



BOURSE FNIM DE L'INFORMATION SANTÉ

Accompagner l'innovation
et la communication au service du patient

Nom du projet : **Han**semble on **dit Cap** !

Nom de l'Association : **100% Handinamique**



Noms des porteurs de projets : Sophie DUBOIS, Yasmine EL ABDOUNI, Thaïs ENGEL



1/ Présentation de l'équipe porteuse du projet

Sophie DUBOIS



- Nous sommes trois étudiantes en 5ème année de **pharmacie** (filière industrie) à la faculté d'Angers.

Yasmine EL ABDOUNI



- Fortes de nos expériences en **officine**, nous avons été confrontés à **différents profils de patients** : avec des besoins et une conception différente de leur bien-être. Cette expérience nous a poussées à réfléchir sur la meilleure manière d'**accompagner** ces patients, à **comprendre** et à **agir** pour leur **santé**.

Thaïs ENGEL



- C'est dans cette optique que nous aimerions allier nos connaissances **pharmaceutiques** et nos compétences en **communication** pour donner la parole aux personnes en situation de **handicap**.

- Nous avons travaillé en collaboration avec l'**association 100% Handinamique**, et plus particulièrement avec :



Caroline DAVIGNON

Coordinatrice du pôle
"Accompagnement dans les études"
dans l'association 100% Handinamique



2/ Présentation de l'association



100% Handinamique est une **association** qui vient en aide et accompagne les jeunes en situation de **handicap**.

Les dispositifs mis en place par l'association sont adaptés aux personnes de **14 à 35 ans**.

Toute personne en dehors de cette limite d'âge peut tout de même contacter **100% Handinamique** qui saura leur répondre et les orienter vers les personnes ou organisations adaptées.

2/ Présentation de l'association

Missions de 100% Handinamique :

- **Accompagnement dans les études.**
- **Accompagnement vers l'emploi** et l'insertion professionnelle.
- **Des évènements et rencontres** tout au long de l'année.



Pour mener à bien ces missions, 100% Handinamique soutient le déploiement national d'un **réseau d'entraide** de jeunes handicapés (étudiants ou jeunes diplômés), favorisant **l'échange** de bonnes pratiques et de conseils entre pairs, les réflexions sur les leviers d'actions possibles pour **améliorer leur accès** aux études, à l'emploi, aux loisirs... Et d'un **réseau d'associations et de fédérations étudiantes** désireuses d'agir sur les campus et/ou dans leur territoire en faveur d'une société plus **inclusive** en matière de handicap.



3/ La problématique sur laquelle l'association souhaite informer/communiquer

Contexte:

L'association 100% Handinamique se trouve aujourd'hui confrontée à **2 enjeux majeurs**

Problématiques:

Déficit alarmant d'informations
concernant les droits des
personnes en situation de
handicap.



Comment améliorer l'accès à
l'information sur les droits des
personnes handicapées ?

Lacunes en sensibilisation et
en formation des référents
étudiants.

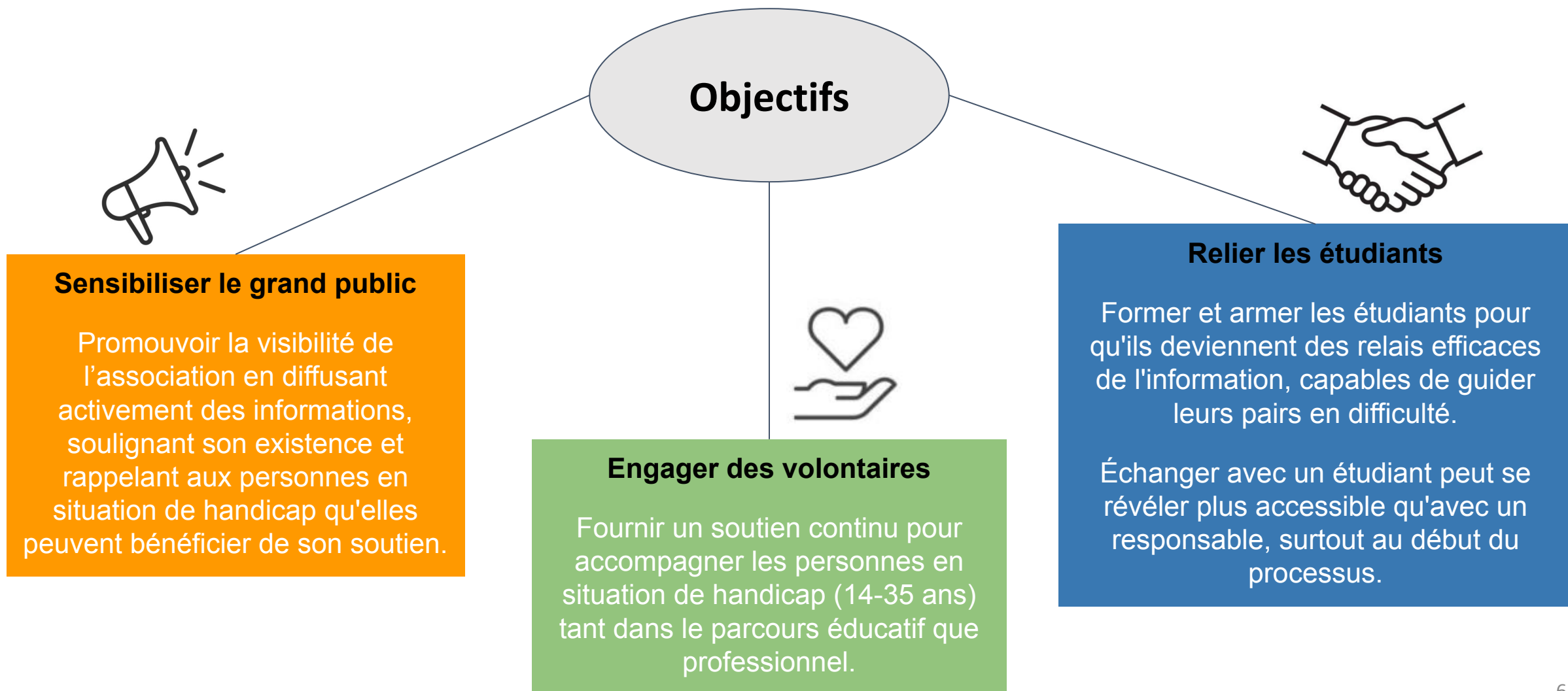


Comment adresser les lacunes
en sensibilisation pour assurer
une inclusion équitable ?

Notre Ambition: Établir un environnement académique où l'**inclusion** des personnes en situation de handicap est non seulement **effective**, mais également **équitable**.



4/ Les **objectifs** de la communication de l'association ou l'organisation





5/ Les cibles

Grand public

Cible principale

Les jeunes en situation de handicap
de 14 à 35 ans

Cible secondaire

Les familles et associations étudiantes qui veulent se
renseigner afin d'être capable d'aider au mieux leurs
proches et/ou leurs camarades

Notre objectif est de sensibiliser le **grand public** afin que chacun comprenne les handicaps, visibles ou invisibles, et apprenne à les prendre en compte. Mais également afin que tout le monde soit en mesure d'aider les personnes handicapées, soit directement, soit en sachant les orienter vers les personnes compétentes pour les aider.



6/ La **stratégie** de communication

Face au constat que le grand public ignore réellement ce qu'est le handicap : Quelles contraintes cela constitue au quotidien ?

Comment vivre avec ?

La stratégie de communication va se focaliser sur **la sensibilisation** en donnant la parole aux principaux concernés, via **3 volets** :

Écouter

Aider ces personnes à ne plus se sentir négligées et qu'elles ne se sentent plus démunies face à leur différence mais plutôt *écoutées* dans cette différence.

→ Réaliser une **série de vidéos** de témoignages sous le nom de "Et si on les écoutait vraiment ?"

Comprendre

Concevoir une plateforme interactive pour mieux comprendre la réalité des personnes en situation de handicap, afin de sensibiliser et d'encourager la participation active du grand public, notamment des jeunes.

→ **Ceci via la création d'un jeu.**

Partager

Partager ces histoires riches en enseignements.

→ Partager au travers d'affiches.

→ Partager grâce à la formation de référents étudiants qui pourront ensuite relayer l'information auprès de leurs camarades.

→ Créer un compte instagram.

"Écouter, comprendre, partager" représente en quelque sorte l'emblème de cette campagne



7/ Les outils de communication

Nous avons accordé la parole à des jeunes entre 20 et 25 ans pour voir ce qui ressort :

Solitude

“Je pense qu’il pourrait y avoir beaucoup plus d’aide, au niveau de l’administratif surtout.”

Manque de communication

“Je n’ai eu aucune information concernant mes droits que ce soit les demandes administratives, pour le transport, ou même être conseillé ou orienté. L’information a été tout de même limitée”

Solitude

“J’ai dû faire seule mon dossier MDPH quand j’étais majeure”

Manque de compréhension

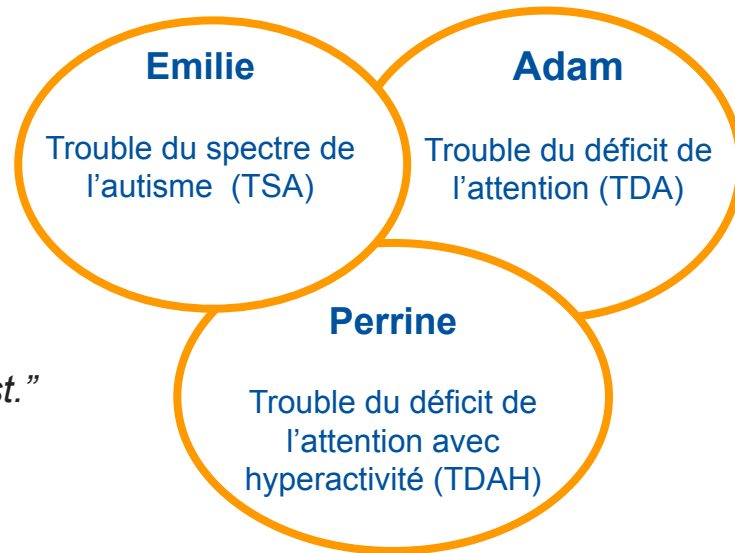
“Au niveau des relations sociales cela est très dur.”

Manque de compréhension

“On se fait stigmatiser pour ce qu’on est.”

Manque de communication et considération

“Clairement il faut encore se battre pour accéder à des aides, qu’elles soient législatives, humaines, financières ou autres. Elles existent mais elles ne sont pas communiquées, il faut savoir qu’elles existent pour trouver des renseignements dessus et y accéder. C’est assez fermé.”



Handicap invisible

“Mon frère a une expression très appropriée, il parle de handicap transparent. Il n’est pas visible de tous ou en tout temps mais il est bien présent.”



7/ Les outils de communication

ECOUTER

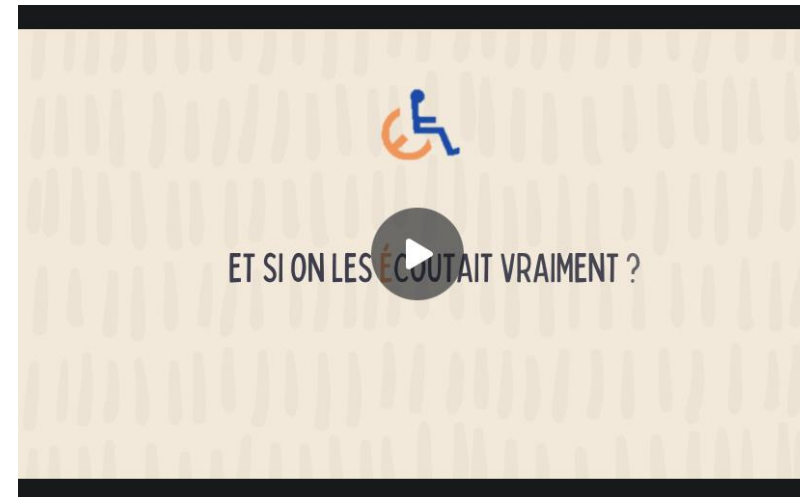
COMPRENDRE

PARTAGER

➤ VOLET ÉCOUTER : Et si on les écoutait vraiment ?



[Affiche](#) invitant les spectateurs à scanner le QR code pour découvrir une série de témoignages*



[Storyboard d'une vidéo témoignage](#)*

Cette série de vidéos, au-delà d'être une simple collection de témoignages, représente le mot-clé "**écoute**", le spectateur est encouragé à écouter au-delà des apparences physiques, à **comprendre** les défis et finalement, à **partager** ces histoires riches en enseignements. "Et si on les écoutait vraiment ?" ne se contente pas d'être une vitrine des vies des personnes handicapées, mais plutôt une invitation à une expérience d'empathie collective.

7/ Les outils de communication

ECOUTER

COMPRENDRE

PARTAGER

➤ **VOLET COMPRENDRE : Jeu AR* “HandiCap ou Pas Cap ?”**

Utilisation de **Wintor**, une **application AR** permettant de créer en quelques étapes une expérience interactive à n'importe quel emplacement du monde réel.

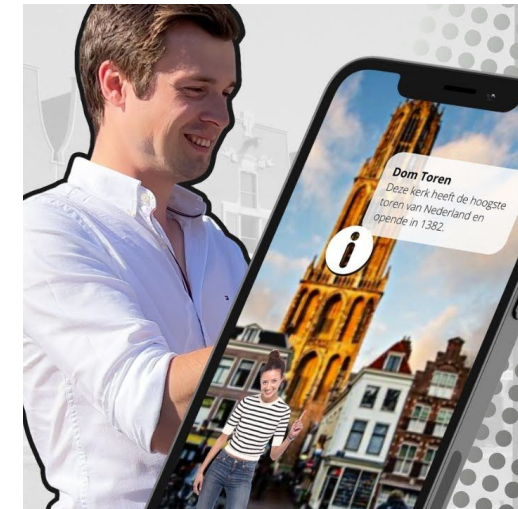


En se basant sur les fonctionnalités de Wintor, nous pouvons :

- Établir des **points de quiz** dans des grandes villes françaises
- Intégrer un système de points à gagner pour ajouter une **dimension ludique**
- Créer, tisser et renforcer des **liens au sein de la communauté des jeunes**

Pourquoi AR? Pourquoi sous forme de jeu ?

Le format AR incite l'utilisateur à sortir et explorer les lieux mal aménagés pour les personnes en situation de handicap, en ville ou ailleurs, en participant aux quiz et en accumulant des points. Ciblant une communauté jeune, ce format de jeu offre une expérience divertissante, tout en transmettant les informations essentielles.



Pour plus d'info : <https://www.wintor.com>

7/ Les outils de communication

ECOUTER

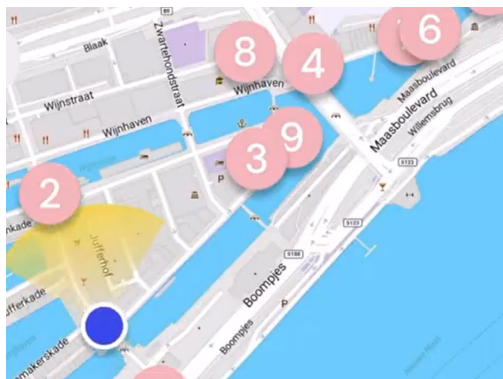
COMPRENDRE

PARTAGER

Concrètement, comment on fait ?

1

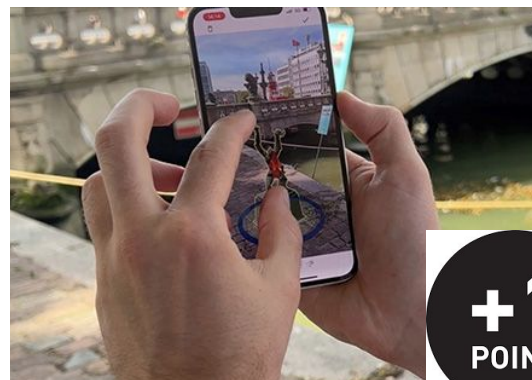
Créer des points de quiz dans les grandes villes françaises



Avec Winton, des points de questions sont placés sur une carte. Ces points se trouvent dans des **lieux liés à la problématique du handicap** : rues mal aménagées, des locaux d'associations, des musées etc.

2

Se déplacer sur ces localisations et faire les quiz pour gagner le plus de points



+1
POINT

L'utilisateur répond aux questions du quiz qui porteront sur les **droits et les aides des jeunes en situation de handicap**.

3

Partager avec les amis les informations apprises.
Créer un réseau !



Création d'une communauté de jeunes qui peuvent s'entraider.

7/ Les outils de communication

ECOUTER

COMPRENDRE

PARTAGER

➤ VOLET COMPRENDRE ET PARTAGER :

Diffuser l'information au travers d'affiches qui pourraient être exposées dans plusieurs endroits variés (campus universitaires, cabinets médicaux, pharmacies, centre-ville, et autres lieux à forte affluence). Dans des lieux fréquentés par les personnes en situation de handicap et leur famille, mais pas seulement (Cf diapositive "5/ Les cibles").

Deux concepts d'affiches :

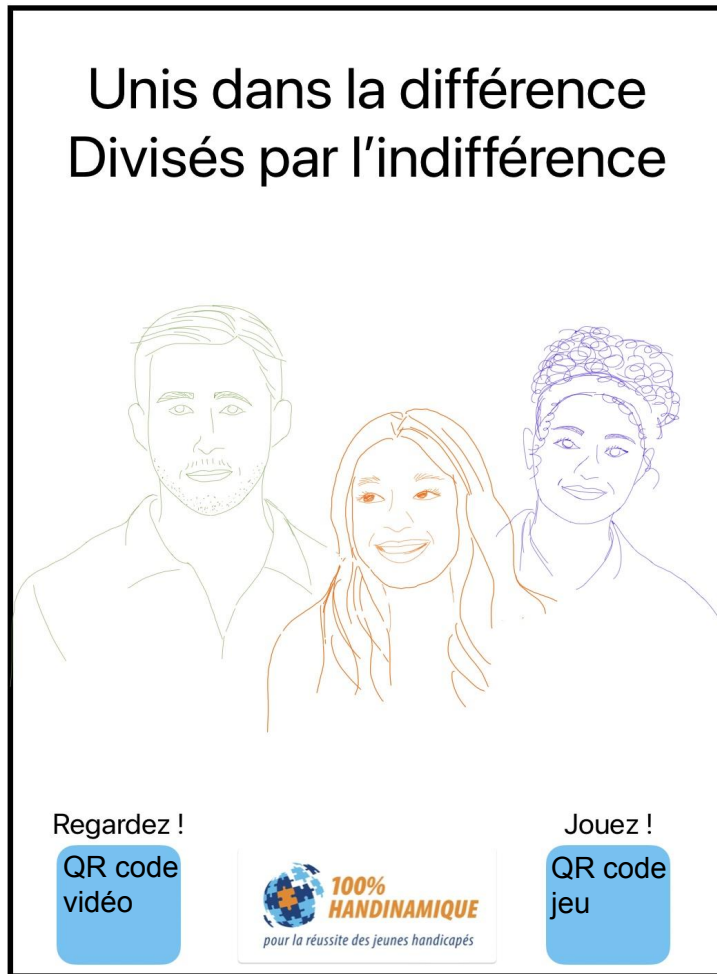
- Le premier concept est l'affiche présentée précédemment, qui promeut les vidéos témoignages et qui invite à les regarder.
- Le second concept est une affiche qui évolue avec le changement d'angle de vue de l'observateur. Ce concept est expliqué dans la diapositive suivante. Un modèle d'affiche schématique a été dessiné à des fins d'illustrations.





7/ Les outils de communication

➤ **VOLET COMPRENDRE ET PARTAGER : Second concept d'affiche**



Utilisation de l'effet lenticulaire (par exemple)

Créer une affiche dont le contenu change selon l'angle d'observation.

Le message : En changeant de position face à l'affiche, l'observateur adopte un nouveau point de vu, encourageant une réflexion sur les perceptions et le regard envers les personnes en situation de handicap.

Cette affiche-ci met l'accent sur les handicaps invisibles.

L'objectif : interpeller, intriguer, marquer et faire réfléchir l'observateur.

Illustration du concept appliqué : [Youtube](#)



7/ Les outils de communication

ECOUTER

COMPRENDRE

PARTAGER



Création d'un compte instagram "**Hansemble on dit Cap !**" avec:

- Des posts invitant les jeunes à s'engager dans l'association
- Des reposts des vidéos témoignages
- Des posts informatifs de type "Le saviez vous"
- Des stories invitant toute personne à poser ses questions



[Aperçu des posts instagram](#)



8/ les résultats attendus/KPIs

Affiches



→ Nombre de flash des
QR code

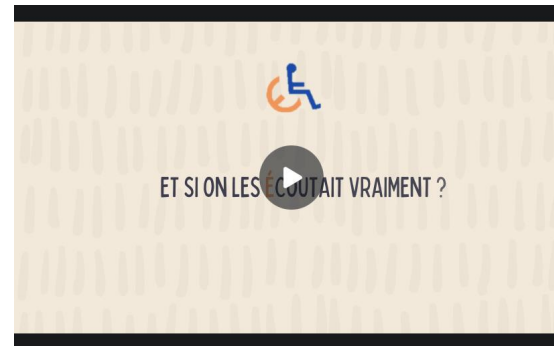
Jeu AR



→ Nombre de joueurs sur
Wintor

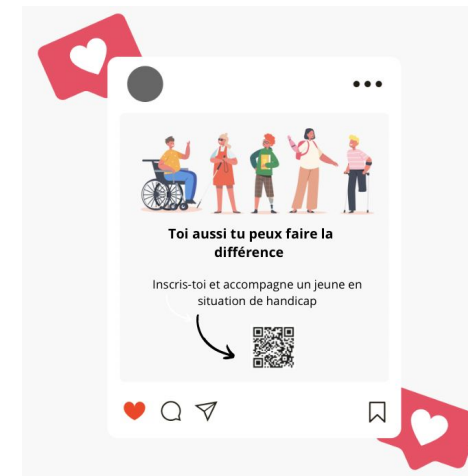
→ Partage de score avec le
#HandiCapouPasCap

Vid  s



→ Nombre de vues (impressions et
interactions : like, commentaires,
partages)

Réseaux sociaux



→ Nombres d'abonnés à la chaine Youtube
et au compte instagram

→ Taux de croissance des abonnés

→ Taux de jeunes engagés via le lien
d'inscription