



Communiqué de presse

Nouvelle action des pouvoirs publics pour favoriser la démocratisation des défibrillateurs automatisés externes

Lancement d'une vaste campagne de sensibilisation et de promotion de DOC®

Aix-en-Provence, le 2 septembre 2010 :

SafeTIC, un des leaders européens des technologies innovantes pour la protection des accès, des biens et des personnes, annonce aujourd'hui le lancement d'une vaste campagne de sensibilisation et de promotion du DOC® (Défibrillateur Opérationnel Connecté), en parallèle avec une prise de conscience grandissante des pouvoir publics face au problème des arrêts cardiaques.

Arrêts cardiaques : prise de conscience générale

L'arrêté du 16 juillet 2010 paru au Journal Officiel le 4 août dernier vise à inciter la population française à la formation et à l'utilisation des Défibrillateurs Automatisés Externe. Cette publication témoigne de l'implication grandissante des pouvoir publics dans la lutte contre les arrêts cardiaques.

En France, chaque année, 50.000 personnes décèdent d'un arrêt cardiaque et aucune amélioration significative n'a été enregistrée ces dernières années. Le taux d'équipement en défibrillateur automatisé externe est extrêmement faible avec 35 000 appareils installés. Des études récentes ont démontré qu'un maillage raisonnable du territoire serait **d'1 défibrillateur/km²**. Le besoin pour la France serait donc d'environ **500 000 défibrillateurs**.

Ainsi, après une modification significative du code de la Santé Publique par l'adoption du décret de mai 2007, autorisant l'utilisation des défibrillateurs automatisés externes par toute personne, même non médecin, l'arrêté ministériel du 16 juillet 2010 vient renforcer le dispositif de lutte contre les arrêts cardiaques.

En favorisant les formations à l'utilisation des défibrillateurs, cet arrêté confirme que la démocratisation de l'accès à la défibrillation est effectivement en marche.

Lancement d'une vaste campagne de communication sur DOC®

Dans la lignée de cette nouvelle réglementation et afin de se positionner comme le principal acteur du maillage du territoire en défibrillateurs, SafeTIC annonce le lancement, fin septembre, d'une vaste campagne publicitaire sur les grandes chaînes françaises d'information et de sport qui s'étalera sur 3 semaines et comptera près de 700 spots publicitaires visant à promouvoir le DOC®.

Afin de traiter les contacts générés par la campagne, SafeTIC mettra en ligne le 17 septembre le site internet www.docsauve.com, une véritable plateforme d'accueil de l'opération. Le spot télévisé sera mis en ligne sur le site SafeTIC et www.docsauve.com.



L'objectif de cette campagne, dont le coût reste modéré et maîtrisé, est avant tout d'accentuer la prise de conscience des décideurs publics et privés.

Cette campagne sera bien entendu relayée sur le terrain par des actions commerciales de la part de la force de vente de SafeTIC afin d'accélérer le déploiement de DOC® avec comme objectif de couvrir d'ici 4 ans 20% du marché potentiel des défibrillateurs en France.

DOC® : formation gratuite pour 100% des clients

La stratégie de SafeTIC s'inscrit parfaitement dans la démarche initiée par les pouvoirs publics. En effet, chaque client DOC® se voit dispenser une formation gratuite afin d'avoir une maîtrise parfaite de l'appareil en cas d'un arrêt cardiaque et d'augmenter considérablement les chances de survie de la victime. Conformément aux dispositifs de l'arrêté du 16 juillet 2010, cette formation est assurée par un organisme agréé à l'enseignement du secourisme.

Cette formation a toujours été intégrée gratuitement dans l'offre DOC®, SafeTIC considérant l'usage d'un DOC® comme un geste citoyen.

Patrick Fornas, Président Directeur Général de SafeTIC, a déclaré : « *La problématique des arrêts cardiaques est sans doute l'un des plus importants enjeux actuels de santé publique, comme en témoigne la mobilisation grandissante des pouvoirs publics. Avec DOC®, SafeTIC entend assurer son rôle d'acteur incontournable en matière d'innovation dans la prévention des arrêts cardiaques, et ce non seulement en France, mais également dans d'autres pays où le Groupe est présent. SafeTIC a par ailleurs anticipé l'arrêté du 16 juillet en offrant à ses clients les formations aux gestes qui sauvent. Désormais, le cadre réglementaire, la sensibilisation accrue du grand public, cumulé au lancement d'un film publicitaire d'une grande qualité réalisé par Gérard Pires nous permet d'anticiper une forte accélération dans le déploiement de DOC®.* »

Prochain communiqué :
SafeTIC avance la date de publication de ses résultats semestriels 2010
au lundi 11 octobre 2010, avant ouverture du marché.

A propos de SafeTIC (www.safe-tic.com) :

SafeTIC est un des leaders européens des technologies innovantes pour la protection des accès, des biens et des personnes. Le Groupe compte près de 1000 salariés répartis dans 12 pays européens (France, Belgique, Allemagne, Espagne, Pays-Bas, Grande-Bretagne, République Tchèque, Portugal, Irlande, Autriche, Suisse et Luxembourg) ainsi qu'aux Etats-Unis. De nombreuses innovations SafeTIC ont été récompensées par divers jury au cours des derniers mois démontrant la capacité de SafeTIC à fournir à sa force de vente le meilleur de la technologie.



Alternext Paris, marché du Groupe NYSE Euronext
ISIN : FR001000016 - Mnémonique : ALEGR

Contacts :

NewCap.
Relations Investisseurs
Steve Grobet / Dusan Oresansky
Tél. : 01 44 71 94 94
safetic@newcap.fr

SafeTIC
Marc Ligonésche
Secrétaire Général
Tél. : 04 42 90 85 60
financial@safe-tic.com

