

# PERCEPTION DES RISQUES ET DES COMPORTEMENTS DE PRÉVENTION DANS LE CONTEXTE DE LA COVID-19

- Influencer les comportements en période de pandémie
- Quels sont nos moyens ?

• ACFAS le 4 mai 2021

The background is a solid teal color. In the four corners, there are decorative white line-art elements resembling circuit traces or a network diagram, with lines connecting to small circles.

# DÉCLARATION DE CONFLIT D'INTÉRÊT:

DIRECTEUR DE SANTÉ PUBLIQUE PAR INTÉRIM,

RÉGION DE LANAUDIÈRE DE MARS 2020 À MI-JANVIER 2021

# LES COMPORTEMENTS ATTENDUS:

## POPULATION GÉNÉRALE

- 1- IDENTIFIER SES SYMPTÔMES ET CELLE DES ENFANTS
- 2- S'ISOLER RAPIDEMENT (?)
- 3- SE FAIRE TESTER
- 4- RESTER ISOLER EN ATTENDANT LE RÉSULTAT (6)
- 5- SI POSITIF, S'ISOLER POUR 14 JOURS (???)
- 6- SI NÉGATIF, DEUX MÈTRES, LAVAGE DES MAINS, PORTER LE MASQUE (?)

## DANS CERTAINES RÉGIONS

- 7- RESPECTER LE NON ACCÈS AUX RÉGIONS ET SOUS-RÉGIONS ROUGES
- 8- RESPECTER LES INTERDICTIONS PROPRES À CHAQUE RÉGION
- 9- PAS DE RASSEMBLEMENTS
- 10- RESPECTER LES COUVRE-FEUX

# LES COMPORTEMENTS ATTENDUS:

POPULATION GÉNÉRALE

SE FAIRE VACCINER EN FONCTION DES PRIORITÉS ET DE SON GROUPE

RECEVOIR LA DEUXIÈME DOSE

# LES MOYENS:

## Niveau national

- 1- les conférences de presse nationales (PM, DNSP et MSSS)
- 2- les journalistes (écrits, électroniques, réseaux sociaux)
- 3- les commentateurs scientifiques (media électroniques)

# LES MOYENS:

## Niveau régional

- 1- les communiqués de presse des directions régionales des CISSS et CIUSSS ( l'évolution, le nombre de cas, la courbe, des conseils)
- 2- le site web du CISSS \ CIUSSS
- 3- les points de presse régionaux
- 4- les entrevues dans les média locaux (3 x semaine)
- 5- des projets de mobilisation communautaires auprès des quartiers et groupes défavorisés (organismes communautaires de la DRSP)
- 6- campagnes d'information par les maires et préfets par leurs sites et panneaux) "On veut pas tomber dans le rouge"
- 7- rencontres hebdomadaires avec les élus locaux
- 8- clips du DRSP et autres professionnels pour site WEB
- 9- accès facilité pour dépistage (accès téléphonique et rendez-vous)
- 10- retour rapide et communication des résultats
- 11- appel pour enquêtes, traçage et isolement
- 12- décision de confiner des sous-régions et mise en application
- 13- barrage routier

## LE MARKETING MIX (LES 4 P)

produit: les comportements

promotion: la pub: sources et personnalités

placement: accès dépistage et capacité d'isolement

prix: temps d'attente pour les services (tél, rendez-vous, retour d'info, isolement, perte de salaire)

# CONCLUSION

Ce que j'ai entendu aujourd'hui

Ce que j'ai appris

Ce que je retiens pour la suite



# BEHAVIORAL ECONOMICS (BE) AND NUDGING

uses psychological experimentation to develop theories about human decision making and has identified a range of biases as a result of the way people think and feel. be is trying to change the way **economists** think about people's perceptions of value and expressed preferences.