

STRATOOM FÊTE SES 3 ANS ET AFFIRME SON APPROCHE "PATIENT CENTRIC"

mardi 14 octobre 2025

Basée à Nantes, l'agence Stratoom a orienté son approche autour du patient : à commencer par l'impliquer dès la conception, décrypter ses usages et transformer cette expérience en levier d'innovation.



Bruno Peuvrier et Julien Charpentier, dirigeants de l'agence nantaise de marketing santé Stratoom.

Fondée par Bruno Peuvrier et Julien Charpentier, anciens digital managers chez Pierre Fabre et Ridavis, l'agence de marketing santé Stratoom (<https://www.stratoom.fr/>) revendique désormais son positionnement "patient centricity". Les deux hommes ont lancé la structure en 2023 en partant d'un constat : « *Les laboratoires sont de plus en plus à la recherche d'experts. Les très grosses agences sont souvent à côté de la plaque parce qu'elles ne connaissent ni le métier, ni le patient, ni la réglementation du milieu.* » Avec leur expérience et leur réseau, ils ont donc décidé de combler ce vide.

Une méthode spécifique basée sur le patient

Au fur et à mesure, le binôme constate un changement de paradigme à l'œuvre depuis quelques années dans le secteur : « *Le patient est de plus en plus acteur de son parcours de soin. Un autre exemple d'évolution : la défiance envers la science, qui est bien plus présente depuis le Covid* », note Julien Charpentier. Face à ces changements, « *les laboratoires s'intéressent de plus en plus aux patients et à leurs usages. Maintenant, on travaille beaucoup sur les parcours patient.* »

Pour répondre à la situation, StratooM a développé une méthode spécifique : d'abord analyser les comportements et attentes réelles des patients, puis co-construire les solutions avec eux ou leurs représentants, et enfin déployer les dispositifs, qu'il s'agisse de campagnes de sensibilisation ou de plateformes d'éducation thérapeutique.

Quand la cible parle à la cible

Exemple concret : pour sensibiliser les jeunes aux messages de prévention solaire, StratooM a confié aux étudiants eux-mêmes la création des dispositifs. Résultat : 120 étudiants mobilisés, 60 campagnes co-crées et des contenus diffusés en open-source sur [mysun.skin](https://www.mysun.skin/) (<https://www.mysun.skin/>). « *En partant de la cible, en l'occurrence les jeunes, et en travaillant en collaboration avec eux, on arrive à mieux leur parler. Par exemple, pas mal de campagnes ont été axées sur le vieillissement prématuré de la peau, alors que moi j'aurais plutôt pensé au cancer de la peau* », explique Julien Charpentier.

Aujourd'hui, StratooM compte une douzaine de clients, comme Pierre Fabre, Boiron, AMGEN ou CCD, et un chiffre d'affaires de 300 000 euros. L'agence reste volontairement à taille humaine : seuls Bruno et Julien composent l'équipe permanente, s'appuyant sur un réseau d'indépendants selon les besoins.

Marie Roy