



## Productions Prescrire : le juste prix

Les responsables de l'Association Mieux Prescrire (AMP)<sup>(1)</sup> ont parmi leurs priorités celle de maintenir la capacité d'autofinancement de *Prescrire*.

Le projet de *Prescrire*, des soins de qualité dans l'intérêt premier des patients, n'est pas lucratif. Mais la recherche permanente de fiabilité et de pertinence, le non-adossement à quelque groupe industriel ou financier que ce soit, et la volonté de durer, obligent à prêter beaucoup d'attention aux questions économiques.

Les nécessités d'investissements, les prévisions de charges budgétaires et les perspectives de chiffres d'affaires sont régulièrement examinées. Il en est de même des tarifs.

### Premier épisode – La Vérité des coûts

#### **Prescrire a un coût, qui augmente.**

Les comptes annuels de l'AMP sont publiés, en toute transparence, dans chaque numéro de mars de *Prescrire*. Ils sont aussi en libre accès, sur le site [www.prescrire.org](http://www.prescrire.org). Ils décrivent notamment le niveau des charges budgétaires, et leur répartition.

Comme toute entreprise, *Prescrire* fait face à la hausse de certains de ses prix d'achats. Ainsi, par exemple, le tarif d'acheminement postal de la presse est, depuis de nombreuses années, en très notable augmentation.

En outre, *Prescrire* est en phase d'investissement dans ses activités de formation et d'amélioration des pratiques professionnelles (APP). Ces activités en cours de déploiement induisent des dépenses : en recherche & développement ; en moyens techniques, notamment numériques ; en gestion administrative, par exemple pour répondre aux formalités induites par le dispositif français du "développement professionnel continu" (DPC) ; etc.

**"Zéro annonceur"**. Ce sont les abonnés et les participants aux programmes de formation et d'APP qui financent eux-mêmes l'intégralité de ce qu'ils "consomment". Pour convaincre de nouveaux "consommateurs", professionnels de santé, l'AMP consacre une part non

négligeable de ses ressources budgétaires à des activités de marketing. Sans celles-ci, le nombre de nouveaux abonnés serait insuffisant. Il ne renouvelerait pas la part d'abonnés cessant leurs abonnements, notamment pour raison de cessation d'activité ("départs en retraite" par exemple).

#### **Avant tout, du temps-homme.**

Produire des contenus (textes, programmes de formation, etc.) demande avant tout d'importantes ressources humaines. Les rémunérations et la formation des personnes représentent une part majoritaire du budget global de l'AMP.

**Investir pour mieux faire.** *Prescrire* est conscient des besoins et des attentes des abonnés, et cherche constamment à améliorer la qualité des Productions *Prescrire*. Le contenu actuel de l'abonnement, par exemple, est beaucoup plus riche que 10 ans plus tôt. Les courriers des abonnés montrent que la demande est forte pour que *Prescrire* aborde de nouveaux domaines, et adapte les Productions *Prescrire* à leurs conditions d'utilisation, sur le terrain. C'est pour longtemps encore que les ressources budgétaires apportées par les nouveaux abonnés devront être investies en améliorations des services fournis.

**Prescrire**

1- L'AMP est l'association sans but lucratif qui édite la revue *Prescrire* et toutes les Productions *Prescrire* : pour en savoir plus, lire "Qui est *Prescrire* ?" sur le site internet [www.prescrire.org](http://www.prescrire.org).

Dans un prochain numéro,  
découvrez le Deuxième épisode – "Des tarifs justes".