Paris, le 06 octobre 2011 – Bayer HealthCare Pharmaceuticals présente les lauréats du premier concours de création vidéos organisé par un laboratoire pharmaceutique. Dans une recherche constante d'innovation, Bayer HealthCare Pharmaceuticals, a choisi de communiquer de manière originale autour d'un sujet encore tabou : la dysfonction érectile (DE). Les vidéos des participants se sont révélées à la fois originales, sensibles et respectueuses dans leur mise en scène des différentes réactions des hommes concernés par cette pathologie.

En effet, le sujet est trop peu abordé par les hommes concernés par ces troubles, lesquels redoutent d'en parler à leur médecin, et ne bénéficient donc pas d'une prise en charge appropriée. L'appel à création de vidéos lancé pendant l'été 2011 par Bayer HealthCare Pharmaceuticals a permis de mettre en lumière, sous un angle nouveau, comment une sexualité épanouie peut changer la vie d'un homme. De jeunes créatifs, aux idées fraîches, percutantes et avant-gardistes, se sont impliqués et ont relevé le défi lancé par le laboratoire :

un appel à création de vidéos mobilisateur sur le site : www.leplaisirdanslapoche.com

En lançant le concours de création de vidéos **« Vous avez retrouvé une sexualité épanouie », Bayer HealthCare Pharmaceuticals** innove dans la façon d'aborder le sujet de la dysfonction érectile. L'objectif : montrer aux hommes concernés par la DE, en moins d'une minute, à quel point retrouver une sexualité heureuse et satisfaisante, peut complètement changer leur vie.

A travers cette opération d'appel à création innovante, **Bayer HealthCare Pharmaceuticals** invite les hommes concernés par cette pathologie à en parler à leur médecin. Sur des critères d'esthétisme, d'originalité, de composition, de cadrage et de cohérence avec le thème du concours, une quinzaine de créations ont pu concourir pour les 5 prix. Les 3 premiers prix ont été sélectionnés par le jury (prix du jury) composé de Christian Blachas, journaliste, fondateur de Stratégies et CB News et créateur de l'émission Culture Pub et Philippe Brenot médecin

psychiatre, directeur des enseignements de Sexologie et Sexualité Humaine à l'Université Paris Descartes; et les 2 autres étaient soumis aux votes (prix aux votes) et vues (prix aux vues) des internautes sur les sites
www.leplaisirdanslapoche.com
, Dailymotion, Facebook et Youtube, les
dotations allant de 500€ à 4000€.

Présentation des gagnants :

• 1er prix du Jury : Mathieu Pujol – Bayer Dysfonction Erectile - Les excuses

Synopsis: un jeune homme parle à la caméra, qui représente la personne qu'il vient de rencontrer lors d'une soirée. Il s'excuse de façon plus ou moins plausible, pour ne pas donner suite à leur rencontre, n'osant ainsi faire face à la raison principale de sa crainte : sa DE. Mathieu Pujol aborde le sujet de la DE de manière simple, efficace, légère et décalée. Le message transmis est fort, car révélateur de réalités auxquelles de nombreux hommes sont confrontés, jusqu'au jour où ils osent en parler à leur medecin, pour suivre un traitement adapté et efficace.

• 2ème prix du Jury : Manandcie – Un coup de mou

Synopsis : plusieurs scènes de la vie quotidienne sont détournées (ne pas pouvoir se servir de ses couverts pour déjeuner, de ses clés pour rentrer chez soi, de sa brosse à dent le matin...) afin d'illustrer l'impact d'une DE dans la vie d'un homme, sur son couple. Manandcie utilise de manière pertinente la carte de la métaphore pour représenter le sentiment que de nombreux hommes, mais aussi de femmes, rencontrent face à la DE.

• 3ème prix du Jury : Sébastien Nuza, Maéva Dayras et Arnaud Martin – Il y a des hauts et

des bas

Synopsis : Un jeune trader apparaît contrarié et déprimé, face à la courbe de ses cours en baisse sur l'écran de son ordinateur, symbolique de sa DE. Suite aux conseils d'un collègue qui l'incite à demander de l'aide, le trader réapparait quelques jours plus tard, sourire aux lèvres : les cours de la bourse sont en hausse sur son écran, autrement dit sa DE a été traitée. L'équipe de Sébastien Nuza représente à l'écran de manière symbolique le sujet de la DE, pose le problème pour les hommes d'oser en parler à leur médecin pour la traiter, et souligne la satisfaction retrouvée de ceux qui ont franchi le pas.

L'innovation, le moteur de la stratégie de Bayer HealthCare Pharmaceuticals.

Le laboratoire n'hésite pas à se démarquer pour répondre de manière précise et efficace aux besoins des hommes et des femmes, et améliorer leur qualité de vie. En développant de nouveaux produits, en trouvant des formes galéniques plus adaptées, en innovant dans sa manière de communiquer des informations scientifiques sur les pathologies aux patients, le laboratoire concrétise son ambition de participer au progrès de la science.

Force est de constater que 80 % des hommes concernés par la DE ne sont pas traitési. Pourtant des traitements efficaces existent. Pour une facilité de prise et une meilleure intégration dans la vie du couple, **Bayer HealthCare Pharmaceuticals** a donc lancé, en novembre 2010, une forme galénique orodispersible plébiscitée pour ses qualités intrinsèques et répondant aux besoins de discrétion des hommes.

Cet été, avec cet appel à création de vidéos, le laboratoire va encore plus loin. Pour engager le dialogue patient – médecin autour de cette pathologie, **Bayer HealthCare Pharmaceuticals** a su exploiter ce moyen de communication, qu'aucun autre laboratoire n'avait encore utilisé.

L'innovation se retrouve à tous les niveaux et constitue une priorité dans la stratégie **Bayer**

HealthCare Pharmaceuticals
. En 2010 Bayer HealthCare a consacré près de 15% de son chiffre d'affaires global à la Recherche et Développement. Bayer HealthCare Pharmaceuticals a pour ambition de porter cet effort d'investissement à 17% dans les années à venir. Dans tout ce qu'il entreprend, Bayer HealthCare Pharmaceuticals avance comme un acteur responsable, et innove en permanence pour améliorer la qualité de vie des patients.

En quelques chiffres :

• Le chiffre d'affaires du groupe Bayer s'élève à 35,1 milliards d'euros, dont 48,2% sont assurés par Bayer HealthCare
• Bayer HealthCare Pharmaceuticals est numéro 6 mondial dans les spécialités pharmaceutiques
• En 2010, Bayer HealthCare Pharmaceuticals a investi 2,1 milliards d'euros en Recherche et Développement
• Bayer HealthCare Pharmaceuticals compte 55 700 employés, dont 5 900 collaborateurs dans le département Recherche et Développement, répartis sur quatre principaux sites (deux en Allemagne, un aux Etats Unis et un en Chine).

A propos de Bayer HealthCare
Le groupe Bayer AG, basé à Leverkusen (Allemagne), est l'un des acteurs majeurs dans les domaines de la santé, de la nutrition et des matériaux de hautes performances. Pilier santé du groupe Bayer AG, Bayer HealthCare AG est, avec un chiffre d'affaires de 16.913 milliards d'euros pour l'année 2010, l'une des toutes premières entreprises innovantes dans le secteur de la santé et des produits médicaux. Comptant 55 700 collaborateurs dans plus de 100 pays, l'entreprise est présente au travers de quatre divisions : santé animale, santé familiale, diabète et pharmacie. Elle a pour objectif de mettre au point et de fabriquer des produits destinés à améliorer la santé humaine et la santé animale dans le monde. En permettant le diagnostic et le traitement des maladies, ses produits sont le gage d'un plus grand bien-être et d'une meilleure qualité de vie. Pour plus d'informations voir : www.bayerhealthcare.fr

i Southgate J., Les Nouveaux concurrents du Viagra® élargissent le marché dans Scrip World Pharmaceutical News, 2002.