

A PROPOS DE LA COMMUNICATION EN PROMOTION DE LA SANTE

Résumé par Olivier Descamps (Manage)

Ceci n'est qu'un résumé des discussions très intéressantes et très interactives de l'atelier 2. J'ai préféré garder anonyme les sources de chaque idée pour préserver le caractère collégial de la discussion qui en faisait toute sa richesse, mais je l'avoue aussi, faute aussi de ne pas avoir noté les noms des intervenants. Je suis très reconnaissant à chacun d'avoir partagé ses expériences originales avec leurs limites dans l'esprit d'accroître les connaissances d'autrui.

L'atelier portait sur les moyens à entreprendre pour apporter des informations utiles et pratiques qui peuvent être bénéfiques pour la population. Les participants ont surtout émis des idées sur la manière de rendre attrayante aux citoyens des activités organisées par les associations autour de la promotion de la santé. J'ai stratifié la discussion en 8 points (même si cela ne suit pas le fil de la discussion interactive).

1.	Quelles activités choisir et comment la choisir ?	1
2.	Les obstacles à la participation de nos citoyens	2
3.	Comment faciliter l'adhérence de nos citoyens aux activités	2
4.	Quelques exemples d'activités	3
5.	Les enfants dans le projet de promotion santé	4
6.	Et puis après ...	4
7.	Enjeux éthiques dans le domaine de la promotion de la santé.	5
8.	Quelques moyens de diffuser les messages en dehors d'activités organisées	5
9.	EN CONCLUSION	6

1. Quelles activités choisir et comment la choisir ?

La participation citoyenne est généralement très difficilement acquise. Il faut surtout développer l'autonomie, c'est à dire donc des projets émis par des citoyens eux-mêmes (souhaitée, désirée par les citoyens) et qui peuvent être soutenus par les instances de promotion de santé.

La question est alors comment faire émettre par les citoyens des idées pour organiser des activités ?

- Une introduction par le film « le concert » (très beau film de Radu Mihaileanu sorti en 2009) qui donne le ton sur la possibilité de se sortir de ses déterminants sociaux pour atteindre des objectifs personnels.
- si un questionnaire doit être réalisé, il est difficile d'obtenir des citoyens mêmes et donc il est plus intéressant de le remplir avec eux, par exemple avec l'aide d'une assistante sociale de référence.

2. Les obstacles à la participation de nos citoyens

Même lorsque l'activité est souhaitée, il n'est pas garanti que les citoyens s'y rendront le jour dit. Plusieurs raisons ont été abordées.

- Méfiance ou incompréhension vis à vis des professionnels de la santé. Leur langage est souvent difficilement compréhensible par la population, c'est pourquoi une diffusion de l'information par les habitants eux-mêmes ou par les responsables des quartiers est souvent beaucoup plus intéressante et importantes
- « **Pousser la porte** » de l'atelier est souvent l'étape la plus difficile. Une fois qu'ils y sont, les participants sont souvent heureux d'être là. C'est pourquoi tous les moyens qui aident à « pousser la porte » sont primordiaux (minibus, réveil matin, ... voir ci-dessous)
- La plupart des personnes en situation de précarité ne savent même plus ce que c'est que de « se faire plaisir ». Ils sont « perdus » car trop enfoncés dans leurs problèmes et ils se posent souvent la question « est-ce que je peux encore penser à moi » ? Certains participants observent le paradoxe que certains citoyens participent non pas pour leur propre plaisir mais pour faire plaisir à l'acteur social qui organise l'activité. Peut être est-ce surtout ce qui se passe lorsqu'on essaye de penser à la place de l'autre. L'écoute des besoins des citoyens est donc primordiale

3. Comment faciliter l'adhérence de nos citoyens aux activités

Il n'y a pas de trucs magiques, mais certaines stratégies peuvent aider le citoyen à faire le pas vers ces activités qui à terme peuvent lui être bénéfiques. Cela doit se faire bien sûr dans un esprit de bienveillance et dans le plus grand respect de l'autonomie de chacun (voir point 7 : éthique). Voici quelques exemples d'« astuces ».

- plutôt que de diffuser des lettres par la poste, il faut mieux que ce soit les personnes des quartiers qui viennent personnellement porter les lettres et en discuter avec les habitants. Trouver des personnes ressources qui elles-mêmes peuvent trouver d'autres personnes et qui pourront dialoguer avec les habitants pour éviter le langage hermétique des professionnels (termes compliqués, abréviations, ...)
- publier un agenda envoyé à la population ou dans les quartiers pour

rappeler les activités

- envoyer un message SMS ou téléphoner (réveil matin !!!) aux personnes qui avaient précédemment émis leur intérêt pour l'une ou l'autre activité : on téléphone aux personnes juste avant l'activité surtout si celle-ci se passe le matin et le week-end

- proposer un minibus de ramassage qui est une camionnette mise à disposition de la commune pour venir chercher les personnes qui ont émis leur intérêt pour une activité. Le minibus crée déjà le lien qui va permettre à la personne de rentrer dans l'activité.

- développer la solidarité et l'entraide entre habitants comme par exemple par des repas à partager pendant la semaine. Peut être même organiser des repas entre professionnels et non-professionnels où tous les intervenants sont là, par exemple à l'occasion d'ateliers « cuisine ».

- accompagner l'activité d'accroche. Dans les quelques exemples suivant , l'activité s'accompagne de :

- repas (préparé ou non en commun)
- massages relaxants
- distribution de matériels (préservatifs, des savons, des brosses à nettoyer les pieds, ... souvent accessibles via mutuelles, ...)
- concours de pétanque (ce qui permet une action souvent inter-générationnelle)
- bons de réduction
- film (ludique mais si possible sur le thème de la santé)
- démonstrations sportives (exemple : introduction au jet ski)

4. Quelques exemples d'activités

- Atelier « cuisine » : chaque habitant apporte un légume et on lui apprend les différentes façons de l'utiliser. Un participant rapporte que lors d'un atelier, une femme a apporté une botte de légumes qu'elle avait reçue d'un colis social pour qu'on lui explique comment le préparer. On peut également dans les ateliers « cuisine » apprendre à regarder les étiquettes. Ces ateliers « cuisine » peuvent être pris en charge par certaines écoles
-
- Atelier autour d'autres thèmes tels que « Médicaments amis et ennemis », « Bienfait de la marche », « Acheter malin », ...
-
- Actions dans les quartiers défavorisés comprenant l'intervention d'un

médecin (généraliste ou autre : dentiste et ophtalmologue), d'un(e) infirmier(e) et/ou diététicienne avec stand d'information. Il y a souvent beaucoup de peur et de représentation troquée autour du monde médical. Le fait d'organiser des actions dans les quartiers permet d'atténuer cette peur. De même, le monde médical (surtout spécialisé) est parfois peu au courant des réalités de terrain. Favoriser la rencontre de ces deux mondes est donc très bénéfique pour chacun.

5. Les enfants dans le projet de promotion santé

Il est très intéressant d'impliquer les enfants dès le plus jeune âge dans la responsabilisation de leur santé. Ceux-ci se révèlent d'ailleurs souvent de très bon « consultants » de terrain, car ils expriment en effet souvent ce que les adultes ne perçoivent plus (par habitude, dépits, ...).

Les parents sont sensibles à ce que leurs enfants restent en bonne santé et soient heureux. Selon un participant « Les parents, eux, sont contents d'une part, cela leur dispose une certaine pause d'une heure trente à deux heures et d'autre part, ils sont contents que les enfants soient heureux ». L'introduction des enfants de manière ludique à la promotion de la santé est donc ressentie comme un bien. Même si, souvent, des parents en situation de précarité ne veulent (peuvent) plus se faire plaisir, ils veulent faire plaisir à leurs enfants. Organiser des activités et un travail des enfants sur une problématique (par exemple les dents, la nourriture, ...) peut être aussi l'occasion d'inviter les parents à s'intéresser à ce que leurs enfants ont fait durant cette activité. Par là même, cela peut être l'occasion de discuter leurs propres habitudes personnelles ou en famille.

6. Et puis après ...

Nous avons aussi discuté sur l'importance d'assurer la pérennité des activités. Certains projets donnent l'impression aux citoyens que l'on veut les aider mais ces projets ne sont poursuivis que pour une période de un an ou moins. Comment pouvons-nous espérer alors gagner la confiance des citoyens qui se sont engagés dans certaines activités si on ne peut pas leur assurer que cette activité sera suivie dans le futur ? Un participant parle de cette « précarité » des projets : « On s'adresse à des personnes en situation précaire ; on essaye de développer des projets mais ceux-ci ne peuvent durer plus de 6 mois en raison du financement limité ; on crée des liens mais il n'est pas sûr que ces liens pourront continuer ». Ces liens se remarquent particulièrement chez les enfants qui aiment souvent les activités et les animat(eurs)rices. Créer des liens prend du temps.

7. Enjeux éthiques dans le domaine de la promotion de la santé.

Il existe une certaine morale de la santé publique. Qui sommes-nous pour juger de ce qui est bien ou mauvais pour les citoyens ? Nous sommes souvent dans cette position de jugement. Ceci ne doit pas être un obstacle mais il faut savoir que chacun à sa propre représentation de la santé et que cela devient une espèce de jugement que d'imposer aux citoyens notre façon de penser la vie et la santé. On peut ressentir d'ailleurs souvent l'impression que les participants sont « instrumentalisés ». En fait, nous les utilisons et nous en sommes quelque part aussi les bénéficiaires. Il y a des enjeux sociétaux dans cette problématique : d'une part, on fait peser de plus en plus la santé sur l'individu mais d'autre part, une grosse part des déficits de santé est liée aux politiques (on ne donne pas les moyens aux citoyens de garder une bonne santé et on les expose à des messages souvent non sanitaires. Ex. les publicités commerciales) ainsi par exemple, on leur dit de faire du sport mais on facilite les moyens de se déplacer en voiture en augmentant les parkings, la largeur des rues (on diminue celle des trottoirs). Il faut donc apprendre à sortir de son piédestal, être dans une attitude de non-jugement.

8. Quelques moyens de diffuser les messages en dehors d'activités organisées

On parle ici des slogans (« Manger mieux, bouger plus », « Bien être de tous et avec tous », ...) qui serviront de repères et rappels après les activités. Deux idées originales sont par exemple :

- Un journal de classe pour les enfants édité spécifiquement et diffusé par la commune avec des « messages santé » journaliers ...
- Journal de quartier avec un guide à l'intérieur qui reprend les trucs et astuces en matière d'achats de produits sains (favoriser les achats sains, les trucs de cuisine « manger pour trois fois rien » : 10 € pour 4 personnes).

9. EN CONCLUSION

1. Apprendre à chercher les gens chez eux pour passer la porte ensemble
2. Utiliser raisonnablement les accroches de manière à ce que les participants aux activités puissent en « rapporter » quelque chose.
3. Partir du ludique (par exemple, film, démonstration sportive, ...) pour intéresser le public
4. Garantir un long terme au projet
5. Partir des attentes du public

6. Partager le savoir avec tous les autres