

FICHE-ACTION 4

Communiquer efficacement avec le grand public

• Descriptif de l'action

Cette action vise à diffuser des messages clairs et ciblés sur le moustique-tigre, en s'appuyant sur des supports adaptés aux différents publics. Elle permet d'informer, de sensibiliser et de mobiliser les habitants autour des gestes de prévention. Elle s'intègre dans une stratégie globale de communication locale, cohérente et visible



• Objectifs recherchés

- **Renforcer l'impact** des actions de prévention en adaptant les messages aux publics concernés.
- **Utiliser des supports cohérents**, visuellement reconnaissables, diffusés sur des canaux complémentaires.
- **Favoriser une prise de conscience** durable et l'adoption de gestes barrières simples.

• Actions à déployer (avril à septembre)

- **Identifier** les types d'habitat et de publics concernés (habitat collectif, individuel, commerces, campings, ERP, friches, etc.).
- **Définir** les messages selon les contextes : gestes concrets à adopter, risques encourus, relais mobilisables.
- Supports de communication :
 - **Print** : affiches thématiques (campings, habitats collectifs, cimetières, etc.), flyers, guides pratiques, check-lists.
 - **Numérique** : vidéos pédagogiques, spot radio, site web moustiquetigre.org, posts réseaux sociaux.
 - **Évènementiel** : banderoles, kits d'exposition, kakémonos, outils pédagogiques.
- Canaux :
 - **Espaces publics** : mairie, écoles, marchés, centres sociaux, pharmacies.
 - **Canaux municipaux** : site web communal, bulletin local, panneaux lumineux.
 - **Médias numériques** : Facebook, Instagram, YouTube...
 - **Partenariats avec presse locale**, radios ou influenceurs territoriaux si possible.
- Ressources nécessaires : agents de communication, élus, référents « moustique » communaux.
Budgetéter l'impression ou sponsoring local possible.
- Coordination : plan annuel de communication sur la saison de prolifération, veiller à la cohérence visuelle et des messages, suivi de la diffusion des supports et mesurer leur impact (questionnaires, taux de fréquentation, retours terrain).

À savoir

- 97 % de la population de la région PACA est impactée par son implantation.
- 80 % des gîtes se trouvent en intradomiciliaires.