

**EXTREME SENSIO ET ABBVIE LUTTENT CONTRE LE MAL DE DOS**

---

**Forts des résultats de leur dernière campagne « Ne lui tournez pas le dos » en 2015, Extrême Sensio et Abbvie continuent leur combat contre le mal de dos avec une campagne décalée sur Minute Buzz.**

Aujourd'hui, 1 personne sur 5 vit avec un mal de dos chronique. Les jeunes sont les premiers à banaliser les symptômes. Pourtant, un mal de dos non diagnostiqué – et non soigné – est une pathologie qui peut s'aggraver et avoir de réelles conséquences sur la vie quotidienne.

Pour toucher la cible des 18-35 ans, la sensibiliser et l'engager à établir un 1<sup>er</sup> diagnostic en ligne, Abbvie et eS ont décidé de jouer sur les clichés liés au mal de dos.

Pour creuser la dédramatisation sur un ton décalé, un partenariat a été conclu avec Minute Buzz, choisi pour son affinité avec les jeunes et sa capacité à viraliser, autour du partage d'un Top 10 des pires astuces pour soulager son mal de dos.

En effet, lorsqu'on a mal au dos, on met généralement en place des stratégies plus ou moins farfelues pour contourner le problème, et continuer à vivre – presque – normalement.

Ce partenariat sera accompagné d'une campagne social média qui permettra de jouer avec les codes de la pop culture.

La campagne accueillera également des ambassadeurs parmi les malades et patients. Via la boîte à questions, des patients atteints de maux de dos différents auront alors la possibilité de répondre à des questions ludiques, mais utiles.

Enfin, une campagne média permettra d'aller à la rencontre d'internautes en amont de leur phase de recherche, de capter les internautes intentionnistes et d'amplifier le taux d'engagement sur Facebook, tandis que La Nouvelle Agence sera en charge des relations presse.

---

**A propos d'Extrême Sensio :**

*eS est une agence intégrée digital & mobile native fondée en 1998. Elle maîtrise l'ensemble de la chaîne de valeur (du conseil jusqu'à l'exploitation), autour d'un pôle de Data intelligence, pour toucher le consommateur sur tous les points de connexion, et mesurer la conversion sur l'ensemble des circuits de distribution. Sans couture.*

*Elle accompagne plus de 80 annonceurs de différents secteurs tels que Citroën, E.Leclerc, Optic 2000, Roche, Axa, Futuroscope, Nexity, Samsung, Bonobo, Acadomia, Sodebo, Häagen Dazs, Buy Paris Duty Free... Avec une offre ouverte et connectée aux mutations des usages et des modèles : Conseil & Stratégie / Data Intelligence / Communautés & engagement (Social Media) / Commerce & CRM / Média & activation / Contenus & services.*

---

*En s'appuyant sur les ressources de ses sociétés sœurs Sensio Labs (Créateur de Symfony) et Extrême, eS est l'un des rares pure players à associer expertise en digital « dur » et pilotage de l'ensemble des leviers (plateformes web, mobile, média, social média, digital store, brand content) pour engager les consommateurs sur tous les points de contact.*

*eS, dirigée par Lucas Denjean, a réalisé 65% de croissance depuis 2012 ans et près de 10M€ de CA en 2015. En 2015, elle a été élue Agence Intégrée de l'Année, et a reçu une trentaine de prix.*

**Contact Agence :**

Clotilde Ravin - Directrice du Développement Extrême Sensio - [clotilde.ravin@extreme-sensio.com](mailto:clotilde.ravin@extreme-sensio.com)  
01 40 99 82 23

---