

BAROMÈTRE COMMUNICATION PRÉVENTION SANTÉ VAGUE 2

OCCURRENCE HEALTHCARE ET OCCURRENCE | JUIN 2020

LAURE SCHAPIRA

01 48 24 69 02

LAURE.SCHAPIRA@OCCURRENCE.FR

PIERRE GOMEZ

01 48 24 69 07

PIERRE.GOMEZ@OCCURRENCE.FR



certifiée ISO 9001
depuis 2004

MÉTHODOLOGIE

1

2020

Enquête online

Après d'un échantillon national
représentatif de la population de 18 à
65 ans, composé de 2 000 personnes

Recueil de l'information réalisé
du 5 au 11 mai 2020
soit dans la semaine précédant le
déconfinement

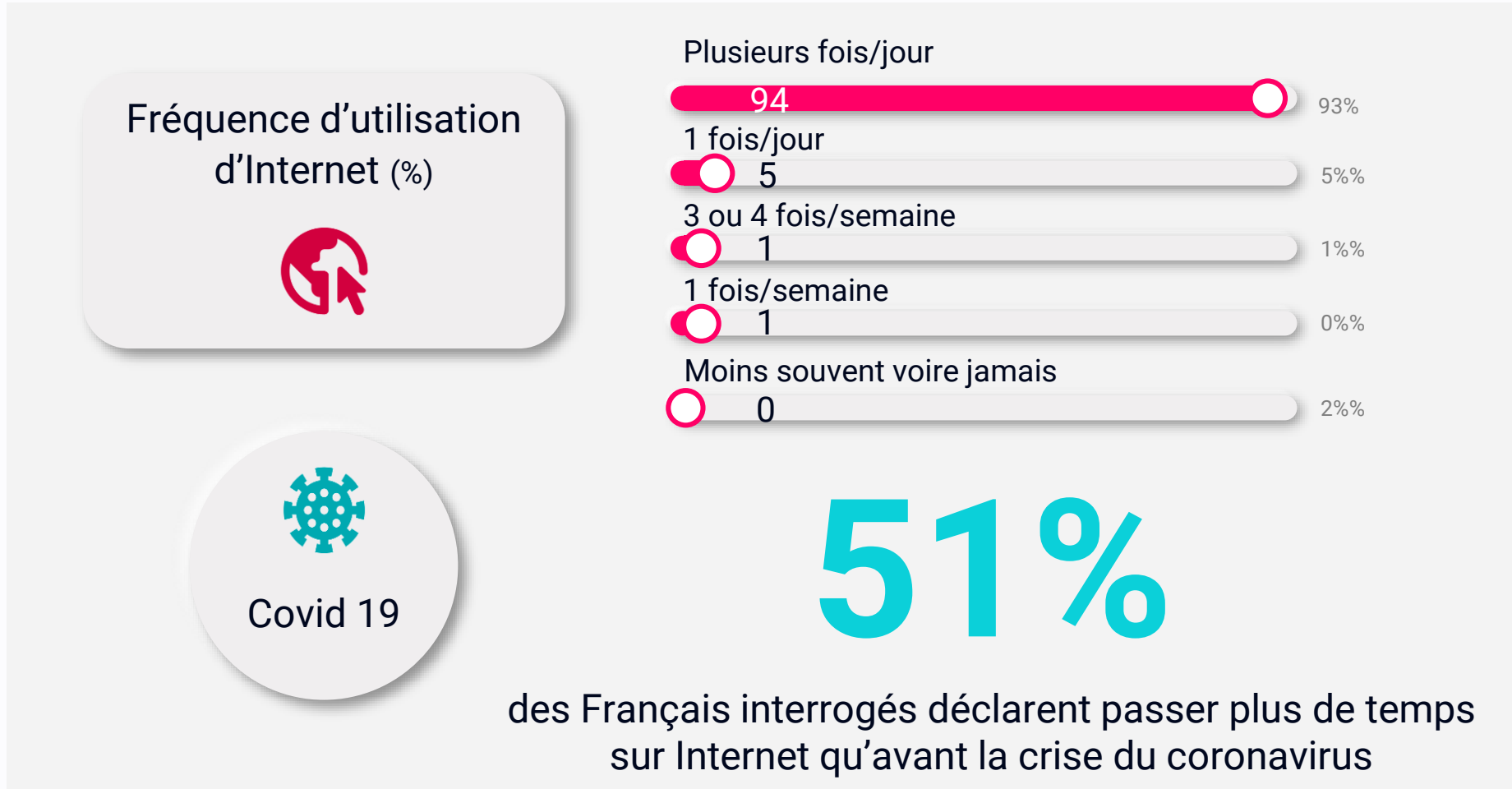
2019

Enquête online

Après d'un échantillon national
représentatif de la population de 18 à
65 ans, composé de 2 000 personnes

Recueil de l'information réalisé
du 5 au 11 mars 2019

Une fréquentation encore plus intense d'Internet qu'avant la pandémie

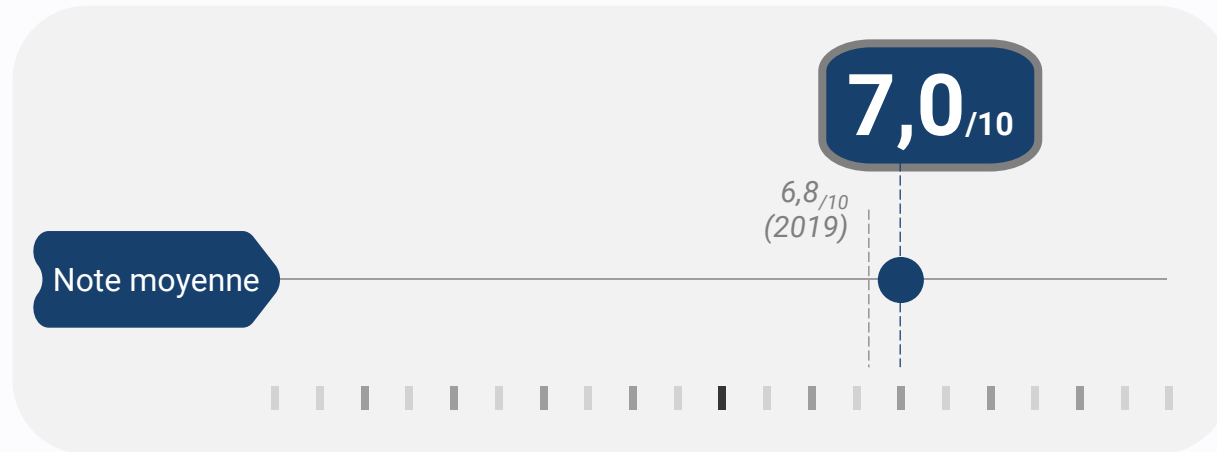


**QUI JE SUIS ET
CE À QUOI JE M'INTÉRESSE**

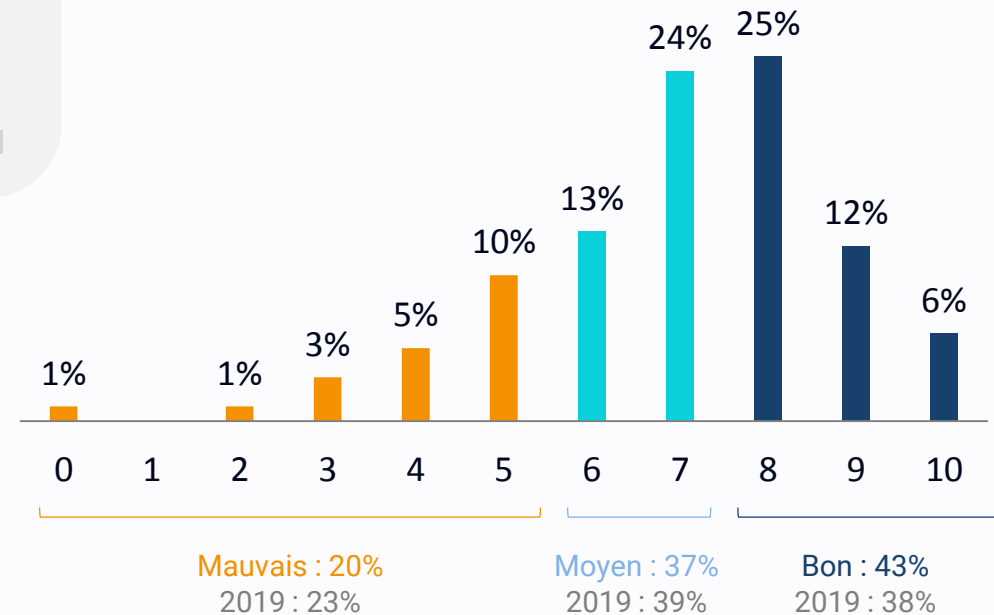
2

Peu d'effet de la pandémie sur l'état physique ressenti...

Aujourd'hui comment estimez-vous votre état de santé physique ?

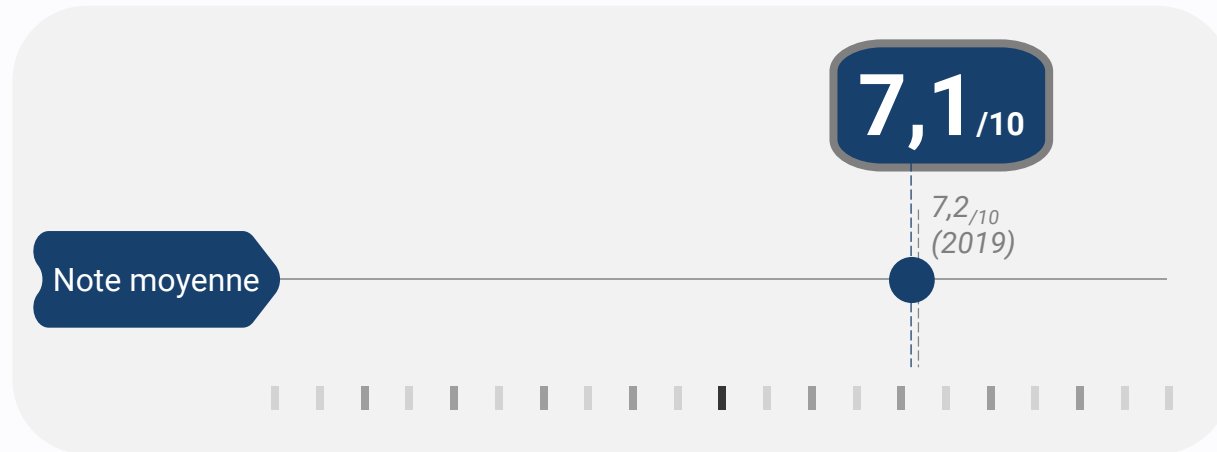


- ... Voire une très légère amélioration par rapport à 2019
- Soulagement de n'être pas touché par le virus, effet du confinement, désintérêt pour toute autre pathologie... ?

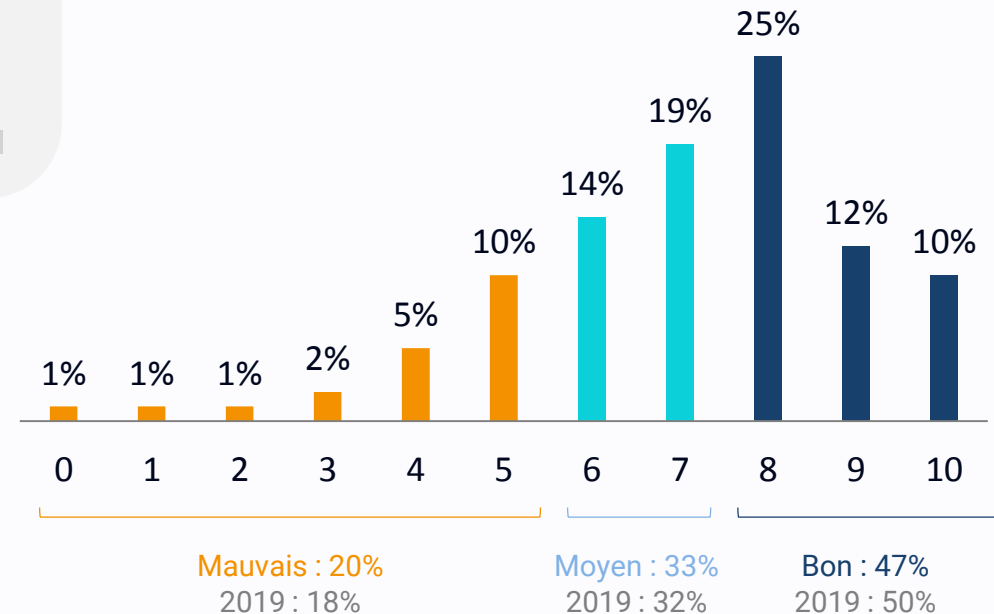


\ ... Mais une très légère dégradation de l'état psychologique et mental

Et comment estimez-vous votre état de santé psychologique et mentale ?



→ **Soulagement à l'approche du déconfinement ?**



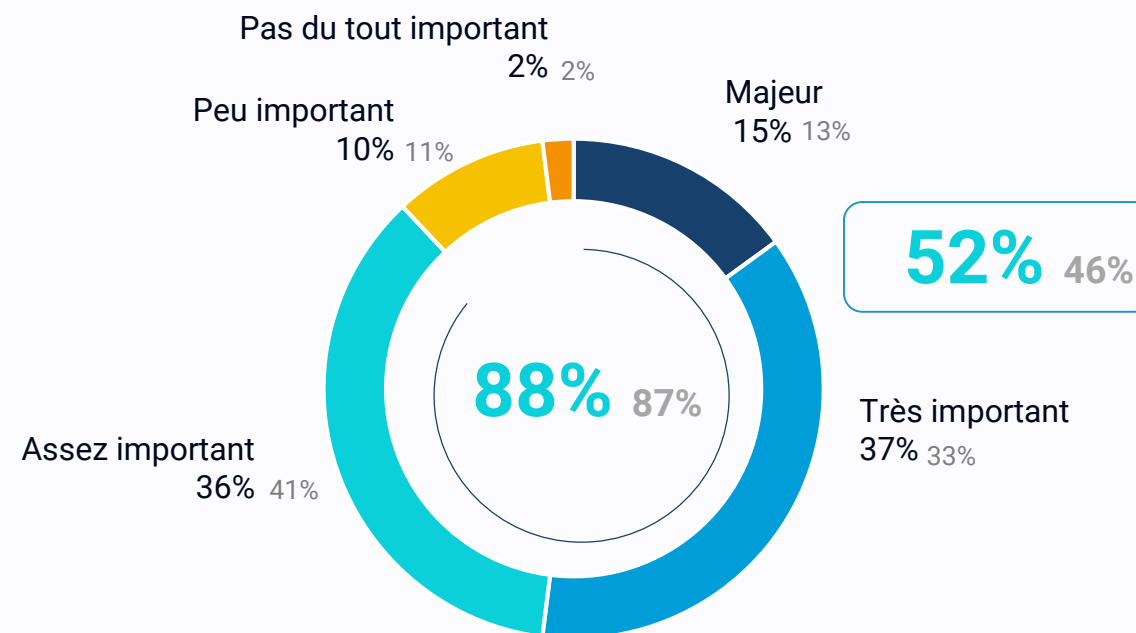
\ Sa santé, un sujet de préoccupation plus important qu'il y a un an

Diriez-vous que votre santé constitue pour vous un sujet de préoccupation ...

52%

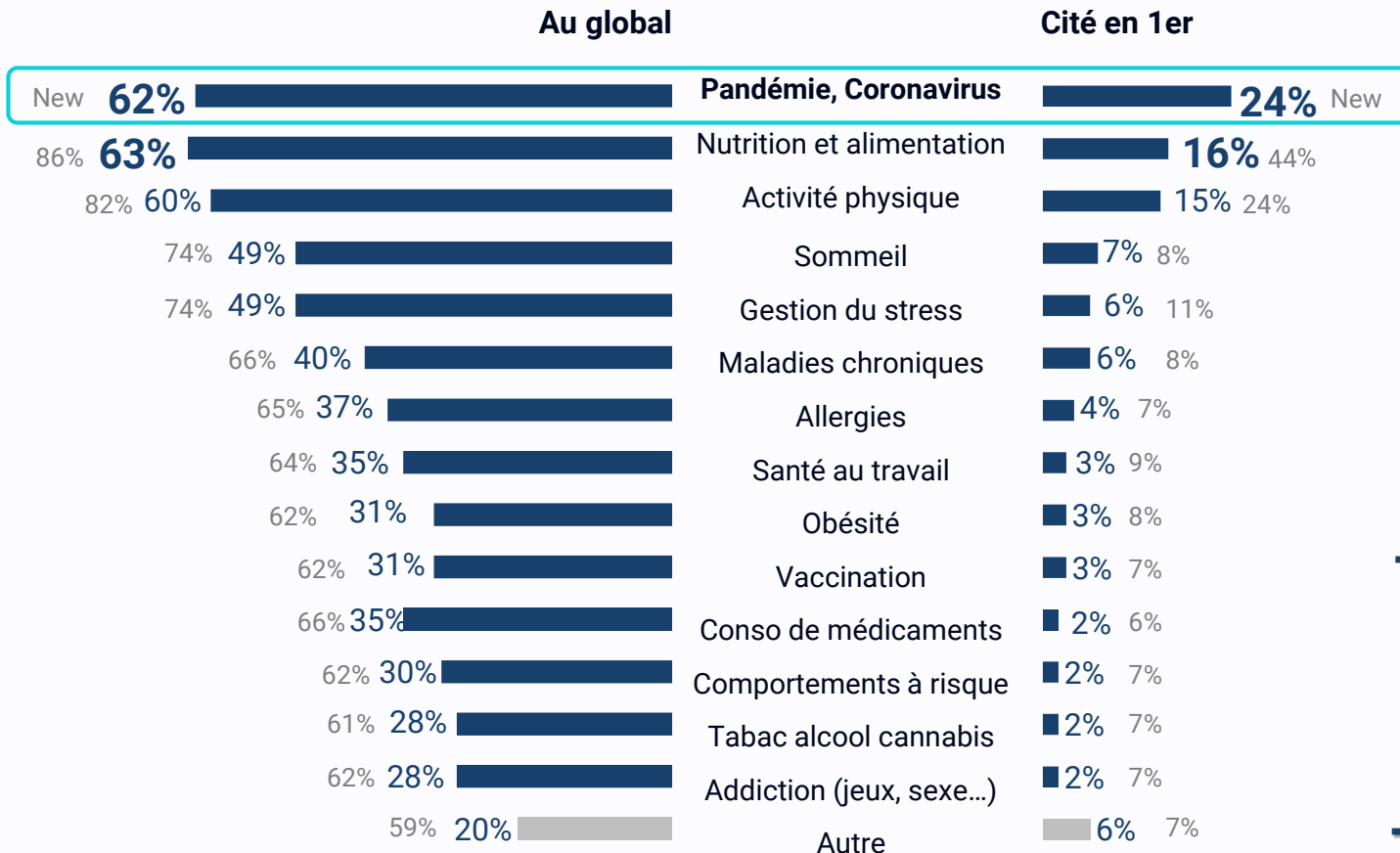
c'est le pourcentage des Français interrogés qui estiment que **leur santé constitue un sujet de préoccupation majeur ou très important**

→ **Plus 6 points / 2019**



Pour un français sur quatre, la pandémie en tête des sujets santé qui les intéressent

Dans le domaine de la Santé, quels sont les sujets auxquels vous vous intéressez ?



24%

des Français interrogés
citent la pandémie comme le premier sujet santé qui les intéresse

- Une nette perte d'intérêt pour toutes les autres thématiques santé, avec 22 à 34 points d'écart sur l'intérêt global / 2019
- Reflet de l'invasion médiatique du virus
- Des stratégies prévention à reconstruire

**CE QUE JE REÇOIS,
CE À QUOI JE SUIS EXPOSÉ
EN MATIÈRE DE
PRÉVENTION SANTÉ**

3

\ Des communications prévention santé très présentes

Au global, combien pensez-vous avoir vu, lu, entendu ou reçu de communication sur le thème de la prévention santé depuis un mois ?

82%

des Français interrogés
**ont été exposés à plus de 5
communications sur le thème de la
prévention santé entre avril et mai**

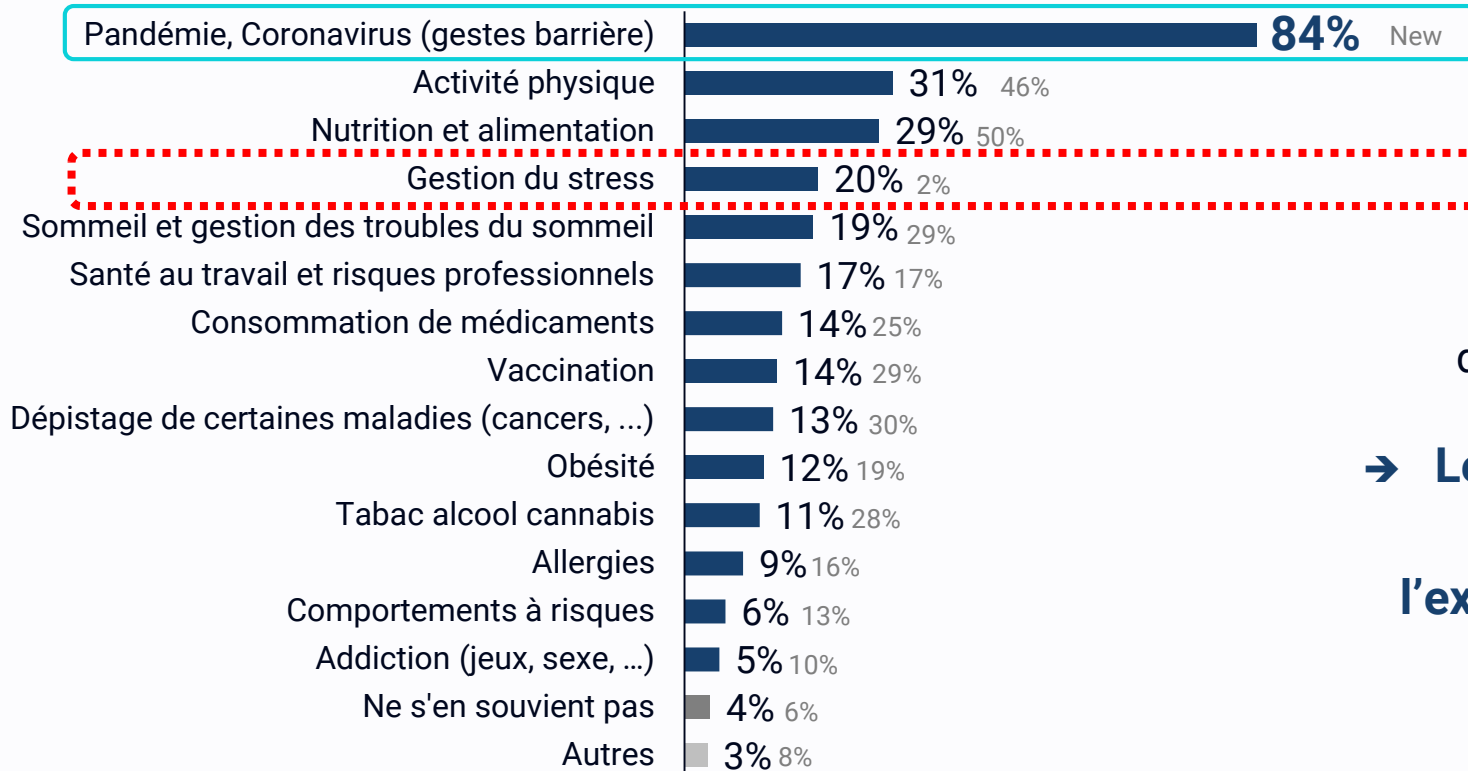
- **Soit près de 2 fois plus qu'il y a un an**
 - Un français sur trois exposé à plus de 20 communications en un mois versus moins d'un sur six en 2019



- **Risque de saturation en sortie de crise ? De rejet, voire d'envie de transgression en matière de prévention santé ?**

La pandémie et les gestes barrière écrasent tous les autres thèmes

Sur quoi ces communications sur le thème de la prévention santé portaient-elles ?



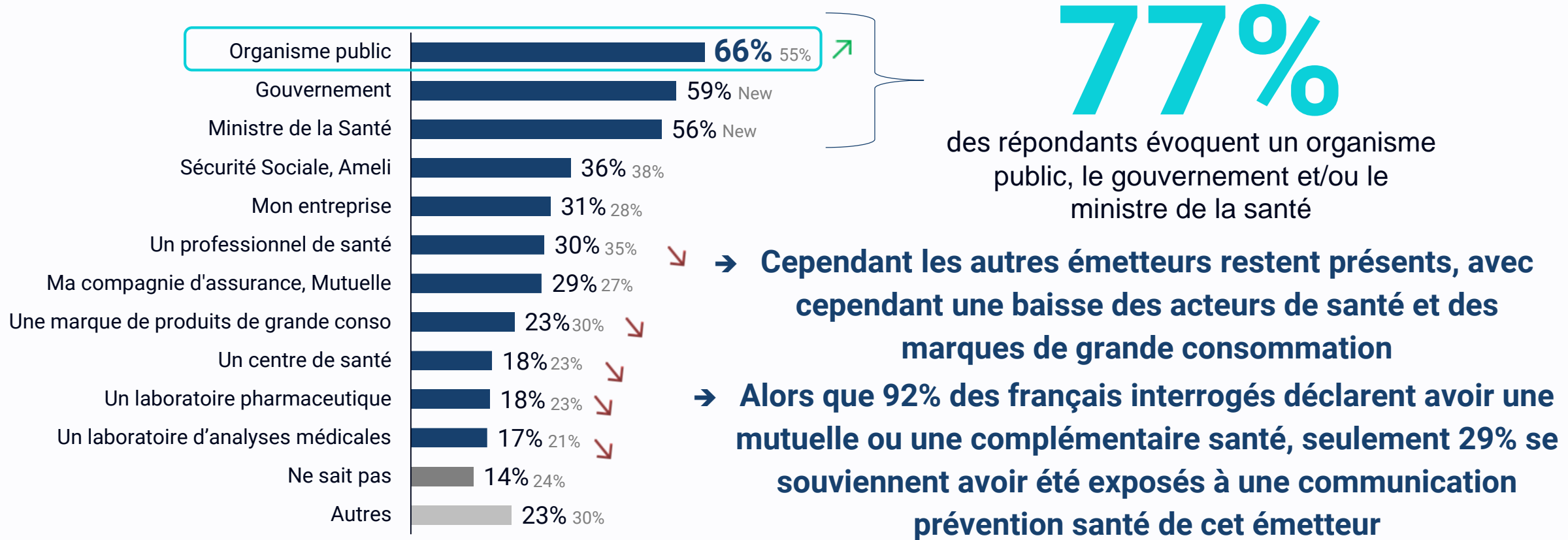
84%

des répondants évoquent la pandémie

→ Les autres thématiques sont beaucoup moins présentes qu'il y a un an, à l'exception de la gestion du stress, 10 fois plus citée

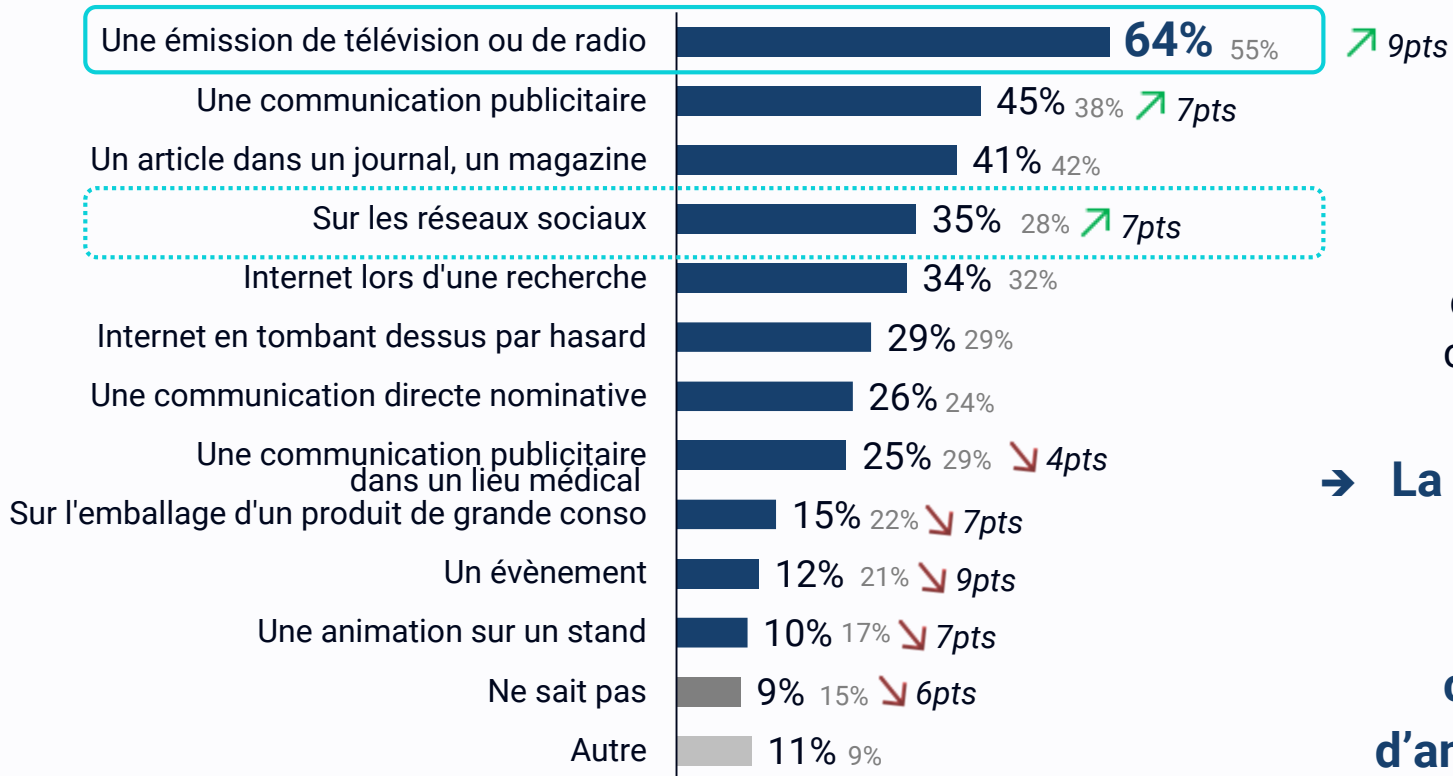
Une présence dominante des organismes publics, du gouvernement et du ministre de la santé en tant qu'émetteurs de ces communications

De qui émanaient ces communications de prévention santé ?



La télévision, canal dominant

Par quels canaux avez-vous été exposé à des communications de prévention santé ?



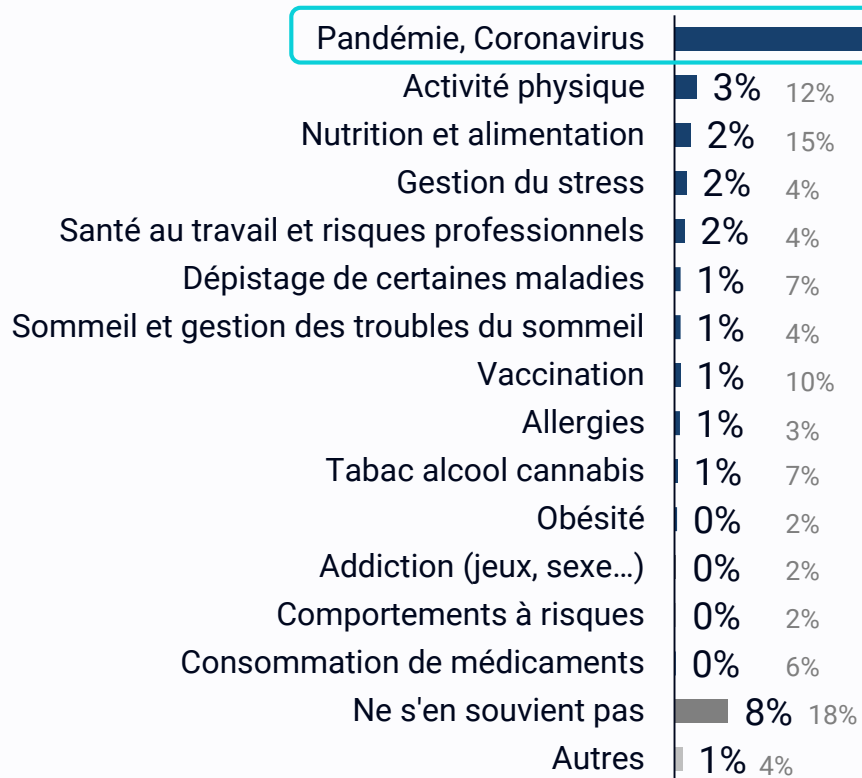
64%

des répondants ont été exposés à une communication prévention santé via la télévision

- La publicité et surtout les réseaux sociaux sont plus cités qu'il y a un an
- Une multiplicité de canaux de communication, avec une rémanence d'anciens canaux non activés pendant cette période (événement, stand)

Plus des 3/4 des répondants citent les communications de prévention vis-à-vis du Covid 19 comme les plus récentes dont ils se souviennent

Quelle est la dernière communication de prévention santé dont vous vous souvenez ?



77%

des répondants évoquent la pandémie, à la quasi exclusion de tout autre thème

→ Une présence à l'esprit écrasante, les pathologies et thèmes classiques sont réduits à la portion congrue

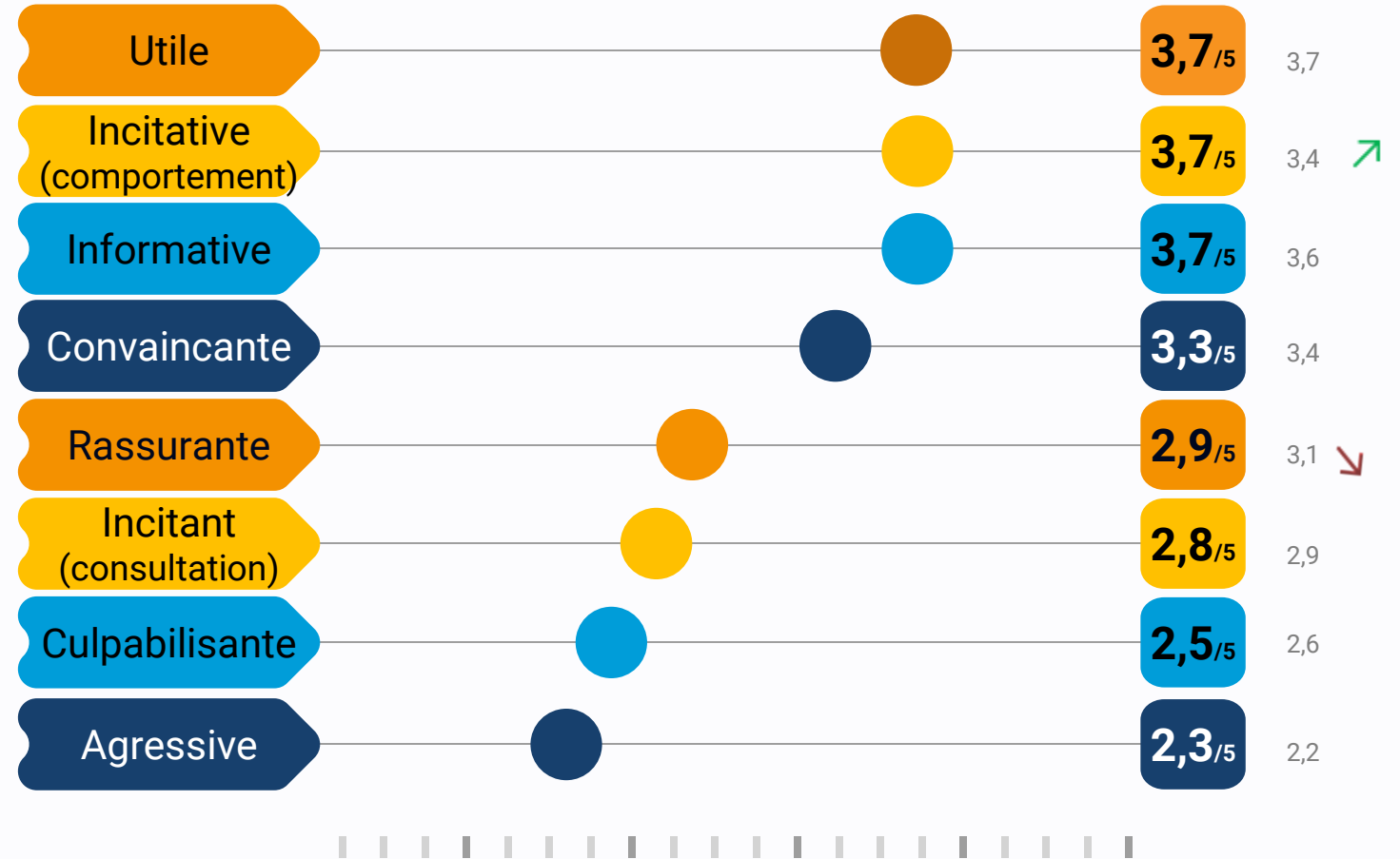
**CE QUE JE RESSENS
ET CE QUE J'EN FAIS**

4

Une communication utile et incitative

Concernant la dernière communication de prévention santé dont vous vous souvenez, diriez-vous que vous l'avez trouvée :

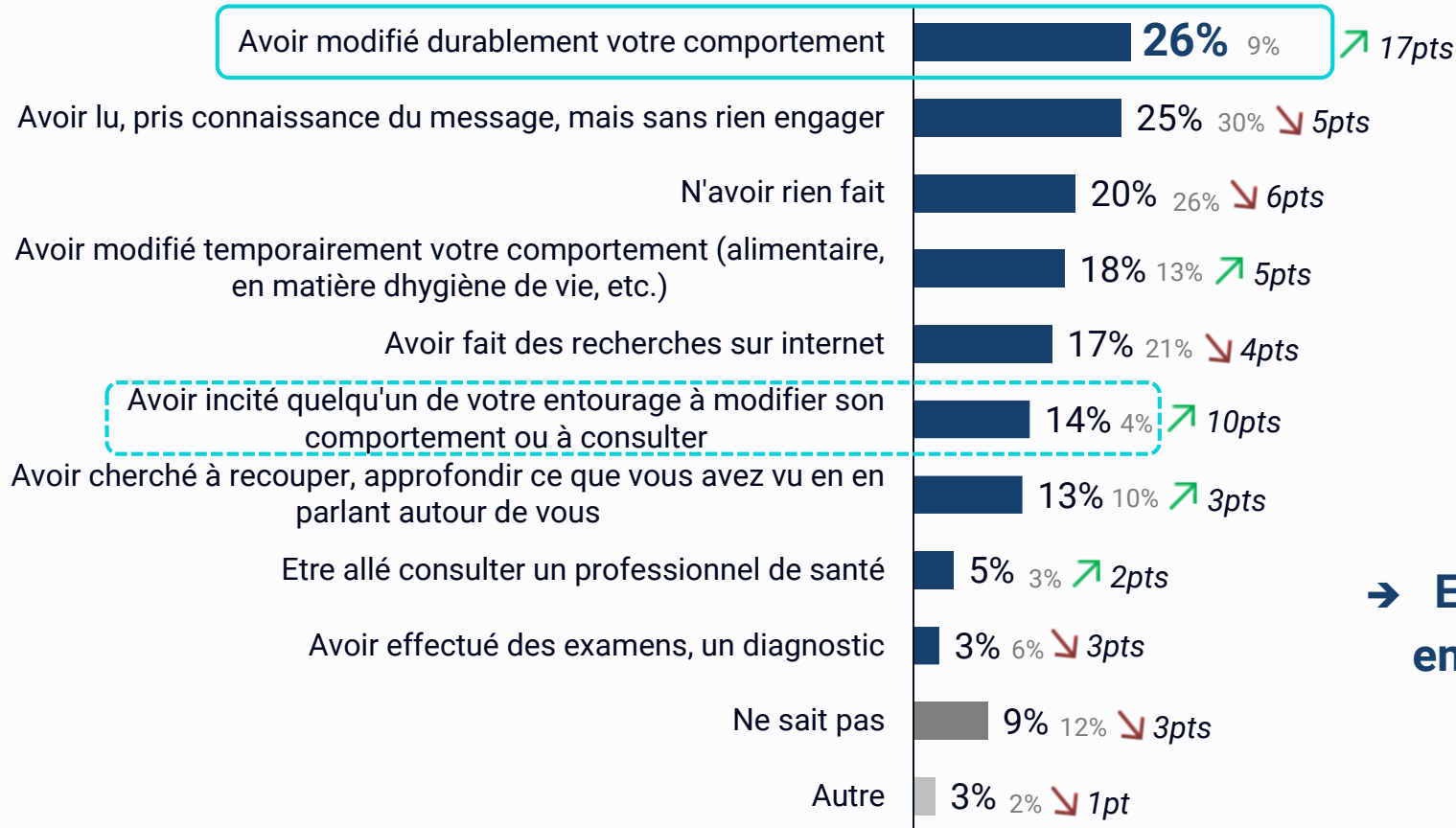
- Un gain en incitation à changer de comportement
- Mais un registre peu rassurant



QNUM | Base : 1808 répondants déclarant avoir été exposés à au moins une communication le mois dernier | xx% : résultats 2019

Des communications de prévention en temps de pandémie très incitatives

Au global, suite à l'exposition à une communication prévention santé, vous avez le souvenir de ...



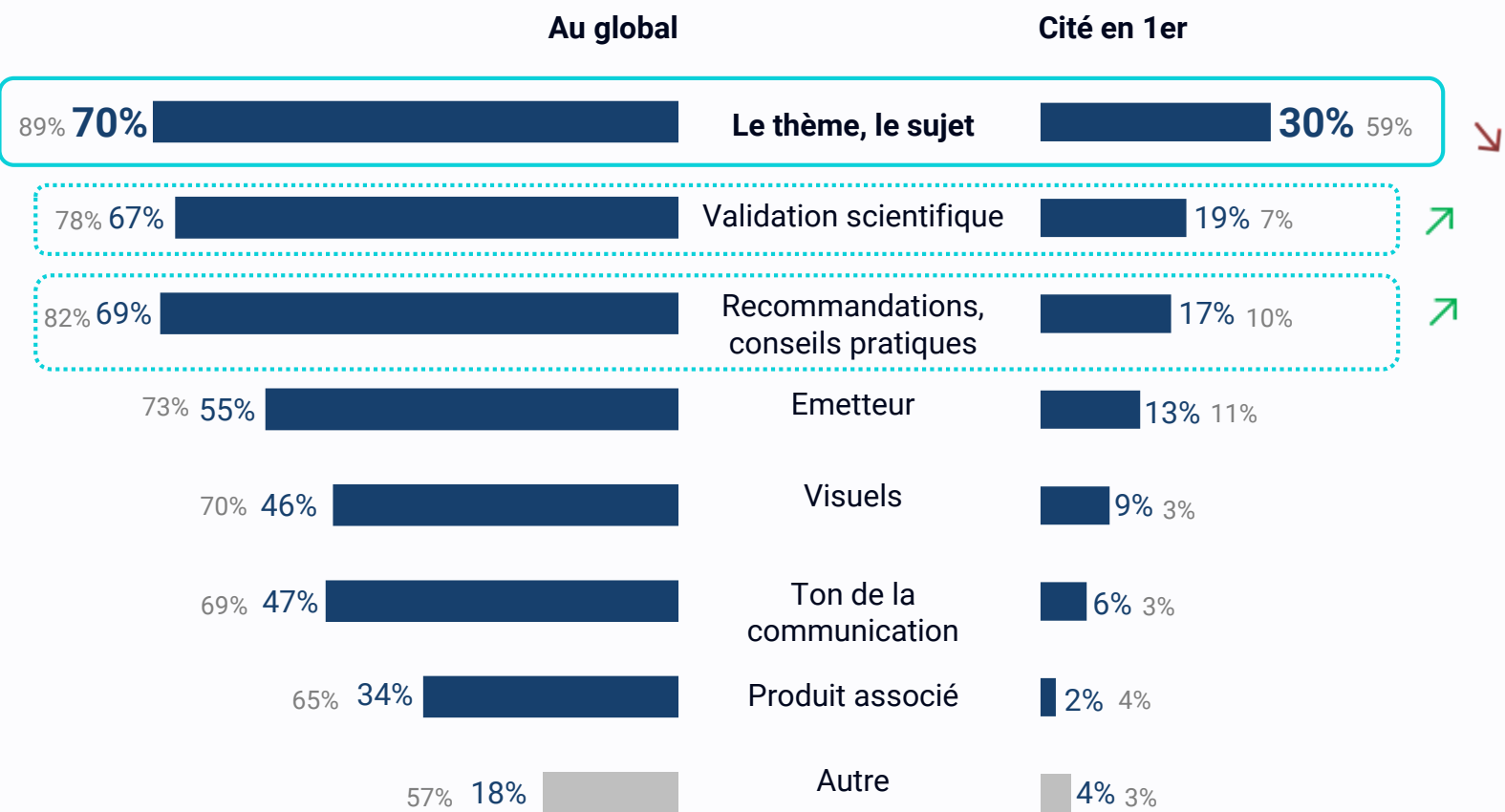
26%

des Français interrogés
**ont modifié durablement leur
 comportement versus 9% en
 2019**

→ **Et 14% ont incité une personne de leur
 entourage à modifier son comportement
 versus 4% il y a un an**

Recommandations pratiques et validation scientifique gagnent en importance dans le contexte de la pandémie

Quand vous êtes exposé à une communication en matière de prévention santé, quels sont les points les plus importants pour vous ?



→ **Thème, validation scientifique (+ 12 points) et conseils pratiques (+ 7 points) : les éléments les plus importants en temps d'incertitudes**

Un peu plus de réticence quant à la mobilisation des réseaux sociaux

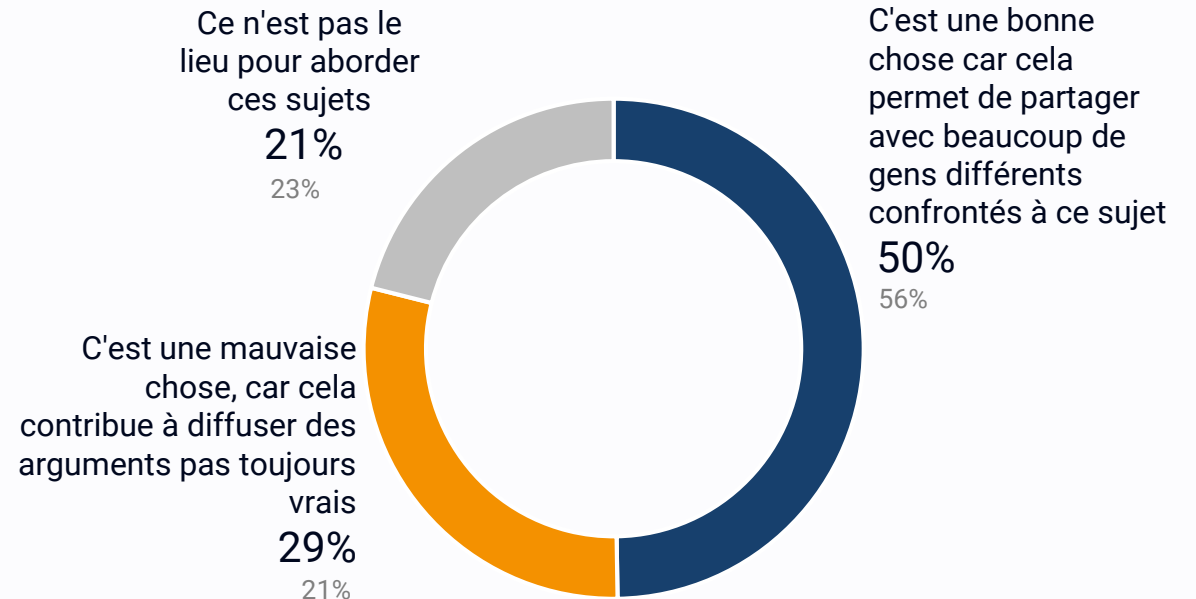
Les réseaux sociaux sont fréquemment mobilisés dans le cadre des campagnes de prévention santé. Selon vous...



29%

des Français interrogés
sont réticents à la mobilisation des réseaux sociaux soit 8% de plus qu'il y a un an

- Une réticence qui croît dans un contexte de mobilisation accrue des réseaux sociaux
- Mais un répondant sur deux continue de penser que cette mobilisation est une bonne chose, dans une optique de partage



CE QU'IL FAUDRAIT FAIRE



\ **Même dans un contexte de communication omniprésente, les 2/3 des français continuent à souhaiter davantage de communication prévention santé**

Globalement, pensez-vous que la prévention en matière de santé doit faire l'objet de d'avantage de communication

66% 82%

des Français interrogés
**pensent que la prévention santé doit
faire l'objet de davantage de
communication**

- **Soit 16 points de moins qu'en 2019**
- **Mais une attente qui demeure néanmoins
très majoritaire**

Les attentes de communication prévention accrue portent avant tout sur la pandémie

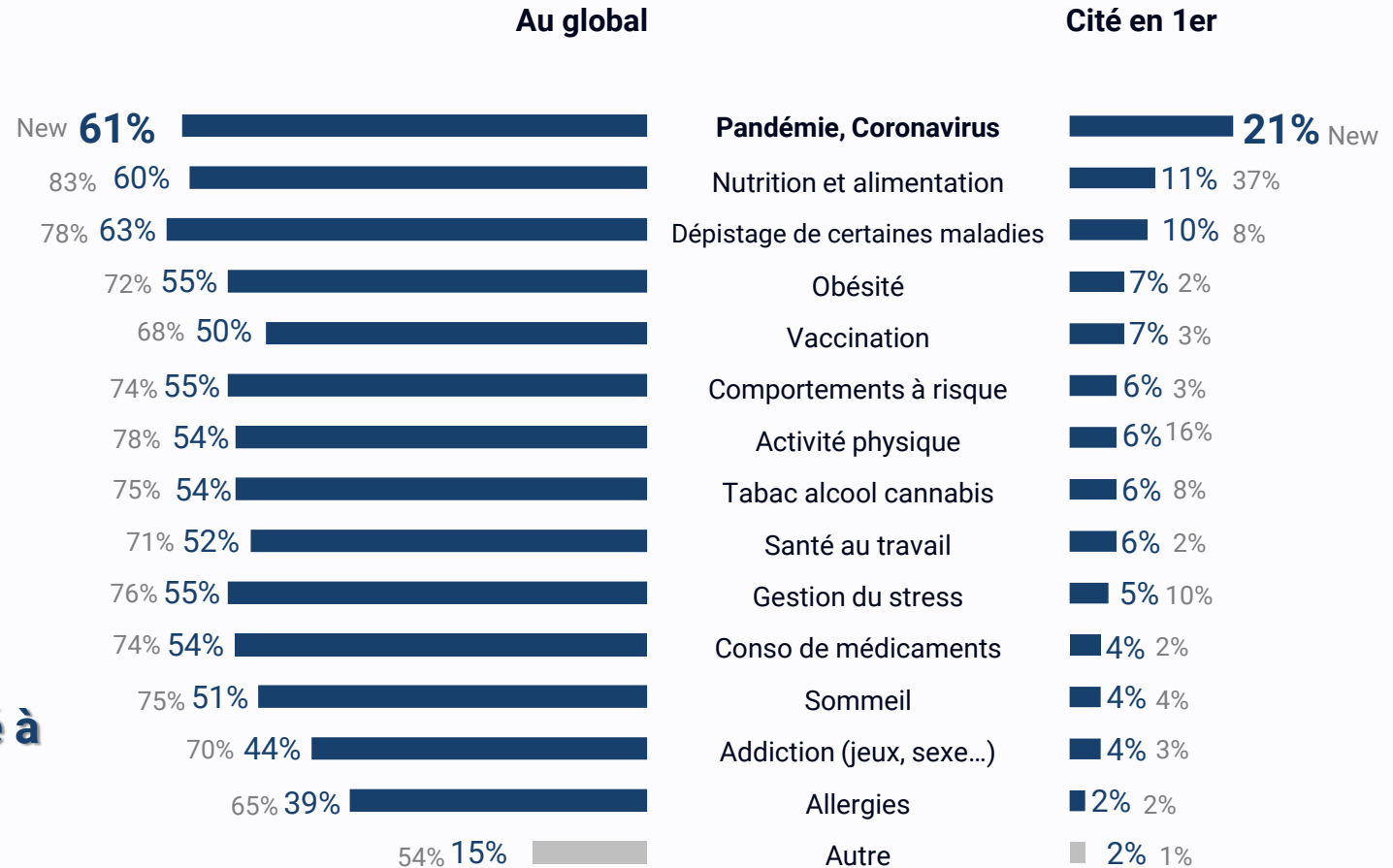
Quels sont selon vous les thèmes qui devraient bénéficier d'un renforcement de la communication en matière de prévention santé ?

21%

des répondants souhaitent en priorité un **renforcement de la communication sur la prévention du coronavirus**

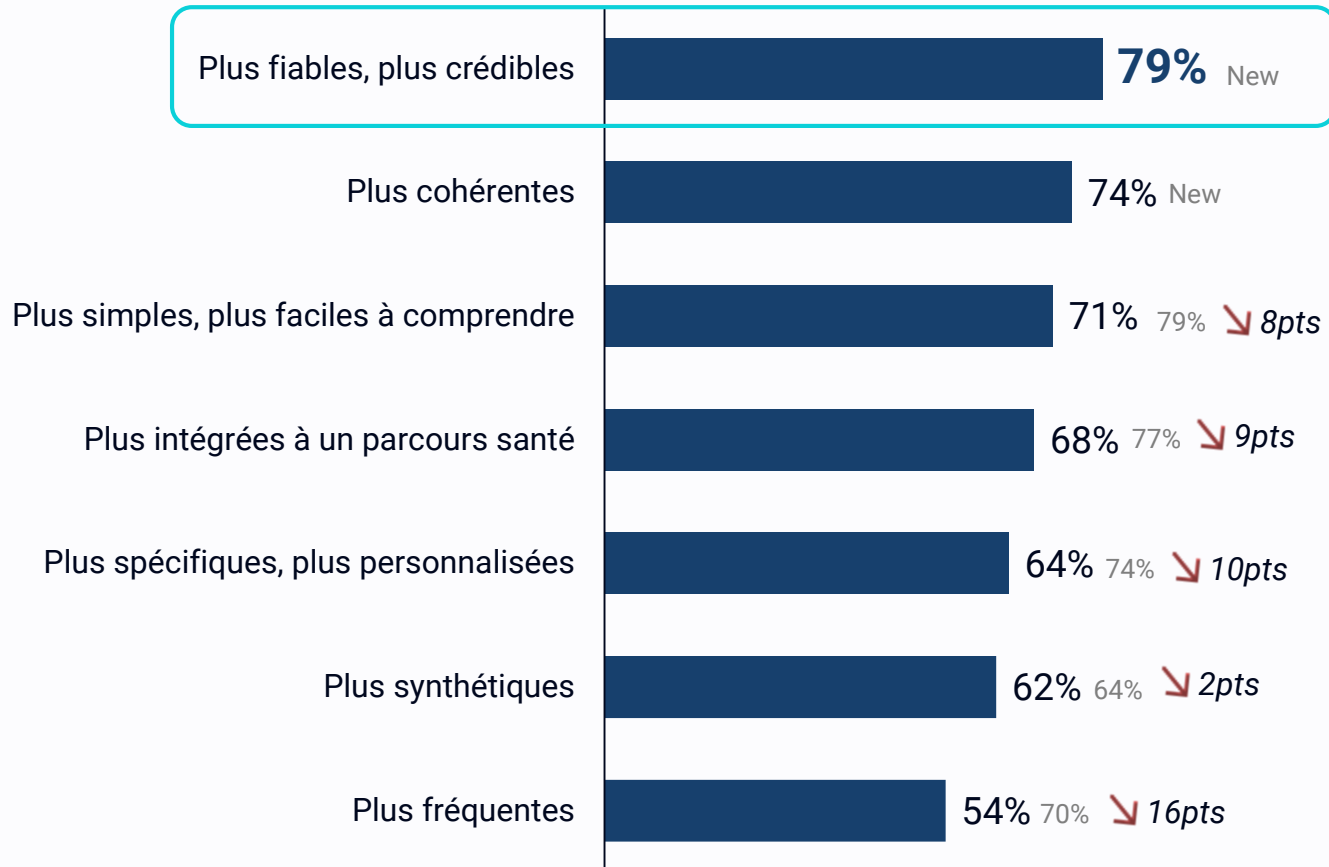
→ Toutes les autres thématiques, sauf le **dépistage (!)** sont en baisse

→ Des communications en prévention santé à **reconstruire**



L'attente de communications plus fiables et plus cohérentes

Pour vous intéresser plus, diriez-vous que les communications de prévention santé devraient être... ?

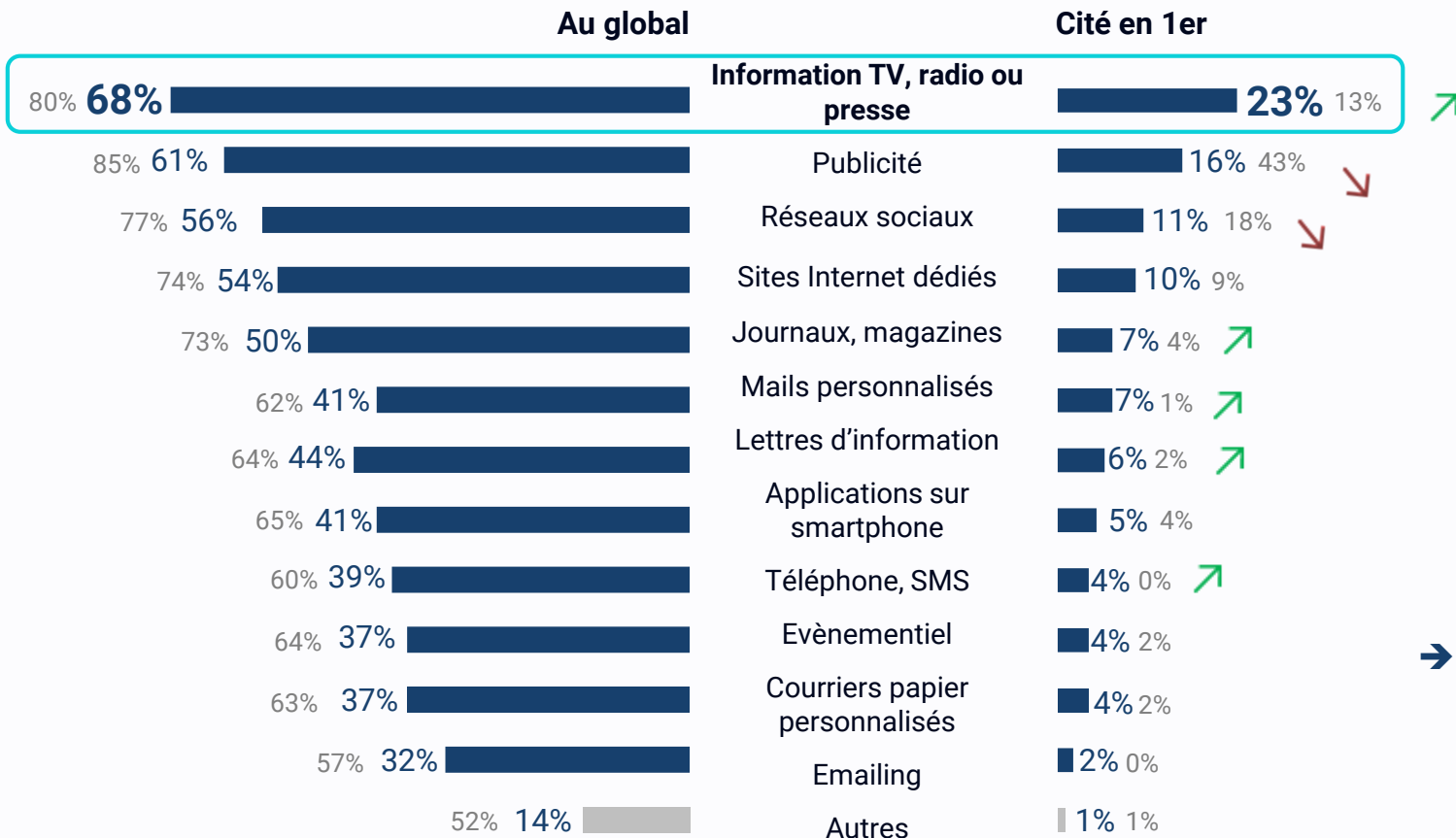


Plus de 70%

des Français interrogés
souhaitent des communications plus fiables et cohérentes, dans un contexte de pandémie marqué par de nombreux revirements et polémiques

Les médias d'information privilégiés

Quels sont selon vous les supports et canaux d'information qu'il faudrait privilégier ?



23%

des répondants citent en premier les **grands médias d'information**, au détriment de la publicité mais aussi des réseaux sociaux

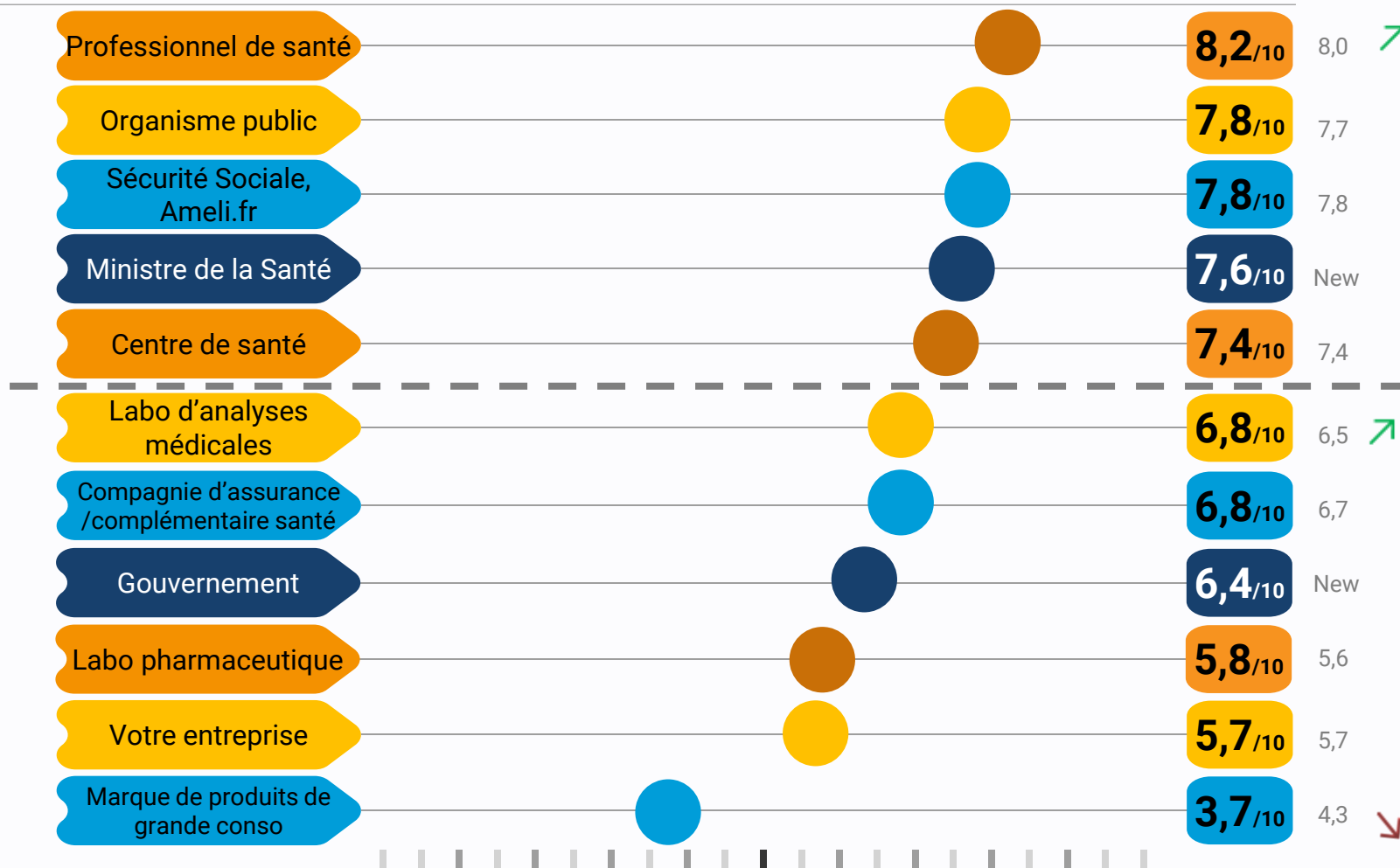
→ **Les communications personnalisées (mail, téléphone, SMS ou courrier) progressent**

De multiples émetteurs légitimes pour parler de prévention santé

Voici quelques émetteurs qui pourraient parler de prévention santé : note de 0 (pas du tout légitime) à 10 (totalement légitime)

→ Une légitimité inchangée à l'exception d'une nette baisse pour les marques de grande consommation

→ Un retour attendu des professionnels de santé



\ En guise de conclusion et pour la suite...

→ La nécessité sanitaire impérieuse (et une attente) de repasser à l'offensive en matière de communication prévention santé.

Il en va de la santé publique en France. Et du chemin est à refaire pour nombre de pathologies ou d'addictions...

→ Mais on ne peut pas faire comme s'il ne s'était rien passé sur ce sujet.

On ne reprend pas où l'on a arrêté le travail,

- Les perceptions et les exigences ont changé,
- Des comportements se sont relâchés,
- Les attentes se sont précisées, avec un besoin de réassurance et de concret et une hiérarchisation des canaux bousculée...

→ Si la parole publique a dominé durant des mois, la légitimité et l'attente à l'égard des émetteurs traditionnels sur ce sujet n'a pas été détruite.

Il convient cependant d'être vigilant et de conduire un examens approfondi de ses approches pour des temps à la fois plus exigeants et plus frugaux...

Pour tout contact Occurrence – Occurrence Healthcare

- **Pierre Gomez**, DGA Occurrence en charge du développement
 - 01 48 24 69 07 – 06 16 47 60 07
 - pierre.gomez@occurrence.fr

- **Laure Schapira**, DG Occurrence Healthcare
 - 01 48 24 69 02 – 06 80 37 60 24
 - laure.schapira@occurrence.fr

- **Mathilde Devillard**, Ingénieur d'affaire Occurrence
 - 01 48 24 32 00
 - mathilde.devillard@occurrence.fr