

Communiqué de presse

15 octobre 2009

Une étude exclusive Novo-Nordisk-IFOP pour la Journée Mondiale du Diabète

Les Français et le diabète : une maladie proche... mais mal connue

Paris, le 15 octobre 2009 – La Journée Mondiale du Diabète se déroulera le 14 novembre prochain avec pour thème central « Education et Prévention ». Novo Nordisk, entreprise de santé leader mondial dans la lutte contre le diabète, révèle à cette occasion les résultats d'une étude réalisée avec l'institut IFOP pour connaître la perception de cette maladie au sein de la population française.

Initiée en 1991 en réaction aux conséquences de l'évolution dramatique de la maladie dans le monde, la Journée Mondiale du Diabète est soutenue depuis plusieurs années par l'Organisation des Nations Unies. L'ONU a en effet adopté le 20 décembre 2006 la résolution 61/225 qui reconnaît le diabète comme une « *maladie chronique, invalidante et coûteuse, qui s'accompagne de graves complications, fait courir de graves risques aux familles, aux Etats membres et au monde entier* », et marque par sa participation à la Journée Mondiale le caractère historique de sa décision. En 2009, le thème central de cette journée sera « Education et Prévention », afin de sensibiliser le public sur les enjeux liés au diabète, pour mieux le prévenir ou vivre avec. En effet, cette maladie peu connue touche actuellement près de 250 millions de personnes dans le monde¹, et 380 millions d'ici 15 ans².

La France n'est pas épargnée par ce phénomène puisque 3 millions de Français sont aujourd'hui diabétiques². Chaque jour, près de 400 nouveaux patients sont diagnostiqués et d'ici à 2020, le nombre de personnes traitées aura doublé dans l'Hexagone.

Une maladie proche des Français qui reste en réalité méconnue

Dans un contexte où l'information et la prévention ont un rôle central à jouer, Novo Nordisk a réalisé avec l'IFOP une étude (1) afin d'évaluer la connaissance et l'image que les Français ont de la maladie. Les résultats de cette étude révèlent que, si le diabète est aujourd'hui une maladie à laquelle ils sont confrontés, les Français en ont une connaissance floue et la place de la prévention reste peu importante.

- **75% connaissent au moins une personne atteinte de diabète.**
- Dans plus de la moitié des cas (57%), cette personne appartient au cercle familial. Dans 40% des cas, les membres diabétiques de la famille sont atteints d'un diabète de type 2³. Pour 20%, il s'agit d'un diabète de type 1^{4,5}.

¹ Source : www.worlddiabeteday.org

² Source : *International Diabetes Federation (IDF)*

³ Diabète de type 2 : non insulino-dépendant qui se caractérise par une résistance de l'organisme à l'insuline

⁴ Diabète de type 1 : insulino-dépendant qui se caractérise par une absence de production d'insuline par le pancréas

⁵ Pour 19% des personnes interrogées, les deux types de diabète sont présents au sein de l'entourage familial. 21% des personnes interrogées déclarent ne pas savoir de quel diabète il s'agit.

- **Un quart des Français (26%) estime présenter un risque élevé de développer un diabète.** Si une nette majorité (61%) juge ce risque faible, seuls 15% le considèrent comme « très faible ou nul ». Toutefois, 10% avouent n'avoir aucune idée sur la question.
- **Sujet de préoccupation affiché, 56% des Français ont déjà cherché à savoir s'ils étaient personnellement atteints du diabète.** Très majoritaire, parmi les plus âgés (83% des personnes de plus de 65 ans), ils ne sont que 36% des moins de 35 ans et 27% des 15-24 ans à avoir fait cette démarche.

Une maladie grave que l'on affirme bien connaître

- Les Français sont pleinement conscients de la gravité de la maladie puisque **65% considèrent que le diabète peut entraîner de « très graves » complications**, tandis que 31% les estiment « assez graves ». Seules 2% des personnes interrogées estiment que les complications éventuelles de la maladie sont « peu graves », et aucune d'entre elles « pas graves du tout ».
- **Les Français jugent positivement leurs savoirs sur le diabète : 81% déclarent bien connaître la maladie**, 23% considèrent même qu'ils savent très bien de quoi il s'agit. La mauvaise connaissance du diabète est très minoritaire dans la population (19%). Toutefois, signe d'une connaissance toute relative, une majorité des Français (58%) concède savoir « assez bien » de quoi il s'agit.

Un degré de connaissance relatif, des enjeux de prévention lointains

Cette bonne connaissance revendiquée par les Français est à relativiser à la lumière des évocations spontanées liées au diabète. Force est de constater que la référence à la maladie prédomine (88%) suivie, en mineur, par le traitement médical (23%). Peu fréquentes, les associations aux modes de vie ne sont pertinentes que pour 11% des Français. Et 6% des personnes qui déclarent connaître la maladie se révèlent incapables de la décrire en quelques mots.

Dans le détail, pour ceux qui sont capables d'évoquer **la maladie** en quelques mots, les références se centrent principalement sur des **associations souvent vagues** qui manquent de précision. Le taux de sucre (52%), le dysfonctionnement du pancréas (11%) et l'existence de plusieurs types de diabète (8%) sont les principales associations qui ressortent de cette question.

Les références au **traitement médical** évoquent principalement **le diabète de type 1** : l'insuline (16%), injections/piqûres d'insuline (7%).

Les références aux **modes de vie**, marginales, montrent un **niveau de sensibilisation faible** face aux **enjeux de prévention du diabète, notamment du diabète de type 2**. Ils ne sont que 11% à rapprocher diabète et régimes alimentaires, et 1% à associer diabète et sport.

Un niveau d'information jugé satisfaisant...

- **Les deux tiers des Français (64%) s'estiment bien informés sur le diabète en général.** Néanmoins seuls 14% se considèrent « très bien informés », les 50% restants se déclarant « assez bien informés ».
- **A l'inverse, 36% des personnes interrogées jugent leur niveau d'information insuffisant mais seules 3% d'entre elles estiment être « très mal informées ».** Les personnes les plus âgées apparaissent comme les mieux informées : 81% des plus de 65 ans et 73% des 50-64 ans ont le sentiment de

disposer d'un bon niveau d'information sur la maladie. Alors que les moins de 35 ans ne sont que 54% à avoir cette impression.

... qui repose essentiellement sur le bouche à oreille

- Malgré la perception d'un niveau d'information satisfaisant, **cette information passe avant tout par le bouche-à-oreille (36%)**, premier moyen d'information utilisé par toutes les catégories de la population, démontrant l'importance des vecteurs informels et non institutionnels, avec les risques d'approximation et d'erreurs que cela comporte.
- **Les médecins**, relais d'une information fiable et précise, sont cités en seconde position par un tiers des répondants (32%). Source privilégiée par les personnes de plus de 65 ans et de 50 à 64 ans (respectivement 48% et 41%), les moins de 35 ans ne sont que 17% à avoir recours aux médecins pour être informés sur la maladie.
- **Les médias traditionnels** tels que la télévision, les journaux et magazines puis la radio, représentent respectivement 23%, 19% et 8% des sources d'information sur la maladie. A l'exception de la télévision, média mentionné tant par les plus jeunes que par les plus âgés, les plus âgés (+ 65 ans) se distinguent à nouveau par leur pratique plus assidue de ces médias traditionnels. Ainsi, ils sont 31% à déclarer avoir entendu parler du diabète dans un journal ou un magazine (contre 19% en moyenne). Sites internet (10%) et forums de discussion en ligne (4%) restent minoritaires.

Des comportements à risque identifiés

Enfin, pour connaître le positionnement des Français par rapport à la maladie, une série de questions sur les pratiques alimentaires et physiques a été administrée à l'ensemble de l'échantillon. Les réponses obtenues à ces questions croisées avec les réponses sur le positionnement en termes de risque par rapport au diabète ont permis de faire émerger des profils d'individus aux comportements homogènes :

- **Les bons élèves** représentent **27% de l'échantillon**. Ils ont plus de 65 ans (majoritairement des femmes), sont à la retraite, résident couramment dans le Sud, et plus particulièrement dans les régions au bord de la Méditerranée. Adeptes d'un mode de vie vertueux (alimentation équilibrée et diversifiée, pratiques d'activités sportives), ils n'ont pas de problème de surpoids. Affichant un niveau de connaissance sur le diabète supérieur à la moyenne, ils ont déjà eu recours fréquemment au dépistage, sans doute en raison de leur âge. Pour autant, rares sont ceux qui s'estiment exposés au risque de développer la maladie.
- **Les insoucients** représentent **23% de l'échantillon**. Agés en majorité de 25 à 34 ans, actifs, ils appartiennent le plus souvent à la catégorie des artisans-commerçants et des ouvriers. Leur mode de vie s'avère relativement « conforme » aux tendances actuelles. Ils reconnaissent ne pas prendre tous leur repas attablés et ne pas consommer suffisamment de fruits et de légumes. Moins sédentaires que le reste de la population, ils affirment regarder peu la télévision et utiliser peu l'ordinateur. En matière de diabète, « les insoucients » revendiquent un niveau de connaissance comparable au niveau moyen de la population. Toutefois, pour eux, l'existence de deux types de diabète s'avère plus mal connue. La plupart n'a jamais eu recours à un dépistage de la maladie. Si oui, c'est dans un cadre informel à l'aide d'un lecteur de glycémie de l'un de leurs proches.
- **Les sensibilisés** représentent **24% de l'échantillon**. Ils ont plus de 65 ans et sont retraités. Plutôt sédentaires, grands consommateurs de télévision, ils sont néanmoins vigilants sur leur comportement alimentaire. Affichant un niveau moyen

de connaissances, le médecin apparaît comme leur principale source d'information sur le diabète. Conscients des facteurs de risque qu'ils présentent, ils ont déjà réalisé à plusieurs reprises un dépistage du diabète. Les « sensibilisés » sont nombreux à connaître une ou plusieurs personnes atteintes de la maladie.

- **Les exposés** représentent **26% de l'échantillon**. D'âge intermédiaire (35-49 ans), ils sont souvent issus des catégories populaires. De par leur mode de vie, les membres de ce groupe présentent les risques les plus élevés de développer à l'avenir un diabète, risques dont ils sont conscients. En effet, ils consomment une alimentation riche en produits gras et sucrés, grignotent fréquemment entre les repas et reconnaissent être en situation de surpoids. Nettement plus sédentaires que le reste de la population, ils passent beaucoup de temps devant un écran (TV, ordinateur) et déclarent ne pratiquer aucune activité physique et/ou sportive. Ils se distinguent du reste des Français par un niveau de connaissance moindre de la maladie et un recours au dépistage nettement moins fréquent que les autres groupes.

L'émergence de ces différents groupes de population et leur attitude par rapport au diabète montrent que les comportements à risque sont bien présents au sein de la population française. Afin de sensibiliser le plus grand nombre à cette « maladie souvent silencieuse », la mobilisation née de la Journée Mondiale du Diabète est plus que jamais nécessaire.

(1) Etude Novo Nordisk-IFOP, réalisée entre le 15 et le 17 septembre 2009, sur un échantillon de 1024 personnes, représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus (méthode des quotas, après stratification par région et catégorie d'agglomération). Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne sur Internet.

Les résultats complets de l'étude sont disponibles sur simple demande.

A propos de Novo Nordisk :

Novo Nordisk est un spécialiste de la santé et l'un des leaders mondiaux du traitement du diabète. La société occupe également une position de premier plan dans des secteurs comme les traitements hémostatiques et les traitements par hormone de croissance. Novo Nordisk fabrique et commercialise des produits et services pharmaceutiques. Basé au Danemark, Novo Nordisk emploie environ 27 068 personnes dans 80 pays et commercialise ses produits dans 179 pays. Ses actions sont cotées à la bourse de Copenhague et de Londres et ses certificats américains d'actions étrangères (ADR) sont inscrits à la bourse de New York sous le symbole « NVO ». Pour plus d'informations, consultez novonordisk.com.

www.nvonordisk.com ou www.nvonordisk.fr

Contacts presse

Novo Nordisk
Corinne Fructuoso-Voisin
01 41 97 65 34
cfvo@novonordisk.com

Hopscotch
Yaëlle Besnainou / Elodie Larcis
01 58 65 01 38 / 01 58 65 00 22
ybesnainou@hopscotch.fr / elarcis@hopscotch.fr