

Quatre questions à Aline Perraudin, directrice de la rédaction de Santé Magazine

ven 07/11/2025 - 15:12



À l'occasion de la [parution du numéro 600 de Santé Magazine](#), qui célèbre un demi-siècle d'existence, Aline Perraudin revient sur les clés de cette longévité exceptionnelle et les défis de l'information autour de la santé à l'ère des réseaux sociaux.

Santé Magazine fête ses 50 ans. Comment expliquez-vous cette longévité ?

Notre force, c'est d'avoir gardé notre ADN depuis 1976 : une vulgarisation accessible mais avec une expertise médicale irréprochable. Chaque article est réalisé avec un ou plusieurs experts reconnus, des spécialistes hospitaliers. Cette exigence, nous ne transigeons jamais dessus, que ce soit pour parler d'innovations médicales pointues ou pour répondre à des questions du quotidien comme "comment soigner un rhume ?". Nous couvrons tous les secteurs de la santé avec la même rigueur, de la médecine aux cosmétiques, en passant par la nutrition. Cette expertise à 360 degrés, peu de médias peuvent la proposer. Et nous avons su évoluer avec notre temps : nous avons été précurseurs sur la santé environnementale, nous avons défendu très tôt les patients comme acteurs de leur santé, et aujourd'hui nous accompagnons les gens sur les thématiques qui les préoccupent vraiment : santé mentale, alimentation, activité physique, sommeil...

Comment vous positionnez-vous face à la multiplication des fake news en santé sur les réseaux sociaux ?

C'est un combat quotidien, mais c'est aussi ce qui fait notre valeur ajoutée. Nous ne cédon pas aux modes. Nous n'avons jamais écrit que les capteurs de glucose étaient utiles pour tout le monde, ni que le vinaigre faisait maigrir, contrairement à certains influenceurs qui véhiculent ces informations mensongères. L'expertise l'emporte toujours sur la popularité chez nous. Dans un univers où l'information est difficile à distinguer de la communication et du commerce, où tout le monde vend quelque chose, nous pouvons être fiers de n'avoir jamais publié une information que nous ne pensions pas vraie. Nous remontons toujours aux sources scientifiques validées. C'est cette confiance établie sur 50 ans qui nous rend gagnants face à la désinformation.

Comment se porte le magazine aujourd'hui ?

Notre diffusion France payée est de 231 617 exemplaires, en légère baisse de 3 % versus l'année précédente. Surtout, nous sommes leaders en vente au numéro avec 50 000 exemplaires, ce qui est considérable pour un mensuel. Ce leadership en diffusion France Payée et sur le réseau des marchands de journaux montre que notre modèle fonctionne : une expertise reconnue, des formats qui évoluent, et une présence désormais forte sur le digital et les réseaux sociaux pour faire rayonner la marque.

Un message à adresser aux marchands de journaux pour ce numéro anniversaire ?

Le numéro 600 est l'occasion parfaite de faire découvrir ou redécouvrir Santé Magazine. Nous n'avons pas voulu faire un numéro nombriliste, mais un dossier sur les grandes avancées médicales de ces 50 dernières années qui montre comment le magazine a suivi les époques. C'est un numéro riche qui intéressera vraiment les lecteurs. Nous avons aussi fait évoluer notre formule depuis le printemps, avec de nouveaux rendez-vous plus ancrés dans la vie des gens : pages actu sur les tendances, témoignages de personnalités sur leur santé, chroniques d'humoristes, programmes pratiques comme "21 jours pour dépolluer ma maison"... Nous restons optimistes et dans les solutions concrètes que les gens peuvent s'approprier. C'est ce magazine de référence, à la fois expert et accessible, qu'il faut recommander et mettre en avant.