

## BETC DEVOILE SON ETUDE SUR LES REACTIONS DU MONDE FACE A LA CRISE SANITAIRE

Le dernier rapport Prosumers\*, "**Santé et hygiène à l'ère post-COVID-19**", examine les réactions face à la crise sanitaire mondiale qui sévit actuellement.

Cette étude, menée au début de l'année 2021, s'appuie sur les réponses de plus de 15 000 participants sur 31 marchés. Elle offre une perspective interculturelle sur les réactions à la pandémie et explore également les nouvelles attentes des Prosumers en matière de santé, d'hygiène et vis à vis des laboratoires pharmaceutiques.

La menace à laquelle nous avons tous été confrontés l'année dernière a renforcé la prise de conscience des dangers qui nous entourent chaque jour. Plus de 9 Prosumers interrogés sur 10 ont déclaré que la COVID-19 a mis en avant combien un système de santé solide est essentiel pour une économie forte. Mais comment se fait-il qu'un événement qui se déroule à l'échelle mondiale ait suscité des réactions aussi diverses, selon les pays et les cultures ? À titre d'exemple, seule la moitié des Prosumers français fait confiance aux institutions qui font la promotion des vaccins, alors que les trois quarts ou plus le font en Chine et en Norvège. Plus loin, 72 % des personnes interrogées au Royaume-Uni et 54 % aux États-Unis estiment que le refus de se faire vacciner met les autres en danger ; moins d'un tiers des Français sont de cet avis.

*« Cette étude révèle à quel point un même événement mondial peut être vécu de manière extrêmement contradictoire en fonction de l'histoire et de la culture de chacun des pays touchés. Ainsi, en France, on constate que la défiance généralisée qui touche la société, défiance envers les institutions, mais aussi envers ses concitoyens, affecte profondément la réponse des gens. Elle se conjugue à une foi très relative dans le progrès et une ouverture faible aux solutions apportées par les nouvelles technologies. Tous ces facteurs, déjà présents dans l'esprit des Français vont se trouver amplifiés par la crise et contribuer notamment à une grande méfiance vis à vis des vaccins », expliquent Marianne Hurstel, Vice-Présidente de BETC en charge des stratégies et Sébastien Houdusse, Vice-Président en charge des stratégies de BETC Fullsix.*

Voici les principales conclusions de cette étude :

- Une même pandémie, des réactions différentes : En Chine et en Russie, plus de 9 Prosumers sur 10 pensent que la pandémie a révélé que leur gouvernement donne la priorité à la santé des citoyens plutôt qu'à l'économie. À l'inverse, plus de 6 Prosumers sur 10 au Brésil et aux États-Unis estiment que leur pays a donné la priorité à l'économie plutôt qu'à leur santé.
- La confiance est la meilleure des armes : à l'ère de la pandémie, la confiance dans la science, les scientifiques et les autorités gouvernementales est devenue un élément essentiel des actions de prévention. Alors que la plupart des Prosumers du monde entier ont exprimé leur confiance dans les vaccins COVID-19 disponibles au moment de l'étude, près des deux tiers de ceux de la République tchèque et environ la moitié des Prosumers de France et de Belgique ne le font pas. Parmi les Prosumers qui n'ont pas confiance dans les vaccins, la grande majorité (83%) s'inquiète du fait que le processus de développement a été "trop précipité", tandis que - plus inquiétant - environ un tiers ne fait tout simplement pas confiance aux personnes et aux institutions qui font la promotion des vaccins.
- Passer de la responsabilité individuelle à la responsabilité collective : 90% des Prosumers reconnaissent qu'il est de la responsabilité de chacun de prendre soin de sa santé et d'éviter de contribuer à la surcharge du système, mais il existe un large désaccord sur les sanctions à appliquer contre ceux qui ne le font pas. Alors qu'une majorité de personnes interrogées dans les pays de l'Est (par exemple, en Chine, 53 % ; en Inde, 64 %) est d'accord pour dire que "les personnes qui ne prennent pas soin de leur santé devraient payer un supplément pour l'assurance maladie", les nations européennes de la Belgique (30 %) et de la France (27 %), dans l'ensemble, ne sont pas d'accord.
- Nous sommes devenus des maniaques de l'hygiène : L'hygiène a occupé le devant de la scène pendant la pandémie. Une grande majorité de Prosumers (87 %) pense qu'une hygiène stricte est essentielle à notre santé personnelle, et 85 % affirment que garder leur maison propre fera partie de leur régime de santé régulier. Toutefois, cette crainte ne doit pas se faire au détriment des relations sociales : 60 % des Prosumers pensent qu'avoir des règles sanitaires et d'hygiène très strictes nous prive du sel de la vie.

- La santé en marche, votre médecin de demain : Les Prosumers souhaitent une nouvelle approche de la part de leurs médecins, plus de 75 % d'entre eux exprimant le désir que leurs médecins se comportent davantage comme des coachs de santé plutôt que de simplement leur prescrire des médicaments. Mais il existe un clivage dans la mesure où les gens souhaitent que certaines avancées en matière de soins de santé soient basées sur la science et la technologie. Par exemple, si 44 % des personnes interrogées aux États-Unis pensent que l'utilisation des " big data " en médecine permettra de fournir des traitements adaptés à chaque patient, seuls 33 % des Français sont de cet avis.
- Les entreprises pharmaceutiques affichent un déficit de confiance : Malgré le rôle des entreprises pharmaceutiques dans la fourniture de tests, de traitements et de vaccins pour le COVID-19, seul 1% des Prosumers les perçoivent comme source d'information sur la santé en laquelle ils ont le plus confiance. Pour que ces marques puissent gagner la confiance des consommateurs, un changement de perception est essentiel. Cela commence par une attitude honnête et ouverte : 81 % des Prosumers pensent que les entreprises pharmaceutiques devraient être plus transparentes sur leurs médicaments. C'est aussi une question d'accessibilité : 3 Prosumers sur 4 estiment que les entreprises pharmaceutiques ont la responsabilité de maintenir des prix bas afin que les traitements soient abordables pour tous. Et enfin, c'est une question d'innovation : Près de 8 Prosumers sur 10 pensent que les entreprises pharmaceutiques sont au centre de la science et de l'innovation du système de santé. Cependant, elles ne sont pas seules dans cette course : 42 % pensent que les futures avancées dans le domaine de la santé seront menées par Amazon, Google et d'autres géants de la technologie.

L'ensemble de l'étude est disponible [ici](#).

**\*Qui sont les Prosumers ?** Les Prosumers sont des « consommateurs influenceurs » que Havas et BETC interrogent depuis une quinzaine d'années. Au-delà de leur impact économique, les Prosumers ont le pouvoir d'influer sur le choix des marques et les comportements de consommation mainstream. Leurs comportements et attitudes sont en avance de 6 à 18 mois sur ceux des autres consommateurs. Réussir à les comprendre permet ainsi de dégager les tendances, et d'identifier aujourd'hui les opportunités de demain pour les marques.

CONTACT PRESSE  
BETC  
Camille.chang@betc.com