

Réalisation d'un vrai **CANAL SANTE** en vidéos pour le grand public accessible via poster / QR Code en Wait Marketing intelligent

1. Le produit / concept
2. Pourquoi ?
3. Le business plan

Le Produit :

- **Une véritable chaîne santé avec un catalogue de vidéos divers formats** : formation aux gestes d'urgence, interviews, web séries médicales...
- Permet l'**édutainment** : apprendre en s'amusant
 - le corps, les maladies, les traitements...
- **Prévention, conseils hygiéno-diététiques...**
- 100 % médical, vulgarisé, rassurant, validé, et **répondant ainsi à la demande actuelle du marché.**



Le concept :

- Accès à ces modules / ce média santé par le biais **d'affiche et QR Code**, dans les lieux d'attente et de passages, notamment les salles d'attente des professionnels de santé.
- Gratuit pour le grand public
- Légère contribution pour les professionnels de santé : 30 euros par an par poster, 25 euros pour les médecins généralistes
- Faire du **WAIT MARKETING intelligent** : rendre l'attente agréable et ludique

Une affiche / Un QR Code / Des vidéos

Le poster A3 présente les sujets des tutoriels retenus :

Les gestes d'urgence

- Le massage cardiaque
- La manœuvre de Heimlich
- La compression manuelle
- La Position Latérale de Sécurité (PLS)
- L'utilisation d'un défibrillateur automatique

Le Canal santé :

- Véritable chaîne TV 100% santé,
- Axée sur la prévention,
- Apporte informations et distraction



Une affiche / Un QR Code / Des vidéos

Les gestes d'urgence : modules réalisés avec le Dr Laure DROUIN, médecin urgentiste.



- Parfaitement illustrés
- Discours vulgarisés
- Modules complets de 5 à 8 minutes : les manœuvres mais aussi des informations : et si c'est un enfant ? Comment évaluer l'état de la victime ?

Une affiche / Un QR Code / Des vidéos

Le Canal santé : web séries, JT, interviews, reportages, animations...

- => Pour enfin mieux comprendre son corps, ses pathologies, ses traitements...
- => Pour être sensibilisé aux facteurs de risque, aux conseils hygiéno-diététiques...
- => **EDUTAINMENT**
- => **PREVENTION et BONNE OBSERVANCE !**



2. Pourquoi ?

Parce qu'en matière de secourisme, le constat est accablant

- => **80%** de la population Française ne connaît pas les gestes de premiers secours !
- => Chaque année en France, **50 000** personnes sont victimes d'un arrêt cardiaque avec décès dans **95%** des cas !
- => En Israël, pays confronté aux urgences de guerre, des clips vidéo sont régulièrement diffusés pour faire des « **piqûres de rappel** »
- => Qui se dirige spontanément sur les tutoriels disponibles sur le net, pour se former ou parfaire ses connaissances ? Personne ou presque.

UNE ACTION DE « PUSHING » EST INDISPENSABLE !



2. Pourquoi ?

Parce que les études révèlent les besoins et la demande du grand public en ce qui concerne les informations sur la santé

17,9 millions de Français se sont connectés sur au moins 1 site de santé/bien-être en février 2017 => soit une **augmentation de 1,3 millions de personnes** par rapport à 2016

- « Les Français recherchent régulièrement des informations sur leur santé et sont en attente d'une information fiable et accessible à tous »
- **2 Français sur 3** qualifient d'anxiogène l'information santé trouvée sur le web
- **78%** des personnes interrogées feraient davantage confiance à des **informations provenant d'un site internet spécialisé sur la santé et validées par un ou plusieurs médecins.**
- **4 Français sur 10** restent insatisfaits des informations santé qu'ils trouvent sur internet

Parce que les QR Codes reviennent en force

- Les QR Codes sont :
 - de plus en plus utilisés pour promouvoir un produit ou informer
 - de plus en plus présents dans notre quotidien : journaux, factures, étiquettes de colis, publicité...
- Les géants de l'internet intègrent désormais les lecteurs de QR Codes dans leurs applications
- **Les GAFAM relancent leur utilisation**



2. Pourquoi ?

Parce que le Wait Marketing est le meilleur moyen de toucher la population

=> Dans un moment d'attente, l'individu est plus ouvert pour la communication, considérée comme non intrusive : **une personne qui attend est une personne réceptive**

=> Selon une étude IFOP : à titre de comparaison, un même spot publicitaire est **mémorisé par 17 % des gens à la télévision contre 27 % dans une salle d'attente**, où l'on attend en moyenne 20,2 minutes

⇒ C'est la meilleure façon de communiquer **au BON MOMENT et au BON ENDROIT**

=> Ce type de communication fait partie des stratégies les moins onéreuses ! => dans un livre consacré au Wait Marketing, Diana DERVAL explique pourquoi la **salle d'attente d'un médecin est un lieu privilégié**.

=> **Les patients sont ouverts, demandeurs et réceptifs à toute démarche éducative, notamment par l'intermédiaire des supports d'information de la salle d'attente de leur médecin généraliste**

=> L'information peut passer par un écran, mais il y en a un, que **le patient emporte avec lui, partout où il le souhaite, c'est celui de son smartphone**. La communication devient moins intrusive et plus « la carte »

=> La couverture 4G devient de plus en plus correcte et la 5G arrive !

2. Pourquoi ?

Parce qu'avec la baisse du nombre de praticiens, la hausse du nombre de patients, les délais d'attente augmentent.

- Des concept de salles d'attente « connectées » commencent à voir le jour, avec la mise à disposition de tablettes et programmes d'informations sur les maladies et des questionnaires spécifiques rendant le patient acteur de sa santé.
Mais cela a un coût...

- Parce que les contenus des écrans TV ont un coût également, pouvant atteindre par exemple 12 000 euros par an (que pour le programme)



Notre concept unique allie les avantages de ces « faux concurrents » tout en étant plus que compétitif sur le budget !



2. Pourquoi ?

Parce que le marché évolue et malgré les différents concepts, notre *Canal santé* reste unique et précurseur



Conscient également des besoins du marché, MONDADORI (Top Santé, Biba, Grazia, Pleine Vie...) lance « Dr GOOD » un magazine exclusivement dédié à la santé et qui mise surtout sur la prévention. Plus de 130 000 exemplaires écoulés depuis septembre. Imaginons l'impact en vidéo et en accès gratuit pour le grand public !

Les sites « médicaux » connus et reconnus sont des magazines à prédominance santé, dans lesquels les informations médicales côtoient le bien-être, l'horoscope et les astuces beauté. (Doctissimo, E-santé, Dr Clic, Médisite, Passeport Santé, etc.). Ils contiennent peu de vidéos et malgré leur présence, la plupart des internautes restent insatisfaits et demandeurs d'un média spécialisé, rassurant et fiable.



2. Pourquoi ?

Parce que le concept plait et le Docteur KIERZEK nous soutient et nous accompagne dans ce projet



Dr Gérald KIERZEK, médecin urgentiste, membre de la Société Française de Médecine d'Urgence et ancien membre de l'observatoire national du secourisme (au sein du Ministère de l'Intérieur), chroniqueur, expert en santé sur Europe 1.

Parce que le potentiel est énorme - 1/3

Professionnels de santé : plus de 3 000 établissements de santé

- + de 100 000 MG
- Environ 37 000 cabinets médicaux : + de 258 millions de consultations !
- + de 595 000 infirmiers : 48 700 cabinets d'infirmiers
- + de 66 000 kinésithérapeutes : 34 100 cabinets de masseurs-kinésithérapeutes
- + de 40 000 chirurgiens-dentistes : 36 100 cabinets dentaires
- + de 18 000 orthophonistes
- 12 614 cabinets de pédicures-podologues
- 1500 laboratoires de biologie

Ministère des Solidarités et de la Santé. Les établissements de Santé - Edition 2017.

DGOS-DREES. Les chiffres clés de l'offre de soins. 2015

2. Pourquoi ?

Parce que le potentiel est énorme - 2/3



	Guadeloupe	Martinique	Guyane	La Réunion	Mayotte	France métropolitaine
Établissements publics¹	10	15	2	10	1	1 351
CHR/CHU	1	6	0	6	0	165
CH, dont anciens hôpitaux locaux	8	8	2	3	1	940
CHS	1	1	0	1	0	93
Autres établissements publics	0	0	0	0	0	153
Établissements privés à but non lucratif	0	1	1	3	0	686
CLCC ²	0	0	0	0	0	21
Autres établissements privés à but non lucratif	0	1	1	3	0	665
Établissements privés à but lucratif	12	4	2	16	0	975
Établissements de SSR	4	1	0	8	0	337
Établissements de MCO ou pluridisciplinaires	8	3	2	6	0	489
Établissements de lutte contre les maladies mentales	0	0	0	2	0	142
Établissements de SLD	0	0	0	0	0	6
Autres établissements privés à but lucratif	0	0	0	0	0	1
Total	22	20	5	29	1	3 012

CHR : centre hospitalier régional ; CHU : centre hospitalier universitaire ; CH : centre hospitalier ; CHS : centre hospitalier spécialisé dans la lutte contre les maladies mentales ; CLCC : centre de lutte contre le cancer ; SSR : soins de suite et de réadaptation ; MCO : médecine, chirurgie, obstétrique, odontologie ; SLD : soins de longue durée.

1. Le nombre d'entités indiqué pour le secteur public comptabilise désormais toutes les entités géographiques (et non uniquement les entités juridiques comme c'était le cas avant 2012). Pour une entité juridique multisite comme l'AP-HP, on compte autant d'entités que de sites.

2. En 2015, les 3 sites de l'institut de cancérologie de l'Ouest et les 2 sites de l'Institut Curie sont comptés chacun comme un établissement.

Champ > France métropolitaine et DROM (y compris Mayotte), y compris le SSA. Les données sur la Guadeloupe incluent les deux établissements de Saint-Martin et Saint-Barthélemy. Sont comptabilisés les établissements d'hospitalisation disposant au 31/12/2015 d'au moins un lit (ou d'une place) à temps complet ou partiel, y compris les anciens hôpitaux locaux. Ne sont pas comptabilisés les centres de dialyse et de radiothérapie.

Source > DREES, SAE 2015, traitements DREES.

Parce que le potentiel est énorme - 3/3

Autres cibles – lieux d'attente, entreprises...

- SNCF : 400 gares nationales
- 475 aéroports
- 365 compagnies d'assurances/ mutuelles
 - exemple APICIL : 2000 collaborateurs à former en interne, 17 agences...
- 36 000 mairies
- 60 000 taxis
- 17 000 hôtels
- 5 200 sociétés d'ambulances
- 4 000 clubs de fitness/salles de sport
- 600 résidences étudiantes
- 3 400 000 entreprises
 - dont 5% entre 10 et 500 salariés
 - 1% + de 500 salariés

Le besoin de financement pour 2017
pour assurer un amorçage des contenus sera de :
69 000 € HT

2017	PU	N	Fréquence/mois	
Vidéos gestes d'urgence	2 100,00€	5		10 500,00€
Conception Affiches	2 000,00€	1		2 000,00€
Approche Commerciale	5 000,00€	1		5 000,00€
Episodes de la "Consult"	4 000,00€	2		8 000,00€
Reportage	1 500,00€	2		3 000,00€
JT	2 500,00€	2		5 000,00€
ITW	1 000,00€	2		2 000,00€
Pastille médicale	2 000,00€	5		10 000,00€
Information diverses	10 000,00€		1	10 000,00€
Coordination médicale	2 000,00€		1	2 000,00€
Frais	4 000,00€		1	4 000,00€
Relation Presse	3 500,00€		1	3 500,00€
Relation Commerciale	4 000,00€		1	4 000,00€
				69 000,00€

Le besoin de financement pour 2018

530 000 € HT

	2018			
	PU	N	Fréquence/mois	
Vidéos gestes d'urgence	2 100,00€			0
Conception Affiches	2 000,00€			0
Approche Commerciale	5 000,00€			0
Episodes de la "Consult"	4 000,00€	20		80 000,00€
Reportage	1 500,00€	20		30 000,00€
JT	2 500,00€	20		50 000,00€
ITW	1 000,00€	20		20 000,00€
Pastille médicale	2 000,00€	40		80 000,00€
Information diverses	10 000,00€	10		100 000,00€
Coordination médicale	4 000,00€		10	40 000,00€
Frais	4 000,00€		10	40 000,00€
Relation Presse	3 500,00€		12	42 000,00€
Relation Commerciale	4 000,00€	1	12	48 000,00€
				530 000,00€

Le besoin de financement servira :

- Embaucher un commercial
- Etablir un plan média par une agence de Relation Presse
- Être présent sur les réseaux sociaux (FB, TT) par une vraie campagne de community management
- Créer du contenu :
 - Episodes de « *La Consult* », WEB série avec portée de santé publique
 - ITW
 - Reportage
 - JT
 - Pastille médicale
 - Fond documentaire

CA attendu pour 2018 uniquement dans le monde médical exclusif
avec un retour de 20% pour l'achat d'une seule affiche à 25 €

711 910 €

EHPAD	900
Cliniques	1050
CHR	900
CHU	32
Medecin	38000
Kiné	34000
Dentiste	36000
Orthophoniste	18000
Pédicure	12000
Labo	1500

**=> L'objectif est d'être rentable dès 2018 <=
Perspectives d'avenir : + 20% chaque année**

=> Ils nous ont fait déjà confiance :

- Le groupe hospitalier SOS
- Le District Urbain de Faulquemont
- Les résidences étudiantes SERGIC
- Les CHU de Grenoble et Nîmes
- Umanlife (carnet de santé digital)
- La clinique Saint-Nabor
- Des kinésithérapeutes, médecins généralistes et pharmaciens du Grand Est
- Des mairies mosellanes
- L'Est Républicain
- La société Proteor

=> Contacts en voie de finalisation :

EDF, Johnson et Johnson, la SNCF, Apicil, Nancy Métropole, Mairie de Bois d'Arcy
D'autres contacts sont en cours, des réponses sont attendues.

TAKE HOME MESSAGE



=> Le concept : une affiche / un QR Code / des vidéos :

- Des modules sur les **gestes de premiers secours** servant de push et de point d'entrée
- **Un Canal santé** : une chaîne médicale exclusivement consacrée à la santé, avec un catalogue de vidéos en EDUTAINMENT

=> Pour les salles d'attente des professionnels de santé :

- Wait Marketing intelligent
- Uniquement 25 euros / an / affiche pour les MG
- Uniquement 30 euros / an / affiche pour les autres professionnels de santé, les CHU...

=> Pour les entreprises, mairies, écoles, hôtels, SNCF... :

- Formation de leurs salariés aux gestes d'urgence
 - Pour les novices + en piqure de rappel pour les salariés formés
- Service offert à leurs clients/usagers/citoyens
- 30 euros / an / affiche

Pour créer et valider les modules santé

L'équipe sera notamment composée d'un trio de médecins

- **Le Dr Jean-Jacques ERBSTEIN** : médecin généraliste
Avenue de Strasbourg
54000 NANCY
jjerbstein@me.com
06 16 82 30 00
- **Le Dr Gérald KIERZEK** : médecin urgentiste et chroniqueur,
expert médical santé sur Europe 1
- **Le Dr Hélène ROSSINOT** : médecin spécialiste en Santé Publique

