

Contact

Julie Bégin
Responsable de la
communication

04 91 95 63 45

julie.begin@santesud.org



PETIT GUIDE DE L'AMBASSADEUR DE SANTE SUD

**Devenez ambassadeur de Santé Sud
dans votre région
ou dans votre milieu (professionnel) !**

Santé Sud a besoin de se faire connaître afin de mobiliser des compétences et des financements.

Vous pouvez nous y aider en mettant votre énergie, votre créativité et votre réseau relationnel au service de l'Association pour faire connaître ses actions dans votre région ou votre milieu professionnel

La Responsable de la Communication de Santé Sud vous apportera tout l'appui nécessaire.

Vous trouverez dans ce guide des idées, des informations et des outils pouvant guider et faciliter vos initiatives.

Celles-ci peuvent être individuelles (réalisées par une personne très motivée) ou collectives (réalisées par un petit groupe de personnes aux compétences diverses constitué en équipe permanente ou ponctuelle)

CE QUE VOUS POUVEZ FAIRE POUR SANTE SUD

1. Nous communiquer des contacts « utiles » :
2. Rallier de nouveaux sympathisants et donateurs en parlant de Santé de Sud autour de vous.
3. Représenter Santé Sud et parler en son nom.
4. Distribuer la documentation de Santé Sud de façon systématique auprès de cibles choisies
5. Prendre des contacts utiles en faisant jouer vos « relations »
6. Tirer profit des opportunités pour communiquer sur santé Sud et/ou recueillir des fonds
 - Retour de mission ou échange
 - Semaine ou Journée de ...
7. Relayer nos messages mails par Internet et le Web 2.0

FICHES PRATIQUES

- 1. Organiser un « événement »
- 2. Communiquer à l'occasion d'une manifestation
- 3. Animer un débat
- 4. Communiquer avec les journalistes
- 5. Faire appel aux dons
- 6. Relayer nos messages par Internet et le Web 2.0

ANNEXES et documents disponibles à commander

Voir liste

CE QUE VOUS POUVEZ FAIRE POUR SANTE SUD

1. Nous communiquer des contacts « utiles » :

Santé Sud a besoin de se faire connaître. N'ayant pas les moyens de faire de la communication de masse (campagne média, publicité, marketing direct), elle a opté pour une communication de bouche à oreille, fonctionnant sur le mode du réseau, selon le bon principe que « les petits ruisseaux font les grandes rivières » et qu'un contact « ciblé » est plus efficace que 10 contacts « aveugles ». Dans ce contexte, l'identification de sympathisants - voire de donateurs - potentiels est extrêmement utile pour Santé Sud.

Vous connaissez des personnes potentiellement sensibles à la cause que défend Santé Sud, du fait de leur métier (santé), de leur ouverture internationale ou de leur sensibilité au sort des plus démunis ? Transmettez leurs coordonnées au service Communication de Santé Sud qui les inscrira dans son fichier sympathisants. Nous nous efforcerons de n'adresser à ces personnes que les informations, invitations, sollicitations pouvant les intéresser compte tenu de leur profil.

Si, du fait de leur compétence professionnelle, ces personnes sont susceptibles d'effectuer des missions sur le terrain ou d'apporter un service bénévole à l'Association (par exemple de bons rédacteurs, des traducteurs, des informaticiens, des graphistes...), merci de nous le signaler, nous pourrions, avec votre accord les contacter de votre part.

Outils utiles :

fiche Coordonnées (Annexe 9)

liste des compétences recherchées (Annexe 1)

2. Rallier de nouveaux sympathisants en parlant de Santé de Sud autour de vous.

L'enthousiasme est contagieux. Vous revenez de mission, parlez de votre expérience ...
Remplacez votre mission dans l'ensemble de l'action de Santé Sud

(N'hésitez pas à dire combien ces actions sont utiles pour les bénéficiaires et qu'elles pourraient être étendues avec de nouveaux soutiens financiers ou l'apport de nouvelles compétences)

Ils semblent intéressés ? remettez-leur leur une petite plaquette avec bon de soutien

Outil utile :

plaquette « grand public » de présentation de Santé Sud (Annexe 2)

bon de soutien

3. Représenter Santé Sud et parler en son nom.

Vous participez à une manifestation ayant un lien avec l'activité de Santé Sud : colloque médical ou médico-social, semaine Afrique - ou Asie, forum des associations...

- Demandez aux organisateurs s'il est possible de bénéficier d'un stand ou d'une table pour Santé Sud ou s'il est possible de mettre sa documentation quelque part et éventuellement s'il serait possible de projeter un petit film.
- Si le débat s'y prête, n'hésitez pas à prendre la parole pour insister sur l'importance « d'agir sans remplacer », à parler du droit à la santé pour tous, de la nécessité d'un développement durable de la santé, de la part excessive faite à

l'aide d'urgence, de la nécessité d'investir dans les ressources humaines et de renforcer, par la formation, les compétences locales ... Saisissez un prétexte quelconque pour parler de Santé Sud en citant son action en exemple.

- Repérez les personnes « utiles » pour Santé sud et demandez leur leurs cartes de visite pour les transmettre à Santé Sud ...
- Si votre adresse figure dans un « mailing list » (courriel) ouvert, répondez à tous en transmettant une information sur Santé Sud (événement de Santé Sud à venir, publication de Santé Sud sur le sujet (tous les Santé Sud infos et les actes de nos événements sont en ligne dans la section « Publications » du site. Il en va de même de plusieurs de nos films). Vous n'avez qu'à envoyer le lien! N'oubliez pas de mettre la responsable de communication en copie conforme!

Outils utiles : à déterminer avec le Service Communication en fonction du public et du thème de la manifestation

Outre la plaquette « grand public » déjà citée, nous disposons

- *de plaquettes institutionnelles en français, anglais, espagnol et ... mongol (plaquette en français en annexe 2)*
- *Le Santé Sud Infos (liste des thèmes des Santé Sud Infos en annexe 5)*
- *de plusieurs films de durées variées (liste des films en annexe 6)*
- *de bons de soutien sur différents thèmes (annexe 4)*

4. Distribuer la documentation de Santé Sud de façon systématique auprès de cibles choisies

Au-delà des rencontres individuelles et collectives, vous pouvez imaginer de procéder à une distribution systématique de la documentation de Santé Sud auprès par exemple des médecins généralistes, des cabinets d'infirmiers ou des kinésithérapeutes de votre ville, à l'école d'infirmières, chez les notaires (ce sont les notaires qui proposent des associations comme destinataires de legs dans les testaments!!!) en commençant par ceux que vous connaissez personnellement.

Parlez leur de Santé Sud, remettez leur une plaquette, disposez une affiche ou un programme du prochain événement (Journée provençale de la santé humanitaire, point rencontre...), demandez leur s'il est possible de laisser de la doc à disposition dans leur salle d'attente...

Outils utiles : A déterminer avec le Service Communication

5. Prendre des contacts utiles

Les entreprises, les collectivités territoriales, les unions professionnelles ... ont des lignes budgétaires de soutien à des activités associatives. Vous connaissez quelqu'un de « bien placé » ? Pourquoi ne pas lui demander un rendez-vous pour lui présenter Santé Sud, en mettant en avant l'ancrage local que vous représentez en lui remettant un dossier.

Parlez-en auparavant au Service Communication pour vérifier que des contacts n'ont pas déjà été pris et pour discuter du meilleur « angle d'attaque »

Outil : plaquette ou dossier institutionnel de présentation de Santé Sud (Annexe 2)

6. Tirer profit des opportunités pour communiquer sur santé Sud et/ou recueillir des fonds

1. Vous rentrez de mission, vous accueillez un collègue du sud pour un échange ou une formation ?

- a. Pourquoi ne pas contacter le correspondant local du journal régional, ou la rédaction du journal, de la radio, de la télé, local pour lui proposer un interview ?
- b. Pourquoi ne pas organiser une petite réunion ou rencontre dans la salle des Fêtes de votre commune, autour de votre « invité » en invitant les personnalités et les journalistes locaux

Outils utiles :

Dossiers de presse médecine de campagne ou enfance vulnérable (Annexe 3) et articles thématiques

Un communiqué de presse qui pourra être fourni par le Service de communication + tous ceux déjà cités

2. C'est bientôt Noël, c'est la semaine de la solidarité internationale, c'est la journée de la femme ou du handicap ... ?

Autant d'occasions d'organiser quelque chose au profit de Santé Sud : tombola, exposition, projection-débat, concert, vente « de charité » ... toutes les idées sont bonnes !

- Renseignez-vous sur ce qui est prévu dans votre région
- Capitalisez sur votre expérience pour faire preuve de créativité : ainsi un professeur (ou ancien professeur) aura plus facilement l'idée d'organiser un concours de dessin et les contacts nécessaires pour mener son idée à bien, un photographe amateur l'idée d'organiser une expo photo ... etc
- Parlez-en avec la Responsable de la Communication qui pourra vous conseiller, vous aider, vous mettre en relation avec d'autres membres ayant organisé quelque chose du même type et vous fournir ce dont vous avez besoin

▪ 7. Relayer nos messages par Internet et le Web 2.0 !

Santé Sud se tourne de plus en plus vers la communication via Internet: l'instantanéité de l'information, le coût quasiment nul, et les possibilités de diffusion « en cascades » en sont les principales motivations.

En tant que membre, vous recevrez régulièrement des messages sur les principaux événements organisés par Santé Sud (la Journée provençale de la santé humanitaire, les points rencontres, les événements auxquels participent nos membres...); ses communiqués et ses principales publications (la version électronique du Santé Sud Infos, le Quoi de neuf?). Que chacun des membres diffuse auprès de son propre carnet d'adresse, et nous démultiplierons par plusieurs milliers la portée de nos messages. Vous êtes invités à mettre la Responsable de la communication en copie conforme de ces mails que vous faites suivre de façon à ce qu'elle constate le nombre de destinataires globaux pour chacune de ces annonces. Cela lui est utile pour justifier auprès de bailleurs de fonds territoriaux de l'ampleur de diffusion de ses envois... Un petit clic ne vous prendra qu'une minute, et nous fera gagner des années en notoriété. **Pensez-y!**

Clips d'Ariane Ascaride : faites le buzz!!!

Nous disposons d'un outil au fort potentiel : 7 clips promotionnels d'Ariane Ascaride sur lmes actions de Santé Sud et sur Youtube. Ils sont en ligne sur le site de Santé Sud. Vous n'avez qu'à envoyer le lien à tous vos amis et ainsi... créer le buzz!

Web 2.0

Santé Sud a sa page facebook. Alimentez-la, faites-la connaître... recrutez des amis!

Organiser un « événement »

Toutes vos initiatives seront les bienvenues.

De nombreuses formules existent : Cela peut aller du petit pot amical à votre domicile à la « grosse manifestation » mobilisant le Conseil Général, la Mairie, les entreprises, la presse... et les responsables de Santé Sud autour d'un film, en passant par la pièce de théâtre amateur.

Le cas le plus courant actuellement est la conférence-débat autour d'un film mais toutes les idées sont les bienvenues.

Contactez le service Communication qui pourra vous apporter un appui plus ou moins grand selon l'importance de la manifestation et vous préciser si d'autres manifestations sont déjà prévues aux dates que vous envisagez ou dans la ville que vous avez choisie. **Il faut vous y prendre plusieurs mois à l'avance: la préparation d'un événement ne s'improvise pas!**

La Responsable de la communication pourra vous mettre en relation avec les représentants de Santé Sud, parrains, partenaires... actifs dans cette ville afin que vous puissiez les impliquer dans votre projet si vous le souhaitez (une « grosse manif commune » peut être préférable à ... trois petites dans la même ville) et vérifier la disponibilité des Responsables de Santé Sud si vous pensez que leur présence serait nécessaire.

Elle pourra créer une affiche pour votre manifestation, vous donner un certain nombre de conseils relatifs au choix des intervenant, aux délais, à l'organisation matérielle, aux relations de presse, à la représentation auprès de sponsors potentiels... Enfin, elle pourra diffuser l'information dans nos réseaux!

Par la suite, pensez bien à la tenir au courant des modifications - de date notamment - intervenues et à lui faire part de vos besoins en matériel, documentation etc

Quelques conseils et renseignements utiles :

1. *Intégrer les facteurs temps, coût, contexte*

Le temps : rien de « sérieux » ne se monte en 15 jours. Faire quelque chose de « bien », mobiliser le plus grand nombre de personnes possible, demande du temps : les gens sont très pris...

(voir en annexe 8 « pense-bête logistique pour l'organisation d'une manifestation »)

Le coût : Dans la mesure du possible, privilégiez les solutions gratuites (salle, matériel, impression, etc.) en vous appuyant sur vos réseaux relationnels. Il faut toujours mettre en rapport le bénéfice attendu (pour Santé Sud) et l'investissement nécessaire et surtout vous demander s'il n'y a pas un partenaire sur lequel vous pourriez vous appuyer pour qu'il prenne en charge tel ou tel travail ou telle ou telle dépense.

Exemple-type : le fichier de personnes à inviter. Plutôt que d'en constituer un vous-mêmes, faites plutôt affaire avec des partenaires qui se chargeront d'envoyer votre invitation à leur fichier.

Le contexte local : renseignez vous sur les manifestations déjà prévues dans votre ville à la date que vous avez choisie. Vous n'aurez personne à votre conférence, si une grève annoncée ce jour

là paralyse la ville ... ou si vous visez essentiellement les médecins et qu'ils sont tous en Congrès...

2. Gagner du temps en utilisant des outils-type

Le Service Communication tient à votre disposition des modèles : invitation, affichettes, communiqué de presse que vous pouvez adapter en fonction de la situation et de vos besoins.

Attention : tout document se réclamant de Santé Sud - et qui en conséquence l'engage - doit comporter son logo et respecter sa charte graphique et mentionner ses coordonnées en même temps que les vôtres. A noter que le logo de Santé Sud peut parfaitement coexister avec un autre logo si vous faites l'opération en partenariat.

Merci de demander un Bon à Tirer au Service Communication, garant de l'image de l'Association.

(Exemples joints en annexe 9)

3. Ne pas perdre de vue l'objectif... financier

Un des objectifs d'une manifestation sera souvent, dans le contexte actuel, de susciter des dons ou des parrainages.

On observe souvent que ceux-ci n'interviennent pas spontanément à l'issue de la manifestation. Il est donc très important de lancer un petit appel en ce sens de distribuer aux participants des bons de soutiens **et leur demander de laisser leurs coordonnées complètes** (mail, téléphone...) « pour qu'on puisse les tenir informés de nos actions » et les inscrire dans notre fichier sympathisants.

Ils pourront ainsi recevoir Santé Sud Infos, des invitations à d'autres événements et des mailing d'appel à dons ou parrainages.

En pratique, il faut prévoir à l'entrée - où à la sortie - un registre avec stylo attaché ou - c'est encore mieux - distribuer des formulaires pré-remplis.

(fiche coordonnées annexe 9)

« Faites un don »

Si vous éprouvez une gêne à solliciter les dons directement, à la fin de l'événement, vous pouvez projeter un clip de 30 secondes qui met en vedette la comédienne **Ariane Ascaride**, ambassadrice de Santé Sud, afin d'inciter les gens à faire un don. Il en existe sur plusieurs thématiques et pays, ainsi qu'une version « passe partout ». Vous pouvez choisir le clip approprié en les visionnant sur le site www.santesud.org

Inscription en ligne

Santé Sud dispose de moyens lui permettant de créer un formulaire d'inscription à votre événement sur Internet, ce qui évitera la fastidieuse tâche de prendre les inscriptions à la main. Informez-vous auprès de la Responsable de la communication!

Communiquer à l'occasion d'une manifestation

Communiquer ... sur quoi ?

Ce n'est pas toujours évident, car il y a toujours plusieurs niveaux de communication et il faut faire des choix :

Par exemple dans le cas d'une projection-débat autour d'un film : Faut-il communiquer sur la manifestation elle-même, sur le film projeté lors de la manifestation, sur le programme qui en est le sujet, ou sur Santé Sud dans son ensemble ?

Il faut choisir un axe principal et si on souhaite aborder ces différents niveaux le faire selon un ordre logique (de plus concret au plus général de préférence mais l'inverse est aussi possible) Il peut être intéressant de fonctionner - lors d'un interview ou lors d'un débat - en binôme, en se répartissant les niveaux de communication.

- Concernant la manifestation elle-même :
C'est une information essentiellement pratique qui doit être complète et précise. Pour ne rien oublier : QQQOCP : Qui organise - avec qui ? Où ? Quand ? Comment (sous quelle forme)? Pourquoi ? Avec quel résultat attendu ?
Et toujours bien mentionner un contact et le site de www.santesud.org.

- Concernant le film ou le programme qu'il illustre
Selon les films nous disposons
 - d'une fiche de présentation du film (*voir annexes 7*)
 - et/ou d'un dossier de presse (*voir annexe 3*)
 - parfois d'une liste des questions le plus souvent posés lors des débats qui suivent le film avec les réponses conseillées (*voir annexes 7*)
- Concernant Santé Sud :
Vous trouverez dans les pièces jointes deux façons de présenter l'Association, une plus institutionnelle (la plaquette institutionnelle), l'autre plus « grand public. Elles disent la même chose sous un angle un peu différent, choisissez l'approche qui vous convient le mieux et qui vous paraît la plus adaptée à l'auditoire.
Pour être paré et pouvoir répondre à toutes les questions, vous pouvez vous référer au dossier institutionnel.

Communiquer ... comment ?

Communiquer, pas de souci, tout le monde sait faire. Voici cependant quelques conseils de « spécialiste » pour être le plus efficace possible

1) Être au clair avec le résultat souhaité

Il faut bien identifier (et annoncer) le résultat que l'on souhaite atteindre. Pour cela se poser la question ainsi : à la fin de ce débat, de cette discussion ou de cet interview, je voudrais que L'objectif pourra être de faire venir du monde à la manifestation (combien ?) , de faire connaître Santé Sud (à qui ?), de sensibiliser (qui ?) aux difficultés d'accès à la santé dans les PVD, de susciter des dons ou parrainages ...

Si l'on souhaite atteindre plusieurs objectifs, annoncer qu'il y en a plusieurs et les présenter l'un après l'autre, dans un ordre logique, de façon brève afin de ne pas être interrompu et ne pas perdre le fil

2) *Parler de façon simple et concrète*

Si vous dites quelque chose d'abstrait, donnez immédiatement un exemple concret qui l'illustre.

Ex : Santé Sud travaille au développement durable de la santé doit être suivi de :

Un exemple ?

- Plutôt que d'envoyer des médecins lors de situations d'urgence, nous préférons aider des médecins maliens, béninois ou malgaches à s'installer dans des zones isolées, en leur apportant un équipement, une formation complémentaire et un suivi. Ainsi à tel endroit, grâce à Santé Sud, le Dr X soigne plus de 13000 personnes qui avant n'avaient accès qu'aux soins intermittents d'un infirmier insuffisamment formé
- Au Liban, seules les familles riches avaient les moyens de faire soigner leur enfant lorsqu'il s'avérait qu'il était autiste. Grâce au travail de Santé Sud auprès des Associations locales, des familles peu favorisées peuvent aujourd'hui bénéficier pour leur enfant d'un diagnostic précoce et d'une prise en charge spécialisée de qualité.

3) *Faire court*

La règle est de dire l'essentiel au début et de le redire à la fin : les gens ne retiendront que ça, donc inutile de tellement détailler entre les deux.

Mieux vaut réagir à des questions.

4) *Veiller à deux points essentiels*

Chacun son style et tant mieux, par ailleurs on ne peut pas toujours tout dire.

Mais deux règles de base

- 1) toujours se demander si l'on est clair pour l'autre (pour un non initié) - vous pouvez d'ailleurs susciter l'interaction de la salle en demandant directement s'ils vous ont compris!
- 2) insister sur ce qui de façon générale intéresse aujourd'hui les gens : les résultats effectifs des actions : réduction de la mortalité infantile, prévention des épidémies, formation des professionnels ...)

Animer un débat : L'exemple de « Toro si te »

A l'issue de nombreuses expériences et observations de débats, nous vous conseillons

- 1) *de faire une très brève présentation au début, après vous être présenté et avoir présenté les autres intervenants*

En effet, on est beaucoup mieux compris et reçu lorsqu'on parle de Santé Sud après que les gens aient vu le film.

Exemple d'introduction-type :

Nous avons le plaisir de vous présenter un très beau film documentaire qui retrace la vie d'un médecin de campagne dans un petit village du sud du Mali.

Le médecin de campagne que vous allez suivre au quotidien s'est installé avec l'aide de l'ONG Santé Sud qui travaille depuis plus de 1984 ans à améliorer l'accès aux soins de santé des populations des pays en développement en s'appuyant sur les ressources humaines de ces pays.

Je remercie tout particulièrement (maire, associations) sans qui cette manifestation n'aurait pas pu avoir lieu et qui partagent notre attachement à la cause de la santé pour tous qu'illustre si bien ce film.

- 2) *de ne pas vous précipiter pour reprendre la parole après le film*

En effet, les gens sont souvent très touchés par le film. Respecter ce temps de « récupération ». Ne pas se précipiter pour reprendre la parole, laisser venir les questions. Si elles ne viennent pas tout de suite, amorcez en demandant aux gens si le film leur a plu.

Vous trouverez en Annexe la liste des questions le plus fréquemment posées avec les réponses-type correspondantes.

Si vous n'avez pas la réponse à une question, dites le simplement, vous ne pouvez pas tout savoir - vérifiez s'il n'y a pas une autre personne de Santé Sud ou de l'extérieur susceptible d'y répondre.... Éventuellement demandez à la personne de laisser son mail pour lui donner la réponse ultérieurement.

Lorsque les questions semblent épuisées, reprendre la parole pour « caser » ce qui n'a pas été dit : leur suggérer de devenir parrain ou donateur de Santé Sud - en indiquant que Santé Sud est une Association reconnue d'utilité publique (une des rares ONG de solidarité internationale en France à avoir obtenu cette reconnaissance. Demandez-leur de nous aider à nous faire connaître en distribuant autour d'eux nos publications et bons de soutien, leur rappeler de bien laisser leurs coordonnées, pour que nous puissions les tenir informés de nos actions. Vous pouvez à ce moment passer le clip avec Ariane Ascaride sur les médecins de campagne au Mali.

Un cas particulier

Une difficulté peut survenir si vous êtes spécialiste d'un autre domaine d'intervention que celui de la médecine de campagne, présenté par le film : par exemple vous avez fait des missions au Maghreb auprès des associations d'aide à l'enfance abandonnée ou handicapée. (En principe, dans ce cas, vous aurez choisi de diffuser un autre film comme « Chacun sa musique », plus près de votre intervention!) Dans ce cas, vous pouvez soit lors de votre introduction, soit à la fin du débat souligner que Santé Sud travaille à l'amélioration de l'accès à des soins de santé de qualité sous diverses formes (cf. plaquettes) Et parler aussi de votre expérience personnelle en faisant ressortir que quelle que soient les actions, l'approche est la même : le renforcement des compétences locales, avec le souci d'agir sans remplacer.

Communiquer avec les journalistes

A l'occasion d'une manifestation

L'implication de la presse est nécessaire au succès de votre manifestation. Les media locaux pourront en effet l'annoncer et en rendre compte ou « parler de Santé Sud » à cette occasion. Ne négligez pas non plus les publications spécialisées (celle de votre corporation professionnelle par exemple) qui sont souvent intéressées par votre expérience!

Deux approches sont possibles :

- Vous appuyer sur le Journal Local qui sera votre partenaire privilégié et en conséquence vous accordera un traitement privilégié (dans la mesure de l'actualité ...)
- Traiter tous les media (presse écrite, radio..) à égalité.

Mais même dans le premier cas, informez les et invitez-les tous, même s'ils passent après. C'est le jeu de la presse.

Vous devez :

1. les informer de l'existence de la manifestation, en leur demandant de l'annoncer dans leurs colonnes ou sur leurs ondes (lettre + communiqué)
2. les inviter (correspondant local et/rédacteur en chef, secrétariat de rédaction et éventuellement journaliste spécialisé)

Ce qui est vraiment important n'est pas qu'ils couvrent votre « évènement », cad concrètement qu'ils soient présents à la conférence - ce qui peut ne pas les intéresser ou ne pas leur convenir du point de vue de l'horaire - C'est qu'ils parlent de l'action de Santé Sud à cette occasion.

Aussi n'hésitez pas à les appeler pour discuter avec eux de ce qui peut les intéresser et leur proposer un témoignage, photo à l'appui : mission que vous avez effectuée, échange médecin dont vous avez fait l'expérience, interview d'un médecin ou partenaire en visite. C'est plus vivant pour leurs lecteurs qu'un compte rendu de débat, avec une photo de salles qui se ressemblent toutes. (L'idéal bien sûr étant d'avoir les deux).

Attention, si vous apportez un témoignage, ayez bien toujours le réflexe de le replacer dans le contexte général de l'action de Santé Sud. Remettez lui un dossier de presse (la remise d'un écrit est conseillée) et s'il désire des informations complémentaires, donnez lui les coordonnées de Santé Sud en lui précisant que le Service Communication pourra lui apporter des précisions ou le mettre en contact avec la personne qualifiée pour lui répondre.

Pensez bien aussi à demander au journaliste de mentionner les coordonnées de Santé Sud à la fin de son article, à commencer par le site www.santesud.org :

Enfin, pour une bonne coordination et un bon suivi, n'oubliez pas de donner au service Communication les coordonnées des journalistes qui se sont montrés intéressés par Santé Sud et de lui envoyer les articles parus - ainsi que de l'informer sur les annonces ou émissions radio ou télé.

De son côté, le service Communication étant abonné à l'Argus de la Presse écrite pourra éventuellement récupérer des articles parus et vous les communiquer.

Lors d'un interview

Tous les conseils de communication donnés en pages précédentes s'appliquent, avec des variantes.

De façon générale plus on est long et confus, plus on court de risques de voir le journaliste trier dans ses propos, avec des risques d'omissions et d'erreur. Il vaut mieux en dire moins mais garder le contrôle de son message, voire le répéter sous plusieurs formes, avec beaucoup d'illustrations concrètes.

Il faut être particulièrement bref avec les journalistes télé, un peu moins avec les journalistes radio, encore un peu moins avec les journalistes de presse écrite.

Dans tous les cas dire l'essentiel dans la première minute et le redire à la fin.

Pour les media télé, bien regarder la caméra en face, pour la radio bien articuler. Pour les deux le ton (dynamique, enthousiaste, sincère) est au moins aussi important que le message lui-même.

Un bon moyen de limiter les risques d'erreur est de remettre à l'intervieweur un communiqué ou un dossier ou de prendre ses coordonnées mail pour que Santé Sud communication lui en envoie un.

Penser à l'issue de l'interview à demander au journaliste ses coordonnées (complètes et à les transmettre au service Com) et à lui demander quand l'article paraîtra ou l'émission passera.

Si l'interview est hors manifestation et porte par exemple sur votre expérience d'échange ou de mission, penser à lui proposer une photo - soit que vous en ayez une à lui donner ou à lui envoyer (rapidement : les journalistes sont toujours pressés) soit que vous demandiez au Service Communication de lui en adresser une par mail.

Faire un appel aux dons ou au parrainage

L'expérience montre que - intervenant à l'issue d'un film qui les a touchés et d'un débat qui les a passionnés - un appel au soutien financier est bien accueilli et très fructueux pour Santé Sud. Il faut donc vous jeter à l'eau, même si vous vous sentez un peu gêné de le faire.

Si vous ne pouvez pas vous y résoudre, Ariane Ascaride le fera à votre place. Prévoyez alors de diffuser son clip à la fin de votre manifestation.

Mais vous pouvez aussi « donner aux gens l'idée de soutenir Santé Sud lors de conversations privées.

Voici quelques petits trucs qui vous rendront cette démarche plus facile :

1. Rebondir sur une question
il y a souvent des questions qui portent sur le financement de Santé Sud ou le coût des actions. Cela vous fournit une occasion d'aborder la question financière en précisant que Santé Sud bénéficie de financements communautaires mais ceux-ci ne couvrent qu'une partie du coût des actions et que les dons des particuliers sont indispensables et que nous avons besoin de les développer.
2. dans le cas d'une manifestation, demander à quelqu'un que vous connaissez bien dans le public, de poser la question si elle n'est pas posée « naturellement »
3. Amener « naturellement » le sujet en soulignant l'originalité d'une approche visant le développement durable de la santé alors que les médias véhiculent majoritairement des appels en faveur de l'aide d'urgence, le don pour le développement supposant une maturité de réflexion alors que le don d'urgence fait surtout appel à l'émotion.
4. Parler des différentes formes de soutien pour mettre les gens à l'aise, en citant le soutien financier comme une option parmi d'autres
 - faire un don ponctuel ou régulier (prélèvement)
 - parler de Santé Sud, distribuer nos publications
 - nous mettre en lien avec des entreprises susceptibles de nous financer
 - nous donner les coordonnées de gens qui peuvent être intéressés
 - faire acte de candidature pour effectuer des missions de santé bénévoles et/ou apporter son savoir-faire l'Association dans un domaine de compétence précis
5. Souligner les avantages, les contreparties et les garanties :
 - Avantages fiscaux : ex parrainage : 20 E par mois = 240 E par an, mais en fait 81,60 E
 - Information régulière des donateurs et spécifique des parrains
 - Assurance que l'argent collecté va à des projets concrets et bien gérés, bénéficiant directement aux plus fragiles (85% des fonds vont aux actions de terrain)
 - Prix de la transparence associative 2005

PETIT GUIDE DE L'AMBASSADEUR DE SANTE SUD

Liste des annexes disponibles

1. Fiche contacts
Liste de quelques compétences recherchées
2. Documents de présentation :
 - Plaquette grand public
 - Plaquette institutionnelle en français
 - Dossier institutionnel sur Santé Sud
3. Dossiers de presse spécialisés :
 - médecine de campagne
 - enfance
4. Bons de soutien sur différents thèmes
5. Liste des Santé Sud Infos disponibles
6. Liste des films disponibles
7. Fiche de présentation du Film Toro Si Té
Questions-Réponses autour du Film Toro Si Té
8. Pense bête logistique pour l'organisation d'une manifestation
9. Documents de communication autour de l'évènement
 - Exemples d'invitation
 - Exemples d'affiche
 - Exemples de Communiqué de Presse
 - Fiche coordonnées à faire remplir lors des manifestations

ANNEXE 1

Fiche Contact Santé Sud

Civilité :
Nom : Prénom :
Profession :

Coordonnées personnelles

Adresse :
.....
CP : Ville :
Tél domicile : Tél portable :
E-mail :

Coordonnées professionnelles

Raison sociale :
Fonction :
Adresse :
.....
CP : Ville :
Tél bureau : Fax :
E-Mail :

CENTRES D'INTERÊTS

Thématiques

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Appui aux systèmes de soins | <input type="checkbox"/> Enfance vulnérable |
| <input type="checkbox"/> Médecine de campagne | <input type="checkbox"/> Autisme |
| <input type="checkbox"/> Laboratoires | <input type="checkbox"/> Handicap |
| <input type="checkbox"/> Epilepsie | <input type="checkbox"/> Abandon |
| <input type="checkbox"/> VIH SIDA | <input type="checkbox"/> Mortalité infantile |
| <input type="checkbox"/> Paludisme | Autre (préciser) _____ |
| <input type="checkbox"/> Hypertension | |
- Toutes thématiques

TYPE DE CONTACT (à remplir par Santé Sud)

- | | | | |
|--|----------------------------------|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Bailleur de fonds | <input type="checkbox"/> Actuel | <input type="checkbox"/> Potentiel | |
| | | <input type="checkbox"/> Institution | <input type="checkbox"/> Association |
| | | <input type="checkbox"/> Entreprise | <input type="checkbox"/> Collectivité territoriale |
| | | <input type="checkbox"/> Fondation | |
| <input type="checkbox"/> Partenaire | <input type="checkbox"/> du Nord | <input type="checkbox"/> du Sud | |
| <input type="checkbox"/> Presse | | | |
| <input type="checkbox"/> Particulier | | | |

QUELQUES COMPETENCES RECHERCHEES

Dans le secteur médical et médico-social

Secteur médical : médecins, chirurgiens, anesthésistes, gynéco-obstétriciens, sages-femmes, pédiatres, médecins PMI, néonatalogistes, radio-échographistes, gériatres, médecins rééducateurs, biologistes, psychiatres, pédopsychiatres.

Secteur paramédical : infirmières, techniciens de laboratoires, kinésithérapeutes, ergothérapeutes, psychomotriciens, puéricultrices, nutritionnistes.

Secteur socio-sanitaire : psychologues, psychosociologues, éducateurs spécialisés, auxiliaires de puériculture.

Secteur administration-logistique

directeurs hospitaliers, gestionnaires, logisticiens (réhabilitation sanitaire et/ou administrateurs).

Pour la notoriété

presse locale et spécialisée
réseaux professionnels (corporations et associations sectorielles)
réseaux associatifs

Pour la communication : bénévoles bienvenus!

1. rédacteurs ou journalistes bénévoles
2. aide logistique événementielle
3. informaticiens et personnes à l'aide avec le Web 2.0
4. secrétariat (saisie, gestion de la base de données, etc.)
5. graphistes, photographes, etc.

Pour la recherche de financement

1. agences de marketing
2. notaires
3. chefs d'entreprises ou de fondations
4. décideurs des collectivités territoriales ou des bailleurs de fonds publics
5. toute personne influente

ANNEXE 5

LISTE DES SANTE SUD INFOS

Disponibles en pdf sur

<http://www.santesud.org/sinformer/publications/santesudinfos/santesudinfos.html>

Santé Sud Infos 88 - Décembre 2010 - *Engagés pour les plus vulnérables*

Santé Sud Infos 87 - Septembre 2010 - *La santé des femmes*

Santé Sud Infos 86 - Juin 2010 - *Evaluer pour évoluer*

Santé Sud Infos 85 - Mars 2010 - *Qualité des soins, soins de qualité*

Santé Sud Infos 84 - Décembre 2009 - *Agir pour les orphelins*

Santé Sud Infos 83 - Septembre 2009 - *25 ans de solidarité*

Santé Sud Infos 82, Juin 2009 - *Mongolie, partir des besoins du patient*

Santé Sud Infos 81, Mars 2009 - *La formation, un enrichissement mutuel*

Santé Sud Infos 80, Décembre 2008 - *Un projet pour l'enfant handicapé*

Santé Sud Infos 79, Septembre 2008 - *Transparence*

Santé Sud Infos 78, Juin 2008 - *Le réseau : outil de développement*

Santé Sud Infos 77, Avril 2008 - *Liban : Au service de l'enfant autiste*

Santé Sud Infos 76, Décembre 2007 - *Enfance Vulnérable*

Santé Sud Infos 75, Septembre 2007 - *Médecine de proximité*

Santé Sud Infos 74, Juin 2007 - *Agir sans remplacer*

Santé Sud Infos 73, Mars 2007 - *Spécial Mongolie*

Santé Sud Infos 72, Décembre 2006 - *Madagascar : l'effet "tache d'huile"*

Santé Sud Infos 71, Septembre 2006 - *Liban, Tunisie : "Autisme"*

Santé Sud Infos 70, Juin 2006 - *Mauritanie : "Optimiser les ressources humaines"*

Santé Sud Infos 69, Mars 2006 - *Mali, Tunisie : "L'inégalité devant la santé"*

Santé Sud Infos 68, Décembre 2005 - *"Est-ce du développement ou de l'urgence", l'exemple de la Mauritanie*

Santé Sud Infos 67, Octobre 2005 : *"Les Objectifs du Millénaire"*

Santé Sud Infos 66, Juillet 2005 : *"Réfléchir c'est gagner du temps"*

ANNEXE 6

LISTE DES FILMS DISPONIBLES

La plupart de ces films peuvent être visionnés sur le site de Santé Sud :
<http://www.santesud.org/sinformer/publications/filmo/filmographie.html>

Les Femmes Relais de Néma

10 minutes

2010

Les Relais de l'excision (Mauritanie)

10 minutes

(sur demande seulement)

L'Ombre de l'enfance

Diaporama en musique sur les enfants de la Pouponnière de Bamako

2010, 7 minutes

Visible sur : <http://vimeo.com/13150932>

Agir pour les orphelins en RCA

2009

Reportage télé de Monaco Info

Programme d'installation des médecins de campagne à Madagascar

« Tongasoa Dokotera » 26 min.

Madagascar décembre 2008

« Agir sans remplacer » 6 min.

Film de présentation de Santé Sud

« Toro Si Té », tout va bien.

Existe en deux versions 54 min ou 78 min.

« Chacun sa musique, 26 min.

Film de sensibilisation à la prise en charge précoce de l'autisme au Liban

« Compagnons de Santé en Mongolie », 12 min

ANNEXE 8

Petit pense bête « logistique »

Pour l'organisation d'une manifestation

1/ Fixer une date

3 critères à prendre en compte

- disponibilité de la salle souhaitée (gratuitement!)
- voir vos propres disponibilités
- la disponibilité des représentants de Santé Sud dont vous souhaitez la présence (voir la Responsable de la communication)
- l'éventuel conflit d'horaire avec un autre événement

2/ Choisir une salle et s'assurer des conditions techniques

Facteurs à prendre en compte pour le choix de la salle :

- accessibilité (transports, parking, handicapés...)
- taille (mieux vaut être à l'étroit que perdus dans une salle trop grande)
- gratuité
- possibilité de projection si nécessaire

Si projection

1. Vérifier que les conditions sont remplies :

- possibilité d'assombrir la salle
- écran de projection ou mur blanc lisse

2. Pour le matériel 2 cas de figures :

- *matériel présent sur place (vidéo-projecteur si nécessaire avec ordinateur) :*
nécessité d'un matériel de projection numérique (formats disponibles : Beta SP ou DVD)
S'il s'agit d'une salle commerciale, demander à l'exploitant de la salle de prendre contact avec le producteur du Film, car il devra louer le film et faire payer une entrée aux spectateurs. On peut prévoir un prix un peu plus élevé que normal avec reversement du bénéfice à Santé Sud.

- *si pas de matériel : retenir celui de Santé Sud*

* vidéo-projecteur-lecteur

* DVD

* enceinte amplifiée + micro

* rallonge + prise multiple.

Dans tous les cas, vérifier la sono (son correct + micro)

3/ Rédiger l'invitation

2 cas de figures :

- - vous invitez seul avec Santé Sud, ne pas oublier le logo
- - vous invitez avec Santé Sud et un ou plusieurs partenaires : mettre tous les logos en tenant compte du rôle de chacun dans la manifestation.

Dans tous les cas :

- choisir un thème pour la manifestation : projection, débat sur...
- date, heure, lieu (adresse complète)
- un contact (numéro de téléphone)

Dans tous les cas, faites valider votre invitation à Santé Sud, qui pourra aussi la diffuser!

4/ Affiche

Réaliser une affiche reprenant les informations de l'invitation en ayant en tête qu'elle doit être visible de loin.

5/ Envoi des invitations

Envoyer l'invitation au minimum 3 semaines avant la réunion, beaucoup plus en amont pour les personnalités

- à vos propres contacts
- aux contacts Santé Sud (à demander à Julie Bégin)

Demander aux éventuels partenaires d'inviter leurs propres contacts en ayant le soin d'éviter les « doublons ».

6/ Contacter la presse régionale :

Si vous souhaitez impliquer un journal ou une radio dans votre manifestation (partenariat), la contacter au moins trois semaines à l'avance.

Sinon, prévoir d'envoyer un communiqué de presse annonçant la manifestation (rédacteur en chef et journaliste spécialisé ou correspondant local) une semaine avant

Leur téléphoner deux jours après l'envoi pour savoir s'il l'on bien reçu et comment ils pensent traiter l'information.

Les relancer par téléphone la veille de la manifestation pour savoir s'ils seront présents.

Surveiller les journaux le lendemain.

7/ Préparation de la salle de conférence

- Penser à la documentation Santé Sud : plaquette, Santé Sud Infos, bons de soutien
- - Penser au fléchage.
- Prévoir une table pour la documentation, les bons de soutien et le formulaire d'adresse pour que les gens puissent nous laisser leurs coordonnées.
- **Pensez à tester micro, vidéo-projecteur, film, clip d'Ascaride, etc . La veille si possible**



SANTÉ SUD

Pour un développement durable de la santé

Merci de nous laisser vos coordonnées,
vous serez régulièrement informé(e) des actions de Santé Sud.

M. Mme Mlle

Nom :

Prénom :

Profession :

Adresse :

Code postal : Commune :

E-mail :

Téléphone :

La loi informatique et Libertés du 6 janvier 1978 vous permet d'exercer vos droits d'accès aux données vous concernant. Santé Sud s'engage à ne pas utiliser ces informations en dehors de ses relations avec vous.

Association Santé Sud, 200 bd National, le Gyptis Bt.N - 13003 Marseille
Tél : 04.91.95.63.45 - Fax : 04.91.95.68.05 - E-mail : santesud@wanadoo.fr
www.santesud.org

Fiche coordonnées



SANTÉ SUD

Pour un développement durable de la santé

Merci de nous laisser vos coordonnées,
vous serez régulièrement informé(e) des actions de Santé Sud.

M. Mme Mlle

Nom :

Prénom :

Profession :

Adresse :

Code postal : Commune :

E-mail :

Téléphone :

La loi informatique et Libertés du 6 janvier 1978 vous permet d'exercer vos droits d'accès aux données vous concernant. Santé Sud s'engage à ne pas utiliser ces informations en dehors de ses relations avec vous.

Association Santé Sud, 200 bd National, le Gyptis Bt.N - 13003 Marseille
Tél : 04.91.95.63.45 - Fax : 04.91.95.68.05 - E-mail : santesud@wanadoo.fr
www.santesud.org