



Voix Publique

Communication & mobilisation pour causes d'intérêt général

Campagne face-à-face d'information et de positionnement sur le don d'organes

Analyse de données



Méthodologie

- Les mobilisateurs avaient une démarche à la fois respectueuse et proactive d'approche des passants, leur proposant de s'arrêter pour s'informer et se positionner sur le don d'organes.
- Avec ceux qui s'arrêtaient, ils conduisaient **des entretiens individuels de 4 à 12 minutes**, et transmettaient de manière interactive des informations sur le don d'organes en validant :
 - la prise en considération de **3 messages** :
 - le don d'organes sauve des vies
 - aujourd'hui en France, on manque d'organes à greffer
 - il faut dire notre choix à nos proches
 - et la compréhension de **2 notions-clés** :
 - la mort encéphalique
 - le consentement présumé.



Mise en action

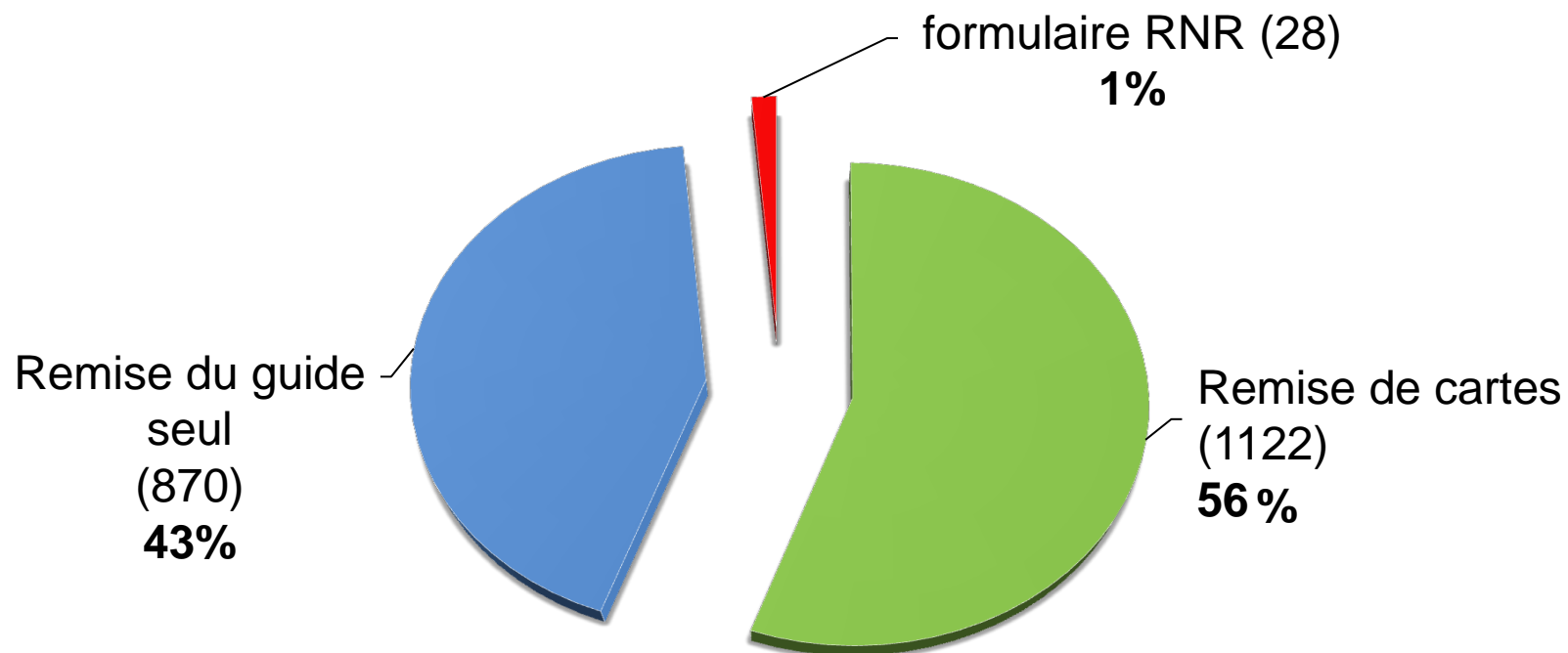
- A l'issue de l'entretien, après avoir demandé à l'interlocuteur s'il avait des questions complémentaires, le mobilisateur lui proposait de se positionner à titre personnel, ce qui aboutissait à **3 situations possibles** :
- « contre le don de mes organes » => remise d'un formulaire RNR (registre national des refus) + le guide d'information
- « besoin d'y réfléchir encore » => remise du guide d'information seul
- « favorable au don de mes organes » => remise des 4 cartes (1 carte donneur d'organes et 3 cartes-témoins, à remettre aux proches pour déclencher l'occasion de dire sa décision) + le guide d'information + un badge ruban vert « j'ai dit oui ! ».

Dans les rues de Montpellier

- Entre le 12 octobre et le 14 décembre 2012,
- avec en moyenne 5 mobilisateurs actifs sur le terrain,
- nous sommes allés à la rencontre des Montpelliérains au cours de 21 journées,
- en sillonnant les différents quartiers pour toucher la population de la ville dans toute sa diversité : de la Préfecture à Odysseum, du CHRU à Antigone, de Figuerolles à Port-Marianne.
- Au total, nous avons réalisé **372 heures de campagne**
(1 heure de campagne = 1 heure passée par 1 mobilisateur à la rencontre de la population).
- A raison de 5,4 entretiens menés en moyenne par heure (et par mobilisateur), nous avons conduit **plus de 2000 entretiens individuels**

Résultats quantitatifs

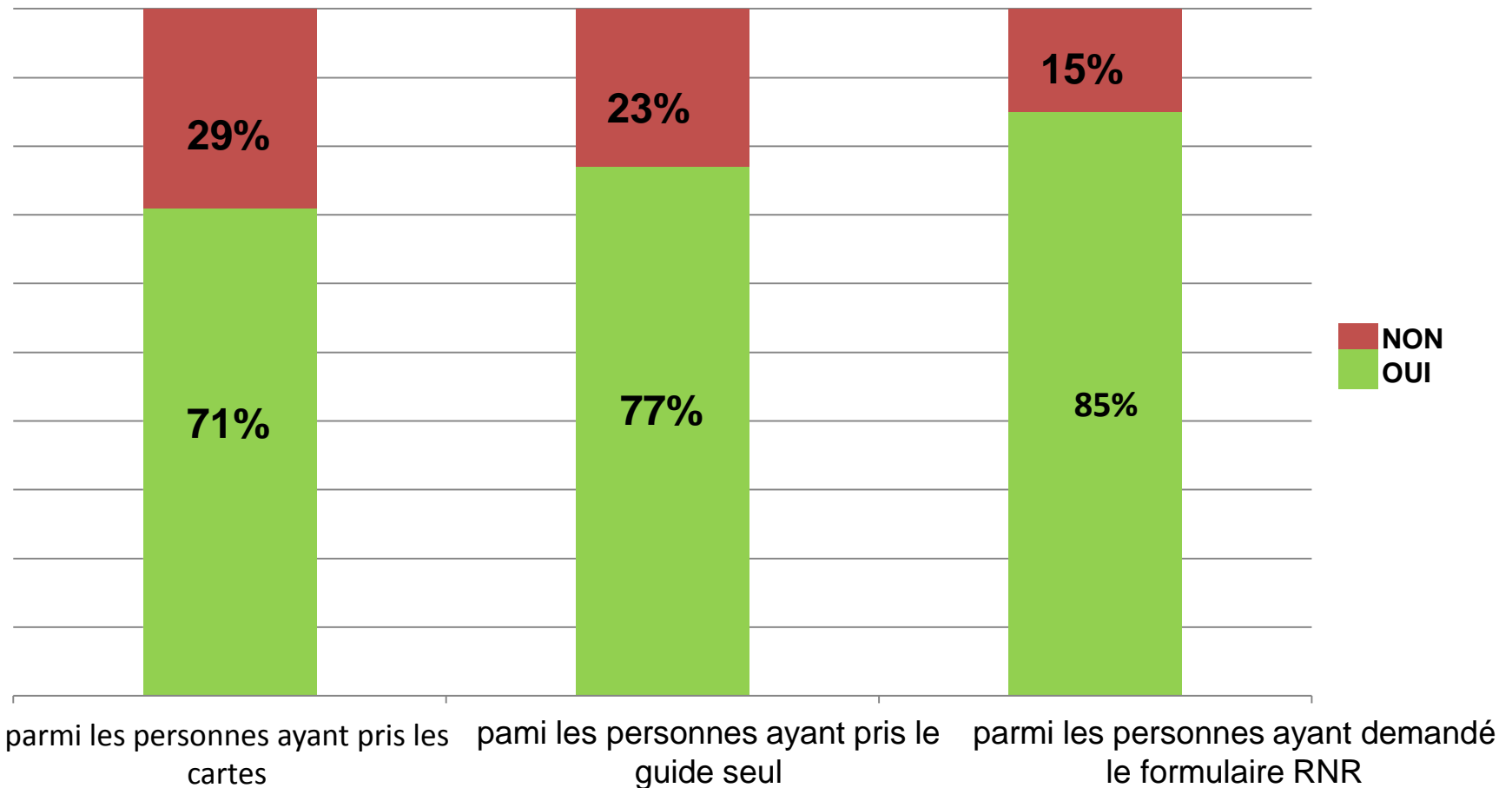
- Parmi les 2020 entretiens réalisés



Qui sont les passants qui s'arrêtent dans les rues de Montpellier?

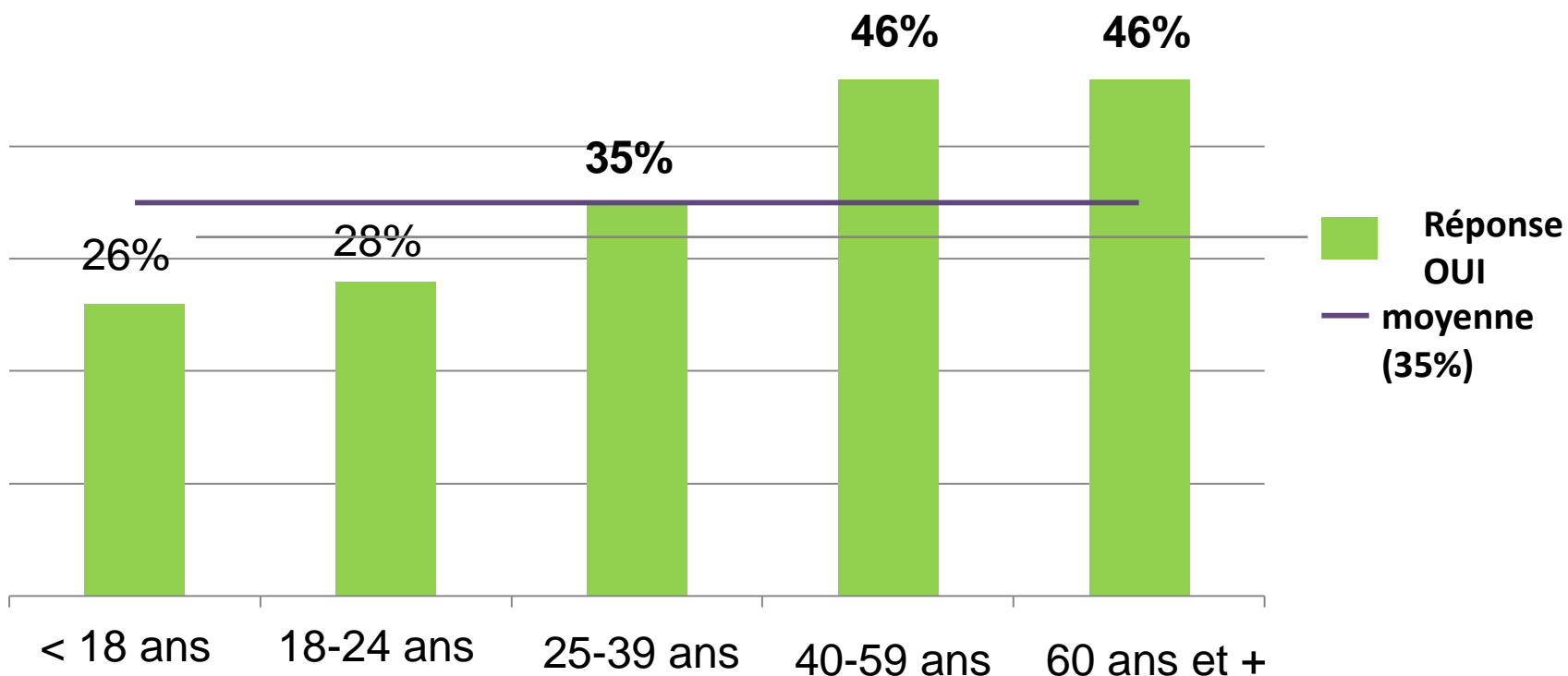
- Une légère majorité de **femmes** : 53%
- Plutôt **jeunes** :
34 ans en moyenne
68% ont moins de 40 ans
- De **CSP diversifiées** mais avec :
une sur-représentation d'étudiants : 40%
(44% du panel a moins 24 ans)
une sous-représentation des CSP+ : 6%
- Vivant à **proximité** :
61% habitant à Montpellier intra-muros
83% habitant dans le département de l'Hérault

Q1: Aujourd'hui, avez-vous appris des éléments nouveaux sur le sujet du don d'organes?



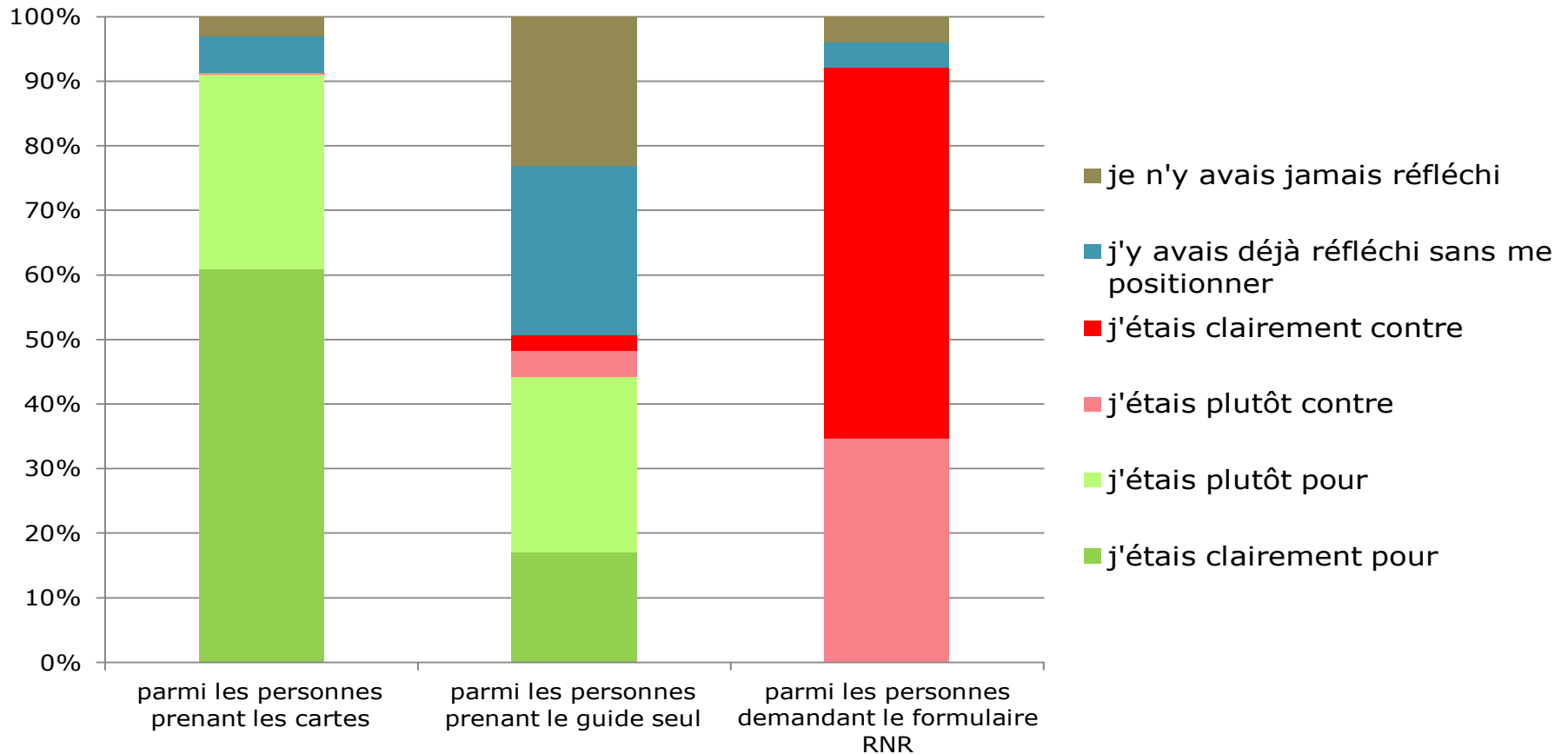
=> Une large majorité des 2020 personnes rencontrées déclarent avoir été mieux informées sur le don d'organes grâce à cette campagne.

Q 2: En particulier, connaissiez-vous le principe du consentement présumé tel que la loi le prévoit en France?



=> Le principe légal du consentement présumé est massivement ignoré de la population, et particulièrement chez les plus jeunes.

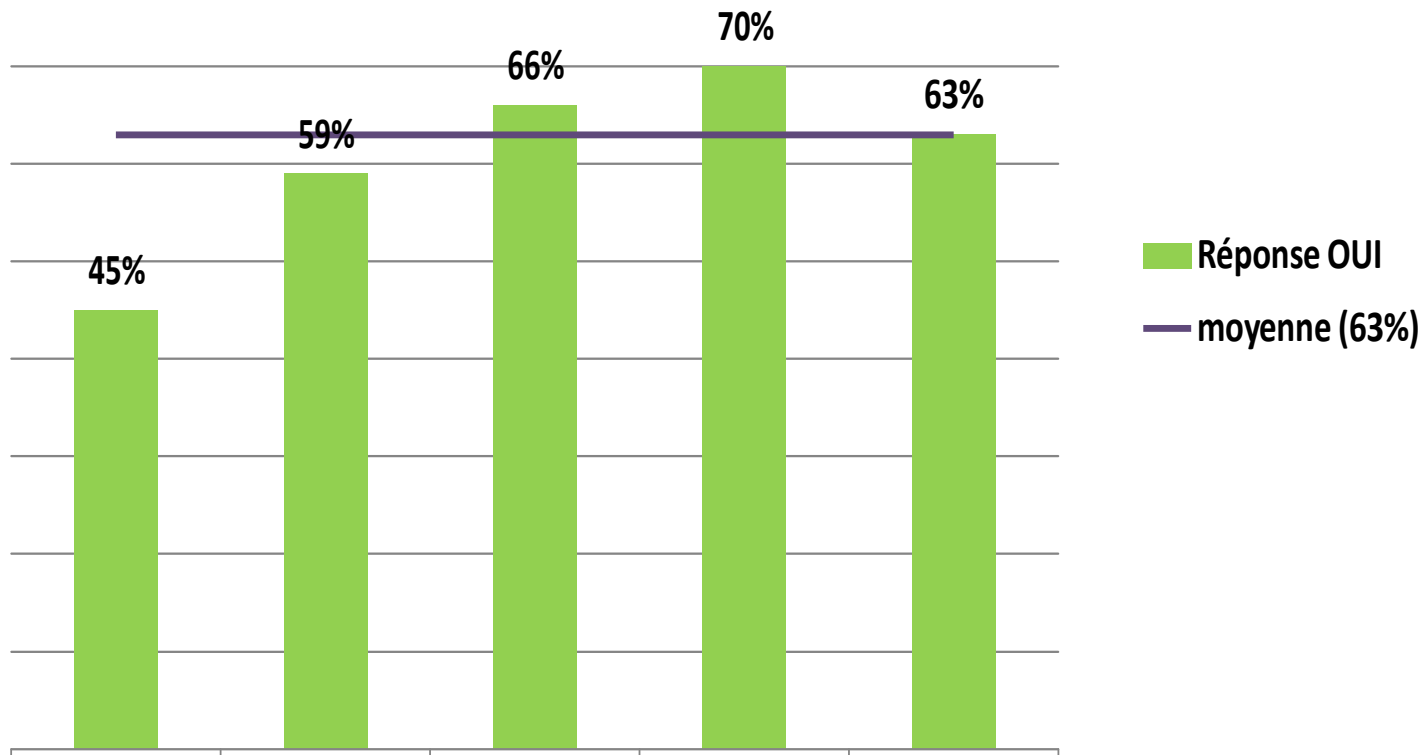
Q 3: Avant notre rencontre qu'elle était votre position sur le don de vos organes?



→ La rencontre face-à-face sur le sujet du don d'organes n'a pas fonction de « conversion », mais d'accompagnement dans la formalisation et l'expression de la position, la plupart du temps latente.

Q4: J'avais informé mes proches de ma décision

(question posée uniquement aux personnes déclarant avoir, avant notre rencontre, une position personnelle sur le don de leurs organes)



→ Parmi nos 2020 entretiens, plus d'1 personne sur 3 affirmant avoir une position personnelle claire sur le don d'organes n'a pourtant jamais déclaré cette position à un proche.

Suivie du positionnement

Repères méthodologiques :

- Les personnes s'étant positionnées favorablement lors de la rencontre, et ayant pris sur place le kit carte de donneur + 3 cartes-témoins (et reçu aussi le guide d'information sur le don d'organes), étaient invitées à retourner librement et gratuitement ce coupon-réponse pour déclarer les actions entreprises suite à la rencontre face-à-face.
 - Ce questionnaire retour reste anonyme mais chaque coupon a été numéroté de manière bilatérale avec le questionnaire initialement rempli dans la rue ; ce qui permet une analyse croisée des réponses.
- Taux de retour de l'évaluation partie 2 (coupon T pré-timbré) : **12,5 %**
- Panel de **140 répondants**
- NB : cela ne signifie pas que seuls 12,5% des personnes rencontrées ont agi suite à la rencontre ; ce chiffre est celui des personnes qui librement et spontanément ont accepté (et gardé en tête) de nous dire comment elles étaient passées à l'action suite à l'entretien dans la rue. En ce sens, c'est un résultat très satisfaisant.**

don d'organes
je m'informe, je le dis
www.dondorganes.fr

SUITE À NOTRE
RENCONTRE :

- J'ai évoqué le sujet du don d'organes avec mon entourage. OUI NON
- J'ai confié ma position personnelle à un ou des proches. OUI NON
- J'ai utilisé 0 1 2 3 cartes-témoins pour en parler à mes proches.
- Lorsque j'ai confié ma position à mes proches, certains d'entre eux m'ont à cette occasion confié leur propre position sur le don d'organes. OUI NON

Si oui, combien de proches m'ont dit leur position ?
 2 (indiquer le nombre)

Commentaire libre sur cette campagne :

Grâce à ces cartes j'ai
réussi à connaître la position
de ma mère.
Cela m'a été très
utile. 0003241

Montpellier

Suite à notre rencontre...

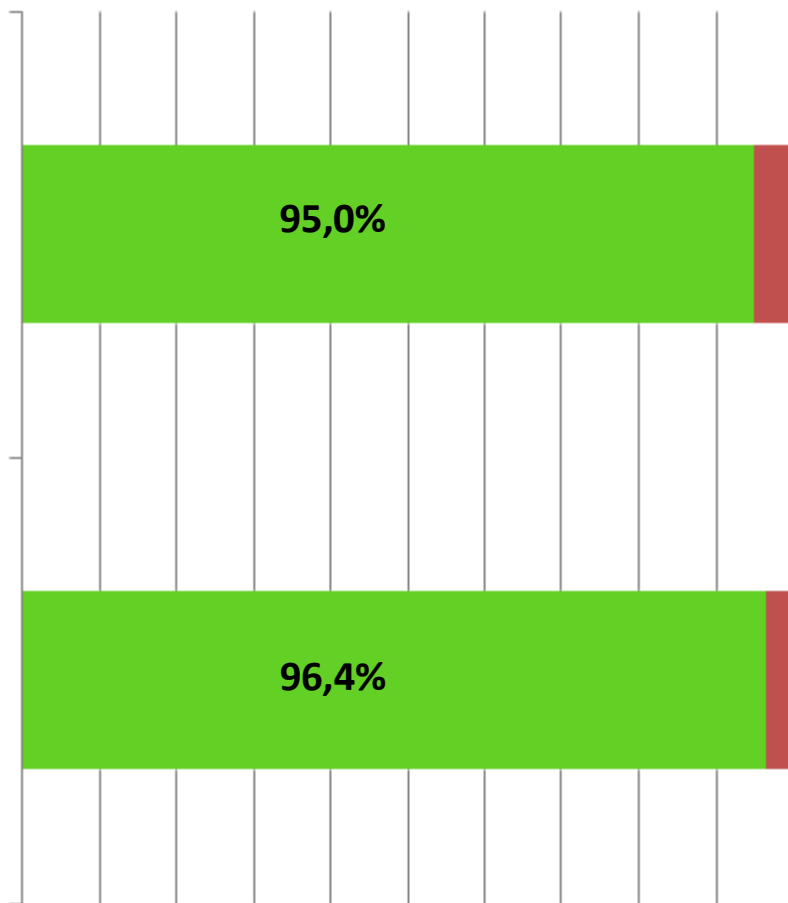
J'ai évoqué le sujet du don d'organe
Avec mon entourage

95,0%

J'ai confié ma position personnel
À un ou des proches

96,4%

OUI
NON



Les principaux enseignements

- Le don d'organes est un sujet complexe, mais qui intéresse largement la population, **réceptive** et **curieuse** de s'informer sur cette question, y compris dans la rue, auprès d'Ambassadeurs bien formés.
- La campagne a rempli ses objectifs auprès des Montpelliérain(e)s, en contribuant à :
 - sensibiliser le grand public à la cause du don d'organes
 - mieux faire connaître le cadre légal existant (consentement présumé)
 - donner l'occasion de réfléchir, de prendre position, et de communiquer sa décision à son entourage.