



LE BILLET DE LA CRSA

PAROLE À

Dr Isabelle MILLOT

Présidente de la commission spécialisée prévention
Directrice de l'Instance régionale d'éducation et de
promotion de la santé (Ireps) BFC

« *Soutenir durablement la mobilisation pour se protéger soi
et protéger les autres* »

Un plan régional de prévention construit à partir d'approches positives et participatives

En Bourgogne-Franche-Comté, un plan de prévention et de remobilisation collective est lancé cette semaine, en réponse au constat de « *fatigue pandémique* ». Depuis janvier, on a reçu beaucoup d'injonctions, on a appliqué les gestes barrière, on a été confinés, déconfinés, reconfinés...

Les restrictions nécessaires à la lutte contre la COVID-19 se poursuivent. Et cela retentit sur notre vie quotidienne, en particulier sur nos liens sociaux, si indispensables à notre santé et à notre bien-être. Après plusieurs mois, le risque est le rejet ou le découragement.

Pour retrouver notre vie d'avant, il est pourtant indispensable que chaque individu et collectif puisse être acteur de sa protection et de celle des autres. Alors comment soutenir cette mobilisation responsable ?

On s'appuie sur l'expérience de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) qui définit 4 axes stratégiques sur lesquels bâtir une stratégie de mobilisation¹ :

- Comprendre les publics
- Impliquer les acteurs et publics dans la recherche de solutions
- Permettre aux personnes de vivre leur vie en adoptant une approche de réduction des risques
- Reconnaître et soutenir les personnes particulièrement éprouvées.

La communication positive et l'approche participative sont deux outils de mobilisation essentiels².

LE BILLET DE LA CRSA

Dr Isabelle MILLOT

Notre plan régional intègre ces axes en visant à accompagner toute la population dans son appropriation des gestes protecteurs selon une stratégie de réduction des risques.

- L'ARS a préparé une joyeuse campagne de communication grand public avec un site dédié **www.pourquoijefais.fr** avec 60 supports à partager sur différents formats pour Internet et les réseaux sociaux, par tous les partenaires de l'agence, les collectivités territoriales, les associations... Il n'est pas question d'injonction, de sanction... Et les messages n'utilisent ni la peur, ni la stigmatisation, ni la culpabilité... On n'y parle pas de « *pourquoi on ne le fait pas* », mais on parle de « *pourquoi on le fait* ».
- Et en parallèle de cette campagne, des ateliers participatifs, des sensibilisations/formations de relais seront développés auprès de publics prioritaires : les jeunes et les étudiants, les personnes âgées de 60 ans et plus, les publics en situation de précarité, les associations sportives. Il s'agira de construire avec eux des réponses adaptées à leurs préoccupations, leurs environnements et leurs contextes de vie.

En région, nous faisons **fondamentalement confiance** aux personnes, quelles qu'elles soient : les adultes, les enfants, les adolescents, les personnes âgées, les personnes en situation de handicap, les personnes en situation de précarité... Chacun dispose de ressources pour agir, Il nous faut les soutenir pour développer leur pouvoir d'agir, dans toutes circonstances.

1. Pandemic fatigue : reinvigorating the public to prevent COVID-19. Policy framework for supporting pandemic prevention and management. Copenhagen : World health organisation, regional office for Europe, 2020, 28 p. En ligne : <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/335820/WHO-EURO-2020-1160-40906-55390-eng.pdf>

2. Bonell Chris, Michie Susan, Reicher Stephen, West Robert, Bear Laura, Yardley Lucy, et al. Harnessing behavioural science in public health campaigns to maintain 'social distancing' in response to the COVID-19 pandemic: key principles. J. Epidemiol Community Health 2020 ; 74 : 617-9. Epidémie de Covid-19 et respect des gestes barrières : principes-clés pour la communication et l'intervention, traduit par la Fédération nationale d'éducation et de promotion de la santé. Saint-Denis : Fnes, 2020. En ligne : <https://www.fnes.fr/actualites-generales/11-principes-cles-issus-des-sciences-du-comportement-pour-la-communication-et-lintervention>