

Etude *Harris Interactive* pour la *Chambre Nationale des Services d'Ambulances (CNSA)*

* * * * *

Que retenir de cette enquête ?

- ©2013 Harris Interactive SAS. Tous droits réservés.

attractivité (« attractive pour les jeunes » : seulement 5,2/10 ; « bien rémunérée » : 5,1/10 ; « qui offre des conditions de travail et des avantages sociaux intéressants » : 5/10).

- Les Français rencontrent également des difficultés à estimer le **coût pour la Sécurité Sociale** des principaux modes de transports médicaux : par rapport à d'autres solutions, **les transports en ambulance ne sont ni jugés particulièrement chers, ni particulièrement économiques** ; tandis que les pompiers sont davantage considérés comme le mode de transport le plus coûteux, le taxi étant associé au coût le plus faible pour la Sécurité Sociale.
- **Individuellement, les Français n'envisagent pas réellement d'avoir recours à un transport en ambulance** : seulement 9% déclarent qu'ils choisiraient cette solution, que ce soit dans une situation d'urgence – où ils privilégient les pompiers (42%) ou le SAMU (36%) – ou dans le cas d'un rendez-vous médical – où ils préfèrent plutôt se rendre par leurs propres moyens.
- Enfin, **sept Français sur dix (71%) jugent que la profession d'ambulanciers et les services qu'elle dispense se sont plutôt améliorés au cours des dernières années**, ce qui contraste avec le diagnostic global de dégradation porté par les Français sur l'évolution de la société.

Dans le détail :

Les ambulanciers disposent globalement d'une bonne image, meilleure que celle des taxis et des véhicules sanitaires légers, mais moins unanimement positive que celle des pompiers ou du SAMU

Les ambulanciers semblent disposer globalement d'une bonne image auprès des Français : parmi les personnes interrogées, 70% attribuent aux ambulanciers une note d'appréciation supérieure ou égale à 7/10, dont 32% leur attribuant même les notes de 9/10 voire 10/10. Avec 7,4/10 de note moyenne, les ambulanciers suscitent chez les Français une opinion sensiblement plus favorable que les véhicules sanitaires légers (VSL, 6,8/10) et surtout que les taxis (5,2/10). Néanmoins, deux autres acteurs des transports médicaux (représentant les services publics) bénéficient d'une **image plus positive encore que les ambulanciers : les pompiers** (8,9/10 de note moyenne) **et le SAMU** (8,7/10), chacun recueillant même une note supérieure ou égale à 9/10 de la part d'une majorité absolue des Français. Notons qu'aux yeux des personnes interrogées, ces différents modes de transport ne sont pas concurrents (seulement 21% le pensent), mais **complémentaires** (69% partagent ce jugement).

Au-delà de leur cas personnel, les Français estiment également que les ambulanciers disposent d'une image largement positive auprès des patients (89% des Français estiment que ces derniers ont plutôt une bonne image des ambulanciers), des Français en général (83%) et des autres acteurs de la chaîne de soins (79%). **Les Français ont donc eux-mêmes une bonne image des ambulanciers, et ils estiment que ce regard positif est largement répandu, tant parmi le grand public que dans le monde médical.** Néanmoins, les personnes interrogées se montrent légèrement plus partagées quant à savoir si les pouvoirs publics ont une bonne image des ambulanciers : 63% jugent que c'est le cas, mais **37% des Français estiment plutôt que les pouvoirs publics ont une mauvaise image de cette profession.**

L'image des ambulanciers reste néanmoins très peu structurée : les Français rencontrent des difficultés à associer, ou non, différents attributs aux représentants de cette profession, qui est principalement caractérisée par son utilité collective mais aussi par sa faible attractivité

Invités à décrire spontanément la façon dont ils perçoivent les ambulanciers, les Français utilisent principalement des termes décrivant **l'apparence extérieure d'une ambulance** : les personnes interrogées citent

traits d'image et les ambulanciers en général. De façon transversale, certaines catégories de population sont plus enclines à associer les ambulanciers aux différentes qualités proposées : les femmes, les jeunes (18-24 ans), les personnes les moins diplômées et les habitants du Nord-Est et du Nord-Ouest de la France sont ainsi plus prompts que la moyenne à associer chacune de ces qualités aux ambulanciers.

Les Français parviennent davantage à émettre une opinion précise concernant différentes affirmations au sujet de la profession d'ambulanciers. Ainsi, **l'image de la profession auprès des Français se caractérise par l'utilité sociale qui leur est attribuée** : les Français sont nombreux à souligner l'utilité des ambulanciers pour la société (7,6/10 de note moyenne) et leur nécessité au bon fonctionnement du système de soins (7,4/10). **En négatif, les Français semblent peu convaincus de l'attrait exercé par la profession** : celle-ci est plutôt perçue comme difficile à exercer (6,7/10) et son potentiel d'attractivité est jugé limité, que ce soit en termes de conditions de travail (seulement 5/10), de rémunération (5,1/10) ou d'attractivité spécifique auprès des jeunes (5,2/10). Sur ce dernier point, notons une forme de paradoxe : les personnes les plus âgées semblent davantage persuadées du pouvoir d'attractivité de la profession pour les jeunes (5,5/10), quand les jeunes eux-mêmes se montrent nettement moins convaincus (seulement 4,8/10). **A nouveau, les Français sont loin d'être unanimes pour dire que la profession est bien reconnue par les pouvoirs publics** (5,6/10) et elle ne semble pas non plus particulièrement associée à des revendications sociales (seulement 5,1/10).

Enfin, **les Français portent un jugement intermédiaire sur les autres dimensions**, jugeant qu'elles ne correspondent ni vraiment bien, ni vraiment mal à la profession d'ambulanciers (entre 6,1 et 6,7/10 de note d'attribution) : le fait que cette profession dispose d'une bonne image auprès des Français (6,7/10), qu'elle soit difficile à exercer (6,7) et impliquée dans la gestion de l'urgence au quotidien (6,7/10), qu'elle fasse des efforts pour adapter ses services aux besoins des patients (6,5/10), qu'il s'agisse d'une profession d'avenir (6,3/10), concurrencée par d'autres types de transports (6,1/10) ou créatrice d'emplois (6,1/10). On peut le voir ici, comme c'est souvent le cas dans le cadre des professions médicales ou paramédicales, que la prégnance des horaires potentiellement décalés doublée d'une valorisation salariale perçue comme peu élevée ne contribuent pas à renforcer l'attractivité du métier.

Les Français rencontrent également des difficultés à estimer le coût pour la Sécurité Sociale des principaux modes de transports médicaux : par rapport à d'autres solutions, les transports en ambulance ne sont ni jugés particulièrement chers, ni particulièrement économiques ; tandis que les pompiers sont davantage identifiés

comme le mode de transport le plus coûteux, le taxi étant associé au coût le plus faible pour la Sécurité Sociale

Les Français semblent méconnaître le coût réel pour la Sécurité Sociale des principaux modes de transports médicaux envisageables, entre pompiers, ambulances, VSL et taxis. Le coût de l'intervention des pompiers suscite également des réponses particulièrement clivées parmi les Français : 41% des personnes interrogées estiment – à raison – qu'il s'agit du transport le plus cher pour la collectivité, mais 31% jugent au contraire qu'il s'agit du transport le moins coûteux. **Les Français n'expriment pas d'avis particulièrement tranché concernant le coût du transport par ambulance**, qui n'apparaît ni comme le transport le plus cher (seulement 12%), ni comme le moins cher (seulement 19%), mais plutôt en deuxième ou troisième position. De même, la plupart des Français situent également le coût relatif du VSL entre la deuxième et la troisième position : en moyenne, il s'agit paradoxalement du moyen jugé le plus coûteux, alors qu'il s'agit dans les faits du moins cher pour la Sécurité Sociale. Enfin, le taxi est clairement perçu comme le mode de transport le moins coûteux pour la Sécurité Sociale : 39% des Français le désignent comme le moins cher des quatre.

Individuellement, les Français n'envisagent pas réellement d'avoir recours à un transport en ambulance, que ce soit dans une situation d'urgence – où ils privilégient les pompiers ou le SAMU – ou dans le cas d'un rendez-vous médical – préférant plutôt s'y rendre par leurs propres moyens

Les situations de recours aux ambulanciers semblent également mal identifiées de la part des Français. Personnellement, les personnes interrogées estiment ainsi que **dans une situation d'urgence** (accident domestique, accouchement, etc.), **elles souhaiteraient être transportées soit par les pompiers (42%), soit par le SAMU (36%)**, les autres modes de transports étant privilégiés par moins d'une personne sur dix : ambulances (9%), transport par ses propres moyens (9%), VSL (3%), transports en commun (1%) ou taxi (moins de 1%). **Le rôle des ambulanciers ne ressort pas davantage quand il s'agit simplement de se rendre à un rendez-vous médical : dans ce cas, les Français s'y rendraient principalement par leurs propres moyens automobiles (51%), par les transports en commun (12%) ou par un VSL (15%).** Seuls 10% privilégieraient un taxi et 9% une ambulance, quand respectivement 1% et 2% citent les pompiers et le SAMU, qui semblent exclusivement associés aux cas d'urgence.

Néanmoins, en dépit de leur connaissance visiblement limitée de cette profession, **la plupart des Français associent correctement les ambulanciers au Ministère de la Santé (71%)** plutôt qu'au Ministère des Transports (29%).

Enfin, sept Français sur dix jugent que la profession d'ambulanciers et les services qu'elle dispense se sont plutôt améliorés au cours des dernières années, ce qui contraste avec le diagnostic global de dégradation porté par les Français sur l'évolution de la société

De façon dynamique, les Français ont le sentiment que la profession d’ambulanciers et les services qu’elle dispense se sont plutôt améliorés au cours des dernières années : 70% des personnes interrogées perçoivent plutôt une amélioration contre seulement 30% une dégradation. Les réponses sont certes de **faible intensité** – seuls 8% vont jusqu’à affirmer que la profession s’est « beaucoup améliorée », quand 62% jugent plus modérément qu’elle s’est « plutôt améliorée » – **mais témoignent néanmoins d’un sentiment global d’évolution positive, dans un contexte national où la tendance est pourtant à anticiper une dégradation généralisée**¹.

* * * * *

¹ En début d'année 2013, 50% des Français se déclaraient pessimistes pour eux-mêmes et pour leurs proches pour l'année à venir, quand 79% se déclaraient pessimistes sur l'évolution du système social en 2013. *Sondage Harris Interactive pour RTL, réalisé en ligne auprès d'un échantillon de 1529 personnes représentatif de la population française âgée d'au moins 18 ans, à partir de l'access panel Harris Interactive. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e)*

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut – Harris Interactive-, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6^{ème} rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord et en Europe. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact Harris Interactive en France:

Laurence Lavernhe – 39 rue Crozatier – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Politique & Opinion 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr