



Jouer collectif au service de l'intérêt général

La santé des femmes, un enjeu majeur de santé publique

Depuis quelques années, nous observons une libération de la parole des femmes dans tous les secteurs de la société pour dénoncer le sexisme. Et devinez quoi ? La santé n'y échappe pas.

En France, 6 femmes sur 10 estiment d'ailleurs que la santé des femmes reste le parent pauvre de la santé publique, révélant une conscience collective de ce déséquilibre.

Entre les problématiques de précarité menstruelle ou la mauvaise détection des maladies cardiovasculaires (première cause de mortalité féminine en France), la nécessité d'ouvrir le débat sur ces inégalités paraît, plus que jamais, nécessaire.

Et dans la tête des femmes, comment ça se passe ?

Euh... elle ne serait pas un peu hystérique ?

Nous avons déjà eu l'occasion d'en parler dans GouvX (cf. le numéro 14) mais la santé mentale est un véritable enjeu dans notre société. Elle a même été érigée en **Grande cause nationale 2025**.

Selon l'Ifop, 53 % des Français disent avoir été en souffrance psychique au cours des douze derniers mois.

Les femmes sont autant (voire plus) touchées par les problématiques de souffrance psychologique.

En effet, en 2024, 63 % d'entre elles se disaient en souffrance mentale, contre 48 % des hommes (SPLInserm, Les mots maternelles, avril 2024) et ne sont que 22 % à estimer leur état de santé mentale « très bon » contre 37 % des hommes.

Qu'il s'agisse de charge mentale à la maison, de difficultés dans la vie professionnelle ou encore d'éléments de la vie privée, les raisons de cette souffrance sont multiples et imprègnent tous les domaines de la vie.

Pourtant, en parler reste un tabou ! Face à ce constat, le Gouvernement s'engage, à travers des campagnes et des partenariats pertinents, à briser les tabous et à permettre d'ouvrir la parole sur le sujet.

Bienvenue dans ce 19e 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 l'événement « VoXe x Gouvernement »

« Libérée, Délivrée » : Parlons santé mentale des femmes

Le 3 juillet dernier, VoXe (un média-école engagé pour créer une société plus égalitaire) et le Gouvernement se sont associés pour coorganiser un événement dédié à la santé mentale des femmes.

L'objectif ? Ouvrir un espace de parole, d'information et de solutions concrètes autour d'un enjeu de société qui nous concerne toutes et tous en encourageant chacun à s'emparer de ce sujet clé pour l'égalité.



partenariat avec le GOUVERNEMENT. Parlons santé mentale! toutes et tous égaux

L'événement

Cette conférence a permis, grâce à l'intervention de dix expertes, de traiter la problématique de la santé mentale des femmes avec trois tables rondes :

- Améliorer d'aller bien pour faire bien - lever les tabous sur la santé mentale ;
- Surcharge mentale au travail : quand le corps dit stop ;
- Le corps, la tête des femmes et la maternité : écouter pour mieux vivre cette transition.

Le résultat ? Plus de 250 personnes venues assister à la conférence, 325 000 impressions édito, plus de 800 vues de la rediffusion (accessible ici) et plus de 3 000 téléchargements du livret de l'événement (ici).

Un grand merci à VoXe pour son engagement et à nos intervenantes : Anais Richardin, Christelle Tissot-Grosset, Laura Belconde, Anne Gauthier, Claire Le Roy-Hatala, Sophie Bourrier, Victoire Mulliez, Cécilia Creuset et Jihane Chaari.

Louie Media x Gouvernement - Qu'est-ce que la tristesse diffuse ?

« Est-ce normal d'être triste sans savoir pourquoi ? »

Concrètement qu'est-ce que la tristesse diffuse ? Ces deux mots décrivent ce sentiment que l'on a toutes et tous déjà ressenti. Ce petit « ça va » alors qu'en réalité ça ne va pas.

La tristesse diffuse, ce n'est pas la dépression mais ça peut en être un premier symptôme. Louie Média et le Gouvernement se sont donc associés pour essayer d'en savoir plus et de donner quelques clés de compréhension aux usagers sur ce qui entoure cette expression.

Comment ?

En réalisant un épisode de la série de podcast « Faut que je te dise » sur le sujet. Le titre (en avant-première) de cet épisode qui sortira le 14 octobre prochain : « Est-ce normal d'être triste sans savoir pourquoi ? ».

Il sera disponible sur toutes les plateformes et accompagné d'un événement de lancement le même jour. Une écoute en direct de l'épisode suivie d'une table ronde sont au programme. Le tout précédant un cocktail où, on l'espère, les échanges seront nombreux.

Si vous êtes disponible le 14 octobre entre 19h et 21h, n'hésitez pas à vous y inscrire. Tout le monde est le bienvenu.

Le lien d'inscription est accessible ici.



Et les enfants dans tout ça ?

Lutter contre les violences psychologiques faites aux enfants et contre toute autre forme de violences

Les tabous sont un fléau et ils ne s'appliquent pas que dans le cadre des sujets de santé mentale. Les violences faites aux enfants aussi en sont l'objet. En effet, selon un rapport de l'IGAS (Inspection générale des affaires sociales), 58 % des Français estiment que ce sujet reste tabou.

Pourtant, ces violences peuvent être à l'origine du mal-être chez certains d'entre eux.

C'est pourquoi, à partir du 15 septembre prochain, le Gouvernement lance une campagne de promotion du numéro national d'appel de l'enfance en danger, le 119.

La campagne sera notamment relayée par la Fédération Française d'Éducation Physique et de Gymnastique Volontaire, la Fédération Française de Football, Fédération Française de Tennis, les sites Grands-Parents Officiels et Grand-Mercredi, Louie Media et l'Union Nationale des Centres Communaux d'Action Sociale que nous remercions chaleureusement.

Si vous souhaitez vous joindre au mouvement de relais, n'hésitez pas à nous écrire !



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 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](#)

Nous y étions, et vous ?

Pour s'insérer dans la continuité des Jeux Olympiques et Paralympiques 2024, le Gouvernement a organisé le 14 septembre dernier une Journée fédératrice autour de l'activité physique partout en France avec un lancement à Paris.

Et à l'occasion de la première édition de la Fête du Sport, nous avons eu l'opportunité d'animer, en partenariat avec la Fondation pour le sport inclusif, une initiative du Groupe SOS, un stand dédié à l'impact positif du sport sur la santé au global et plus particulièrement sur la santé mentale.

Pour connaître les projets proches de chez vous, cliquez ici.



Ces autres campagnes à l'international qu'on a trouvées impactantes

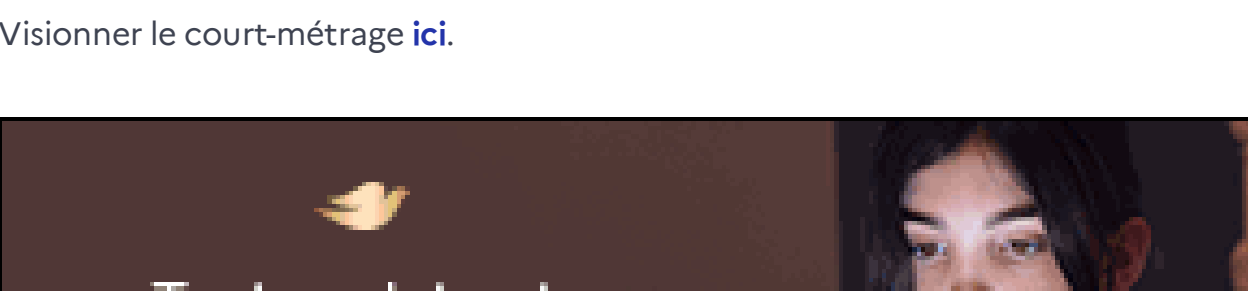
Dove alerte sur les dangers des réseaux sociaux en matière de santé mentale des femmes

Engagée pour protéger la santé mentale des jeunes vis-à-vis des dérives des réseaux sociaux, la marque américaine Dove a réalisé un puissant court-métrage intitulé *Cost of Beauty* (« Le coût de la beauté »).

En suivant Mary de son enfance à l'âge adulte, ce film de 3 minutes met en avant les dangers des soi-disant « contenus beauté » et sur l'auto-perception des femmes, propices au développement de troubles des conduites alimentaires (TCA) ou dépressifs.

Cette campagne s'inscrit plus largement dans la campagne *Self Esteem Project* de la marque, qui vise à former plus de 250 millions de jeunes à la confiance en soi d'ici à 2030.

Visionner le court-métrage ici.

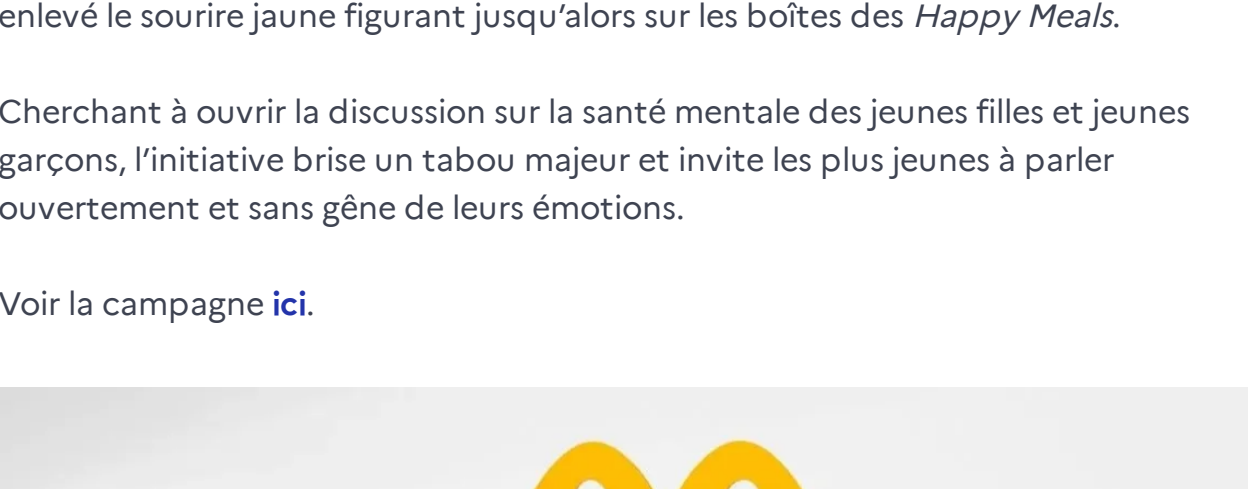


McDo lance le Happy Meal de la santé mentale

En partenariat avec *Children in Need*, la fondation caritative de la BBC, pendant la semaine de sensibilisation à la santé mentale au Royaume-Uni, McDonald's UK a enlevé le sourire jaune figurant jusqu'alors sur les boîtes des Happy Meals.

Cherchant à ouvrir la discussion sur la santé mentale des jeunes filles et jeunes garçons, l'initiative brise un tabou majeur et invite les plus jeunes à parler ouvertement et sans gêne de leurs émotions.

Voir la campagne ici.



Brave together, une initiative de Maybelline en partenariat avec l'Organisation mondiale de la santé pour lutter contre la dépression et l'anxiété

La campagne *Brave Together* (« Courageux ensemble ») de Maybelline vise à lutter contre la stigmatisation de l'anxiété et de la dépression en facilitant l'accès au soutien psychologique. Lancée en 2020, elle s'appuie sur des partenariats avec des ONG dans plus de 30 pays.

Cette initiative propose notamment *Brave Talk*, une formation gratuite développée avec *The Jed Foundation*, qui aide à reconnaître les signes de détresse et à engager un dialogue bienveillant.

L'impact international de la campagne a été relayé dans un mini-documentaire réalisé et relayé en lien avec l'OMS.

Retrouvez le site de la campagne ici et la vidéo ici.



On vous a transféré ce numéro ?

Inscrivez-vous à la liste pour recevoir le prochain GouvX directement dans votre boîte de réception.



