

Département du Calvados – Parents, restons zen !

Catégorie « communication digitale »

CONCEPT

Le Département du Calvados a mis en place une campagne de communication ciblée afin d'accompagner les familles et de prévenir tous types de violences durant la période du confinement.

CONTEXTE

Au fil des semaines, le confinement à la maison a pu mettre à mal l'harmonie familiale et générer des conflits ou les aggraver lorsqu'ils étaient latents.

Dans le cadre de ses missions de solidarité, notamment liées au maintien de la cohésion de la cellule familiale, le Département du Calvados, a mis en place une communication à destination des familles, afin de les aider dans ce nouvel équilibre de vie à trouver, pour prévenir d'éventuelles difficultés.

Cette campagne a pris la forme de messages et conseils bienveillants sur le thème « Parents, restons zen ! ».

OBJECTIFS

- Prévenir les principaux risques que le confinement peut générer ou aggraver au sein de la cellule familiale (bébés secoués, accidents domestiques, violences intrafamiliales, maltraitance...);

- Accompagner les familles dans cette période inédite à travers un rendez-vous régulier.

RÉALISATION DE L'OPÉRATION

Afin de réaliser cette campagne, le Département du Calvados a fait appel à ses professionnels de la protection de l'enfance et de la protection maternelle et infantile (PMI). Plusieurs d'entre eux se sont réunis pour identifier 8 thèmes d'action prioritaires sur lesquels communiquer pendant le confinement :

- parents restons zen
- bébé secoué
- couple et confinement
- accidents domestiques
- violences conjugales
- violences conjugales et enfant(s)
- les enfants se disputent
- accueillir bébé pendant le confinement

Cette campagne s'est adressée à tous les familles calvadosiennes et devait donc être accessible au plus grand nombre. C'est pourquoi le Département a fait le choix d'une communication essentiellement visuelle et directe pour être le plus clair possible.

Ce parti pris s'est caractérisé par :

- une **accroche** « **Parents restons zen !** », fil conducteur de la campagne, traduite par un bloc-marque utilisé en signature ;
- un graphisme **épuré et ludique** ;
- un ton **simple et bienveillant** ;
- **3 niveaux de lecture** : l'illustration, le texte et une voix off ;
- l'instauration de **rendez-vous réguliers** à travers des messages délivrés tout au long du confinement.

Diffusion de la campagne :

La diffusion de la campagne via ses différents supports a été réalisée en 2 phases :

- Phase 1 : lancement de la campagne au début du confinement à travers un premier message générique « Parents restons zen ». Pour cette première étape, des conseils ont été délivrés pour accompagner et orienter les parents en difficulté ;

- Phase 2 : des messages plus spécifiques ont été délivrés durant tout le confinement et déclinés par thème ; des contenus plus complets ont été mis à disposition sur le site Internet de la collectivité. Ils ont été relayés sur les réseaux sociaux à travers des vidéos, stories ou messages d'appel.

CIBLES

Cette campagne vise toutes les familles calvadosiennes avec enfants.

MOYENS

Budget global : 11 000 €

- Cette campagne a été co-construite par la direction de l'enfance et la direction de la communication du Département et a mobilisé 2 personnes à temps plein ;
- 10 personnes ressources (professionnels de l'enfance et direction de la communication) ont également été sollicitées pour produire des contenus à valeur ajoutée pour les calvadosiens ;

Intervention d'une agence : accompagnement par l'agence Studio 911
(rédactionnel/graphique/vidéo)

ÉVALUATION

- Une campagne de prévention multicanal déployée sur un mois
- Plus de 112 550 personnes touchées sur les réseaux sociaux
- Un prolongement de cette campagne à l'étude

GENERIQUE LANCEMENT



BEBE SECOUE



LE COUPLE : QUAND LA TENSION MONTE...



ACCIDENTS DOMESTIQUES



VIOLENCES CONJUGALES



VIOLENCES CONJUGALES / ENFANT TEMOIN



DISPUTE ENTRE LES ENFANTS



NAISSANCE PENDANT LE CONFINEMENT ET RETOUR A LA MAISON



ENFANT UNIQUE

