

**PRÉSENTATION DU DISPOSITIF  
..... DE COMMUNICATION .....  
DU 19 NOVEMBRE AU 4 DÉCEMBRE.**

**CAMPAGNE NATIONALE  
GRAND PUBLIC SUR  
LE DON D'ORGANES  
ET DE TISSUS  
DANS LE CONTEXTE D'ÉVOLUTION  
DE LA RÉGLEMENTATION  
SUR LES MODALITÉS DU REFUS DE PRÉLÈVEMENT**

.....

**POUR TOUTE INFORMATION CONCERNANT LA CAMPAGNE**

**Fabienne TONG** - Tél. : 01 55 93 65 54 – Fax : 01 55 93 64 81  
[fabienne.tong@biomedecine.fr](mailto:fabienne.tong@biomedecine.fr)

**POUR TOUTE COMMANDE DE DOCUMENTS D'INFORMATION**

<http://www.agence-biomedecine.fr/commander-un-document>

## Présentation du dispositif de communication pour promouvoir le don d'organes et de tissus dans le contexte d'évolution de la réglementation sur les modalités d'expression du refus de prélèvement.

Suite aux nouvelles dispositions apportées par la loi de modernisation de notre système de santé de janvier 2016, une nouvelle vague de communication nationale à destination du grand public est mise en place par l'Agence de la biomédecine du 19 novembre au 4 décembre 2016.

Cette nouvelle campagne s'inscrit dans la continuité des messages du 22 juin et a pour objectif de continuer à informer sur la loi en vigueur, notamment sur le principe méconnu du consentement présumé, tout en précisant toutes les modalités d'expression du refus de prélèvement.

### UNE SIGNATURE DE MARQUE PÉRENNE QUI RASSEMBLE ET MOBILISE CHAQUE FRANÇAIS

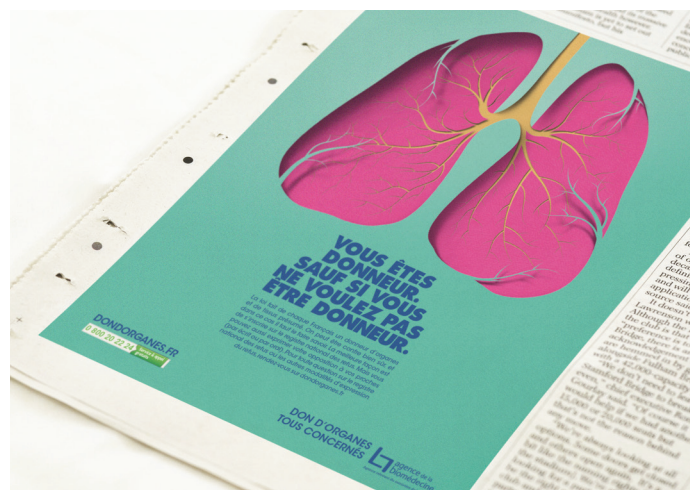
# DON D'ORGANES TOUS CONCERNÉS



## UNE CAMPAGNE RADIO PÉDAGOGIQUE ET DANS LE QUOTIDIEN DES FRANÇAIS

Un spot radio de 35 secondes, mettant en scène un dialogue simple et informel entre deux personnes sur le fonctionnement de la loi sur le don d'organes et de tissus et la possibilité de refuser leur prélèvement, **sera diffusé pendant 2 semaines.**

Cette nouvelle création s'appuie sur une réalité forte de méconnaissance de la loi, et place donc l'auditeur dans un échange qu'il pourrait lui même avoir avec ses proches. Cette forme en dialogue permet de présenter de manière pédagogique à la fois le principe du consentement présumé et les modalités d'expression du refus de prélèvement. Enfin, la radio est un média de masse, d'information et de durée. Elle permet donc de délivrer un message plus pédagogique qu'en télévision, **tout en étant sûr de toucher un large public.**



## UNE CAMPAGNE PRESSE INTERPELLANTE

Deux annonces presse déclinées des affiches de la campagne seront **visibles pendant 4 semaines dans plus de 30 titres nationaux de la presse écrite.** La reprise des illustrations créent de la continuité et permettent de capitaliser sur une identité visuelle forte lancée en juin 2016.

Un visuel qui interpelle pour que les lecteurs s'y intéressent. Une accroche et un sous-texte qui viennent ensuite présenter de manière claire et synthétique la loi et les modalités de refus.

## DES ÉDITIONS MISES À JOUR

Les affiches et le guide pédagogique actualisés seront mis à disposition des coordinations hospitalières et des associations.

Différents formats d'affiches sont disponibles :

- **Une affiche spécifique** format 40x60cm ;
- **Une affiche spécifique** format 40x60cm pour les associations et les coordinations hospitalières leur permettant d'indiquer dans un encadré blanc des informations pratiques pour leurs événements ;
- **Une affiche générique** disponible au format 70x100cm ;
- **Une affiche en format A4** pour les associations et les coordinations hospitalières.

Le guide pédagogique est réédité en cohérence avec les nouveaux codes graphiques des annonces presse et des affiches, et dans le respect du décret sur l'évolution des modalités d'expression du refus de prélèvement.



## DES SUPPORTS DIGITAUX ACTUALISÉS

Le site d'information [dondorganes.fr](http://dondorganes.fr), entièrement repensé le 22 juin dernier sur le fond et la forme pour pouvoir répondre simplement et rapidement à toutes les questions des internautes sur le don et la greffe d'organes et de tissus, sera également mis à jour. Tous les contenus du site internet seront retravaillés afin de bien expliciter les nouvelles modalités de refus de prélèvement.

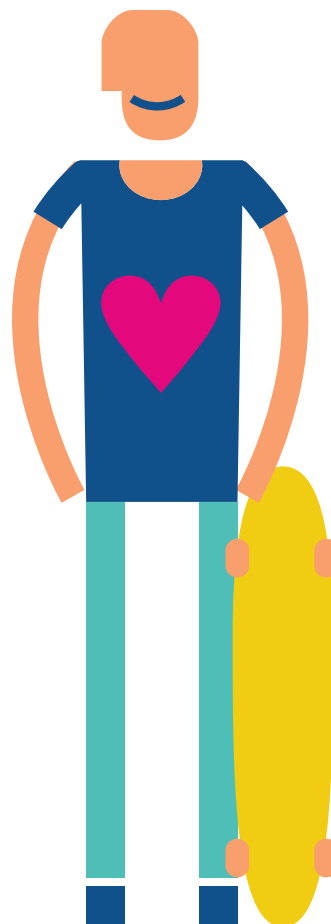
La page Facebook « **Don d'organes je le dis** » devient « **Don d'organes et de tissus** » et continuera de mettre en avant chaque semaine des informations relatives au don et à la greffe d'organes et de tissus ainsi que des événements grand public communiqués à l'Agence de la biomédecine par les associations et les centres hospitaliers.

## UNE CAMPAGNE INTERNET POUR TOUCHER LES JEUNES

À l'instar de la campagne pour les jeunes développée en 2015 et forte de son succès sur une cible peu concernée par le sujet, l'Agence de la biomédecine met en place cette année une nouvelle prise de parole dédiée aux 15-25 ans. Adoptant une tonalité spécifique, et mettant en scène un univers plébiscité par les jeunes, le cinéma d'horreur, le film sera diffusé sur des médias internet particulièrement visités par la cible.

À l'image des films d'horreurs américains, le film 2016 met en scène de manière parodique les mésaventures d'une jeune femme qui va croiser le chemin d'un tueur en série. De par son attitude et ses choix, on comprend très vite qu'elle va mourir. Une mort qui ne semble ni surprenante, ni utile au sein d'un film d'horreur. Et pourtant, le film rappelle qu'elle est donneuse d'organes présumée ce qui n'aura pas rendu cette mort totalement inutile.

Ce film a vocation à devenir viral pour être vu par le plus grand nombre, et amener le plus grand nombre de jeunes possible à parler du don d'organes.



## DES ACTIONS DE COMMUNICATION CIBLÉES POUR LES PROFESSIONNELLS DE SANTÉ

Afin de clarifier l'évolution de la loi de modernisation de notre système de santé et d'informer sur les nouvelles modalités d'expression du refus de prélèvement ainsi que les règles de bonnes pratiques de dialogue avec les proches, une campagne de communication à destination des professionnels de santé est prévue pour cette fin d'année.

Elle sera diffusée sur différents canaux afin de toucher les coordinations hospitalières en premier lieu mais aussi les médecins généralistes et tous les autres professionnels de santé en lien direct ou indirect avec le don et la greffe d'organes et de tissus.

Elle prendra différentes formes : **brochure** sur la loi à destination des coordinations hospitalières de prélèvement, **publi-rédactionnels** dans What's up doc et le Quotidien du médecin, **diaporama** clarifiant la loi dans le cadre d'actions d'information intra-hospitalières, **vidéo** de sensibilisation à destination des médecins généralistes, **mailings** des éditions de la campagne grand public aux médecins généralistes/urgentistes/écoles d'infirmières.

Cette campagne se veut pédagogique afin d'aider l'ensemble des professionnels de santé à maîtriser les évolutions législatives et ainsi faciliter leurs pratiques au quotidien.



## UN PROGRAMME DE RELATIONS PRESSE

Les médias restent un vecteur majoritaire d'information auprès des citoyens.

L'objectif des relations médias est de sensibiliser les Français au bien-fondé du don d'organes et de tissus et à la nécessité, pour ceux y étant opposés, d'exprimer leur refus de prélèvement le plus clairement possible. Les relances soutenues auprès des médias grand public et professionnels s'inscriront dans la continuité de la campagne du 22 juin.

## LE SOUTIEN DES COORDINATIONS HOSPITALIÈRES ET DES ASSOCIATIONS



Pour réaliser cette nouvelle vague de communication, l'Agence de la biomédecine a partagé les outils avec les coordinations hospitalières, les sociétés savantes et les associations afin de produire les créations les plus efficaces et les plus adaptées possibles. Et comme lors de chaque campagne, les coordinations hospitalières et les associations recevront le guide d'information et les affiches.

Coordinations hospitalières de prélèvement et associations sont des porte-paroles essentiels et incontournables dans les médias régionaux aux côtés de l'Agence de la biomédecine et permettent de relayer auprès de chacun un message commun.