

Actions de communication

En termes de communication, l'éducation pour la santé dispose d'une palette de moyens : les médias avec l'achat d'espaces publicitaires et/ou les partenariats, et les actions hors média. Les supports médiatiques utilisés peuvent être la télévision, le cinéma, la radio, la presse écrite ou l'affichage. Les actions hors média sont développées à l'occasion de manifestations publiques, de festivals, et mobilisent parfois des personnalités (acteurs, sportifs...).

L'OMS et l'ONU organisent des actions de communication annuelles sous forme de Journées mondiales à date fixe : Journées mondiales du sida, le 1^{er} décembre ; Journées mondiales sans tabac, le 31 mai ; Journées mondiales de lutte contre la drogue, le 26 juin.

En France, les grandes campagnes de communication mises en place par le ministère chargé de la Santé, le CFES et la CNAMTS (grâce au Fonds national d'information et d'éducation sanitaire, FNPEIS) s'inscrivent dans des programmes nationaux de prévention et d'éducation pour la santé, et s'articulent sur des actions de terrain. Les jeunes sont toujours concernés par ces campagnes, même si les slogans ciblent plus particulièrement certains publics.

Exemples d'actions de communication mises en place par le ministère chargé de la Santé et le CFES sous forme de campagnes audiovisuelles.

Thème de prévention	Slogan	Période
Sida	<i>Il ne passera pas par moi. Il ne passera pas par nous.</i>	1987
	<i>Aujourd'hui le préservatif préserve de tout, même du ridicule.</i>	1988
	<i>Les préservatifs préservent de tout. De tout, sauf de l'amour.</i>	1989
	<i>Les préservatifs vous souhaitent de bonnes vacances.</i>	1989-1990