



## Enquête GEMA Prévention - OpinionWay

### Les principaux risques vus par les Français

Paris, novembre 2015 – À l'occasion de son 20<sup>e</sup> anniversaire, GEMA Prévention a demandé à OpinionWay de réaliser une enquête sur l'évolution de la perception des risques du quotidien par les Français. Ses résultats montrent que les Français surévaluent encore l'impact des risques routiers au détriment des risques de la vie courante, beaucoup plus meurtriers (20 000 morts par an).

#### Les Français...

- **sont avant tout préoccupés par les risques économiques** : interrogés sur les risques les inquiétant le plus, de manière générale ou au quotidien, les Français évoquent en premier lieu la situation économique (38% de manière générale et 22% au quotidien). Les risques du quotidien : les accidents de la route, les incendies, les intoxications, les chutes... ne sont pas cités spontanément.
- **sont mieux informés** : 69% des Français ont le sentiment d'être davantage informés sur les risques du quotidien qu'il y a 20 ans.
- **redoutent les accidents de la route et les incendies** : aujourd'hui, les risques du quotidien auxquels les Français s'estiment le plus exposés sont les accidents de la route (51%), et les incendies (44%).
- **sont conscients des risques par classe d'âge** : ils considèrent que l'exposition aux différents risques dépend de l'âge. Les jeunes de 20 ans sont associés aux risques liés à la route (42%) et au sport (44%). Les enfants constituent la population la plus exposée aux risques domestiques avec notamment le risque de noyade (45%), de brûlure (33%) et de suffocation (32%). Les personnes âgées de plus de 60 ans sont, pour les Français, davantage vulnérables aux chutes (50%) et aux accidents de jardinage (39%). Les quadragénaires sont, eux, avant tout perçus comme concernés par les accidents de bricolage (44%).
- **sont optimistes pour le futur** : pour près de trois quarts des Français, dans 20 ans, il sera plus facile d'anticiper les accidents dus aux risques du quotidien (72%).

#### Une perception en décalage avec la réalité ?

Interrogés sur les risques ayant le plus augmenté au cours des 20 dernières années, près de la majorité des Français estime qu'il s'agit des accidents de la route (46%), une vision majoritaire chez les femmes (55% vs 36% des hommes). Pourtant, le nombre de morts sur la route a nettement baissé en 20 ans, passant de 8 891 morts en 1995 à 3 388 en 2014 (source : Sécurité Routière).

Les Français citent ensuite les noyades (39%), Un risque qui a effectivement augmenté ces dernières années : 668 décès en 1990, 1039 en 2010.

## Qui et quels moyens pour porter les messages de prévention ?

- **Les Français font de plus en plus confiance aux institutionnels pour la prévention**

Pour près de la majorité des Français, la famille et les proches constituaient, il y a 20 ans, les acteurs les plus légitimes pour porter les messages de prévention (46%), loin devant les pouvoirs publics (28%) ou encore les associations (15%) et les assureurs (14%).

Aujourd'hui, les proches sont toujours considérés comme légitimes (41%) mais les pouvoirs publics (42%), les assureurs (31%) et les industriels (27%) tendent à prendre une place plus importante. Les Français considèrent même que, dans 20 ans, les assureurs seront aussi légitimes que leurs proches pour diffuser des messages de prévention (27%).

- **A chaque tranche d'âge son support de diffusion**

Pour la majorité des Français, le moyen d'information le plus adapté aux messages de prévention est la publicité (61%) qu'elle soit à la télévision, à la radio, sur Internet ou par affichage.

Plus en retrait, presse (36%) et réseaux sociaux (33%) constituent deux médias avec leur public propre. Les réseaux sociaux sont, sans surprise, préférés à la presse par les moins de 35 ans (37%). La presse, quant à elle, est préférée par les Français de 35 ans et plus (40%) et les retraités (44%).

---

### En conclusion, quelques grands enseignements :

Les Français se sentent davantage informés et conseillés pour prévenir les risques de la vie courante et envisagent un renforcement de l'information institutionnelle (pouvoirs publics, assureurs) au dépend des sources informelles (proches, famille).

Ils identifient bien les risques pour les différents âges de la vie et privilégient la publicité comme moyen le plus efficace pour faire passer des messages de prévention.

Mais s'ils se sentent mieux informés, les Français sur-représentent le risque routier au détriment des risques domestiques. En effet, 51% des Français estiment qu'il s'agit du risque auquel on est le plus exposé tout au long de sa vie. Des chiffres éloignés de la réalité car les Accidents de la Vie Courante\* (AcVC) tuent chaque année plus de 20 000 personnes soit près de 6 fois plus que les accidents de la route.

Pour Patrick Jacquot, président de GEMA Prévention, « *les médias jouent un grand rôle dans la perception des risques des Français. Nous avons besoin d'eux pour sensibiliser le grand public aux risques domestiques qui pourraient, le plus souvent, être évités en prenant de simples précautions. Depuis quelques années, GEMA Prévention a accentué ses efforts pour lutter contre les Accidents de la Vie Courante, un risque encore méconnu par les Français et les pouvoirs publics* ».

\* *Accidents de la Vie Courante (AcVC) : ce sont les accidents domestiques, scolaires, de sport ou survenant à l'extérieur. Ils excluent les accidents de travail, de la circulation, et ceux causés par des éléments naturels. Chaque année, ils tuent plus de 20 000 personnes et en blessent 4,5 millions. Ils sont la 1ère cause de décès chez l'enfant de 1 à 4 ans.*

---

#### Méthodologie :

Cette étude a été réalisée auprès **d'un échantillon de 2 020 personnes**, représentatif de la **population française âgée de 18 ans et plus**, constitué selon la méthode des quotas. Les interviews ont été réalisées par **questionnaire auto-administré en ligne**, du 2 au 11 septembre 2015.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : **« Sondage OpinionWay pour GEMA Prévention »**.

#### **À propos de GEMA Prévention**

GEMA Prévention, qui fête ses 20 ans cette année, est une association à but non lucratif, créée par les mutuelles du GEMA (Groupement des entreprises mutuelles d'assurance) pour réduire la fréquence et la gravité de la sinistralité sur les routes et à la maison. GEMA Prévention se mobilise pour lutter contre les accidents de la vie courante et propose un dispositif global comprenant un site internet ([www.gemaprevention.com](http://www.gemaprevention.com)) , la page Facebook « Les mamans assurent », mais aussi des brochures, des vidéos.

**Contacts presse : Françoise Collomb / Frédéric Castelnau – Tél : 06 62 23 05 15**

**E-mail : [frederic.castelnau@club-internet.fr](mailto:frederic.castelnau@club-internet.fr)**