



Edelman révèle les résultats France du Edelman 2022 Trust Barometer – rapport spécial « Confiance et Santé »

57 % des Français ont perdu confiance dans la capacité de notre système de santé à gérer une crise sanitaire majeure suite à la pandémie de COVID-19

Paris, le 20 avril 2022 – Aujourd'hui, Edelman France lance la nouvelle édition du Edelman 2022 Trust Barometer – rapport spécial « Confiance et Santé » qui analyse le paysage de la santé en 2022 et donne des axes de réflexion pour améliorer le système de santé actuel. Cette étude, menée en février 2022 dans 10 pays dont la France, a recueilli la vision de 10 000 personnes (1 000/pays) sur l'impact de la confiance sur la santé et les pratiques de santé, et sur comment chaque pays peut travailler à gagner/conservier/redonner confiance en la santé et le système de santé.

Les chiffres clés à retenir

- 57 % ont perdu confiance dans la capacité de notre système de santé à gérer une crise sanitaire majeure
- 62 % des Français ont confiance dans les entreprises de santé en mars 2022 (vs. un pic de 69 % en mai 2021, le plus haut de l'ère pandémique.)
- - 15 points pour la capacité des Français a trouvé des réponses à leurs questions santé et à prendre une décision éclairée pour eux-mêmes et leur famille (depuis janvier 2017)
- 54 % des salariés croient les informations portant sur la santé ou les soins de santé émanant de leur employeur après l'avoir entendu/vu deux fois ou moins.
- 76 % des Français font confiance à leur médecin, 70 % aux pharmaciens et 60 %aux experts de santé pour leur dire la vérité sur les questions de santé et sur la meilleure façon de protéger la santé du public.

En France, dans un contexte électoral fort où la confiance des Français est au cœur de l'attention tandis que la santé, une des principales préoccupations des Français et un des déterminants de choix de vote, a été mise de côté dans les débats publics, la parution d'une telle étude est d'autant plus pertinente. En effet, après plusieurs années de pandémie, la confiance dans la santé est fortement remise en question, notamment car 57 % des Français disent avoir perdu confiance dans la capacité de notre système de santé à gérer une crise sanitaire majeure.

La confiance, déterminant clé de la santé, malmenée

La confiance conditionne les bons choix de santé puisque, comme le montre cette étude, les personnes ayant davantage confiance dans le système de santé sont les plus à même d'adopter de bonnes pratiques de santé comme faire des bilans de santé réguliers dans l'année passée ou suivre les schémas vaccinaux. Néanmoins, après deux ans de pandémie, cette confiance nécessaire est fragilisée du probablement à plusieurs raisons.

D'une part, 60 % des Français ont le sentiment que la parole scientifique/médicale se politise ou est utilisée pour soutenir un programme politique spécifique.



D'autre les entreprises de santé ne sont pas perçues comme digne de confiance. Ainsi, entre janvier 2020 et mars 2022, chaque phase de la pandémie remet en question la confiance accordée par les Français. En mai 2020, alors que le sujet de la pandémie est au cœur de l'actualité, la confiance dans le secteur est passée à 68 %. Pourtant, en janvier 2021, les niveaux de confiance ont chuté face à la remise en place des mesures sanitaires strictes signifiant un échec des entreprises à lutter contre la pandémie, remontant pourtant à 69 % en mai 2021 lors de la mise en place de la vaccination. Cette augmentation de la confiance ne s'est, malgré tout, pas maintenue diminuant de façon continue depuis soulignant une volatilité, une preuve supplémentaire de l'absence de certitude concernant la confiance dans les soins de santé à l'heure actuelle.

Enfin, les Français ne sont plus confiants vis-à-vis de leur capacité à prendre pour eux-mêmes et leur famille de bonnes décisions de santé. Le baromètre montre que, depuis janvier 2017, leur confiance a chuté de 15 points alors qu'au niveau mondiale elle a diminué de 10 points, faisant de la France un des pays connaissant l'un des reculs le plus nets.

L'impact de la confiance sur la santé étant incontestable, il est nécessaire de déterminer comment regagner cette confiance.

La confiance, un enjeu de santé publique

Les principaux enjeux pour regagner la confiance sont l'accès à l'information, le choix des canaux de diffusion de cette information et l'engagement des entreprises de santé en dehors de la production de médicaments.

En effet, 1 Français sur 2 est conscient qu'il ne fait pas ce qu'il faut pour sa santé à cause d'un problème d'information notamment car cette dernière peut être difficilement trouvable, que les autorités de santé changent régulièrement les recommandations de santé et que les experts expriment souvent des avis contradictoires.

Bien que cela ait fragilisé la confiance, cela ne l'a pas pour autant fait disparaître à tous les niveaux. Les Français font encore confiance à leur médecin, aux pharmaciens et aux experts de santé, respectivement à hauteur de 76 %, 70 % et 60 %, pour leur dire la vérité sur les questions de santé et sur la meilleure façon de protéger la santé du public. Ils ont également confiance dans l'information de santé qui leur sont fournies par les autorités de santé et leur employeur après l'avoir entendu/vu deux fois ou moins.

Du côté des entreprises de santé, en plus de franchir la barrière de l'information, il est nécessaire d'avoir une vue d'ensemble de la santé en France. Elles doivent s'engager au-delà des solutions thérapeutiques au niveau sociétal et environnemental, les autres déterminants de la santé (la pollution, la pauvreté, le changement climatique ou les injustices sociétales) étant considérés comme importantes pour gagner et conserver la confiance des Français. Elles sont également attendues sur le sujet de la confiance dans le système de santé. En effet, 69 % des Français affirment que pour gagner ou conserver leur confiance les entreprises de santé doivent donner et maintenir la confiance dans notre système de santé local.

Il est donc nécessaire aujourd'hui de mobiliser l'ensemble du système de santé à tous les niveaux, de porter les « voix qui comptent » qui diffèrent entre les personnes ayant déjà confiance et les personnes faisant preuve d'une plus grande méfiance.

Contact presse

Henrik Nourry

+33 6 01 03 27 80 henrik.nourry@edelman.com



A propos d'Edelman

Edelman est l'agence du Trust. Agence de communication intégrée, Edelman conseille et accompagne ses clients en France et à l'international en proposant des stratégies data-driven et des dispositifs créatifs qui créent et alimentent la confiance de leurs parties prenantes. Avec 6000 collaborateurs répartis dans plus de 60 bureaux de par le monde, Edelman met le trust au service de la réputation, de la transformation et de la croissance des plus grandes marques, entreprises et organisations.

Edelman s'est distinguée aux Cannes Lions en devenant Agence indépendante de l'année en 2021 et en remportant différents Grand Prix dans la catégorie PR, au sein de l'Advertising Ad Ages A-List en 2019, du Holmes Report 2018 en tant qu'Agence digitale mondiale et aux Glassdoor's Best Places to Work, durant 5 années consécutives. Depuis sa création en 1952, Edelman est restée une entreprise familiale indépendante.

Site : <https://www.edelman.fr/>

Twitter : https://twitter.com/Edelman_fr

LindedIn : <https://www.linkedin.com/company/edelmanfr>

Instagram : <https://www.instagram.com/edelmanfr/>