

SYNTHESE ACTIVITE 2022

MARKETING SOCIAL ET COMMUNICATION

CONTEXTE

Santé Publique France présente « *le marketing social comme une stratégie qui s'inspire des techniques de marketing commercial afin d'encourager les comportements favorables au bien-être et/ou à la santé des individus. [...] Ainsi, les techniques servent à analyser, planifier, exécuter des programmes qui viseront l'adoption ou la modification d'un comportement d'une cible d'individus, afin d'améliorer leur bien-être personnel et celui de la société* » .

La communication est une composante du marketing social. *Les communications dans le champ de la santé sont nécessaires pour engendrer les changements socio-sanitaires. [...]*

Les contextes concernés sont multiples : recherche d'informations, adhésion à des recommandations spécifiques, élaboration de campagnes, sensibilisations aux risques associés à des pratiques, clarification de l'accessibilité aux soins et à l'accompagnement, etc.»

Chercher à modifier un comportement impose de s'appuyer sur **des relais et des médias affinitaires** qui véhiculent des messages adaptés aux différentes cibles. En matière de santé, à l'éventail des médias classiques (TV, la radio, la presse et les sites web santé), s'ajoutent les supports d'information spécifiques à l'officine et au cabinet médical (leaflets, affiches, écrans d'affichage dynamiques...).

Politique nationale :

- **Le Plan national de mobilisation contre les addictions MILDECA 2018-2022** s'articule autour de 6 grands défis parmi lesquels :

Axe 1, Priorité 1 « Eclairer pour responsabiliser »

« L'enjeu est d'améliorer la compréhension et la perception des mécanismes et des risques associés aux conduites addictives, en renforçant les connaissances du grand public [...] »

Objectif 1.2 Relayer ce discours [sur les risques et les dommages liés aux consommations] auprès du grand public, des leaders et des relais d'opinions, des professionnels de santé et du secteur social et médico-social, des enseignants, des éducateurs sportifs et des associations d'usagers, selon des modalités adaptées à chaque cible (y compris par des campagnes de communication grand public). »

« Développer l'offre de culture scientifique sur les addictions, numérique et événementielle (débats, événements scientifiques nationaux). »

AXE 4, Priorité 16 « Elargir les connaissances dans tous les domaines de l'action publique. »

« Renforcer les connaissances sur les usages et les trajectoires de consommation et mettre en évidence l'impact des facteurs environnementaux, de l'offre de soin sur les trajectoires de dépendance et de soin. » concerne notamment la communication envers toutes les cibles, du grand public aux professionnels.

- **Le Plan national de mobilisation contre les addictions MILDECA 2018-2022** invite à un profond changement de représentation de la société sur nos usages. [...] Une stratégie qui se veut innovante et pragmatique pour apporter un nouvel élan et susciter une mobilisation accrue [...] autour de deux grands objectifs parmi lesquels « Partager au niveau local les enjeux de société posés par les addictions pour forger un discours public commun porté auprès de la population ; »

Politique régionale :

« [L'appel à projets 2021](#) fonds de lutte contre les addictions mentionnait dans son cahier des charges le financement d'actions accompagnant au niveau local la déclinaison du Projet régional de Santé et du programme régional de réduction s'inscrivant dans les axes retenus parmi lesquels :

Axe 2 : « Protéger les jeunes et éviter ou retarder l'entrée dans la consommation de substances psychoactives, en déployant sur un même territoire des actions de prévention à destination des jeunes, de leurs familles et des professionnels en contact, ou en agissant sur l'environnement (espaces sans tabac, fêtes sans alcool ...) »

Les actions proposées dans le cadre de cet axe seront utilement articulées avec l'appel à projet porté par la Mildeca et son axe portant sur le respect des interdits protecteurs. »⁵

Dans la circulaire MILDECA aux préfetures du 3 décembre 2022, le président de la MILDECA mentionne la nécessité de diffuser les campagnes d'information.

OBJECTIFS

Objectif général :

La communication de SAOME vise à **informer et à influencer les décisions individuelles et collectives propices à l'amélioration de la santé**, dans le domaine des usages et addictions.

Objectifs spécifiques

Corollaire de l'action, la communication de SAOME est le vecteur de mise en œuvre des 4 orientations stratégiques du Centre de Ressources et d'Expertise.

Elle est déclinée dans ses aspects opérationnels au sein de chaque projet porté par SAOME (cf. bilans respectifs).

En 2022, la communication de SAOME a également poursuivi les objectifs spécifiques suivants :

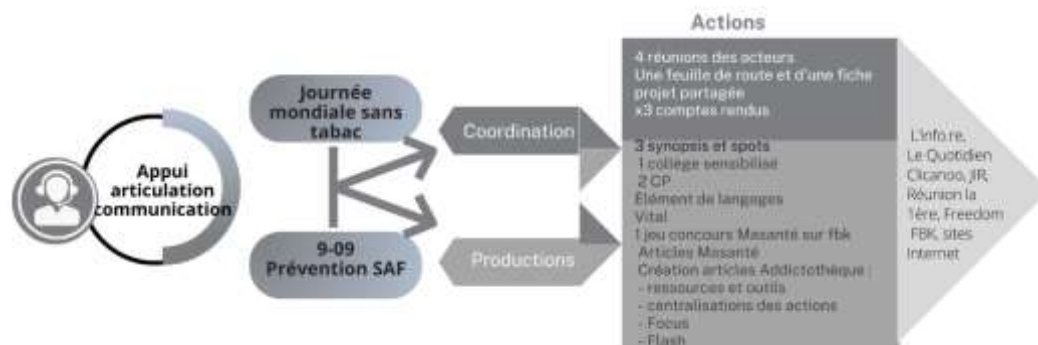
- 1. Faciliter l'émergence de collaborations ou l'articulation des initiatives, notamment dans le cadre de la communication régionale ;**
- 2. Apporter un appui et une expertise en communication au service de l'externe (institutions, partenaires...) ;**
- 3. Contribuer à l'information du public et des professionnels pour une communication cohérente ;**
- 4. Entretenir, développer et promouvoir les services digitalisés du Centre de Ressources et d'Expertise sur les usages et addictions.**

Schéma général des activités en routine à SAOME :



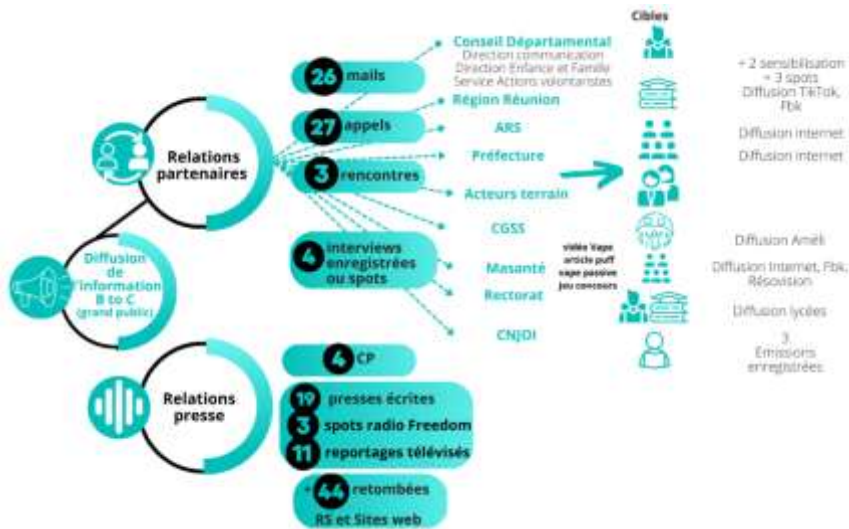
REALISATIONS 2022

→ Objectif spécifique 1 - Faciliter l'émergence de collaborations ou l'articulation des initiatives, notamment dans le cadre de la communication régionale



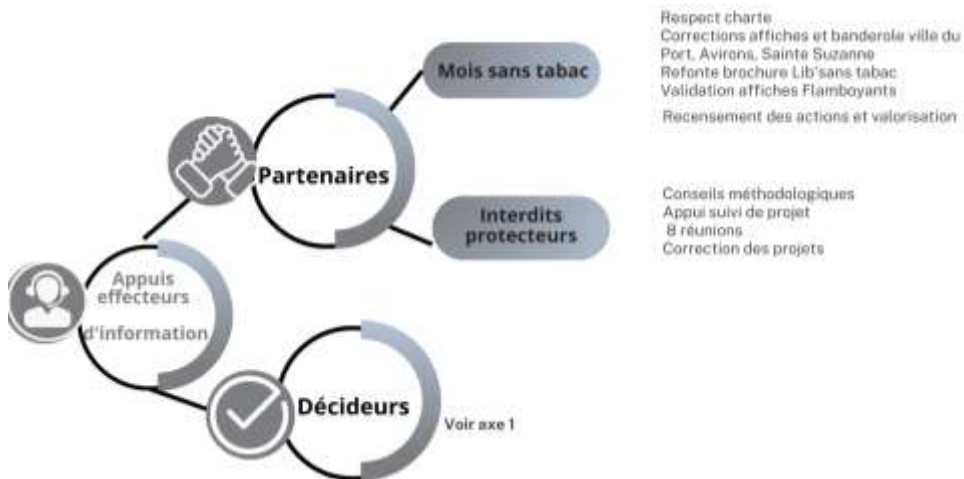
- Appui à l'animation d'un cotech communication régionale usages et addictions en 3 périodes correspondant aux campagnes de la journée mondiale sans tabac (31 mai), de la Journée SAF et du Mois sans tabac ;
- Appui méthodologique et création de feuille de route pour coordination de la communication régionale ;
- Supervision de synopsis, spots, articles etc. ;
- Rédaction et diffusion de communiqués de presse (CP) ;
- Création d'articles Addicthèque ;
- Recueil des ressources ;
- Centralisation des actions : rédaction de Focus, Flash ;
- Etat des lieux des partenaires et leurs moyens via RDV et entretiens ;
- Mise en lien des partenaires.

Retombées :



→ Objectif spécifique 2 - **Apporter un appui et une expertise en communication au service de l'externe (institutions, partenaires...)**

- **Interdits protecteurs auprès d'Addictions France**
 - Conseils méthodologiques
 - Appui suivi de projet :
 - production d'une fiche de suivi de projet
 - participation aux réunions avec :
 - institutions notamment pour clarification des objectifs
 - agence : 6 réunions (brief, corrections synopsis, définition message, casting, etc)
 - Conseil en plan média, achat espace, opération presse
 - Correction des projets vidéos (effets, enchainement, durée, etc)
- **Mois sans Tabac et liens partenaires**

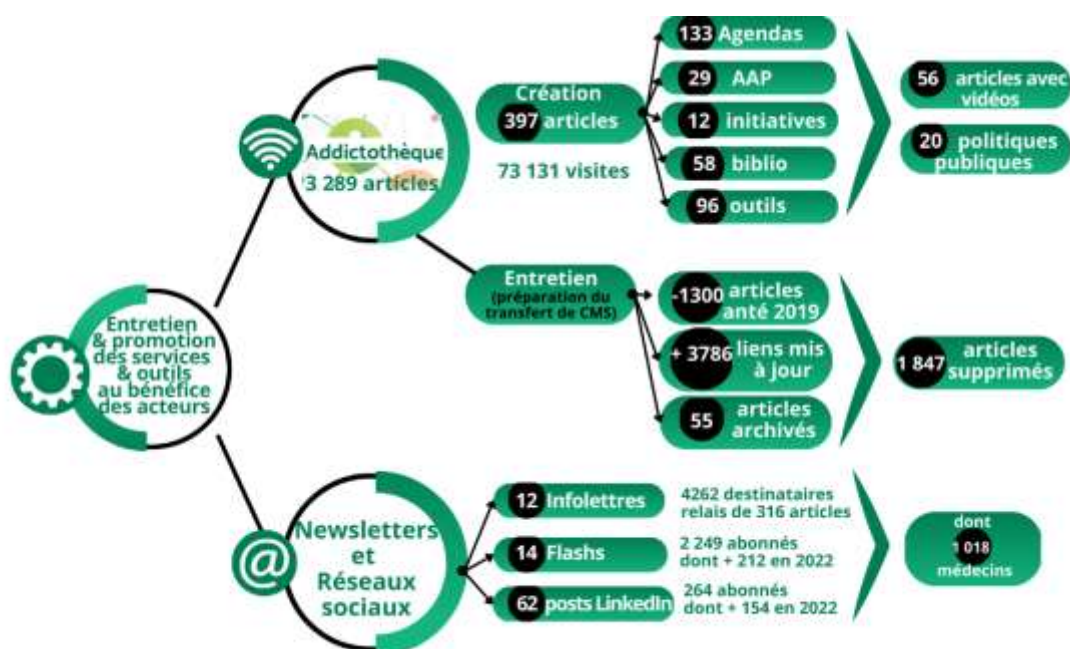


→ **Objectif spécifique 3 - Contribuer à l'information du public et des professionnels pour une communication cohérente**

Articles dédiés sur Addicthèque et relayés par newsletter :

Janvier	Dry January – Fédération Addiction
Février	Campagne GHB avec mention des outils réseaux sociaux - MILDECA
	Campagne tabac - SpF (avec affiches et vidéos)
Mai	Journée mondiale sans tabac (article dédié aux outils et ressources)
Juin	Campagne MDMA - MILDECA (outils réseaux sociaux)
	« Amis aussi la nuit » - SpF
	Campagne Cannabis - SPF
Juillet à septembre	Journée SAF, replay, liste des outils, ressources
Octobre	Campagne : « Parier, c'est pas rien » - SpF (campagne digitales et youtube)
	« Boire n'a rien à voir avec la santé » - SpF
Octobre à novembre	Moist sans tabac : article dédié aux outils et ressources utiles au public et aux professionnels
Linkedin	Campagne protoxyde d'Azote - MILDECA – posts

→ **Objectif spécifique 4 - Entretenir, développer et promouvoir les services digitalisés du Centre de Ressources et d'Expertise sur les usages et addictions (saome.fr)**



PERSPECTIVES 2023

- La communication continuera d'être déployée opérationnellement au service de chaque mission et projet portés par SAOME, en direction des professionnels et, selon les sujets, au bénéfice du grand public ;
- La facilitation de liens et la recherche d'optimisation des forces communicantes localement sera encore recherchée à tous les endroits où la cellule opère ;
- Le site www.saome.fr sera mis en ligne, regroupant « Parcours addicto », « Addicthèque » et, notamment, des espaces rendant visibles les formations accessibles aux acteurs.

Les actualités apparaîtront sur la page d'accueil.

Le graphisme du site sera revu en cours d'année, et la charte graphique possiblement relookée.

- Enfin, une communication autour de la thématique du bon usage des écrans pourrait être amorcée, en fonction de l'attribution de l'enveloppe proposée dans l'appel à projets Addictions.