

MAIRIE DE PARIS



En partenariat avec

Avec le soutien de l'Agence de la biomédecine

DOSSIER DE PRESSE

décembre 2012

Lancement d'une campagne innovante sur le don d'organes à Paris et en Ile-de-France

Contact presse - Service de presse : 01 42 76 49 61 - service.presse@paris.fr

Lancement d'une campagne innovante sur le don d'organes

Aujourd'hui :

- **En 2011, 16 000 personnes ont eu besoin d'une greffe d'organes en France**, alors que seules 4 950 greffes ont été réalisées. En Ile-de-France : 1 515 patients ont été greffés en 2011 pour 5 633 personnes en attente.
- **le taux d'opposition au prélèvement d'organes se situe au-delà de 40% en Ile-de-France et au-delà de 32% en France** depuis plusieurs années. Dans la plupart des cas, cette opposition est exprimée par la famille du défunt, dans un moment d'émotion et de souffrance lié au deuil, sans connaître le véritable souhait de la personne décédée.
- Cependant **85% des français déclarent qu'ils sont favorables à faire eux-mêmes don de leurs organes** (étude Agence de la biomédecine / Ipsos, septembre 2006). Ils sont aujourd'hui conscients de l'enjeu que représentent le don d'organes et la greffe et y sont massivement favorables, mais il existe un réel décalage entre l'opinion de principe et la prise de position effective.

Dans ce contexte, **la Ville de Paris, la Région Ile-de-France et l'Agence du Service Civique lancent, en partenariat avec l'association Trans-Forme, l'Agence de la biomédecine et la SCOP Voix Publique, une campagne parisienne de proximité sur le don d'organes.**

Cette campagne, qui se déroule dans les rues **du 14 novembre 2012 au 10 mai 2013**, a pour objectif de :

- sensibiliser à la cause du don d'organes ;
- mieux faire connaître le cadre légal existant (consentement présumé) ;
- donner l'occasion de réfléchir, de prendre position, et de communiquer sa décision à son entourage ;
- faire reculer le taux d'opposition au prélèvement.

Pendant 6 mois, **une équipe de 9 jeunes volontaires en mission de Service Civique, portée par Trans-Forme et formée par Voix Publique avec le concours des professionnels de santé, va aller à la rencontre des citoyens dans les rues de Paris et des principales agglomérations d'Ile-de-France.** Ils informent sur le don d'organes, invitent les personnes rencontrées à affirmer leur position personnelle et à la faire connaître à leurs proches.

L'originalité et l'innovation du dispositif reposent sur la campagne face-à-face : l'échange direct entre les volontaires en Service Civique et les personnes permet de répondre aux interrogations et de lever les craintes pour faciliter le positionnement de chacun. Les supports de communication, proposés lors de la rencontre, permettent aussi aux personnes d'engager le dialogue avec leurs proches.

Se décider et ensuite exprimer sa position restent deux actes difficiles, notamment parce que le niveau de connaissance sur le sujet demeure disparate et que beaucoup n'ont pas encore eu l'occasion d'y réfléchir et de faire connaître leur position à leur entourage.

A travers cette campagne de santé publique, il s'agit aussi de **renforcer l'espoir et la chance d'être greffé pour de nombreux patients en attente.**

Une campagne de proximité

Fondée sur la force de la rencontre personnelle, **cette campagne permet de conduire des dizaines de milliers d'entretiens individuels** pour informer et proposer dans la foulée de passer à l'action. L'interactivité du face-à-face permet de lever les craintes, de répondre aux interrogations, et de déclencher un positionnement libre et éclairé.

Le principe du face-à-face repose sur le « dialogue direct » : aller à la rencontre du public dans la transparence (un message clair et authentique) et le non-jugement (chacun doit se sentir libre de pouvoir dire non), avec un discours faisant appel à la raison et à la responsabilité plutôt qu'à l'émotion et à la culpabilité.

Le dispositif de communication face-à-face imaginé est un vecteur de mobilisation :

- **simple et audacieux** : les rencontres directes et humaines offrent une occasion rare de réfléchir et de formaliser sa position personnelle sur le don d'organes ;
- **convivial et interactif** : les mobilisateurs incarnent la cause et répondent aux questions, le message est plus précis, plus vivant et plus complet ;
- **performant** : l'expérimentation pilote à Lille a démontré qu'il est possible de mener dans la rue des entretiens sur le sujet du don d'organes avec 6 à 7 personnes par heure et par mobilisateur ;
- **citoyen** : cette forme de communication contribue à retisser du lien social, en reposant sur la force du dialogue direct, du respect, de l'écoute et en resituant l'humain au cœur du sujet discuté ;

mesurable : les indicateurs de changement sont identifiés et quantifiables.

L'équipe de mobilisateurs est composée de 9 jeunes volontaires en Service Civique au sein de l'association TRANS-FORME, véritables « **ambassadeurs du don d'organes** » qui :

- passeront (entre novembre 2012 et mai 2013) **6 mois à la rencontre de la population dans les rues de Paris et des principales agglomérations d'Île-de-France**, réalisant ainsi plusieurs milliers d'heures de campagne, débouchant sur **plusieurs dizaines de milliers d'entretiens individuels** ;
- **ont été formés pendant 30 heures** pour acquérir des connaissances précises sur le don d'organes et se préparer à la démarche de contact avec le public. La formation s'est déroulée avec l'intervention d'experts (coordinatrice de prélèvements, médecin de l'Agence de la biomédecine) et des rencontres avec des greffés, des jeux de rôle et des mises en situation.
- **sont encadrés et accompagnés en permanence par des professionnels expérimentés** de l'agence coopérative Voix Publique ;
- **pourront intervenir (à la demande) dans des établissements scolaires, des entreprises ou des collectivités**, pour animer des séances d'information sur le don d'organes.

En lien avec le Dr Guerrini, chef du service de régulation et d'appui Ile-de-France/Centre/Antilles/Guyane de l'Agence de la biomédecine, **les équipes de coordination de prélèvements des hôpitaux franciliens sont associées** : des infirmières et infirmiers viendront régulièrement appuyer les jeunes en s'engageant sur le terrain à leurs côtés.

Une campagne qui favorise un choix libre et éclairé

A l'issue d'un échange interactif sur le sujet du don d'organes, les personnes rencontrées sont invitées à se positionner :

- **les personnes opposées au don de leurs organes** après leur mort sont renseignées à cette occasion sur les moyens de s'inscrire sur le registre national des refus (géré par l'Agence de la biomédecine) ;
- **les personnes favorables au don de leurs organes** après leur mort reçoivent une carte de donneur d'organes (sans valeur légale mais qui est une formalisation du consentement), ainsi que **3 'cartes-témoins' spécialement conçues pour l'opération**. Les cartes-témoins sont des facilitateurs de parole : elles servent à transmettre sa position personnelle à son entourage proche. Elles sont aussi démultiplicatrices de positionnement : en transmettant ma position à mes proches, je demande la leur.

Des badges portant le message « j'ai dit oui », accrochés à la veste des personnes qui se positionnent en faveur du don d'organes, sont conçus pour déclencher la curiosité de la famille et des amis et ainsi engager avec eux une discussion sur le don d'organes.

Le symbole du ruban vert a été retenu comme signal visuel de cette campagne (sur les t-shirts des mobilisateurs, sur les cartes-témoins, sur les badges) : facilement mémorisable, assimilable spontanément à une grande cause dans le domaine de la santé (comme ruban rouge / sida ou ruban rose / cancer du sein), c'est le symbole représentant la cause du don d'organes au Canada et aux États-Unis, où il est largement connu dans la population.

Une opération évaluée précisément

Un outil d'évaluation a été élaboré pour analyser l'impact quantitatif et qualitatif de cette campagne :

- chaque rencontre donne lieu à un questionnaire (anonyme) concernant la personne rencontrée et son rapport au sujet du don d'organes avant la rencontre ;
- après la rencontre, chaque personne s'étant positionnée favorablement est invitée à remplir et renvoyer gratuitement (carte pré-timbrée) une évaluation de l'usage qu'elle a fait des cartes-témoins.

Le dépouillement et l'analyse de ces données sont réalisés par Voix Publique, suivis par l'Agence de la biomédecine et mis à disposition du ministère de la santé.