

23^e Conférence nationale sur la promotion de la santé

Marketing et promotion de la santé: de la transmission du savoir au changement de comportement

Jeudi 27 janvier 2022 | Kursaal Berne

PROGRAMME

= avec traduction simultanée

8h15 Accueil, enregistrement et café de bienvenue au Forum West

Allocution de bienvenue

9h15 **Guido Graf**, Conseil de Fondation de Promotion Santé Suisse, Département de la santé et des affaires sociales du Canton de Lucerne
Verena Nold, santésuisse

Séance plénière I

9h25 **Pour changer les comportements en matière de santé, la motivation ne suffit pas: il faut recourir au marketing social et au nudging pour avoir des communautés en meilleure santé (EN)**
L. Suzanne Suggs, Prof. Dr, Université de la Suisse italienne

9h45 **Notre cerveau est-il raisonnable? (D)**
Lutz Jäncke, Prof. Dr, Université de Zurich

10h05 **Questions**

10h20 Pause et réseautage au Forum West ainsi que transfert dans les salles



Sous-plénières et ateliers – Partie I

10h50 **Vous avez le choix!**
Choisissez l'une des offres (à partir de la page 3).


11h50 **Buffet au Forum West et transfert dans les salles**

Sous-plénières et ateliers – Partie II

13h00 **Vous avez le choix!**
Choisissez l'une des offres (à partir de la page 4).


14h00 **Transfert vers la salle plénière**

Séance plénière II

14h20 **Application des approches comportementales à l'action publique: analyse internationale et pistes de réflexion (F)**
 Valéry Bezençon, Prof. Dr, Université de Neuchâtel

14h40 **Questions**



14h50 **Interview politique (D/F)**
Marketing social: manipulation ou information?
 Thomas Burgherr, Conseiller national (UDC/AG), membre de la Commission de l'économie et des redevances (CER)
Sophie Michaud Gigon, Conseillère nationale (G/VD), membre de la Commission de l'économie et des redevances (CER)
Sonja Hasler, Modératrice

15h20 **Remerciements et perspectives**



15h30 **Apéritif au Forum West**

Vous trouverez des informations sur le contenu des interventions, des sous-plénières et des ateliers sur notre site web dédié à la conférence à la rubrique «[Programme](#)».

Dans les pages suivantes, vous trouverez un aperçu des offres électorales, qui se déroulent en parallèle de 10h50 à 11h50 et de 13h00 à 14h00.

SOUS-PLÉNIÈRES ET ATELIERS

Partie I de 10h50 à 11h50

Sous-plénière I: Nudging: de quoi s'agit-il précisément?

Le nudging dans la promotion de la santé: ouvrir la voie à des décisions saines (D)

Ida Ott, Fachhochschule Nordwestschweiz

Nudging éthique by design: comment influencer sans manipuler (F)

Christine Clavien, Dr, Université de Genève

Sous-plénière II: La communication peut-elle induire des changements de comportement durables?

Communiquez vos messages avec succès dans les médias sociaux (D)

Marc K. Peter, Prof. Dr, Fachhochschule Nordwestschweiz

Quelles leçons tirer de la campagne liée au coronavirus (D)

Adrian Kammer, Office fédéral de la santé publique OFSP

Michael Hermann, Dr, Sotomo

Atelier 1

Der verhaltensökonomische Leitfaden: Verhalten verstehen und adressieren (D)

Nadine Orillard, Bundesamt für Gesundheit BAG

Atelier 2

Implementierungsforschung: Von der Forschung in die Praxis – und zurück (D)

Mathis Brauchbar, advocacy AG

Atelier 3

Verhaltensänderung über Kommunikation und Kampagnen (D)

Jan Schlink, Pro Juventute

Atelier 4

Gesucht: eine zündende Idee! Einblicke in die Kampagnenarbeit der BFU (D)

Jürg Beutler, Beratungsstelle für Unfallverhütung BFU

Atelier 5

Santépsy: une campagne pour promouvoir la santé mentale tout au long de la vie (F)

Stéphanie Romanens-Pythoud, Coraasp

Atelier 6

Jugendliche on- und offline mit Gesundheitsförderungsbotschaften erreichen (D)

Daniel Süss, Prof. Dr., Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

Atelier 7

Un «serious game» pour sensibiliser les jeunes aux stratégies marketing pour les produits du tabac (F)

Vanessa Prince, Unisanté – Centre universitaire de médecine générale et santé publique

Atelier 8

Nudging in der Gastronomie: Erfahrungen, Zahlen und Praxisbeispiele aus unseren

Personalrestaurants (D)

Marcel Fuchs Piot, SV Group

Atelier 9

Sick Style – The Millennial World Of Sadness: Neue Forschungsergebnisse zum digitalen Umgang mit Krisen (D)

Angel Schmocker, Zürcher Hochschule der Künste

Atelier 10

Gesundheitskompetenz nach Corona: Wo stehen wir? Wie entwickelt sich das Konzept weiter? (D)

Saskia De Gani, Dr. sc. nat., Careum Stiftung

Rebekka Jaks, Careum Stiftung

Partie II de 13h00 à 14h00

Sous-plénière III: L'économie montre à la promotion de la santé combien le marketing peut être efficace

Du marketing à une promotion de la santé et prévention efficaces? (D)

Daniel Rochat, SWICA Organisation de santé

La neuropsychologie et les sciences du comportement: quelle utilité dans le marketing de la santé? (F)

Julien Intartaglia, Dr, HEG Arc

Sous-plénière IV: Neuropsychologie pour les jeunes et les moins jeunes

Le cerveau étonnant des adolescent-e-s en pleine puberté – La performance maximale et son prix (D)

Doris Grauwiler, Perspektive Thurgau

Ô matière blanche, pourquoi je n'ai pas peur de vieillir? (F)

Cherine Fahim, Dr, Faculté de Médecine, Université de Montréal, Endoxa Neuroscience

Atelier 11

Promouvoir la santé et prévenir les maladies: un argumentaire pour montrer l'impact de nos actions (D/F)

Alexia Fournier Fall, Commission de Prévention et de Promotion de la Santé du GRSP (CPPS)

Silvia Steiner, Vereinigung der kantonalen Beauftragten für Gesundheitsförderung (VBGF)

Atelier 12

Voneinander lernen für die Gesundheitsförderung im Alter in den Gemeinden (D)

Claudia Kessler, Dr. med., Public Health Services PHS

Dominik Weber, Gesundheitsförderung Schweiz

Karolina Staniszewski, Kanton St. Gallen

Atelier 13

Blick auf dreizehn Jahre mit dem Label «Bisich fit?» (D)

Denise Rudin, Gesundheitsamt Graubünden

Atelier 14

Praxisbeispiel: Durch Social Media Eltern zu Ernährung und Bewegung erreichen (D)

Michèle Geissbühler, Perspektive Thurgau

Atelier 15

Le Nutri-Score – un outil d’information et d’incitation (F)

Barbara Pfenniger, Fédération romande des consommateurs FRC

Atelier 16

Instagram und Influencers: Informationskampagne zum Thema Spirituosenwerbung (D)

Cecilia Ben Salah-Paschoud, Eidgenössische Zollverwaltung EZV

Atelier 17

«Mission Télomère»: un escape game ludo-pédagogique qui renforce les ressources personnelles des jeunes (F)

Véronique Pittet, PEPS Prévention et promotion de la santé

Atelier 18

«Motivierende Gesprächsführung» – Von der Kunst, Lebensstiländerungen anzustossen und erfolgreich umzusetzen (D)

Petra Maria Schwarz, Dr., Dr. Schwarz & Partner

Atelier 19

«Jenseits von Nudging und Marketing: Motivierende Gesprächsführung in der Arztpraxis» – das Projekt PEPra (D)

Carlos Quinto, Dr. med., Verbindung der Schweizer Ärztinnen und Ärzte FMH

Salomé Steinle, Verbindung der Schweizer Ärztinnen und Ärzte FMH

Atelier 20

Nudging in der Praxis des Betriebes: Vom Ziel zur Umsetzung im eigenen Projekt (D)

Ida Ott, Fachhochschule Nordwestschweiz

Visitez-nous en ligne sur
www.conference.promotionsante.ch