



## COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le jeudi 22 juin 2017

### Etude DOMPLUS sur la prévention : la personnalisation un enjeu majeur

*De nombreux acteurs du marché et partenaires de DOMPLUS s'interrogent aujourd'hui sur la manière de faire adhérer un public à un dispositif de prévention. Cette étude vise à identifier les caractéristiques de la population qu'il convient de prendre en compte impérativement pour parvenir à l'impliquer dans une démarche préventive.*

#### Méthodologie

L'étude Prévention réalisée par DOMPLUS porte sur un échantillon de 14 000 personnes bénéficiaires de services de prévention proposés par leur mutuelle, institution de prévoyance ou encore entreprise au travers d'entretiens téléphoniques, réalisés durant toute l'année 2016, avec les conseillers de DOMPLUS.

**La population étudiée est composée en grande majorité de femmes (77%) contre 23% d'hommes actifs pour 47% d'entre eux, les 53% restant étant des retraités.**

S'agissant de leur situation familiale, 56% des personnes étudiées vivaient seules et 44% en couple.

39% d'entre eux avaient entre 55 et 74 ans lorsque l'étude a été réalisée, 75 ans et plus (30%) tandis que les 35 - 54 ans représentaient 25% de l'échantillon et les moins de 35 ans, 6%.

#### Les grands freins et les leviers d'adhésion à une démarche préventive

- Si la santé est un facteur de préoccupation important dans la vie quotidienne des français (81% d'entre eux se disent préoccupés par leur santé ou celle de leurs proches, source baromètre DOMPLUS BVA octobre 2016), **ils sont 20% à ne pas considérer la santé comme un sujet d'intérêt or cette population est souvent la plus exposée et en conséquence la plus susceptible de profiter des bénéfices d'une action de prévention.**  
Ainsi, moins on est diplômé, moins on est sensible à une démarche préventive.
- **Le coût est un frein majeur.** S'ils sont convaincus par les bienfaits d'une démarche de prévention ou de la pratique d'une activité physique par exemple, ils ne sont pas prêts à investir dans une telle démarche. *« J'en avais parlé à mon médecin. Il m'avait dit : « bien écoutez, je vais vous faire un courrier pour au moins avoir quelqu'un six heures par semaine pour vous aider », « Oui, mais moi, il faut que ce soit pris en charge financièrement. Parce que, c'est pareil, financièrement c'est la dégringolade alors ce n'est pas forcément facile. ».* **On perçoit bien dans ce témoignage, que l'enjeu principal n'est pas uniquement d'être informé. Il faut que la personne se sente en confiance. Ici ce sont les frais qui pourraient être engagés ou plus exactement la non maîtrise de ces derniers, qui empêchent la personne de suivre les recommandations du médecin.**
- **La confiance accordée aux professionnels de santé est un levier déterminant.** L'adhésion à une démarche préventive dépend également de la confiance/méfiance envers les acteurs ressources que la personne pourrait mobiliser.  
*« - Vous vous êtes fait opérer madame X ?  
- Oh, non, non, non. J'ai trop peur. Et puis ils m'ont dit des choses trop... [Rire] ça fait peur alors je préfère rester avec mes genoux comme ça. »*

**La peur de la personne n'est pas nécessairement liée à une fragilité psychique ou à une nature inquiète, elle est souvent issue d'une expérience concrète qui s'est mal déroulée.**

- Enfin, l'étude met en exergue, par le biais des témoignages, que **le critère « préservation de son image » reste prépondérant dans la décision d'adhérer à un programme de prévention ou non**. Si certains ont conscience de leur besoin d'être aidé pour trouver des solutions à leur problème (tel que l'épuisement des aidants ou encore les problèmes d'addictions), ils ne sont pas prêts à extérioriser leur mal-être voire à en faire part dans leur entourage.  
*« Quand je sors, c'est la façade, avec les filles je rigole et tout ça. Mais dès que je suis à la maison. Je m'écroule. »* explique une aidante. *« Je suis très fatiguée. C'est comme ça que j'ai toujours été. C'est toujours pour les autres, ce n'est pas pour moi. »*. On perçoit bien, ici, que l'image que la personne veut maintenir auprès de ses amies la coupe d'un soutien potentiel de ses proches.

**Pour mettre en place un programme de prévention efficace, il convient d'anticiper et d'apporter des réponses aux freins mentionnés.** *« Pour autant, les freins et les manières de les contourner sont différents pour chaque individu c'est pourquoi la démarche préventive doit être ultra personnalisée par le biais d'une interlocution humaine et/ou via l'usage d'outils numériques apprenants »* analyse Arnaud Vallin, Directeur des usages sociaux et marketing social de DOMPLUS.

### **Focus sur les - de 35 ans**

Parce que les actions de prévention, pour qu'elles soient efficaces, doivent être mises en place le plus tôt possible, DOMPLUS a souhaité étudier de manière plus précise la cible des jeunes de - de 35 ans en croisant les résultats de la 1<sup>ère</sup> enquête nationale du bonheur chez les jeunes, réalisée en partenariat avec Générations Cobayes, menée en 2016 auprès de plus de 50 000 répondants.

Ainsi, chez les jeunes le rapport à la santé varie selon différents facteurs dont notamment la situation face à l'emploi : plus le jeune est rassuré sur l'emploi plus il est sensible au sujet de la santé.

Ce degré de sensibilité varie également en fonction du niveau d'étude (la sensibilité à la santé augmente après le niveau bac + 3).

Enfin, le rapport à la santé varie selon la classe sociale puisque les jeunes privilégiés ne sont que 30% à être peu ou pas sensibles à leur état de santé contre presque 40% des jeunes issus des classes populaires. *« Dans un contexte où la culture curative reste enracinée en France, cette variation selon les personnes s'accroît encore lorsque l'on se penche sur leur rapport à la prévention santé »* indique Arnaud Vallin.

On retrouve ces grandes tendances dans les échanges avec les personnes qui passent par les services de DOMPLUS. Plus spécifiquement, sur le public des jeunes de moins de 35 ans, la logique préventive semble moins présente chez les apprentis que pour les catégories de jeunes très diplômés (même si ce constat varie en fonction du secteur professionnel). A titre d'exemple, les jeunes apprentis accompagnés par DOMPLUS pour le compte d'une branche professionnelle spécifique ne perçoivent le suivi médical comme pertinent que dans le cadre d'un problème de santé à soigner (vision curative de la santé) pas dans le cadre d'un suivi préventif.

Ainsi, à la question de savoir s'ils profitent des visites gratuites annuelles chez le médecin et le dentiste, les jeunes apprentis de cette branche spécifique accompagnés par DOMPLUS répondent le plus souvent : *« Pas du tout. Je n'y vais que si je suis malade. »* ou encore *« Non. Je n'y vais que quand c'est vraiment nécessaire. »*.

### **Le comportement des jeunes face à la santé, emblématique de celui des français**

*« Ce constat sur les jeunes est emblématique du comportement de l'ensemble de la population »* explique Arnaud Vallin, ajoutant *« bon nombre de salariés plus âgés, quel que soit le secteur professionnel, répondent également en termes d'absence de symptômes alors que l'on évoque avec eux la prévention santé »*.

Il reste plus simple d'engager une personne dans une démarche préventive lorsque celle-ci n'a pas de perception uniquement curative de sa santé. **Or, la culture préventive n'est pas encore répandue à l'ensemble de la population française d'où l'importance de concevoir des dispositifs préventifs composés d'une première phase de travail sur les représentations puis d'acculturation de la personne avant de mener toute autre initiative préventive expliquent les experts de DOMPLUS.**

\*\*\*

PARTENAIRE DE L'AJIS, DOMPLUS INTERVIENDRA SUR LE THEME DES JEUNES ET DE LA SANTE LORS  
DES 50 ANS DE L'ASSOCIATION LE 14 SEPTEMBRE PROCHAIN

**A propos de DOMPLUS :**

Créée il y a dix-sept ans au Canada avec DOMPLUS Inc., **DOMPLUS** est une société d'intermédiation dans le secteur des services qui assure pour le compte d'entreprises et de grands donneurs d'ordre de la protection sociale des prestations de conseil et d'accompagnement à destination de leurs publics (adhérents, clients, salariés) sur des thématiques globales liées aux préoccupations de la vie quotidienne : avancement en âge, soutien aux aidants, transition vers la retraite, ruptures familiales, handicap...

**Aujourd'hui, 10 millions de bénéficiaires ont accès aux services d'intermédiation**, et 4,8 millions de salariés sur les domaines de l'équilibre vie privée – vie professionnelle, prévention, santé ou encore des questions autour de l'accès à l'emploi et au logement (...etc.), proposés par DOMPLUS.

**Contact presse :** Audrey Donnenfeld - ADRP - 06 30 10 76 90 – [audrey.donnenfeld@ad-rp.fr](mailto:audrey.donnenfeld@ad-rp.fr)