



SEMAINE NATIONALE
DE PRÉVENTION

PIERRE

01

DIABÈTE

00

Il n'y a pas
de petites victoires
contre le diabète.

Pierre ne le sait pas forcément
mais en choisissant les escaliers,
il vient de marquer
1 point contre le diabète.
En effet, une activité physique
régulière entraîne de nombreux
bénéfices pour la santé, dont celui
de diminuer le risque de développer
un diabète de type 2.

SEMAINE NATIONALE DE PRÉVENTION DU DIABÈTE DISPOSITIF 2023/2024



**Fédération Française
des Diabétiques**



Pour en savoir plus, flashez
ce QR Code ou rendez-vous sur
federationdesdiabetiques.org


**MINISTÈRE
DES SOLIDARITÉS
ET DE LA SANTÉ**
*Liberté
Égalité
Fraternité*



**l'Assurance
Maladie**

- En France, le diabète touche **6,13 %** de la population.

A cela, s'ajoutent les personnes qui ignorent qu'elles vivent avec un diabète, environ **700 000 personnes**.

- La population générale souffre d'**un déficit d'information** sur les principaux facteurs modifiables de risque du diabète de type 2. Le manque d'information se concrétise par :
 - un **retard au diagnostic** et une découverte de la pathologie qui se fait trop souvent par le biais des complications,
 - un **manque d'accompagnement** des patients dans les traitements hygiéno-diététiques.
- L'**activité physique** est un **déterminant majeur** de l'état de **santé** des individus et des populations à tous les âges de la vie.
- L'activité physique permet de prévenir l'apparition de nombreuses maladies et **réduit de 30 à 50 % la survenue du diabète de type 2**.

Source : data.ameli.fr

I. Quelques éléments clefs

Un événement national

- Une campagne de **prévention primaire** et de **communication** sur la **prévention du diabète de type 2**.
- Du **2 au 9 juin 2023** et réalisée sur l'ensemble du **territoire**
- Des **bénévoles des associations fédérées** impliqués localement dans des actions de proximité soutenus par l'équipe du siège.



Nos objectifs

- Augmenter la **connaissance** du diabète sur l'ensemble du territoire.
- Sensibiliser les personnes à risque de diabète avec un **test** simple, rapide, reconnu.
- Encourager les **comportements préventifs**
Réaliser un focus sur les bienfaits de l'activité physique dans la prévention du **diabète de type 2**.

Les cibles

- Les personnes **de plus de 40 ans**
- Les populations **à risque et en situation de vulnérabilité**

Sensibiliser les personnes sur la responsabilité de la sédentarité dans le développement du DT2 avec comme message le fait que « chaque petit pas réalisé » est une victoire contre le développement du diabète.

Messages principaux



« Testez-vous en trois minutes pour évaluer votre risque de développer un diabète ! »

LE SAVIEZ VOUS ?

EFFETS DE L'ACTIVITÉ PHYSIQUE CHEZ LES PERSONNES :¹¹

atteintes de
PRÉDIABÈTE

-50 %

de risque de devenir
diabétique.

atteintes de
DIABÈTE

-0,7 %

d'HbA1c* en pratiquant une
activité physique régulière.

*HbA1c = pourcentage d'hémoglobine ayant fixé du sucre dans le sang. Elle est le reflet de la glycémie moyenne (taux de sucre dans le sang) des 3 derniers mois précédant le dosage en laboratoire. Ce pourcentage augmente lorsque la glycémie moyenne est élevée.



Non je ne suis pas trop vieux.
L'activité physique est bénéfique pour tous !



Un soutien renouvelé par les acteurs institutionnels...



**MINISTÈRE
DE LA SANTÉ
ET DE LA PRÉVENTION**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

... par les collectivités locales

- Plus de **207 mairies partenaires** pour relayer la campagne en juin (contre 180 en 2021)
- Mise à disposition du kit SNP* à la demande de chaque mairie
- Envoi des affiches pour format numérique (site web, réseaux sociaux, blogs...) et print (format abribus, affichage municipal)

** Kit identique à celui proposé aux associations fédérées*

... et par notre écosystème

- Le Syndicat National de Cardiologie
- La Société Francophone du diabète
- L'USPO - Union de syndicats de pharmaciens d'officine
- La FSPF - Fédération des Syndicats Pharmaceutiques de France
- Le Cespharm - Comité d'éducation sanitaire et sociale de la pharmacie française
- Précidiab
- La Fédération Française des Banques alimentaires
- Les Restos du Cœur

Des soutiens renouvelés ou nouveaux acteurs de diffusion



II. Dispositifs

Concept de la campagne



Les petites victoires du quotidien

... où comment chaque activité, à commencer par celles, très accessibles, du quotidien, sont autant de petites victoires contre le diabète.

UN DISPOSITIF SUR DEUX ANS



L'activation « grand public » en amont de notre SNP 2023

*« Promouvoir un événement réalisé par
la Fédération Française des Diabétiques et
faire entendre sa voix. »*

Le message

La Fédération provoque une **prise de conscience publique autour de la sédentarisation du monde moderne et de son impact sur les risques de diabète.**

Une fausse campagne d’affichage dans un endroit stratégique et une équipe de tournage à proximité pour capturer les réactions.



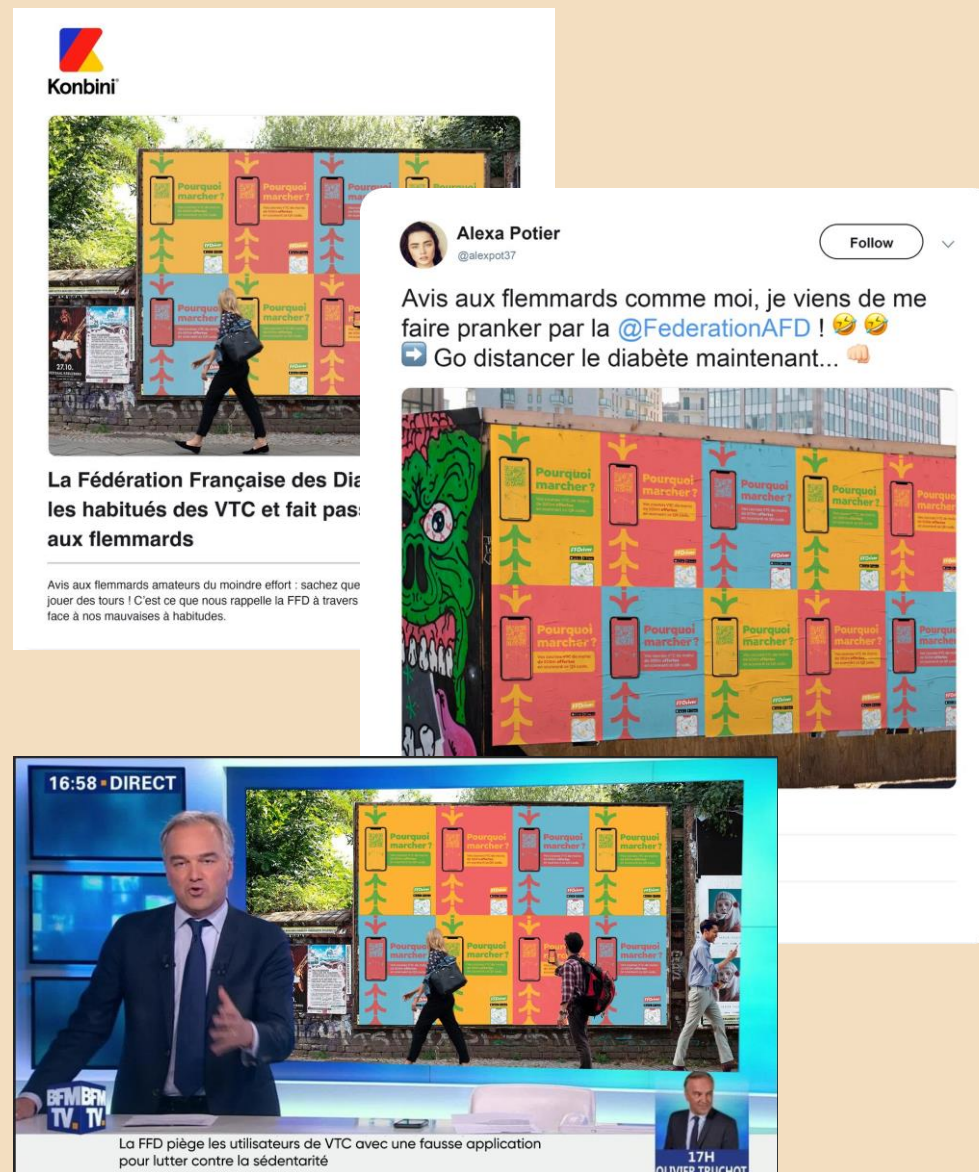
Les retombées

L'objectif d'une activation est simple :

les **retombées médiatiques** et **l'animation de nos RS**.

Le cœur de la campagne ne se trouve pas dans l'action en elle-même et les quelques passants piégés, mais bien dans sa médiatisation.

⇒ **Une première campagne portée par les ambassadeurs de la Fédération sur les réseaux sociaux**



Pendant la SNP 2023 : une prise de parole nationale...

- Un **site dédié** : contrelediabete.federationdesdiabetiques.org incitant à la réalisation du test, rappelant nos messages, invitant à télécharger le kit communication et identifier les villes organisatrices d'actions.
- L'**habillage** de notre site grand public aux couleurs de la campagne
- La réalisation d'une nouvelle **brochure d'information** portant sur les bienfaits de l'Activité physique incluant le **test de risque FINDRISK** adapté au style graphique de la campagne
- Une **campagne de sensibilisation sur nos RS** avec la diffusion de messages via des vidéos, des jeux interactifs et des interactions quotidiennes
- Une **publication quotidienne d'actus** sur notre site grand public (*en amont de la SNP 2023 – la mise à jour et création de contenus portant sur l'activité physique*) et sur la plateforme Esben
- **3 newsletter** envoyés à nos donateurs et prospects
- Un **dossier de presse et une conférence de presse** de lancement organisée au format hybride le 25 mai

... et une communication dédiée aux associations fédérées

■ Un kit SNP – Edition 2023 :

○ Affiche/dépliants :

- Une brochure activité physique et diabète incluant le test de risque
- Une affiche Présentation campagne SNP – Edition 2023
- Une brochure « Diabète et alimentation : équilibre et plaisir en toute saison – printemps été »
- Une brochure « Diabète : les clefs pour comprendre »

> Outils pédagogiques

- La roue du diabète et sa notice
- Goodies (stylos) à gagner en fonction de la participation

○ Site internet / réseaux sociaux / mail

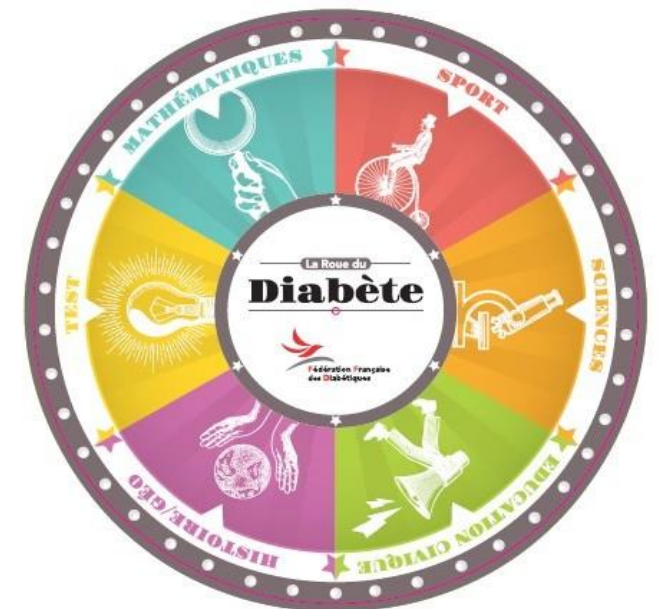
- Slider aux couleurs de la campagne
- Stratégie réseaux sociaux
- Signature mail aux couleurs de la campagne

○ Relations presse > Eugénie

- Communiqué de presse personnalisable
- Invitation Presse

■ Une communication exclusive pour les associations fédérées

- Une carte AF avec fonctionnalités améliorées pour la géolocalisation
- Des lettres d'information dédiées



Des relais diversifiés et la naissance de nouveaux dispositifs en régions



- Un nouveau **partenariat**
- La création de **2 dispositifs**
 - En 2023, co-construction de deux dispositifs axés sur l'équilibre alimentaire (Atelier cuisine et animation sur un stand) qui seront expérimentés au moment de la SNP 2023
- L'**expérimentation** sur 13 départements
 - 13 départements sont concernés par cette opération pour lesquels un diététicien du réseau d'Aprifel sera disponible pour intervenir aux côtés de l'association locale.



- Un nouveau **partenariat**
- La participation à la **Conférence de presse** lancement SNP du 25 mai
Catherine Sartoretti-Hiegel – Responsable national
- Le **relais de communication** de la Campagne
Sensibilisation des responsables régions et inter-régions à faire par Siel Bleu après la diffusion de la lettre interne
Sensibilisation des publics Siel bleu par : Newsletter, réseaux sociaux, Blog
- L'incitation de nos **réseaux** respectifs à développer des projets communs
- La co-construction du projet d'accompagnement « PerPa2temps » pour les personnes diabétiques de type 2 incluant des ateliers avec des BPE



- Un nouveau **partenariat**
- La **diffusion** de notre campagne de communication à travers plusieurs supports
- L'**intervention** de 37 AF au sein de 102 magasins
Par le biais de stands SNP d'information et de prévention
- La mise en place d'un **arrondi solidaire** dans tous les magasins Auchan
20 % des bénéfices dégagés sera reversés aux AF pour chaque intervention.

En parallèle de notre campagne : le lancement « Des petits défis du quotidien »

La création « petits défis » portant sur l'activité physique proposés aux personnes atteintes de diabète sous format vidéo porté par une personne vivant avec un diabète pour que notre communauté porte (aussi !) cette Semaine Nationale de Prévention.

- ⇒ 7 vidéos réalisées par notre équipe, un expert de l'APA et le soutien de bénévoles
- ⇒ Diffusées chaque jour lors de la SNP sur notre site, sur les RS, dans nos Newsletter
- ⇒ A retrouver tout au long de l'année 2023 et 2024

UN DISPOSITIF SUR DEUX ANS

← VISUEL DE LA CAMPAGNE →

ACTIVATION
GRAND PUBLIC

STAND SNP

JUIN 2023

Boost de contenus portant sur l'activité physique

STAND SNP

JUIN 2024

