

COVID-19 AND COMMUNICATION IN FRANCE

EXAMPLES OF COMMUNICATION WITH VULNERABLE, MIGRANT AND NON-FRENCH SPEAKING POPULATIONS

Direction prevention & health promotion

Public health France

E.Hamel & Z.Heritage

20 Oct 2021

WHO ARE WE ?

National public health agency for France

Anticipate

- health surveillance & monitoring

Understand

- improve knowledge on health status, behaviours etc
- research and evaluation

Act

- health promotion campaigns
- health-care emergence personnel



Anticipate

- Collate Covid testing data, vaccination data

Understand

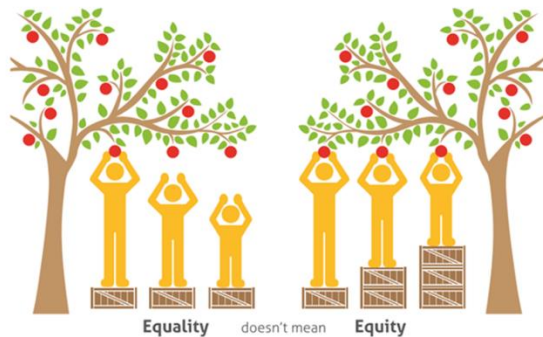
- Weekly Covid reports
- Government & media briefings
- CoviPrev – monthly behaviour, mental health survey

Act

- Order and distributed face-masks, Covid vaccines
- Publish health education and promotion materials

PROPORTIONATE UNIVERSALISM

CONCEPT DEFINED BY SIR MICHAEL MARMOT IN 2010



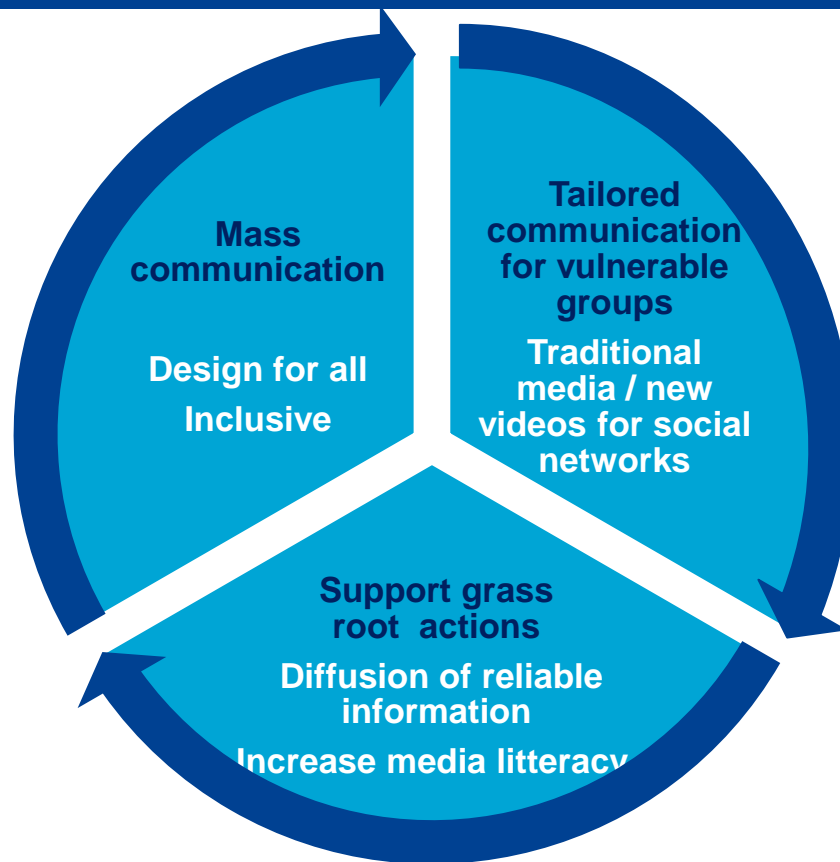
“Focusing solely on the most disadvantaged will not reduce health inequalities sufficiently. To reduce the steepness of the social gradient in health, actions must be universal, but with a scale and intensity that is proportionate to the level of disadvantage.

We call this **proportionate universalism.**”



In Fair Society, Healthy Lives: A Strategic Review of Health Inequalities in England Post-2010

A MULTI LEVEL AND MULTI CHANNEL STRATEGY



Method : co construction with stake holders

MASS COMMUNICATION

« DESIGN FOR ALL » BASED DOCUMENTS

Images – easy to read texts

28 languages

Epub - Subtitling

Sign language



Vous avez des questions sur le coronavirus ?

gouvernement.fr/info-coronavirus **0 800 130 000** (appel gratuit)

ou renseignez-vous sur

Posez vos questions en langue des signes (LSF) : <https://www.gouvernement.fr/info-coronavirus/espace-handicap>

Ces informations en LSF : <https://www.ghicl.fr/reseau-sourds-sante/covid-videos-lsf.html>

INCLUSIVE CAMPAIGNS



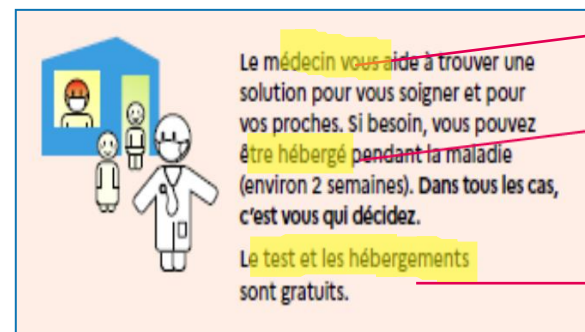
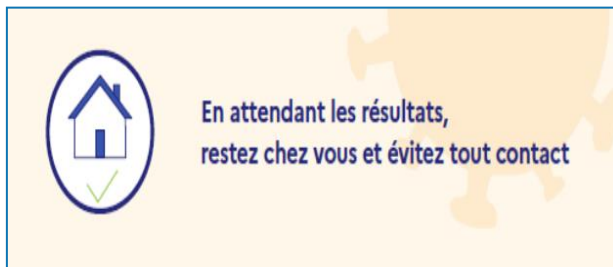
TAILORED MESSAGES AND OUTPUTS

KEY MESSAGE : « STAY ISOLATED »

General audience

Vulnerable populations

- Flyers and cards



GP support

Housing

Free tests

- Youtube videos

<https://youtu.be/8YEdc2EU9eg>

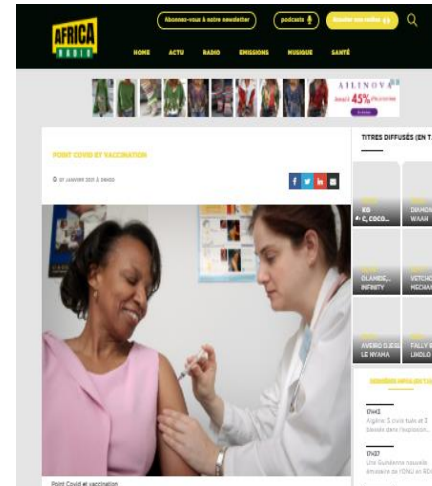


USING TRUSTED MEDIAS

1ST RADIO BROADCAST FOR SUBSAHARIAN AFRICAN POPULATIONS LIVING IN FRANCE



- **Emission « Health topic of the week »**
 - live and podcast
 - since March 2020 :
25 « spéciales Covid »
- **Weekly video post on Facebook**
 - professionals, NGOs
 - simple and attractive style
 - since March 2020 : 1 M views,
2.5 M reached

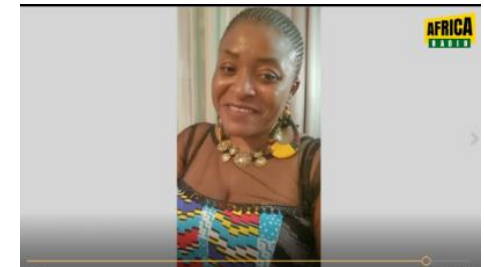


AN EXAMPLE

CONTEXT : BACK TO SCHOOL & TEENAGERS VACCINATION



VIDEO 07 SEPT 2021



Influential comedian shares her back-to-school memories

Easy to understand (PHF) video

Final message to get parents involved in vaccination

SUMMER 2021 : TARGETED CAMPAIGN

CONTEXT : VACCINATION HESITANCY AND MISTRUST

CAMPAIGN OBJECTIVE

« I choose to be vaccinated against COVID »

Support the decision by sharing the personal choice of influencers among the Africans living in France



Introduction of the speaker

- I, name, title...

« I chose to get vaccinated because

....I want to travel
...I want to go and see my family in my country
....I want to protect my relatives »

PLAN D'ACTION



Broadcast of 15 messages



From 21 June to 28 Aug 2021

2,7 million contacts

PRE EXISTING TOOLS UPDATED



Bilingual booklets

- free and available in 15 languages
- including additional content about covid19



GUIDE.COMEDE.ORG
Prévention, soins & accompagnement
des personnes étrangères vulnérables

Conçu par le Comede en lien avec Santé publique France et le ministère chargé de la Santé, le site guide.comede.org s'adresse aux professionnels de santé, au social, au droit et plus généralement à toute personne intervenant auprès des personnes exilées en situation de vulnérabilité.

L'objectif est d'apporter **des réponses concrètes et pratiques** aux problèmes de santé, d'accès aux droits et aux soins rencontrés par les personnes exilées en France.

REPERES
DROITS ET ACCOMPAGNEMENT
ACCES AUX SOINS
SOINS ET PREVENTION

Dans sa version finale, ce site proposera quatre grandes parties et de nombreuses ressources générales et pratiques.

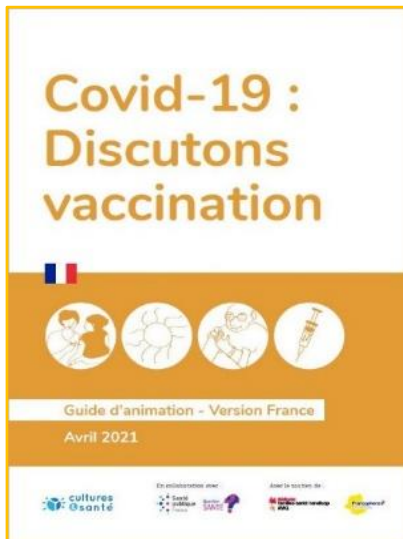
Publications & outils
Permanences téléphoniques
Partenaires en région
Questions fréquentes

PREVENTION, SOINS & ACCOMPAGNEMENT DES PERSONNES ÉTRANGÈRES VULNÉRABLES
REPERES FRANÇAIS
Santé publique France

Online guide

- co-written with NGOs
- for social workers and health professionals
- to facilitate migrants access to health care system

TOOLKITS FOR WORKSHOPS AND EDUCATIONAL ACTIVITIES



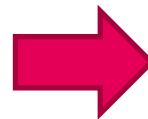
How to know if a web site is trustworthy ?

BOÎTE À OUTILS / THÈME 2 / FICHE ACTIVITÉ 2

Comment savoir si un site internet est fiable ?

Thème	Sources d'information fiable	
Cible(s) Tous publics	Durée 30 min	Nombre de participants Maximum 10
Objectifs de l'activité	<ul style="list-style-type: none"> - Général : augmenter le niveau de connaissance sur les différentes sources d'information et leur fiabilité. - Spécifique : inciter au recours à des sites fiables pour avoir de l'information. 	
Déroulement de l'activité	<p>Les participants sont invités à appliquer une check-list à différents sites qu'ils ont précédemment identifiés ou, si l'activité n'a pas été réalisée, l'animateur peut proposer plusieurs sites qu'il aura préalablement repérés pour leur diversité.</p> <p>L'animateur présente la « check-list non exhaustive pour avoir un regard critique » :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quelle est la source primaire de l'information ? • Qui est l'auteur ? Quelle légitimité ? Niveau d'expertise ? Conflit d'intérêts ? • Vérifier la date : des images datant de plusieurs années sont souvent recyclées hors contexte • Est-ce que cette information fait appel à votre émotion ? Suscite-t-elle la peur ou la passion par exemple ? • Est-ce qu'il existe des avis/informations contradictoires ? • Est-ce que l'information est une opinion ou une analyse ou une exposition de faits objectifs ? • Vérifier l'URL/l'adresse, est-ce que c'est un site institutionnel ? <p>Pour terminer, il est utile de rappeler plusieurs sources fiables :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Site du gouvernement - Site de Santé publique France - Site du ministère de la Santé 	

Provide professionals with « ready made » activities to support « media literacy »



CONCLUSION

- **Start of the epidemic : adapted and shared the prevention messages as best we could** (message more important than the form)
- **After first 2 months : targeting known partnerships; adapted and translated documents** (adapting both the message and choosing the medium)
- **Current context (low infection rate and 80% vaccinated)**
People who don't trust the government tend not be vaccinated (our "official" messages have limited impact)
 - Support front line staff / Co-developing new tools with users
 - Support trusted medias, such as 'Africa Radio'

Thank you for your interest in our work !
Any questions ?

Emmanuelle Hamel & Zoë Heritage



Do keep in contact

emmanuelle.hamel@santepubliquefrance.fr

zoe.heritage@santepubliquefrance.fr