



Stratégie de presse CHU de Bordeaux

Bienvenue en

Zone Zéro Violence



Aujourd'hui, les violences envers le personnel soignant sont un problème grandissant dans les hôpitaux, souvent liées à l'attente, à la frustration ou à l'incompréhension des procédures. Face à cette réalité, le CHU de Bordeaux a lancé la campagne « Zone Zéro Violence », qui a pour but de sensibiliser patients et accompagnants au respect des soignants et de mettre en lumière leur dévouement quotidien.

Sommaire

1. Objectifs de la stratégie presse
2. Cibles
3. Stratégie de lancement
 - a. Fiche action : Conférence de Presse de Lancement « Zone Zéro Violence »
 - b. Fiche action : Stratégie Digitale
 - c. Fiche bonus : Ateliers de Sensibilisation Mensuels

Objectifs de la stratégie presse

Face à la hausse des violences à l'hôpital, le CHU de Bordeaux doit sensibiliser le public et protéger ses équipes soignantes.

1. Informer le public sur la campagne

Expliquer les enjeux liés aux incivilités envers le personnel soignant et présenter la campagne « Zone Zéro Violence » comme une réponse institutionnelle à cette problématique.

2. Maximiser la couverture médiatique

Travailler avec des journalistes et des médias locaux et spécialisés pour assurer une large diffusion des messages de la campagne, afin d'atteindre le plus grand nombre de personnes possible.

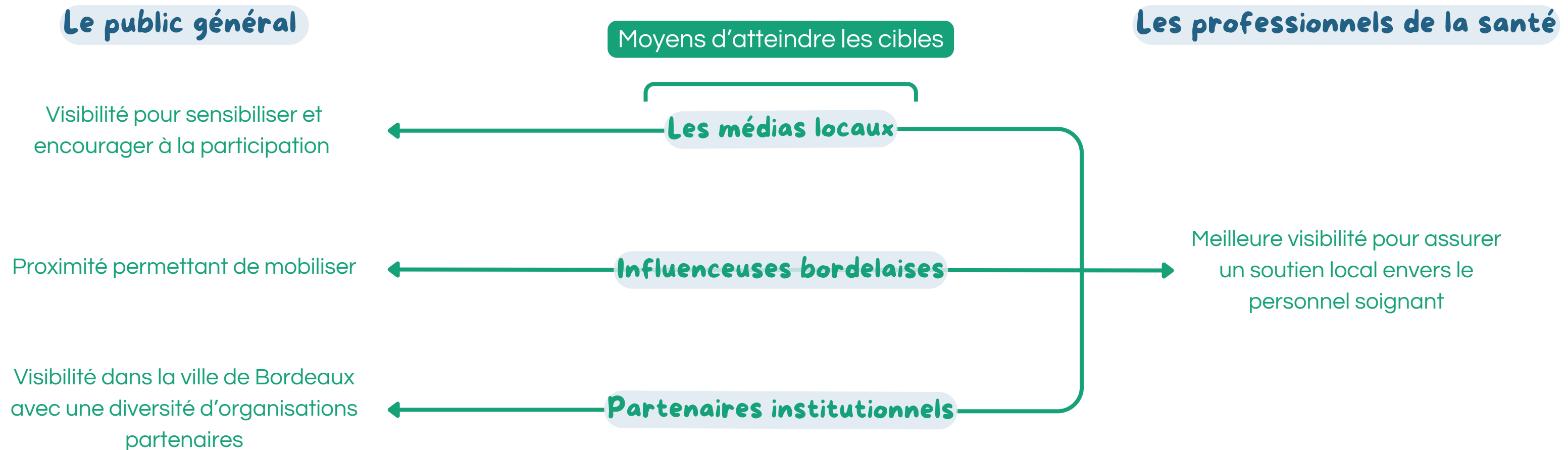
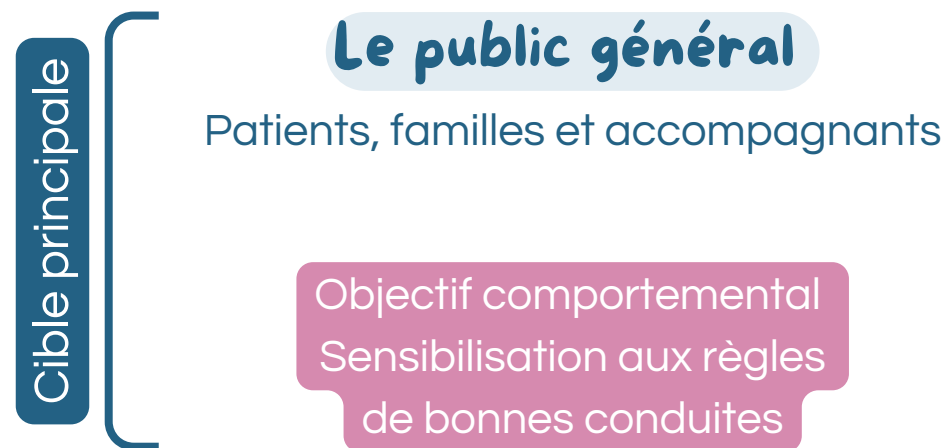
3. Mettre en lumière les témoignages des soignants

Publier des récits et des témoignages de professionnels de santé sur leurs expériences avec la violence en milieu hospitalier, afin d'humaniser la problématique et de susciter l'empathie du public.

4. Encourager l'engagement communautaire

Créer des opportunités pour que le public et les médias interagissent avec la campagne, par exemple à travers des événements presse, des conférences, ou des actions sur les réseaux sociaux.

Cibles



Fiche d'action Conférence de presse

Objectif

Informers les médias et le public du lancement de la campagne « Bienvenue en Zone Zéro Violence », sensibiliser à la problématique des violences hospitalières, et garantir une visibilité optimale à travers la presse.

Description de l'action

Une conférence de presse se tiendra au CHU de Bordeaux pour dévoiler officiellement la campagne « Zone Zéro Violence ». Des dossiers de presse seront distribués, détaillant les enjeux, les actions prévues, et les chiffres clés relatifs aux violences en milieu hospitalier.

Date

Date à confirmer
(préférence pour le milieu de semaine à 15h30 pour une meilleure couverture médiatique)

Lieu

Auditorium du CHU de Bordeaux (salle Sauguet - jauge max 300 places)

Intervenants principaux

- Yann Bubien, Directeur général du CHU de Bordeaux (discours d'ouverture)
- Aurore Gonzalez, Psychologue du travail (sur les impacts des incivilités)
- Professionnels hospitaliers, notamment des services des Urgences et Admissions (témoignages concrets)

Médias invités

Magazines locaux et en ligne pour des articles, encarts, affiches :
Sud Ouest, Le Courrier de Gironde, La Tribune de Bordeaux



1,5M/j



8500 exemplaires/j



15k abonnés newsletter

Médias spécialisés :
Santé Magazine



1,9M de personnes

Chaînes de télévision locales pour interview, vidéos sur place, reportage, JT :
France 3 Nouvelle-Aquitaine, TV 7

.3

nouvelle
aquitaine

9,8M téléspectateurs/sem

TV7

La chaîne
Sud Ouest

1,2M de personnes

Radios locales pour des podcast, direct, retour sur l'événement :
Radio Campus Bordeaux, France Bleu Gironde, ARL



15k personnes



150k/jour



30k/jour

L'invitation presse



Invitation presse

Lancement de la campagne « Zone Zéro Violence »

Le CHU de Bordeaux s'engage pour un environnement de travail bienveillant et respectueux



*Face à l'augmentation des incivilités et violences envers les soignants, le **CHU de Bordeaux** renforce son engagement en lançant la deuxième phase de sa campagne « **Zone Zéro Violence** ». Cet événement inédit vise à sensibiliser le grand public, tout en mettant en lumière les actions concrètes du CHU pour assurer un environnement de travail sécurisé et respectueux pour ses équipes. À travers une série d'activités interactives et une conférence, les participants découvriront les enjeux de cette campagne essentielle.*

Invitation - Lancement de la campagne « Zone Zéro Violence »

Monsieur **Yan Bubien**, Directeur général du **CHU de Bordeaux**, a le plaisir de vous convier à un événement exceptionnel dans le cadre de la campagne « **Zone Zéro Violence** », visant à sensibiliser le public aux violences subies par les professionnels de santé, et à promouvoir un environnement respectueux au sein de l'hôpital.

Cet événement aura lieu le

[Date] à 15h30

dans l'**Auditorium du CHU de Bordeaux** et comprendra une série d'activités interactives, ainsi qu'une **conférence de presse** pour présenter les résultats et perspectives de la campagne.

Programme de l'événement :

15h30 – Accueil et distribution du dossier de presse

Distribution d'un dossier de presse détaillant les objectifs, les visuels, les slogans et les actions de la campagne « Zone Zéro Violence ».

16h00 – Discours d'ouverture par Yann Bubien, Directeur général du CHU de Bordeaux

Présentation du contexte et des enjeux de la campagne, avec un focus sur l'augmentation des incivilités et violences dans les établissements de santé.

16h15 – Présentation par la direction de la communication

Dévoilement des visuels, slogans et objectifs de la campagne « Zone Zéro Violence » et projection des affiches et vidéos créées pour sensibiliser les patients et le public.

16h30 – Témoignages des soignants

Des professionnels des services des Urgences et Admissions partageront leurs expériences personnelles de violences et d'incivilités vécues au quotidien.

16h45 – Session de Questions/Réponses

Espace ouvert pour poser des questions aux intervenants et en savoir plus sur les actions concrètes mises en place dans le cadre de la campagne.

17h00 – Clôture de l'événement et collation

Moment d'échanges informels autour d'une collation avec la possibilité d'organiser des entretiens individuels avec les intervenants pour approfondir certains aspects de la campagne.

Nous serions heureux de vous compter parmi nous pour cet événement essentiel à la sensibilisation et à la protection de nos équipes soignantes.

Informations pratiques

Date : [Date]

Heure : 15h30

Lieu : Auditorium du CHU de Bordeaux

Contact presse : Nom du contact / Email / Téléphone

Le dossier de presse

Introduction et contexte

Résumé de la problématique des incivilités dans le milieu hospitalier, avec des chiffres et exemples concrets. Ainsi qu'une explication des facteurs déclencheurs de tensions dans les différents services sensibles.

La Campagne « Bienvenue en Zone Zéro Violence »

Description des visuels, slogans, et messages clés diffusés auprès du public. Ainsi que les objectifs et les intervenants de la campagne.

Plan de déploiement et supports de communication

Explication des supports utilisés, avec un focus sur leur visibilité dans les différents services.

Calendrier des actions

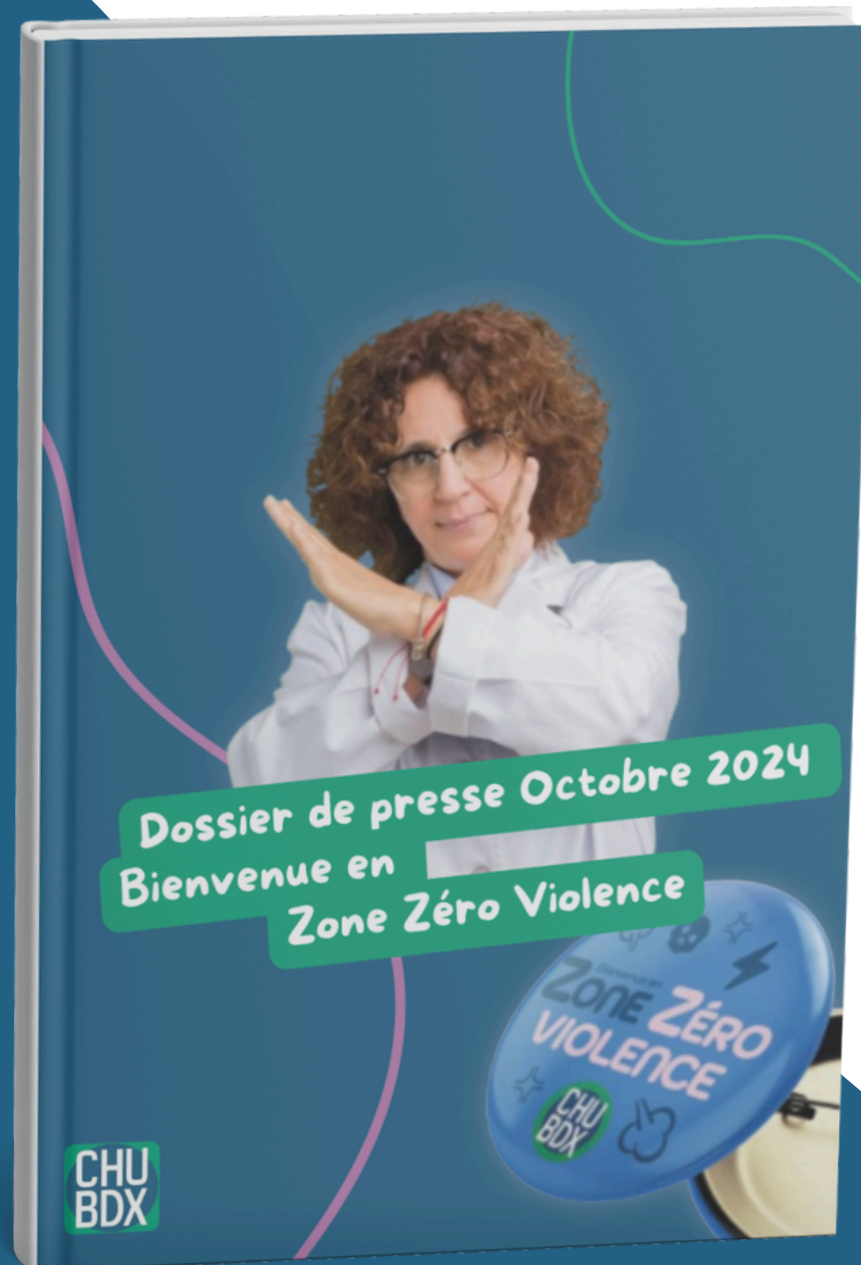
Détail du calendrier de déploiement de la campagne, y compris les actions sur les réseaux sociaux et les actions média.

Conclusion et perspectives

Impact attendu et suivi post-campagne, avec un focus sur les retours terrain.



[+ Lire le dossier de presse](#)



Logistique & résultats

Responsables de l'action

- Coordination générale : Service Communication du CHU de Bordeaux
- Gestion des interviews : Relations presse du CHU et modérateurs des ateliers
- Dossier de presse : L'agence Communicatalyste

Budget estimé

Dossier de presse (impression et supports digitaux) : 500€

Collation et logistique : 250€

Total : 750€

Outils et moyens nécessaires

- Auditorium équipé pour la projection des visuels et vidéos
- Matériel de sonorisation et captation vidéo pour diffusion ultérieure
- Dossier de presse imprimé et digital pour les journalistes
- Espace dédié aux interviews individuelles

Indicateurs de réussite

- Nombre de journalistes présents (objectif : minimum 20 représentants de la presse locale et spécialisée)
- Couverture des médias nationaux (nombre d'articles, portée des publications)
- Qualité des interactions avec les journalistes (satisfaction via feedback post-conférence)
- Retombées médiatiques (articles, émissions, mentions dans les médias locaux et spécialisés)

Fiche d'action stratégie digitale

Objectif

- Sensibiliser le grand public aux violences hospitalières et créer de la mobilisation autour de la campagne.
- Renforcer l'engagement de la communauté du CHU et des internautes.
- Assurer la cohérence entre les supports numériques et physiques de la campagne.
- Maximiser la visibilité de l'événement et des ateliers mensuels via une présence numérique active.

Description de l'action

La stratégie digitale s'articule autour de plusieurs leviers, dont les réseaux sociaux et le site Internet du CHU. Des actions spécifiques sont mises en place avant, pendant et après le lancement de la campagne « Zone Zéro Violence », afin d'atteindre le grand public, les visiteurs du CHU, ainsi que le personnel hospitalier. Le contenu partagé inclut des visuels, vidéos immersives, interviews et interactions directes avec la communauté.

La campagne sera relayée sur les réseaux sociaux avec des actions engageantes (quiz, hashtag, stories), et des vidéos immersives pour montrer la réalité du terrain, tout en maintenant une présence active avec des publications régulières sur les plateformes. Le site Internet centralisera les informations et diffusera la conférence de presse ainsi que des vidéos explicatives.

Date

Lancement de la stratégie digitale : 2 semaines avant l'événement principal.

Poursuite des actions : Pendant et après l'événement, avec une intensification lors des ateliers mensuels.

Réseaux concernés

- Réseaux sociaux : Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube
- Site Internet : Page dédiée à la campagne sur le site du CHU

Collaboration



120k abonnés sur Instagram
126k abonnés sur Facebook



74,5k abonnés sur Instagram



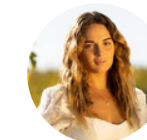
109k abonnés sur Instagram
192k abonnés sur Facebook



198k abonnés sur Instagram
Environ 15k likes par post

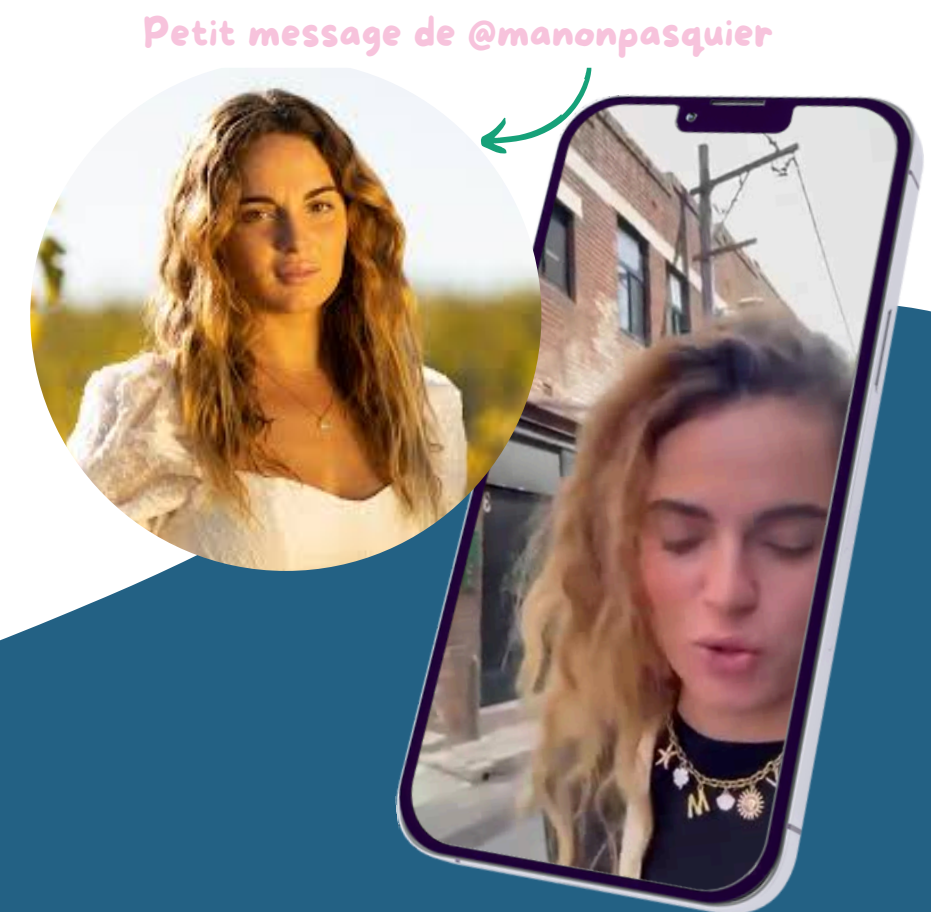
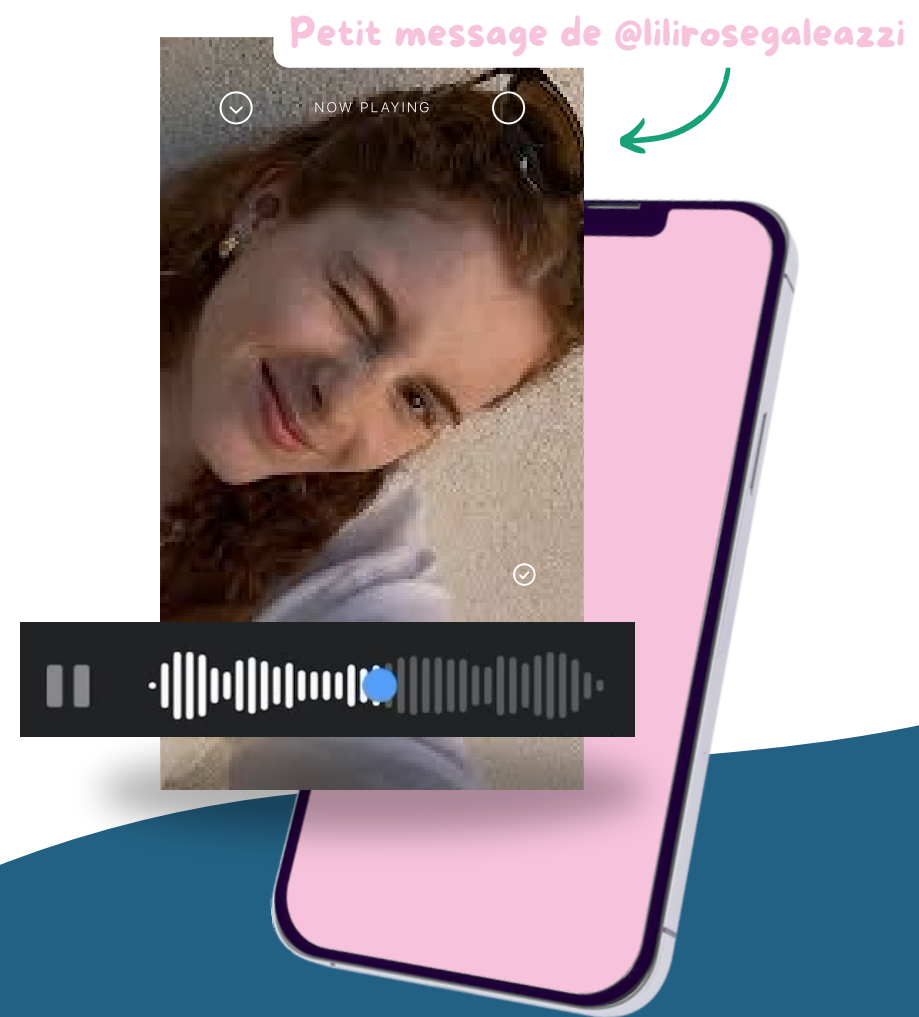
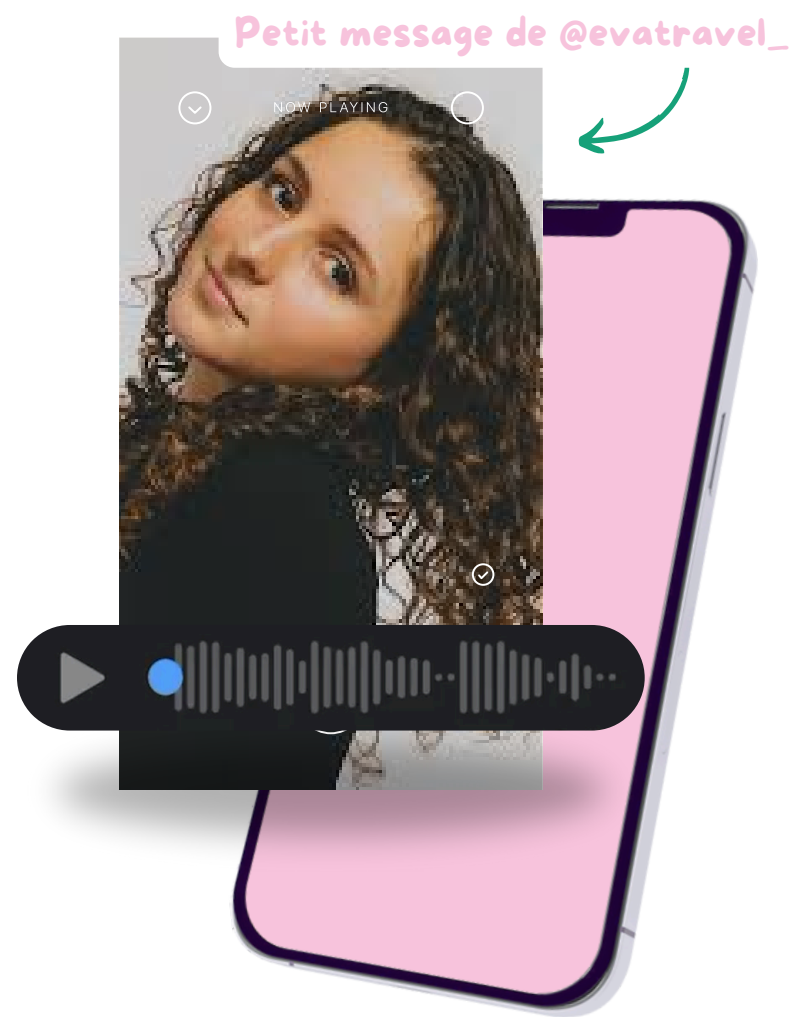


189k abonnés sur Instagram
Environ 15k likes par post



441k abonnés sur Instagram
Environ 30k likes par post

Confirmation des créatrices de contenus



La stratégie digitale

Créer de l'engagement

#ZeroViolenceCHU

Encourager les contenus générés par la communauté du CHU : pour promouvoir l'événement, mais aussi pour faciliter les retours des visiteurs.

Ces contenus seront repartagés en stories par le CHU pour créer une proximité avec les utilisateurs. Les abonnés du CHU seront encouragés à partager des messages bienveillants envers le personnel soignant via ce #.

Story Quiz

Publication de stories Quiz pour transmettre des données choquantes et faire prendre conscience au grand public de l'importance d'une telle campagne. Sensibilisation au sujet en amont de l'événement.

Illustrer la réalité du terrain

Réel Interview

Séries de courtes vidéos d'interviews dynamiques du personnel soignant du CHU. C'est ici l'occasion de partager des témoignages impactants illustrant les messages de la campagne de communication de manière.

Coulisses des urgences

Courtes vidéos informatives et immersives dans le quotidien du personnel soignant aux urgences du CHU. Elles permettent, par exemple, d'expliquer comment sont traités les ordres de passage.

Valoriser la campagne de com

Partage des visuels

Partage des visuels de la campagne de communication pour créer de la cohérence dans l'utilisation des divers supports et canaux de communication. Répéter permet au public de mieux retenir les messages.

Oeuvres artistiques

Partage des œuvres artistiques créées par nos partenaires et illustrant le stress et les violences subies par le personnel soignant des urgences.

Infographie

Partage des données chiffrées chocs pour sensibiliser le grand public à ces violences. C'est un bon format pour le compte LinkedIn du CHU.



La stratégie digitale



Actualité sur le site Internet

Diffusion du programme de l'événement et partage du communiqué de presse.

Partage de la conférence

Diffusion de la conférence en direct sur la chaîne Youtube du CHU



CHU Bordeaux

@chubordeaux • 11,4 k abonnés

Logistique & résultats

Responsables de l'action

- Community Manager : Gestion quotidienne des comptes sociaux (Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn).
- Équipe Audiovisuelle : Création des vidéos immersives et interviews (réels, coulisses des urgences).
- Webmaster : Gestion et mise à jour de la page dédiée sur le site Internet du CHU.
- Relations Presse : Suivi des retours presse et diffusion de contenus liés à la conférence.

Budget estimé

Cette action sera réalisée en interne, sans coût additionnel majeur.

Outils et moyens nécessaires

- Logiciels de création de contenu visuel (Canva, Adobe Suite).
- Caméra et équipement vidéo pour la création des contenus immersifs.
- Outils de gestion des réseaux sociaux (Hootsuite, Buffer).

Échéancier

- J-14 : Lancement des premières publications avec le hashtag et les stories quiz.
- J-7 : Diffusion des premiers réels interviews et des vidéos immersives sur les coulisses des urgences.
- Jour J : Diffusion en direct de la conférence sur YouTube, publications d'extraits et des interviews.
- Post-événement : Poursuite des publications autour des ateliers mensuels avec un focus régulier sur les témoignages.

Indicateurs de réussite

- Nombre d'interactions (likes, commentaires, partages) sur les publications de la campagne.
- Taux d'utilisation du hashtag #ZeroViolenceCHU sur les réseaux sociaux.
- Taux de participation aux quiz et aux sondages sur les stories.
- Nombre de vues des vidéos (réels, interviews) sur Instagram et YouTube.
- Trafic sur la page dédiée à la campagne sur le site Internet.
- Nombre de partages des contenus liés à la campagne sur LinkedIn et Twitter.

Fiche bonus Ateliers de Sensibilisation Mensuels

Objectif

Sensibiliser le public et le personnel hospitalier aux violences en milieu hospitalier et renforcer la culture du respect et de la bienveillance via des ateliers interactifs et immersifs.

Description de l'action

Les ateliers de sensibilisation seront organisés chaque mois dans le hall du CHU de Bordeaux. Chaque session inclura des témoignages anonymes, des jeux de rôle immersifs sur les situations conflictuelles, et un mur de la reconnaissance. L'objectif est d'offrir un espace de dialogue et de réflexion, permettant au public d'interagir directement avec les contenus et de mieux comprendre les réalités auxquelles sont confrontés les soignants.

Date

- Première session : Mois de lancement (date à définir)
- Fréquence : Mensuelle (1ère semaine de chaque mois)

Lieu

- Librairie Mollat (Station Ausone)
- Auditorium CHU
- Espaces verts à Bordeaux
- Les facultés et les écoles

Participants

- Représentants du CHU : Membres de la direction, responsables de la communication
- Modérateurs/animateurs : Professionnels formés à l'animation des activités (jeux de rôle, mur de reconnaissance)

Public visé

- Patients, visiteurs, personnel soignant

Partenaires publics et institutionnels

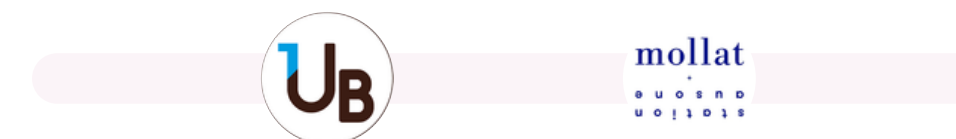
Monde du sport pour des coups d'envoi symboliques et inviter une personnalité du club :



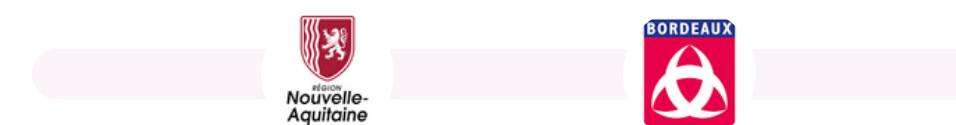
Affichage et transport pour des affiches dans les trams et bus, panneaux publicitaires et mini-film dans TER



Culture et université pour des conférences mensuelles auprès du public bordelais et des ateliers de sensibilisation auprès des étudiants :



Collectivité pour soutien financier et logistique ainsi qu'une visibilité



Contenu des ateliers

Introduction par un représentant du CHU

Explication de l'intégration des ateliers à la campagne « Zone Zéro Violence » et rappel des enjeux.

Mur de la reconnaissance

Tableau interactif ou digital pour recueillir des messages de gratitude des visiteurs à l'égard des soignants, animé par des modérateurs.

Témoignages anonymes

Affiches et vidéos présentant des récits anonymes du personnel hospitalier relatant des situations de violence vécues, dans un but de sensibilisation.

Jeu de rôle sur la gestion des conflits

Simulation interactive avec des casques audio de situations conflictuelles entre soignants et patients, suivie d'échanges modérés pour encourager la réflexion et améliorer la gestion des tensions.



Logistique & résultats

Responsables de l'action

- Coordination générale : Direction de la communication du CHU
- Animation et modération : Équipes internes et/ou partenaires externes spécialisés dans l'animation interactive et immersive

Budget estimé

Matériel interactif (mur de reconnaissance, affiches, etc.) : 300€
Animation jeux de rôle et modération : 600€/session
Contenu immersif : 1 500€ (achat ou location)
Communication : 300€ (support digital, flyers, etc.)
Goodies : (tote bag : 100 pour 250€) (badge : 100 pour 100€) = 350€

Total pour la mise en place : 3 100€

Outils et moyens nécessaires

- Espace d'exposition (hall principal)
- Matériel interactif (tableaux, affiches, projecteurs)
- Modérateurs et animateurs formés

Indicateurs de réussite

- Nombre de participants mensuels : Patients, visiteurs et membres du personnel
- Satisfaction des participants (enquêtes post-événement)
- Messages laissés sur le mur de la reconnaissance
- Impacts mesurés sur la compréhension des violences hospitalières (via sondages)

Échéancier

- M-1 : Coordination et planification des ateliers, sélection du matériel et des visuels pour l'exposition
- S-2 : Préparation des supports interactifs (mur de la reconnaissance, témoignages)
- S-1 : Installation du matériel, briefing des modérateurs et animateurs
- J+0 : Ateliers de sensibilisation et collecte de feedback
- J+7 : Analyse des indicateurs de réussite, ajustements pour la session suivante

Suivi et évaluation

Chaque session fera l'objet d'une évaluation par les participants (questionnaires de satisfaction) ainsi que d'un débriefing avec les équipes d'organisation pour ajuster les activités et améliorer l'impact des futures éditions.

merci d'avoir fait appel à l'équipe



**Emma
ALARIO**
CEO



**Zoé
THIÉFAÏNE**
Consultante



**Maëlle
LEBRETON**
DA



**Jade
SUIRE**
Resp. Digital



**Augustin
de GERMAY**
Chargé RP