

Cette présentation a été effectuée le 12 mars 2010, au cours de la journée « Le développement de "l'Internet-santé" : quels sont les enjeux pour la santé publique? » dans le cadre des Journées annuelles de santé publique (JASP) 2010. L'ensemble des présentations est disponible sur le site Web des JASP, à l'adresse <http://www.inspq.qc.ca/archives/>.



## Internet et les réseaux sociaux, une occasion de mobilisation citoyenne

JASP, MARS 2010

### Introduction

- Situation de la Société canadienne du cancer (SCC) : diagnostic, objectifs et stratégies
- Explosion de l'utilisation des réseaux sociaux et d'Internet
- Mécanismes des principaux outils
- Quelques statistiques et réalisations gagnantes



## La SCC : reconnue mais méconnue...

- **Le saviez-vous?**
  - ✓ Au Canada depuis 1938 et au Québec depuis 1947.
  - ✓ Au Québec : 25 000 bénévoles, 200 employés, 14 bureaux régionaux et 1 bureau divisionnaire avec maison d'hébergement.
  - ✓ 5 champs d'action : financement de la recherche, information (téléphone, Web, publications), soutien (groupes régionaux, aide matérielle et financière), prévention et défense de l'intérêt public.
  - ✓ Action financée par des dons du public.
- Grande notoriété et crédibilité.
- Longue expérience en *Défense de l'intérêt public* dans le lutte au tabac



## Où en sommes-nous aujourd'hui?

- De plus en plus de gens sont touchés – 55 décès par jour au Québec !!!
- Il y a plusieurs cancers et plusieurs expériences
- Plusieurs veulent partager leur histoire
- Nouvelles technologies très présentes au quotidien
- Surinformation et désinformation sur le cancer
- Besoin d'une nouvelle incitation à s'engager et à agir



## Ce que nous savons...

- La force de la conversation
  - Elle fait appel aux émotions, tout en étant moins structurée que la communication formelle
  - Les témoignages touchent, mobilisent
  - Elle incite naturellement à passer à l'action, à s'impliquer...

### Notre objectif

Influencer les décideurs afin d'implanter des programmes et des politiques de santé publique en lien avec les positions de la SCC.



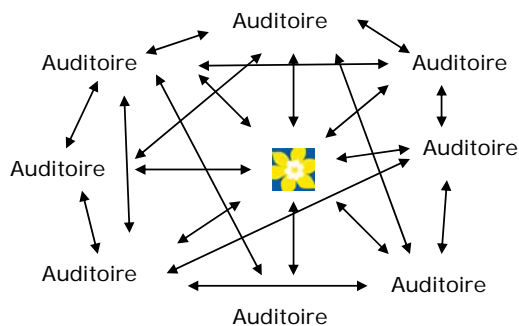
## Une stratégie : Élargir nos conversations

Partir de...



→ Auditoire

Pour aller à...



## Pourquoi utiliser Internet et les médias sociaux?

- Ils sont gratuits
- Ils sont populaires (visibilité/achalandage)
- Ils permettent de faire du recrutement
- Ils permettent de créer des mouvements, de rejoindre les jeunes... Et les moins jeunes!
- Ils permettent de faire du financement
- Ils permettent de mieux servir votre mission...



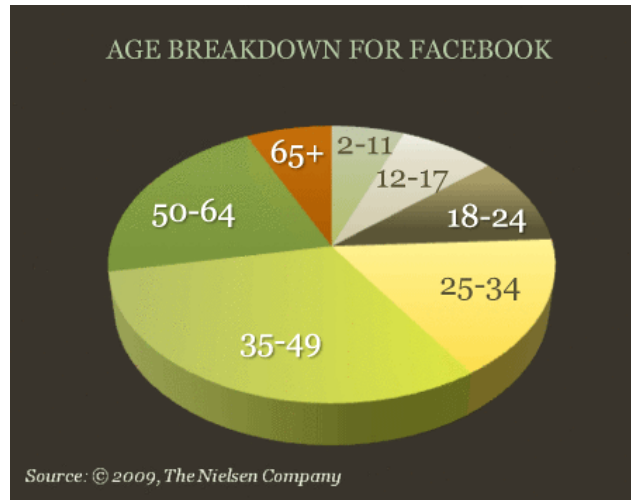
## Facebook



- Depuis sa création en 2004, ne cesse de voir son nombre d'utilisateurs augmenter.
- Facebook est le média social qui regroupe le plus d'utilisateurs, tous réseaux confondus. *Source : Anderson Analytics*
- La moitié des « facebookiens » du Québec y passent au moins 90 minutes par semaine (= nécessité de renouveler le contenu régulièrement). *Source : Sondage SOM, juin 2009*
- Facebook permet de créer des pages, des groupes, des applications ONG et des applications logicielles ou modules.
- La SCC sur Facebook au Canada, en Ontario et au Québec.



## Facebook – âge des utilisateurs



## Facebook – campagne SCC

- *Relais pour la vie* : 45 000 participants en 2009
- Objectif : saisir cette occasion unique de bâtir une banque de sympathisants en DIP
- Suivi : mise à jour de contenus brefs d'information
- Prochaines étapes : appels à l'action



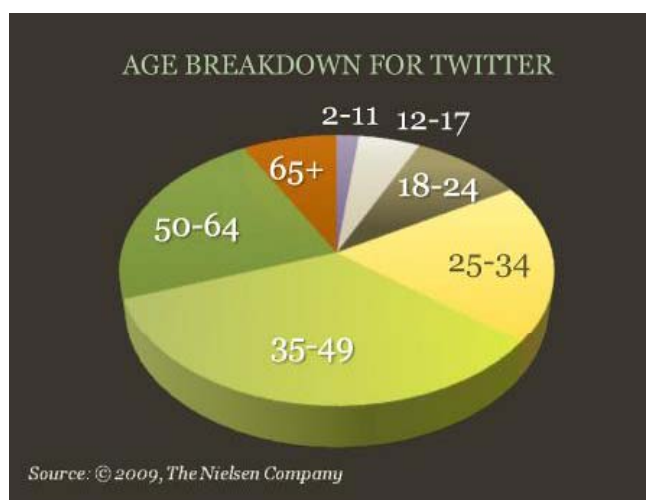
## Twitter



- Twitter existe depuis 2007 et est un réseau de *microblogging*.
- Les usagers de Twitter répondent à cette question avec un maximum de 140 caractères, qui peut contenir un lien.
- La communication sur Twitter est extrêmement rapide.
- Les utilisateurs de Twitter sont davantage intéressés par des sujets liés à la culture et aux loisirs.
- L'utilisation de Twitter demande plus de temps (il faut « tweeter » à grande fréquence pour obtenir de la visibilité et de la crédibilité).
- Twitter demeure très utile pour faire la promotion de vos autres médias sociaux (blogue, page Facebook) et des événements.
- Il est facile, avec un bon réseau, de créer un mouvement sur Twitter.



## Twitter – âge des utilisateurs



## YouTube

- Créé en 2005, YouTube est le volet multimédia des réseaux sociaux.
- YouTube permet de diffuser vos vidéos gratuitement.
- YouTube permet d'optimiser votre présence Web lorsqu'en lien avec des pages Facebook et Twitter.
- YouTube permet d'intégrer un *appel à l'action*...

### 6. Save the Bronx Zoo and New York Aquarium!



<http://www.youtube.com/watch?v=LHGuofPUNLo>



## La SCC sur Facebook/Twitter/YouTube



# La SCC et la défense de l'intérêt public (plaidoirie)

- Sites et microsites
- Envoi d'E-Blasts aux sympathisants

# Campagnes Internet



## Quelques exemples de plaidoirie via Internet et au moyen des réseaux sociaux

The collage consists of three overlapping web pages. The leftmost page is the Obama Biden campaign website, featuring a 'MY PROFILE' section with options to 'Edit Profile' and 'Manage Your Blog'. The middle page is a Greenpeace article titled 'Passer à l'action' (Transition to Action), which includes a video player showing a person speaking. The rightmost page is a PETA article titled 'Stop NASA's Plans to Expose Monkeys to Radiation', featuring a photo of a monkey and a call to action.

## Conclusion

- Répondre à la question: Pourquoi suis-je sur Facebook/Twitter/YouTube ou autre?
- Évaluer les ressources requises et identifier les personnes-ressources (webmestre, modérateur, fournisseurs de contenu).
- Identifier votre public cible et établir vos objectifs.

RAMPER, PUIS MARCHER AVANT DE COURIR.  
MAIS AVANCER...





Seul, on peut agir...

Ensemble  
rien ne peut nous arrêter!



Marc Drolet, directeur, Affaires publiques

514 255-5151, poste 2400

[mdrolet@quebec.cancer.ca](mailto:mdrolet@quebec.cancer.ca)

Société canadienne du cancer

Division du Québec

5151, boul. de l'Assomption

Montréal (Québec) H1T 4A9

Téléphone : 514 255-5151

