

La communication sur la prévention santé plébiscitée par les français

Le Groupe VYV partage les résultats d'une étude sur la perception de la prévention et de la communication liée à celle-ci par les français



« Cette étude conforte le positionnement du groupe VYV sur la prévention : proposer des services personnalisés, ciblés permettant d'agir sur l'ensemble des déterminants de santé. »

Virginie Femery,
Directrice Santé et Prévention du Groupe VYV

Le Groupe VYV, entrepreneur du mieux vivre, fait de la prévention santé un des axes majeurs de son action, en inscrivant son offre de services prévention dans le parcours de vie de l'adhérent.

Avec Occurrence HealthCare, le Groupe VYV a donc mené une étude online au mois de mars auprès de 2 000 personnes pour en savoir davantage sur la perception que les français ont de la prévention et de la communication qui en est faite.

Les résultats montrent que la santé est un sujet d'intérêt majeur pour les français : 86% d'entre eux s'y intéressent. Deux sujets retiennent particulièrement l'attention de 80% des répondants : la nutrition et l'activité physique.

La mutuelle est identifiée comme émetteur de communication prévention santé par un quart des français

Différents émetteurs de communication prévention santé sont identifiés dont les mutuelles, perçues comme le 5^e émetteur le plus légitime sur ces sujets. Sans surprise, les canaux privilégiés sont la télévision ou la radio, avec une place prépondérante pour les réseaux sociaux chez les moins de 25 ans.

Le premier thème de ces communications est la nutrition, puis les recommandations et conseils pratiques, notamment sur le dépistage, le stress et le sommeil.

Ces communications sont jugées utiles et efficaces

- 50% des français effectuent des recherches complémentaires après y avoir été exposés ;
- 30% d'entre eux modifient au moins temporairement leurs comportements, notamment sur la nutrition, l'activité physique et le sommeil.

Cette étude révèle également un effet boule de neige, puisque 1 français sur 4 relaie ces communications à son entourage.

Même s'il y a des attentes fortes pour plus de pédagogie, une meilleure intégration au parcours de santé et davantage de personnalisation, plus de 80% des répondants souhaitent voir les communications prévention santé se développer, en particulier sur la nutrition, notamment sous forme de publicité ou de messages d'information.

Retrouvez les principaux enseignements de cette étude dans [l'infographie](#).

Le Groupe VYV, entrepreneur du mieux-vivre

Le Groupe VYV (Chorum, Harmonie Fonction Publique, Harmonie Mutuelle, MGEFI, MGEN, Mutuelle Mare-Gaillard, Mutuelle Nationale Territoriale, SMACL Assurances) est le 1^{er} acteur mutualiste de santé et de protection sociale en France. Autour de ses 4 métiers (assurance, offre de soins, services et habitat), le Groupe VYV développe des offres complètes et personnalisées pour accompagner et protéger tous les individus tout au long de la vie.

Créé en 2017, le Groupe VYV œuvre au quotidien pour être utile à tous et à chacun. L'ensemble des composantes du groupe protège 11 millions de personnes au sein de son écosystème et propose des solutions adaptées à plus de 88 000 employeurs publics et privés.

Le chiffre d'affaires du groupe, intégrant une évaluation du chiffre d'affaires des entités de l'UGM VYV Coopération, est d'environ 10 milliards d'euros ; sur le seul périmètre combiné du Groupe VYV, le chiffre d'affaires est de 8,7 milliards d'euros. Acteur engagé, avec 10 000 élus dont près de 2 600 délégués, le Groupe VYV innove et anticipe pour construire une société plus équitable et socialement responsable.

www.groupe-vyv.fr



Contact presse

Myriam Urvoaz

pressevyv@havas.com

07 84 52 03 38