

## ANNEXE 1

### Démarche du diagnostic de l'identité et de l'image de la Sécurité sociale

**Le 14 juin 2012**, le cabinet Publicis consultants a présenté au Comité exécutif de l'Ucanss, le diagnostic sur les perspectives de communication de l'Institution Sécurité sociale à partir d' :

- Une analyse de l'identité actuelle de l'Institution « Sécurité sociale » faite par le biais de 17 entretiens auprès de dirigeants de l'Institution : Direction de la Sécurité Sociale, décideurs des quatre branches (Directeur et Directeur de communication), Gouvernance de l'Ucanss.
- Une analyse qualitative et comparative des identités actuelles des entités du Régime général de Sécurité sociale telles qu'elles sont émises dans 114 supports de communication les plus emblématiques (analyse des outils de communication des quatre branches du régime général, les outils transverses mais aussi d'autres acteurs offrant des points de comparaison).
- Une synthèse des enseignements issus d'un fonds d'étude Sécurité sociale (Analyse de 21 enquêtes d'opinion comprenant enquêtes internes, baromètre social, mais aussi différents rapports plus grand public,...).

Ce dernier a été complété en septembre 2012 par une analyse de l'identité actuelle telle que perçue par les collaborateurs de 4 organismes de Sécurité sociale (organisation de tables rondes au sein de l'Urssaf d'Auvergne, de la Carsat d'Aquitaine, de la Caf du Rhône et de la Cnam de l'Eure).

#### **Ce diagnostic a permis de mettre en exergue :**

1. *L'existence d'un consensus concernant les points de forces de l'Institution depuis sa création, avec au cœur de l'Institution comme valeur centrale la solidarité :*
  - Le service public dédié à la protection sociale.
  - Une mission de protection qui concerne l'ensemble des citoyens.
  - Une proximité aux citoyens unique en son genre.
2. *Un modèle pérenne grâce à sa capacité à évoluer en permanence au service du progrès social.*
  - ➔ *Des traits de modernité communs à l'ensemble de branches qui garantissent la légitimité de l'Institution, notamment dans un contexte de crise économique et sociale (« Amortisseur »).*

3. *Mais ... l'impression d'un déficit d'image auprès du plus grand nombre*

Si les enquêtes de satisfaction et indicateurs de performance s'avèrent globalement positifs, ce qui semble prédominer dans les représentations du grand public renvoie trop fréquemment à des stéréotypes négatifs.

4. *Une Institution au cœur du débat public que les médias abordent le plus souvent sous un angle anxiogène.*

5. *Une mise en retrait de la dimension institutionnelle qui n'aide pas à une bonne compréhension de ce qu'est la Sécurité sociale aujourd'hui... avec le sentiment que le grand public possède une vision parcellaire de l'Institution, et peine à appréhender l'organisation.*

*En conclusion, ce diagnostic a mis en évidence la nécessité de développer une communication transversale pour mettre en exergue une image claire et unifiée de la Sécurité sociale, valorisant les efforts accomplis, démontrant son évolution et rassurant sur sa vitalité.*