



Comment ça va tout le monde ?

Comme le disait Charles Trenet, « **Y'a d'la joie. Partout, y'a d'la joie** ». Pourtant, forcé est de constater que parfois il n'y en a pas...

Selon une étude menée par Vivavoice en 2025, **un quart des Français estiment en effet que l'état de leur santé mentale s'est détérioré au cours des 12 derniers mois**.

On pourrait se dire que les choses changent et que la vision portée par la société sur les personnes atteintes de troubles psychiques évolue. Pourtant, selon la même étude, **44 % des Français estiment que les personnes atteintes ne sont pas en mesure de mener une vie normale** et pour 41 %, que ces personnes **représentent même un danger**.

Ce qui, logiquement, explique que **73 % des Français estiment qu'il est difficile de parler de ses troubles de santé mentale en société**...

Face à tous ces constats, le Gouvernement a fait de la santé mentale la **Grande cause nationale 2025**. Sous le marqueur « Parlons santé mentale ! », il invite à briser les tabous et à donner de la visibilité aux dispositifs existants pour accompagner les usagers.

Le coin des bonnes nouvelles

Fort heureusement, l'envie de changement se fait sentir : **82 % des Français souhaitent qu'à l'avenir la santé mentale ne soit plus un tabou !**

Pour commencer, la santé mentale, c'est une histoire de quotidien, et bien entendu de travail : **67 % des salariés français estiment que le travail est le facteur qui impacte le plus leur santé mentale**.

- De nombreux éléments de la vie permettent d'en prendre soin :
 - o l'alimentation y contribue pour 59 % des Français ;
 - o le sommeil pour 51 % ;
 - o l'activité physique et sportive pour 49 % (on ne le répétera jamais assez mais « **Bouge 30 minutes par jour** » !).

Mais il existe également des dispositifs d'aide à l'instar du **3114** (numéro national de prévention du suicide), de « **Mon soutien psy** » (identifié par 38 % des usagers) ou encore de **psycom.org** – et bien d'autres sur **santementale.gouv.fr**.

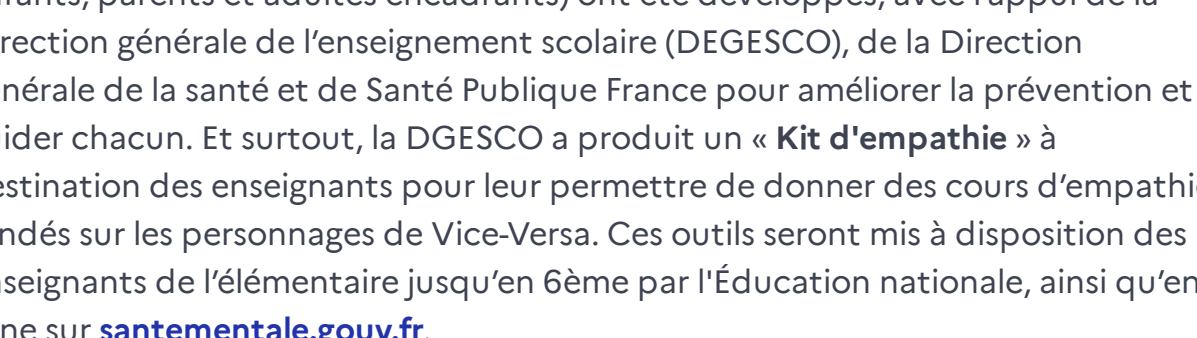
Bienvenue dans ce 20e numéro de GouvX, la lettre d'information qui décrypte les meilleures campagnes où les acteurs unissent leurs forces au service de l'intérêt général.

Zoom sur le partenariat Gouvernement x Disney

✳ **Entre Joie et Tristesse, il n'y a qu'un pas : quand les personnages de Vice Versa s'engagent pour la santé mentale**

Dans le cadre de la **Grande cause nationale 2025**, le Service d'information du Gouvernement (SIG), le ministère de l'Éducation nationale et **The Walt Disney Company France** lancent un dispositif inédit de prévention et de sensibilisation inspiré de l'univers des films d'animation Pixar, **Vice-Versa**.

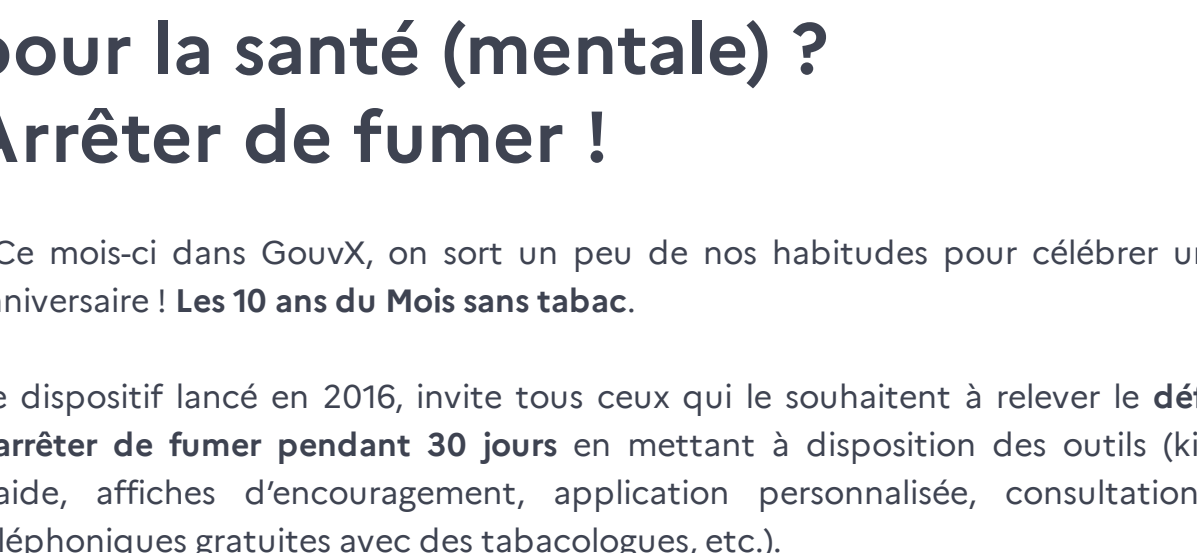
L'objectif ? Capitaliser sur la popularité et l'universalité des personnages de Vice-Versa (référence culturelle avec plus de 8 millions de spectateurs pour le dernier opus) pour aider les enfants et leurs familles à aborder, comprendre et mieux exprimer leurs émotions de manière décomplexée et non stigmatisante, et encourager une culture de la prévention dès le plus jeune âge.



Un double dispositif concret dès le 10 octobre

Actions sur le terrain et pédagogie : Des livrets pédagogiques (destinés aux enfants, parents et adultes encadrants) ont été développés, avec l'appui de la Direction générale de l'enseignement scolaire (DGESCO), de la Direction générale de la santé et de Santé Publique France pour améliorer la prévention et guider chacun. Et surtout, la DGESCO a produit un « **Kit d'empathie** » à destination des enseignants pour leur permettre de donner des cours d'empathie fondés sur les personnages de Vice-Versa. Ces outils seront mis à disposition des enseignants de l'élémentaire jusqu'en 6ème par l'Éducation nationale, ainsi qu'en ligne sur **santementale.gouv.fr**.

Campagne de sensibilisation nationale : à l'occasion de la **journée mondiale de la santé mentale du 10 octobre**, un spot vidéo a été largement diffusé et complété par une campagne d'affichage urbain. Cette expression conjointe et inédite est **soutenue par une cohorte d'acteurs engagés**, partenaires majeurs du Gouvernement et de The Walt Disney Company France : la **Fédération hospitalière de France, l'Alliance santé mentale, Doctolib, Webedia Care, JC Decaux** et **UGC**.



Vous savez ce qui est bon aussi pour la santé mentale ?

Arrêter de fumer !

Ce mois-ci dans GouvX, on sort un peu de nos habitudes pour célébrer un anniversaire ! **Les 10 ans du Mois sans tabac**.

Ce dispositif lancé en 2016, invite tous ceux qui le souhaitent à relever le défi d'**arrêter de fumer pendant 30 jours** en mettant à disposition des outils (kit d'aide, affiches d'encouragement, application personnalisée, consultations téléphoniques gratuites avec des tabacologues, etc.).

Pourquoi 30 jours ? Parce qu'arrêter pendant un mois, c'est **5 fois plus de chances d'arrêter tout court !**

Et quel est le rapport avec la santé mentale ?

Eh bien parce qu'arrêter de fumer, c'est bon pour son corps mais c'est aussi bon pour sa tête !

« **Contrairement aux idées reçues, arrêter de fumer c'est retrouver sérénité, concentration et sommeil paisible...** » (source : Tabac info service).

Alors en ce mois de novembre 2025, on prend une grande bouffée (d'air frais !) et **on arrête la cigarette !**

Et si vous souhaitez rejoindre la communauté des **partenaires de Mois sans tabac** ? Rendez-vous sur le site des partenaires du dispositif et trouvez de multiples ressources pour vous accompagner (ici).



Il faut bien que jeunesse s'engage !

Proposé par les étudiants du master en communication publique et politique de l'université catholique de l'Ouest, le dispositif de communication « **Ça va ?** » a remporté le **trophée C.L.E.F de la catégorie « Nouveaux regards » des Prix de la communication de l'État**. Il a un tel potentiel qu'il sera diffusé dans le cadre de la séquence Jeunesse de la Grande cause nationale !

« **Ça va ?** »

Le dispositif de communication, qui vise à **sensibiliser les jeunes de 18-25 ans et les aidants**, repose sur un levier simple et universel : une question anodine qui masque souvent une **détresse réelle**.

L'objectif : **libérer la parole, favoriser l'identification et orienter vers des solutions concrètes**.

Vous voulez relayer cette belle initiative ? **Contactez-nous pour en savoir plus !**



Votre succès, notre prochaine histoire !

Au Gouvernement, nous croyons en la force de la collaboration et en l'impact des partenariats authentiques.

Devenir partenaire de l'État, c'est non seulement valoriser vos engagements de manière créative et innovante, mais aussi intégrer une communauté d'acteurs mobilisés.

Tenant n'est-ce pas ? Cliquez ci-dessous

[Devenir partenaire de l'État](#)

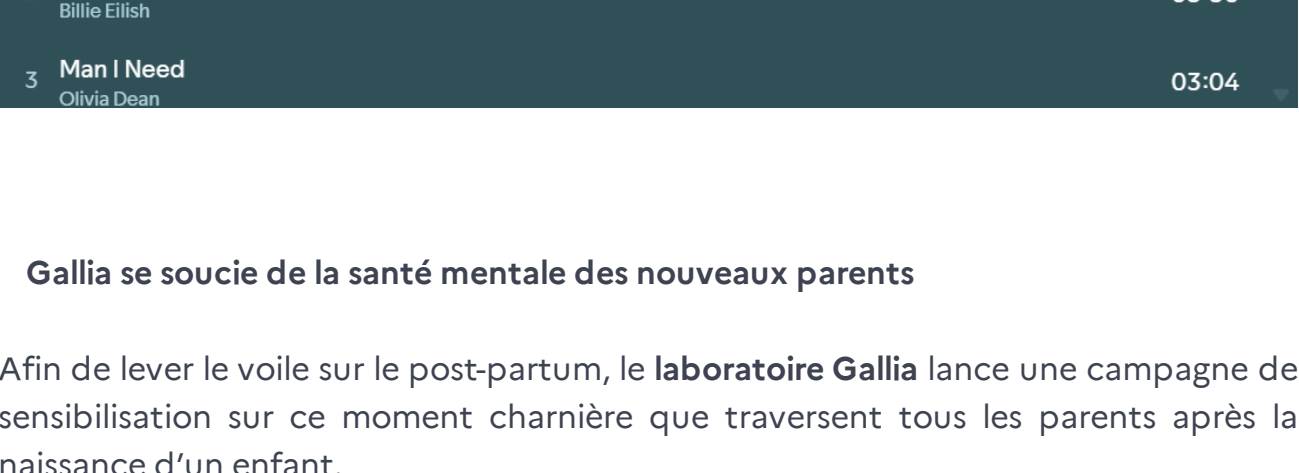
L'union fait la force : d'autres exemples d'acteurs qui s'engagent

Spotify et Nike s'associent pour créer LA playlist pour la santé mentale

Afin de soutenir la santé mentale des adolescentes face aux pressions sociétales, Spotify et Nike ont lancé une campagne ambitieuse et bien pensée : « **Make Moves** ».

À travers cette initiative internationale, les deux marques invitent les jeunes filles à « **bouger sur une chanson par jour** », pour **redonner à l'activité physique son sens de plaisir, loin de la performance ou du jugement**. Au cœur de la campagne se trouve un **playlist collaborative**, coconstruite par des artistes, des athlètes et des adolescentes elles-mêmes, destinée à célébrer le mouvement dans sa liberté.

Le projet s'appuie sur un pilote réalisé au Royaume-Uni, qui avait déjà prouvé son impact : **plus 20 % de confiance en soi, plus 40 % d'activité physique régulière, et moins 19 % de sentiments fréquents d'anxiété** parmi les participantes.



Gallia se soucie de la santé mentale des nouveaux parents

Afin de lever le voile sur le post-partum, le **laboratoire Gallia** lance une campagne de sensibilisation sur ce moment charnière que traversent tous les parents après la naissance d'un enfant.

Basée sur **trois études menées avec Ipsos et décryptées par la psychosociologue Christèle Albaret**, cette initiative met en lumière une réalité souvent passée sous silence : **79 % des mamans se disent émotionnellement à bout et 72 % des papas psychologiquement épuisés**.

À travers sa campagne « **Et si l'on demandait d'abord : comment ça va, toi ?** », Gallia invite à libérer la parole et à replacer la santé mentale parentale au cœur des discussions. En partenariat avec **Bliss Stories, SOS Préma** et **La Clinique e-Santé**, la marque appelle à devenir acteur du bien-être des personnes.



Pour Paramount, la santé mentale c'est la santé !

Engagée à faire reconnaître que la santé mentale est essentielle au même titre que la santé physique, **Paramount** déploie à l'international sa campagne « **Mental Health is Health** ».

L'objectif : **sensibiliser, déstigmatiser et offrir des ressources concrètes** pour encourager chacun et chacune à prendre soin de sa santé psychique. Au cœur de l'initiative, la série « **From Me To You** », où des artistes et personnalités partagent leurs expériences, ainsi qu'un spot diffusé sur les chaînes du groupe pour la **Journée mondiale de la santé mentale**.

En partenariat avec la **Born This Way Foundation, ChangeX** et **Throughline**, Paramount met à disposition des outils gratuits pour apprendre à repérer les signes de détresse et trouver de l'aide localement.



The Desk Break, une campagne signée ASICS x Brian Cox pour parler bien-être mental au travail !

Promouvoir la santé mentale au travail c'est le nouveau défi que s'est lancé ASICS en signant une campagne percutante intitulée « **The Desk Break** ». Celle-ci montre que le **bien-être mental commence à chuter après seulement deux heures passées sans pause**, tandis que 15 minutes de mouvement suffisent à améliorer l'humeur, la concentration et la productivité.

Pour illustrer ce constat, un **spot** mené par **Brian Cox** met en scène un patron redoutable avertissant ses employés : « Le vrai danger, c'est votre bureau. » En utilisant l'humour, la marque incite les entreprises à intégrer des pauses actives grâce à la « **Desk Break clause** », un droit symbolique pour bouger sans culpabiliser.



On vous a transféré ce numéro ?
Inscrivez-vous à la liste pour recevoir le prochain GouvX directement dans votre boîte de réception.

