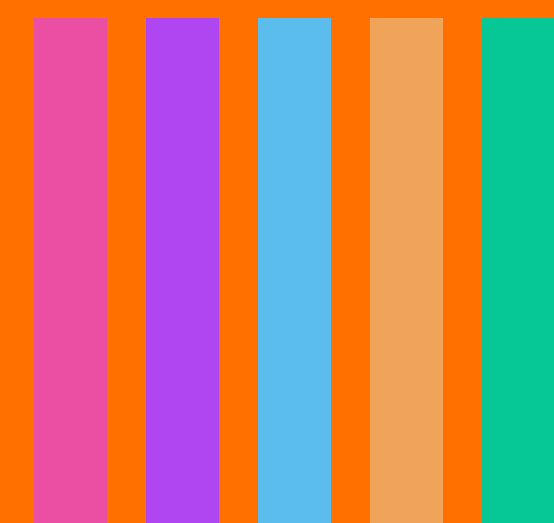




Une question d'engagement

Focus Likes, RT, interactions et social score

Bilan T2 2023



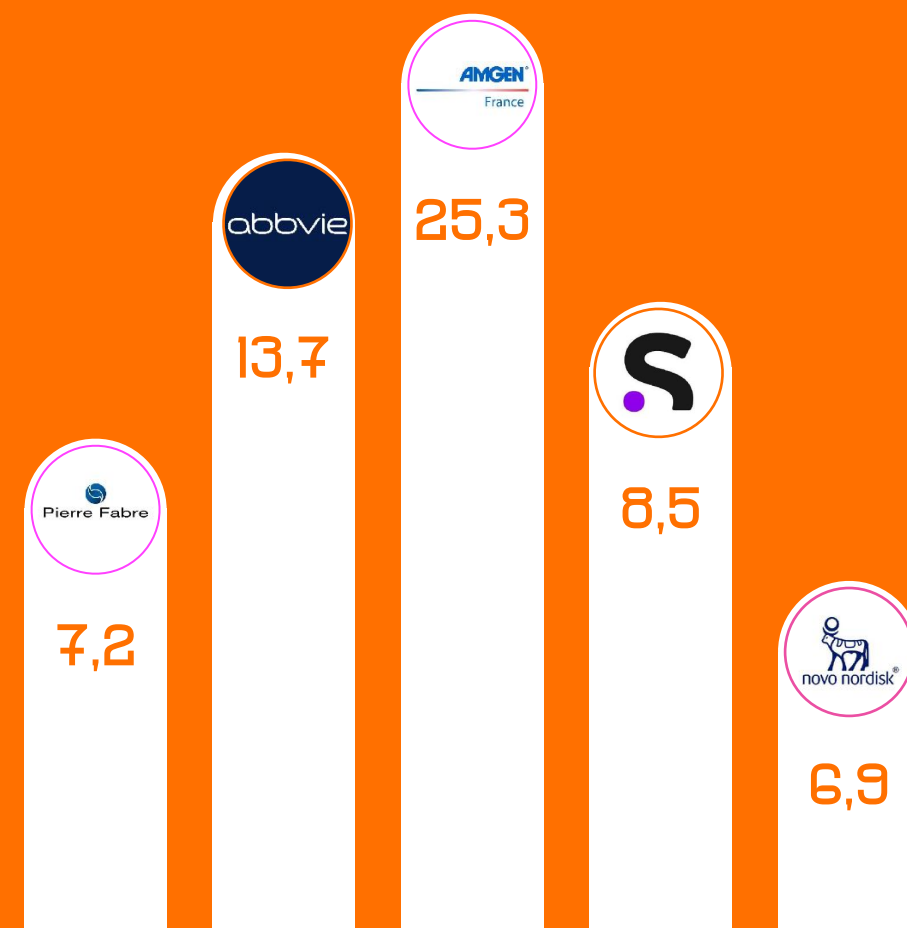
#BeyondTheScore



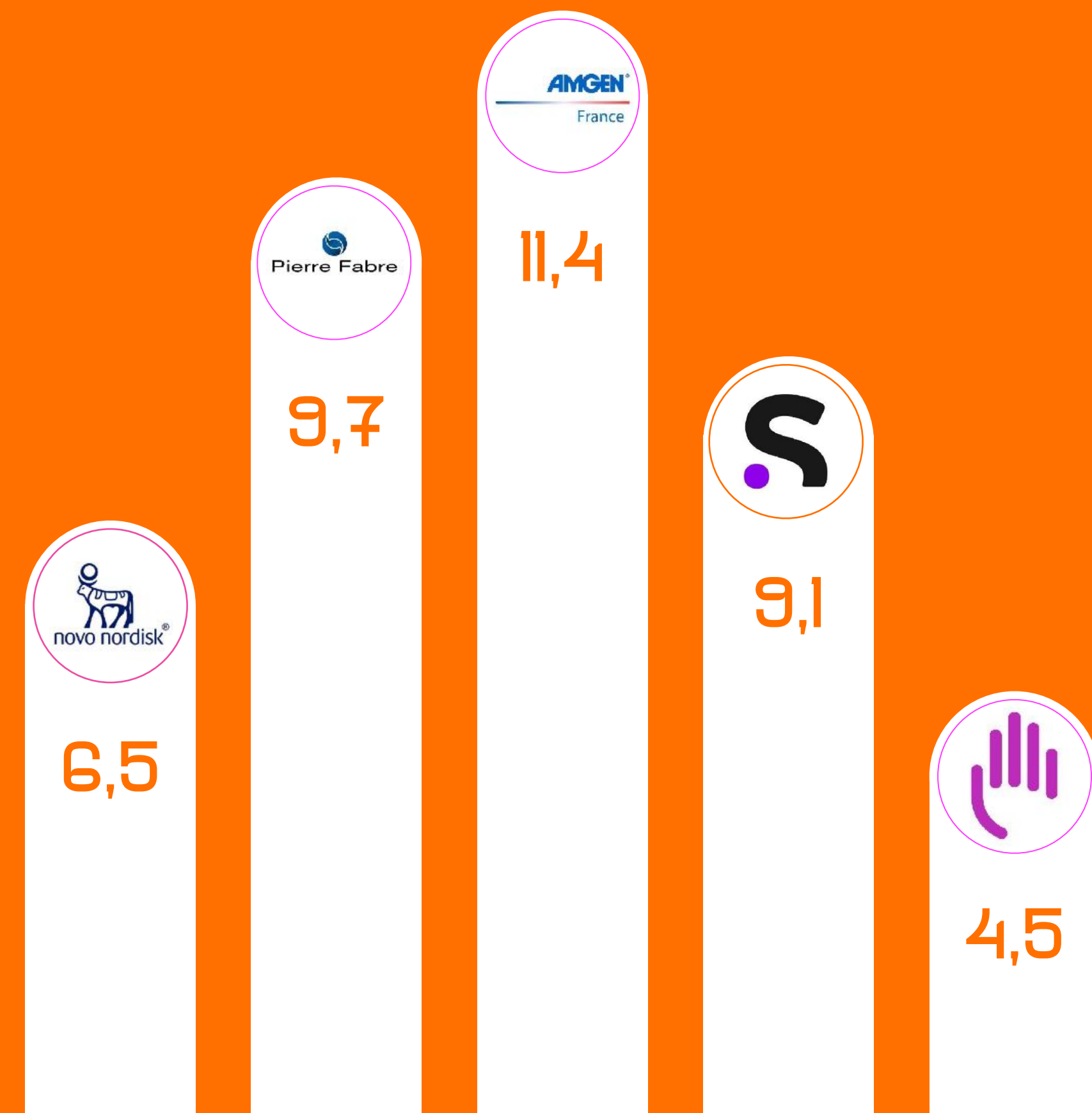
Likes / tweet

- Le nombre moyen de likes/tweet lors du T2 2023 est en baisse. **La moyenne est désormais de 3 likes par tweet (vs 4,3 lors du T1)**

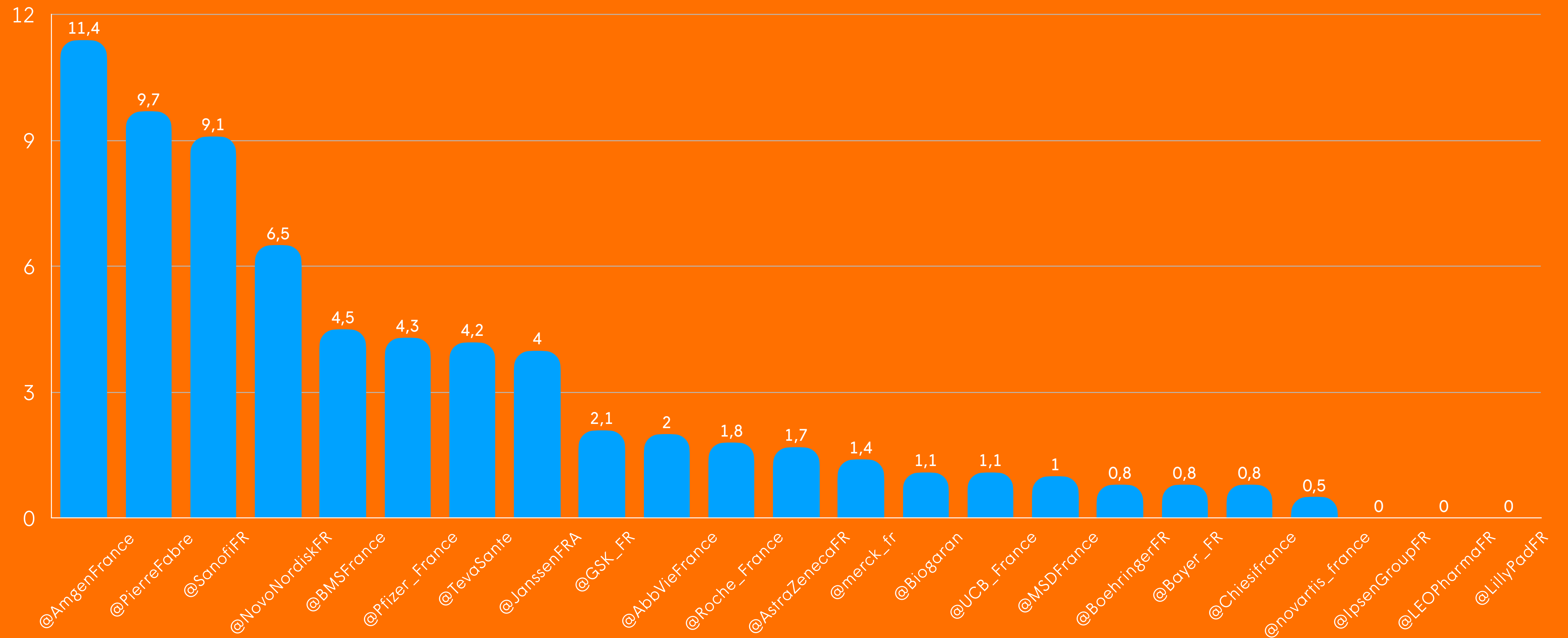
Top 5 likes / tweet T1 2023



Top 5 likes / tweet T2 2023



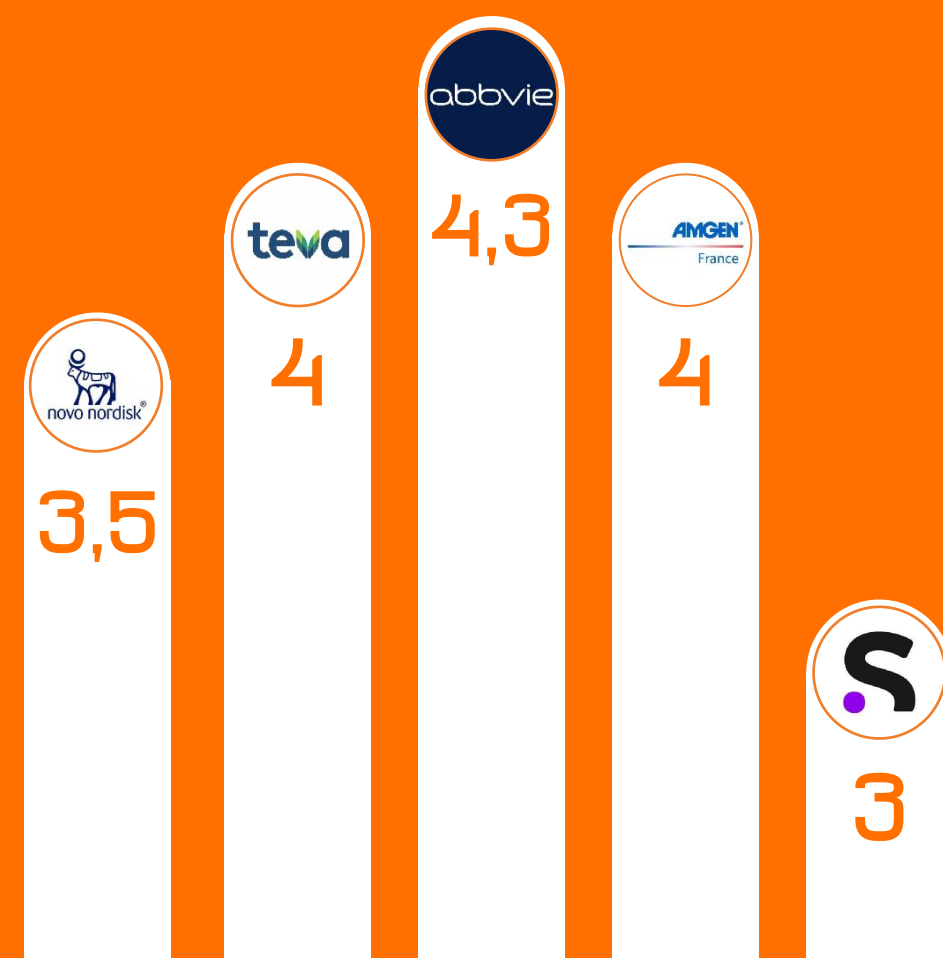
Classement global selon le nombre moyen de likes / tweet T2 2023



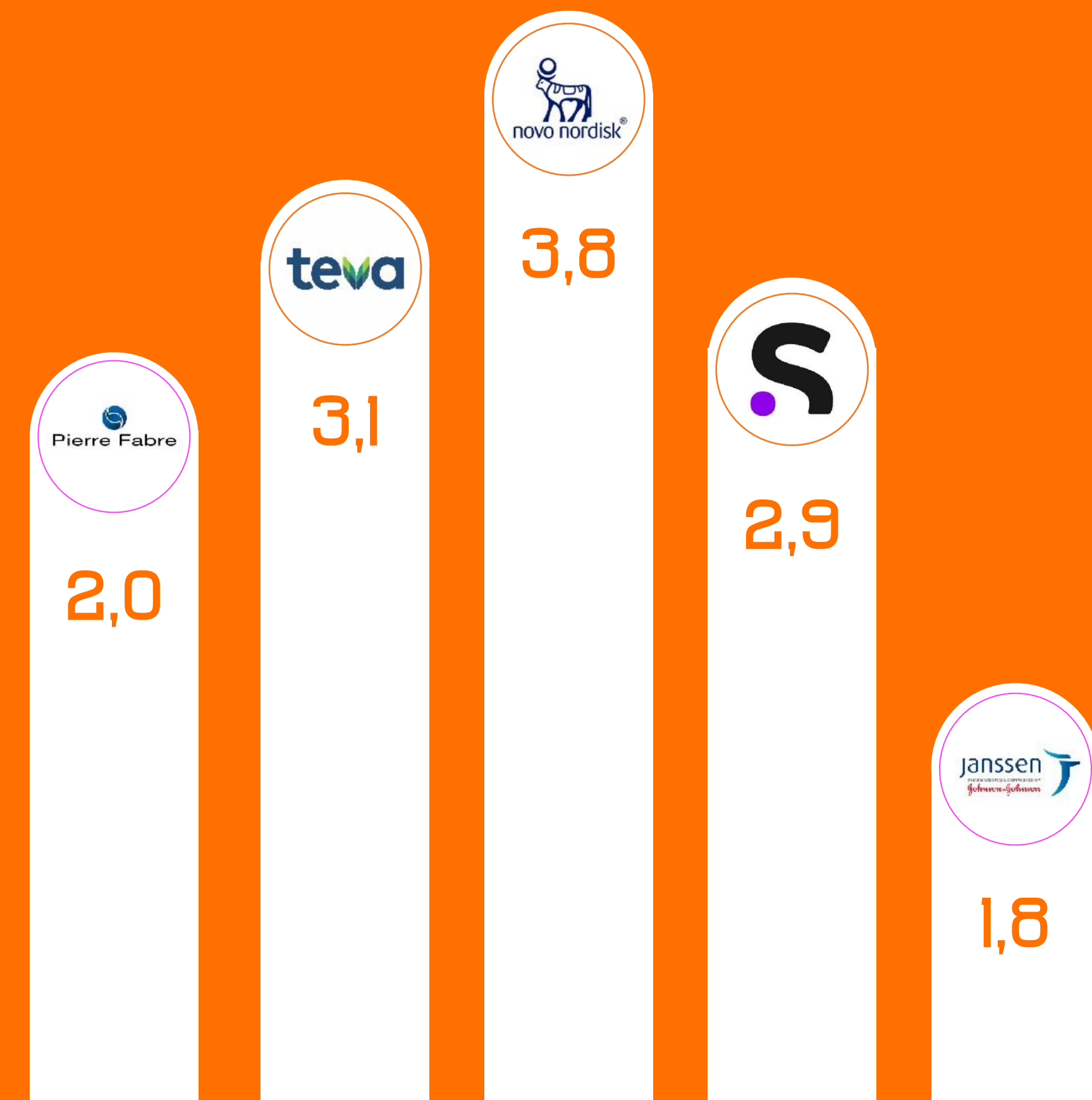
Retweets / tweet

- Comme les likes/tweet, la moyenne de RT/tweet courant T2 2023 est en nette baisse. Elle est de **0,84 RT/tweet vs 1,20.**

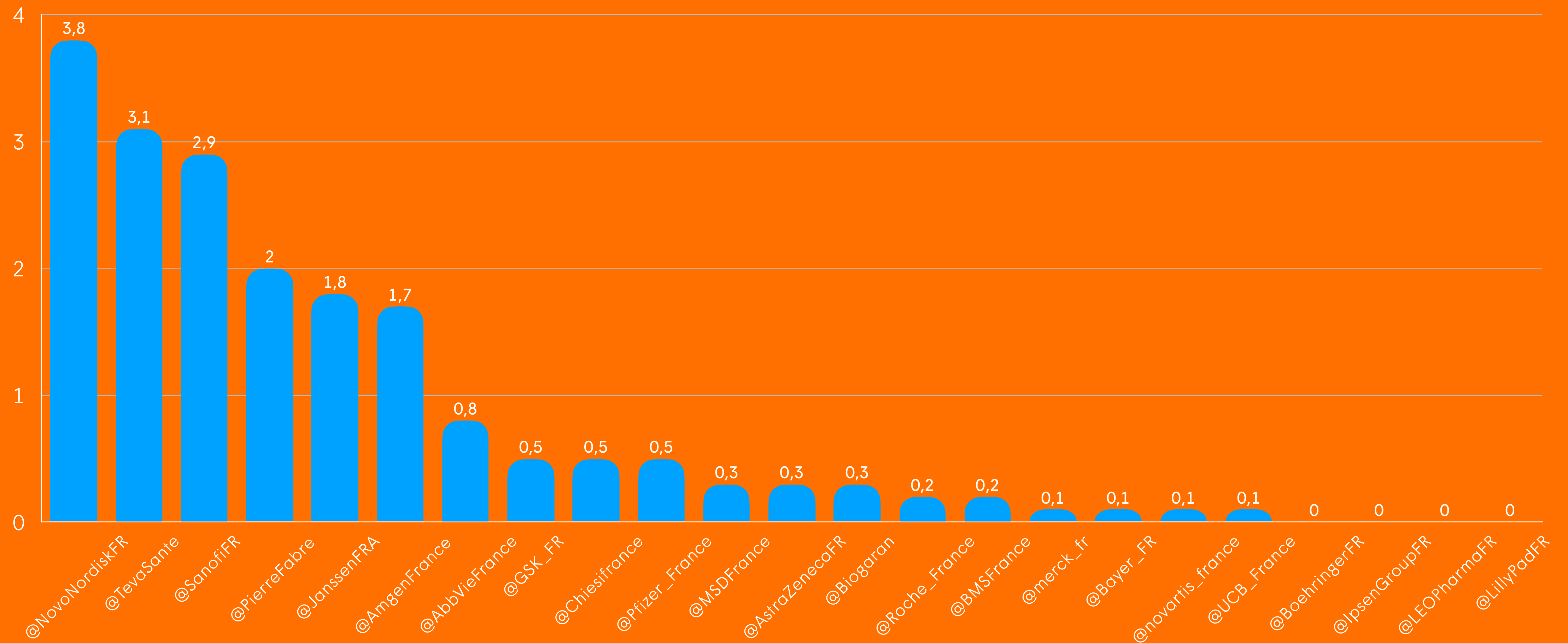
Top 5 RT / tweet T1 2023



Top 5 RT / tweet T2 2023



Classement global selon le nombre moyen de RT / tweet T2 2023

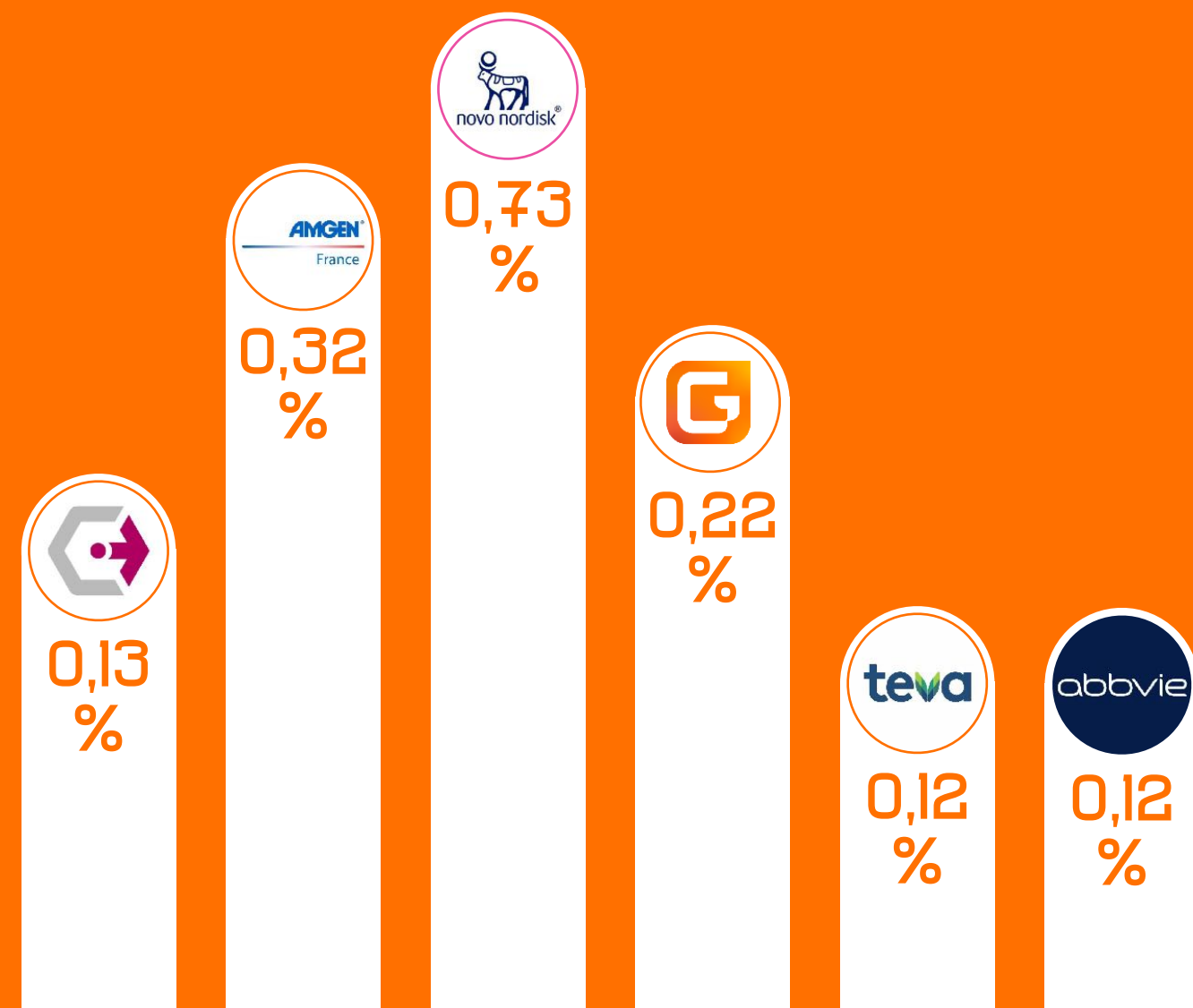


Interactions*

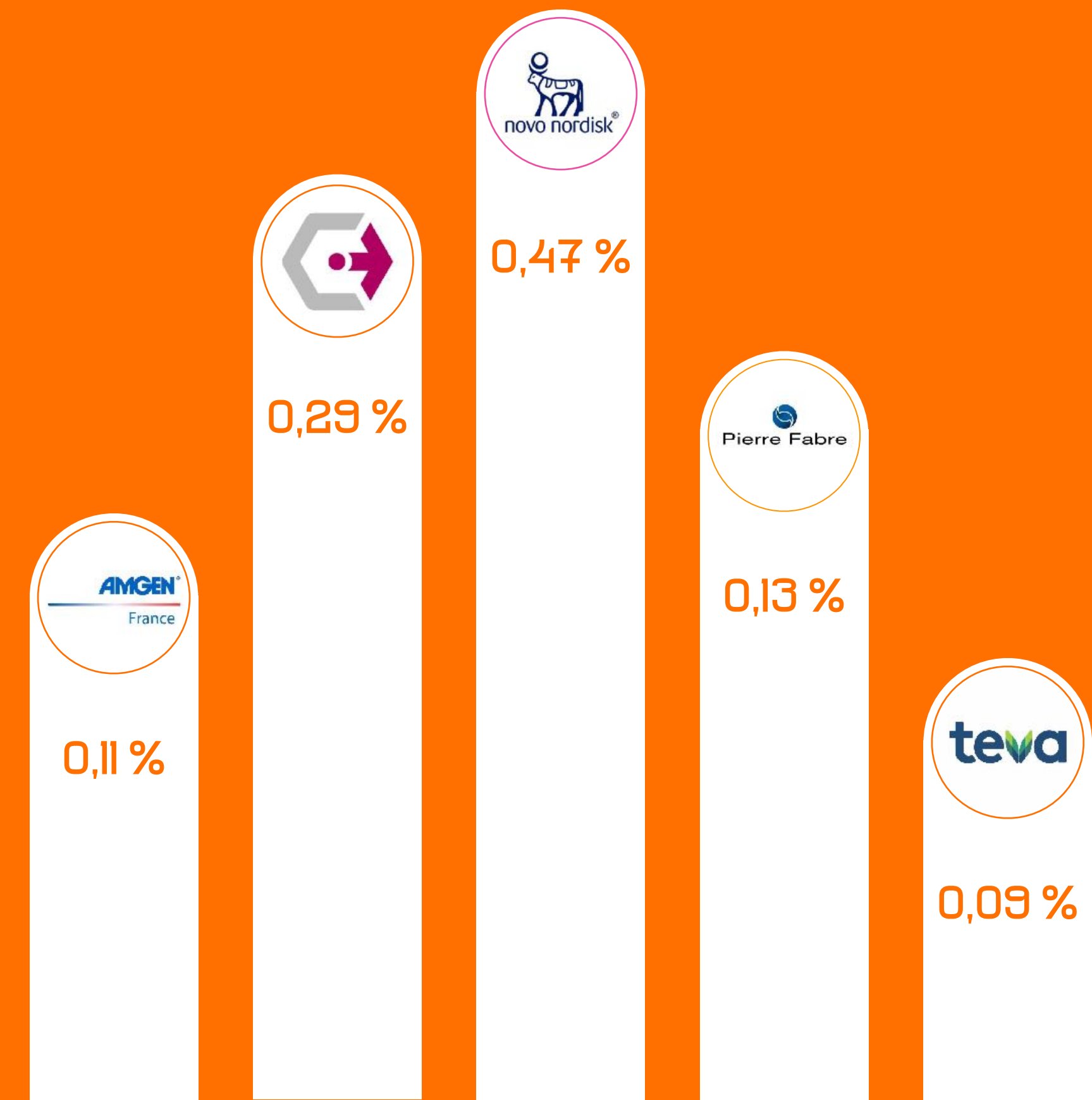
- Un **taux d'interactions moyen mensuel** **tous comptes actifs ce trimestre est de 0,06 %** et la médiane se situe à 0,02 %.

*Nombre moyen de réponses par tweet aux tweets d'un jour par rapport au nombre d'abonnés du même jour dans la période sélectionnée. Si un compte ayant 200 abonnés reçoit un total de 30 réactions à ses 10 tweets d'une journée, l'interaction est de 1,5 % ($30/10/200 = 0,015 = 1,5 \%$).

Top 5 T1 2023

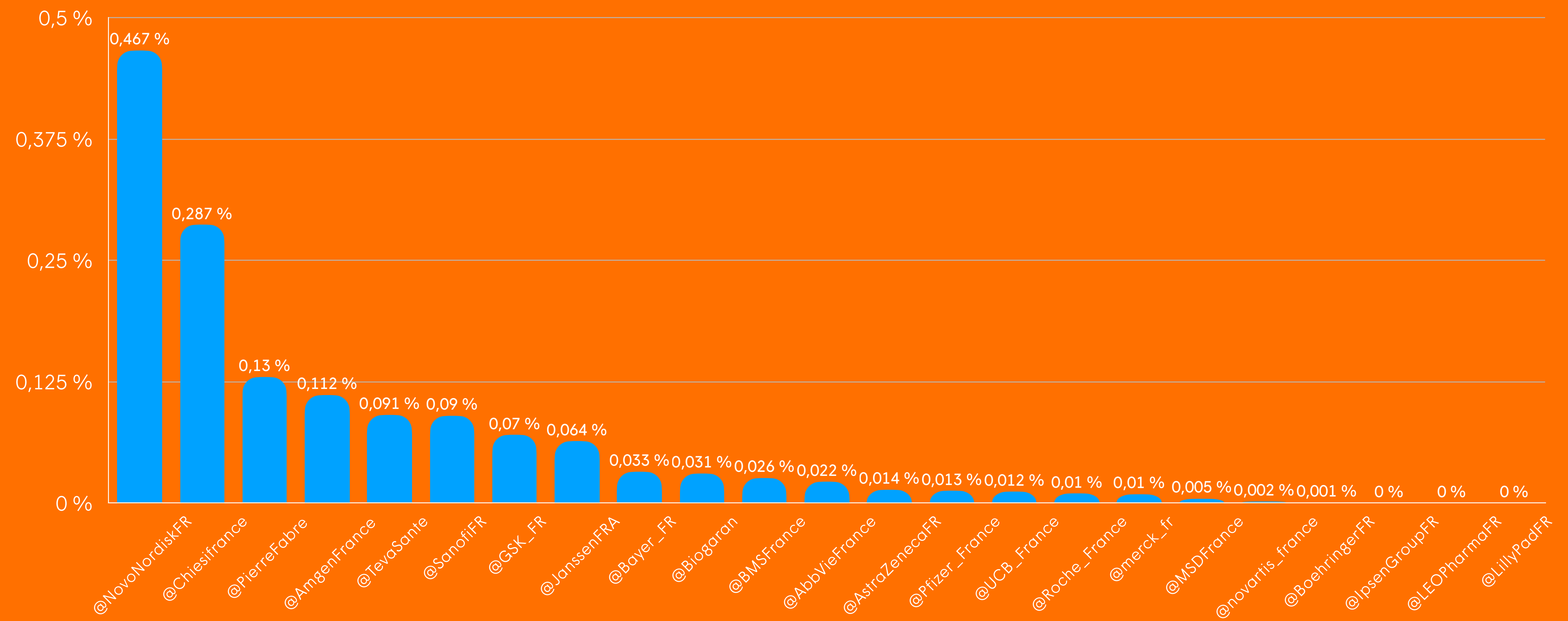


Top 5 taux d'interactions moyen mensuel T2 2023



Classement global selon le taux d'interactions moyen mensuel T1 2023

Source : Buzz Science / Lauma communication





#BeyondTheScore

Focus Instasphère pharmaceutique

Périmètre d'analyse Instagram

- Les comptes corporate des 6 entreprises pharmaceutiques présentes sur Instagram, en France



Amgen France



Bayer France



BMS France



LEO Pharma France



Lilly France



Sanofi France



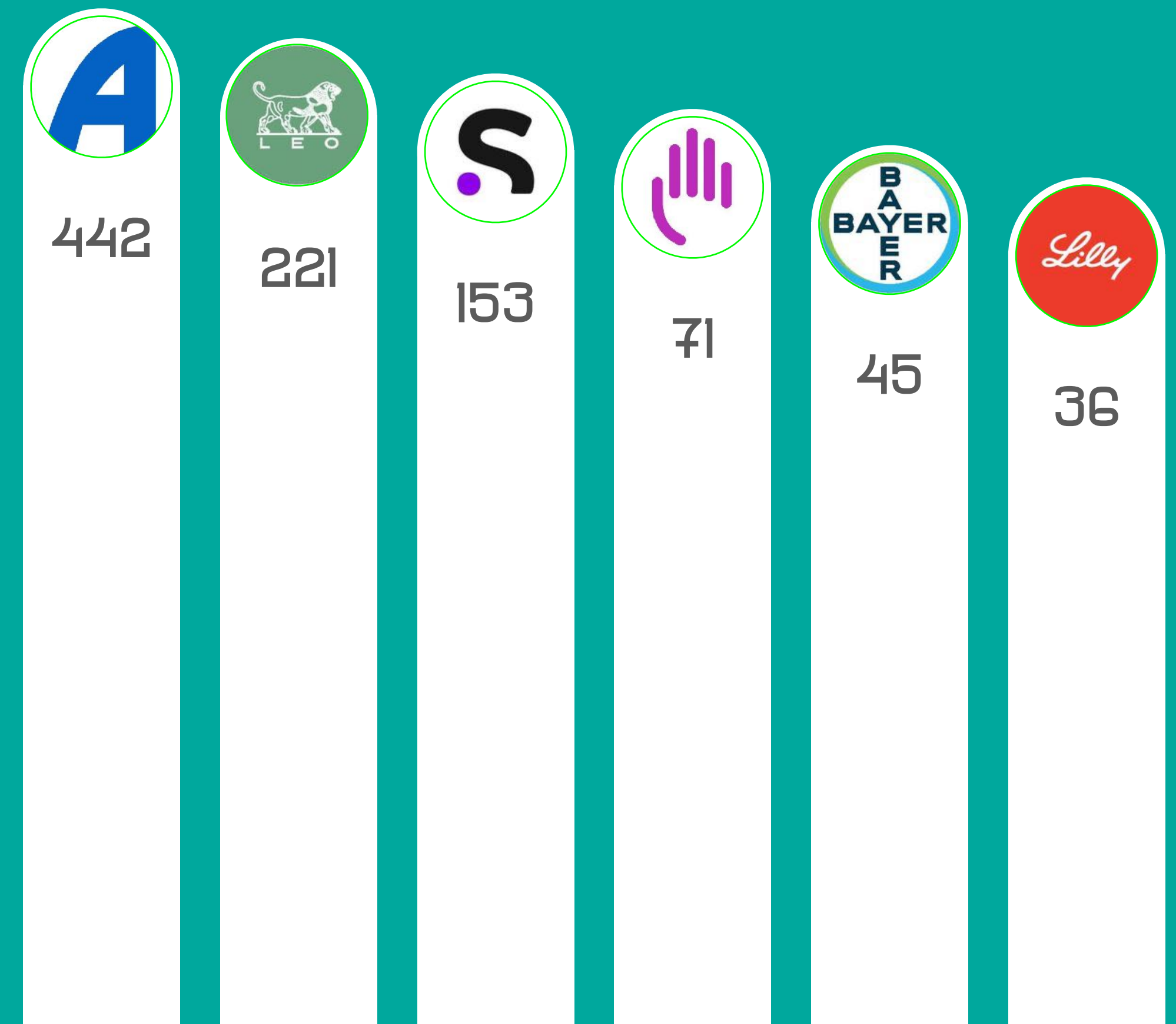
Abonnements

- Un nombre d'abonnements moyen par compte très stable d'un trimestre à l'autre. Seul **Amgen France** continue de suivre de nouveaux comptes (+84 lors du T2 2023)

Classement selon le nombre d'abonnements à fin T1 2023



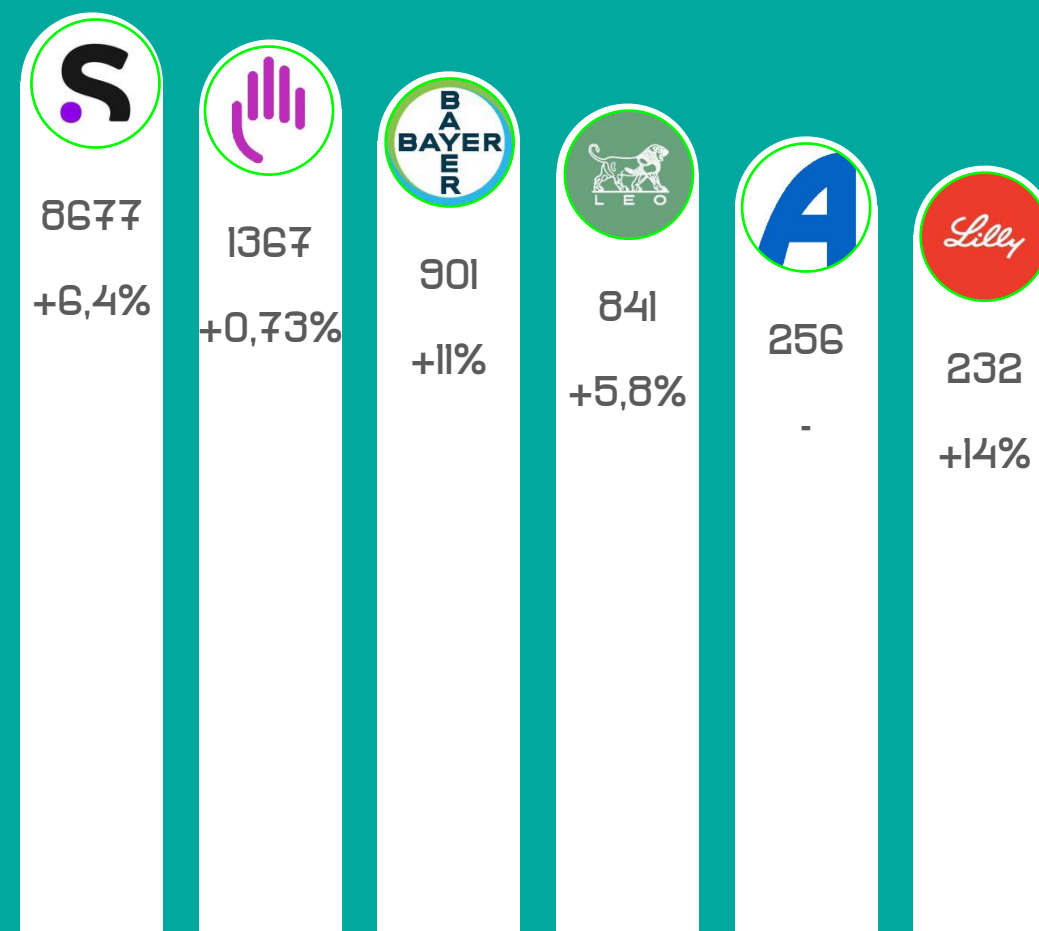
Classement selon le nombre d'abonnements à fin T2 2023



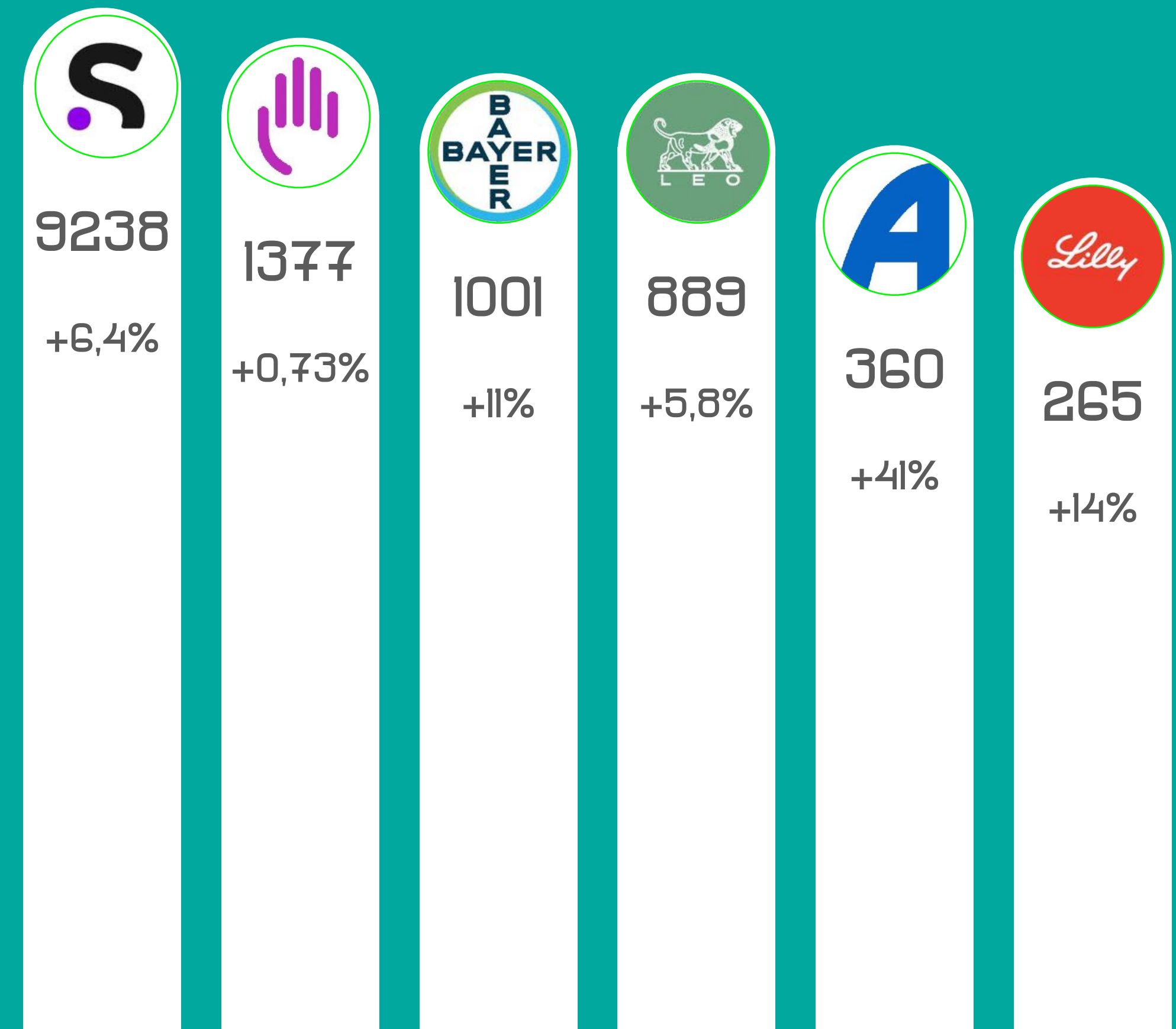
Abonnés

- Un classement inchangé d'un trimestre sur l'autre.

Classement selon le nombre d'abonnés à fin T1 2023



Classement selon le nombre d'abonnés à fin T2 2023



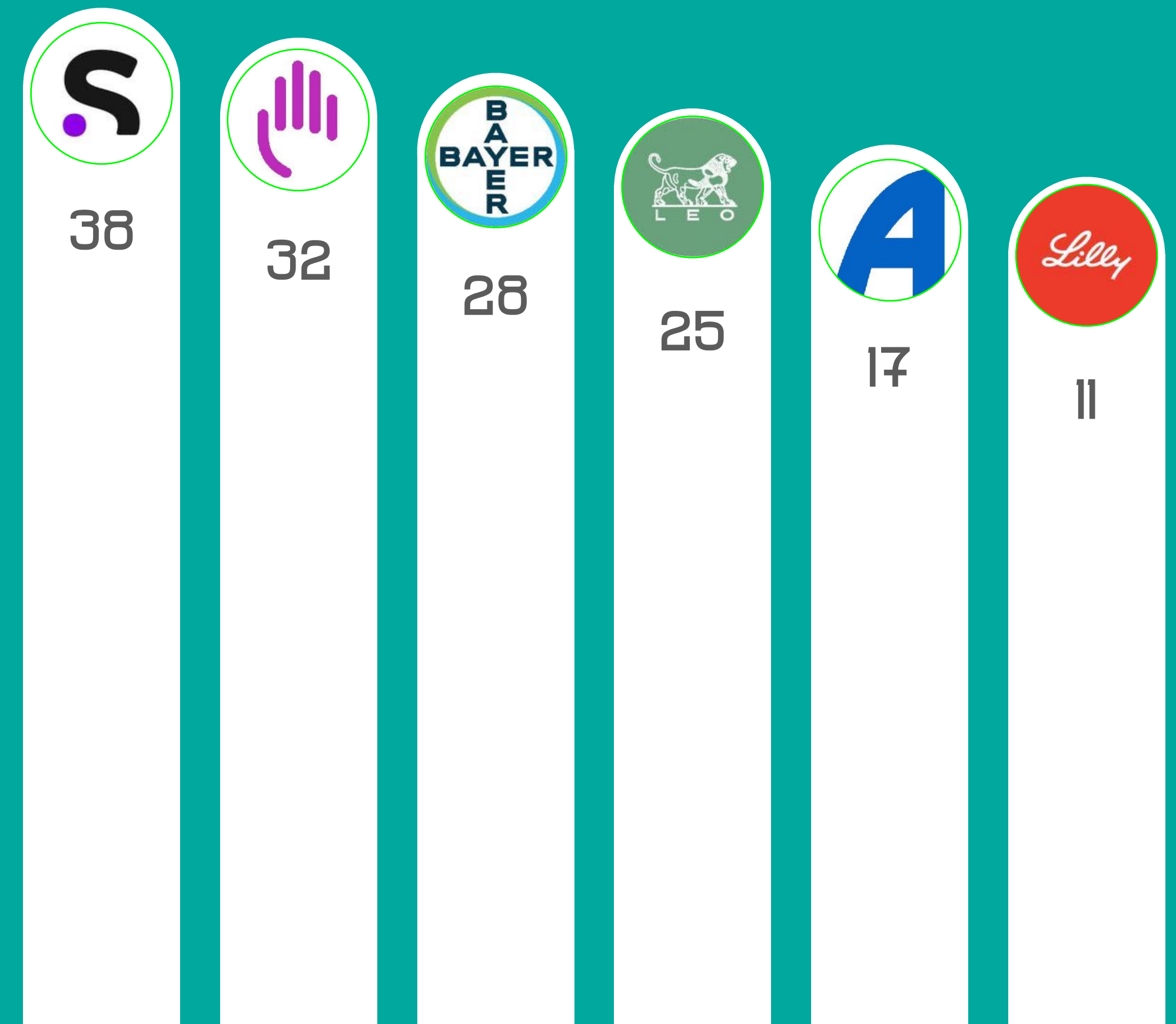
Une Instasphère peu active...

- Avec une moyenne quotidienne de 0,3 contenus publiés lors du T2 2023 (versus 0,2 pour le T1), l'Instasphère pharmaceutique est encore très peu active sur Instagram...

Classement selon le nombre de contenus publiés lors du T1 2023



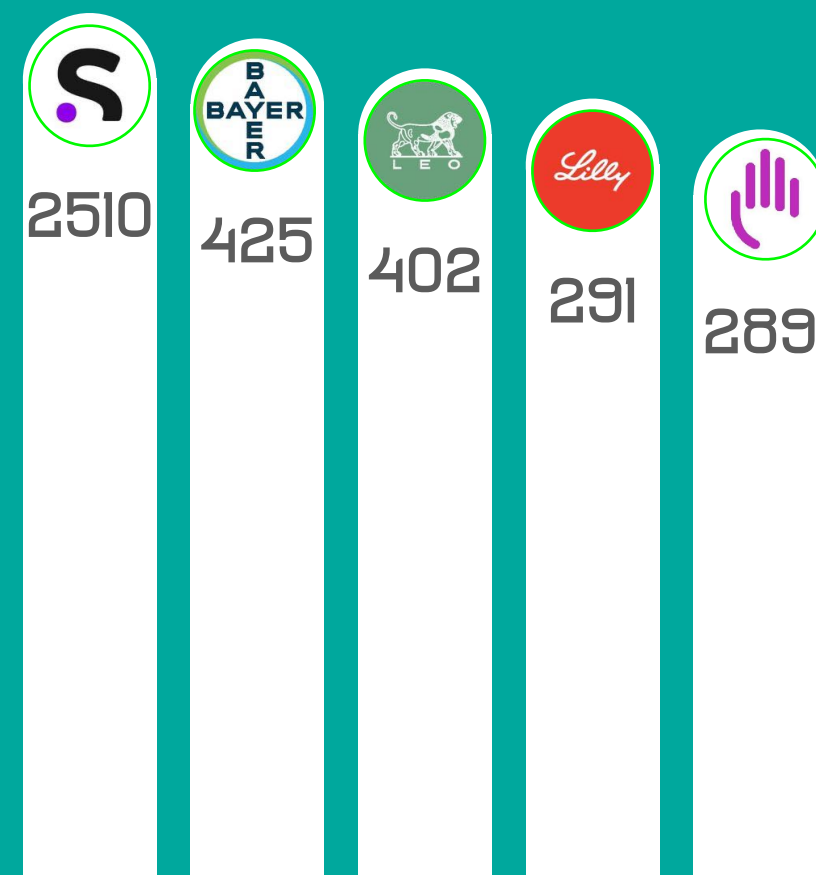
Classement selon le nombre de contenus publiés lors du T2 2023



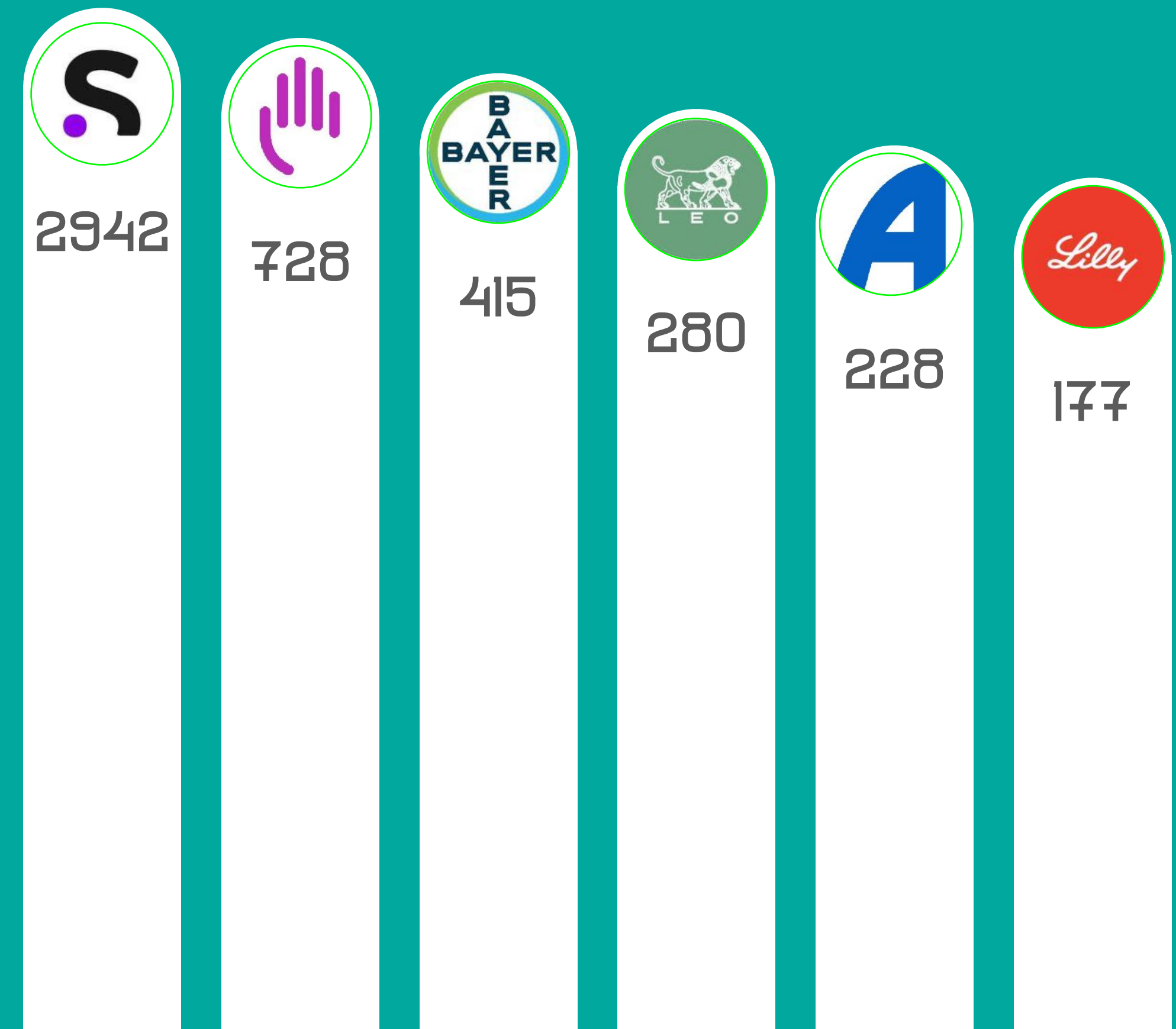
... mais qui suscite l'intérêt...

- En moyenne, lors du T2 2023, chaque contenu posté a reçu 32 réactions, un score en croissance versus le T1 (27 réactions en moyenne par post).

Classement selon le volume de réactions
lors du T1 2023



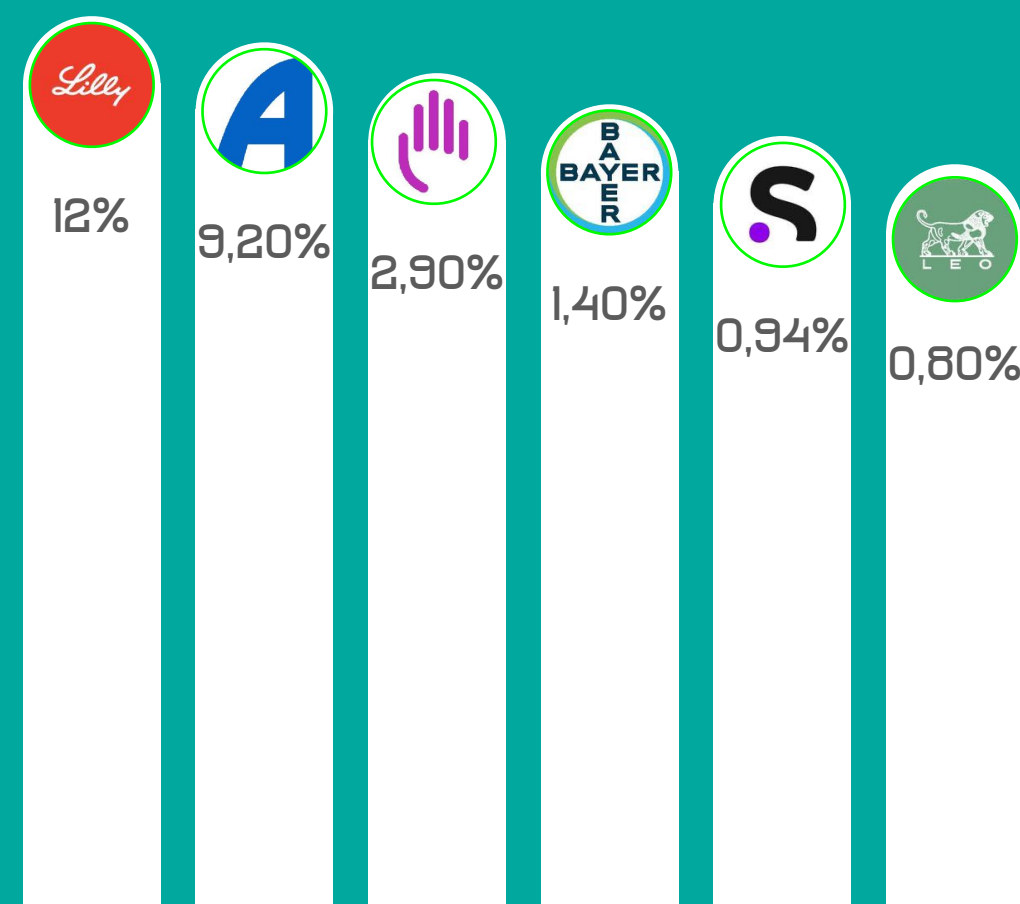
Classement selon le volume de réactions
lors du T2 2023



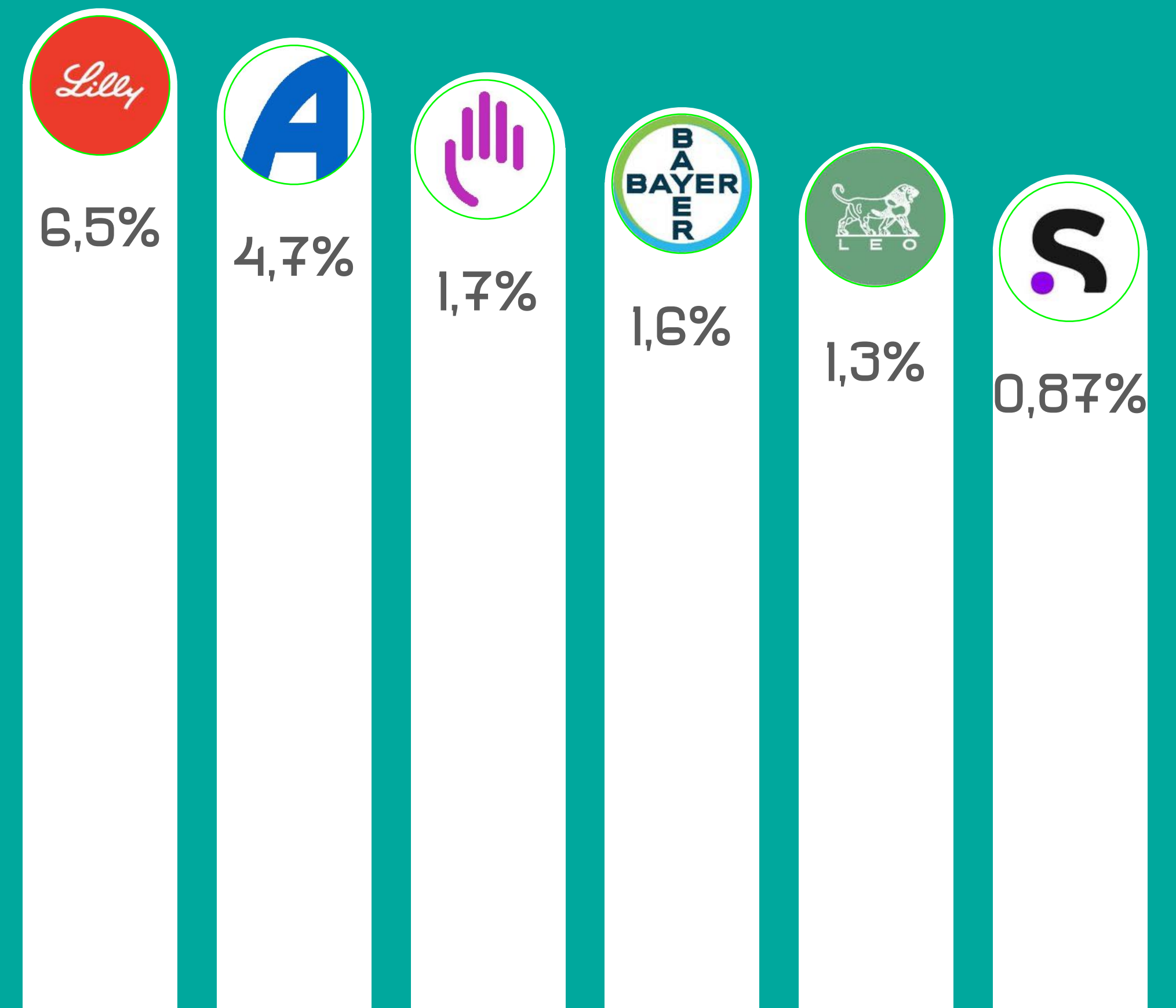
... et engage !

- Lors du T2 2023, le taux de post interaction global moyen est de 2,80 % (vs 4,48 % pour le T1 2023).

Classement selon le taux de post interaction lors du T1 2023



Classement selon le taux de post interaction lors du T2 2023



Top 3 contenus

- Classement des 3 meilleurs posts du T2 2023 en fonction du taux de post interaction... Ce n'est plus une surprise, il n'y a pas que LinkedIn pour parler recrutement et marque employeur comme le démontre Amgen France ce trimestre.



18 %



11 %

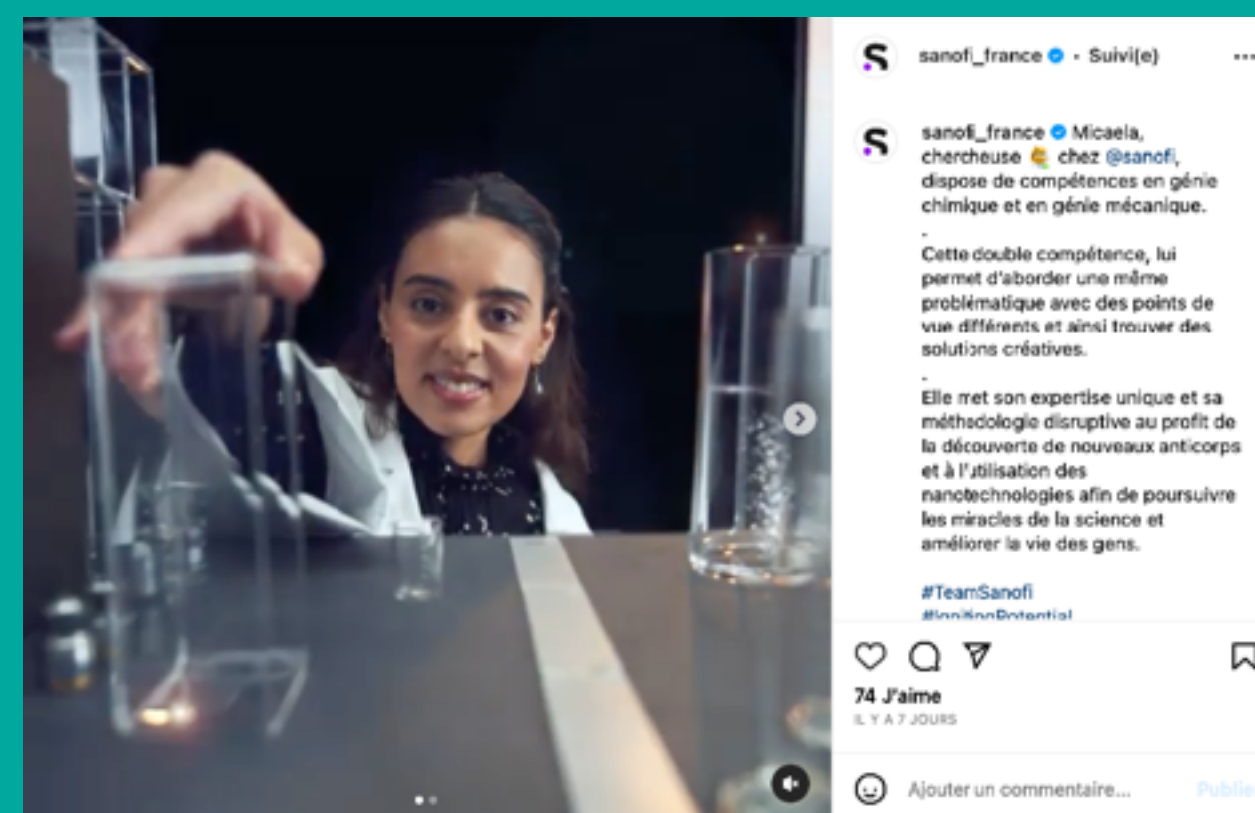


9,2 %



Tendances T1 2023

- Sur les comptes Instagram institutionnels observés, les lignes éditoriales ont peu évolué par rapport au trimestre précédent avec des contenus autour de campagne de prévention et sensibilisation, de témoignages de patients et soignants, des engagements RSE ou la marque employeur.



#BeyondTheScore

Le baromètre qui décortique la Twittosphère
et l'Instasphère pharmaceutiques !

Bilan T2 2023

