

Cette présentation a été effectuée le 10 mars 2010, au cours de la journée « Communiquer pour changer les habitudes de vie » 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/>.

Les défis de communiquer avec...

**Animation par Isabelle Demers,
Conseillère en marketing social, Santé Canada
JASP, 10 mars 2010**

Objectifs de l'atelier

De façon générale l'atelier devrait permettre :

- D'illustrer les problématiques communicationnelles existantes lorsque l'on s'adresse à des populations spécifiques.
- De mieux comprendre :
 - comment les communications ont été adaptées en fonction de la compréhension de la dynamique de la clientèle cible.
 - quelle a été la réflexion qui a mené à privilégier une approche/stratégie plutôt qu'une autre afin de bien toucher et viser la clientèle.
 - les facteurs menant à un succès, ainsi que les éléments et approches à éviter.
- D'outiller les participants à développer une communication efficace pour toucher et interpeller les populations visées.

Les cas proposés

- **... les femmes enceintes et les nouveaux parents en 2009 :**
Défis: Quantité d'information disponible qui leur est destinée.
Rejoindre / informer les nouveaux parents provenant de milieux plus défavorisés.
- **... les communautés culturelles antillaises : l'exemple du VIH-SIDA, en France et au Québec :**
Défis: Contextes socioculturels qui peuvent influencer le développement de comportements à risque liés aux ITSS / IST incluant le VIH/Sida.
- **....les hommes au sujet de l'alimentation et des habitudes de vie :**
Défi: Difficulté de les rejoindre en prévention
Ils sous-estiment les risques pour leur santé.

... les femmes enceintes et les nouveaux parents en 2009

- **Chantale Audet**, M.A., responsable de la mise à jour et du développement, *Mieux vivre avec notre enfant de la grossesse à deux ans* à l'Institut national de santé publique du Québec

Mieux vivre avec son enfant de la grossesse à deux ans

- **Contexte** : Guide pratique d'information périnatale qui existe depuis 30 ans
- **Clientèle cible** : Tous les nouveaux parents du Québec (environ 85 000 par année). Le guide est également disponible pour les professionnels de la santé qui travaillent en périnatalité.
- **Tactiques** : Guide remis à la première visite de grossesse et disponible gratuitement sur le web en français et en anglais.
- **Durée** : Mis à jour annuellement.
- **Évaluation** : Évaluation en cours pour la partie prénatale (Section Grossesse et Accouchement).

... les communautés culturelles antillaises : l'exemple du VIH-SIDA

- **Alix Adrien**, M. D., médecin conseil, Agence de la santé et des services sociaux de Montréal/Direction de santé publique
 - expertise particulière dans le domaine de la surveillance épidémiologique et comportementale du VIH auprès des populations vulnérables au Canada et à l'étranger.
- **Élodie Aïna**, coordonnatrice, Programme national de prévention du Vih/Sida, Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (France)
 - travaille sur la conception et la mise en œuvre de campagne de communication. Ses sujets de prédilections sont la prévention du VIH, ainsi que d'autres pathologies ou déterminants de la santé : tuberculose, paludisme, hépatites virales, accidents domestiques, contraception etc

Projet Gap Vie QOH

Voir fiche signalétique

Contexte :

- Réalisation d'un projet visant à intégrer les dimensions culturelles dans l'intervention face au VIH et aux autres ITSS.

Objectifs :

- Fournir des éléments de contextes socioculturels qui peuvent :
 - influencer le développement de comportements à risque liés aux ITSS incluant le VIH/sida;
 - développer une santé sexuelle harmonieuse, sans violence, basée sur des rapports de genre égaux;
- Acquérir et développer une approche culturelle adaptée aux pratiques de prévention des ITSS, incluant le VIH/sida
- Offrir un soutien et des soins aux personnes QOH

Facteurs facilitateurs

- Consultation exhaustive des partenaires, tant locaux, nationaux et internationaux qui a permis une recension ciblée des besoins et des outils disponibles;
- Variété et choix minutieux des outils permettant leur utilisation dans différents milieux et pour différents types d'interventions.

Nou pli fô

Voir fiche signalétique

Défis

- Mobilisation individuelle et collective et la lutte contre les discriminations sont des facteurs essentiels de la lutte contre le sida.
- Discriminations cumulées peuvent entraîner les personnes à avoir un comportement de prises de risques.
- Aux Antilles et en Guyane, le sida demeure tabou et la discrimination des personnes séropositives est plus forte qu'en métropole.

Stratégie

- Prise en compte des particularités culturelles de ces populations.

Tactique

- Slogan de la campagne – « Nou pli fô, doubout, ansanm kont le sida » – signifie en créole « nous sommes plus forts, debout, ensemble contre le sida ».
- Chanson qui évoque les discriminations, les injustices et les humiliations qui ont marqué l'histoire des peuples visés et rappellent qu'ils ont conquis leur liberté grâce à la solidarité et à l'unité. Elle souligne qu'en « en étant solidaire, on est plus fort ».

....les hommes au sujet de l'alimentation et des habitudes de vie

- **Martine Fortier**, directrice générale par intérim, ÉquiLibre, Groupe d'action sur le poids.
 - Depuis 1988 elle a supporté et conseillé l'équipe de la Direction de la santé publique de Montréal dans la planification, l'organisation le développement et l'évaluation de projets de promotion de la santé

Programme de saine gestion du poids en milieu de travail destiné aux hommes

Voir fiche signalétique complète

Contexte

- Prévalence de surplus de poids chez les hommes adultes (55,2%)
- Hommes tendent à sous-estimer leur poids et peu d'entre eux adoptent des comportements afin de perdre ce surplus pondéral.
- Programmes s'adressent généralement à une clientèle féminine et sont rarement adaptés à la réalité des hommes.

Enjeux

- Sensibiliser les hommes et d'intervenir efficacement auprès d'eux.
- Adaptation des services à la clientèle masculine.

Clientèle cible

- Travailleurs masculins de 30 à 60 ans à risque de développer des problèmes de santé

Objectifs

- Viser une saine gestion du poids par une approche globale de la santé.

Conclusion et Discussion