



# BIENSÛR<sup>^</sup>

LE MAGAZINE GRATUIT DE LA PREVENTION *santé*

Le premier magazine féminin comportemental  
de prévention santé.

**BIENSÛR Santé** est un bimestriel mis **gratuitement** à disposition du Grand Public  
dans les **cabinets médicaux** et les lieux de santé.



[www.biensur-sante.com](http://www.biensur-sante.com)



marques & medias regie



# La santé est un enjeu majeur pour tous.

Aujourd'hui, le système de santé est dans la tourmente :

- > Tourmente économique : « le trou de la sécurité sociale »
- > Tourmente organisationnelle : démographie médicale déséquilibrée
- > Tourmente sanitaire permanente :
  - Vache folle,
  - SRAS,
  - Canicule,
  - Grippe aviaire,
  - Obésité,
  - Chikungunya...



# Entre dictature sanitaire et négligence coupable

## LA RESPONSABILITÉ

- > Préserver la santé
  - les comportements collectifs
  - les choix individuels
- > Préserver le système de santé
  - le statut de “médecin traitant”
  - le dossier médical personnel...

La condition de la responsabilité : la bonne information





# Au cœur du parcours de soins et de l'information, le médecin généraliste

## 1 - Le médecin généraliste, pivot du système de santé

- > 23 consultations / jour (5.000 consultations / an)
- > Durée moyenne de la consultation : **15 mn**
- > Une part de plus en plus importante consacrée à la gestion et à la coordination (Carte Vitale, dossier médical, obligations...)

- La relation médecin généraliste / patient se réduit au strict nécessaire, en termes de soins et en termes d'information

## 2 - En attendant la consultation... **35 mn d'attente** (moyenne)

- > Un patient anxieux du fait de sa visite chez le médecin
- > Une anxiété aggravée par une attente longue





# La salle d'attente, un lieu stratégique d'information

- > Un public totalement captif
  - > Un public à la recherche d'une activité dérivative
  - > Un public ouvert à une information liée à la santé
- 
- Une cible stratégique en termes publicitaires
    - Des femmes (80% des patients des médecins généralistes)
    - Jeunes : 25/49 ans
    - Avec enfants
    - Urbaines

Un public **100% captif**, un lieu de communication **100% efficace**





Un magazine  
100% légitime,  
100% utile !



## 1 - Fonction

- > Décloisonner les thématiques de la santé et les rapprocher des centres d'intérêt généraux et quotidiens
- > Intégrer le médecin généraliste dans le processus d'information sur la prévention
- > **Agir sur les comportements pour une réelle prise en main de sa santé**

## 2 - Comité éditorial : les principaux acteurs de la prévention

- > Institut National de Prévention et d'Éducation à la Santé
- > Fédération Nationale de la Mutualité Française
- > Caisse Nationale de l'Assurance Maladie
- > Centre Technique des Institutions de Prévoyance
- > l'INSERM

## 3 - Concept éditorial : Magazine acteur d'une vision moderne de la prévention

- > Pas de pensum médical ou de diktat hygiéniste : donner envie de santé

## 4 - Périodicité : bimestrielle

- > 6 numéros / an, parution mois pairs.

## 5- Diffusion

- > Magazine gratuit
- > Niveau de diffusion : 300.000 exemplaires (OJD)
- > Mis à disposition dans les salles d'attente des plus gros cabinets médicaux (+ 50 consultations / jour) dans des présentoirs dédiés. Diffusion france entière, villes de + 100.000 habitants.
  - cabinets médecins généralistes : ..... 150.000 ex (1.000 cabinets)
  - cabinets gynécologues : ..... 75.000 ex (500 cabinets)
  - cabinets pédiatres : ..... 75.000 ex (500 cabinets)
- > Opérateur de la diffusion : IDS France (filiale IDS International, N°1 en Europe et au Canada de communication directe vers le grand public en cabinet médical et pharmacie).



Une approche de la prévention reconnue par les médecins.

Une réelle influence auprès de ses lecteurs.



# Une approche de la prévention reconnue par les médecins.

Les médecins : généralistes, gynécologues et pédiatres.

- > Taux de lecture : **65%**
- > Aide à la prévention : **96%**
- > Aide au dialogue médecin / patient : **81%**
- > Distribution d'échantillons pour les patients : **75%** favorables
- > Médicaments non remboursés et produits environnement médical
  - 75%** sont amenés à recommander des médicaments non remboursés
  - 64%** sont amenés à recommander des produits de dermo-cosmétique
  - 57%** sont amenés à recommander des compléments alimentaires
  - 45%** sont amenés à recommander des auto-tests

*Source SOFRES TNS Healthcare - avril 2008*

# Une réelle influence auprès de ses lecteurs

## Profil des lecteurs



Homme ..... 18%  
Femme ..... 82%

CSP  
interviewé

ST PCS+ ..... 27%  
ST PCS- ..... 40%  
Inactifs /retraités ... 32%  
Sans réponse ..... 1%

CSP  
Chef de ménage

ST PCS+ ..... 36%  
ST PCS- ..... 37%  
Inactifs /retraités ... 26%  
Sans réponse ..... 1%

Age

15-24 ans ..... 9%  
25-34 ans ..... 22%  
35-49 ans ..... 33%  
50-64 ans ..... 26%  
65 ans et + ..... 9%  
Sans réponse ..... 1%

Présence  
d'enfants

A naître ..... 3%  
1 ..... 25%  
2 ..... 28%  
3 ..... 13%  
Plus de 3 ..... 4%  
Non ..... 26%  
Sans réponse ..... 1%

Age des  
enfants

0-6 mois ..... 2%  
7 mois - 1 an ..... 5%  
1 - 5 ans ..... 23%  
6 - 10 ans ..... 19%  
Plus de 10 ans ..... 72%  
Sans réponse ..... 1%

Source SOFRES TNS Healthcare - novembre 2007



## Consultation et consommation **du magazine**

- > 93% des lecteurs en salle d'attente emportent le magazine chez eux
- > 63% discutent des thèmes du magazine en famille
- > Taux de circulation : 5

**Audience globale : 1,5 millions de lecteurs**

- > 50% déclarent ne pas lire d'autres magazines santé
- > 47% déclarent lire d'autres magazines gratuits
- > 97% sont globalement satisfaits du contenu du magazine

## **Impact de Bien Sûr Santé sur le comportement**

- > 66% déclarent que le magazine les aide à aborder certains sujets avec leur médecin
- > 94% estiment que le magazine leur a appris des choses qu'ils ne savaient pas

**56% déclarent que Bien Sûr Santé les a incités à changer leur comportement et leurs habitudes vis à vis de la santé.**

*Source SOFRES TNS Healthcare - novembre 2007*



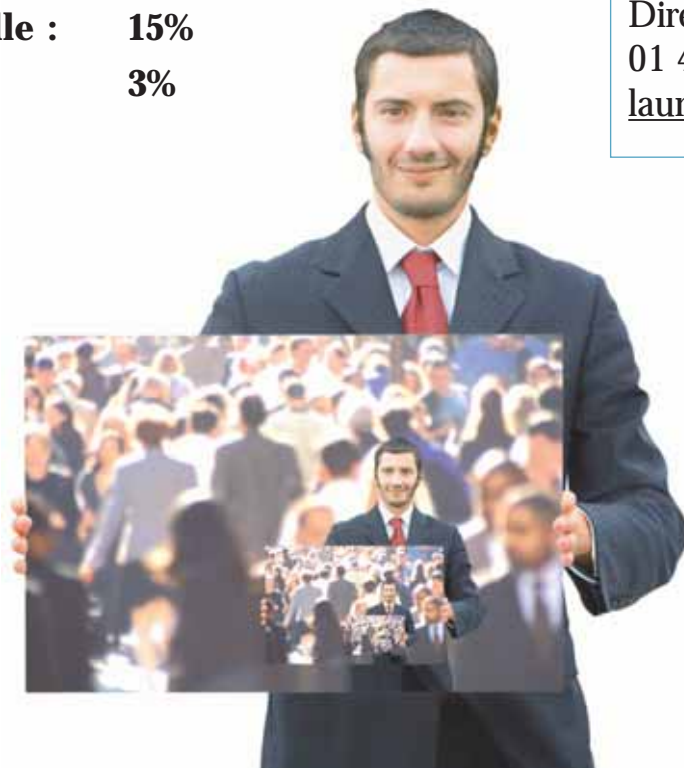
## Tarif publicitaire 2010

Format	Emplacement	Tarif HT
Page .....	sans .....	18.000 €
	4° couverture .....	27.000 €
	2° couverture .....	25.200 €
	3° couverture .....	23.400 €
	1 EP de rigueur .....	19.800 €
	2 EP de rigueur .....	21.600 €
	3 EP de rigueur .....	23.400 €
	1er recto contre-texte .....	25.200 €
Double-page.....	sans .....	36.000 €
	1ère DP ou centrale .....	46.800 €
	DP d'ouverture .....	50.400 €
1/2 page .....	sans .....	10.800 €
	ss-texte ou CT-texte .....	11.900 €
1/4 page .....	sans .....	6.300 €
	bord extérieur .....	7.000 €

# Remises et dégressifs

- **Remise nouvel annonceur : 5%**
- **Remise volume**

2 pages	5%
3 et 4 pages	8%
5 à 7 pages	12%
8 pages et +	20%
- **Remise professionnelle : 15%**
- **Cumul des mandats : 3%**



marques & medias regie

## Contacts :

Philippe MOREL : 01 47 39 08 11 / 06 83 03 26 27  
[pm@mmregie.com](mailto:pm@mmregie.com)

Albane SAUVAGE : 01 47 39 04 81 / 06 60 97 12 98  
[as@mmregie.com](mailto:as@mmregie.com)

Directrice de la publicité : Laurence LANSAC  
01 47 56 93 13 / 06 80 32 73 54  
[laurence@mmregie.com](mailto:laurence@mmregie.com)

 d'infos sur [www.biensur-sante.com](http://www.biensur-sante.com)



## Dates de diffusion 2010

Daté janvier / février : ..... 04 janvier

Daté mars / avril : ..... 20 mars

Daté mai / juin : ..... 15 mai

Daté juillet / août : ..... 20 juin

Daté septembre / octobre : ..... 15 septembre

Daté novembre / décembre : ..... 15 novembre

## IDS Santé

### ■ Le partenaire leader pour sensibiliser le grand public aux thèmes de santé

IDS Santé est filiale d'IDS International. Présent en Europe, en Amérique du Nord, en Asie et en Afrique, le groupe informe chaque année plus de 600 millions de personnes à travers le monde

En France, IDS est leader de la communication directe vers le grand public, en salle d'attente et en pharmacie

### ■ L'organisation optimale au service de votre communication santé

IDS Santé développe depuis 15 ans un service exclusif, "Relais-Patients", en partenariat avec plus de 15.000 professionnels de santé (50 millions de brochures diffusées chaque année)

Avec un réseau sélectif de quelque 9.000 présentoirs d'information, et de 4.500 cadres d'affichage, "Relais-Patients" génère directement 156 millions de contacts par an