

# PHARMACEUTIQUES


SANTE, MEDICAMENT ET INDUSTRIE

**Etude de lectorat 2004**

---

**Un accès privilégié  
au monde du médicament**

# NOTICE MÉTHODOLOGIQUE

- **Les résultats contenus dans le présent document ont été produits à partir d'une étude réalisée par  par téléphone entre le 11 et 19 Mars 2004.**
- **Les interviews ont été conduites auprès d'un échantillon représentatif de 398 personnes appartenant à l'Industrie Pharmaceutique parmi les fonctions de :**
  - ↪ **PDG / DG**
  - ↪ **Direction de la Communication**
  - ↪ **Direction de la Stratégie**
  - ↪ **Direction Marketing-Ventes**
  - ↪ **Chefs de Produits**
  - ↪ **Chefs de Gammes**
  - ↪ **Affaires Réglementaires**

# Pharmaceutiques, un titre incontournable dans l'univers des entreprises du médicament.

- **Au plan de la notoriété spontanée, l'univers des cadres de l'industrie pharmaceutique est largement dominé par deux titres plus complémentaires que concurrents :**

↵	<b>Le quotidien du médecin</b>	<b>61%</b>
↵	<b>Pharmaceutiques</b>	<b>52%</b>

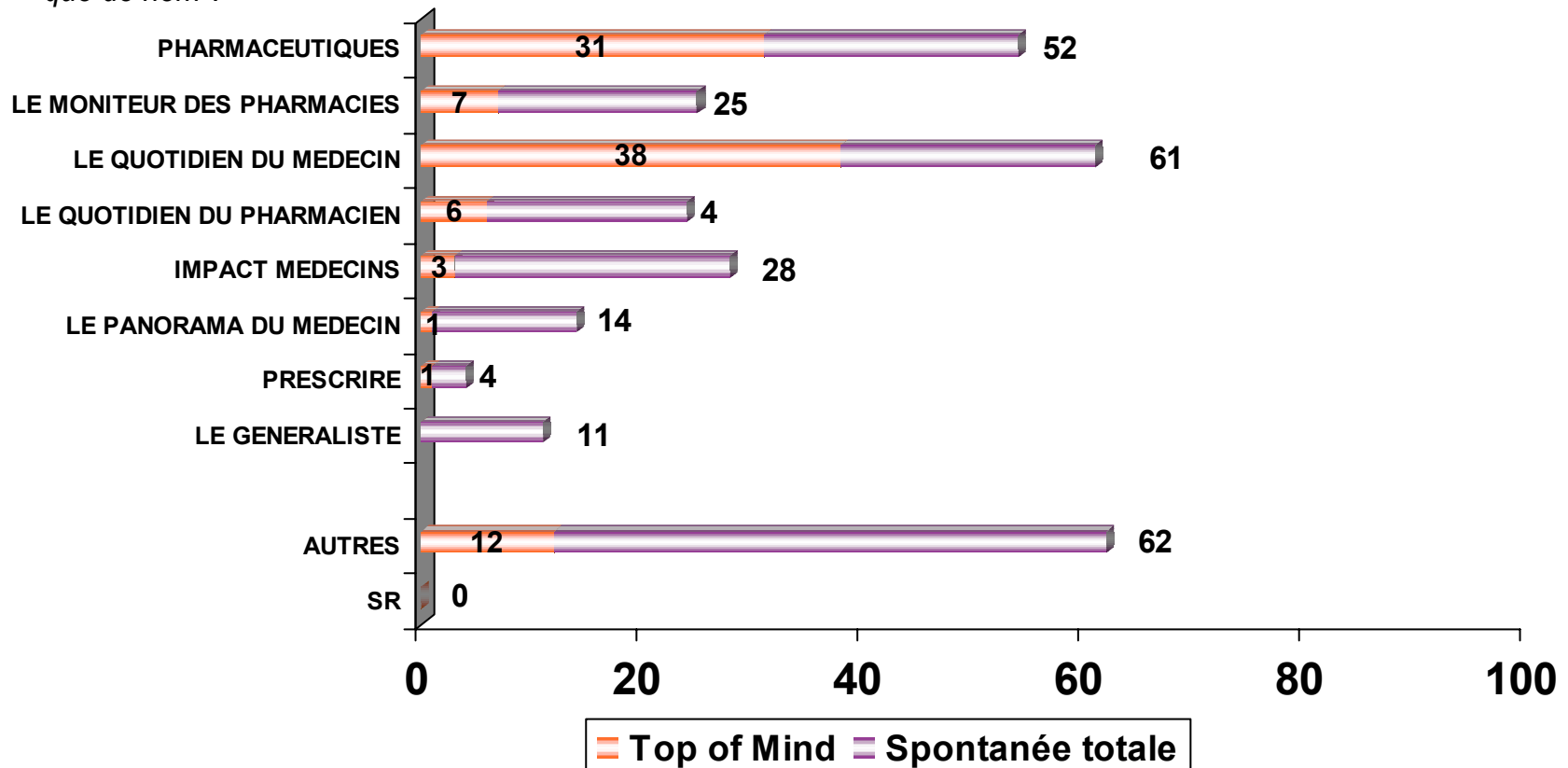
- **En terme de pénétration (accès périodique au titre), « Pharmaceutiques » touche 87% des cadres de l'univers considéré. Une position sans égale notamment auprès des dirigeants qui tous, en sont destinataires et le lisent quasiment à chaque réception (87%).**
- **Des lecteurs qui prêtent un intérêt tout particulier à son contenu puisque 81% d'entre eux le lisent avec acuité contre 19% qui ne font que le feuilleter.**
- **Le devenir du titre témoigne de l'intérêt porté à son contenu éditorial :**
  - ↵ **51% le mettent en circulation**
  - ↵ **32% le conservent**
  - ↵ **13% découpent articles et/ou dossiers**

- **« Pharmaceutiques » a créé un rendez-vous mensuel avec ses lecteurs au point que près de deux tiers d'entre-eux le lisent au bureau dès sa réception. Sa lecture, est suffisamment « roborative » pour justifier une double prise en main, voire une lecture au domicile (31%). Les lecteurs consacrent en moyenne 29 minutes à la lecture de leur exemplaire de « Pharmaceutiques ».**
  
- **Taux de pénétration très élevée, densité de lecture optimale (*notamment pour des lecteurs non payeurs*), taux de prise en main et taux de circulation (4,17 en moyenne) font de « Pharmaceutiques » un outil sans concurrence pour engendrer des contacts utiles avec les cadres des entreprises du médicament.**
  
- **La recette de la performance de « Pharmaceutiques » procède de plusieurs ingrédients :**
  - ↻ **Un titre bien conçu sur le plan de la présentation et du repérage,**
  - ↻ **Une information utiles à 95% des récipiendaires**
  - ↻ **Une rédaction de qualité**
  - ↻ **Un contenu éditorial bien centré sur les préoccupations des décideurs de l'industrie**
  - ↻ **Une revue de presse quotidienne qui s'inscrit comme un complément naturel du titre :**
    - ✓ Un complément rapide et pertinent
    - ✓ Qui colle au plus près de l'actualité (périodicité et lien avec des grands quotidiens)
    - ✓ Agréable à lire
    - ✓ Utile
    - ✓ Personnalisé

# 1. NOTORIÉTÉ DES TITRES DE PRESSE PROFESSIONNELLE

UN UNIVERS TRÈS LARGEMENT DOMINÉ PAR DEUX TITRES PLUS COMPLÉMENTAIRES QUE CONCURRENTS

Q1. Quels sont les titres de la presse professionnelle pour l'Industrie Pharmaceutique que vous connaissez ne serait-ce que de nom ?

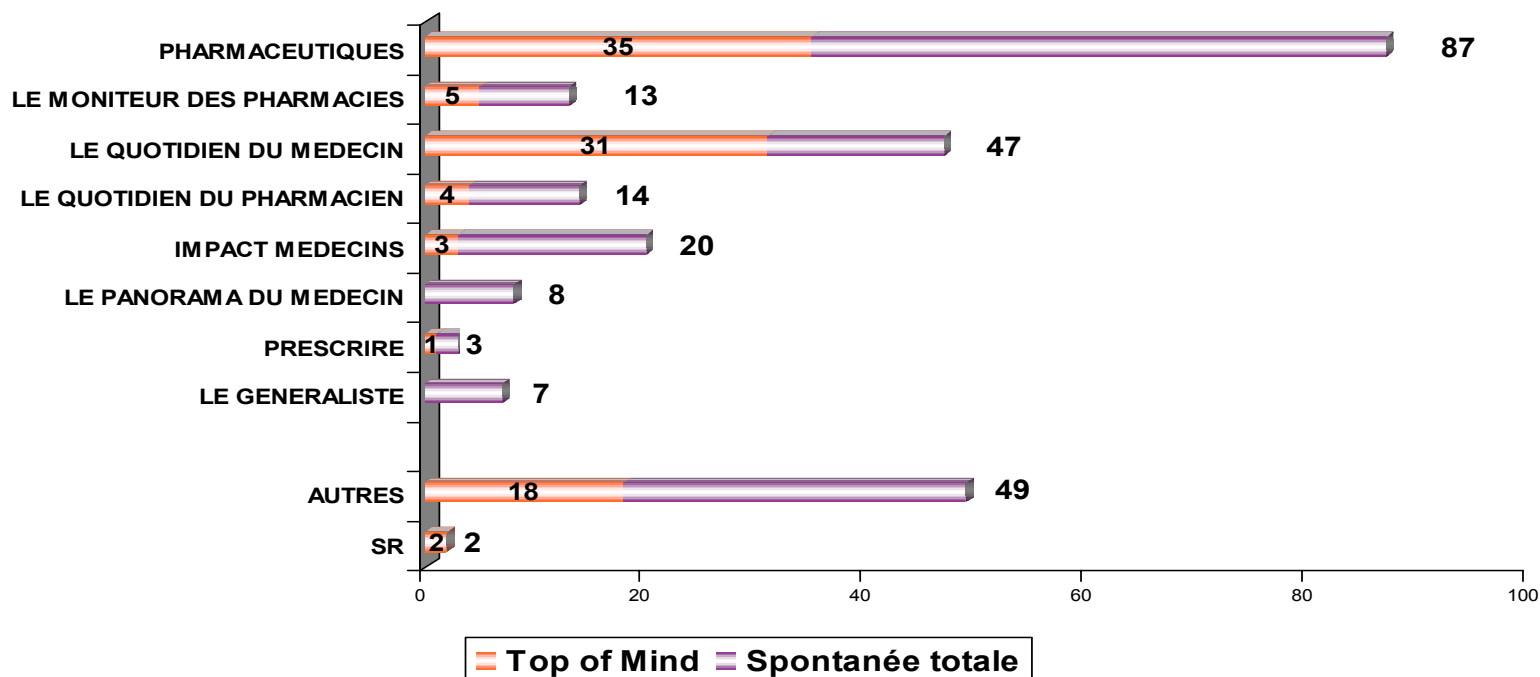


Base : 100% de la population

## 2. LECTURE DES TITRES DE PRESSE PROFESSIONNELLE

### PHARMACEUTIQUES : UNE DOMINATION SANS ÉGAL

*Q2. Quels sont tous les magazines ou journaux professionnels que vous recevez ou auxquels vous accés et que vous lisez au moins occasionnellement ?*



Base : 100% de la population

### 3. FRÉQUENCE DE LECTURE DE PHARMACEUTIQUES

**UN TAUX DE PÉNÉTRATION REMARQUABLE POUR UN TAUX DE CONTACTS TRÈS ÉLEVÉ NOTAMMENT AUPRÈS DES SPHÈRES DIRIGEANTES**

Q3. Concernant PHARMACEUTIQUES, diriez-vous que vous le lisez ou le feuillotez...

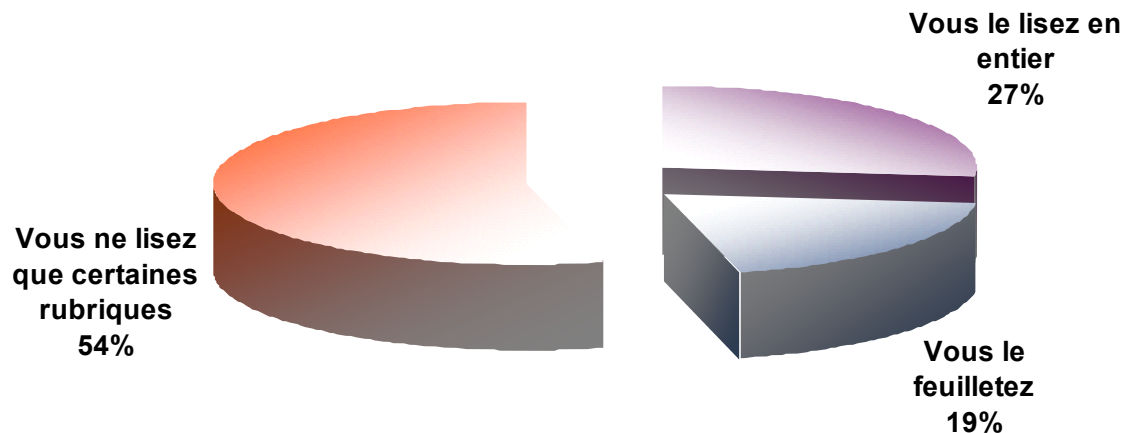
**Lecture au moins occasionnelle de PHARMACEUTIQUES :**

			<u>Lu à chaque fois</u>	<u>Plus rarement</u>	Total
PDG / DG	→	100%	87%	13%	100%
Direction de la Communication	→	96%	64%	36%	100%
Direction Stratégique	→	94%	87%	13%	100%
Direction Marketing-Ventes	→	74%	68%	32%	100%
Chefs de Produits	→	83%	39%	61%	100%
Chefs de Gammes	→	86%	63%	37%	100%
Affaires Réglementaires	→	100%	84%	16%	100%
<b>ENSEMBLE</b>		<b>87,3%</b>	<b>Base : 87,3%</b>		

## 4. DENSITE DE LECTURE

**D'UNE FAÇON GÉNÉRALE PHARMACEUTIQUES EST LU AVEC ACUITÉ PAR 81% DE SES RÉCIPiENDAIRES. UN SCORE QUI, SI BESOIN ÉTAIT, DÉMONTRE L'INTÉRÊT PORTÉ AU TITRE PAR LES CADRES DE L'INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE**

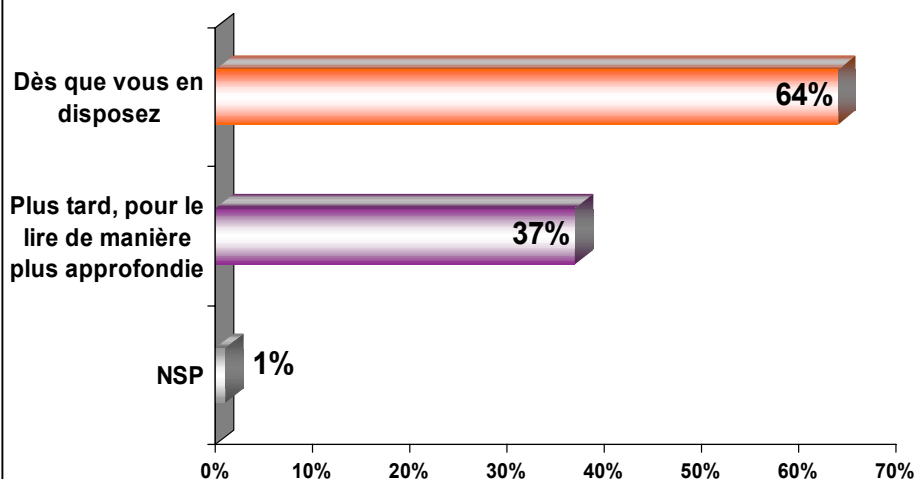
*Q4. Le plus souvent, diriez-vous du magazine PHARMACEUTIQUES que...*



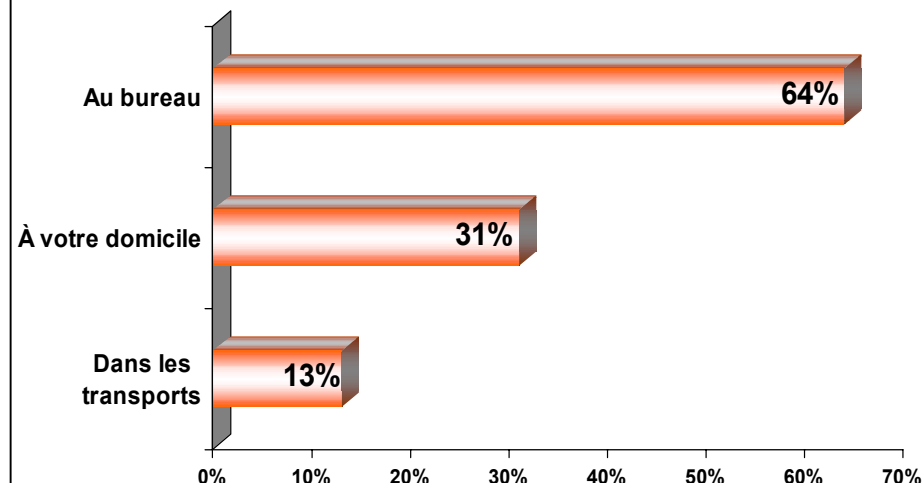
## 5. QUAND ET OÙ LISEZ-VOUS LE PLUS SOUVENT PHARMACEUTIQUES ?

- PLUS DE 6 INDIVIDUS SUR 10 SONT PRESSÉS DE PRENDRE CONNAISSANCE DU CONTENU ÉDITORIAL DE PHARMACEUTIQUES.
- UN CONTENU ÉDITORIAL SUFFISAMMENT « ROBORATIF » POUR JUSTIFIER UNE LECTURE ATTENTIVE AU DOMICILE

**Q5.** *Le plus souvent, quand lisez-vous le magazine PHARMACEUTIQUES ?*

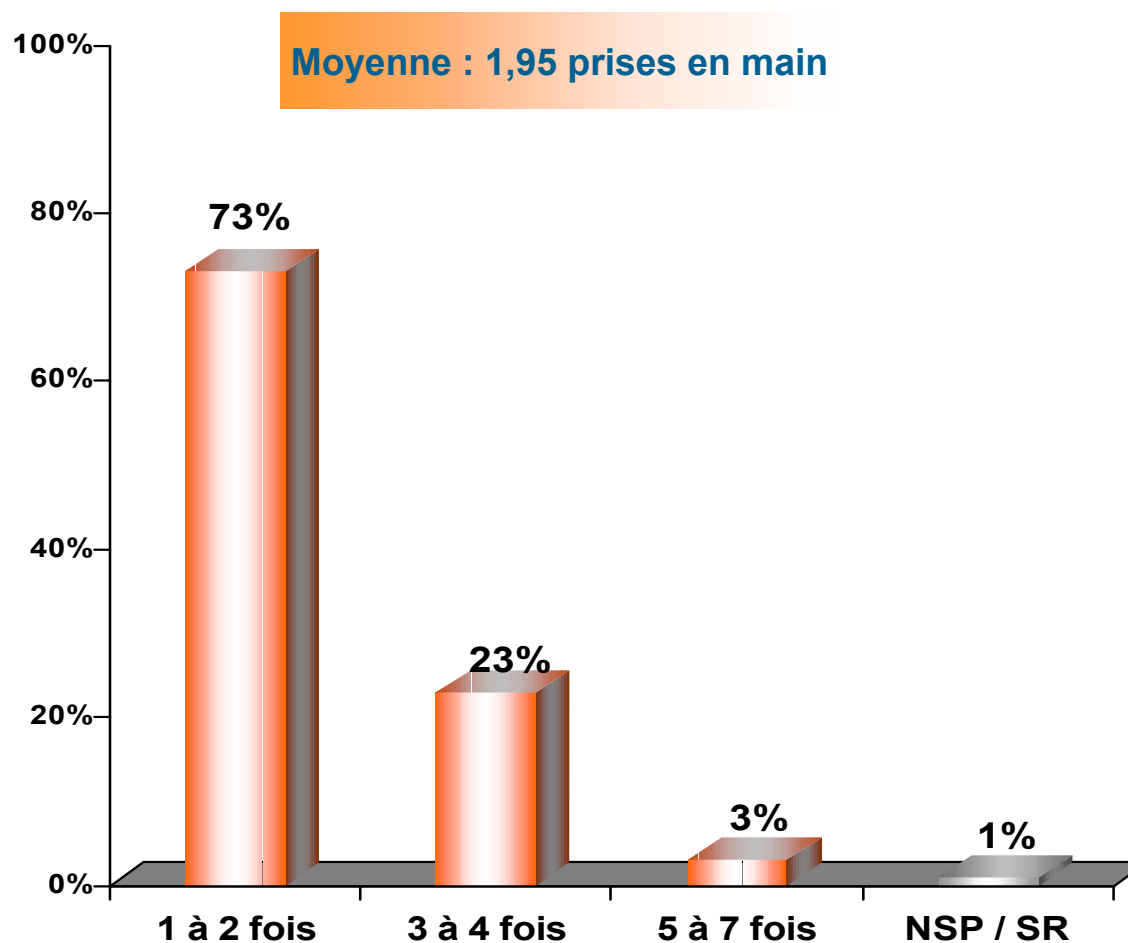


**Q6.** *Où lisez-vous le plus souvent votre exemplaire de PHARMACEUTIQUES ?*



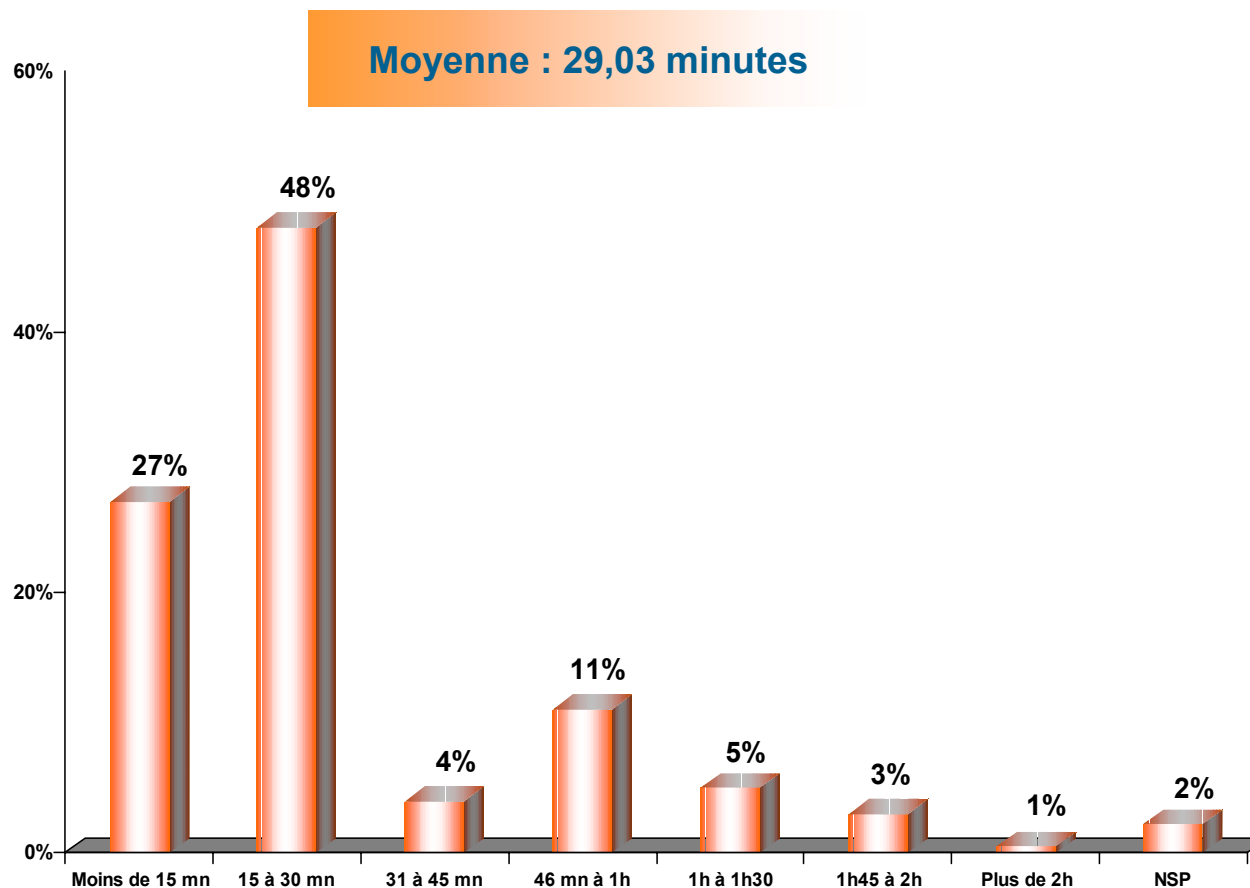
## 6. NOMBRE DE PRISES EN MAIN

*Q7. Le plus souvent, combien de fois prenez-vous en main un numéro du magazine PHARMACEUTIQUES pour le lire ou le feuilleter, y compris en comptant la première fois que vous le lisez ou le feuilletez ?*



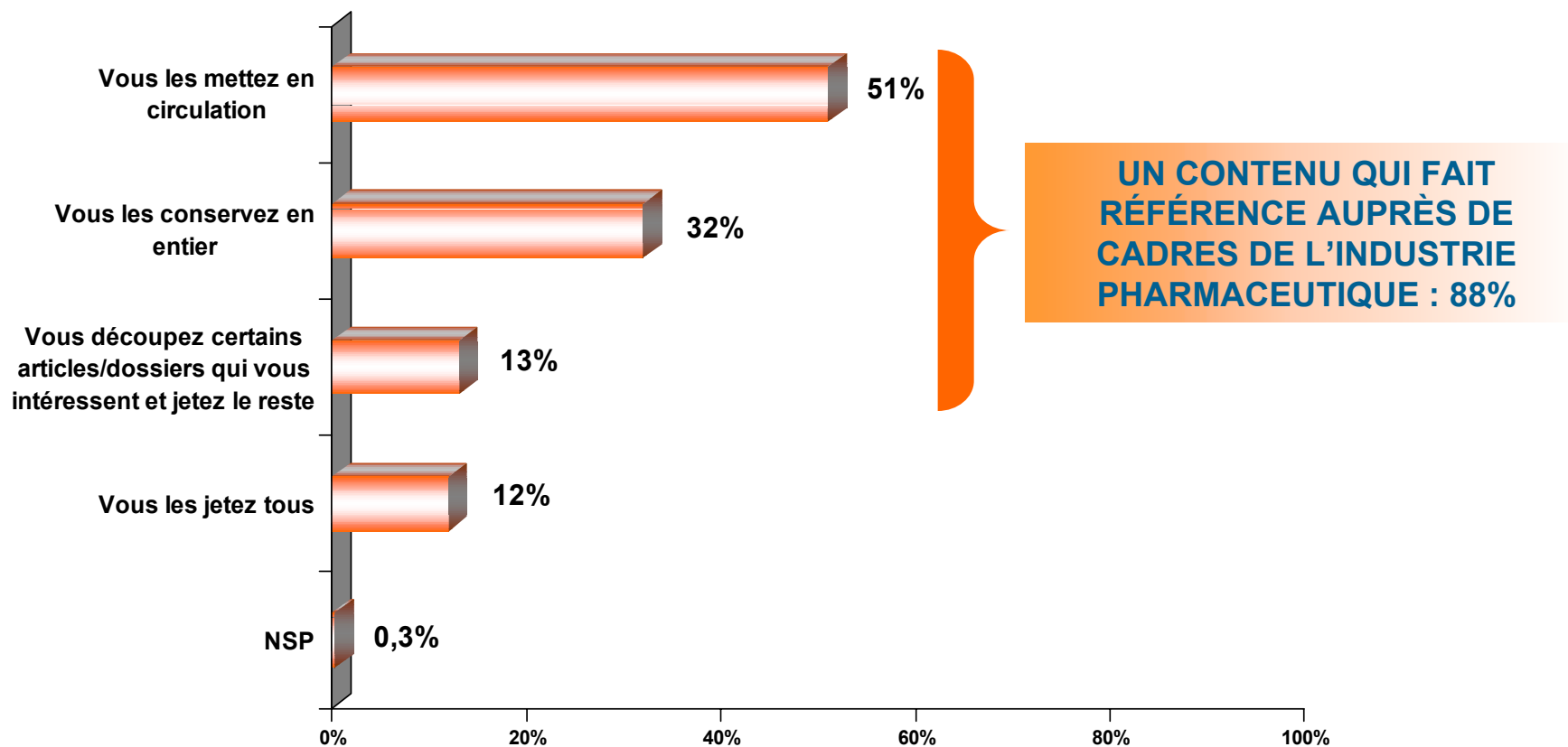
## 7. TEMPS CONSACRÉ À LA LECTURE

**Q8.** Combien de temps consacrez-vous en moyenne à la lecture d'un numéro du magazine PHARMACEUTIQUES en comptant toutes les fois où vous le prenez en main ?



## 8. LES NUMEROS DE PHARMACEUTIQUES APRES LES AVOIR LUS

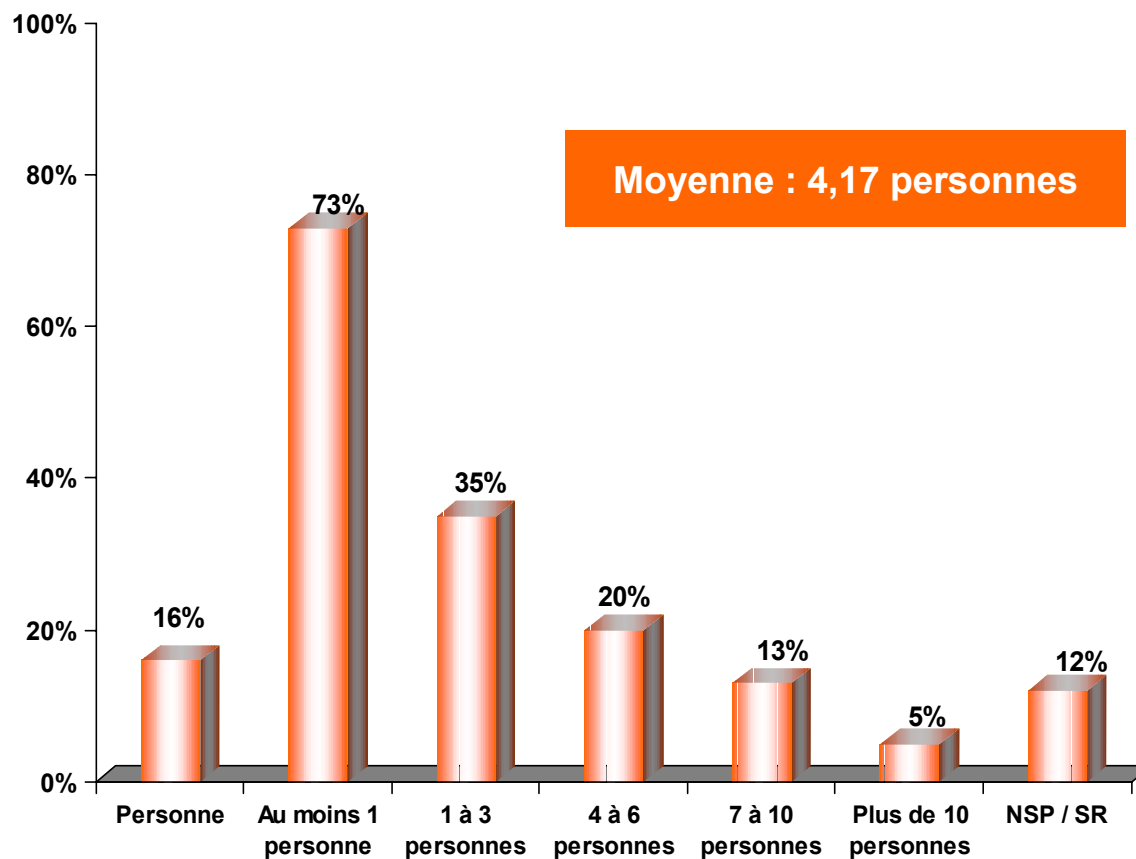
Q9. En général, que faites-vous des numéros du magazines PHARMACEUTIQUES après les avoir lus ?



## 9. NOMBRE DE PERSONNES QUI LISENT VOTRE EXEMPLAIRE

UN TAUX DE CONTACT AU MOINS QUATRE FOIS SUPÉRIEUR AU NOMBRE D'EXEMPLAIRES DIFFUSÉS... QUI DE SURCROÎT NE TIENT PAS COMPTE DES PHOTOCOPIES (13%)

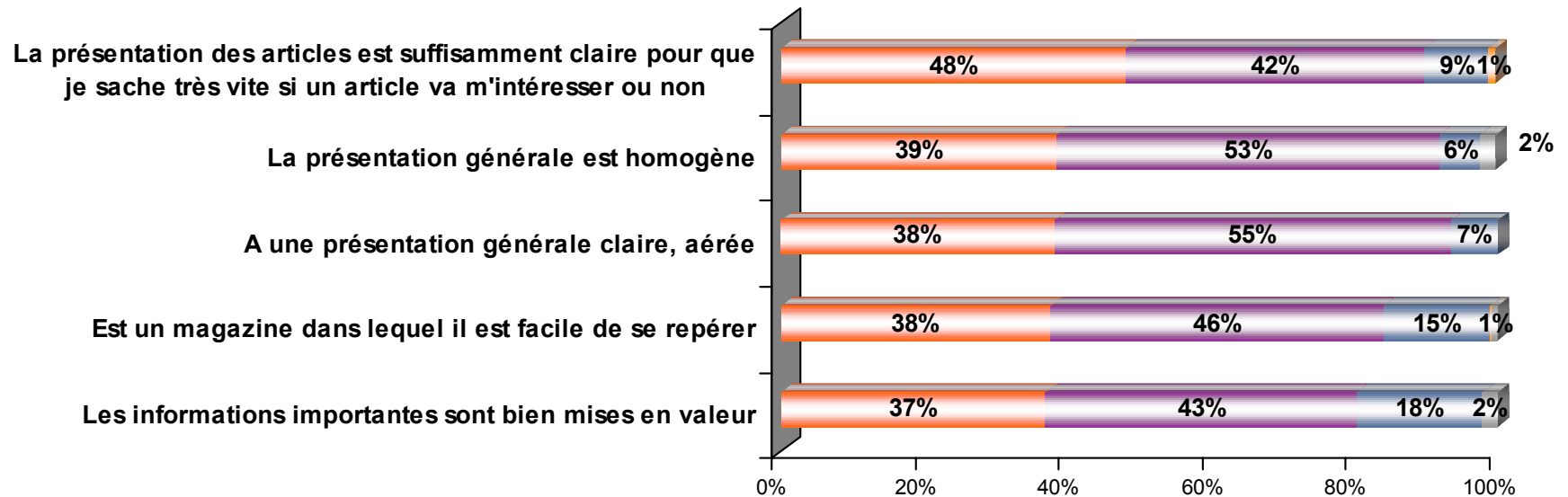
**Q10.** En dehors de vous-même, combien de personnes lisent ou feuilletent votre exemplaire du magazine PHARMACEUTIQUES ?



# 10. LA PRESENTATION GENERALE DE PHARMACEUTIQUES

## SUR LE PLAN DE LA PRÉSENTATION : UN SATISFECIT

**Q11.** Je vais vous citer un certain nombre d'opinions au sujet de la présentation générale du magazine PHARMACEUTIQUES. Pour chacune, vous me direz si vous êtes tout-à-fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec ces opinions ?

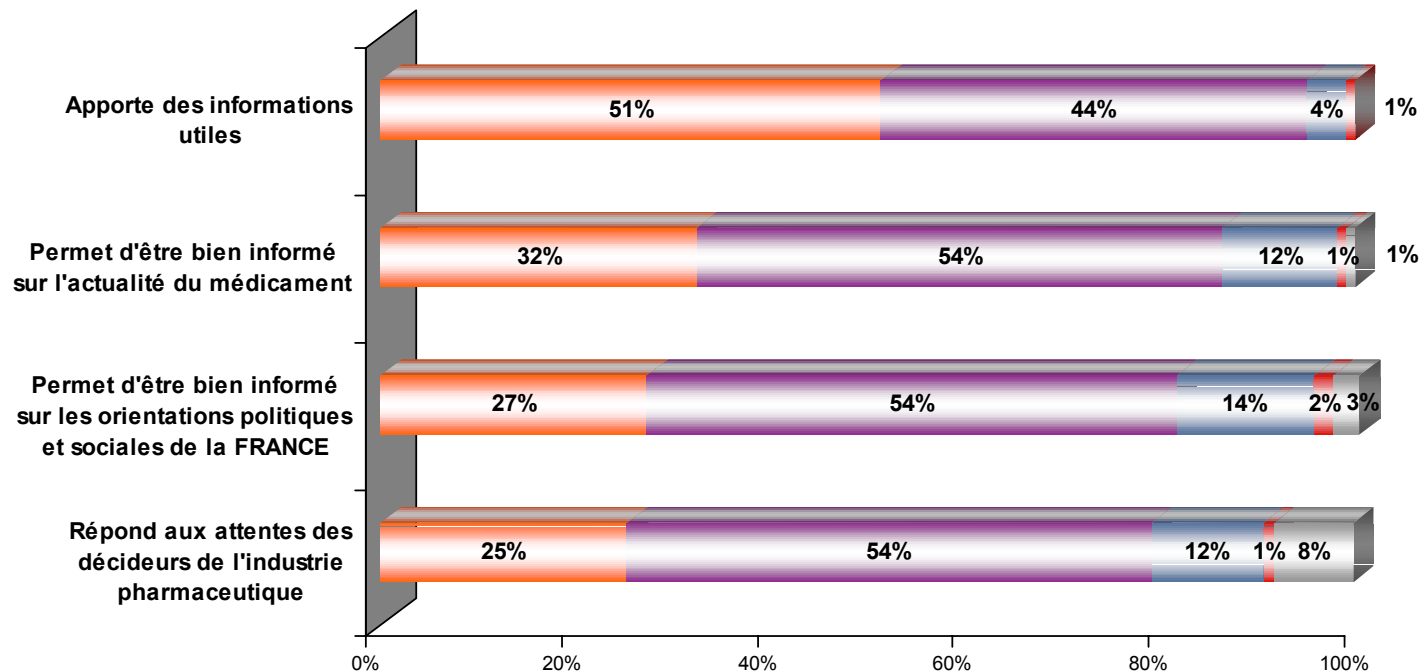


■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord ■ NSP / SR

# 11. L'INTERET DE PHARMACEUTIQUES

- OÙ L'UTILITÉ DE L'INFORMATION JUSTIFIE UN TAUX DE LECTURE ÉLEVÉ.
- POUR AUTANT, CERTAINES ATTENTES DES DÉCIDEURS DE L'INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE RESTENT SANS RÉPONSE

**Q12.** Je vais vous citer un certain nombre d'opinions au sujet du magazine PHARMACEUTIQUES. Pour chacune, vous me direz si vous êtes tout-à-fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec ces opinions ?

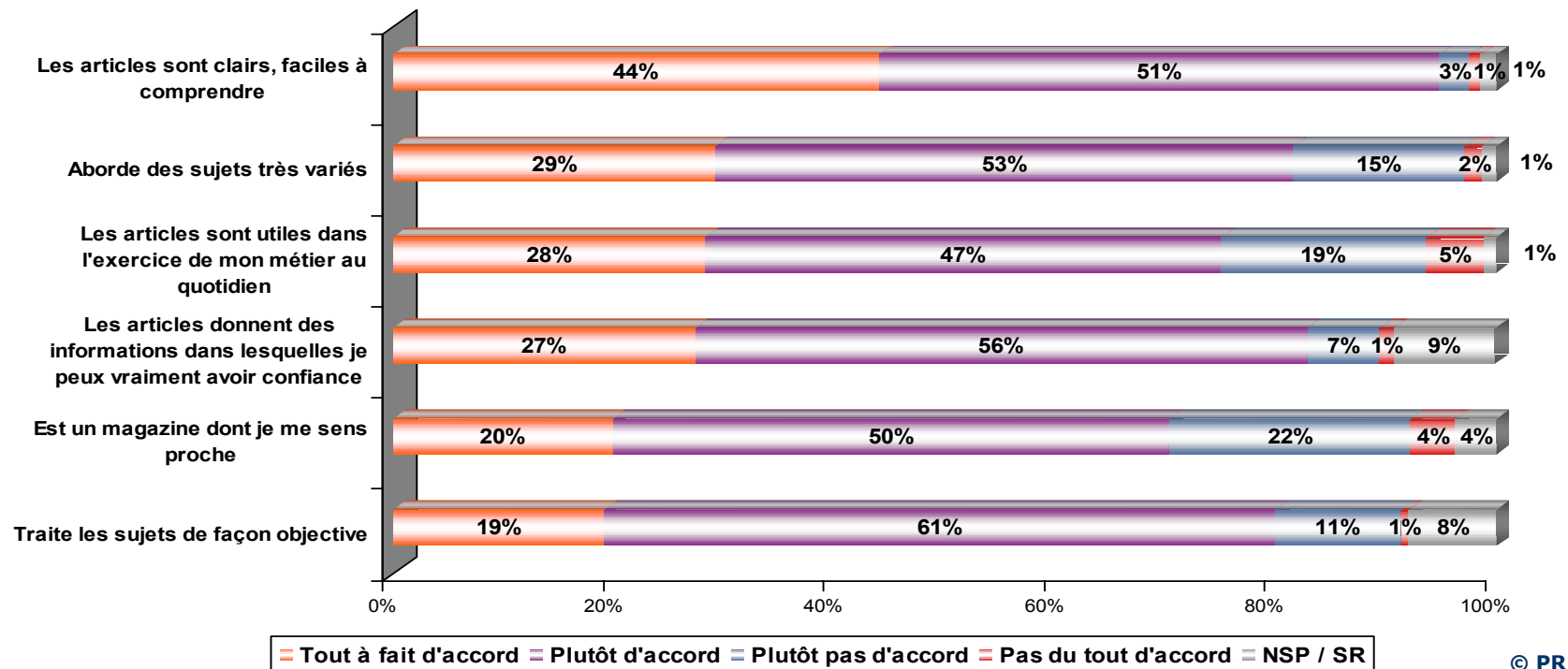


■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord ■ NSP / SR

## 12. LE CONTENU DE PHARMACEUTIQUES

- EN TERMES DE CONTENU, PHARMACEUTIQUES EST BIEN NOTÉ. MÊME SI, À L'INSTAR DE TOUTES LES AUTRES PUBLICATIONS PROFESSIONNELLES, LES LECTEURS NE SAURAIENT DONNER UN TOTAL BLANC SEING AUX JOURNALISTES SUR LE PLAN DE L'OBJECTIVITÉ...
- IL S'AGIT ICI D'UNE PRÉCAUTION DE PURE FORME QUI NE CACHE PAS LE CRÉDIT APPORTÉ À PHARMACEUTIQUES

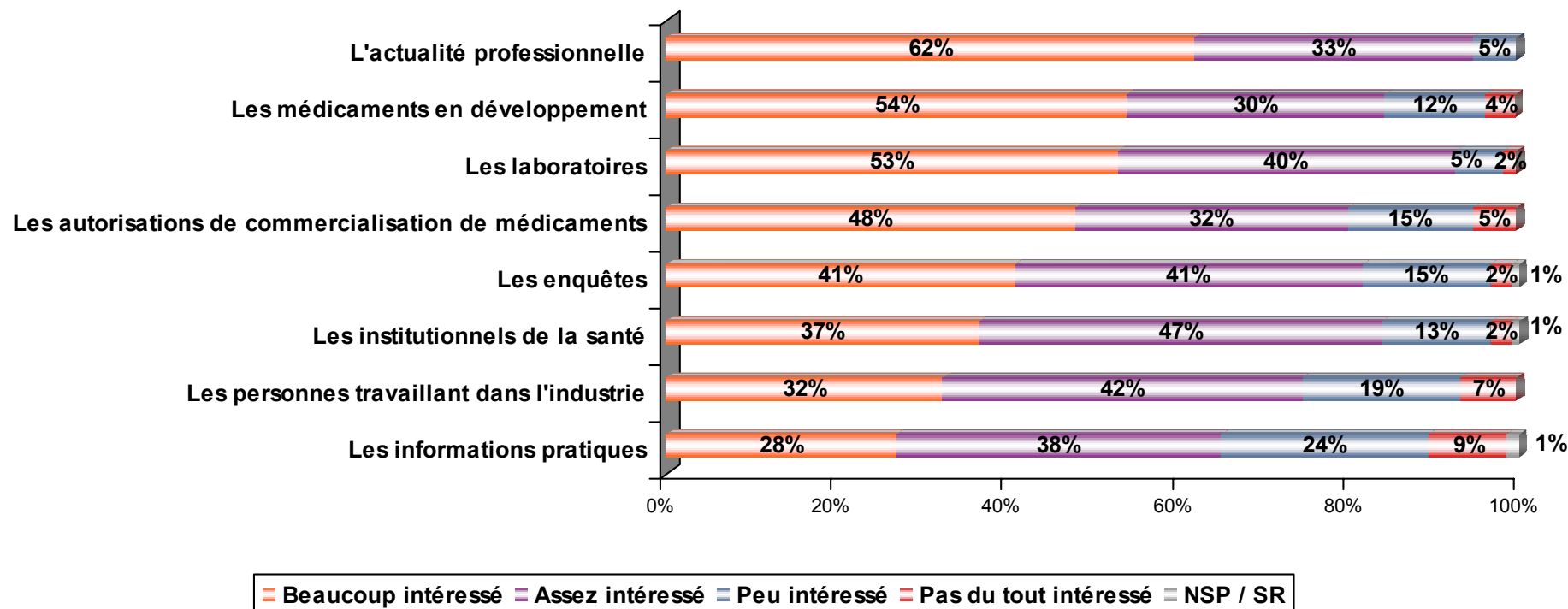
**Q13.** Je vais vous citer un certain nombre d'opinions au sujet du contenu du magazine PHARMACEUTIQUES. Pour chacune, vous me direz si vous êtes tout-à-fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec ces opinions ?



# 13. L'INTERET DES DIFFERENTES CATEGORIES D'INFORMATIONS

**À DES NIVEAUX DIFFÉRENTS, TOUTES LES INFORMATIONS CONTENUES DANS PHARMACEUTIQUES SONT JUGÉES INTÉRESSANTES**

*Q13bis. Pour chacune des catégories d'information contenues dans le magazine Pharmaceutiques et que je vais vous citer, dites-moi si c'est une information qui vous intéresse en général BEAUCOUP – ASSEZ – PEU – PAS DU TOUT*



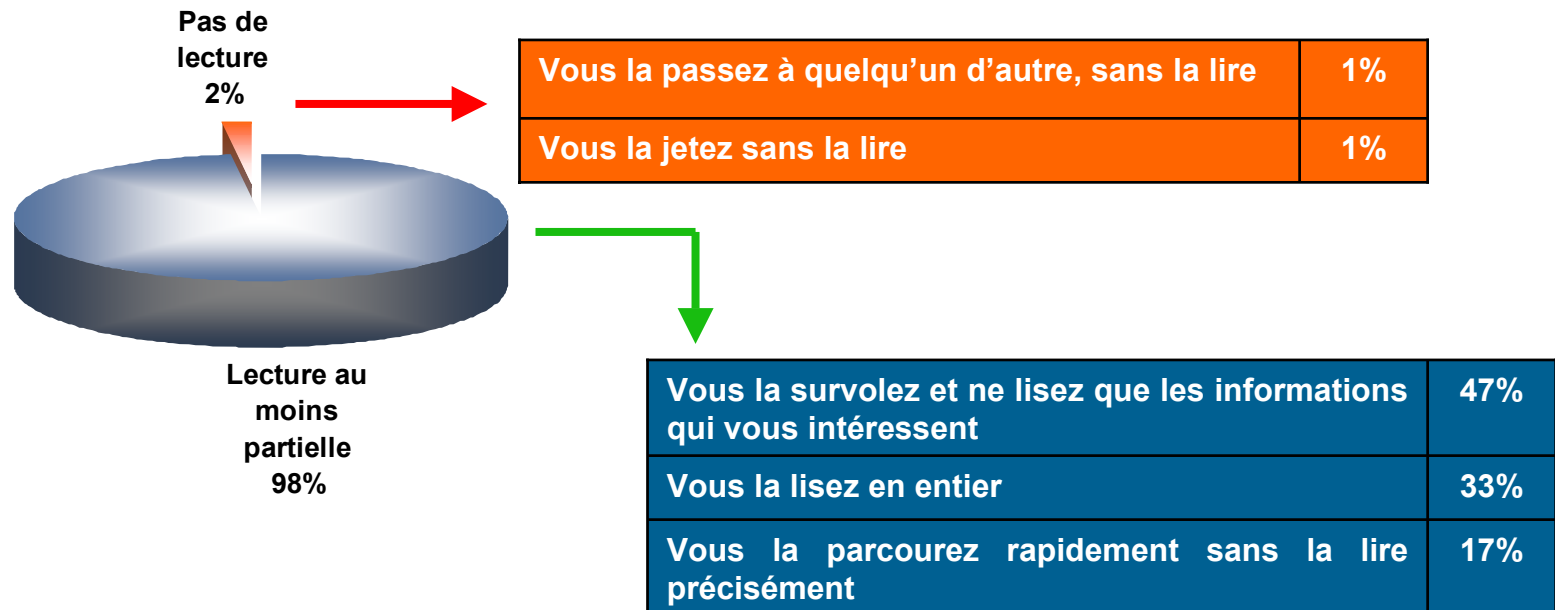
# 14. RECEPTION DE LA REVUE DE PRESSE ELECTRONIQUE DE PHARMACEUTIQUES ET DENSITE DE LECTURE

70% DES LECTEURS DE PHARMACEUTIQUES REÇOIVENT LA REVUE DE PRESSE ÉLECTRONIQUE

98% DE CEUX-LÀ, LA LISENT...

**LE MAGAZINE ET SA REVUE DE PRESSE : UNE ALLIANCE HARMONIEUSE**

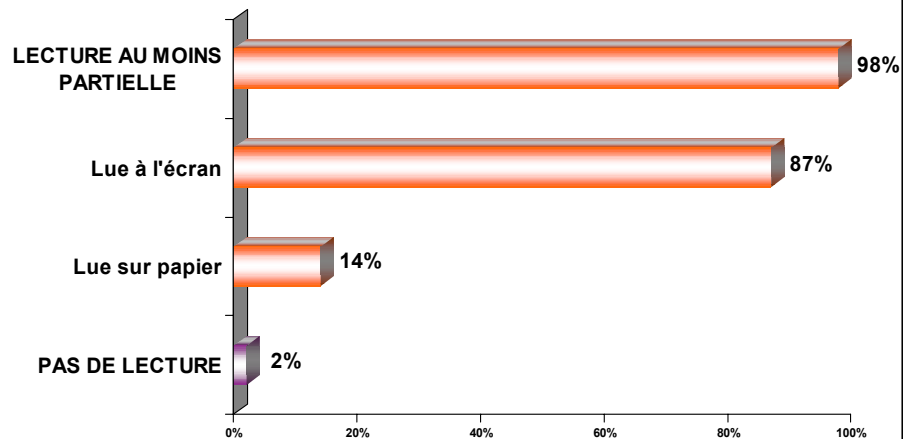
Q15. Lorsque vous la recevez, diriez-vous que ...



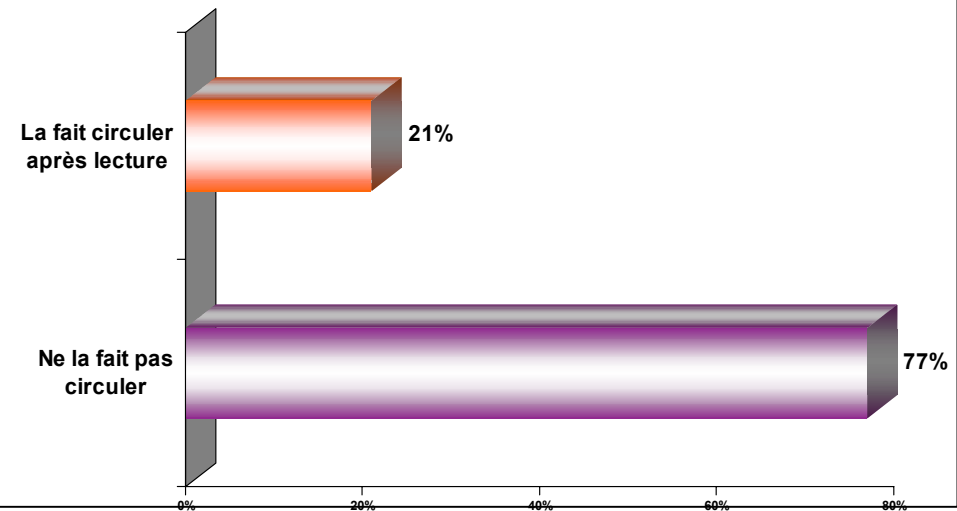
# 15. LECTURE DE LA REVUE DE PRESSE ELECTRONIQUE

UNE LECTURE RAPIDE, À L'ÉCRAN, POUR UN OUTIL  
À VOCATION PLUS INDIVIDUELLE

**Q16.** La lisez-vous à l'écran ou l'éditez-vous pour la lire ?



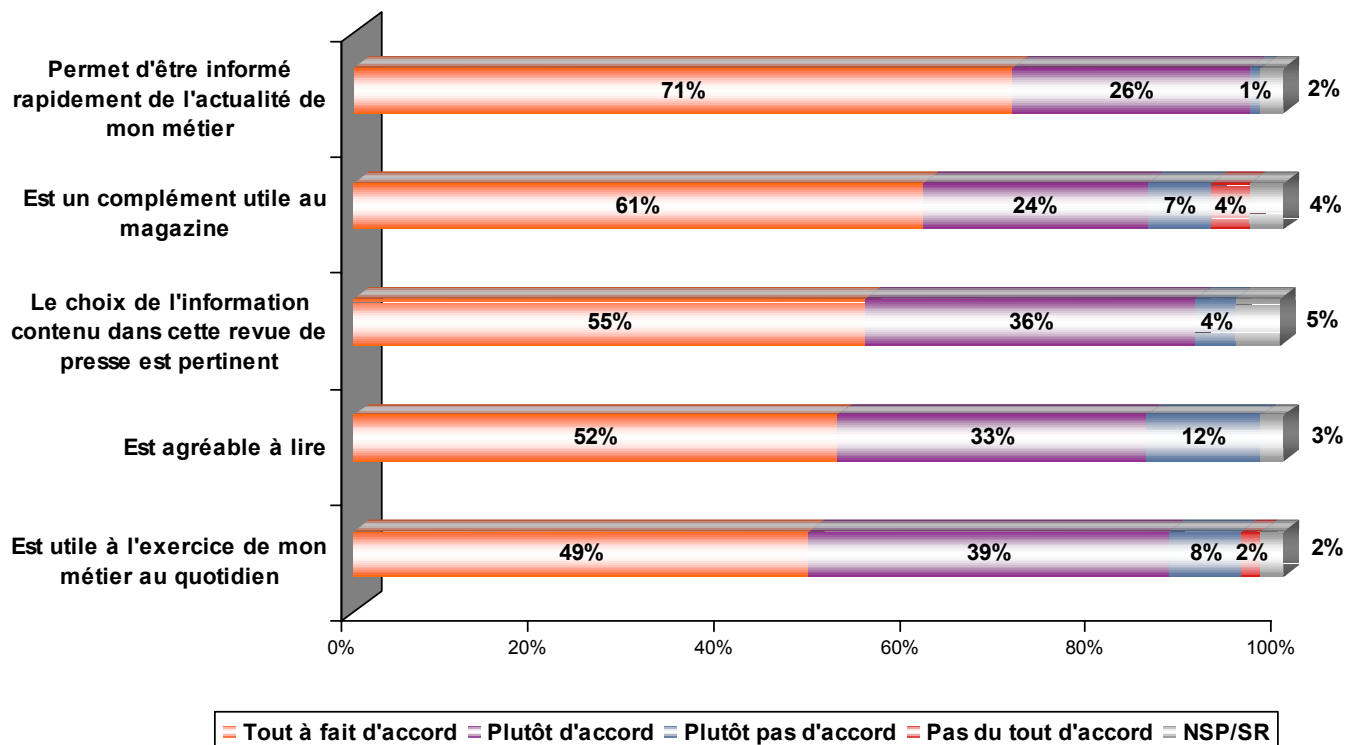
**Q17.** La faites-vous circuler après l'avoir lue ?



## 16. LES OPINIONS CONCERNANT LA REVUE DE PRESSE

### UN OUTIL PLUS INSTANTANÉ COMPTE TENU DE SA PÉRIODICITÉ QUI EST LARGEMENT PLÉBISCITÉ PAR SES RÉCIPiENDAIRES

**Q18.** Pour chacune des affirmations que je vais vous citer, dites-moi si vous êtes tout-à-fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord ?



# 17. TEMPS CONSACRE A LA LECTURE DE LA REVUE DE PRESSE

UN OUTIL APPRÉCIÉ PARCE QU'IL EST RAPIDE D'ACCÈS

*Q19. Combien de temps consacrez-vous en moyenne à la lecture de cette revue de presse quotidiennement ?*

