

30 Aout 2016

Les Français et la maladie de Verneuil

Préparé pour **RésoVerneuil**

Par Luc Barthélémy & Anthony Barea

Luc.barthélémy@ipsos.com

Anthony.barea@ipsos.com

Fiche technique

ÉCHANTILLON

1000 personnes constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

DATES DU TERRAIN

Du **17** au **25** aout 2016.

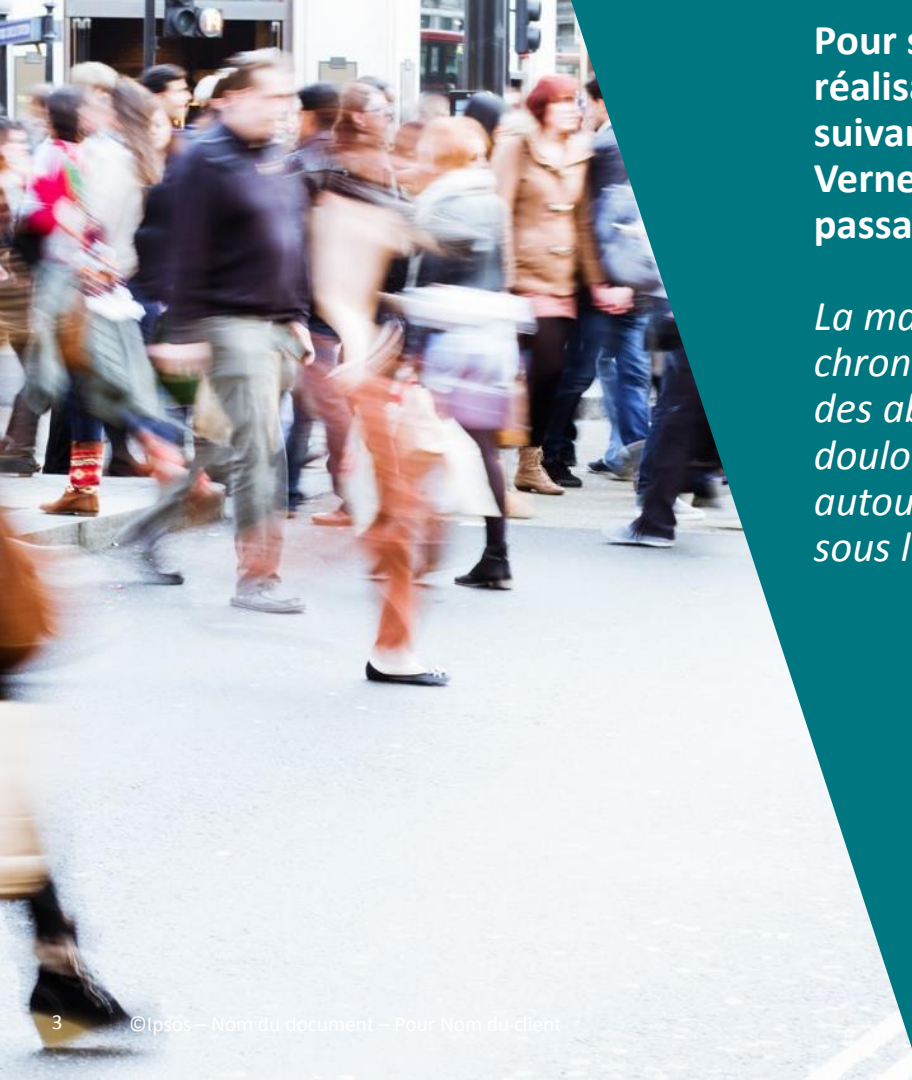
MÉTHODE

Etude réalisée par **Internet via l'Access Panel online d'Ipsos**.

Quotas : sexe, âge, profession de l'individu, catégorie d'agglomération, région.



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ».



Pour s'assurer d'obtenir une information fondée lors de la réalisation de l'enquête, la définition et les photographies suivantes des manifestations possibles de la maladie de Verneuil ont été proposées aux répondants durant la passation du questionnaire :

La maladie de Verneuil est une maladie inflammatoire chronique et douloureuse de la peau. Elle se caractérise par des abcès et des nodules (boutons, furoncles, abcès) douloureux et récurrents, localisés la plupart du temps autour des aisselles et de l'aîne, autour des fesses ainsi que sous la poitrine.





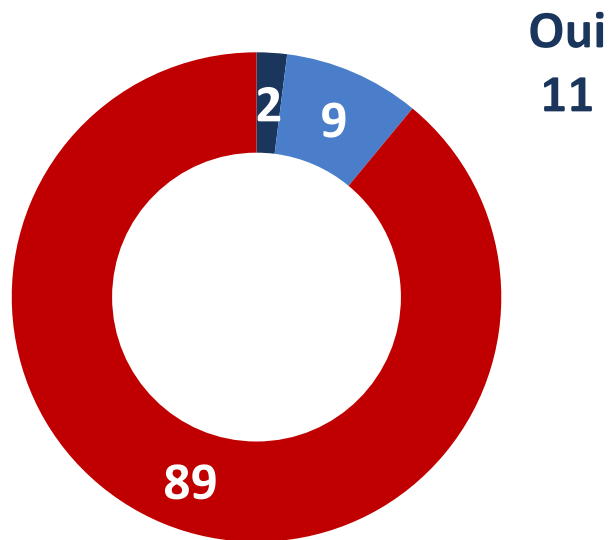
En spontané, seul 1 Français sur 10 a déjà entendu parler de la maladie de Verneuil

Une maladie très peu connue spontanément : Près de 9 Français sur 10 n'ont jamais entendu parler de cette maladie...

Base : Ensemble

En %

■ Oui et je vois précisément ce dont il s'agit ■ Oui mais je ne vois pas précisément ce dont il s'agit ■ Non



Oui
11



16% chez les 18-24 ans

Une connaissance aussi très imprécise chez les Français qui déclarent en avoir entendu parler : 19% ne savent pas dire ce que cette maladie leur évoque et pour 21% elle ne leur évoque rien. A noter 31% citent des manifestations de la maladie.

Base : A ceux qui ont entendu parler ne serait-ce que de nom de la maladie de Verneuil, soit 11% de l'échantillon (n=113)

En %

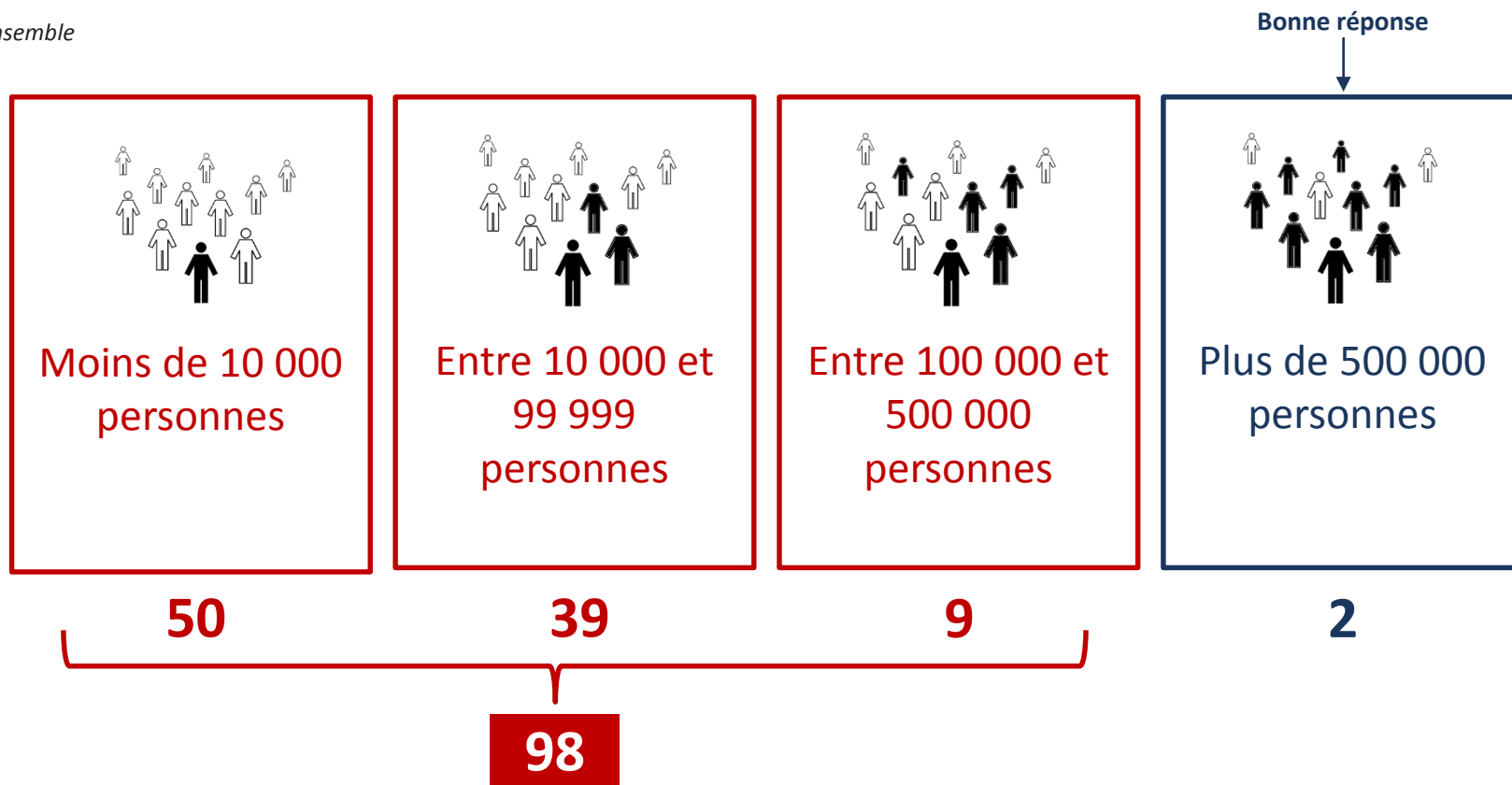
Manifestations (Nodules / abscessés / furoncles / boutons / pustules / inflammations / infections)	31
Maladie de peau	19
Autres (handicap)	7
Mauvaise hygiène de vie (tabac / alcool / drogues)	5
Origine de la maladie (maladie héréditaire / génétique / neurologique)	4
Maladie chronique	3
Je ne sais pas	19
Rien	21



Un déficit de connaissance très important pour une grande majorité de Français

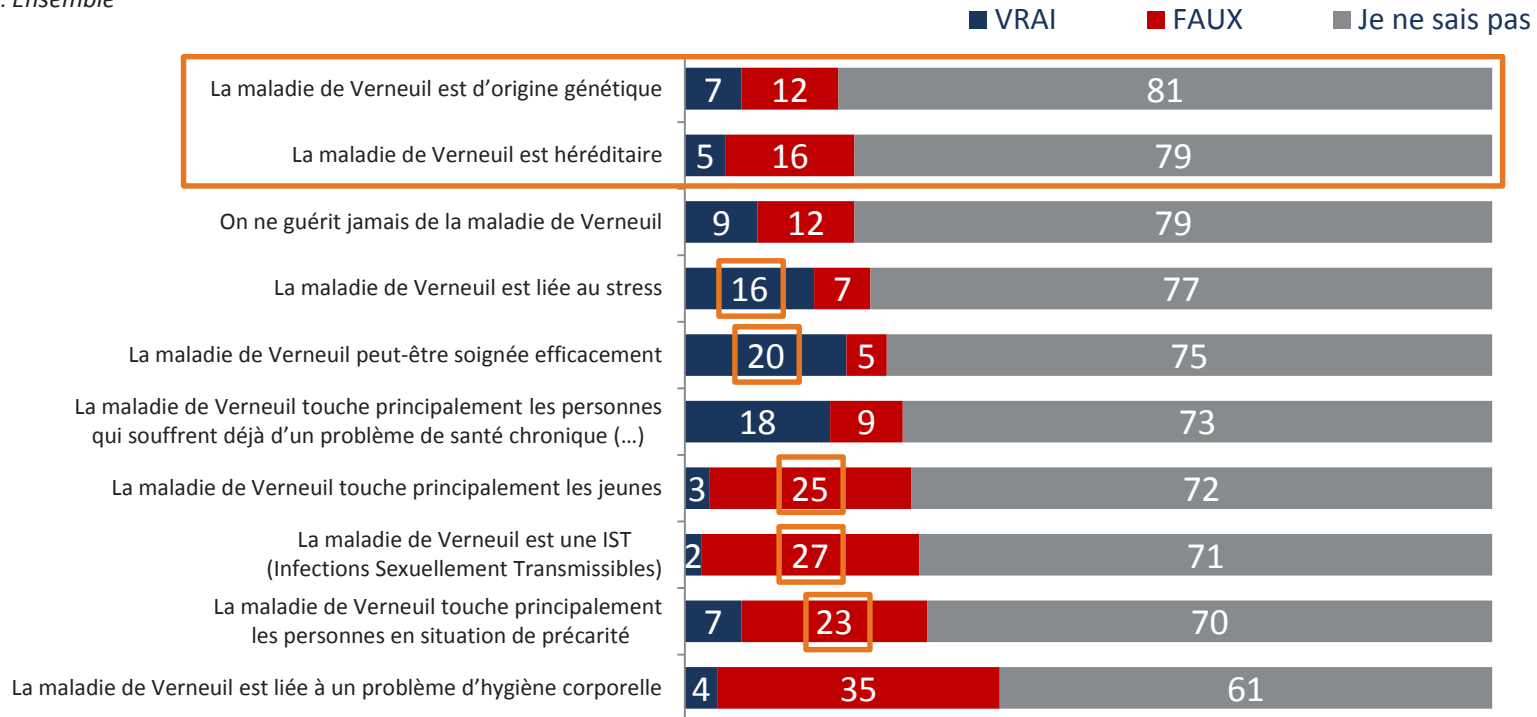
La quasi-totalité des Français sous estime la prévalence de la maladie. 1 Français sur 2 estime même qu'elle concerne moins de 10 000 personnes alors qu'en réalité plus de 500 000 personnes en sont atteintes aujourd'hui en France.

En %
Base : Ensemble



Suite à la présentation de la définition de la maladie, **le manque de connaissance des Français reste très important** sur de nombreux aspects de la maladie et notamment : **ses origines** (génétique ou héréditaire), ses causes (stress), la possibilité d'en guérir ou d'être soigné efficacement... A noter, **1/4 des Français** estiment que **la maladie n'est pas une IST**, et qu'elle ne **touche pas en priorité les personnes en situation de précarité**.

Base : Ensemble
En %



Question : Je vais vous citer différentes affirmations à propos de la maladie de Verneuil. Pour chacune d'entre elles, vous me direz si selon vous elle est vraie ou fausse concernant cette maladie



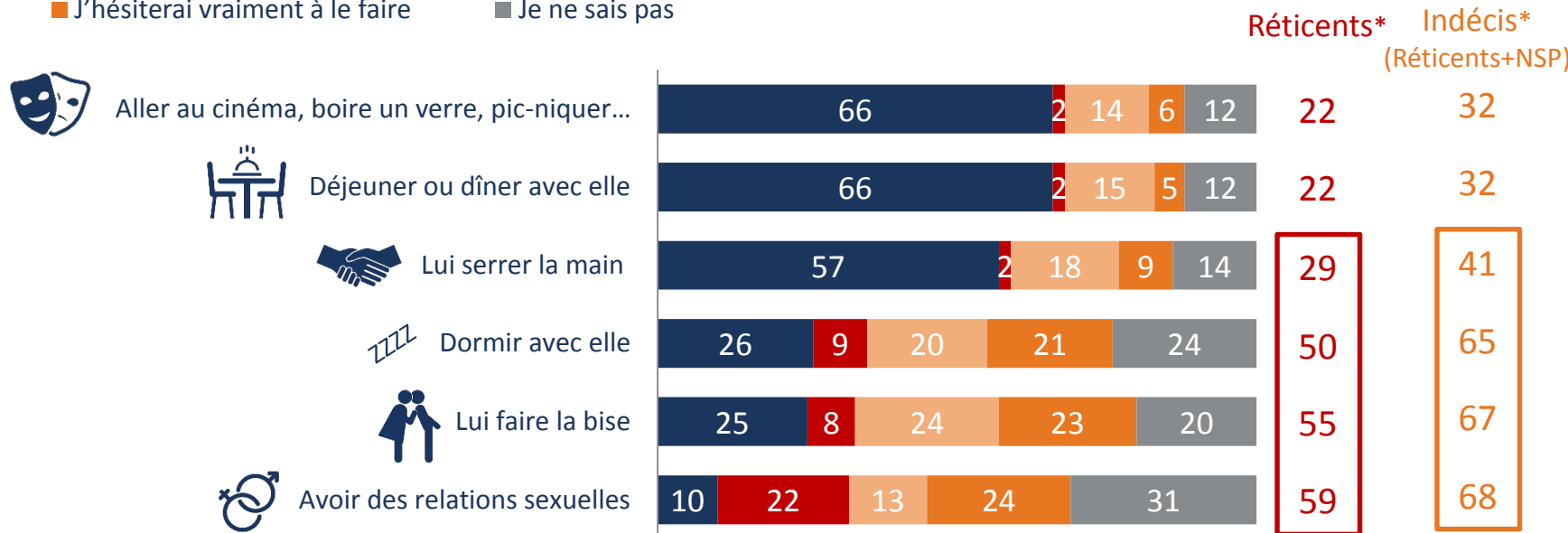
**Une maladie perçue comme très
handicapante pour les Français et qui
suscite leur empathie.**

Socialement et dans le rapport aux autres **la maladie de Verneuil exclut**. Elle exclut d'autant plus que la proximité avec la personne malade augmente : 29% des Français seraient réticents à l'idée de serrer la main à une personne atteinte de la maladie de Verneuil, 50% pour dormir avec elle, 55% pour lui faire la bise, 59% pour avoir des relations sexuelles...

Les Français expriment également leur malaise à travers un sentiment d'indécision fort dès lors qu'un contact physique pourrait avoir lieu avec une personne souffrant de cette maladie.

Base : Ensemble
En %

- Je le ferai sans problème
- Je refuserai de le faire
- Je le ferai mais avec difficultés
- J'hésiterai vraiment à le faire
- Je ne sais pas



*Le sous-total « Indécis » correspond à la somme des réponses obtenus sur les valeurs suivantes : « Je le ferai mais avec difficultés » ou « J'hésiterai vraiment à le faire » ou « Je ne sais pas »

**Le sous-total « Réticents » correspond à la somme des réponses obtenus sur les valeurs suivantes : « Je le ferai mais avec difficultés » ou « J'hésiterai vraiment à le faire » ou « Je refuserais de le faire »

Question : Maintenant, pour chacune de ces affirmations, dites-moi si vous le feriez sans problème, si vous le feriez avec difficultés, si vous hésiteriez vraiment à le faire, si vous refuseriez de le faire vis-à-vis d'une personne atteinte de la maladie de Verneuil ?

Pour 1 Français sur 2 (48%), la maladie de Verneuil impacte fortement les personnes qui en souffrent dans de nombreux domaines de leur vie. 25% des Français estiment même que cette maladie impacte très fortement le quotidien des malades (note de 9 à 10/10).

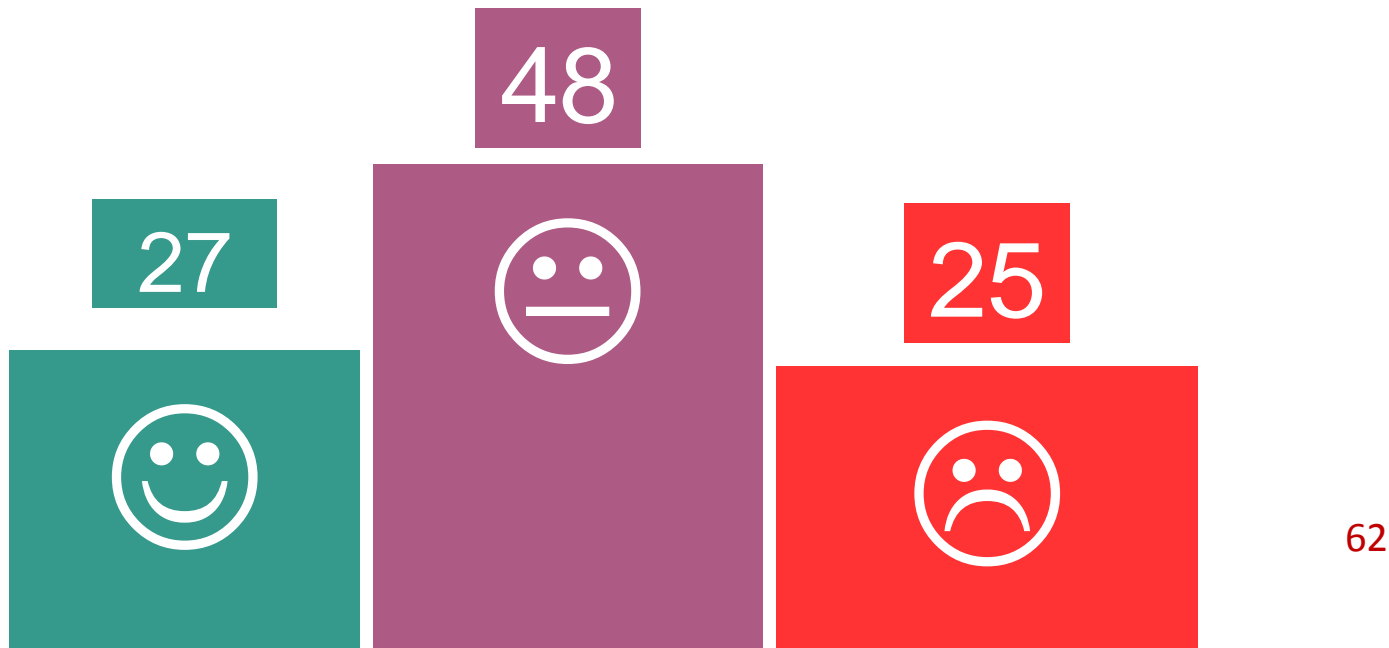
Base : Ensemble

Scoring d'impact calculé à partir des réponses données à la question d'impact de la maladie. 4 pts ont été attribués aux réponses « impact très important » / 3 pts aux réponses « impact important » / 2 pts aux réponses « plutôt pas important » / 1 pt aux réponses « pas du tout important ». Les scores obtenus ont ensuite été recalculés /10 pour obtenir une note globale pour chaque répondant.

Note de 0 à 6

Note de 7 à 8

Note de 9 à 10

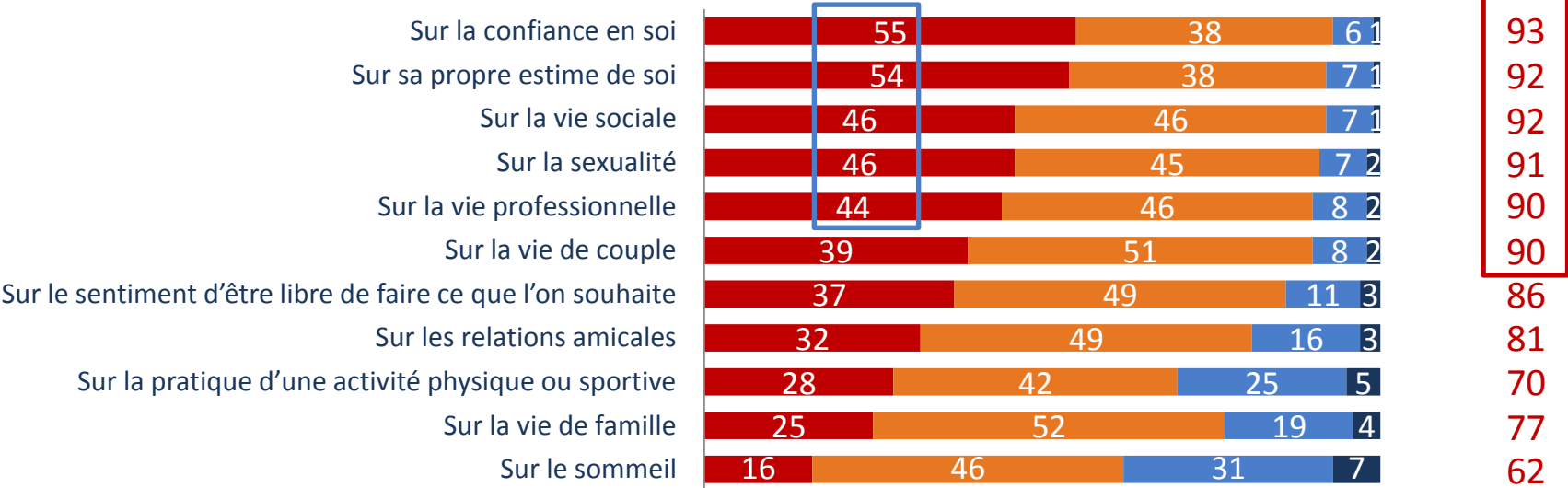


Dans le détail, une **maladie qui impacte très fortement** en priorité **la confiance en soi et l'estime de soi** des personnes qui en souffrent pour plus d'1 Français sur 2 (55% et 54%). La vie sociale, l'intimité et la vie professionnel sont les autres dimensions très fortement impactées selon près d'1 Français sur 2.

Base : Ensemble
En %

■ Un impact très important ■ Un impact plutôt important
■ Un impact plutôt pas important ■ Un impact pas du tout important

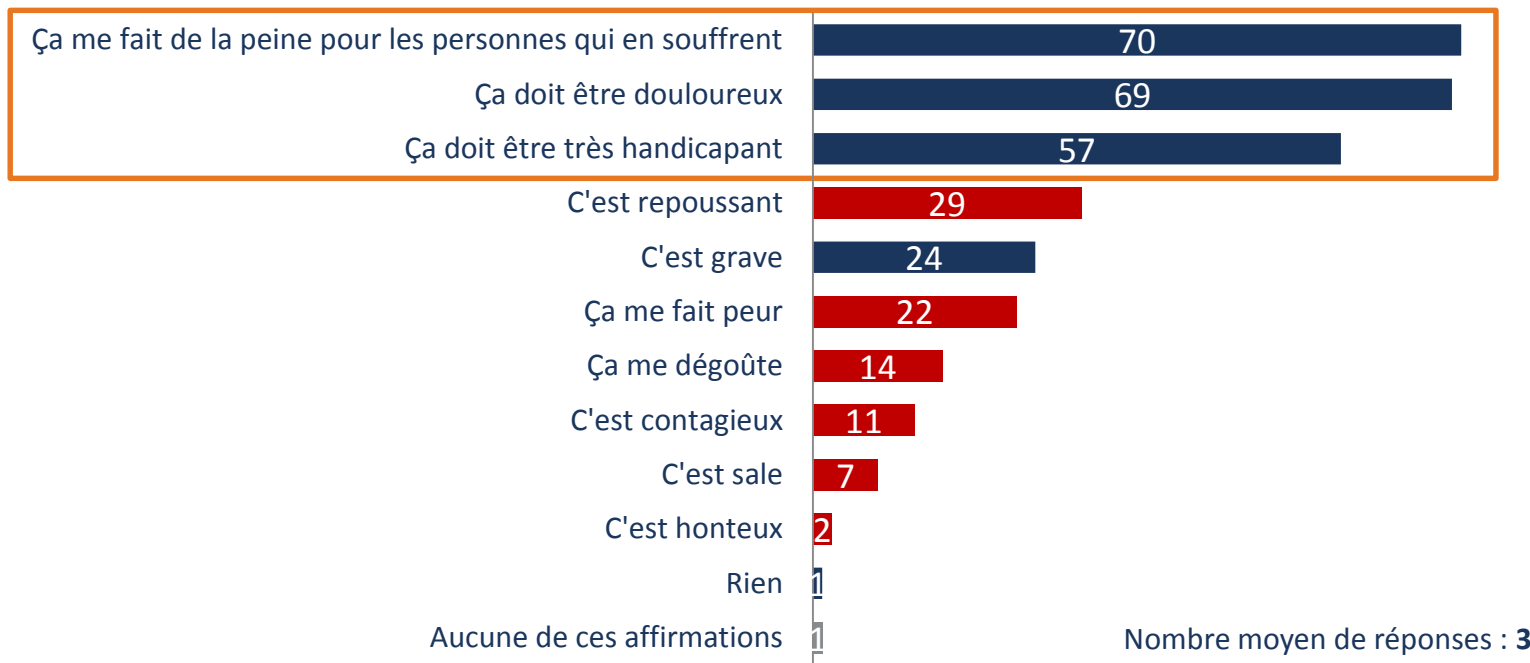
Important



La pathologie suscite avant tout de l'empathie pour les malades auprès des Français, qui projettent une maladie douloureuse et handicapante loin devant un sentiment de rejet ou de peur...

Base : Ensemble

En %



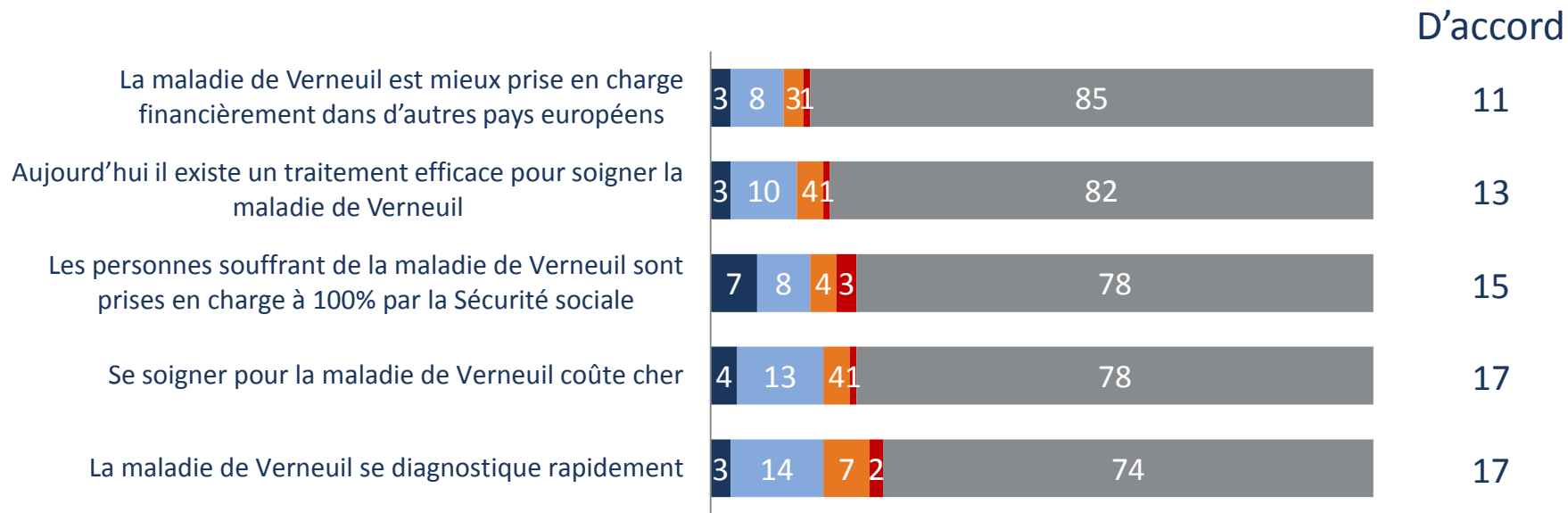


Quelle prise en charge de la maladie de Verneuil ?

Aujourd'hui les connaissances des Français concernant la prise en charge de la maladie de Verneuil restent très limitées que ce soit en terme de prise en charge financière, de traitements disponibles, de coût des traitements...

Base : Ensemble
En %

■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord ■ Je ne sais pas

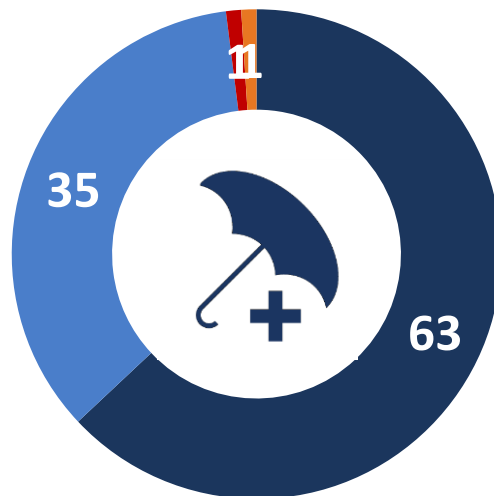


Malgré tout et compte tenu de ce que la maladie suscite chez les Français, **2/3** d'entre eux **seraient *tout à fait favorables*** à ce que **les coûts relatifs au traitement de cette maladie soient entièrement remboursés** par la Sécurité Sociale.

Base : Ensemble

En %

■ Tout à fait favorable ■ Plutôt favorable ■ Plutôt pas favorable ■ Pas du tout favorable



Oui
98



ANNEXES

GAME CHANGERS





NOS ENGAGEMENTS :

Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

☑ Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** (www.syntec-etudes.com), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (www.esomar.org), European Society for Opinion and Market Research,

☑ A ce titre, Ipsos France s'engage à appliquer **le code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

☑ Ipsos France s'engage à respecter l'article 29 de la Loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978 modifiée en 2004 et les recommandations de la **CNIL**. A ce titre, Ipsos a nommé un Correspondant Informatique et Libertés.

☑ Ipsos France est certifiée **ISO 9001: version 2008 et ISO 20252 : version 2012**. A ce titre, la durée de conservation des documents et données relatifs à l'étude sont , à moins d'un engagement contractuel spécifique , et à partir de la date d'achèvement du contrat :

- de 12 mois pour les données primaires (données sources d'enquête)
- de 24 mois pour les données secondaires (autres documents relatifs à l'étude)

☑ Ce document est élaboré dans le respect de ces normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.

☑ Cette étude a été réalisée dans le respect de ces normes internationales

ABOUT IPSOS

Ipsos ranks third in the global research industry. With a strong presence in 87 countries, Ipsos employs more than 16,000 people and has the ability to conduct research programs in more than 100 countries. Founded in France in 1975, Ipsos is controlled and managed by research professionals. They have built a solid Group around a multi-specialist positioning – Media and advertising research; Marketing research; Client and employee relationship management; Opinion & social research; Mobile, Online, Offline data collection and delivery.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

© 2016 IPSOS. ALL RIGHTS RESERVED.

This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain its confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs (and the needs of its affiliated as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.

GAME CHANGERS

At Ipsos we are passionately curious about people, markets, brands and society. We deliver information and analysis that makes our complex world easier and faster to navigate and inspires our clients to make smarter decisions.

We believe that our work is important. Security, simplicity, speed and substance applies to everything we do.

Through specialisation, we offer our clients a unique depth of knowledge and expertise. Learning from different experiences gives us perspective and inspires us to boldly call things into question, to be creative.

By nurturing a culture of collaboration and curiosity, we attract the highest calibre of people who have the ability and desire to influence and shape the future.

“GAME CHANGERS” - our tagline - summarises our ambition.

FIND US



www.ipsos.fr



facebook.com/ipsos.fr



vimeo.com/ipsos



[@IpsosFrance](https://twitter.com/IpsosFrance)

GAME CHANGERS

