

# Happy Healthy Life For Empowered Women

## La santé, c'est l'affaire de tous



Le progrès médical et l'amélioration des conditions de vie repoussent toujours plus loin l'espérance de vie, (+ 3 ans vs 2004).

*La question de la santé et du maintien en bonne santé, le plus durable possible, est plus que jamais impliquante.*

Aujourd'hui question de société, la santé se situe au cœur de ce que certains annoncent comme un changement de civilisation, avec les perspectives qu'ouvre le transhumanisme.

## La santé est multifactorielle



*Cultiver un mode de vie Healthy, c'est tout autant bénéficier des progrès de la médecine et de l'industrie pharmaceutique, que prendre soin de son alimentation, de sa forme physique, muscler son mental, booster son bien-être, rayonner de beauté : c'est une santé globale où la prévention joue un rôle clé.*

## La santé : un marché en mutation

La Consommation de Soins et de Bien Médicaux\*, c'est 187 Mds euros en 2013, 2843 euros par habitant, 8,8% du PIB, +2,2% en valeur vs 2012. L'automédication représente 1 médicament sur 7, et les Compléments Alimentaires\*\* progressent plus vite que le marché (+6,4% en valeur).

\* Ministère des Affaires Sociales et de la Santé : Comptes Nationaux de la Santé 2014 \*\* AFIPA

*La santé est un marché en forte mutation, sous l'effet de réformes profondes, récentes (généralistes, déremboursements, franchise médicale ...) et à venir (Projet de Loi Santé).*

## La santé vaut bien une étude !

La santé aujourd'hui, *c'est vivre Healthy*, pour les femmes qui sont les entrepreneurs de leur bien-être et de celui de leur famille. Enjeux sociétaux, aspirations des consommatrices, insights produits, modes d'information : Mondadori a fait appel à l'institut **iligo** pour *capturer l'actualité de la santé !*

METHODOLOGIE : **iligo** Real Time Thinking, une approche planning stratégique des tendances et des dimensions de la Santé (curation, workshop, insights consommateurs SIMM TGI).

#H2L FEW

# Empowered Women !



*Health-conscious, les femmes sont aussi Health-responsables :*

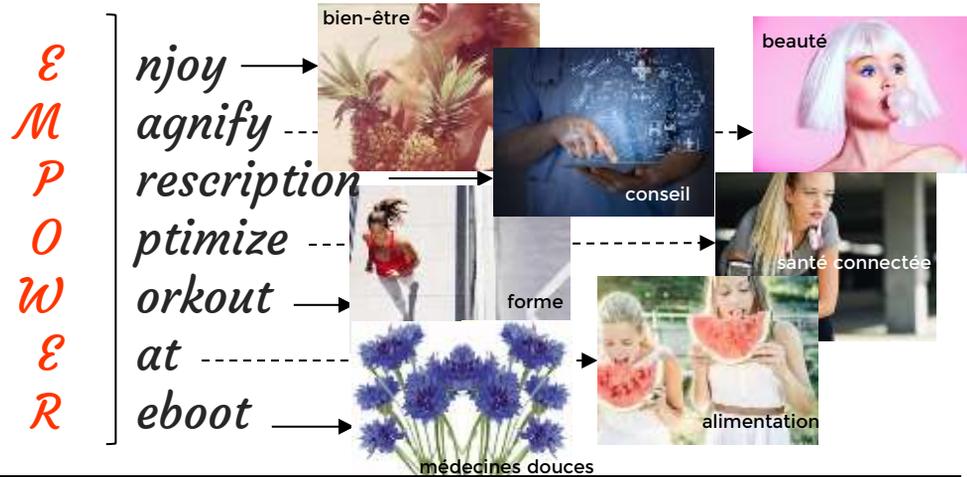
69% des femmes disent être le responsable de la santé de leur famille\*. De plus en plus expertes et concernées, autonomes, disposant d'une offre santé élargie et de circuits d'achats diversifiés, *elles prennent le pouvoir pour activer leur bien-être.*

\* SIMM 2014 R2

# Happy Healthy Life



*7 Tendances comportementales*, repérées et analysées par **iligo** pour prendre en main sa santé, dans toutes ses dimensions.



#H2L FEW



# Entre autonomie et besoin de repères

Le recours croissant à l'automédication, la multiplicité des nouveaux émetteurs sur la thématique de la santé posent de façon accrue la question de la confiance accordée aux diverses sources d'information, de l'autorité de la personne qui parle.

Dans ce contexte, *la Presse Magazine est le Touchpoint n°1 auprès des femmes prescriptrices et Influenceuses dans le domaine de la Santé et du Bien-être.*

# L'expertise Santé Mondadori

En écho aux 7 tendances repérées par **iligo**, Mondadori propose *un écosystème « healthy living » complet*, composé de marques media fortes et référentes.

*Expertise et caution journalistique sont vecteurs de crédibilité et de réassurance et assoient le rôle de prescription de nos marques media auprès des femmes.*



**CONTACTS**  
Anne PHILIP Dir. Marketing,  
Communication et Qualité 01 41 33 56 81  
Laurence DELAUNAY  
Dir. Etudes Marketing Adjointe 01 41 33 52 87  
Catherine MIREUX  
Dir. Groupe Commercial 01 46 48 19 02