



La vigueur de la promotion de *Prescrire* ?

Une des clés de son indépendance !

Si la promotion de Prescrire est si tonique, au point dans certains cas de paraître un peu “envahissante”, c’est parce que l’équipe Prescrire souhaite que les professionnels de santé soient très nombreux à s’appuyer sur ses travaux indépendants, menés dans l’intérêt premier des patients. Et aussi parce que le mouvement professionnel Prescrire a fait le choix, ambitieux, de la qualité et de l’autofinancement.

Le financement de *Prescrire* dépend en totalité de ses abonnés : zéro sponsor, zéro recette publicitaire, zéro subvention

Il s’agit là d’un choix fondamental : la garantie d’une indépendance maximale et d’une action au seul service des abonnés, libre de tout conflit d’intérêts (a). La recherche de nouveaux abonnés, et de nouveaux inscrits aux programmes Prescrire de formation ou d’amélioration des pratiques professionnelles, est une préoccupation constante.

L’effort commercial de *Prescrire* est multiforme, et s’accompagne d’une évaluation comparative de son efficacité

Cette évaluation s’appuie pour une large part sur des critères économiques assumés. Les divers moyens promotionnels (publipostages postaux, publipostages électroniques, rencontres présentiels, etc.) sont comparés les uns et autres, et utilisés avec une vision aussi précise que possible de leurs potentiels et inconvénients, et de leur complémentarité.

Par exemple, les envois fréquents, et en grand nombre, de courriers postaux (alias “mass mailings”), sont souvent le moyen le plus performant économiquement pour convaincre de nombreux soignants à s’abonner. Ces envois fréquents de descriptifs commerciaux et d’argumentaires sont donc conçus et mis en œuvre avec professionnalisme.

Le parrainage est une autre façon précieuse de promouvoir les Productions *Prescrire*, et les valeurs éthiques et professionnelles qu’elles incarnent

Certes les nouveaux abonnés “parrainés” sont bien moins nombreux que les nouveaux abonnés ayant réagi favorablement à un publipostage massif. Cependant, grâce à sa dimension humaine, le parrainage joue un rôle essentiel dans la diffusion des idées. Quels meilleurs ambassadeurs du mouvement professionnel incarné par *Prescrire*, que les abonnés eux-mêmes ?

Au fil des années, publipostages et parrainages se sont révélés particulièrement complémentaires, et essentiels au développement de *Prescrire*.

D’avance, merci de réserver votre meilleur accueil aux publipostages et aux parrainages !

Prescrire

a- pour en savoir plus, lire notamment “Les finances de l’Association Mieux Prescrire : bilan de l’exercice 2010-2011”, en accès libre sur le site www.prescrire.org (onglet “Qui est Prescrire” > “Financement”).