

## Brief

### Communication du CSJ

> Rénover l'image de marque du Cap Santé Jeunes de la CPAM du Puy-de-Dôme.

## Informations contextuelles

### « Marque » :

Les services qui composent le centre Pasteur :



### Identité

Créé en 2009, le CSJ est un service de la CPAM du Puy-de-Dôme (unique en France). Il a pour vocation de mener des actions de prévention et d'accompagnement à la santé, avec 3 missions principales :

- Accès aux droits
- Accès aux soins
- Accès à la prévention

Le Cap Santé Jeunes est composé d'une équipe pluridisciplinaire (puéricultrices, médecins / pédiatres, EJE, psychologues, diététicienne...).

### Valeurs

- Renouveau
- Découverte
- Exploration
- Multiculturalisme
- Connaissances
- Convivialité
- Dynamisme
- Diversité
- Changement

### Positionnement

**Quelle image donne-t-elle ou veut-elle donner à ses clients ?**

>> Service accessible qui permet aux patients d'accéder plus facilement à des professionnels de santé, capables de leur apporter aide, soins et conseils.

## Publics cibles

### Caractéristiques

**Quel est le profil social des individus cible ?**

>> Personnes en situation de précarité (financière, logement...), rarement détentrices d'un emploi stable

>> Adolescents / enfants,

>> population multiculturelle (répartition de origines en 2015 : 42% d'africains, 16.1% de personnes venant de pays de l'est, 25.9% issus d'autres pays européens (incluant la France)).

Parfois présentant des difficultés dans la pratique / compréhension de la langue française (peut nécessiter recours à un traducteur)

**Quelle est la tranche d'âge de la cible ?** Patientèle âgée de 0 à 16 ans et parents âgés de 25 à 50 ans

**Quelle est la localisation géographique de la cible ?** France, résidents du Puy-de-Dôme (Clermont-Ferrand et son agglomération).

**Quelles sont les motivations de la cible ?** Nécessité d'un suivi de santé, gratuité des services (consultations notamment), accompagnement complet (aide sanitaire, sociale, administrative, etc.)

## Attentes

**Quelles sont les attentes de la cible par rapport aux dépliants / à l'affiche**

- Un accès à des informations sur le Cap Santé Jeunes qui soient identifiables rapidement et facilement compréhensibles
- Trouver des informations pratiques pour savoir comment bénéficier des services proposés (jours et horaires d'ouverture, accès, prix, etc.)

**Quelles sont les attentes de l'organisation vis-à-vis de la cible ?**

- Que la précarité ne soit plus un prétexte de renoncement aux soins et à l'accompagnement en matière de santé.

## Objet du brief

### Objectifs

**Ce que vous attendez comme résultat de l'action :**

- une communication bien identifiable et harmonieuse ;
- une meilleure assimilation des informations par le public cible.

**Quels sont les éléments stratégiques à traduire dans la réponse créative ?**

- **Promotionnel (conatif)** : promouvoir les services proposés par le CSJ ainsi que ses différents acteurs ;
- **Institutionnel (cognitif)** : faciliter la transmission des informations sur l'organisation du CSJ (en surmontant notamment les contraintes langagières) ;
- **Relationnel (affectif)** : produire des outils de communication qui soient en accord avec les valeurs du CSJ et qui se veulent rassurants pour les familles.

### Message/promesse

L'élément central à valoriser est **l'accompagnement à la santé** (à remettre en forme évidemment)

### Quel ton créatif

Il faudra adopter un **ton rassurant et « compatissant »** (qui met en confiance).

**Adjectifs qui décrivent le mieux l'entreprise et son style :**

Chaud - Innovant - Sérieux – Énergique – Tendance - Spontané - Exubérant - Jeune - Etablie

**Quelle atmosphère le livrable doit-il dégager ?**

Dynamique - Moderne – Rassurant - Multiculturel

**Réfléchissez à l'impression que votre design doit laisser chez votre cible :**

- Energie / Emotion (lié à l'enfance)
- Douceur, pour refléter l'accompagnement et l'aide

## Informations sur les supports à réaliser

**Livrables** : flyers patients, partenaires, psychologue, consultations infantiles + affiche

### Contraintes techniques, graphiques et éditoriale

**Contenu éditorial** : axer santé (prise en charge globale) -> quelle que soit la difficulté rencontrée en santé, les gens peuvent recevoir de l'aide et non pas qu'une prise en charge du problème présenté par les familles.

Direction de la communication – Organisation X + date

**Charte graphique** : respecter autant que possible les normes définies dans la charte graphique établie par le service communication de la CPAM.

**Langues** : une version française.

A questionner : adapter les dépliants dans d'autres langues (anglais, arabe, albanais, kosovar, russe, tchétchène, italien, roumain, portugais...)?

**Budget images** : oui, pourrait être envisager mais à limiter AU MAXIMUM.

Une photothèque est disponible

**Format des flyers** : doit rentrer dans les carnets de santé

- Format A4 3 volets
- Format A4 plié (en 2) -> Moins pratique mais tient dedans

**Format de l'affiche** : A3

## Modalités et planning de réalisation :

Objectifs :

- (Pré)validation avant la fin du stage
- validation / impression avant le retour dans les locaux restaurés
- Diffusion au moment la réouverture des locaux ayant subi les travaux

## Indications sur le style / design :

Eviter les rendus trop rigides / « carrés ». Le design devra être gai, attrayant.

Chercher des illustrations qui puissent représenter à la fois petits et grands et suggérant la santé (sans faire peur). Doit se différencier d'une garderie, éveil etc.

N'aiment pas :

- les couleurs (froid, terne),
- silhouettes,
- pas de cohérence ni d'harmonie entre les divers supports,
- images pas toujours adéquates par rapport à l'image que le CSJ veut se donner.

Aiment :

- logo du CSJ

>> Pour trouver l'inspiration : INPES / Santé Publique France

## Idées à faire évoluer :

Remplacer les « oursins / papillons » : trouver des objets / symboles pouvant être adaptés à de la petite enfance et à des enfants-adolescents

## Contenus des dispositifs actuels

Partenaires :	contenus valides
Patients :	Contenu valide mais demanderait peut-être plus d'illustrations pour être compréhensible par des personnes qui ne parlent / lisent pas le français Tout à repenser. Sujets abordés : à modifier // « accès aux droits » pas clair -> à reformuler

	<p>Idées à remettre en avant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Faire le point sur la santé (pas que pour pb)</li> <li>- Trouver un spécialiste</li> <li>- Avoir une couverture sociale</li> </ul> <p>Encart volet de droite ok mais rajouter le lien avec les autres professionnels de la santé (lien / globalité, santé)</p>
Psy :	Contenus à retravailler
Consultations	<p>Contenus globalement valides.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ajouter diététicienne dans l'équipe</li> <li>- Revoir formulation « temps d'écoute et de partage »</li> <li>- Mots clés = efficaces</li> <li>- Ajouter dans les tâches les suivis diététiques et dentaires</li> </ul>
Affiche	ne plus la diriger exclusivement vers les puéricultrices (changer le message)

## Analyse des supports existants

Flyer partenaires	
A conserver	Points négatifs à revoir
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accroche</li> <li>- Logos du CSJ et de la CPAM</li> <li>- Infos claires (détaillées)</li> <li>- Infos pratiques (plan, transports)</li> <li>- Coordonnées</li> <li>- Mention des autres partenaires</li> <li>- Couleurs en adéquation avec les autres supports (harmonie avec affiche)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pas logos des partenaires</li> <li>- Mauvaise organisation intérieure</li> </ul>

Flyer consultations infantiles	
A conserver	Points négatifs à revoir
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Logos du CSJ et de la CPAM</li> <li>- Coordonnées</li> <li>- Infos d'accès (plan + transport)</li> <li>- Infos pratiques (horaires, papiers à prendre)</li> <li>- Listing des différents services</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Typographie moyennement lisible</li> <li>- Coordonnées répétées x2 (devant / derrière)</li> <li>- Organisation des infos</li> <li>- Contrastes</li> <li>- Peu d'harmonie avec les autres supports)</li> </ul>

Flyer psychologue	
A conserver	Points négatifs à revoir
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plan + infos transports</li> <li>- Coordonnées</li> <li>- Logo CPAM</li> <li>- ? / réponse : bon moyen pour informer</li> <li>- Photo bien adaptée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peu d'harmonie avec les autres supports)</li> <li>- Pas de logo CSJ</li> <li>- Intérieur = mauvais contraste, peu attractif</li> <li>- Infos sur jours et heures d'ouverture peu mises en avant</li> </ul>

Flyer patients	
A conserver	Points négatifs à revoir
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Texte ok</li> <li>- Logos du CSJ et de la CPAM</li> <li>- Infos claires et bien séparées / organisées</li> <li>- Infos pratiques (plan et transports)</li> <li>- Coordonnées</li> <li>- Couleur en adéquation avec les autres supports (harmonie avec affiche)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Problèmes de contraste (blanc sur vert)</li> <li>- Aspect familial aurait pu être mis en avant dès la 1<sup>e</sup> page</li> <li>-</li> </ul>

Affiche patients	
A conserver	Points négatifs à revoir
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accroche</li> <li>- Logos du CSJ et de la CPAM</li> <li>- Infos bien résumées</li> <li>- Coordonnées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrastes</li> <li>- centrée sur la puériculture</li> </ul>