

# Salutogénèse: garder la santé

A quoi veillent les consommatrices et consommateurs lorsqu'il s'agit de préserver leur santé? Où cherchent-ils conseil? Les sondages en ligne actuels d'OTX World et de Vista offrent des réponses aux questions concernant la salutogénèse.

Jürg Lendenmann

OTX World et Vista ont réalisé un sondage détaillé sur le thème de la «salutogénèse». Voici un petit résumé des réponses aux principales questions.

## Harmonie familiale et nutrition

Pour rester physiquement en forme, les clients jugent important de 1. manger équilibré, 2. ne pas fumer, 3. s'hydrater suffisamment, 4. faire du sport et 5. boire peu d'alcool. De l'avis des commerces spécialisés, les clients accordent bien moins d'attention à l'abstinence tabagique (4<sup>e</sup> place) et à la consommation d'alcool modérée (7<sup>e</sup> place).

Pour leur santé psychique, les clients misent sur 1. de bonnes relations familiales, 2. suffisamment de repos et de sommeil, 3. la possibilité d'entretenir un cercle amical, 4. une relation de couple harmonieuse 5. assez de temps libre. Dans l'évaluation des clients par le personnel des magasins spécialisés, le «travail plaisant» finit second, après «suffisamment de repos et de sommeil», et «une bonne ambiance de travail» (4<sup>e</sup> place) termine avant «entretenir un cercle amical».

Les consommateurs se renseignent en premier lieu sur la manière de préserver leur santé sous forme imprimée et sur Internet (voir graphique), le médecin arrive en quatrième position, les commerces spécialisés loin derrière, aux 8<sup>e</sup> et 9<sup>e</sup> rangs. Les commerces spécialisés surévaluent au contraire de plusieurs places leur position dans le classement et relèguent le médecin avant-dernier.

## Selon vous, dans quels domaines les campagnes de prévention sont-elles trop peu nombreuses?

Les réponses les plus fréquentes des consommateurs sont la violence (22%), les addictions (21%), l'activité physique (13%) et la nutrition (12%). Idem pour les commerces spécialisés, mais avec d'autres pourcentages: 15%, 13%, 19%, 18%.

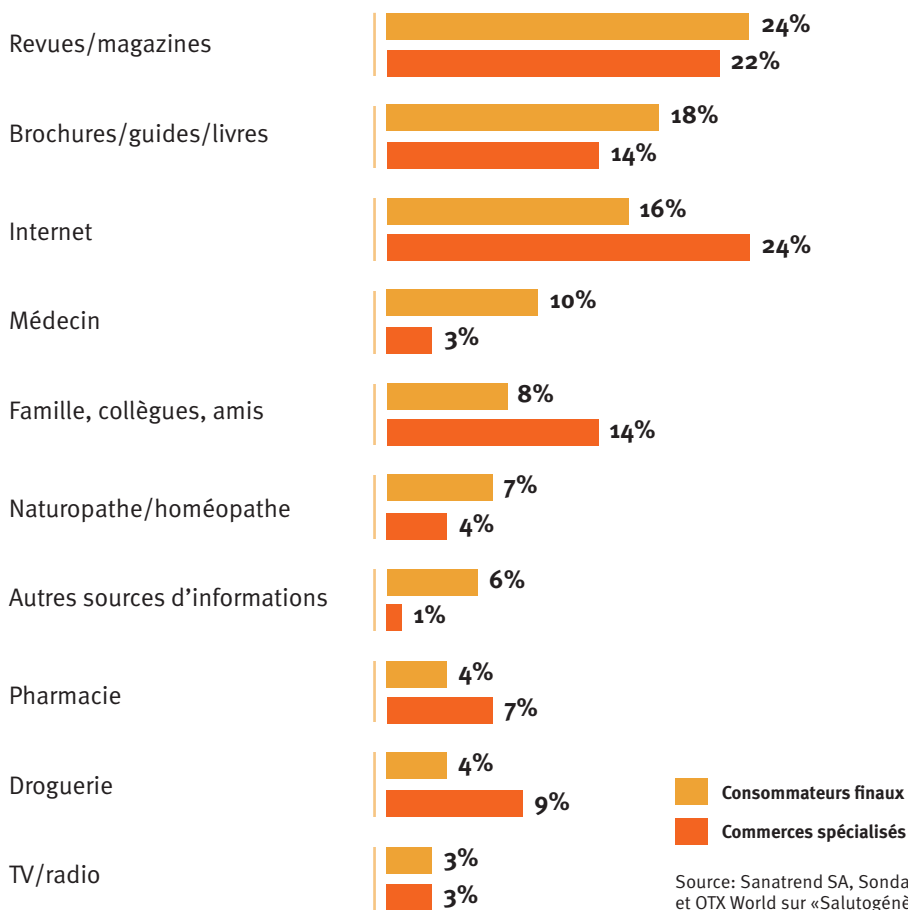
Les consommateurs interrogés investissent dans leur santé: 8% dépensent plus de 2500 francs par an (hors primes de base), 18% de 1501 à 2500 francs. Les commerces spécialisés ne jugent pas leur clientèle prête à déboursier autant (respectivement 0% et 5%).

## Où vous renseignez-vous en premier lieu sur la manière de préserver votre santé (salutogénèse)?

(Plusieurs réponses possibles)

## Selon vous, où les clients potentiels se renseignent-ils en premier lieu sur la manière de préserver leur santé (salutogénèse)?

(Plusieurs réponses possibles)



Source: Sanatrend SA, Sondages Vista et OTX World sur «Salutogénèse»

## Le «Baromètre», un début de solution

Qui détermine le marché? Que «pense» celui-ci et comment évolue-t-il? Quelles sont les tendances durables? Disposer des réponses à ces questions permet de développer ses affaires en conséquence et de proposer des solutions d'actualité au bon moment. C'est pourquoi Sanatrend SA mène régulièrement des enquêtes auprès des consommateurs finaux et des pharmacies et drogueries. Dix thèmes sont ainsi traités chaque année. A cela s'ajoutent des questions d'actualité sur des événements et sujets du moment. Certains détails de ces sondages B-to-B sont disponibles sur [www.otxworld-barometer.ch](http://www.otxworld-barometer.ch). Le détail des sondages B-to-C est visible sur [www.vista-barometer.ch](http://www.vista-barometer.ch) (en allemand).