



# CONFERENCE DE CONSENSUS SUR LE DIABETE A LA REUNION ET A MAYOTTE



*Soyons plus fort que le diabète !*

## FICHE ACTION

### Spots télévisés

<b>Nom l'opérateur</b>	RédiabYlang976
<b>ORIGINES DE L'ACTION</b>	A la réflexion du bilan quadriennal 2015, observation de l'impact de l'ETP dans le parcours de soin et la vie des usagers : - fierté de transmettre leurs témoignages à leurs pairs - conciliation culture et diabète Valorisation du programme ETP
<b>LES OBJECTIFS</b>	Lutter contre la discrimination et les représentations culturelles du diabète Favoriser l'accès au dépistage/soins Accepter la maladie Promouvoir l'ETP Création de spots télévisés
<b>LA MISE EN OEUVRE</b>	Proposition de participation auprès des usagers motivés (avril 2015) Organisation de groupes de travail 4 thèmes : alimentation, activité physique, état psychologique et santé du pied 6 spots réalisés : 3 en français, 2 en shimaoré, 1 en kibushi Expression des témoignages des usagers avec leurs propres mots Diffusion sur Mayotte Première, Kwézi TV et Télémente, octobre 2015 à janvier 2016 sur heure de grande écoute Co-financeurs : ARS et MGEN
<b>RESULTATS QUANTITATIFS</b>	106 diffusions TV 56000 visionnages sur un mois (médiamétrie 2015) 5 groupes de travail en collectif et 3 rencontres individuelles entre la chargée de communication et les usagers
<b>RESULTATS QUALITATIFS</b>	Valorisation des intervenants qui sont devenus 4 personnes ressources D'autres patient souhaitent également devenir ressources Création d'un nouvel outil de communication et de prévention
<b>LES POINTS FORTS</b>	Pour la première fois, des usagers parlent du diabète à visage découvert Prise de parole spontanée des personnes filmées Valorisation des personnes ressources Valorisation du programme d'éducation thérapeutique
<b>LES POINTS FAIBLES</b>	Fiche d'inscription pas systématiquement renseignée au moment de l'inscription au réseau > Pas d'évaluation exacte du nombre d'adhérents suite à la diffusion des spots télévisés Certains patients émettent un frein à l'adhésion à l'ETP car ont peur d'être médiatisés
<b>LES PISTES D'AMELIORATION</b>	Élargir la diffusion des spots télévisés sur internet (Youtube, réseaux sociaux, Mayotte Hebdo), dans les salles d'attente des médicaux (pôle santé) et des entreprises (EDM, SOGEA, MEDETRAM, COLAS, AIR AUSTRAL), au cinéma... Renseigner systématiquement la fiche d'inscription au réseau à la question : Comment avez-vous connu le réseau?