

#BeyondTheScore

Le baromètre qui décortique la socialmediasphère pharmaceutique

Back to... smartphone

Bilan T3 2025



Après la pause estivale...

- Si le mois d'**août** a été marqué par une période de **déconnexion des CEO et GM** des principaux laboratoires pharmaceutiques en France (8 se sont exprimés sur LinkedIn, pour 6 d'entre eux une seule fois), dès **septembre, une large majorité** d'entre eux (24 sur 40) **a repris la route du porte-parolat sur LinkedIn**.
- Cette rentrée est également marquée par le volume moyen de posts publiés, permettant au mois de **septembre** de s'affirmer comme **le mois le plus productif de l'année 2025**.
- Autre élément marquant de cette rentrée, l'**ouverture du compte Instagram corporate de Teva Santé**, qui rejoint ainsi le club des 11 laboratoires pharmaceutiques disposant d'un compte Instagram corporate.



De porte-parole à... créateurs de contenu

Focus sur la présence des Présidents et Directeurs généraux
des principaux laboratoires pharmaceutiques présents
en France sur LinkedIn

Périmètre d'analyse LinkedIn

Un périmètre en pleine mutation avec l'arrivée de Pedro Fogolin chez Boehringer Ingelheim France, celle de Pascal Houdayer à la tête de Boiron, le "transfert" de Mireille Saliba de Sandoz à BMS et son remplacement par Eric Novak soit 10 % de changement en quelques mois.



Philippe Emery
Abbot



Stéphane Lassignardie
AbbVie France



Corinne Blachier-Poisson
Amgen France



Vincent Pont
Arrow Generiques



Ghislaine Leleu
Astellas Pharma



Anne-Laure Dreno
AstraZeneca France



Yves Picquet
Bayer France



Guillaume Recorbet
Biogaran



Pedro Fogolin
Boehringer Ingelheim



Pascal Houdayer
Boiron



Mireille Saliba
BMS France



Patrice Carayon
Chiesi France



Sébastien Lucot
Cooper



Tiago Bartolomeu
EG Labo



Véronique Walsh
Gilead Sciences France



Thibault Desmarest
GSK France



Dominique Bery
Ipsen France



Delphine Aguilera Caron
J&J Innovative Medicine
France



Karine Duquesne
Leo Pharma France



Marcel Lechanteur
Lilly France



Jean-Michel Roseau
Lundbeck France



Thierry Hulot
Merck France



Clarisse Lhoste
MSD France



Thibaut
Victor-Michel
Novartis France



Etienne Tichit
Novo Nordisk France



Ségolène de Marsac
Oppella Healthcare



Reda Guiha
Pfizer France



Vincent Guiraud-Chaumeil
Pierre Fabre France



Jean François Brochard
Roche France



Johan Joguet
Sandoz France



Charles Wolf
Sanofi France



Pierre Boyer
Servier France



Nienke Feenstra
Takeda France



Jean-Louis Anspach
Teva Santé



Slimane Bouyakoub
UCB France



Adrien Chabrier
UPSA



Emmanuel Cornilleau
Urgo Healthcare



Martin Weiss
Vertex France



Vincent Verschraegen
Viatris Santé

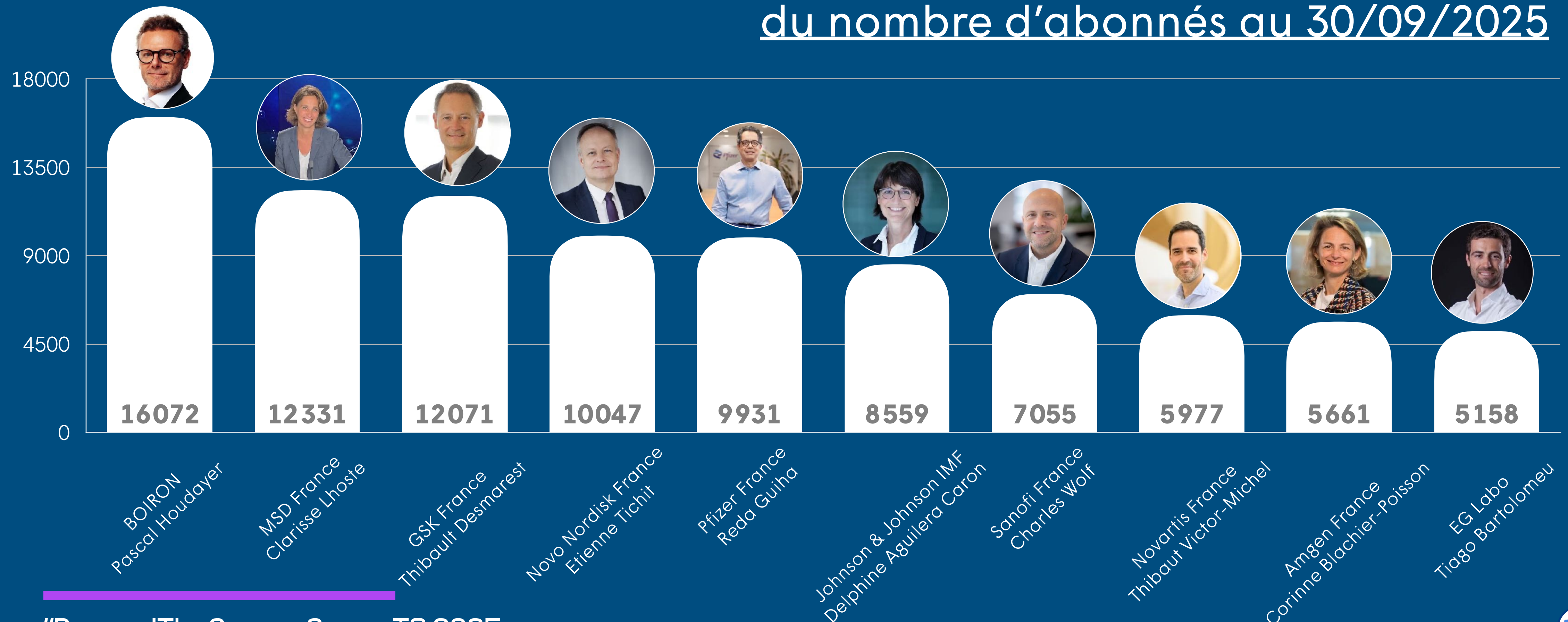


Eric Novak
Zentiva France

Des CEO et GM suivis

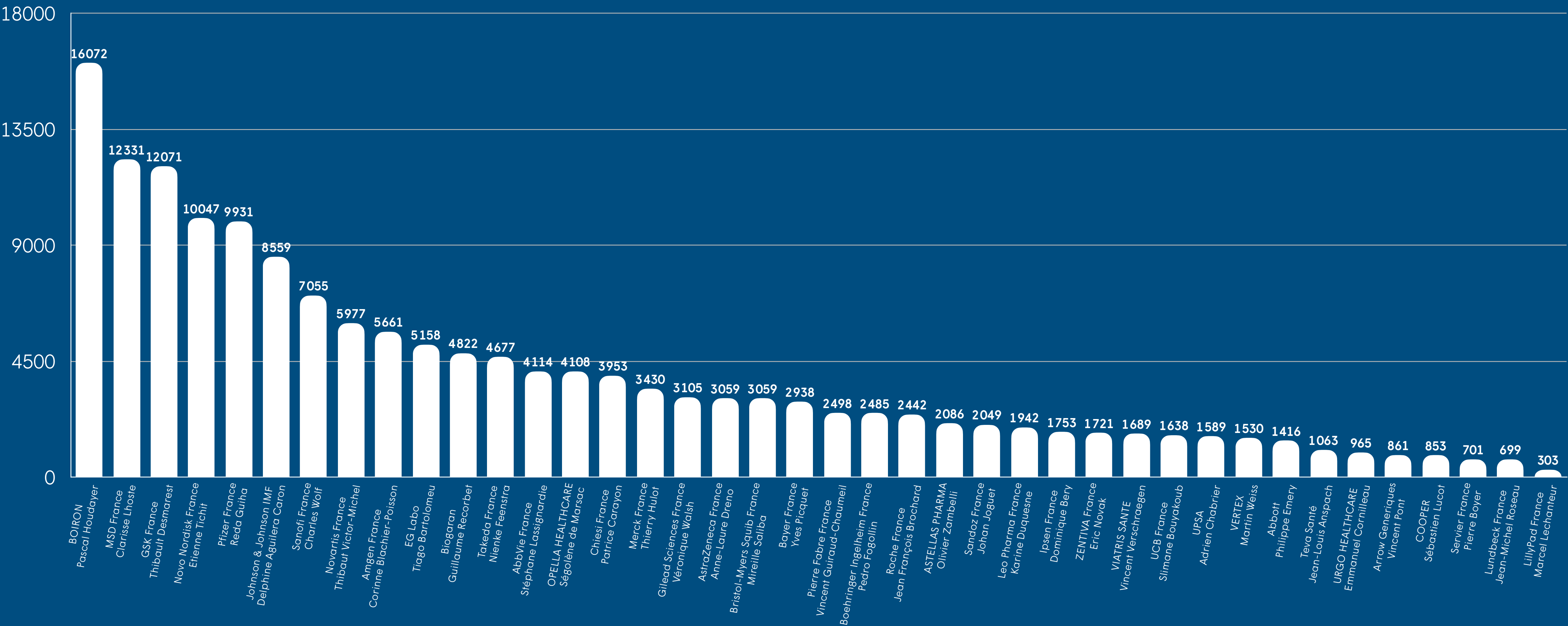
- Avec plus de **188 nouveaux abonnés en moyenne entre le 2e et le 3e trimestre 2025**, les **CEO & GM poursuivent leur progression sur LinkedIn**. À noter, 7 d'entre eux ont gagné plus de 400 abonnés en 3 mois.

Top 10 en fonction du nombre d'abonnés au 30/09/2025



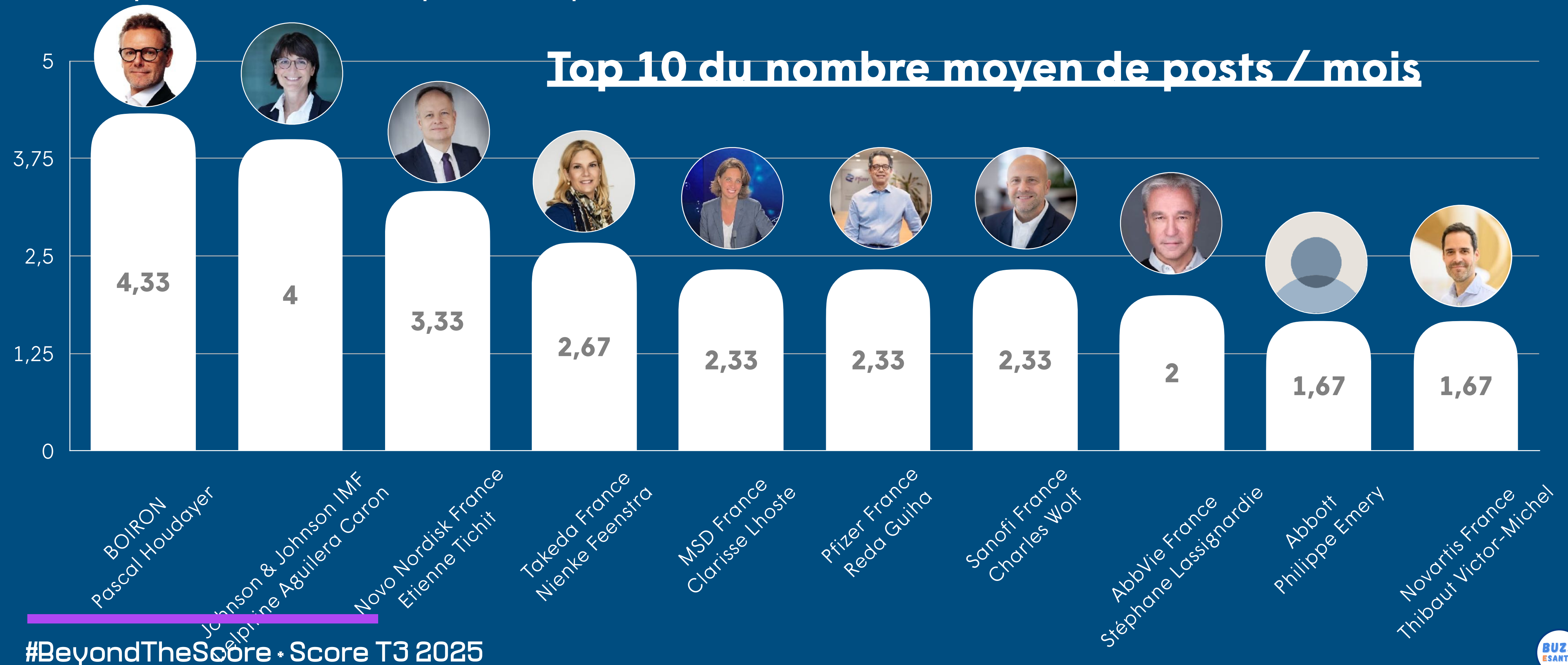
Des CEO et GM suivis

Classement des 40 CEO / GM suivis selon leur nombre d'abonnés



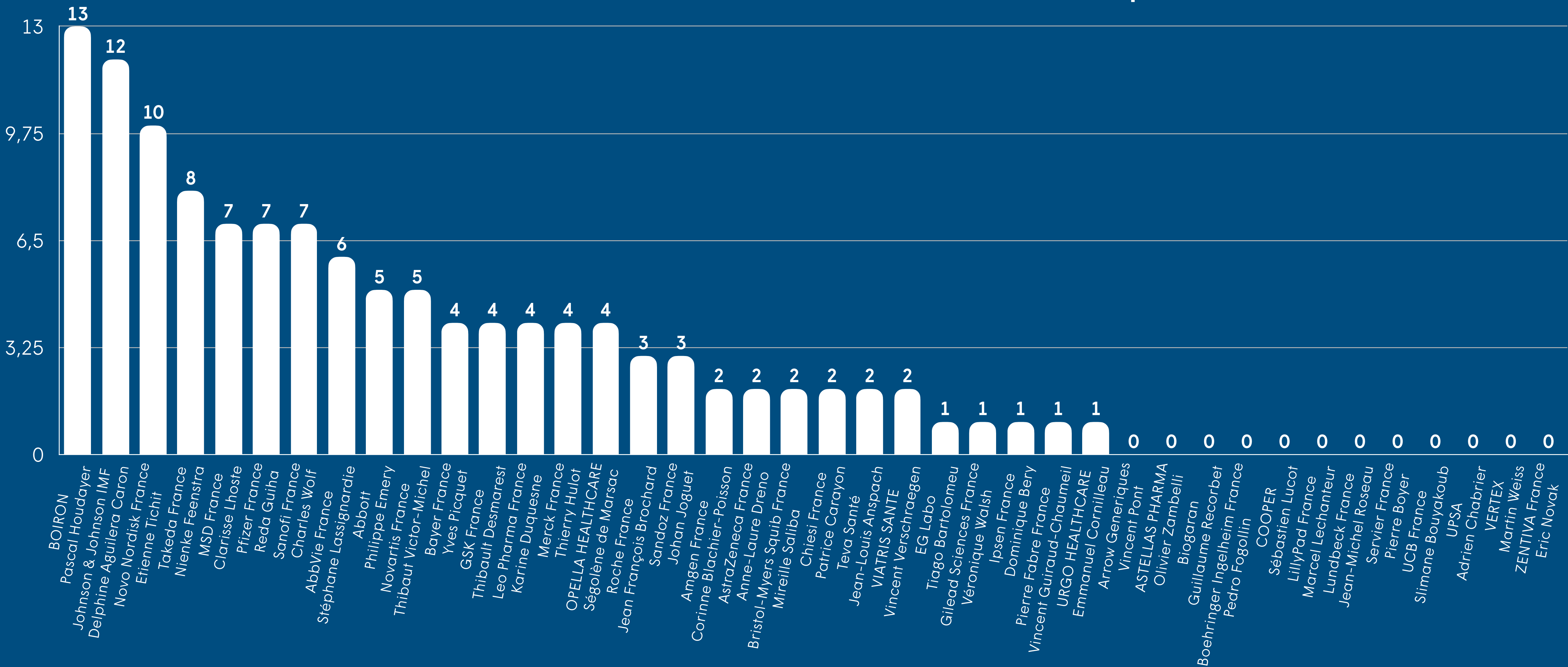
CEO et GM, des porte-paroles actifs

- À périmètre identique, en tenant compte des changements de dirigeants, CEO et GM ont publié **en moyenne 1,03 post par mois lors du T3 2025** vs 1,32 lors du T2. Cette moyenne relativement faible est liée à leur déconnexion courant août (0,28 post en moyenne sur ce mois). Seuls 5 GM ont publié au moins 1 post chaque mois de ce trimestre.



CEO et GM, 28 porte-paroles actifs

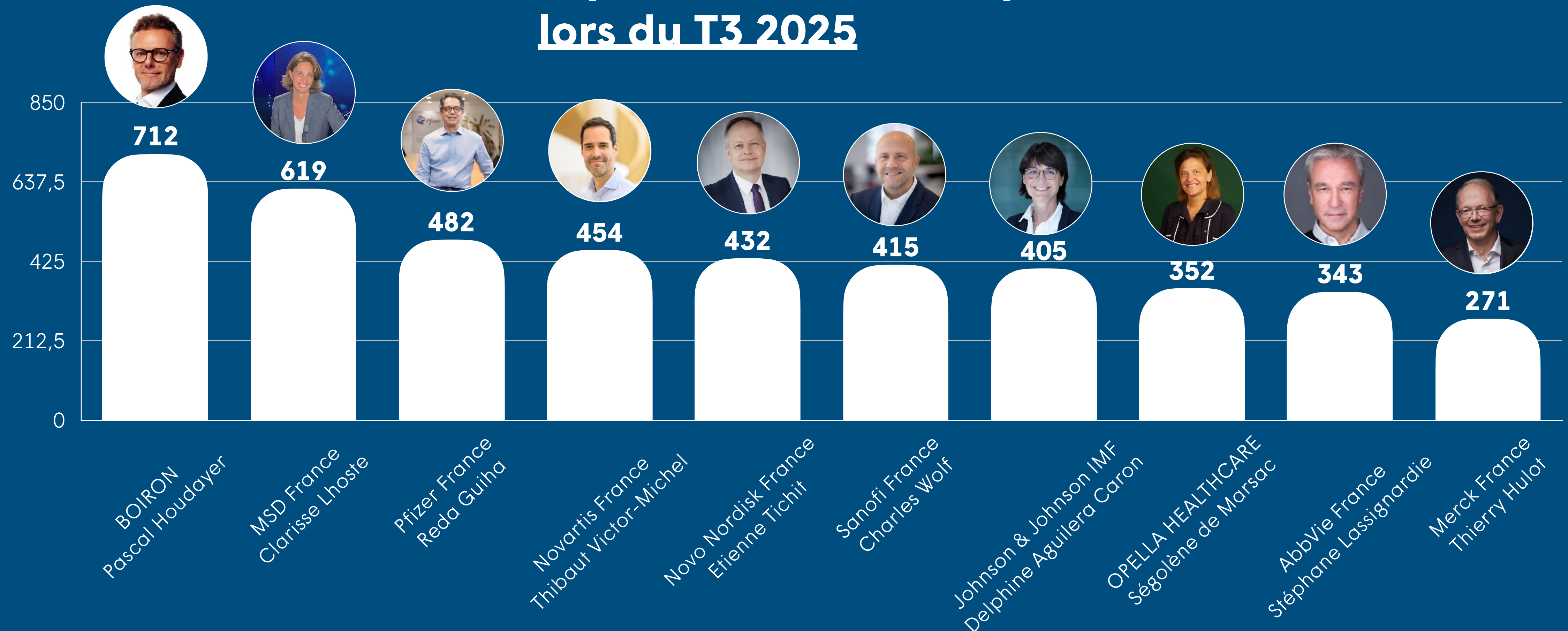
Classement des 40 CEO / GM suivis selon leur nombre de posts lors du T3 2025



CEO et GM, qui suscitent des réactions

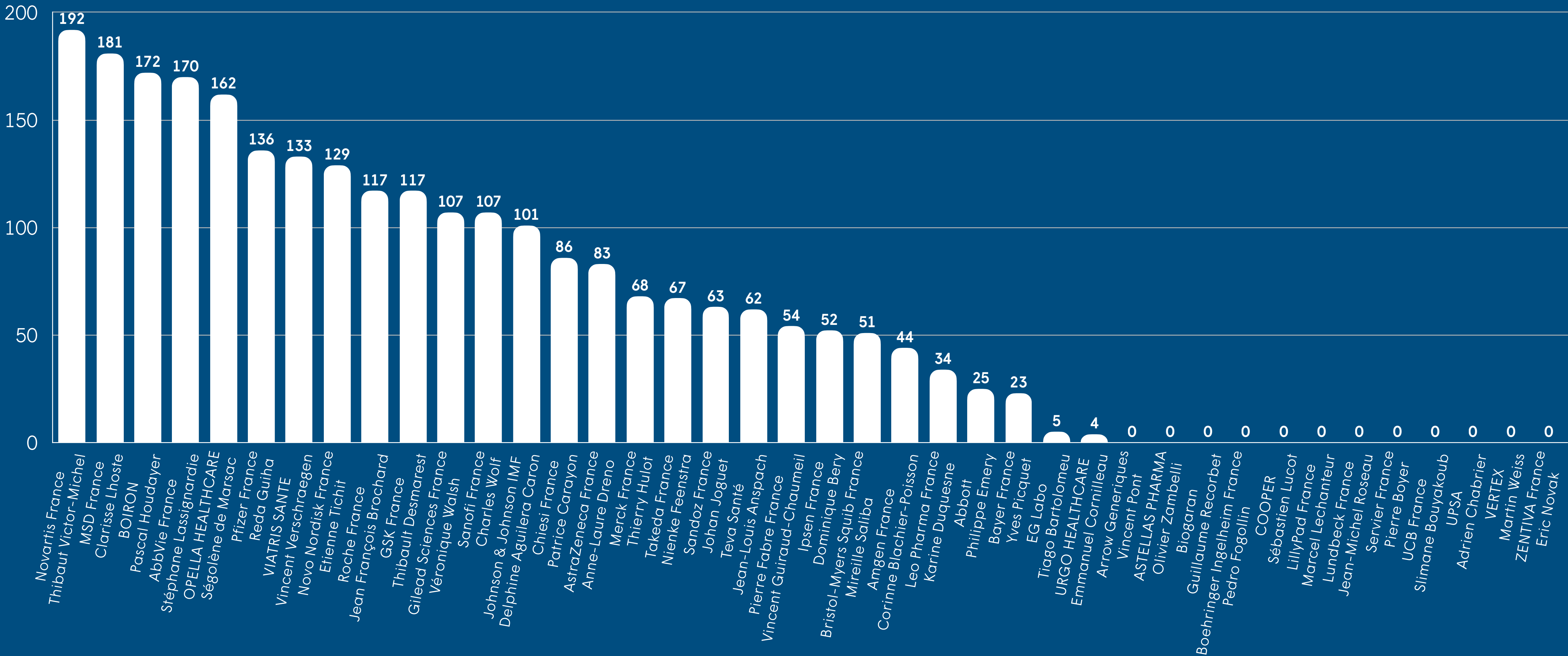
- Pour les 28 CEO et GM ayant publié au moins un post lors du T3 2025 (ils étaient 30 lors du T2 2025), **chacun de leur post a suscité en moyenne 91 réactions** (Likes, commentaires et republications).

Top 10 du nombre moyen de réactions / mois lors du T3 2025



CEO et GM qui suscitent des réactions

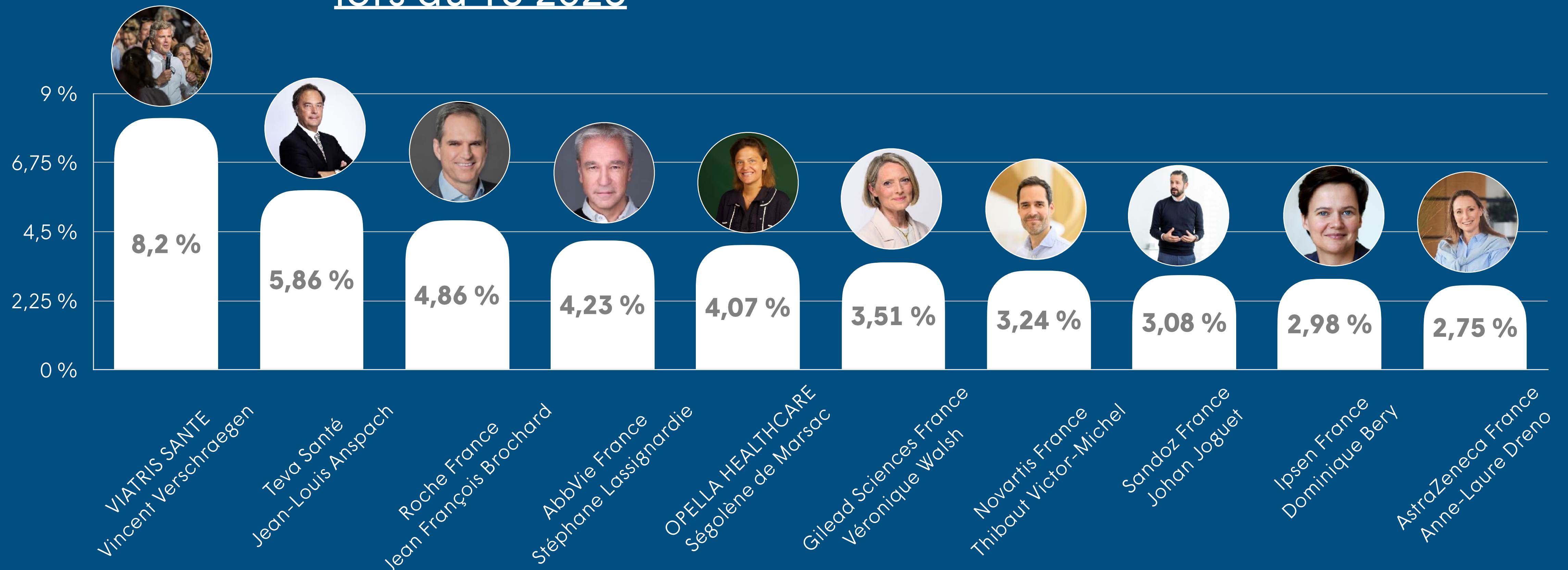
Classement des 40 CEO / GM suivis selon leur nombre moyen de réactions par post lors du T3 2025



Des réactions qui se traduisent en taux

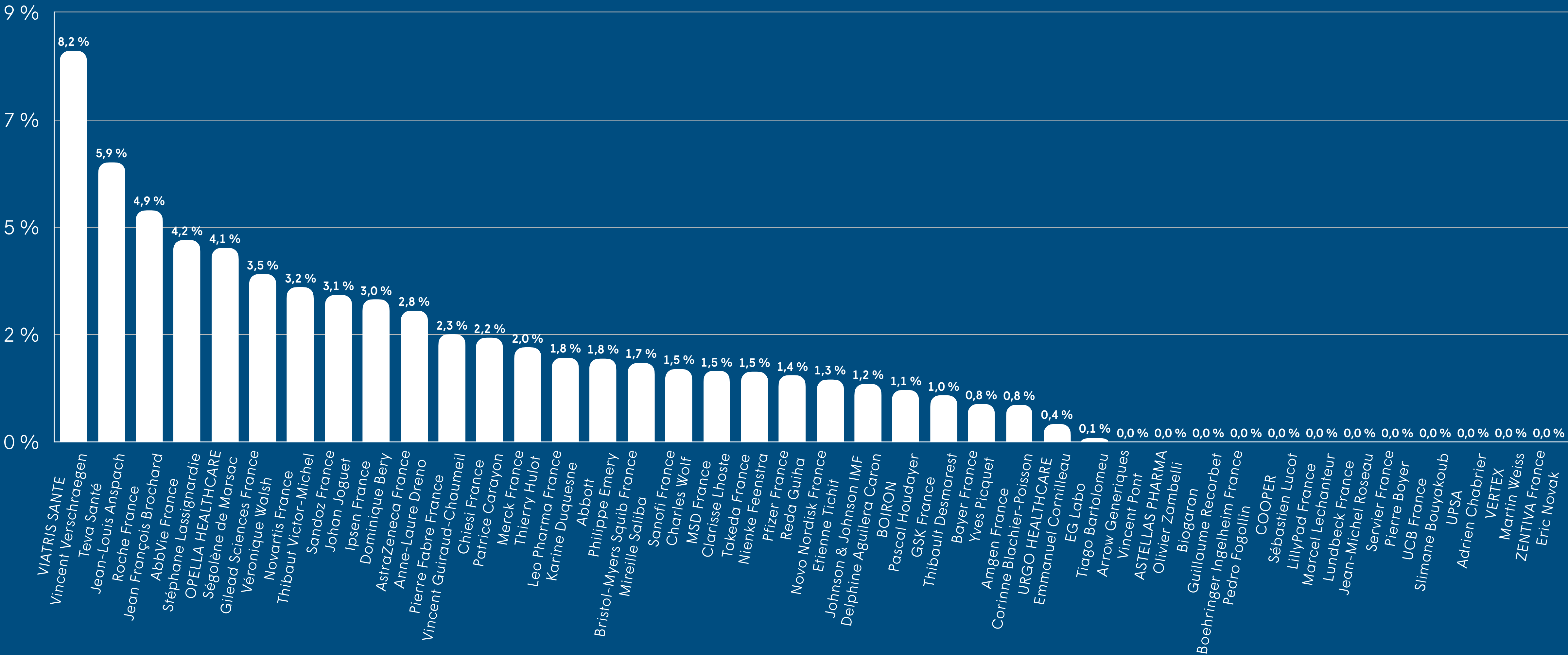
- Sur l'ensemble du T3 2025, le **taux d'interactions moyen mensuel par post** des 28 CEO et GM ayant publié au moins un post est de **2,39 %**, le taux médian se situant à 1,76 %.

Top 10 en fonction du taux mensuel d'interactions moyen / post lors du T3 2025



Des réactions qui se traduisent en taux

Classement des 40 CEO / GM suivis selon le taux moyen mensuel d'interactions par post lors du T3 2025



CEO et créateur de contenu

- Initiée par **Reda Guiha**, le GM de Pfizer France, la **création de contenu vidéo** tend à prendre une place de plus en plus importante au sein des registres d'expression des CEO et GM des Laboratoires pharmaceutiques.
- Après les « **QuickFire** » de Reda Guiha, voici donc « **Ça tourne !** », un podcast vidéo animé par Thibault Desmarest de GSK France.

#BeyondTheScore * Score T3 2025

**Reda Guiha**  • 2e
Country President Pfizer France, Member of the Bo...
2 mois • 

+ Suivre ...

Comment doper l'innovation sur le Vieux Continent ?
Cette question était au cœur de mon échange avec **Philippe Tibi**, l'invité du nouvel épisode des **#QuickFireQuestions**.

Lancée en France en 2019 par **Emmanuel Macron**, l'initiative Tibi, qui porte le nom de son architecte, fait office de modèle à suivre. C'est donc tout naturellement que j'ai demandé à Philippe de nous éclairer sur ce défi qui révèle un paradoxe européen : nous excellons dans la formation de nos chercheurs, la recherche académique et le développement de technologies prometteuses, mais nous peinons à les transformer en réussites économiques à l'échelle internationale.

C'est en boostant les financements vers les startups françaises et européennes de la DeepTech, notamment les capitaux privés, et en changeant notre approche envers la science et la prise de risque, que nous pourrions voir émerger des champions mondiaux capables de transformer la recherche fondamentale en traitements qui sauvent durablement des vies. Visionnez notre échange ci-dessous 



**Thibault Desmarest**  • 2e
Président GSK France
1 sem. • 

+ Suivre ...

Ça tourne !

Je lance aujourd'hui une série de conversations avec celles et ceux qui transforment notre écosystème de santé. Des échanges pour prendre de la hauteur, questionner nos pratiques et imaginer ensemble la santé de demain.

À l'occasion de la Journée mondiale des pharmaciens, j'ai eu le plaisir de recevoir comme premier invité **Mehdi DJILANI, Pharmacien Engagé** et membre du comité de direction de **Totum Pharmaciens**.

« Aujourd'hui, un pharmacien doit être un polyglotte de la santé »

Il y a 15 ans, qui aurait imaginé qu'un pharmacien puisse prescrire et administrer un vaccin ? C'est aujourd'hui une réalité intégrée dans les pratiques des officines, et une habitude que les Français commencent à adopter.

Face à une telle évolution, à quoi ressemblera le métier de pharmacien demain ? L'IA pourra-t-elle remplacer notre pharmacien ?

Pharmacien est un métier passionnant, en pleine transformation, et suivre ces évolutions nous dit beaucoup sur la manière dont nous nous soignons et dont nous soignerons demain.

 Découvrez ce premier épisode et partagez vos réflexions : selon vous, quelles « langues » un pharmacien doit-il parler aujourd'hui ? Et demain ?

#WorldPharmacistsDay #santé #pharmacie #innovation





Toujours plus haut !

Focus LinkedIn sphère corporate pharmaceutique

Périmètre d'analyse LinkedIn

- Parmi les principaux laboratoires pharmaceutiques présents en France (Classement du magazine Pharmaceutiques selon le CA), avec l'arrivée de Zentiva France courant mars, 21 disposent désormais d'une page LinkedIn. À noter, les autres entreprises pharmaceutiques s'expriment également sur LinkedIn mais principalement via la page du global, en géolocalisant leurs publications.



Amgen
France



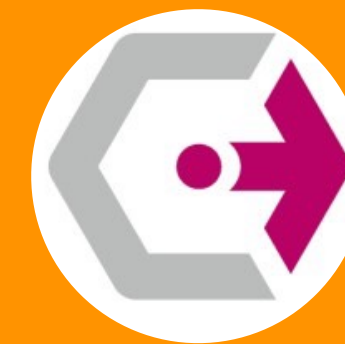
Arrow
Génériques



Biogaran



Boiron



Chiesi
France



Cooper



Gilead
Sciences
France



J&J Innovative
Medicine
France



Leo
Pharma
France



Lilly
France



Lundbeck
France



MSD
France



Novartis
France



Roche
France



Sandoz
France



Servier
France



Teva Santé



UCB
France



UPSA



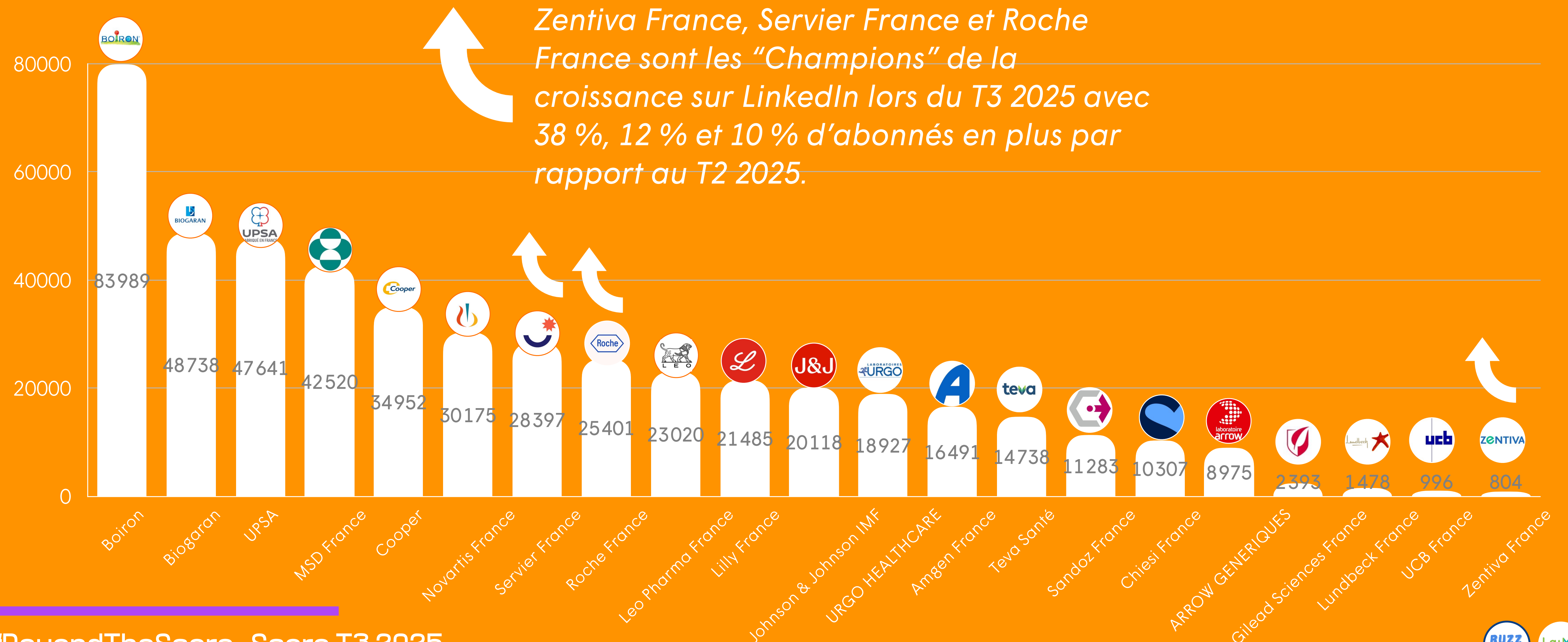
URGO
HEALTHCARE



Zentiva
France

Des pages suivies

- Avec **23 468 abonnés en moyenne au 30/09/2025** (versus 22 401 au 30/06/2025), les laboratoires pharmaceutiques ont augmenté leur nombre d'abonnés de près de 5 % en moyenne lors du 3e trimestre 2025.

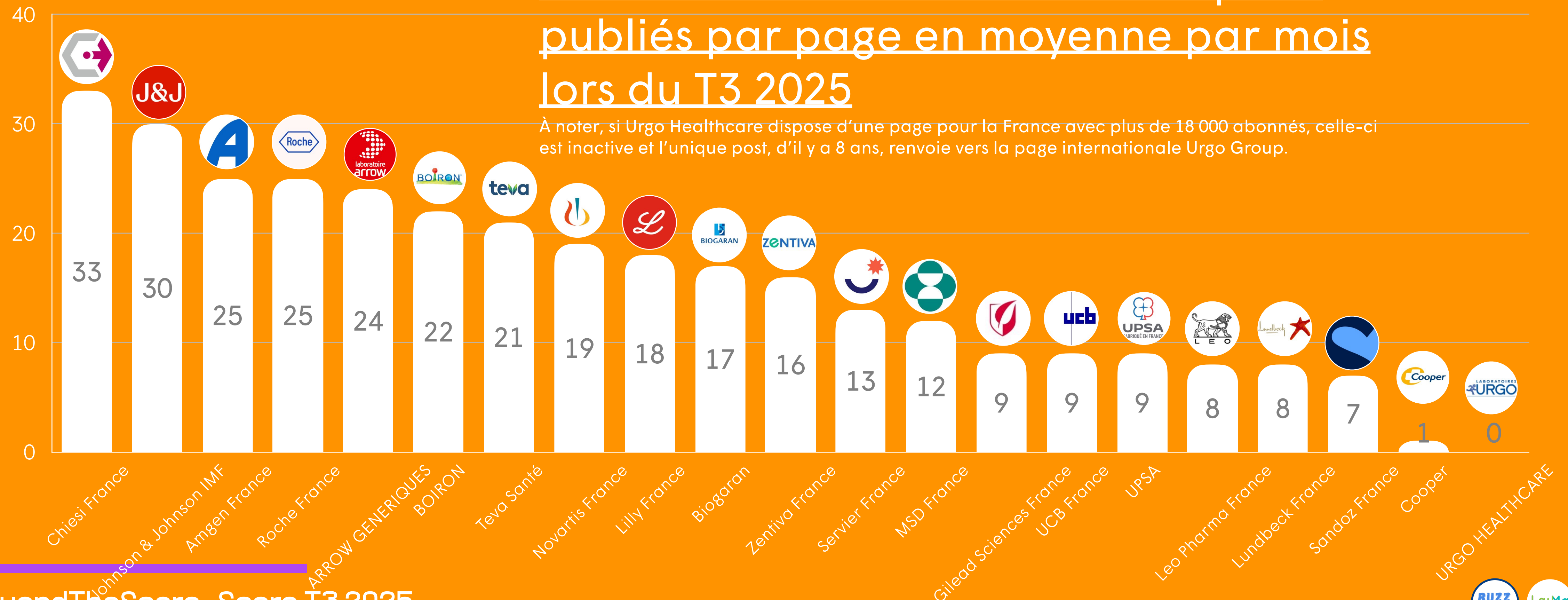


Des pages vecteurs d'expression

- Avec plus de 16 posts en moyenne par page lors du T3 2025, les laboratoires pharmaceutiques ont été moins actifs que lors du T2. À l'instar de leur CEO et GM, ce recul est lié à une très faible productivité en août (seulement 3 posts en moyenne par page pour ce mois).

Classement selon le nombre de posts publiés par page en moyenne par mois lors du T3 2025

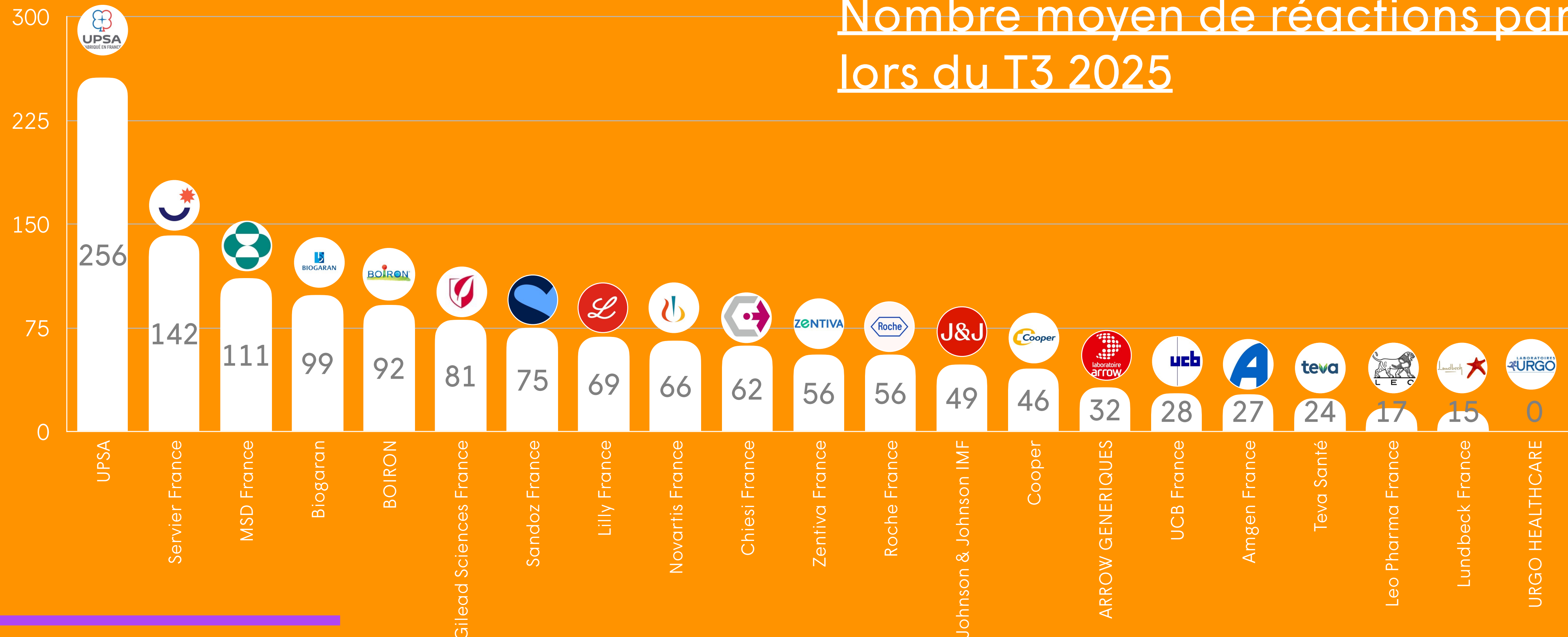
À noter, si Urgo Healthcare dispose d'une page pour la France avec plus de 18 000 abonnés, celle-ci est inactive et l'unique post, d'il y a 8 ans, renvoie vers la page internationale Urgo Group.



Des posts qui suscitent des likes, des commentaires et des republications

- Avec près de **67 réactions en moyenne par post lors du T3 2025**, les pages des entreprises pharmaceutiques sont en recul par rapport au T2 (86 réactions en moyenne). En septembre, elles ont retrouvé leur niveau du T2 voir au-delà (près de 88 réactions en moyenne par post pour ce mois), preuve que l'effet "déconnexion au mois d'août" é également joué sur les pages.

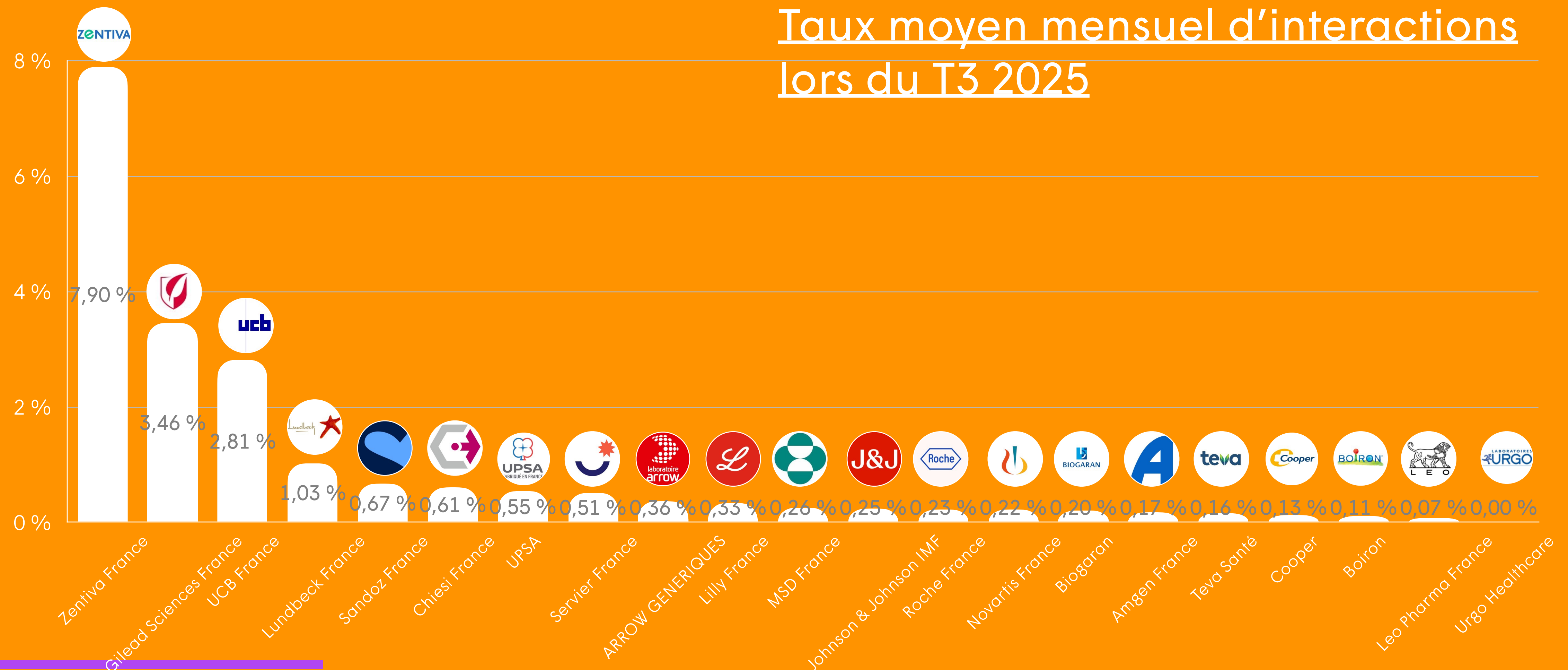
Nombre moyen de réactions par post lors du T3 2025



Un volume de réactions qui se traduit en terme de taux d'interactions

- Bien que soutenu par l'arrivée récente de Zentiva France sur LinkedIn, le taux moyen d'interactions par page est en baisse. Il est 0,95 % lors du T3 2025, versus 1,34 % lors du T2 et 1,32 % pour le T1.

Taux moyen mensuel d'interactions lors du T3 2025



Tendances T3 2025

Sur LinkedIn, les lignes éditoriales des laboratoires évoluent progressivement. La **marque employeur** (QVT, engagement RSE...) et la **communication RH** (recrutement, valorisation des métiers et des hommes) toujours très présentes.

On retrouve des portraits métiers, coulisses sites industriels, parité et inclusion, valorisation des jeunes talents et alternants, jobs alertes. Axes récurrents : trajectoires de décarbonation, sobriété énergétique, inclusion (handicap, égalité) ou mécénat associatif avec un ton pédagogique, des métriques simples et infographies neutres.

#BeyondTheScore * Score T3 2025

Novartis France
30 430 abonnés
1 mois · 🌐

+ Suivre ...

[Dose d'actu] Le saviez-vous ? Une notice papier a 20 fois plus d'impact sur le climat qu'une notice électronique !

Selon une étude publiée fin juillet par l'**EFPIA - European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations**, les notices électroniques des médicaments (e-notices) réduisent leur empreinte environnementale de 89 % à 98 % par rapport aux notices papier.

💡 Concrètement : moins d'effets sur la santé humaine et les écosystèmes, et une consommation nettement réduite de papier, d'énergie et d'eau.

Chez Novartis, nous participons au projet pilote lancé par l'**ANSM Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé** pour tester la dématérialisation des notices à l'hôpital.

Avec des bénéfices directs :

- Pour les patients : un accès simplifié, via QR code, à une information enrichie et pédagogique
- Pour les professionnels de santé : des données toujours actualisées en temps réel
- Pour l'environnement : une réduction massive de l'empreinte papier et des ressources consommées

📺 Un projet utile, pragmatique et responsable, auquel nous nous associons avec enthousiasme pour conjuguer innovation, sécurité et durabilité.

#RSE #Durabilité #Santé #Innovation #NovartisFrance

E-notices
une alternative durable
aux notices papier

INNOVATION
DISSÉQUÉE

FA 1183227 - Août 2025 - © Novartis Pharma SAS

BIOGARAN
48 982 abonnés
2 sem. · 🌐

+ Suivre ...

👤 Découvrez le métier de Chef de projet Assurance Qualité Fournisseur avec Marie-Colombe.

Dans cette vidéo, elle nous raconte son quotidien avec simplicité : entre échanges, suivi et collaboration, son métier est essentiel pour garantir la confiance et la satisfaction de nos clients.

👉 Son témoignage est à découvrir en vidéo.

L'INTERVIEW
by Welcome to the Jungle

MSD France
42 666 abonnés
2 sem. · 🌐

MSD France, un environnement où les femmes sont valorisées et l'égalité est au cœur de notre culture 🍷

Cette année encore, nous sommes fiers d'être reconnus parmi les Great Place to Work for Women. Cette distinction reflète notre engagement constant en faveur de l'égalité des genres, et ce, à tous les niveaux de l'entreprise.

Pourquoi **MSD** est un lieu idéal pour les femmes ?

- 👉 Chacune peut s'épanouir pleinement dans son rôle, dans un environnement de travail où la confiance, l'autonomie et la bienveillance sont essentielles
- 👉 Chacune bénéficie de l'équité professionnelle, qui favorise le développement personnel et la progression de carrière, sans freins
- 👉 Chacune peut prendre soin de sa santé grâce à des mesures concrètes de dépistage et de sensibilisation, mais aussi bénéficier d'un bel équilibre vie pro/perso

Notre objectif : continuer à faire évoluer nos pratiques pour rester un modèle, et faire que nos collaboratrices et futures collaboratrices continuent de trouver leur place et de se développer !

Merci à **Great Place To Work** pour sa reconnaissance, et à tous nos collaborateurs pour leur contribution quotidienne 🙏

95%

DES COLLABORATRICES CONSIDÈRENT
QUE TOUS LES EMPLOYÉS SONT TRAITÉS
ÉQUITABLEMENT CHEZ MSD,
QUEL QUE SOIT LEUR GENRE

Tendances T3 2025

Des **communications environnementales** sur les pathologies et la prise en charge du patient (outils et services mis à disposition) nourrissent également les lignes éditoriales avec des pics éditoriaux au cours du mois de septembre autour des journées mondiales et mois de sensibilisation (**septembre rouge, septembre jaune...**).

#BeyondTheScore * Score T3 2025

Amgen France
16 557 abonnés
2 sem. • Modifié •

⚠ En cette journée mondiale de la prostate, rappelons que le cancer de la prostate est le 1er cancer chez l'homme et la 2e cause de décès par cancer.

📊 Quelques chiffres :

- 59 885 nouveaux cas diagnostiqués en 2018 en France
- 9 228 décès en 2022
- L'âge médian au diagnostic est 69 ans
- la survie nette standardisée à 5 ans est de 93 %

🔍 Le dépistage précoce joue un rôle essentiel, car plus le cancer est découvert tôt, meilleures sont les chances de guérison. Il repose notamment sur :

- le test PSA (Prostate Specific Antigen ou antigène spécifique de la prostate),
- l'examen clinique (comme le toucher rectal),
- le suivi urologique adapté.

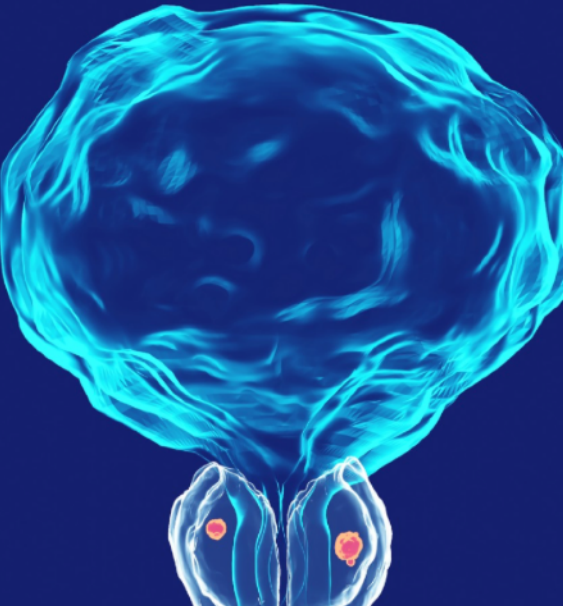
👨‍⚕️ Pensez à en discuter avec votre médecin, surtout en cas d'antécédents familiaux.

#Cancer #CancerDeLaProstate #Prévention #Dépistage

Source : Panorama des cancers en France - édition 2025, [Institut national du cancer](#)

Le cancer de la prostate • 4 pages

Cancer de la prostate : 1^{er} cancer chez l'homme



A

Teva Santé
14 781 abonnés
3 sem. •

🎵 Entre 100 et 120 battements par minute : c'est le rythme idéal pour effectuer des compressions lors d'une réanimation [#cardiaque](#).

Et devinez quoi ? En guise de moyen mémo technique, notez que ce rythme correspond aux chansons sur lesquelles nous vous avons interrogés la semaine dernière : Stayin alive des Bee Gees, Espresso de Sabrina Carpenter, Billie Jean de Michael Jackson...

Alors que samedi a eu lieu la Journée mondiale des premiers secours, il nous tenait à cœur de rappeler que lors d'un arrêt cardiaque, chaque seconde compte. 🕒 Maintenir un rythme de compression précis augmente les chances de survie. En sachant cela, nous pouvons tous être mieux préparés à réagir efficacement face à une [#urgence](#).

Pour en savoir plus sur les gestes de premiers secours, vous pouvez consulter le site de [Croix-Rouge française](#) <https://lnkd.in/ex9JJ4E3>



Journée mondiale des premiers secours

teva

Roche France
25 615 abonnés
2 sem. • Modifié •

En France, 225 000 nouveaux cas d'Alzheimer sont recensés chaque année. Et d'ici 2050, on projette un doublement du nombre de personnes touchées par cette maladie 🧠

Et pourtant, encore trop d'idées reçues subsistent autour de cette pathologie :

❌ Non, il n'est pas impossible de prévenir l'arrivée de la maladie d'Alzheimer. Près de 50% des cas tiendraient à des facteurs de risque évitables comme le tabagisme, une consommation excessive d'alcool ou encore l'inactivité physique.

❌ Non, le diagnostic précoce "ne change pas rien" à la situation. Il permet de mettre en place une prise en charge adaptée plus rapidement, ce qui peut aider à préserver l'autonomie du patient plus longtemps.

Alors que la Journée mondiale de lutte contre la maladie d'Alzheimer se tiendra dimanche, nous souhaitons rappeler l'importance des actions menées par les associations de patients justement pour informer et sensibiliser, en priorité les patients et leurs proches, aux symptômes et conséquences de la maladie. Parmi elles, l'association France Alzheimer qui fête cette année ses 40 ans 🎂

Chez Roche, nous sommes mobilisés depuis plus de 15 ans et accélérons nos efforts dans la recherche et le développement de solutions diagnostiques et thérapeutiques pour lutter contre cette maladie, améliorer la vie des patients et briser les idées reçues.

[Roche Diagnostics France](#)

Journée mondiale Alzheimer • 2 pages

Idée Reçue

Il n'est pas possible de prévenir la maladie d'**Alzheimer** ?



Tendances T3 2025

Les annonces de **présence sur les congrès** (communication environnement sans mention produit) sont également toujours présentes.

 **Zentiva France**
863 abonnés
4 mois · 🌐

[+ Suivre](#) [...](#)

 **#ZentivaCardiologie** est fier d'être partenaire des **#PrintempsdeLaCardiologie2025**, congrès organisé par la **SFC - Société Française de Cardiologie** !

 A cette occasion, nous avons l'honneur de soutenir la session « Athérome, physiopathologie du risque résiduel : mieux comprendre pour mieux agir » qui se tiendra aujourd'hui à 14h30.

 En tant qu'acteur de **#santé** engagé aux côtés des **#cardiologues** et des **#médecinsgénéralistes** pour transformer leur pratique au quotidien, nous croyons fermement qu'une prise en charge adaptée des maladies cardiovasculaires passe par une compréhension fine des mécanismes sous-jacents au risque résiduel liés à l'**#athérome** et la **#dyslipidémie**.

 Rejoignez notre équipe sur place composée de **Nathalie CHARPENTIER, Aurelie MILLET, Margaux Lavocat, gilles wiesendanger, Louis Josse et Mathieu De Frias** pour tout savoir sur **#ZentivaCardiologie**.

 Nous vous donnons rendez-vous au Palais du Grand Large de Saint-Malo jusqu'au 23 mai.



 **Roche France**
25 615 abonnés
1 sem. · 🌐

[+ Suivre](#) [...](#)

#ECTRIMS2025 | Notre équipe neurosciences était présente à Barcelone pour le Congrès de l'ECTRIMS 🇪🇸.

Cette édition 2025 est marquée par de nombreuses actualités scientifiques et avancées majeures sur lesquelles nous avons pu échanger avec les experts présents à l'occasion de :

- 👉 2 symposiums dédiés à la SEP et la NMOSD,
- 👉 des posters présentant nos dernières données,
- 👉 des tables rondes avec des neurologues et infirmier.e.s français & internationaux (🇨🇦 🇩🇪) pour approfondir les réflexions sur la prise en charge et les parcours de soins des patients.

Ces échanges illustrent notre engagement à travailler main dans la main avec les professionnels de santé et à affirmer notre ambition : développer des solutions qui simplifient la prise en charge et améliorent la vie des patients 🤝.



Tendances T3 2025

Un narratif “industrie de pointe” chez les fabricants.

Tours d’usines, qualité, souveraineté, continuité d’approvisionnement : thèmes prisés chez les acteurs OTC/génériques (UPSA, Cooper, Biogaran, Teva, Arrow, Zentiva) et chez les biosimilaires (Sandoz), avec focus sur les équipes.

Servier France
28 828 abonnés
6 mois •

🌟 Nous sommes heureux d'annoncer l'inauguration de la nouvelle unité de production GF3 sur notre site de production à Baclair, Normandie. Cette nouvelle unité vise à transformer et à moderniser le processus de fabrication pour produire le principe actif de l'un de nos médicaments.

GF3 permettra de :

- 🍷 Sécuriser nos capacités de production pour répondre à un besoin croissant des patients.
- 🇫🇷 Renforcer la souveraineté française en matière de fabrication.
- 🌱 Réduire notre empreinte carbone grâce à un cercle vertueux et autonome

Composé de 2 sites industriels, Bolbec et Baclair, ORIL Industrie emploie plus de 900 collaborateurs, il produit 97% des principes actifs des médicaments du Groupe.

👉 En savoir plus sur cette inauguration 🔗 <https://lnkd.in/ejJzF4n8>

#LifeSciences #WeAreServier #MovedByYou



UPSA
47 850 abonnés
2 mois •

🌱 Depuis 90 ans, UPSA fait le choix du 100% fabriqué en France, contribuant ainsi à la souveraineté sanitaire et industrielle tout en rayonnant à l'international.

Merci à [Marc Ferracci](#) et [Michel Lauzzana](#) pour cette mise en lumière, fidèle à nos engagements 🇫🇷

#Laboratoire #Pharma #Santé #MadeInFrance #SouverainetéSanitaire #Indus

Marc Ferracci · 2e
Ministre de l'Industrie et de l'Énergie - Ancien Député...
2 mois • Modifié •

[Se connecter](#)

Mercredi Industrie Énergie – Épisode 23 : L'industrie qui soigne

À Agen, **UPSA** est bien plus qu'un site de production : c'est un pilier industriel du Lot-et-Garonne, un acteur de santé publique et un employeur majeur.

Chaque jour, 1 560 collaborateurs produisent ici plus de 350 millions de boîtes de médicaments.

Merci à Sébastien pour son témoignage sur les métiers de la logistique, et à [Michel Lauzzana](#), député du Lot-et-Garonne, pour son engagement en faveur de l'industrie locale.

À retrouver ici :



Marc FERRACCI
Ministre chargé de l'Industrie et de l'Énergie

de notre souveraineté
et nous devons beaucoup

Sandoz France
11 315 abonnés
2 mois • Modifié •

Sandoz a récemment annoncé la signature d'un protocole d'accord non contraignant avec Just-Evotec Biologics, son partenaire stratégique depuis 2023, en vue de l'acquisition de son usine toulousaine de fabrication et de développement de produits biologiques. L'accord reste soumis à la finalisation des négociations actuellement en cours.

Ce rapprochement permettrait à Sandoz de renforcer ses capacités internes de développement et de fabrication de médicaments biosimilaires sur le sol européen.

Sandoz
1 053 941 abonnés
2 mois •

At Sandoz, we have signed a non-binding term sheet with Evotec SE to potentially acquire its Just-Evotec Biologics in-house development and manufacturing capabilities in Toulouse, France.

For more details, read our media release here: <https://lnkd.in/dYTzyBXA>

Afficher la traduction



Tendances T3 2025

On observe également des **collaborations de posts (co-auteur)** avec des associations de patients/sociétés savantes.

 **Zentiva France**
863 abonnés
1 sem. • 🔒

[+ Suivre](#) ...

📢 **#ZentivaCardiologie** est fier de soutenir le Collège National des Cardiologues de France dans la diffusion de sa **#newsletter** scientifique hebdomadaire.

🏛️ Société savante de **#cardiologie**, le **#CNCF** a pour missions principales la formation médicale, le développement de la recherche cardiologique et l'organisation de la **#prévention** auprès des **#patients** et du public.

📖 Rédigée par des **#professionnelsdesanté** reconnus, cette veille bibliographique propose chaque semaine une sélection rigoureuse de 3 articles récents en cardiologie, assurant précision et conformité avec les standards scientifiques établis.

📡 Diffusée à plus de 4 000 **#cardiologues** sur l'ensemble du territoire, elle constitue un outil reconnu de partage et de valorisation de l'information scientifique pour accompagner les praticiens dans la mise à jour de leurs connaissances.

✅ Ainsi, Zentiva Cardiologie poursuit l'une de ses missions : mettre à disposition des professionnels de santé une **#information** fiable, rigoureuse et utile à la **#pratique** quotidienne.



Zentiva Cardiologie s'associe au CNCF
pour soutenir la diffusion de sa newsletter scientifique à destination de 4 000 cardiologues

 x 

 **BIOGARAN**
48 982 abonnés
3 sem. • 🔒

[+ Suivre](#) ...

💡 L'**Association Siel Bleu** agit depuis plus de 25 ans pour rendre l'activité physique accessible à tous, notamment aux personnes âgées ou fragilisées. Chez Biogaran, nous partageons cette conviction : bien vieillir passe aussi par l'activité physique et le lien social.

C'est pourquoi nous sommes fiers de nous associer à Siel Bleu pour soutenir leurs actions auprès des seniors, pour offrir à 375 seniors fragilisés des cours collectifs d'activités physiques adaptés, à raison d'une séance par semaine 💙



Biogaran et Siel Bleu • 4 pages



Biogaran s'engage avec l'association Siel bleu.



Un paysage en évolution

Focus Instasphère corporate pharmaceutique

Périmètre d'analyse Instagram

Après AbbVie France qui a fait son entrée sur Instagram lors du T1 2025, c'est **Teva Santé** qui a **élargi le paysage corporate pharmaceutique** sur Instagram en ouvrant son compte fin août.



AbbVie France



Amgen France



Bayer France



Biogaran



Boiron



BMS France



Chiesi France



J&J Innovative
Medicine France



LEO Pharma
France



Lilly France



Sanofi France

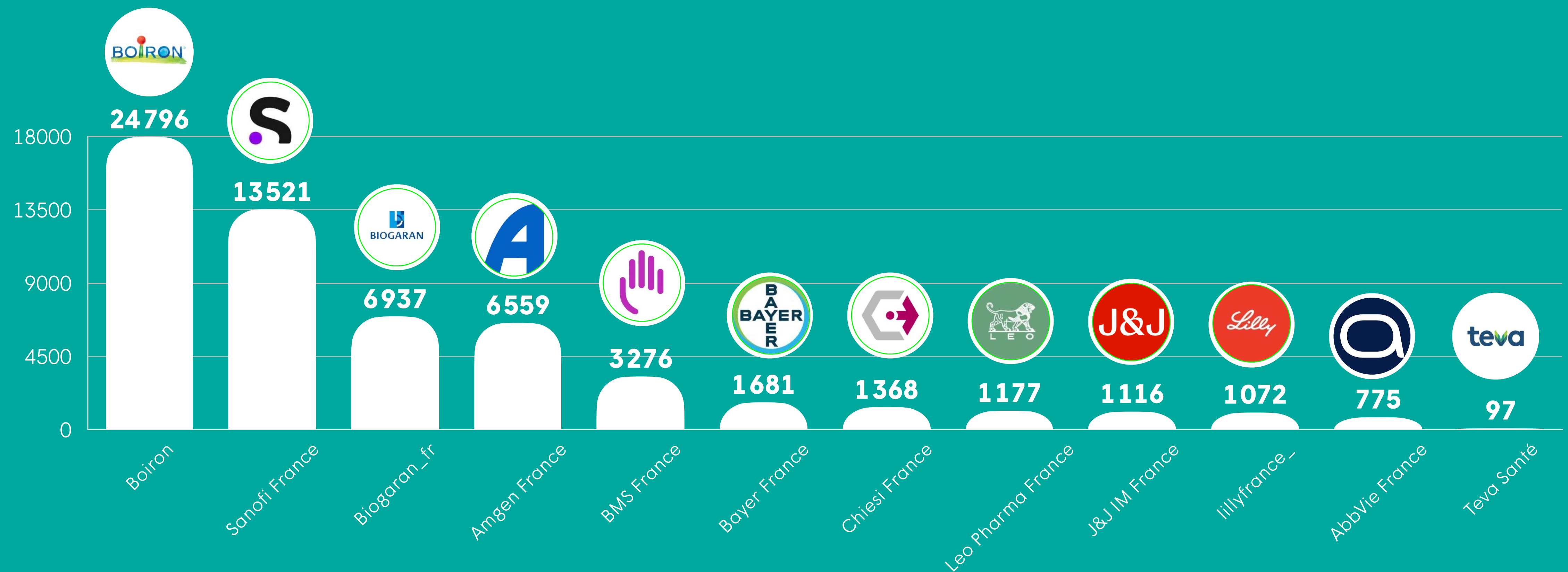


Teva Santé

Abonnés

- Lors du 3^e trimestre 2025, la **croissance moyenne des comptes a été de 45 %**. Une envolée liée à la hausse de 403 % en 3 mois du compte de Chiesi France.

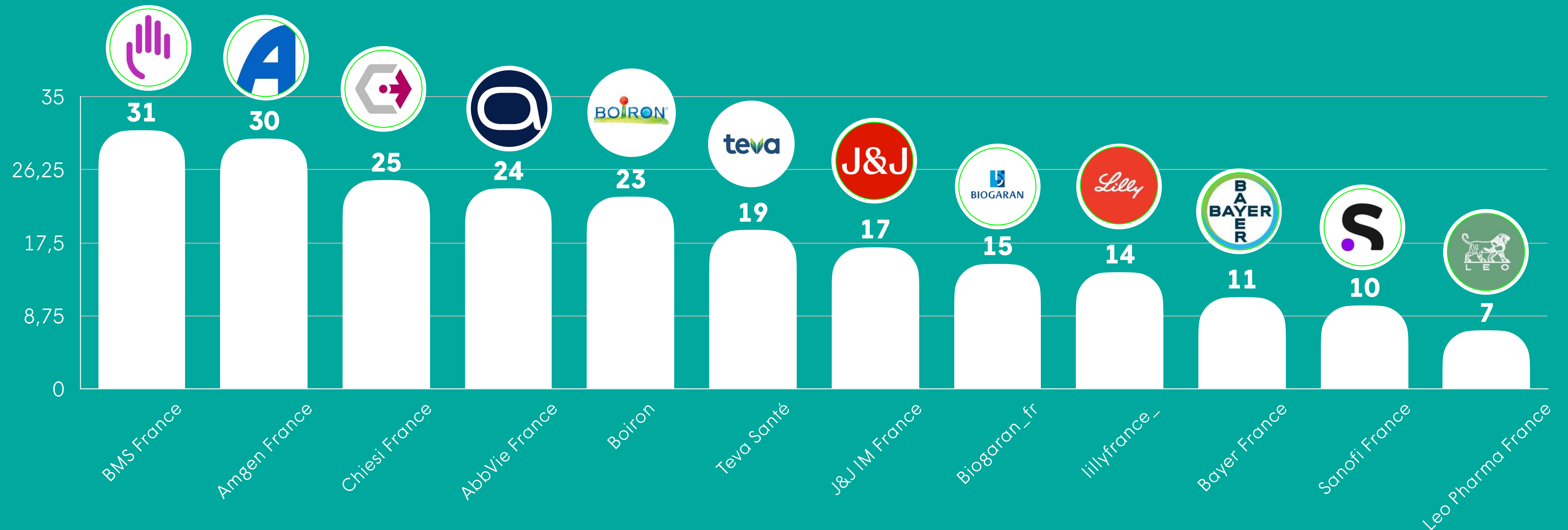
Classement selon le nombre d'abonnés au 30 septembre 2025



Une productivité en hausse...

- Avec une **moyenne mensuelle de 19 posts** publiés par compte lors du T3 versus 7 lors du T2, la productivité de l'écosystème pharmaceutique corporate sur Instagram est en forte augmentation.

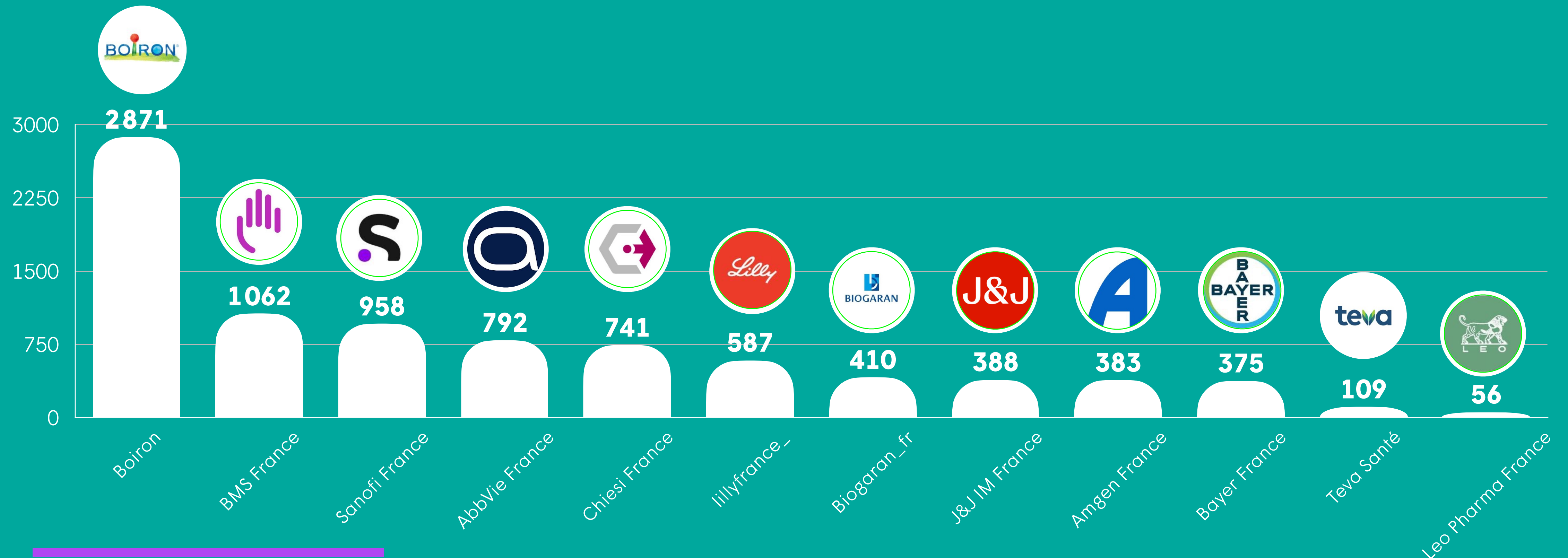
Classement selon le nombre de contenus publiés lors du T3 2025



... des réactions en retrait...

- Avec une moyenne de **728 réactions par compte lors du T3 2025**, les comptes Instagram corporate des Laboratoires pharmaceutiques sont en net recul en termes d'engagement. Ce recul est principalement lié à celui de Biogaran qui passe sous la barre des 500 réactions versus près de 6 000 lors du T2.

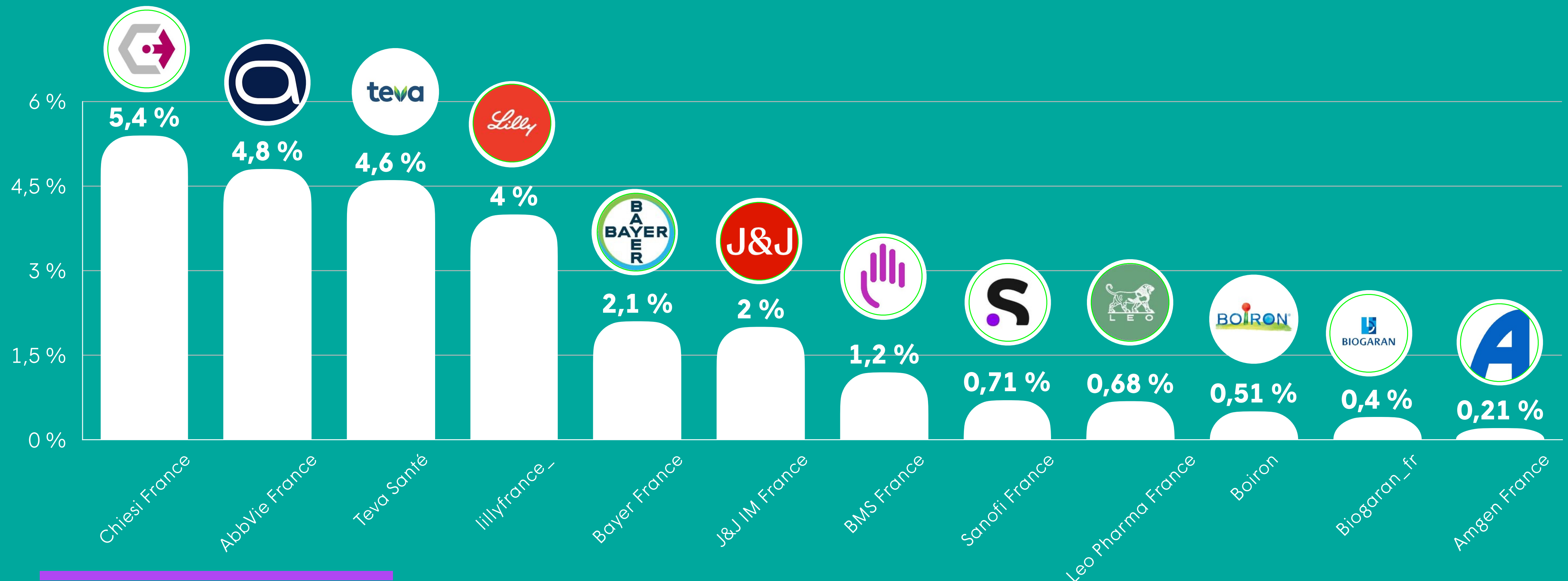
Classement selon le nombre de réactions lors du T3 2025



... et un taux d'interactions en baisse

- Le taux d'interaction moyen par post de l'ensemble des comptes lors du T3 2025 est de **2,22 %**. Soit une baisse de plus de 28 % par rapport au T1 2025.

Classement selon le taux d'interactions lors du T3 2025

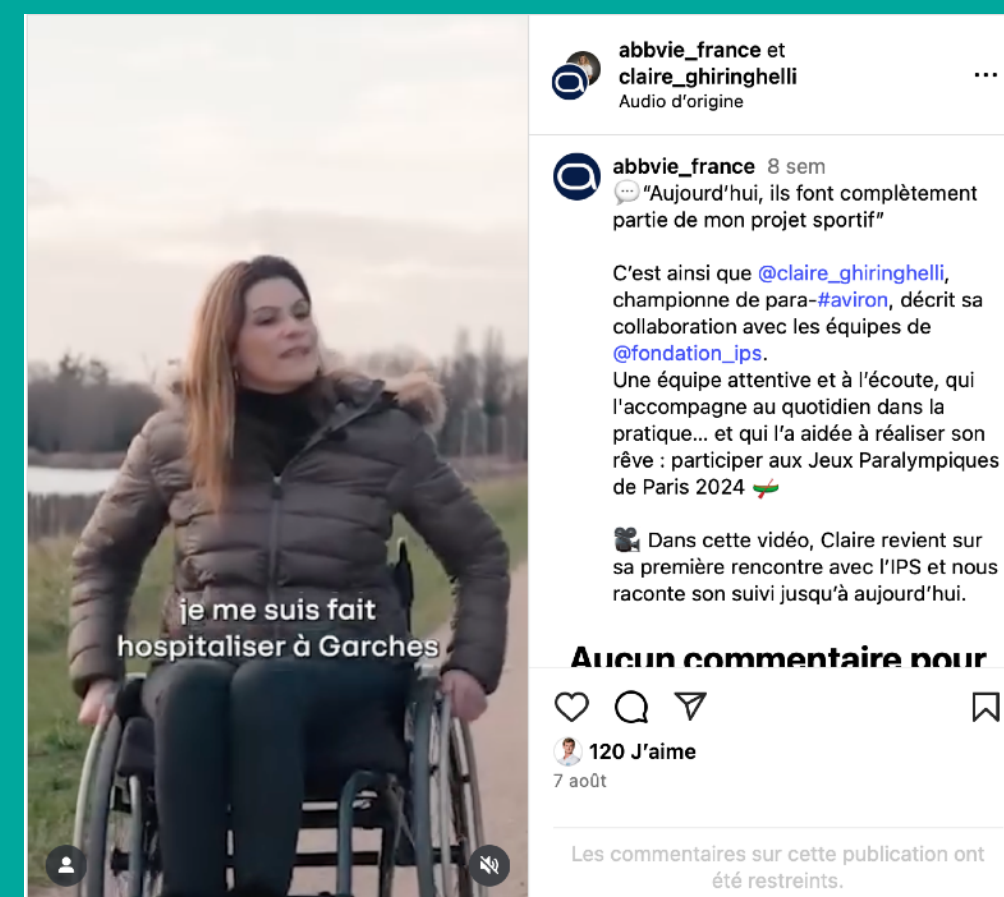


Top 3 contenus

- Pour les 3 meilleurs posts du T3 2025 en fonction du taux d'interactions par post, la 1re place du podium est détenue par Chiesi France, suivi d'AbbVie France et c'est encore un post de Chiesi France qui grimpe sur la 3e place.



18 %



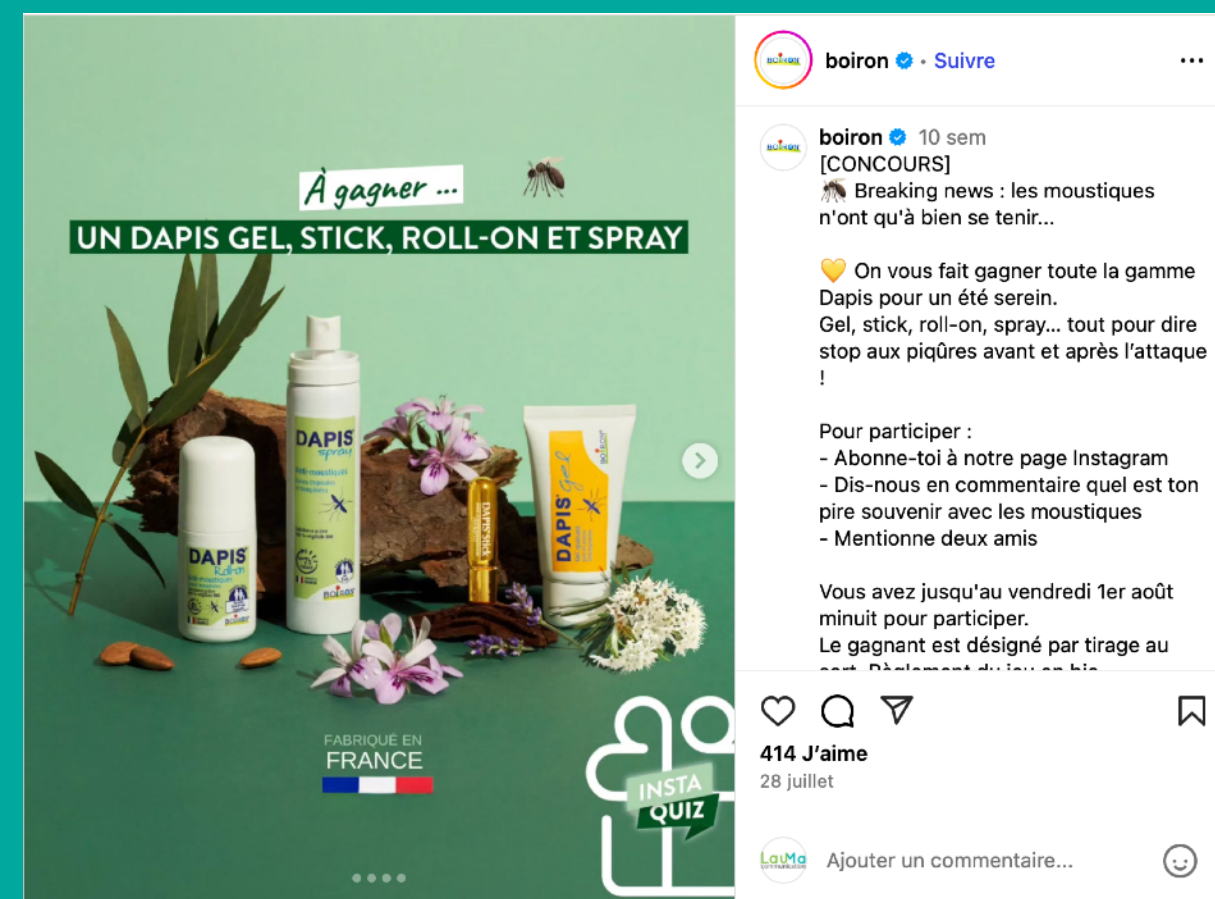
18 %



14 %

Top 3 contenus

- Classement des 3 meilleurs posts du T3 2025 en fonction du nombre de likes, commentaires... Après le hold-up de Biogaran sur le podium lors du T2, **c'est au tour de Boiron de rafler le Top 3** et de nous prouver que les concours fonctionnent toujours autant auprès du public d'Instagram !



687



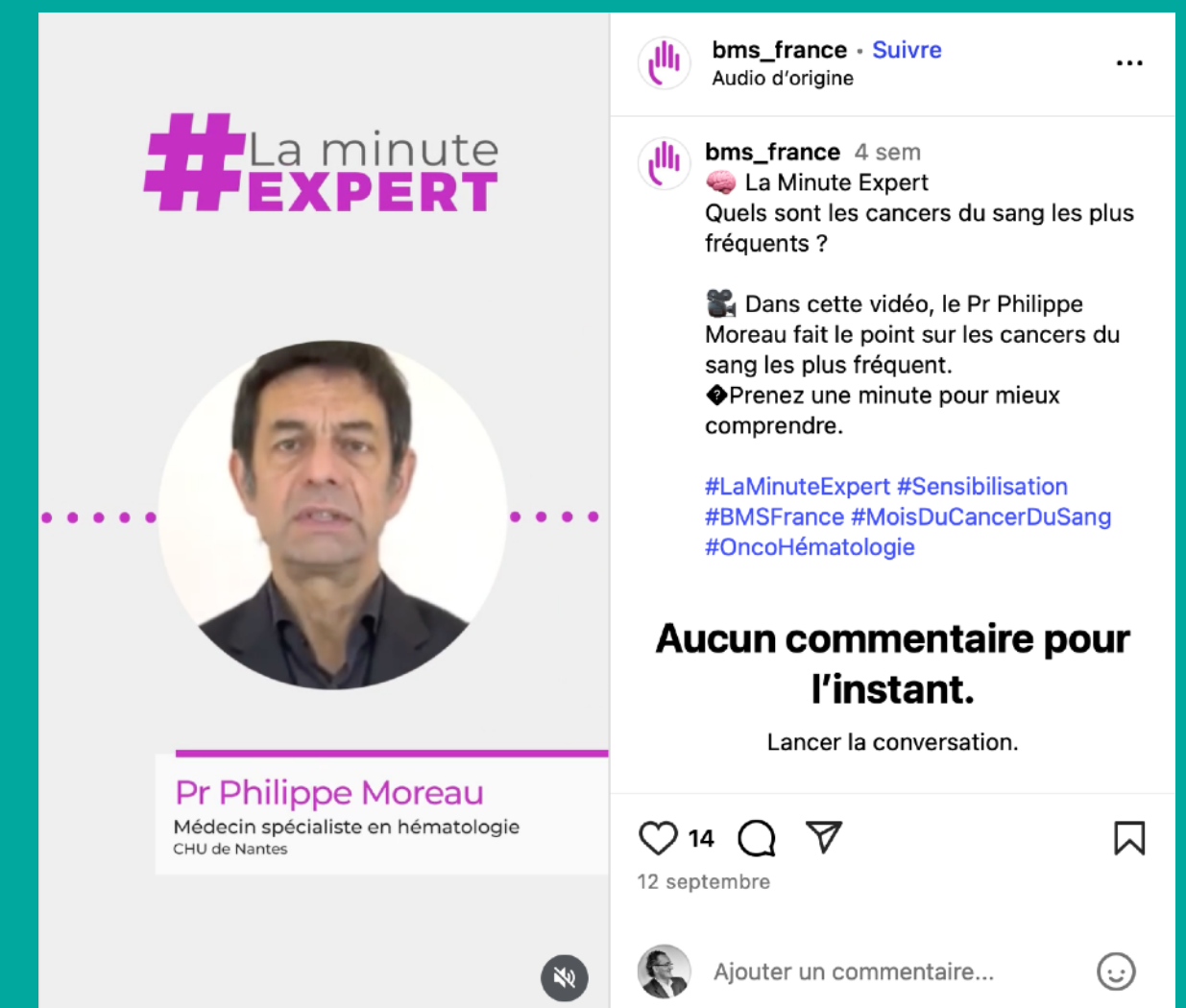
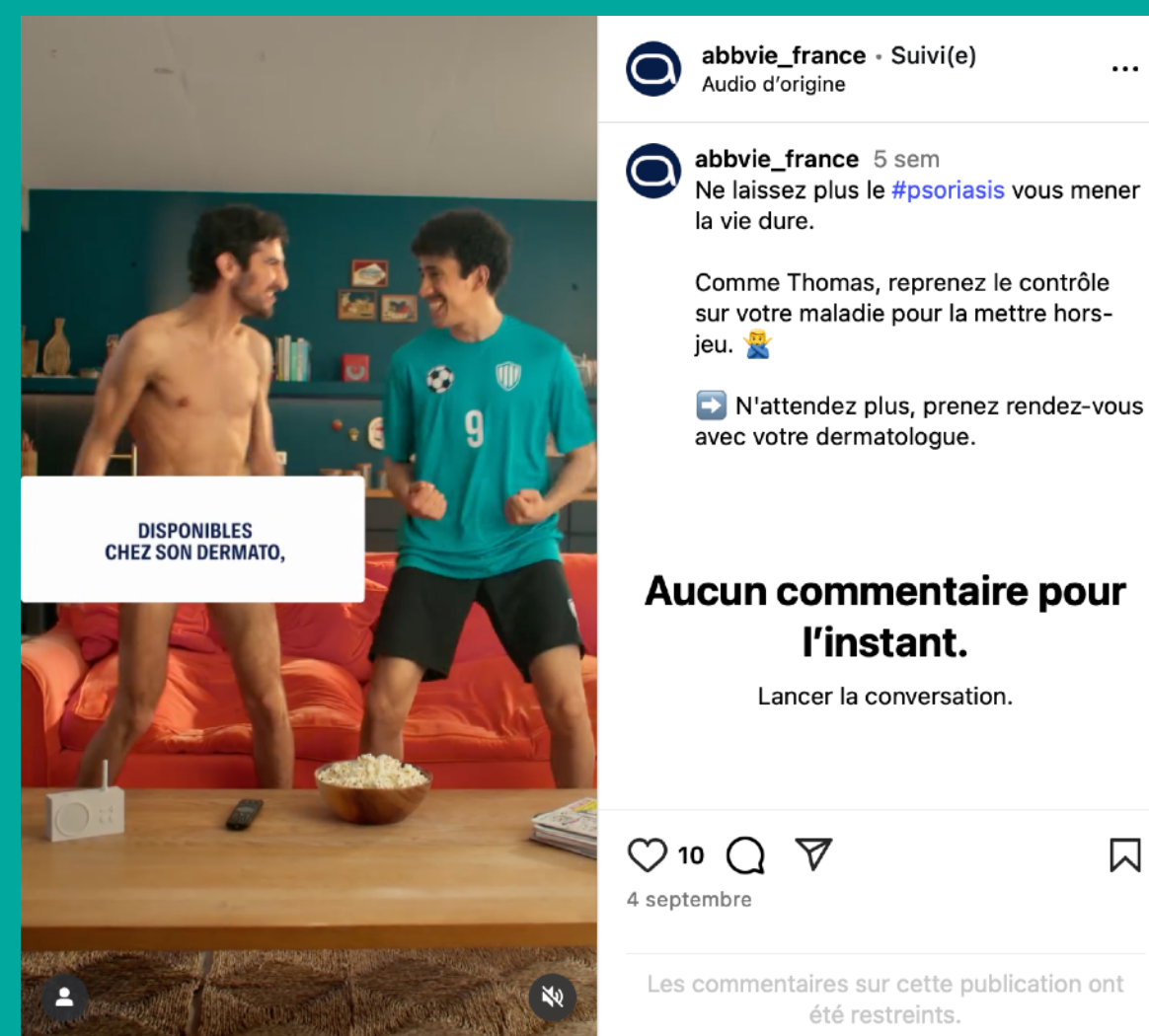
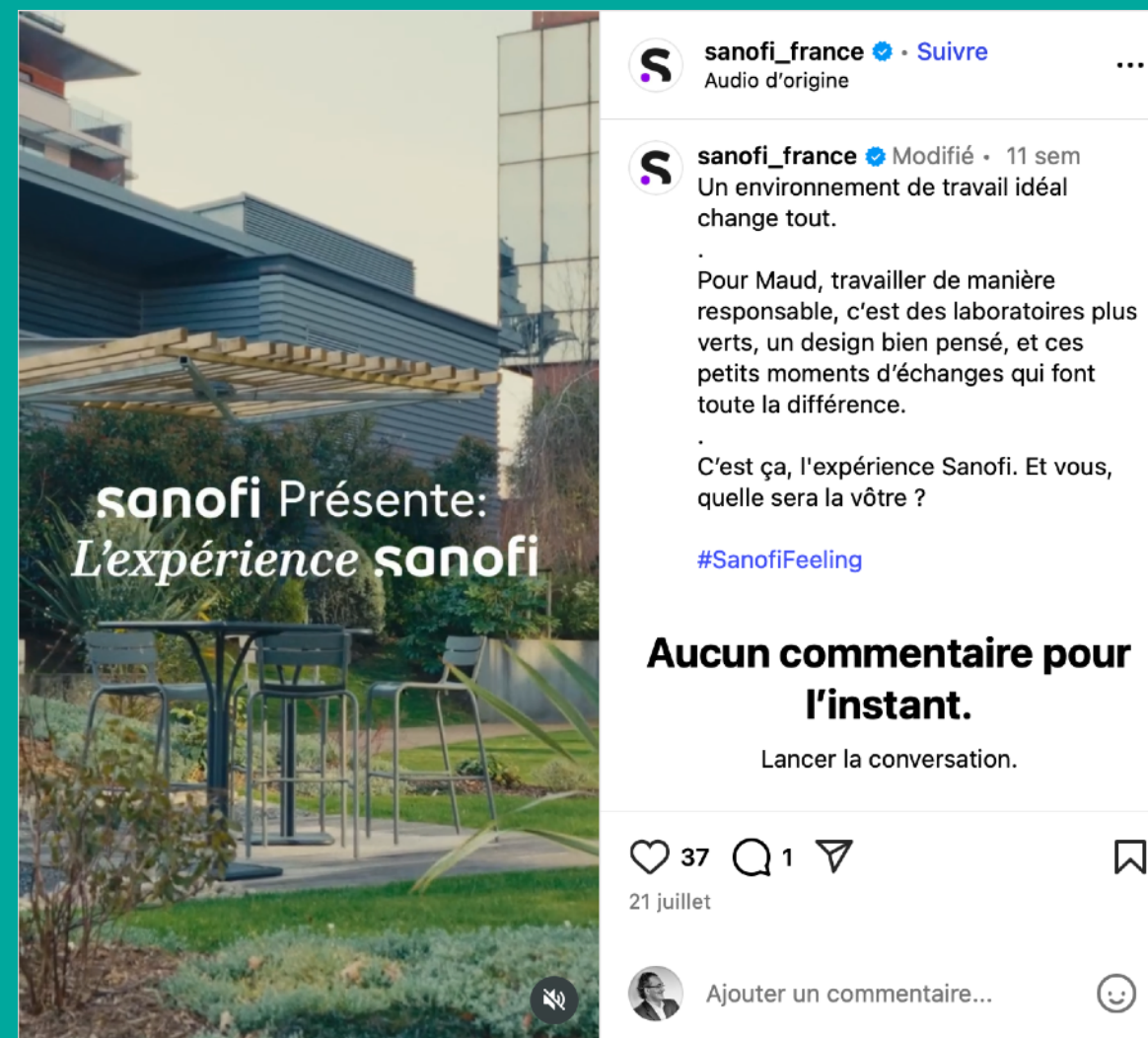
668



435

Tendances T2 2025

Sur les comptes Instagram institutionnels observés, les **lignes éditoriales demeurent inchangées** par rapport aux 2 premiers trimestres 2025. On retrouve principalement des campagnes de prévention et sensibilisation autour de pathologies, des témoignages de patients et soignants, les engagements RSE ou la mise en valeur de la marque employeur, des métiers et des hommes. Sur les formats on observe un usage croissant des carrousels et toujours une forte présence de la vidéo. Le format story est également plébiscité avec un archivage thématique A la Une.





Sensibilisation et soutien

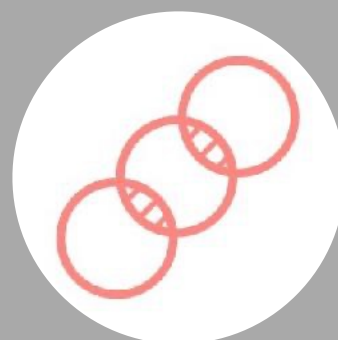
Focus sur **l'instasphère des campagnes**
thématiques des entreprises pharmaceutiques

Périmètre d'analyse Instagram

- Les 13 comptes Instagram thématiques / campagnes déployés par des entreprises pharmaceutiques présents, en France, dont 3 nouveaux lancés lors du T1 2025.



@boxonslasep
Merck



@lachainerose
Roche



@hemofeel
Sobi



@lasanteaufeminin
Organon



@lavieautour
Pfizer



@lumieresurlasep
Roche



@ma.vie.dallergik
ALK



@comprendremoncancer
MSD



@pactonco_pfizer
Pfizer



@papillomavirus.fr
MSD



@parlonsdepression
Lundbeck

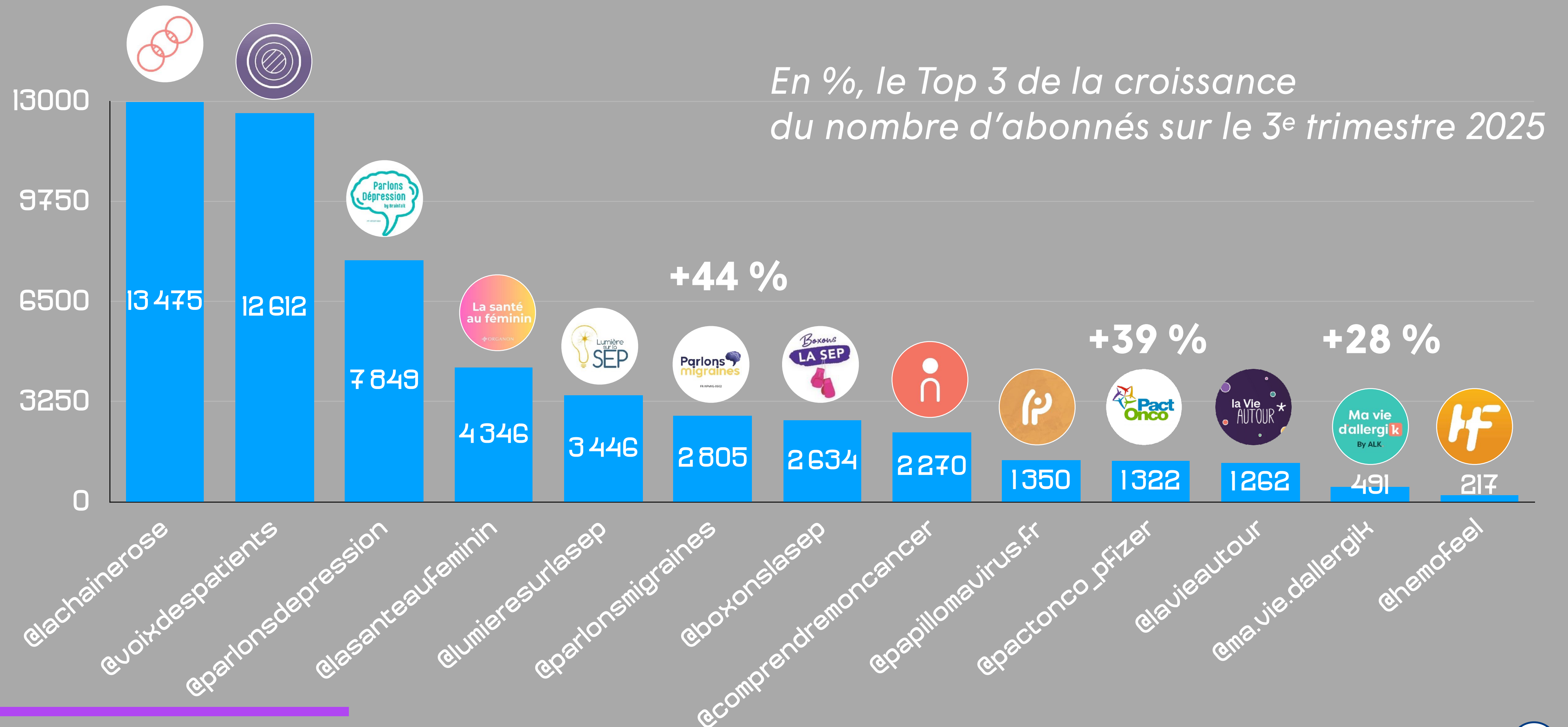


@parlonsmigraines
Lundbeck



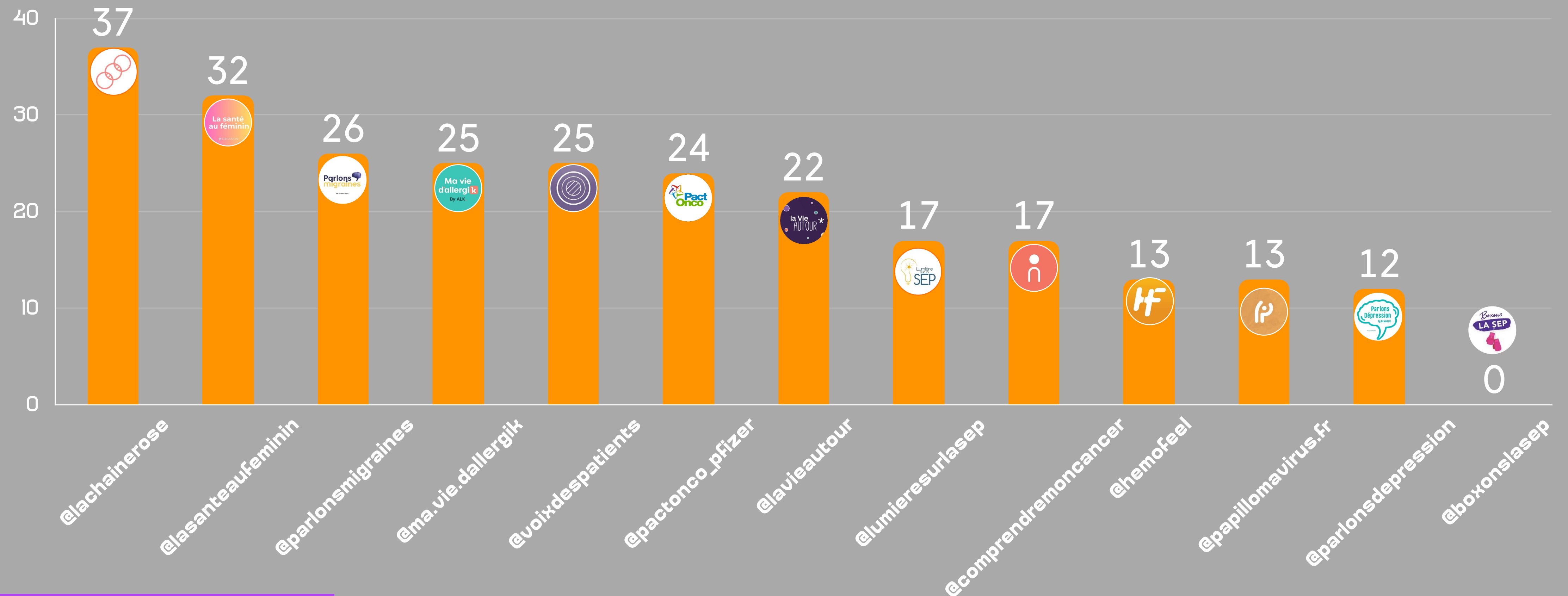
@voixdespatients
Roche

Abonnés au 30/09/2025



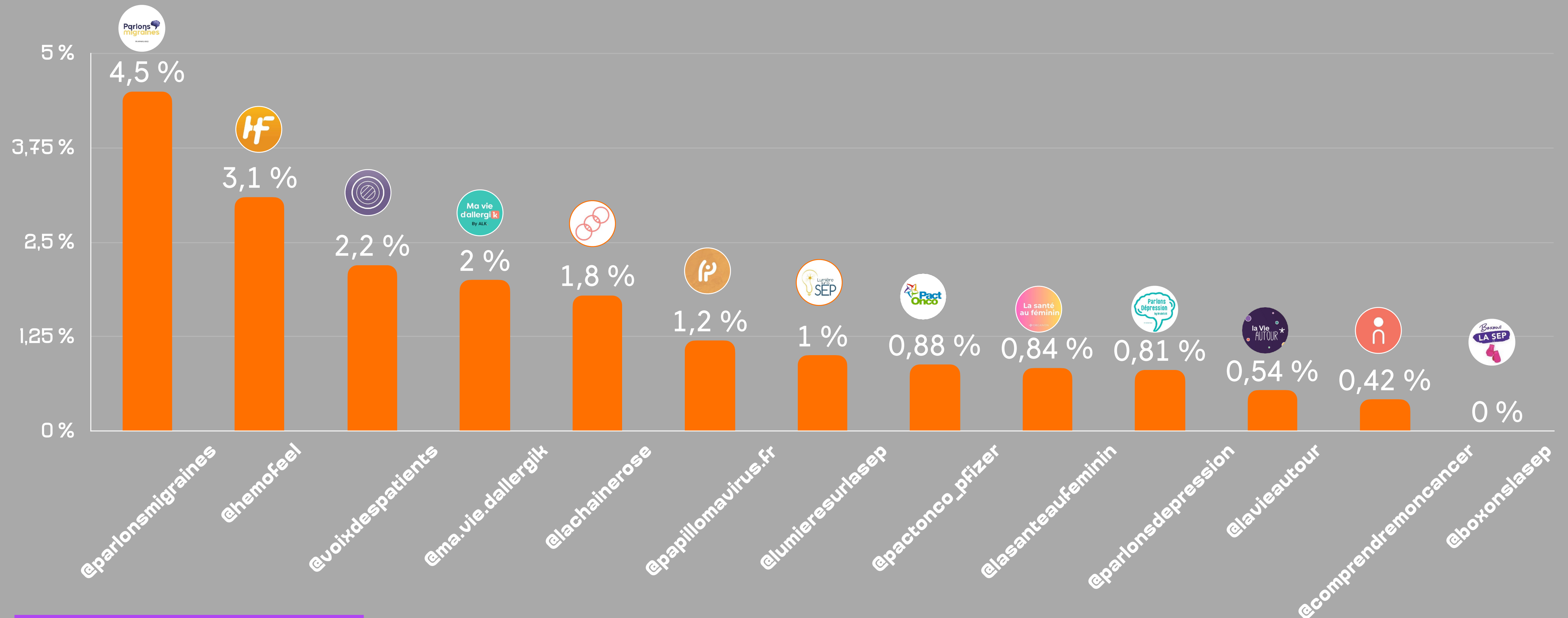
Une production en hausse

- **20,27 posts publiés en moyenne par compte lors du T3 2025**
versus 23,08 pour le T2 2025.



Un engagement lié à la taille des communautés...mais pas que

- Si le volume d'interactions global des 13 comptes a progressé lors du T3 2025 (21 784 interactions versus 21 024), le taux d'interaction moyen par compte a baissé fortement (1,48 % vs 2,13 %).



Top 3 contenus

- Classement des 3 meilleurs posts du T3 2025 en fonction du taux d'interactions par post



11 %



11 %



11 %

Top 3 contenus

- Classement des 3 meilleurs posts du T3 2025 en fonction du nombre de likes, commentaires... par post



1307



788



763

Tendances T3 2025

Sur les comptes Instagram de marque, les lignes éditoriales évoluent peu et restent centrées sur des campagnes de prévention, témoignages patients, interviews de professionnels de santé, des conseils pour la vie au quotidien avec la maladie.

Pour créer de l'engagement et favoriser des contenus sponsorisés, on observe une diversité de formats : story, reels, carrousel, infographies statiques ou animées...





Est-ce encore utile ?

Vers la fin de l'analyse de la twittosphère

- Publié pour la première fois, début 2021, #BeyondTheScore est né d'une co-initiative de LauMa communication et Buzz E-santé.
- Dédié à l'analyse de la twittosphère pharmaceutique en France, #BeyondTheScore a permis de suivre et décrypter les usages des laboratoires : des top followers ou taux de croissance des abonnés, du ratio abonnés / abonnement au taux d'interaction... sans oublier le social score.
- Aujourd'hui, la transformation de Twitter en X a profondément modifié les règles du jeu. D'une part le public (en santé tout du moins) semble s'être réellement désinvesti. Les entreprises pharmaceutiques ont, quasiment toutes, déserté cet espace. Et X a changé les règles (et tarifs d'accès aux données via les API) rendant caduques un certain nombre de KPIs clés (Top followers, Social Score...).
- L'analyse des comptes X des laboratoires pharmaceutiques par Buzz E-santé et LauMa communication s'arrêtera donc prochainement, avec le bilan du T4 2025 et celui de l'année 2025, à paraître en janvier prochain.

Périmètre d'analyse X (anciennement Twitter)

- 21 comptes suivis et analysés... Non, 20 désormais avec le départ de MSD France



@AbbVieFrance



@AmgenFrance



@Bayer_FR



@Biogaran



@BoehringerFR



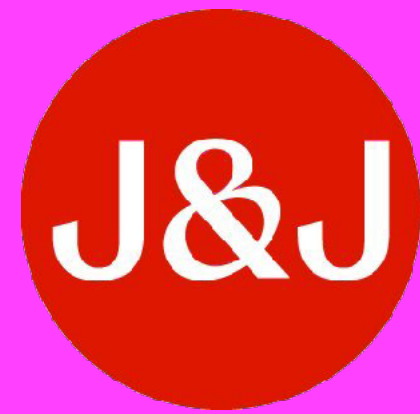
@BMSFrance



@GSK_FR



@IpsenGroupFR



@JanssenFRA



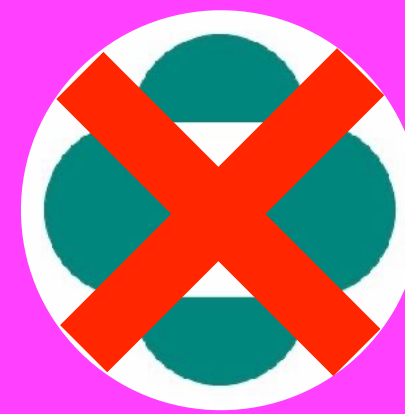
@LEOPharmaFR



@LillyPadFR



@merck_fr



@MSDFrance



@novartis_france



@NovoNordiskFR



@Pfizer_France



@PierreFabre



@Roche_France



@SanofiFR



@TevaSante



@UCB_France

Un nombre de tweets toujours plus faible

- Les 20 comptes encore présents sur X ont publié un total de **64 tweets lors du T3 2025** (vs 125 tweets du T2).
- En prenant en compte, uniquement les 5 comptes ayant publié au moins 1 tweet lors du trimestre, la **moyenne est inférieure à 0,15 tweets par jour... et @AbbVieFrance représente 34 % des tweets du trimestre.**
- **Lors du 3e trimestre 2025, 15 comptes n'ont rien publié** (14 pour le T2, 11 lors du T1 et 7 lors du T4 2024)



@AmgenFrance



@BoehringerFR



@BMSFrance



@GSK_FR



@IpsenGroupFR



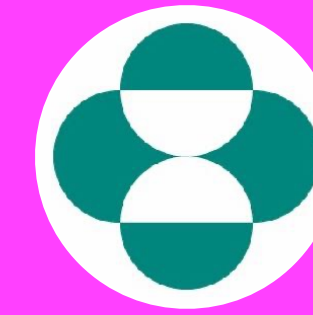
@LEOPharmaFR



@LillyPadFR



@merck_fr



@MSDFrance



@novartis_france



@NovoNordiskFR



@Pfizer_France



@Roche_France



@TevaSante



@UCB_France

Un détachement du public toujours plus fort

- Au 30/09/2025, le **nombre moyen d'abonnés par compte est de 8 189** (soit 76 abonnés de plus en moyenne par compte... un signe de redressement uniquement du au départ de MSD France).
 - Lors du T3 2025, tous les comptes, ou presque, sont en recul avec une **perte de 22 abonnés en moyenne depuis le 30/06/2025.**
- À noter, **@NovoNordiskFR**, gagné 27 abonnés lors du T3 2025 sans publier un seul tweet...



Des engagements en chute libre

- Un taux d'interactions moyen en chute constante :
 - 0,033 %
pour le T1 2024
 - 0,027 %
pour le T2 2024
 - 0,015 %
pour le T3 2024
 - 0,012 %
pour le T4 2024
 - 0,0036 %
pour le T1 2025
 - 0,0027 %
pour le T2 2025
 - 0,0013 %
pour le T3 2025
- Comme lors du T2 2025, **s'intéresser aux nombres de likes ou de RT par tweet devient non signifiant.**
- Pour preuve, **l'effondrement du taux d'interactions depuis début 2024.**
- **Même AbbVie France**, seul laboratoire encore présent significativement sur X **enregistre des taux d'interactions en baisse constante**, passant de 0,0647 % pour le T4 2024 à 0,0151 % pour le T3 2025.

*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 % ($30/10/200 = 0,015 = 1,5\%$).