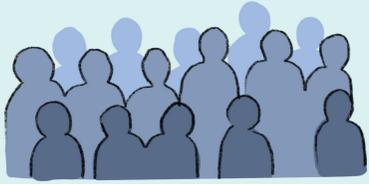


PRENDRE EN COMPTE LE STADE D'AVANCEMENT DES PUBLICS LORS DE LA PRODUCTION D'OUTILS DE PROMOTION DE LA SANTÉ

LE CONTEXTE



Faibles fonds accordés à la communication



Message à faire passer à une grande population

Campagne qui essaye de couvrir tout le monde de la même façon...



Un message inadapté au stade de la personne peut créer un rejet !

LA SOLUTION

Les changements de comportement se font par étapes progressives, ils se fondent sur une prise de décision de l'individu. **Le modèle transthéorique du changement¹** présenté dans ce poster établit un modèle de changement intentionnel.

The Ink Link propose, lors de chaque projet, de commencer par s'interroger sur son public et sur les changements de comportement qui lui sont accessibles.

PRÉCONTEMPLATION

- L'audience n'a pas de connaissance du sujet
- L'audience n'a pas prévu d'agir/changer

Exemple d'application à la prévention du diabète de type II
Les personnes n'ont pas entendu parler du diabète de type II, elles ne comprennent pas son origine et ses conséquences.

PRÉCONTEMPLATION

Exemple projet The Ink Link : Parler de la dépression du Post-Partum aux pères
10 % des pères sont touchés, or très peu sont informés. Pour ce projet nous avons ciblé les personnes ne connaissant pas le sujet (précontemplation). L'objectif était donc d'attirer sur un sujet peu attractif grâce à un dessin humoristique et de se contenter de «faire connaître» le terme, permettre aux personnes d'aller chercher plus tard si besoin de l'information



CONTEMPLATION

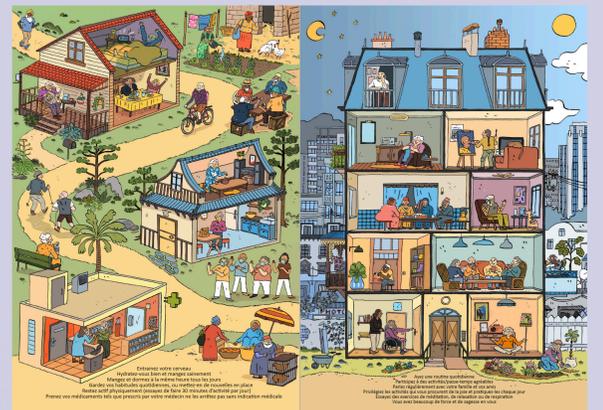
- L'individu commence à reconnaître qu'un comportement est problématique
- La personne examine les avantages/inconvénients de ses actions

Exemple : prévention du diabète de type II
Les personnes découvrent la maladie lorsque quelqu'un de leur entourage est touché ou par le biais d'une campagne de promotion de la santé.

Passage difficile à voir et mesurer, car changement intérieur

CONTEMPLATION

Exemple projet The Ink Link : Améliorer la santé mentale des personnes âgées
Le Covid a particulièrement impacté les personnes âgées. Pour les aider à maintenir une bonne santé mentale, ce projet rend les personnes actives en cherchant des solutions dans différents posters ludiques et en les aidant à verbaliser les solutions qu'elles souhaitent mettre en place.



MAINTENANCE

- L'individu maintient l'action pendant au moins six mois
- La personne s'efforce de prévenir les rechutes.

Exemple : prévention du diabète de type II
Les personnes commencent à avoir des habitudes plus saines pour prévenir la maladie.

PRÉPARATION

- L'individu se détermine à agir.
- La personne a l'intention de prendre des mesures dans un avenir immédiat et peut commencer à faire des petits pas vers un changement de comportement.

Exemple : prévention du diabète de type II
Les personnes obtiennent plus d'informations sur la maladie. Elles évaluent leurs habitudes de santé et peuvent se rendre compte qu'elles sont peut-être à risque.

PRÉPARATION/ACTION

Exemple projet The Ink Link: Proposer des actions simples à suivre
Dans le cadre d'un projet sur la prévention du diabète en Guyane, mettre en place des actions simples à suivre et adaptées au contexte social et culturel.



COMPORTEMENTS

ACTION

- L'individu manifeste des modifications spécifiques au comportement problématique
- Acquisition par la personne de nouveaux comportements sains.

Exemple : prévention du diabète de type II
Les personnes décident d'agir pour prévenir la maladie. Elles peuvent demander de l'aide à un professionnel de la santé, commencer à manger plus sainement ou à pratiquer une activité sportive.

Passage facile à voir/mesurer, car changement visible

Beaucoup d'interventions de santé publique développent des messages pour cet état d'avancement
Cela conduit souvent à des injonctions trop fortes vis-à-vis d'une population qui n'est pas encore prête à agir.

Cela peut avoir un effet extrêmement délétère, en créant du rejet plutôt que de l'adhésion chez les personnes en précontemplation ou contemplation.

COMMENT FAIRE POUR S'ASSURER D'ÊTRE ACCEPTABLE ?

- S'interroger sur la population cible et son environnement socioculturel
- Faire avec et co-construire ses supports avec les bénéficiaires
- Concevoir un support sur mesure



@TheInkLink



Auteurs : Emmanuelle Perez et Laure Garancher



The Ink Link est une association créée pour améliorer la communication dans les domaines sociaux, humanitaires et environnementaux grâce à la narration et à l'illustration. Nos projets s'appuient sur des méthodes de recherche-action pour mieux adapter les messages et maximiser l'impact des projets.

1. James O. Prochaska et Carlo C. Di Clemente, fin des années 1970