

COMMUNIQUE DE PRESSE

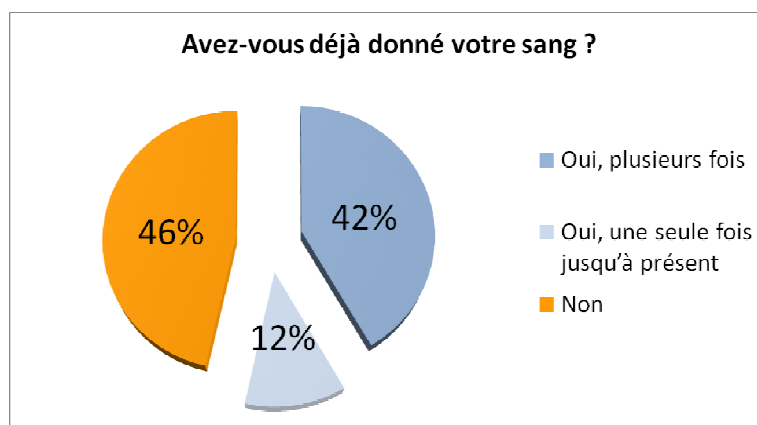
Près d'un Français sur deux n'a jamais donné son sang

Paris, le 12 juin 2009 – Pour diffusion immédiate

Les dons du sang sont nécessaires chaque année pour soigner les malades, les opérés et les accidentés. Sachant qu'aucun produit de remplacement n'existe à l'heure actuelle, il est vital que le don du sang se généralise. **La Journée Mondiale du Don du Sang de ce dimanche 14 juin** a donc pour but d'augmenter les dons. A cette occasion, **Harris Interactive** a souhaité connaître la proportion de donateurs français, la régularité de leurs dons, l'intention de renouveler le don, mais aussi savoir quels sont les principaux freins qui empêchent de donner ou de renouveler l'acte.

Les principaux enseignements de cette enquête sont les suivants :

- **Plus de la moitié des Français interrogés a déjà donné son sang** (54%), dont 42% qui ont répété le don plusieurs fois.
 - **Les CSP- semblent plus impliqués** au don que les CSP+ avec une proportion plus grande à avoir donné plusieurs fois (47% vs 37% respectivement).
 - **Les donateurs semblent également plus âgés** (48% des plus de 35 ans et plus vs 27% ayant moins de 35 ans).
 - Les **hommes** apparaissent également **plus donateurs que les femmes** (45% vs 39% respt.)



- En revanche, le don n'apparaît pas encore comme une habitude puisque **moins d'un donneur sur 3 renouvelle le don plusieurs fois par an** (32%).
 - Il semble que ce soit les jeunes de moins de 35 ans qui soient les plus réguliers dans le don (46%) par rapport au plus âgés (28% les plus de 35 ans).

- Un résultat inquiétant apparaît dans cette étude : **46% des personnes interrogées n'ont jamais donné leur sang** et parmi elles, 3 sur 5 ont moins de 35 ans (61% vs. 40 % plus de 35 ans). Une cible à privilégier dans les campagnes d'information.
 - Ces résultats sont nuancés par le fait qu'un tiers (32%) ne peut pas donner son sang, notamment les personnes les plus âgées (41% 50 ans et plus vs 27%).
 - Mais malgré les nombreuses campagnes en faveur du don du sang, il reste encore **1 personne sur 4 qui déclare ne jamais avoir eu l'occasion de donner son sang (24%)**, avec les hommes qui apparaissent en proportion plus élevée (28% vs 20% des femmes).
 - Parmi les raisons expliquant l'absence de don du sang, 1 personne sur 5 dit ne pas supporter les piqûres (21%), crainte plus forte auprès des plus jeunes de moins de 35 ans (27% vs. 16% 35 ans et plus). **Le risque de contamination n'apparaît pas comme un frein au don** puisque seulement 5% des personnes ont déclaré en avoir peur.
- Un autre résultat inquiétant : **à l'avenir seulement la moitié des primo donneurs (52%) est prête à renouveler le don** (dont 43% « peut-être » et 9% « très prochainement »).
 - Les plus enclins à redonner sont les jeunes de moins de 35 ans (82% vs 46% les plus de 35 ans).
 - Le fait d'être en activité ou non semble intervenir dans le choix de redonner puisque les actifs sont plus nombreux à vouloir renouveler le don que les inactifs (respectivement 63% vs 43%).
 - Les personnes n'ayant pas l'intention de redonner apparaissent logiquement plus âgées (65% 50 ans et plus vs 27%) et la raison principale est qu'elles ne peuvent pas donner (55%).
 - Toutefois, si le don s'est mal passé la fois précédente, cela peut constituer un frein pour 15% de ceux qui ne veulent pas renouveler le don.

Méthodologie

Ce sondage a été réalisé en ligne par Harris Interactive du 20 au 27 mai 2009, auprès d'un échantillon de 999 personnes représentatives de la population française, âgées de 15 ans et plus. Les répondants ont été sélectionnés au sein de l'Access panel de Harris Interactive et gérés par quotas et redressements sur les critères de sexe, d'âge, de région, et de catégorie socioprofessionnelle.

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, 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, en Europe et en Asie. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact Harris Interactive en France:

Laurence Lavernhe - 5-7 rue du Sahel – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 - llavernhe@harrisinteractive.fr