

Brief de dispositif de communication pour le concours au Prix Étudiants
Prix de la Communication de l'État

Exercice

Développer un dispositif de communication 360, créatif et impactant, à destination d'un public de jeunes adultes autour de la grande cause nationale 2025 : cet exercice offre une opportunité unique pour les étudiants en école de communication de mettre en pratique leurs compétences en se mettant dans le rôle d'un communicant de l'État.

Le groupe qui présentera le meilleur dispositif sera récompensé par le prix « Nouveaux Regards » lors de la 4^e édition du Séminaire des communicants de l'État.

Contexte

Lors de son discours de politique générale à l'Assemblée nationale, le Premier ministre Michel Barnier a fait de la santé mentale la Grande cause nationale pour 2025. Cette décision émerge dans un contexte où les enjeux liés à la santé mentale sont prégnants.

- Un poids économique : selon l'OCDE¹, la santé mentale coûte chaque année aux pays de l'UE **plus de 4 % du PIB**, entre les **dépenses de santé directes**, les **programmes de sécurité sociale** et les **coûts indirects sur le marché du travail**.
- Un ressenti général de l'état mental des Français dégradé : **56 % des Français** disent avoir été en **souffrance psychique** (de façon régulière ou occasionnelle) sur les 12 derniers mois (- 4 points depuis 2021)².

Face à cet enjeu, le Gouvernement met l'accent sur la nécessité de « *destigmatiser la maladie mentale* », prévenir et mieux repérer les troubles, améliorer l'accès aux soins dans les territoires et intensifier les efforts de recherche.

Insights

Malgré un début de libération de la parole, un sujet encore largement tabou, difficile à aborder et par conséquent à adresser

- Une difficulté à aborder le sujet : **70 % des Français considèrent que la santé mentale est un sujet tabou**. Parmi les raisons exprimées: la **peur du regard des autres**, la difficulté à admettre ses **faiblesses**, la **difficulté de savoir à qui s'adresser**³.

« Insights » issus d'une communauté en ligne commandée par le SIG à OpinionWay (novembre 2024) :

Les membres du panel **se disent naturellement peu concernés personnellement** par le sujet de la santé mentale. Questionnées sur la **définition de la thématique**, les personnes interrogées abordent en premier lieu des **notions autour du bien-être** (être « bien dans sa tête » ou savoir « gérer ses propres émotions »). De ce fait, **la notion de santé mentale leur apparaît décorrélée de l'angle « maladie » mentale**, qui est considéré comme un **stade « ultime »** d'état pathologique, associé à des représentations type **dépression, internement, suicide, etc.**

La plupart des répondants révèlent des **difficultés à aborder le sujet, même auprès de leurs plus proches** – vers qui ils se tournent le plus souvent le cas échéant lorsqu'ils décident de s'ouvrir en confiance. **Aborder ce sujet dans le monde professionnel relève du repoussoir par peur d'être stigmatisés**. Toutefois, le panel estime que le **« tabou » s'est quelque peu atténué sous l'influence de la crise sanitaire** qui a encouragé une forme de **libération de la parole** et une **prise de conscience** de l'importance du bien-être mental en lien avec les périodes de confinement.

¹ "Panorama de la santé ; Europe", OCDE, 2018

² Les Français et leur bien-être mental, Ifop / Fondation Aésio, Septembre 2023

³ Les Français et leur bien-être mental, Ifop / Fondation Aésio, Septembre 2023

- Un début de libération de la parole, avec l'émergence de KOL :
 - Les **professionnels de santé** restent les **personnalités les plus écoutées, lorsqu'elles parlent de santé mentale** (82% au global, 89% chez les plus de 50 ans), suivies par **l'entourage** (41%).
 - La **propension à écouter quelqu'un autre que les professionnels de santé et l'entourage** est bien plus élevée chez les **18-24 ans (64% vs. 36% au total)** : les sportifs (11%), les acteurs (9%), les hommes et femmes politiques (7%) et les influenceurs (6%).
 - Les plus jeunes considèrent que **les RS contribuent à aider à lever les tabous sur la santé mentale** et qu'ils sont une **source d'information utile**⁴.

Un rapport différencié à la « santé mentale » au sein de la société

Il existe une **très grande diversité de troubles psychiques**, dont la durée, la sévérité et les conséquences sur la vie quotidienne varient d'une personne à l'autre. Les **femmes**, les **jeunes** ou encore les plus **précaires** sont plus **particulièrement exposés ...** mais également **plus prompts à admettre une forme de difficulté**. Des déterminants culturels s'activent sur ce sujet, amenant certaines catégories de la population à minimiser ou passer sous silence leurs troubles. Il existe ainsi **une fracture générationnelle et de genre** sur le rapport à sa santé mentale.

- Une fracture de genre : **63 % des femmes** se disent en souffrance mentale, vs. **48 % des hommes**.
 - Les **femmes** représentaient en 2022 plus de 78 % des **rendez-vous pris chez un psychologue**⁵. Certains événements de la vie d'une femme présentent des risques particuliers quant à la santé mentale (fausse couche, IVG, dépression post-partum, pré-ménopause, ...).
 - Le **taux de suicide chez les hommes** est de 22,1 pour 100 000 vs 6,4 pour 100 000 femmes⁶ ;
 - Une fracture générationnelle :
 - Une **perception globale d'une santé mentale « en berne » par les jeunes de 18 à 30 ans**⁷ (29% estiment que leur génération dispose d'un « *plutôt bon* » ou « *très bon* » état de santé mentale vs 63% pour eux-mêmes), malgré une **appréciation positive de leur forme physique** (72% « *plutôt bonne* » ou « *très bonne* » forme physique vs 76% pour eux-mêmes). La santé mentale est une problématique qui intervient dès l'enfance : 13% des enfants de 6 à 11 ans présentent un trouble probable de santé mentale⁸.
 - Le **taux de suicide chez les 85 ans et plus** est le plus élevé de toutes les classes d'âge, concernant près de 49 individus pour 100 000. Il tend à augmenter à partir de 65 ans⁹.
- ➔ **42 % des - de 35 ans** ont déjà consulté un psy, vs **23 % des 65 ans et +**.

« Insights » issus d'une communauté en ligne commandée par le SIG à OpinionWay (novembre 2024) :

Nombreux, et de façon encore plus prégnante chez les 50 ans et +, voient dans le maintien d'une bonne santé mentale une question de volonté / de maîtrise / de gestion de soi.

- Des facteurs qui se cumulent :
 - Les **hospitalisations en psychiatrie** sont aussi **multipliées par 3,5 pour les filles de 10-14 ans, x2,5 pour les 15-19 ans, x2 pour les 20-24 ans** sur la période de 2021-2022, comparées à 2010-2019¹⁰ ;
 - Alors qu'1/3 des Français disent avoir eu peu d'interactions sur une semaine, 42% sont des **hommes de 65 ans et plus** (= problématique d'isolement)¹¹.
- Un poids certains des facteurs socio-démographiques :
 - 63% des catégories **modeste** et **pauvres** disent avoir été en souffrance psychique sur les 12 derniers mois, vs 47% des **catégories aisées** et classes **moyennes**.
 - Le fait d'être **célibataire** (62% vs. 53% **en couple**) ainsi que d'avoir des **enfants** (64% vs. 53% sans enfant) ont un impact significatif.

⁴ « Les tabous autour de la santé mentale et la pop-culture », étude Odoxa / Doctolib, octobre 2023.

⁵ Etude Doctolib, 2022

⁶ DRESS, chiffres 2022

⁷ Etude Moi Jeune, OpinionWay, vagues de Décembre 2023 et Janvier 2024

⁸ Résultats de l'étude Enabee SPF sur le bien-être et la santé mentale des 6-11 ans, juin 2023 (terrain mai à juillet 2022)

⁹ DRESS, chiffres 2022

¹⁰ Hospitalisations pour geste auto-infligé, Drees, Mai 2024

¹¹ Baromètre du lien social, Ebra/Ipsos, Vague 2, avril 2024

20 avenue de Ségur, 75007 Paris

Le lien social, un levier décisif pour prendre soin de sa santé mentale

Près de 4 Français sur 10 déclarent s'être sentis seuls au cours des dernières semaines. Pourtant, une large majorité de Français, toutes catégories de la population confondues, reconnaît les **bénéfices du lien social, avant tout pour la santé psychologique des individus** (71%)¹².

En juillet 2023, un collectif d'acteurs de la santé mentale et de la prévention du suicide a appelé, dans une tribune dans le Monde, à restaurer le lien social, jugeant ce dernier « l'essence même de la prévention » : « Nous sommes convaincus que la santé mentale nécessite de se soutenir, de s'écouter, de s'allier. (...) écouter un entourage qui va mal, être attentif à la réponse quand on pose la question « Comment ça va ? » : tout cela forme le lien social, essentiel à la santé mentale. »

Les troubles psychiques ont pour caractéristiques communes de **combinaison des comportements anormaux et des rapports altérés avec autrui**, et de provoquer une détresse et/ou une souffrance morale qui peut être importante et déboucher sur de l'auto-stigmatisation (isolation sociale, sentiment de honte/culpabilité, ...). Pour prendre soin de sa santé mentale, il est important de **développer et entretenir des compétences psychosociales** tout au long de sa vie : il s'agit de sa capacité sociale, émotionnelle et cognitive à faire face aux défis de la vie quotidienne et à améliorer ses relations à soi-même et aux autres.

« Insights » issus d'une communauté en ligne commandée par le SIG à OpinionWay (novembre 2024) :

*La santé mentale se traduit à travers une forme d'**intelligence émotionnelle et relationnelle**. Elle implique ainsi le fait de pouvoir « vivre en société », sans surexposer autrui à ses états d'âmes (« sa capacité à se comporter normalement et respectueusement vis-à-vis des autres »).*

*En lien, la santé mentale étant rattachée au bien-être, les outils indiqués pour évaluer sa qualité seraient en premier lieu son **sommeil**, puis plus globalement tous **changements de comportement inhabituels** (irritabilité, manque de volonté, d'envie et d'appétit).*

Cibles

1. **Jeunes adultes (18-25 ans)** : étudiants, jeunes professionnels.
2. **Acteurs clés** : enseignants, parents, professionnels de la santé.

Objectif de communication

INFORMER



« Prendre soin de soi, prendre soin des autres »

Susciter un mouvement de libération de la parole autour de sa santé mentale, en mettant en avant le bénéfice du lien social (empathie, écoute, acceptation de l'altérité, bienveillance...) comme levier de réponse accessible à chacun

→ Exemples d'indicateurs de performance :

- Changement des représentations : évolution des items relatifs à **l'incitation sur la santé mentale** (incitation à en parler à son entourage, à un professionnel de santé, incitation à interroger son entourage, à proposer de l'aide...);
- **Augmentation de l'engagement citoyen** sur le sujet (formation au « **secourisme en santé mentale** », adhésion / progression des **dons** à des associations en lien avec cette cause, ...);
- **Notoriété des dispositifs** d'écoute (nombre d'**appels**).

Messages Clés

1. **La santé mentale est essentielle** : « la santé mentale est notre affaire à tous. »
2. **CTA** : santementale.gouv.fr

Ton et Style

- **Inclusif et positif** : utiliser un langage accessible et encourageant.

¹² Baromètre du lien social, Ebra/Ipsos, Vague 2, avril 2024
20 avenue de Ségur, 75007 Paris

- **Émotionnel et authentique** : raconter des récits capables de susciter une émotion sincère et profonde, tout en évitant de basculer dans un registre excessivement pathétique.
- **Dynamique et engageant** : utiliser des visuels percutants et des formats innovants.

Budget

- 500 000 euros TTC HI pour la création, l'achat média, et l'ensemble des activations
- La recherche de partenariats et de sponsors pour réduire les coûts est encouragée.

Calendrier

Le dispositif de communication peut se dérouler sur l'ensemble de l'année 2025 et faire l'objet de temps forts.

Temps forts de 2025 sur lesquels le sujet de la santé mentale peut être abordé :

- 5 février : journée nationale de prévention du suicide.
 - 11 février : safer internet day.
 - 28 avril : journée mondiale de la sécurité et de la santé au travail.
 - 1^{er} mai : fête du Travail.
 - 10 septembre : journée mondiale de prévention du suicide.
 - 6 octobre : journée des aidants.
 - 10 octobre : journée mondiale de la santé mentale.
 - 27 octobre : journée mondiale de la dépression.
 - 20 novembre : journée internationale des endeuillés par suicide.
-

Travail attendu par chaque établissement

En tenant compte des éléments de contexte et du brief ci-dessus, chaque établissement devra soumettre au Service d'information du Gouvernement un **dossier de candidature unique**.

La date limite de soumission est fixée au **14 février 2025 inclus**.

Format attendu pour le cas pratique :

Le dossier de candidature devra être présenté sous la forme d'un fichier **PowerPoint ou PDF**.

Ce document devra couvrir tous les aspects de la recommandation et être structuré comme suit :

- une présentation succincte du groupe et de l'agence (fictive) qu'il représente ;
- une analyse des enseignements (les insights délivrés dans le brief pouvant être complétés par les étudiants) et le parti pris stratégique retenu ; les grandes lignes du dispositif de communication proposé en réponse au brief (incluant les types d'actions envisagées et, le cas échéant, les recommandations médias associées) ;
- la présentation de **deux pistes créatives distinctes** ;
- les grandes étapes du calendrier de mise en œuvre ;
- une estimation budgétaire ;
- les indicateurs de performance permettant de mesurer le succès du dispositif (indicateurs à définir par typologie de leviers communication).
- l'ensemble du document ne devra pas excéder 50 pages, annexes comprises

ANNEXE

Règlement du prix Étudiants

Article 1 – Objet du prix

Le Service d'Information du Gouvernement (SIG) organise un concours entre plusieurs écoles supérieures de communication et universités publiques afin de développer une campagne de communication créative et impactante pour sensibiliser les jeunes adultes à la santé mentale, favoriser l'ouverture au dialogue et inciter à l'action. Le groupe qui produira la meilleure campagne sera récompensé par le prix Étudiants lors du Séminaire des communicants de l'État - A l'unisson (mars 2025).

Cette campagne offre une opportunité unique pour les étudiants en communication de mettre en pratique leurs compétences tout en contribuant à une cause d'une importance cruciale. Le travail d'équipe, la créativité et l'impact social seront les clés du succès pour remporter le prix Étudiants. Ensemble, nous pouvons transformer la perception de la santé mentale et encourager chacun à prendre soin de son bien-être mental.

Article 2 – Admission

Peuvent concourir à ce Prix tous les établissements d'enseignement supérieur publics qui proposent un parcours de spécialisation dédié à la communication publique et institutionnelle.

Article 3 – Rendu

Les établissements participants au Prix devront déposer leurs dossiers en ligne entre le **26/12/2024 et le 14/02/2025 23h59**.

Article 4 - Méthodologie d'attribution du prix

Le jury se réunira le **4 mars 2025** dans les locaux du Service d'information du Gouvernement (20 avenue de Ségur - 75007 Paris)

Les dossiers présentés seront évalués sur les critères suivants :

- Pertinence (cohérence avec le brief)
- Créativité d'exécution
- Innovation (technologie, stratégie média...)
- Performances média (ciblage)
- Efficacité (transformation, usage...)

L'organisation présente l'ensemble des dossiers reçus aux membres du jury qui a pour mission d'attribuer un Prix dans cette catégorie.

La première étape du processus d'évaluation se déroule du **14 février au 3 mars 2025**. Elle consistera à examiner et pré-noter sur /10 chaque dossier en compétition via la plateforme de notation en fonction des critères cités ci-dessus.

Les dossiers ayant reçu une note supérieure à 5/10 seront soumis à discussion lors de la session de jury en présentiel, fixée à la date du 4 mars 2025. Le jury procédera à l'analyse détaillée des dossiers de candidature et décernera la distinction.

Les jurés concernés par un dossier ne peuvent en aucun cas prendre la parole pour expliquer ou défendre leur propre dossier et devront se déporter du vote. Dans ce cas, la moyenne est effectuée en fonction du nombre de votants.

Toutes les décisions se prennent à la majorité absolue. En cas d'égalité des votes, il revient au président de ce jury de statuer sur une candidature.

Le détail des dossiers et les débats restent soumis à leur discrétion.

Le palmarès défini à l'issue de la réunion de jury reste sous embargo jusqu'à sa révélation lors de la remise des Prix.

Article 5 – Lauréat

Le lauréat sera prévenu via mail par l'organisateur à l'issue du jury du **4 mars 2025**.

Article 6 – Disqualification

Toute violation des règles du présent règlement, notamment celles relatives aux conditions d'admission à la compétition et au contenu des dossiers remis par les participants est susceptible d'entraîner la radiation de la candidature en cause. Les motifs ayant conduit à la disqualification de celle-ci seront mentionnés au participant.

Article 7 – Remise de prix

Le Prix Étudiants sera révélé lors du Séminaire des Communicants de l'Etat dont la date sera prochainement annoncée. Il sera par la suite médiatisé sur les supports de communication du Service d'information du Gouvernement et sur INfluencia, média professionnel partenaire de l'événement.

Article 8 – Droits à l'image des participants

Du simple fait de leur participation et/ou inscription, les participants et/ou inscrits autorisent le Service d'information du Gouvernement à reproduire, à des fins de communication, les photographies et vidéos sur lesquelles ils figurent.

Article 9 – Acceptation du règlement

La participation au prix implique l'acceptation pleine et entière du présent règlement.

Article 10 – RGPD

Les données recueillies dans le cadre de l'évènement sont nécessaires à son organisation (inscription, diffusion d'informations, étude des cas, remise des prix, etc.). Elles font l'objet d'un traitement informatique de la part du Service d'information du Gouvernement et de ses sous-traitants informatiques. Les noms des participants et des membres du jury pourront être diffusés au public lors de l'évènement. En application de la loi du 6 janvier 1978 modifiée, vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition, ainsi qu'un droit à la portabilité de vos données personnelles fournies dans ce cadre. Si vous souhaitez exercer ces droits, veuillez vous adresser à Influencia Media Event pour cet évènement. Les données personnelles fournies dans le cadre de la participation à l'évènement seront conservées pendant une durée de 5 ans suivant l'évènement.