

VERS UNE NOUVELLE IMAGE POUR LA PROTECTION MATERNELLE ET INFANTILE (PMI)

Kalía^o

JANVIER 2025

SYNTHÈSE

Depuis sa création en 1945, la Protection maternelle et infantile (PMI) a évolué pour intégrer des missions telles que la prévention et le soutien à la parentalité. Cependant, son nom actuel est perçu comme inadapté et limitant. L'enquête menée par l'Agence Kalía à l'été 2024, visait à évaluer la pertinence de l'appellation actuelle et à explorer l'opportunité d'un changement pour mieux refléter les missions et renforcer la confiance des familles usagères.

LES PRINCIPAUX RÉSULTATS INDIQUENT :

Concernant les professionnel·le·s de la PMI

Une large majorité de professionnel·le·s (90 %) estime que le nom actuel ne reflète pas leurs missions diversifiées. Ils.elles soulignent que l'accent mis sur la « protection » occulte des actions clés, comme la prévention. De plus, une confusion fréquente avec l'Aide sociale à l'enfance (ASE) est signalée, affectant la relation de confiance avec les familles.

Concernant les familles usagères

Près de 40 % des familles interrogées associent la PMI principalement à la protection de l'enfance, reléguant au second plan des missions telles que la prévention et le soutien parental. Par ailleurs, 12 % des avis des familles révèlent que le terme « protection » suscite méfiance et crainte.

En population générale

Seulement 39 % des familles non-usagères connaissent la PMI, et une grande partie confond son nom avec d'autres sigles, comme la PMA. Lorsque ses missions sont expliquées, une majorité des répondants déclare qu'un nom plus clair et explicite pourrait les inciter à consulter ses services.

Un consensus émerge nettement : 91 % des professionnel·le·s appellent à un changement de nom. Un souhait confirmé par les familles usagères et la population générale

Changer le nom de la PMI n'est pas un simple ajustement sémantique, c'est une nécessité stratégique. Les résultats de cette enquête mettent en évidence l'inadéquation criante entre le nom actuel et les missions réelles de la PMI, ainsi que les attentes des familles usagères et des professionnel·le·s. Maintenir l'appellation actuelle, c'est entretenir des incompréhensions, des méfiances et une image genrée qui ne reflète plus la diversité des familles ni l'évolution des besoins sociétaux.

Le nom actuel « Protection maternelle et infantile » limite la compréhension des missions et affecte la confiance des familles usagères. Un nouveau nom, accompagné d'une démarche participative, permettrait de **moderniser l'image de la PMI, d'améliorer son accessibilité et de valoriser son rôle central** dans le soutien aux familles.

Ne pas agir maintenant, c'est risquer de voir la PMI rester prisonnière de représentations obsolètes.

Le moment est venu d'agir ensemble pour donner à ce service essentiel une identité forte, moderne et porteuse de sens pour toutes les familles.



INTRODUCTION

Depuis sa création en 1945, la Protection maternelle et infantile (PMI) a joué un rôle essentiel dans la réduction de la mortalité infantile et l'amélioration de la santé des jeunes enfants grâce à des actions préventives et éducatives. Cependant, les évolutions sociétales et institutionnelles ont transformé ses missions, qui incluent aujourd'hui l'accompagnement des familles, la prévention et le soutien à la parentalité. Pourtant, le nom actuel, inchangé depuis 1945, ne reflète plus cette diversité.

Ce constat a particulièrement interpellé Illona, 25 ans, et Océane, 23 ans, salariées de l'agence Kalía. Sensibles aux enjeux d'équité et de justice sociale, elles ont découvert la PMI pour la première fois en rejoignant Kalía. Elles se sont alors posé une question simple, mais importante : auraient-elles fait confiance à un service qui se nomme "Protection maternelle et infantile" ?

Une problématique majeure émerge : le nom « Protection maternelle et infantile » reflète-t-il fidèlement les missions et les attentes actuelles ? En quoi un changement de nom pourrait-il améliorer la reconnaissance, l'accessibilité et la confiance des professionnel·le·s, des familles usagères, et de la population générale ?

L'Agence Kalía a mené une enquête exploratoire pour évaluer la pertinence de l'appellation actuelle et examiner des pistes pour une éventuelle évolution. En croisant les perceptions des professionnel·le·s, des familles usagères et de la population générale, cette étude vise à souligner l'urgence de repenser le nom de la PMI pour le rendre plus inclusif, compréhensible et aligné avec ses missions actuelles.

PROBLÉMATIQUE

Le nom « Protection maternelle et infantile » est-il adapté aux attentes des professionnel·le·s et des familles usagères de la PMI, toutes professions et genres confondus ? En quoi un changement d'appellation peut-il redéfinir la perception de la PMI et mieux représenter ses missions diversifiées ?

MÉTHODOLOGIE

Afin de répondre à cette problématique, une enquête a été réalisée entre le 3 juin et le 19 juillet 2024. Trois groupes cibles ont été interrogés :

PROFESSIONNEL·LE·S DE PMI



Un questionnaire en ligne a été diffusé via LinkedIn, la communauté professionnelle « Petits pas, Grands pas », et par email.



Au total, 296 professionnel·le·s ont participé, comprenant majoritairement des infirmier.e.s puéricultrices.eurs (166), des médecins (40) et des sage-femmes (38). Cette diversité de profils garantit une représentation équilibrée des acteurs de la PMI.

FAMILLES UGAGÈRES DE LA PMI



Un questionnaire ciblé a été diffusé dans des centres de PMI et via la page LinkedIn de l'Agence Kalía.



Au total, 49 familles ont répondu, dont 94 % étaient des femmes. Cette enquête vise à recueillir leur perception des services et de son appellation.

POPULATION GÉNÉRALE



Une enquête a été réalisée via les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Instagram) et des affiches munies de QR codes dans les salles d'attente de partenaires de la PMI.



Au total, 65 réponses ont été recueillies, représentant principalement des adultes de 25 à 60 ans, avec une proportion significative de femmes (78 %).

La collecte des données a permis d'analyser et de croiser les perceptions de ces trois groupes. Cette approche comparative vise à évaluer les divergences et les convergences dans la compréhension du nom « Protection maternelle et infantile », tout en identifiant des axes d'amélioration pour une meilleure représentation des missions de la PMI.

PROFESSIONNEL·LE·S DE PMI

RÉSULTATS D'ENQUÊTE

ÉCHANTILLON



Un questionnaire en ligne a été diffusé via LinkedIn, la communauté professionnelle « Petits pas, Grands pas », et par email.



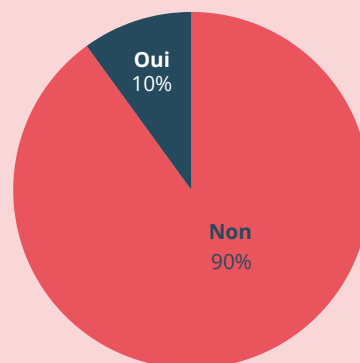
Au total, 296 professionnel·le·s ont participé, comprenant majoritairement des infirmier.e.s puéricultrices.eurs (166), des médecins (40) et des sage-femmes (38). Cette diversité de profils garantit une représentation équilibrée des acteurs de la PMI.

LA PERCEPTION DES PROFESSIONNEL·LE·S DE LA PMI

Les professionnel·le·s interrogé.e.s expriment une insatisfaction majoritaire face au nom actuel de la PMI. En effet, 90 % des répondant.e.s estiment que le nom « Protection maternelle et infantile » ne reflète pas la diversité et la portée de leurs missions.

Parmi les principales critiques :

**EST-CE QUE LE
NOM "PMI"
DÉSIGNE
CORRECTEMENT
VOS MISSIONS ?**



RÉDUCTION AUX NOTIONS DE PROTECTION

Les professionnel·le·s considèrent que le terme « protection » occulte les dimensions préventive et d'accompagnement de leur travail. Certain.es expriment un sentiment de frustration.



La connotation de protection nous affine trop souvent à la protection de l'enfance alors que nos missions concernent la prévention à la fois médicale, médico-sociale et éducative.

Le fait d'associer la PMI aux enquêtes, signalements et IP a pris le dessus sur la vision de prévention qu'elle devrait avoir comme rôle.



CONFUSION AVEC L'AIDE SOCIALE À L'ENFANCE (ASE)

Les répondant.e.s indiquent aussi que les familles confondent fréquemment la PMI avec l'ASE, ce qui alimente des malentendus sur leurs missions. Cette confusion affecte également la relation de confiance entre professionnel-le-s et familles.



Aujourd'hui, dans l'imaginaire des gens, il s'agit d'un service de protection de l'enfance, et non de "protection de la santé". La plupart pensent qu'on intervient auprès d'eux parce qu'ils ont "fait quelque chose de mal" ou parce qu'on "veut leur enlever leurs enfants" et non dans le cadre de nos missions de prévention.

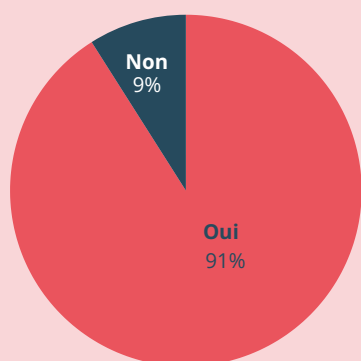
APPELLATION GENRÉE ET DÉPASSÉE

Les termes « maternelle » et « infantile » excluent implicitement les pères, les co-parents et les familles diversifiées. Les professionnel-le-s estiment que l'appellation actuelle ne correspond plus aux réalités sociétales.

Avant la protection, l'action principale de la PMI est la prévention, accompagner les familles et pas seulement les mamans ou les enfants, les papas, co-parents, personnes ressources de l'enfant sont aussi les bienvenus



EST-CE QU'UN CHANGEMENT DE NOM PEUT INFLUER POSITIVEMENT SUR LA FRÉQUENTATION DES CENTRES DE PMI ?



Ces perceptions négatives se traduisent par une faible adhésion au nom actuel, renforçant l'idée qu'un changement est nécessaire pour redonner au service une image moderne et inclusive.

Enfin, 91 % des professionnel-le-s interrogé.e.s estiment qu'un nom plus explicite valoriserait mieux leurs actions et influencerait positivement sur la fréquentation du service.

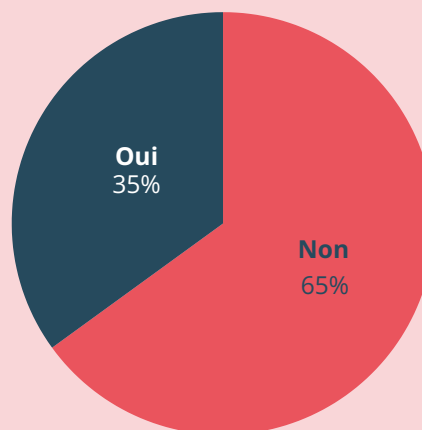
LA PROPOSITION DES ASSISES DE LA PÉDIATRIE ET DE LA SANTÉ DE L'ENFANT

Bien que les professionnel·le·s soient favorables à un changement de nom, ces dernier·e·s émettent quelques réserves quant à la proposition de rebaptiser les PMI « Maison des 1000 premiers jours et de la santé de l'enfant ». *

En effet, 65 % se disent pas convaincu.e.s, jugeant ce nom trop long, trop complexe et insuffisamment représentatif des missions de la PMI.

Par ailleurs, ils.elles soulignent que le concept des « 1000 premiers jours » reste encore largement méconnu du grand public, ce qui risque d'accentuer les confusions.

EST-CE QUE LA PROPOSITION DE CHANGEMENT DE NOM DE LA PMI POUR "MAISON DES 1000 JOURS ET DE LA SANTÉ DE L'ENFANT" VOUS SEMBLE OPTIMALE POUR LA COMPRÉHENSION DES SERVICES PROPOSÉS AUX FAMILLES ?



Maison des 1000 jours, cela reste encore flou dans la population générale. Pour les familles qu'est-ce que cela peut vouloir dire? Ils peuvent imaginer qu'il y a une possibilité d'hébergement.

Beaucoup trop long et difficile à dire pour nos familles venues d'ailleurs !



Ce nom serait une nette amélioration mais ne reflète pas suffisamment l'aspect prévention, ni le champ planification, et suivi santé des futures mères ni le suivi pédiatrique jusqu'aux 6 ans de l'enfant.

* En 2024, dans le cadre des Assises de la pédiatrie et de la santé de l'enfant, le rapport « Ma santé, notre avenir - Investir dans la santé des enfants d'aujourd'hui et de demain : une urgence » proposait l'idée de rebaptiser les PMI en « Maison des 1000 premiers jours et de l'enfant »

FAMILLES USAGÈRES DE LA PMI

RÉSULTATS D'ENQUÊTE

ÉCHANTILLON



Un questionnaire ciblé a été diffusé dans des centres de PMI et via la page LinkedIn de l'Agence Kalía.



Au total, 49 familles ont répondu, dont 94 % étaient des femmes. Cette enquête vise à recueillir leur perception des services et de son appellation.

LA PERCEPTION DES FAMILLES USAGÈRES

Les familles usagères identifient majoritairement la PMI comme un service orienté vers la protection de l'enfance (40 % des répondant.e.s). Cependant, cette représentation est jugée restrictive, car elle met en arrière-plan des missions essentielles telles que :

LA PRÉVENTION

La prévention est citée spontanément dans seulement 6 % des réponses. Cela reflète un manque de visibilité de cette mission pourtant cruciale.



Initialement, je pensais que la PMI intervenait uniquement auprès des familles en difficulté, ou alors dans un objectif de protection de l'enfant. Je ne pensais pas que toutes les familles étaient concernées et qu'autant de soutiens et de services étaient proposés pour l'accompagnement au quotidien.

LE SOUTIEN À LA PARENTALITÉ

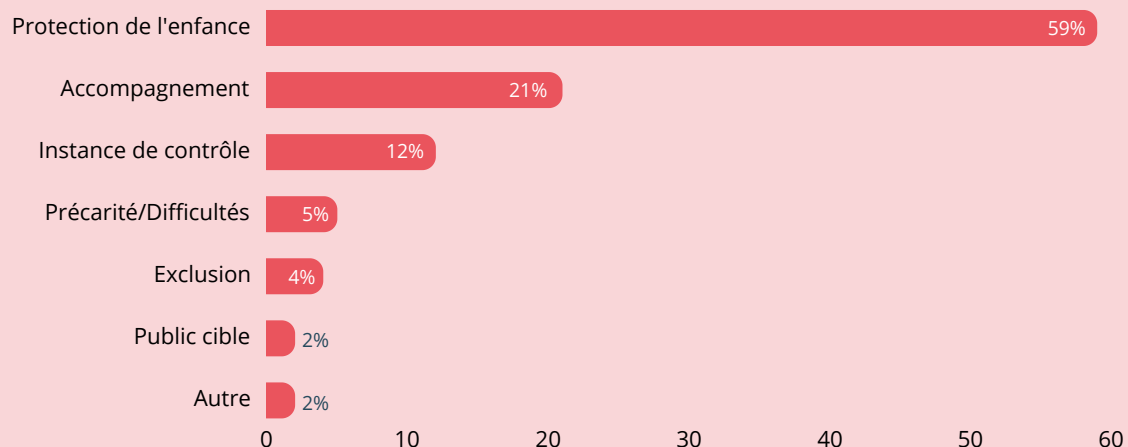
Reconnu mais perçu comme une fonction secondaire. Plus de 40 % des familles souhaitent que cette mission soit mise en avant dans un éventuel changement de nom.

Retirer cette étiquette de protection et mettre davantage le travail de prévention et du soutien à la parentalité.



Le nom actuel est également source de méfiance : 12 % des réponses associent la PMI à une institution de contrôle ou de surveillance.

QUELLES ASSOCIATIONS POSITIVES OU NÉGATIVES PEUVENT ÊTRE VÉHICULÉES PAR LE NOM PMI ?

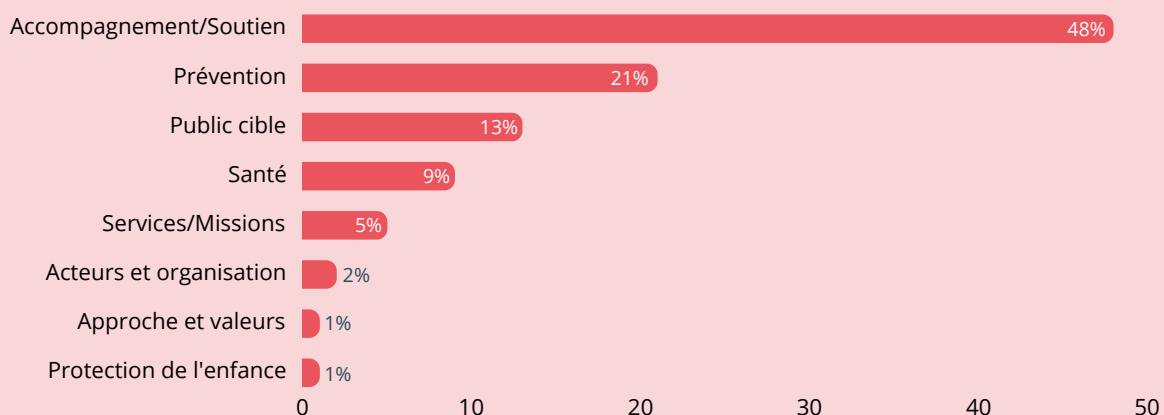


Manque d'adhésion des familles car mauvaise image véhiculée : placeurs d'enfants

En outre, les familles interrogées déclarent que le terme « protection » évoque spontanément des situations de placement d'enfants, ce qui alimente une peur injustifiée.

De fait, 69 % des réponses des familles mettent en avant l'importance de valoriser le soutien et la prévention dans un nouveau nom, afin de renforcer leur confiance envers les services de PMI.

SI LA PMI ÉTAIT AMÉNÉE À CHANGER DE NOM, QUE DEVRAIT-IL REFLÉTER EN PRIORITÉ ?



POPULATION GÉNÉRALE

RÉSULTATS D'ENQUÊTE

ÉCHANTILLON



Une enquête a été réalisée via les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Instagram) et des affiches munies de QR codes dans les salles d'attente de partenaires de la PMI.



Au total, 65 réponses ont été recueillies, représentant principalement des adultes de 25 à 60 ans, avec une proportion significative de femmes (78 %).

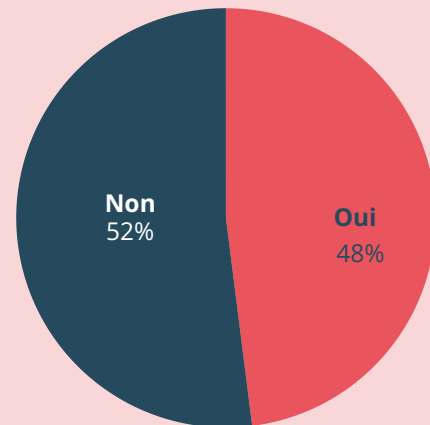
LA PERCEPTION DE LA POPULATION GÉNÉRALE

La population générale affiche une méconnaissance significative des missions de la PMI.

Parmi les familles non-usagères, seules 39 % connaissent le service, mais 48% des participant.e.s estiment ne pas en avoir besoin.

Cette perception de non-pertinence provient souvent d'une compréhension limitée des missions.

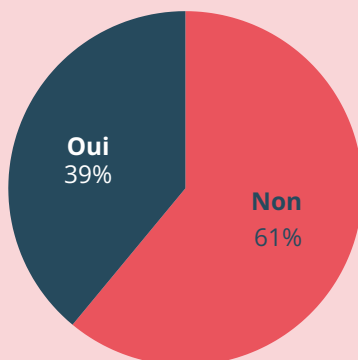
AVEZ-VOUS DÉJÀ CONSULTÉ LA PMI ?



CONFUSION AVEC D'AUTRES SIGLES

45 % des réponses montrent que les répondant.e.s associent ce nom à des termes comme « PMA » ou à des services privés.

CONNAISSEZ-VOUS LA PMI ? (- DE 25 ANS)



MANQUE DE CLARTÉ SUR LA PRÉVENTION

Seulement 10 % des répondant.e.s identifient la prévention comme une mission clé de la PMI, ce qui illustre un manque de communication sur cet aspect.

De plus, parmi les personnes interrogées âgées de moins de 25 ans, 61 % déclarent n'avoir jamais entendu parler de la PMI.

Lorsque les missions sont expliquées, les répondant.e.s déclarent qu'un nom plus explicite mettant la priorité sur l'accompagnement, redonnant une place à la prévention et transparent sur les missions de la PMI permettrait de limiter les confusions.

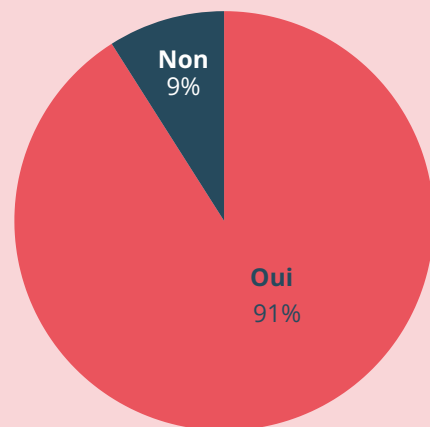
CONSENSUS SUR LA NÉCESSITÉ D'UN CHANGEMENT DE NOM

Un consensus clair émerge des trois groupes interrogés : **le nom actuel ne reflète pas les attentes ni les missions diversifiées de la PMI.**

91 % des professionnel.e.s souhaitent un nom valorisant mieux les dimensions d'accompagnement, de prévention et de soutien parental.

Cette volonté est appuyée par les réponses fournies par les familles usagères et la population générale.

EST-CE QU'UN CHANGEMENT DE NOM DE LA PMI PEUT INFLUER POSITIVEMENT SUR LA FRÉQUENTATION DE CENTRES



Les attentes convergent vers un nom inclusif, moderne et clair, capable de redéfinir l'image de la PMI et de dissiper les confusions existantes. Les participant.e.s des trois groupes considèrent qu'un nouveau nom pourrait renforcer la fréquentation et la confiance envers les services.

En outre, les répondant.e.s appellent explicitement à une dénomination plus en phase avec les missions actuelles, citant des exemples comme « Maison de la Parentalité et de la Prévention » ou « Services de Santé Familiale ».

CONCLUSION

Cette enquête met en évidence une problématique centrale : le nom actuel « Protection maternelle et infantile » ne répond plus aux attentes des professionnel·le·s, des familles usagères et de la population générale.

Inadapté aux missions actuelles, il alimente des confusions, des représentations genrées et datées, et limite l'accès et la confiance envers les services de la PMI.

Représentation biaisée

Ce nom engendre des représentations biaisées, en mettant l'accent sur la notion de protection tout en occultant les dimensions préventives et d'accompagnement. Cette focalisation limite la reconnaissance des missions réelles de la PMI et entretient une confusion avec l'Aide sociale à l'enfance (ASE), affectant la confiance des familles.

Vision genrée et datée

L'appellation actuelle reflète une vision genrée et datée des services de la PMI. Les termes « maternelle » et « infantile » renforcent une image restrictive, excluant implicitement les pères, les co-parents et les différents types de familles (mono-parentales, recomposées,...). Cette perception genrée est en décalage avec les évolutions sociétales et les attentes actuelles des familles usagères.

Manque de clarté

Le manque de clarté du nom actuel contribue à une méconnaissance significative des missions de la PMI au sein de la population générale. En particulier, la prévention et le soutien à la parentalité, qui sont des missions clés, restent insuffisamment identifiés.

Face à ces constats, un changement de nom apparaît non seulement souhaitable, mais nécessaire. **Un nouveau nom inclusif et explicite, valorisant les dimensions d'accompagnement, de prévention et de soutien à la parentalité, pourrait transformer positivement l'image de la PMI.**

Il s'agit également d'une opportunité de **rétablir la confiance des familles usagères et d'améliorer la visibilité des services.**

Pour garantir la réussite de cette transition, **une démarche participative, impliquant l'ensemble des parties prenantes**, est essentielle. Des groupes de travail seront organisés avec des professionnel·le·s, des familles usagères et non-usagères afin d'identifier les propositions les plus pertinentes parmi celles issues du rapport. Ce processus permettra de co-construire un nom reflétant les missions et valeurs de la PMI, tout en assurant une adhésion collective au changement.

Ainsi, le renouveau de l'appellation de la PMI ne constitue pas seulement une adaptation sémantique, mais bien une refonte stratégique visant à renforcer son rôle fondamental auprès des familles.

L'Agence Kalía s'engage pleinement dans cette démarche et invite toutes les personnes concernées (travaillant dans le social, médical, paramédical, direction/responsables/cadres, élu·e·s départementaux, représentant·e·s politiques nationaux, etc.) à participer activement à cette transformation indispensable, cet enjeu sociétal.



CONTACTS

Illona ROUEZ

Responsable communication

illona@agence-kalia.fr

Océane MARTIN

Apprentie chargée de projet

oceane@agence-kalia.fr

Kalía^o