

# Comment atteindre les jeunes avec des messages de promotion de la santé?



Gesundheitsförderung Schweiz  
Promotion Santé Suisse  
Promozione Salute Svizzera

Les messages de promotion de la santé sont porteurs dans les environnements digitaux, audiovisuels et physiques et gagnent en impact s'ils sont multimédia et impliquent des personnes de référence réelles des jeunes (parents, entraîneur-euse-s de sport, enseignant-e-s, etc.).

## Messages qui touchent les jeunes

- **Mode de vie** | Focus sur le mode de vie plutôt que sur le sens du devoir
- **Attraits sociaux** | Focus sur des facteurs sociaux positifs plutôt que sur les risques pour la santé
- **Nourrir le besoin en émotions fortes** | Favoriser le non-conventionnel, l'émotionnel et le surprenant
- **Message humoristique** | Communication drôle sans atténuer le message sérieux
- **Défis** | Au travers de défis, entraîner des comportements de santé de manière ludique
- **Créer des hashtags** | Transmettre les messages par hashtags
- **Similitude entre ambassadeur-drice et groupe cible** | Renforce l'identification et la crédibilité du message

## Comment les atteindre?

- **Mix de médias/Multimédialité<sup>1</sup>** | Mélanger des modes de communication classiques et nouveaux
- **Ambassadeur-drice-s** | Les influenceur-euse-s amènent de la proximité et de la confiance
- **Transmission entre pairs**
- **Communication par les parents**
- **Mélange de divertissement et éducation** | Par exemple: gamification<sup>2</sup>, applications de santé<sup>3</sup>
- **Médias classiques** | Impressions, radio, télévision, campagnes d'affichage, etc.

## Où rencontrer les jeunes?

- **Lieux physiques avec support digital** | Pendant leur temps libre, les adolescent-e-s aiment retrouver leurs pairs pour faire du sport ou du shopping, sortir, aller au cinéma ou manger ensemble. Les lieux physiques restent essentiels, mais les supports digitaux sont omniprésents.
- **Médias sociaux** | Les médias favoris:



1. Instagram



2. WhatsApp



3. Snapchat



4. Youtube



5. TikTok



**Tranche d'âge interrogée**  
Adolescent-e-s entre 15 et 19 ans

## Influenceur-euse-s

Atteignent les jeunes dans toutes les thématiques. Des influenceur-euse-s soigneusement choisi-e-s peuvent porter des messages de promotion de la santé.

## Avantages et désavantages

- + Motivent les comportements favorables à la santé
- + Sont considéré-e-s comme fiables et crédibles
- Ne viennent pas du domaine de la santé
- Thématisent souvent l'optimisation de soi et des idéaux de beauté irréalistes

## <sup>1</sup> Multimédialité

De nouveaux formats de publicité en ligne de prestataires publics ou privés peuvent servir de partenaires pour atteindre les jeunes (p.ex. «Rehmann - S.O.S - Sick of Silence», «Youngbulanz» sur Instagram (RTS), «lizzy-Magazin», SRF Digital, SRF Virus).

## <sup>2</sup> Gamification

La gamification (ou ludification) désigne l'usage d'éléments de conception du jeu hors contexte ludique, afin d'accroître la motivation des utilisateur-trice-s. L'entertainment education (éducation par le jeu) combine divertissement et enseignements.

## <sup>3</sup> Applications de santé

- + Appréciables en support à un mode de vie favorable à la santé
- Effet à long terme peu exploré
- Protection des données souvent mauvaise

**Source:** Amstad, F., Suris, J., Barrense-Dias, Y., Dratva, J., Meyer, M., Nordström, K., Weber, D., Bernath, J., Süss, D., Suggs, S., Bucher Della Torre, S., Wieber, F., von Wyl, A., Zysset, A., Schifftan, R. & Wittgenstein Mani, A.-F. (2022). *Promotion de la santé pour et avec les adolescent-e-s et les jeunes adultes – Résultats scientifiques et recommandations pour la pratique*. Rapport 9. Promotion Santé Suisse.

Wankdorfallée 5, CH-3014 Berne  
Tél. +41 31 350 04 04  
office.bern@promotionsante.ch

Avenue de la Gare 52, CH-1003 Lausanne  
Tél. +41 21 345 15 15  
office.lausanne@promotionsante.ch

www.gesundheitsfoerderung.ch  
www.promotionsante.ch  
www.promozionesalute.ch