



## **« Fake news » et santé**

# **Harmonie Mutuelle et son magazine « Essentiel Santé Magazine » dressent le tableau d'une situation préoccupante.**

Paris, le 11 mars 2020 – 44 % des Français déclarent avoir déjà été confrontés à des fake news et la moitié d'entre eux avoue y avoir accordé du crédit. Avec la montée en puissance de l'information digitale et des réseaux sociaux, la tendance s'accroît et la sphère de la santé est bien évidemment de plus en plus concernée. Le magazine Essentiel Santé Magazine du groupe Harmonie Mutuelle, a demandé à l'institut Viavoice, de faire l'état des lieux de ce phénomène de société.

### **Priorité aux professionnels de santé pour donner la bonne information**

Face à la profusion d'informations et la difficulté à les hiérarchiser, les Français se déclarent à 61% confiants quant aux informations diffusées, mais jugent prudent de ne pas mettre toutes les sources d'information sur le même plan, notamment quand elles touchent aux problématiques de santé. C'est ainsi qu'ils sont 92 % à faire avant tout confiance à leur médecin sur ces questions, un chiffre à peine supérieur aux 84% recueillis par les pharmaciens et les établissements de santé... suivis d'assez près par les mutuelles (67%)

*« Notre société est en quête de confiance. Les citoyens sont aujourd'hui noyés par l'information mais ils ont besoin d'une boussole leur permettant de s'orienter dans ce flot continu pour aller chercher la bonne information. C'est particulièrement vrai en matière de santé où les fausses nouvelles suscitent inquiétude et crise de confiance dans la médecine. Notre mutuelle a un rôle dans l'accompagnement de ses adhérents notamment pour les orienter vers des tiers de confiance sur ces sujets. »*

**Catherine Touvrey**, Directrice Générale d'Harmonie Mutuelle

La conscience du danger potentiel que représentent les fake news en matière de santé est largement partagée : une fausse information sur une thématique de santé peut conduire à des conduites inappropriées (abandon de traitements, refus de vaccinations, utilisation de substances dangereuses ou incompatibles avec les traitements).

## L'information de proximité l'emporte sur les médias traditionnels

En matière de « réassurance », les Français jouent la carte de la compétence avec les professionnels de santé, mais aussi celle de la proximité. Ils sont ainsi 68% à accorder leur confiance au premier cercle constitué de la famille, des amis et des collègues de travail, au détriment des médias traditionnels et des organismes institutionnels.

*« Les circonstances entourant le COVID-19 (Coronavirus) rendent les résultats de l'étude Viavoice pour Essentiel Santé particulièrement intéressants à analyser. L'étude et le dossier publié dans Essentiel Santé Magazine rendent ainsi compte d'un véritable sentiment de « vulnérabilité » des Français à l'égard des questions liées à leur santé, un domaine particulièrement touché selon eux par ce phénomène des fake news. Deux chiffres sont à ce titre marquant : 37 % des Français affirment avoir déjà été confrontés à des « fake news » dans le domaine de la santé et, parmi eux, plus d'un tiers ont agi en conséquence. »*

**François Miquet-Marty**, président de Viavoice

Dans ce contexte, on ne s'étonnera pas de voir figurer les sites internet, les forums, les blogs et les réseaux sociaux en queue de peloton de la confiance accordée, confirmant ainsi le rôle supposé des médias numériques dans la diffusion des fake news.

**[Retrouvez l'étude complète ici](#)**

### Méthodologie :

Etude réalisée du 15 au 19 novembre 2019 en ligne auprès d'un échantillon de 1 000 Français, représentatifs de la population française âgée de plus de 18 ans. Représentativité par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, âge, profession de l'interviewé, région et catégorie d'agglomération.

Essentiel Santé Magazine fait une large place à cette étude dans son numéro de mars. Vous pourrez par ailleurs trouver des articles complémentaires sur son site internet : <https://www.essentiel-sante-magazine.fr>

## À propos d'Harmonie Mutuelle

Pour Harmonie Mutuelle, la santé est un capital qu'il faut promouvoir en agissant sur tous ses déterminants (physiques, économiques, sociaux, culturels, environnementaux...). **Acteur de santé globale**, elle accompagne ses adhérents dans leur parcours de vie et ses entreprises clientes dans leurs responsabilités vis-à-vis de leurs collaborateurs, en apportant des réponses solidaires et innovantes en **prévention, santé et prévoyance**.

Entreprise à **but non-lucratif**, elle s'engage au plus près de chacun pour le mieux vivre de tous par une approche à la fois démocratique et experte et propose des solutions mutualistes collectives et personnalisées, notamment grâce à ses réseaux partenaires (optique, audio et dentaire) et ses services de soins et d'accompagnement.

Ses valeurs **d'ouverture, de confiance, de transparence et de solidarité** lui permettent de tisser un lien pérenne avec ses adhérents/clients mais aussi d'accompagner les évolutions de la société en participant à la construction du 1<sup>er</sup> groupe de protection sociale mutualiste : le Groupe VYV.

### Harmonie Mutuelle en chiffres :

- Près de **4,6 millions de personnes protégées**
- **2100 élus** sur le territoire représentant les adhérents et les clients
- Près de **360 000 bénéficiaires** de la CMU-C et de l'ACS (en 2018)
- Près de **61 000 entreprises clientes**
- **4 445 collaborateurs**
- **2,5 milliards d'euros de cotisations santé bruts de réassurance**



[www.harmonie-mutuelle.fr](http://www.harmonie-mutuelle.fr)

## À propos du Groupe VYV

**Le Groupe VYV est le 1<sup>er</sup> acteur mutualiste de santé et de protection sociale en France**

Le Groupe VYV (Chorum, Harmonie fonction publique, Harmonie mutuelle, MGEFI, MGEN, Mutuelle Mare-Gaillard, Mutuelle Nationale Territoriale, SMACL Assurances), créé en 2017, œuvre au quotidien pour être utile à tous et à chacun tout au long de leur vie. L'ensemble des composantes du groupe et leurs 45 000 collaborateurs, protège 10 millions de personnes et propose des solutions adaptées à plus de 72 000 employeurs publics et privés. Il totalise un chiffre d'affaires de 10 milliards d'euros en assurance santé, en prévoyance, en soins et services d'accompagnement, en épargne retraite...

Au sein du groupe, VYV Care porte la stratégie de développement de l'offre de soins et de services. VYV Care rassemble plus de 1 000 structures, 25 000 collaborateurs, répartis dans 3 pôles d'activités : produits et services, soins, accompagnement.

A côté de l'assurance et de l'offre de soins et de services, le Groupe Arcade-VYV s'affirme comme le 3<sup>e</sup> pilier du Groupe VYV. Issu du rapprochement avec le Groupe Arcade en janvier 2019, le Groupe Arcade-VYV gère 170 000 logements et compte construire un modèle unique et innovant d'habitat social au service du mieux-vivre.

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. Le Groupe VYV s'affirme comme un véritable entrepreneur du mieux-vivre.



[www.groupe-vyv.fr](http://www.groupe-vyv.fr)

## À propos de Viavoice

Viavoice est un cabinet d'études et de conseil. Viavoice accompagne de façon personnalisée et opérationnelle les décideurs et les institutions afin de mieux comprendre l'évolution des tendances, des opinions et des comportements à travers des études qualitatives et quantitatives.

### **Contact presse :**

Journalistes presse écrite et online – Ghizlane El youssfi / [gelyoussfi@hopscotch.fr](mailto:gelyoussfi@hopscotch.fr) / +33 1 41 34 21 14

Journalistes TV-Radio – Marie Laurens / [mllaurens@hopscotch.fr](mailto:mllaurens@hopscotch.fr) / +33 1 41 34 21 86