

ETUDE IPSOS.DIGITAL POUR L'APESAC

Quel impact des divers pictogrammes relatifs à la grossesse sur les boîtes de médicaments ?





Juin 2023

Préparé pour Marine Martin par Stéphanie Morel et Alix Moisan



Les enseignements clés



- Les Français sont familiers avec les différents pictogrammes présentés et la majeure partie les **associe** correctement aux **femmes enceintes (95%)** et les trouve **utiles (84%)**. Seulement 7% considèrent ces pictogrammes comme anxiogènes.
- Lorsque l'on regarde dans le détail, ces pictogrammes présents sur une boîte de médicament génèrent principalement deux types de réaction chez les Français. Plus de la moitié chercherait à se **renseigner auprès d'un professionnel (64%)** et plus d'un tiers **s'informerait afin de connaître les risques potentiels (35%)**. 26% arrêteraient toutefois ce traitement sans même consulter.
- Le pictogramme rond barré avec femme enceinte barrée  est clairement associé à **“L'interdiction”**. Pour **84%** c'est celui qui correspond le mieux au message « Ce médicament + Grossesse = **Interdit** ». Et pour **83%** c'est même le plus adapté lorsqu'il s'insère dans un cartouche complété du message rédigé.
- Le pictogramme triangle rouge sur fond blanc  associé au **“Danger”** est plus équivoque. S'il est le logo qui correspond le mieux (pour **42%** des Français) au message « Ce médicament + Grossesse = **Danger** », le pictogramme triangle sur fond rouge  lui fait concurrence (**31%**), notamment auprès des plus jeunes. En revanche, inséré dans un cartouche et complété du message rédigé, il  est considéré comme le plus adapté par **71%** des Français.
- Le pictogramme au sein du cartouche associés au message **“Danger”** pousseraient près de la moitié des Français (**48%**) à discuter avec un professionnel de santé et **21%** à arrêter le traitement sans consulter.
- Quant à lui, le pictogramme au sein du cartouche associé au message **“Interdit”** pousserait moins de personnes (**39%**) à en discuter avec un professionnel de santé. En revanche, il pousserait plus de personnes à arrêter le médicament de leur propre chef (**30%**).
- Auprès des femmes âgées de 18-45 ans les logos existants sont plus souvent reconnus. Elles sont également plus nombreuses à trouver que ces pictogrammes correspondent à leurs messages respectifs.



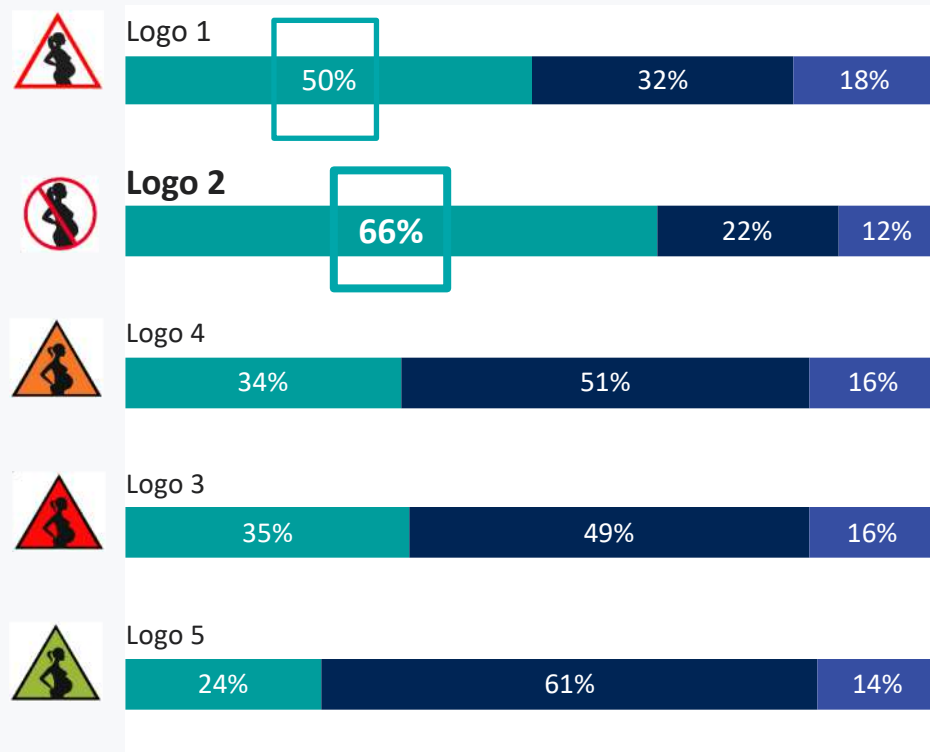
Les résultats détaillés



Les logos existants à date (rond avec femme enceinte barrée, et triangle rouge sur fond blanc) sont bien reconnus des Français et notamment des femmes en âge de procréer.

Base=1000

Q1 Avez-vous déjà vu les pictogrammes ci-dessous sur des boîtes de médicaments ?
Une seule réponse possible pour chaque pictogramme.



- 71% auprès des 18-34 ans
- 60% auprès des femmes 18-45 ans *

- 77% auprès des femmes 18-45 ans *
- 68% auprès des personnes ayant vécu une grossesse *

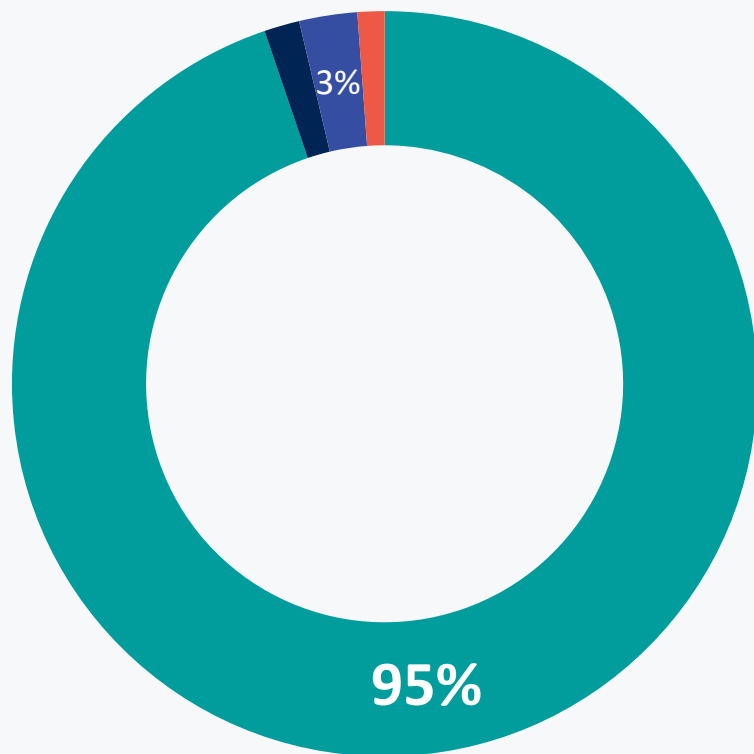
■ Oui
■ Non
■ Je ne sais plus

* Score significativement supérieur
auprès des populations concernées
Au seuil de 95%

Plus de 9 personnes sur 10 considèrent à juste titre que ces pictogrammes concernent les femmes enceintes et/ou susceptibles de l'être.

Base=1000

Q2 Selon vous, qui est directement concerné par ces pictogrammes ?
Une seule réponse possible.

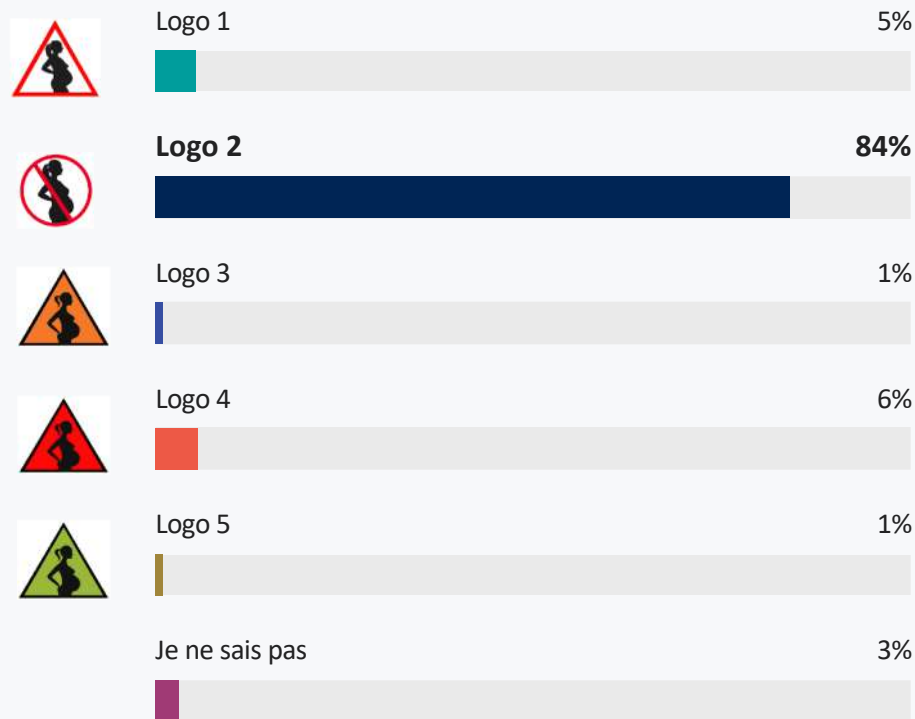


- Les femme enceintes et/ou susceptibles de l'être
- Les femmes de tous âges
- Tout le monde
- Je ne sais pas

Pour 8 répondants sur 10, c'est le logo rond avec femme enceinte barrée qui correspond le mieux à la phrase : « Ce médicament + Grossesse = **Interdit** »

Base=1000

Q4 Selon vous, quel logo ci-dessous correspond le mieux à la phrase : « Ce médicament + Grossesse = Interdit » ?
Une seule réponse possible



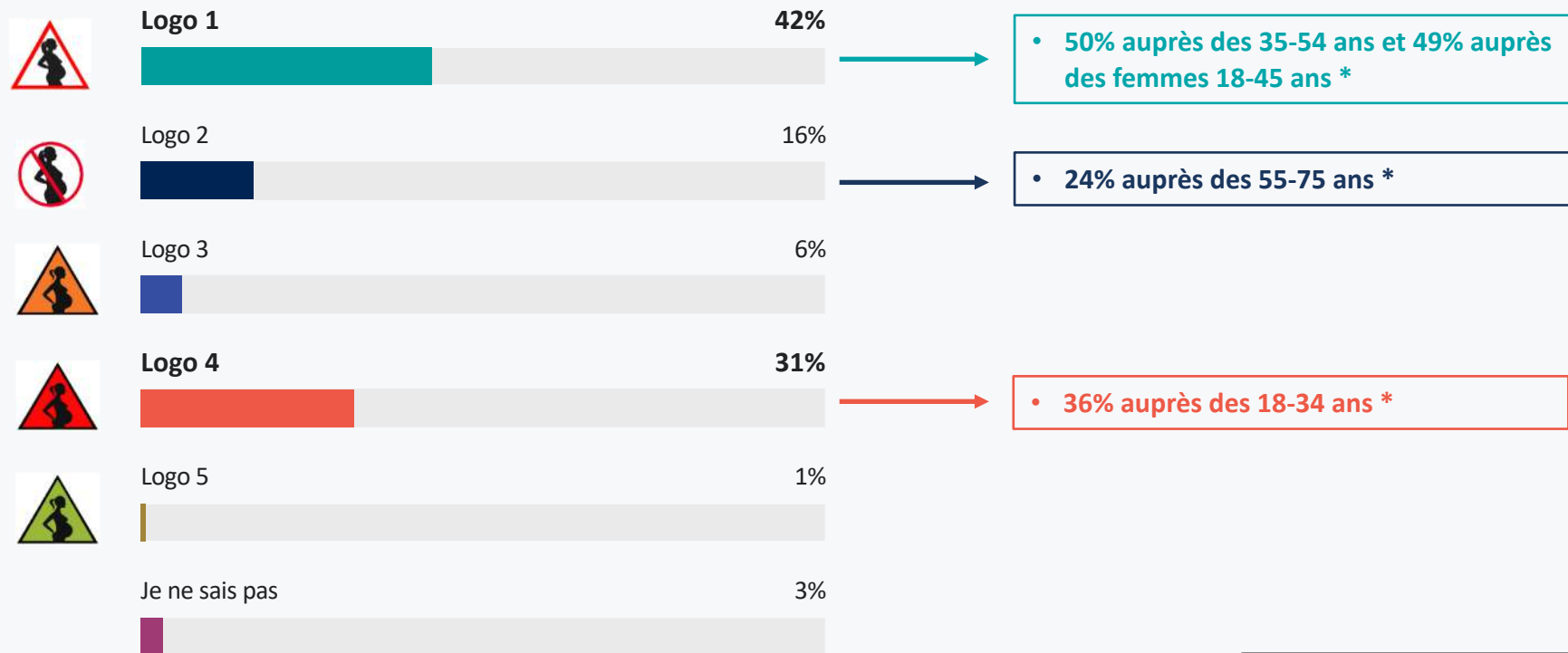
• 89% auprès des femmes 18-45 ans *

* Score significativement supérieur
auprès des populations concernées
Au seuil de 95%

Le « **Danger** » fait plus débat. Si le triangle rouge sur fond blanc émerge (en tendance), et en particulier sur la cible directe des femmes en âge de procréer, d'autres logos, tels que le triangle fond rouge sont aussi envisagés, notamment des plus jeunes.

Base=1000

Q5 Selon vous, quel logo ci-dessous correspond le mieux à la phrase : « Ce médicament + Grossesse = Danger » ?
Une seule réponse possible

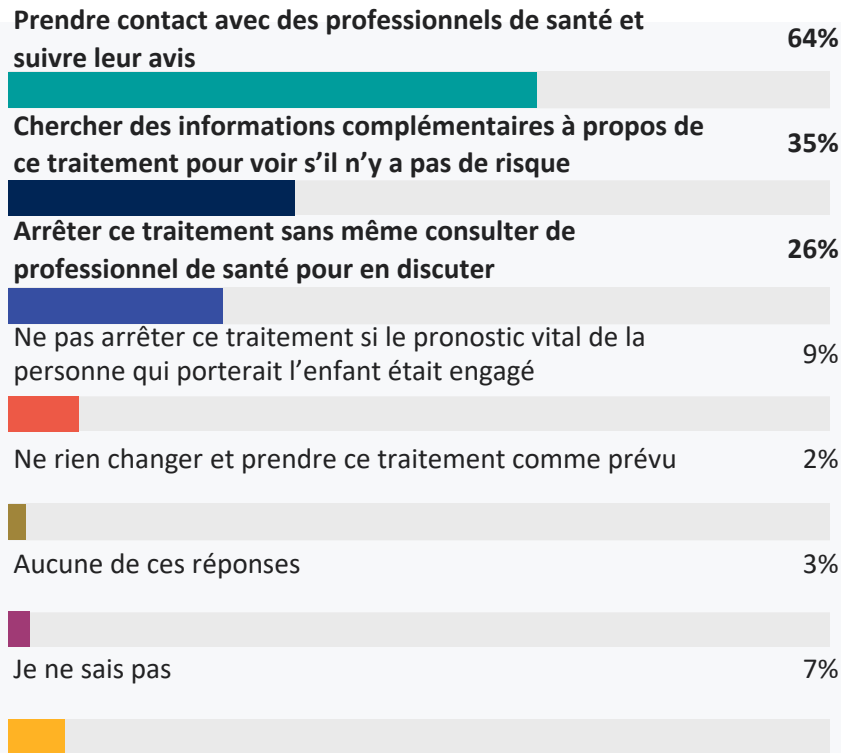


* Score significativement supérieur auprès des populations concernées
Au seuil de 95%

En cas de projet de grossesse, à la vue de ces pictogrammes (tous confondus) sur des boîtes de médicament de la femme enceinte, les Français prendraient en majorité contact avec un professionnel de santé, et plus d'1/3 se renseignerait. Mais 26% arrêteraient le traitement sans consulter.

Base=1000

Q3 Si vous aviez un projet de grossesse, quelle serait votre réaction à la vue de ces pictogrammes sur l'emballage d'un traitement de la personne qui porterait l'enfant ?
Plusieurs réponses possibles



• 68% auprès des femmes et auprès des personnes ayant vécu une grossesse *

• 45% auprès des 18-34 ans et 39% après des hommes et des CSP- *

• 32% auprès des 18-34 ans *



* Score significativement supérieur auprès des populations concernées
Au seuil de 95%

A la question de ce qu'évoquent les logos existants, chaque pictogramme est correctement associé à la notion de danger en cas de grossesse pour le premier, et d'interdit pour le second.

Base=1000

Q6 Selon vous, que signifie chaque pictogramme ci-dessous ? Ce médicament...
Une seule réponse possible pour chaque pictogramme.

Logo 1



Présente un danger avéré

Logo 2



Est interdit

- est interdit aux femmes potentiellement enceintes
- présente un danger avéré pour les femmes potentiellement enceintes
- nécessite de consulter un professionnel de santé si pris par une femme potentiellement enceinte
- Autre
- Je ne sais pas

83% pensent que le logo actuel rond avec une femme enceinte barrée est le plus adapté au message : “Ce médicament + Grossesse = **Interdit**”

Base=1000

Q7 Selon vous, quel pictogramme est le plus adapté au message ci-dessous ?
Une seule réponse possible

83%



7%



7%



3%



- Logo 1
- Logo 2
- Les deux à parts égales
- Je ne sais pas

CE MEDICAMENT + GROSSESSE
= INTERDIT

- 85% auprès des personnes ayant vécu une grossesse *
- 86% auprès des 35-54 ans *

* Score significativement supérieur
auprès des populations concernées
Au seuil de 95%

71% considèrent que le triangle rouge sur fond blanc est le plus adapté au message :
 “Ce médicament + Grossesse = **Danger**”

Base=1000

Q8 Et selon vous, quel pictogramme est le plus adapté au message ci-dessous ?
 Une seule réponse possible

71%



16%



9%



3%



- Logo 1
- Logo 2
- Les deux à parts égales
- Je ne sais pas

CE MEDICAMENT
 + GROSSESSE
 = DANGER

• 78% auprès des femmes 18-45 ans *

* Score significativement supérieur
 auprès des populations concernées
 Au seuil de 95%

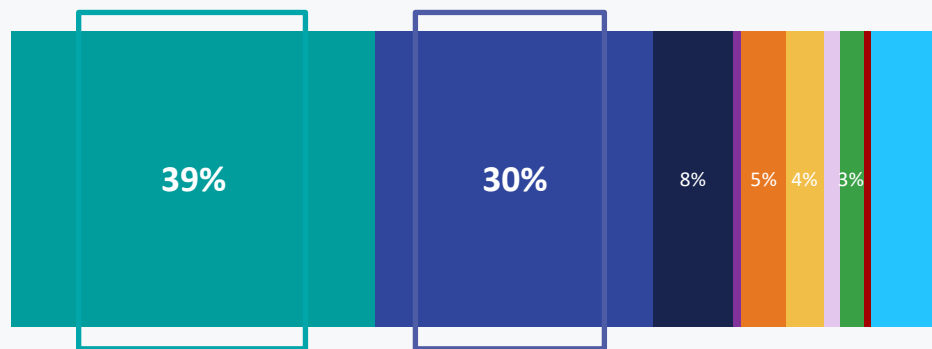
A la vue du message « **Interdit** », 39% conseilleraient la discussion avec un professionnel mais 30% recommanderaient l'arrêt du traitement sans en parler à un professionnel de santé.

Base=1000

Q9 Si vous aviez un projet de grossesse et que vous voyiez un de ces pictogrammes sur une boîte de médicaments, quelle serait votre première réaction ou celle que vous conseilleriez à une femme potentiellement enceinte ? Une seule réponse possible pour chaque pictogramme



- 43% auprès des personnes ayant vécu une grossesse *
- 47% auprès des 55-75 ans *



- 34% auprès des 35-54 ans *

- De discuter de la poursuite ou du changement de traitement avec un professionnel de santé
- D'arrêter ou d'éviter de prendre ce traitement même sans en avoir parlé à un professionnel de santé
- D'aller rechercher des informations complémentaires à propos de ce traitement
- Cela ne changerait rien : de continuer à prendre ce traitement comme prévu
- De changer de traitement soi-même si un autre traitement identique sans ordonnance est disponible
- De prendre une méthode contraceptive pour pouvoir prendre ce traitement
- De diminuer de soi-même la dose à prendre de ce traitement
- D'envisager une interruption volontaire de grossesse
- Autre
- Ne sais pas

* Score significativement supérieur auprès des populations concernées
Au seuil de 95%

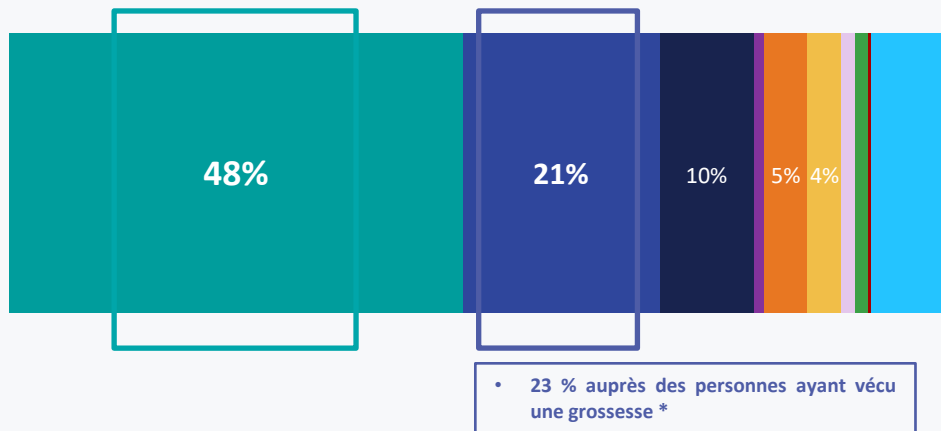
A la vue du message « **Danger** », près de la moitié des Français conseillerait à la personne potentiellement enceinte de discuter de la poursuite du traitement avec un professionnel de santé. Mais 21% recommanderaient d'arrêter le traitement sans consulter.

Base=1000

Q9 Si vous aviez un projet de grossesse et que vous voyiez un de ces pictogrammes sur une boîte de médicaments, quelle serait votre première réaction ou celle que vous conseilleriez à une femme potentiellement enceinte ? Une seule réponse possible pour chaque pictogramme



- 52% auprès des personnes ayant vécu une grossesse *
- 54% auprès des 55-75 ans *



- De discuter de la poursuite ou du changement de traitement avec un professionnel de santé
- D'arrêter ou d'éviter de prendre ce traitement même sans en avoir parlé à un professionnel de santé
- D'aller rechercher des informations complémentaires à propos de ce traitement
- Cela ne changerait rien : de continuer à prendre ce traitement comme prévu
- De changer de traitement soi-même si un autre traitement identique sans ordonnance est disponible
- De prendre une méthode contraceptive pour pouvoir prendre ce traitement
- De diminuer de soi-même la dose à prendre de ce traitement
- D'envisager une interruption volontaire de grossesse
- Autre
- Ne sais pas

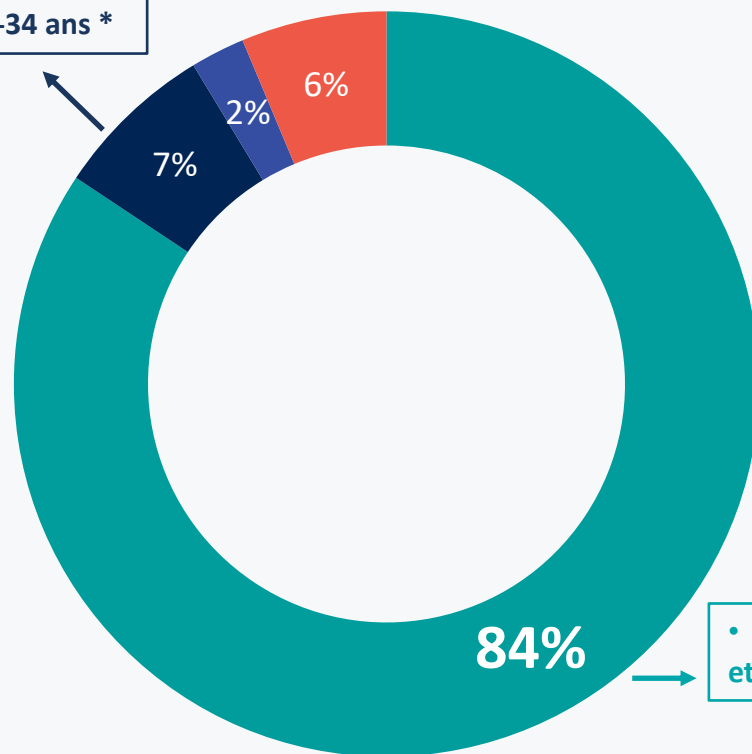
* Score significativement supérieur auprès des populations concernées
Au seuil de 95%

84% des Français considèrent que la présence de ces pictogrammes sur les boîtes de médicaments est utile aux femmes enceintes ou en âge de procréer pour être au courant des risques

Base=1000

Q10 Selon vous, la présence de ces pictogrammes sur les boîtes de médicaments est ... ?
Une seule réponse possible

• 11% auprès des 18-34 ans *



■ Utile pour les femmes enceintes ou en âge de procréer pour être au courant des risques

■ Anxiogène pour les femmes enceintes ou en âge de procréer

■ Inutile, on ne regarde pas les boîtes de médicaments

■ Je ne sais pas

• 88% auprès des personnes ayant vécu une grossesse et 88% des CSP+ *

* Score significativement supérieur auprès des populations concernées
Au seuil de 95%

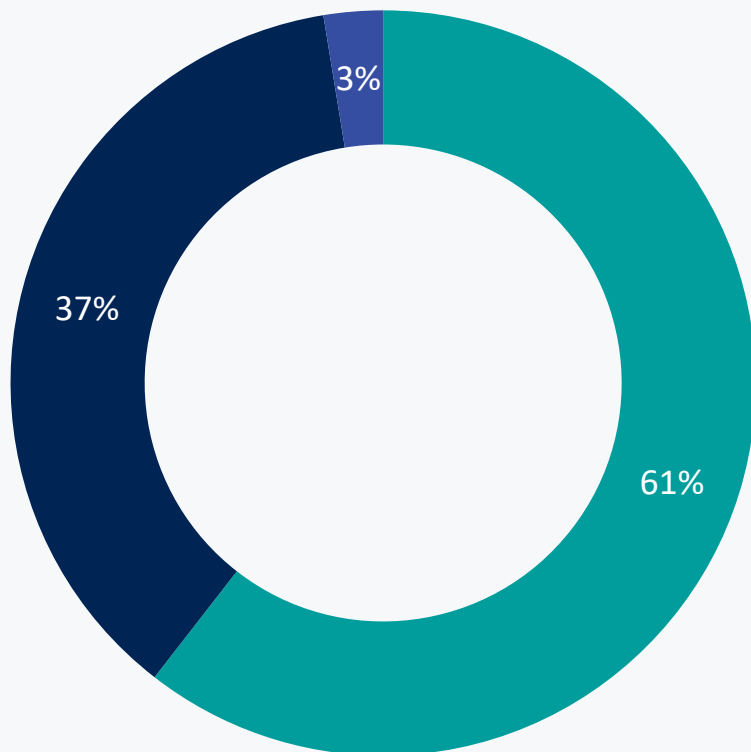
Structure de la population interrogée



61% des répondants ont déjà vécu une grossesse, ou leur partenaire en a déjà vécu une.

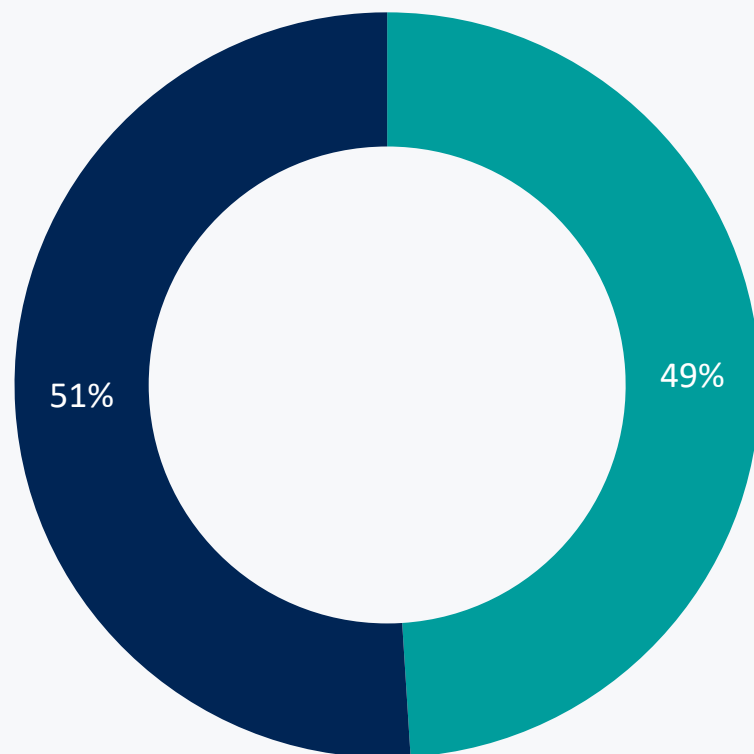
Base=1000

Q11 Avez-vous déjà vécu une grossesse vous-même, ou avec une partenaire enceinte ?
Une seule réponse possible



- Oui
- Non
- Je ne sais pas

Base=1000

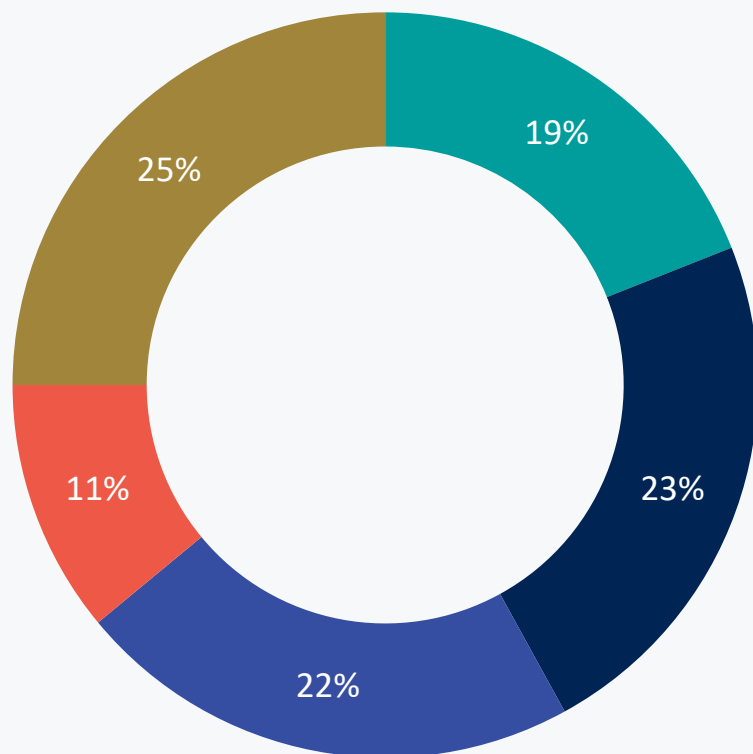


■ Un homme
■ Une femme

Base=1000

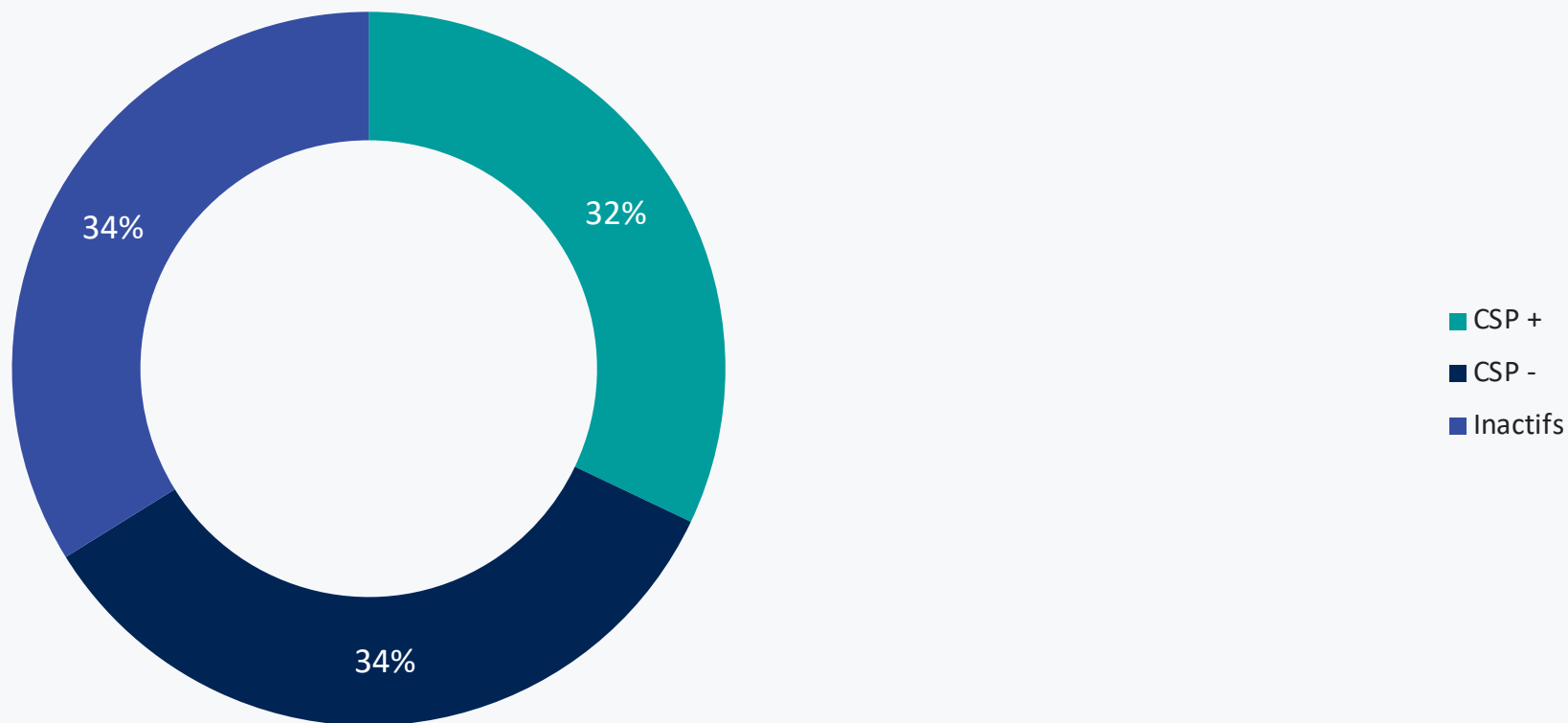


Base=1000

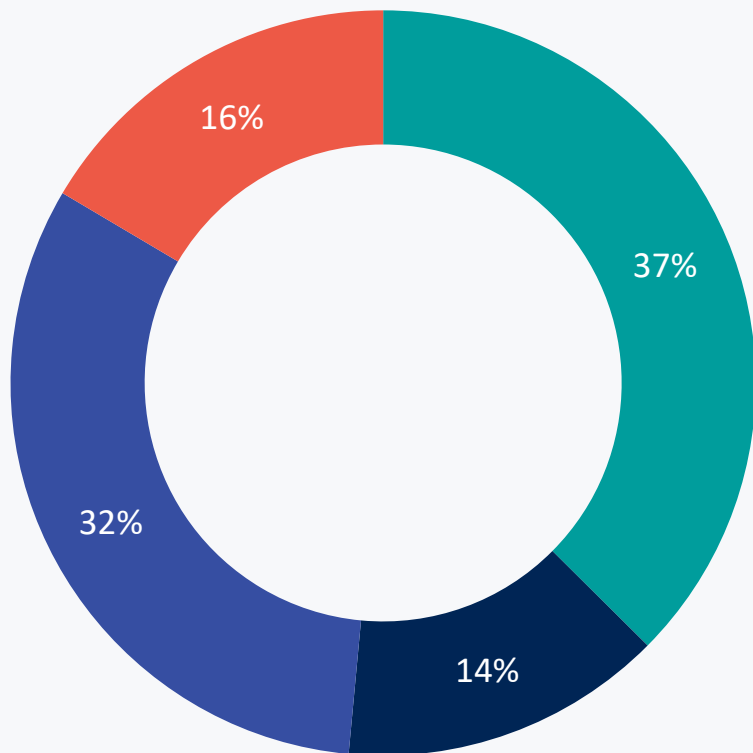


- Région Parisienne
- Nord-Ouest
- Nord-Est
- Sud-Ouest
- Sud-Est

Base=1000



Base=1000



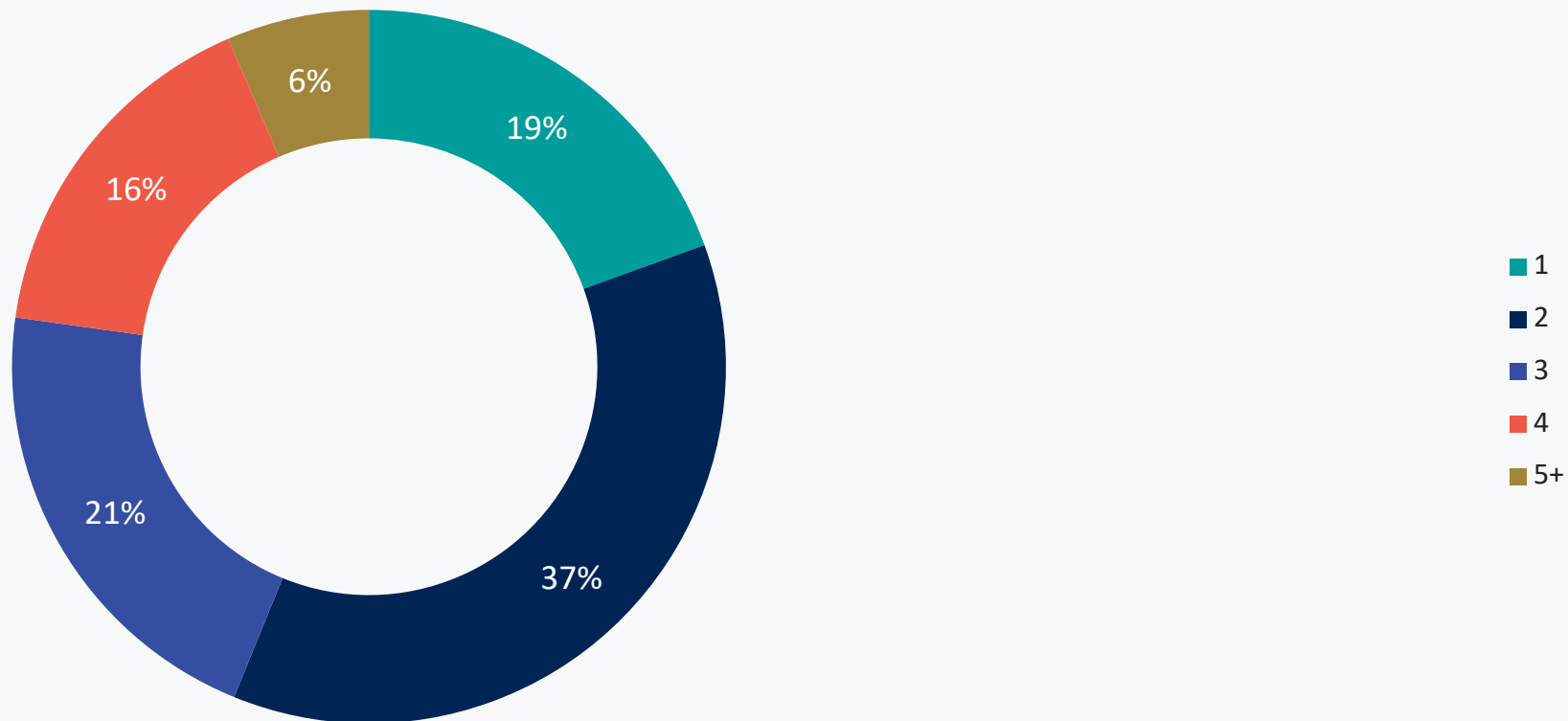
- Moins de 20 000 hbts
- 20 000-99 999 hbts
- 100 000 hbts plus
- Agglomération Paris

Base=1000



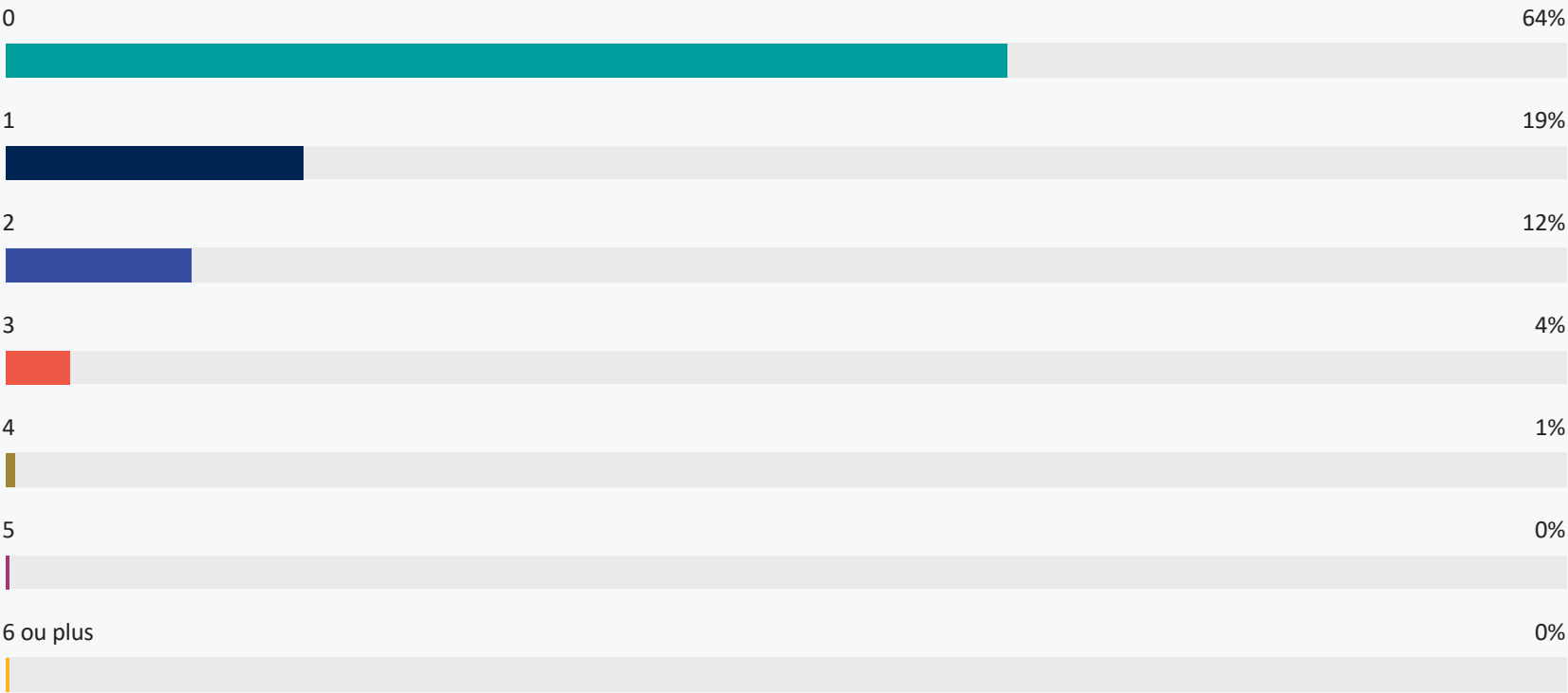
Household size (5 groups)

Base=1000



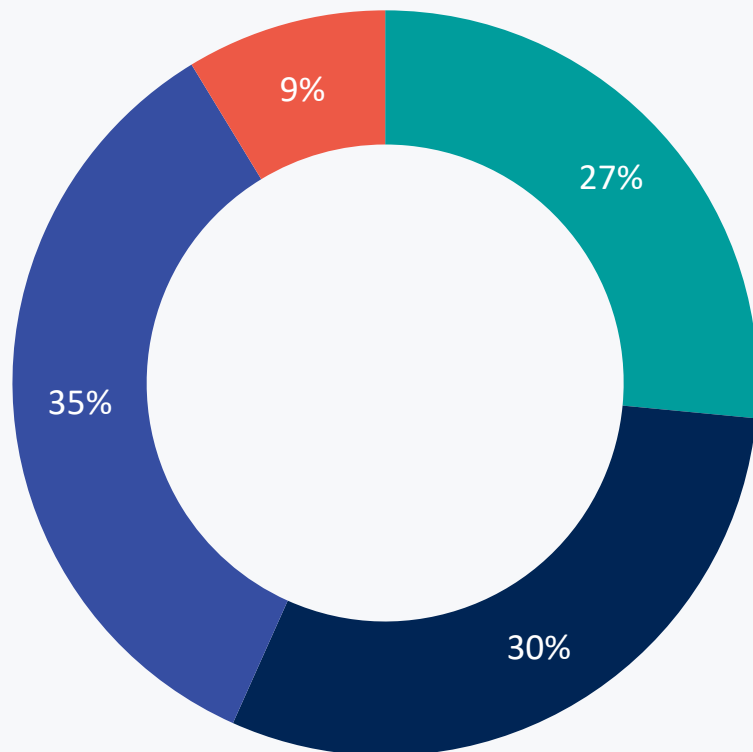
Combien d'enfants de moins de 18 ans vivent sous votre toit ?

Base=1000



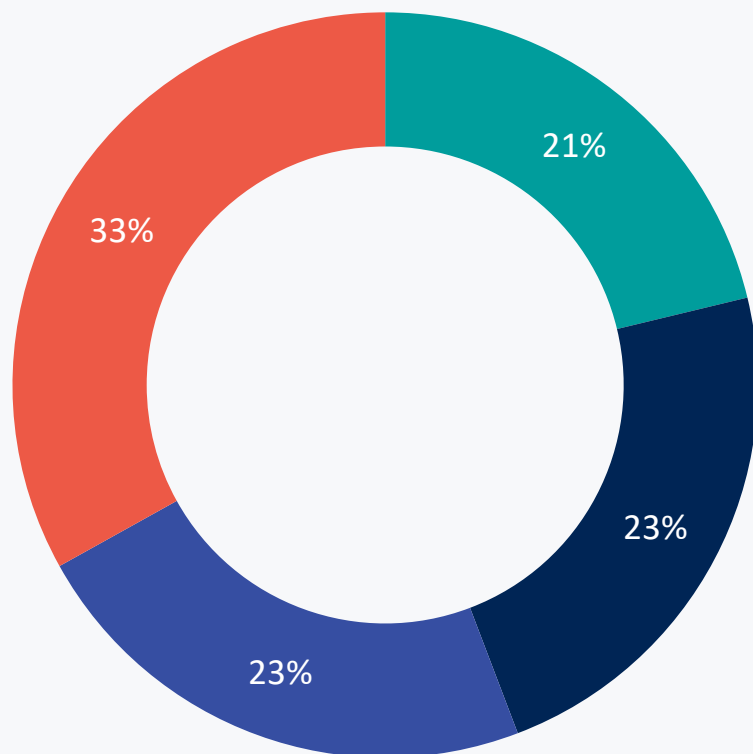
Household income (4 groups)

Base=1000



- Moins de 21 000 €
- Entre 21 et 36 000 €
- Plus de 36 000 €
- Sans réponse

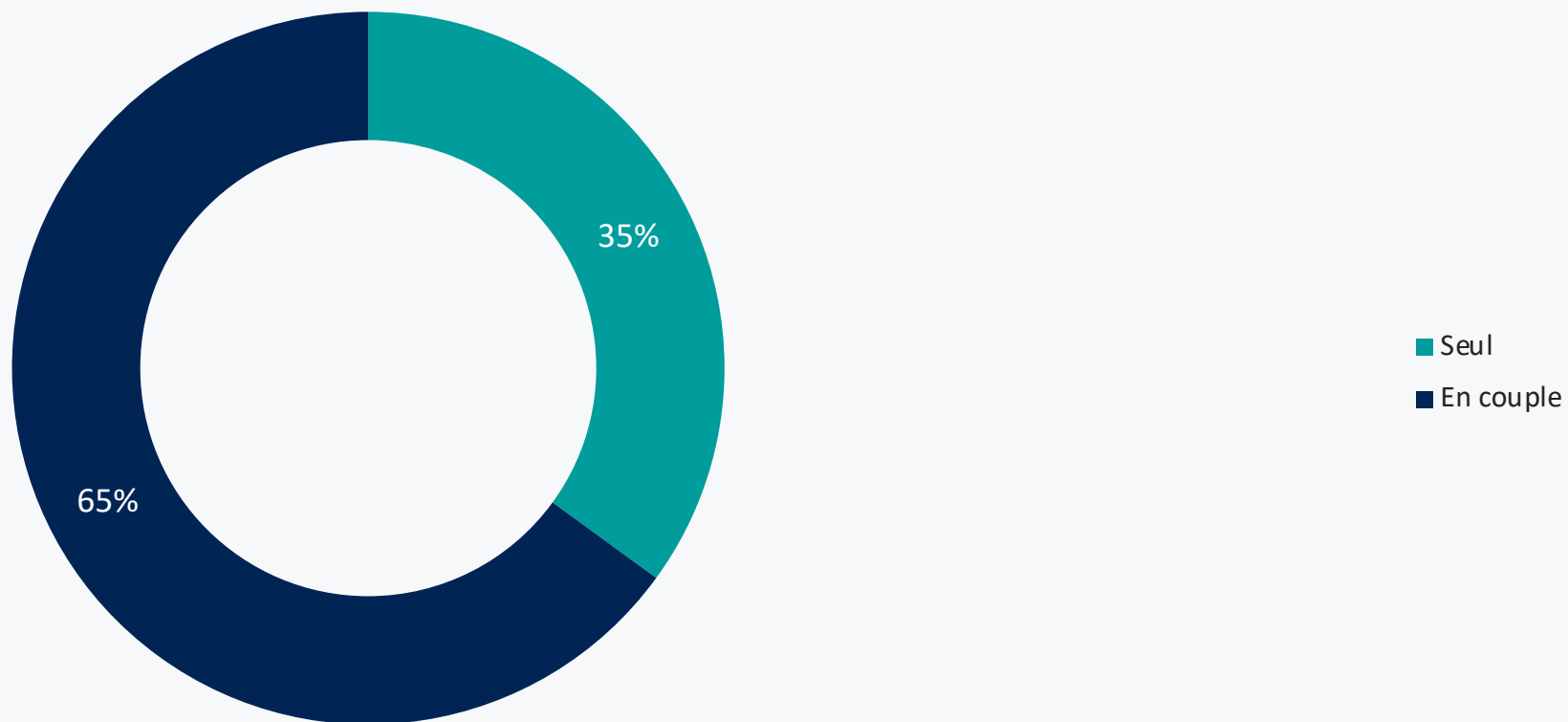
Base=1000



- Moins que baccalauréat
- Baccalauréat
- Bac + 2
- Bac + 3 et plus

Marital status (2 groups)

Base=1000



Rappel de la méthodologie et de l'échantillon



MÉTHODOLOGIE ET ÉCHANTILLON



ÉCHANTILLON

1000 répondant.e.s (méthode des quotas sur les variables de genre, âge, region, CSP)



TERRAIN

Par internet via smartphone ou ordinateur le 9 et 12 Juin 2023



MÉTHODOLOGIE

La population cible a été interrogée via la plateforme Ipsos Digital et sélectionnée au sein du panel online Ipsos.



QUESTIONNAIRE

11 questions



TRAITEMENT DES ANALYSES STATISTIQUES

Annexes





Start date: **2023-06-09** / End date: **2023-06-12**

Project overview



1000 respondents
Total number of respondents



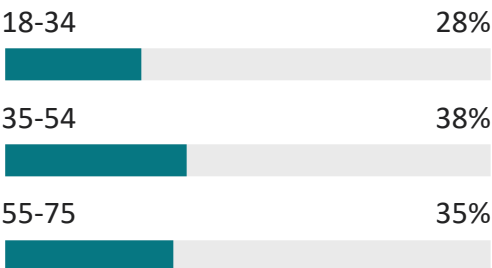
2 days 15 hours
Delivery time for the study



11 questions
Total test questions

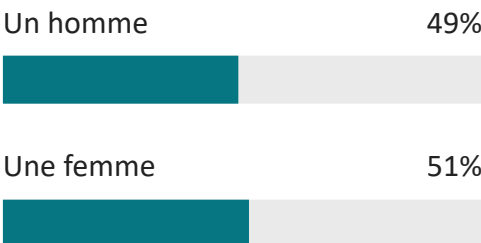
RESPONSES BY AGE

There were 3 age groups for this research



RESPONSES BY GENDER

Research done for both females and males



TARGET TYPE

OMNIDP3



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,

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 les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**



- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et 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 codes et normes internationales



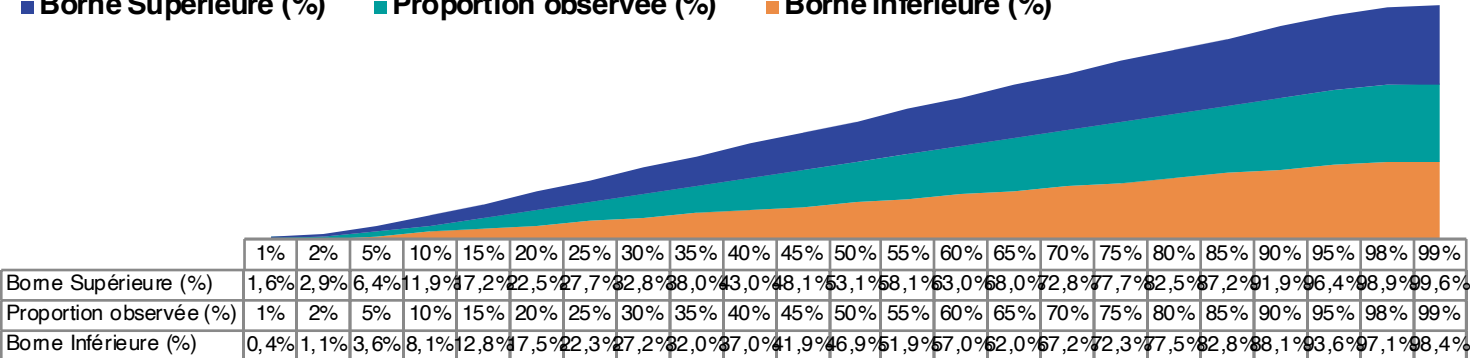
Feuille de calcul

En l’occurrence s’agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d’échantillon : **1000**

Les proportions observées sont comprises entre :

■ Borne Supérieure (%) ■ Proportion observée (%) ■ Borne Inférieure (%)



FIABILITÉ DES RÉSULTATS : ÉTUDES AUTO-ADMINISTRÉES ONLINE

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases d'une étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant une norme de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

À PROPOS D' IPSOS

Ipsos is the world's third largest market research company, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our passionately curious research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide true understanding and powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. We serve more than 5000 clients across the world with 75 business solutions.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. 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

GAME CHANGERS

In our world of rapid change, the need of reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:
You act better when you are sure.

**BE
SURE.
MOVE
FASTER.**

GAME CHANGERS

