



PLAN DE COMMUNICATION

"LES NORMANDS ONT DU CŒUR"

—— Bilan 2020 | Programme 2021 ——



LE CONTEXTE

LE DON D'ORGANES

TOUS CONCERNÉS.

En France, en 2019, plus de **21 000 personnes** sont encore en attente d'une greffe d'organes.

Les **transplantations d'organes et de tissus** sont des thérapeutiques indispensables aux soins. Elles permettent de **sauver des vies** ou bien d'améliorer la **qualité de la vie**.

Le CHU de Rouen est fortement impliqué dans cette activité. Une **unité de coordination** organise la pratique des **prélèvements d'organes et de tissus** dans le respect des patients et de leurs familles en application de la réglementation en vigueur.

Selon la loi, nous sommes potentiellement **tous donneurs** d'organes. Néanmoins, le **refus des familles**, faute d'information, reste élevé en France (**30%**) et notamment en Normandie (**33%**). En 2019, le nombre de greffes a diminué en France de **5%**...

Faire savoir clairement à son entourage que nous sommes **favorables au don** permettra de sauver des vies.

NOTRE OBJECTIF : Inciter les normands à montrer leur engagement en faveur du don d'organes !



LE CONCEPT

LES NORMANDS ONT DU CŒUR

LA MARQUE PARTAGÉE.



Afin d'amplifier la communication autour du don d'organes, la marque partagée **LES NORMANDS ONT DU CŒUR** a été créée pour **sensibiliser, informer** et **impliquer** la population.

Elle touche à la fois les personnels des différentes institutions et entreprises partenaires mais surtout les rouennais et au-delà, tous les normands (qui ont du cœur) !

LE CONCEPT

LES NORMANDS ONT DU CŒUR

LA MARQUE PARTAGÉE.

Le principe est de favoriser les initiatives pour démultiplier les temps et actions de communication, digitale ou événementielle, autour du don d'organes en Normandie.

Toutes les idées et actions sont bienvenues ! (Ex. Téléthon)

La création d'une **marque partagée** a pour objectif de favoriser la communication sur le don d'organes.

LE  La mise à disposition de tous les partenaires un **pack' com** :

- Charte graphique de la marque*,
- Supports print*,
- Supports numériques*,
- Goodies*.

*Cf. annexe « La Marque partagée »



LA COM' DIGITALE

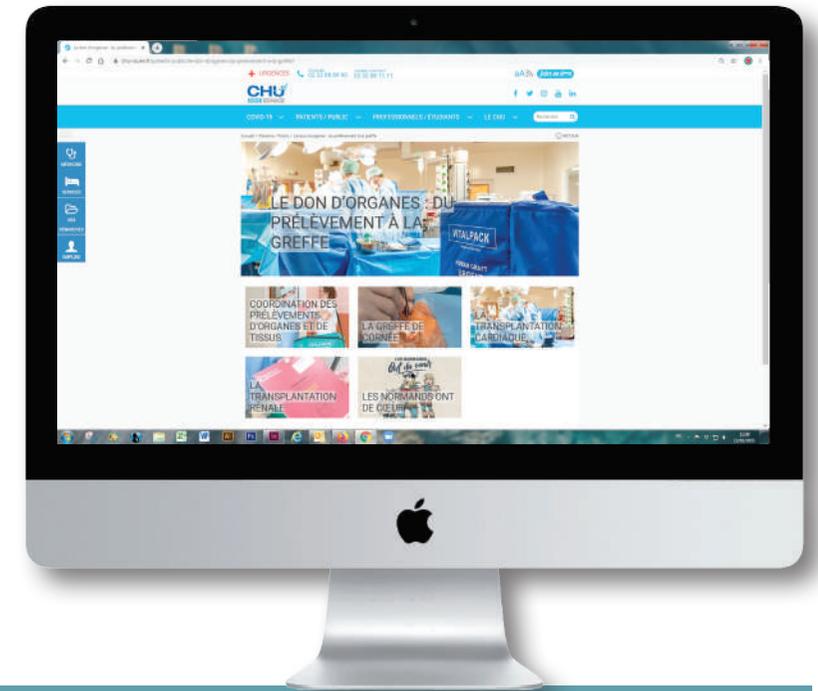
LES NORMANDS ONT DU CŒUR

UN ESPACE INTERNET DÉDIÉ.

> Sur **chu-rouen.fr**

LES 

- **Présenter** la coordination des prélèvement d'organes et de tissus.
- **Inform**er sur la loi de bioéthique.
- **Présenter** les activités de transplantations par organe pratiquées au CHU de Rouen.
- **Rediriger** vers le site dédié des *Normands ont du cœur*.



LA COM' DIGITALE

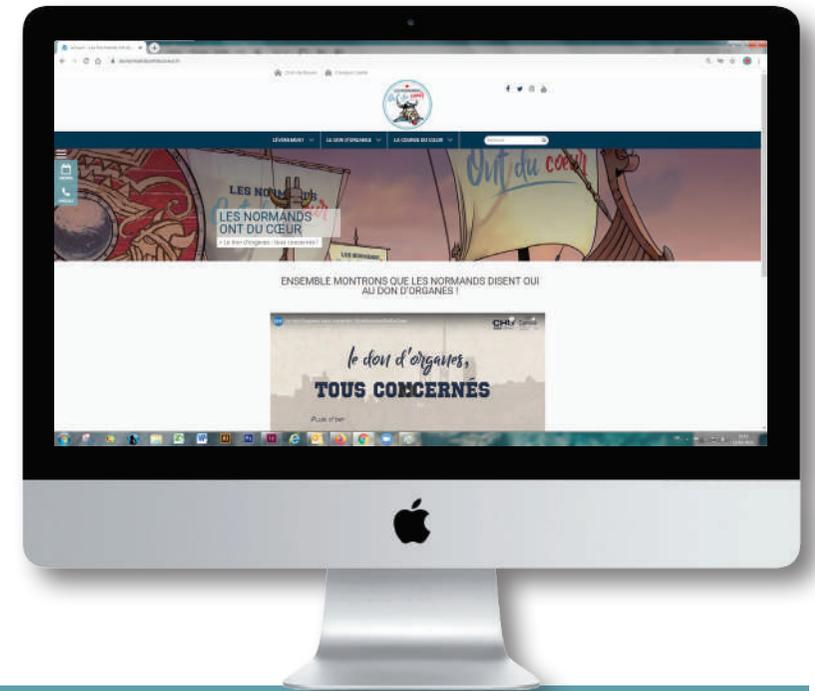
LES NORMANDS ONT DU CŒUR

UN SITE INTERNET DÉDIÉ.

> Sur **lesnormandsontducoeur.fr**

LES+

- **Centraliser** tous les événements et initiatives,
- **Télécharger** le pack de communication digital,
- **Commander** le pack de communication papier,
- **Relier** ce site aux sites des différents partenaires et vice-versa.
- **Relayer** les infos sur la *Course du cœur*,



LA COM' DIGITALE

LES NORMANDS ONT DU CŒUR

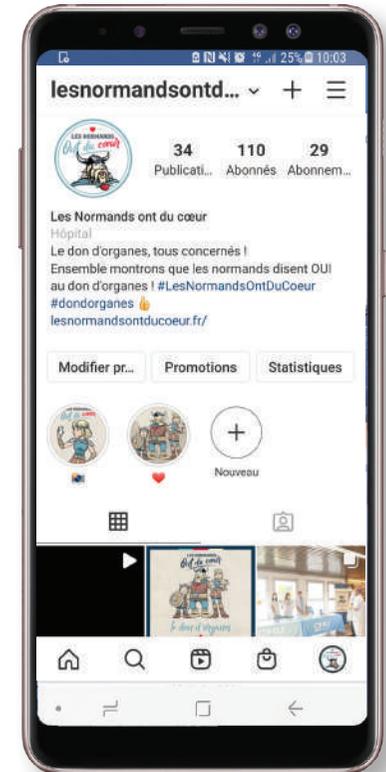
UN COMPTE INSTAGRAM.

- Création d'un **#LESNORMANDSONTDUCOEUR**
- Création dun compte Instagram **@lesnormandsontducoeur**
- Publications régulières sur l'ensemble des comptes du CHU de Rouen



LES
+

- **Viralité** de nos messages.
- **Accroître le trafic** sur nos sites internet.
- **Evaluation de l'impact** de la campagne grâce aux statistiques.



EDITION 2020

LES NORMANDS ONT DU CŒUR



LE LANCEMENT

LES NORMANDS ONT DU CŒUR

FÉVRIER / MARS 2020.

> À l'occasion de la **COURSE DU CŒUR**

4 jours et 4 nuits pour une formidable campagne de sensibilisation au don d'organes. Cette course, à laquelle participent des coureurs greffés, vise à sensibiliser le grand public à la transplantation d'organes et par conséquent à la nécessité du don d'organes.

Soutenez les **FABU**lous
du CHU de Rouen !



Compte Facebook : @lesfabulousduchuderouen

www.lacourseducoeur.com

Pendant tout le mois de mars, les acteurs du prélèvement et greffes du CHU de Rouen aux côtés de l'association de patients **Cardio-greffes** et en partenariat avec la **Métropole Rouen Normandie**, la **Ville de Rouen**, la **Matmut**, le **Crédit Agricole Normandie**, **BMW** et la **MACSF**, organiseront plusieurs événements à destination du grand public.

LEVÉE DE FONDS > 13000 €



LE LANCEMENT

LES NORMANDS ONT DU CŒUR

FÉVRIER / MARS 2020.

- > Un **selfie** pour dire **OUT !**
- > Un **hashtag** pour le poster sur **Instagram #LESNORMANDSONTUDUCOEUR**

Quoi de plus simple que de se prendre en selfie, en famille, entre amis ou avec ses collègues ?
Et pourquoi pas déguisé en **vikings** ?



LES EVENEMENTS

LES NORMANDS ONT DU CŒUR

UN PROGRAMME VARIÉ... INACHEVÉ.

- **Vendredi 14 février** : **CONFÉRENCE DE PRESSE**, lancement officiel des **NORMANDS ONT DU CŒUR**.
- **Mardi 25 février** : **LES RENCONTRES DE LA SANTÉ** au Club de la presse et de la communication.
- **Mardi 3 mars** : **AVIS D'EXPERTS** en direct de France Bleu Normandie.
- **Jeudi 5 mars** : **SOIRÉE CONFÉRENCE** à La Halle aux toiles animée par Marina Carrère d'Encausse du Magazine de la Santé.
- **Samedi 7 mars** : **STAND D'INFORMATION À SAINT-SEVER**
- **Lundi 16 mars** : **RENDEZ-VOUS SPORT DE LA MÉTROPOLÉ** au Kindarena.
- **Mercredi 18 mars** : **RENDEZ-VOUS SPORT DE LA MÉTROPOLÉ** au Kindarena.
- **Jeudi 19 mars** : **STAND D'INFORMATION À CHARLES-NICOLLE**.
- **Samedi 21 mars** : **PARKRUN DU CŒUR** organisé par la Ville de Rouen sur les quais de Seine.
- **Mercredi 25 mars au dimanche 29 mars** : **LA COURSE DU CŒUR**.



ANNULÉ
COVID-19

LES EVENEMENTS

LES NORMANDS ONT DU CŒUR



EN IMAGES.



Conférence de presse



Les rencontres de la santé

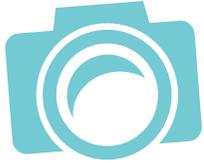


Avis d'experts



LES ÉVÉNEMENTS

LES NORMANDS ONT DU CŒUR



EN IMAGES.



La soirée du don d'organes

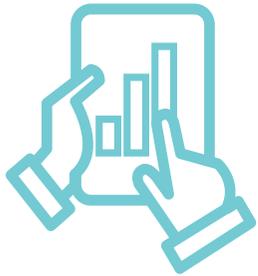


La journée à Saint-Sever



#LESNORMANDSONTUDUCOEUR





LA COM' DIGITALE

LES RÉSEAUX SOCIAUX

REPORTING.



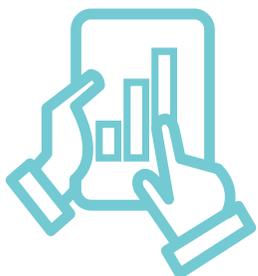
*Le **taux d'engagement** permet de mesurer les interactions des utilisateurs. Il ne s'agit pas d'une mesure élevée. On considère que le taux d'engagement moyen se situe entre 0,5 et 0,9 %. Si ce dernier est supérieur à 1%, il est bon. Plus l'audience est grande, plus il est difficile d'avoir un taux élevé.

> Du 17 février au 12 mars 2020

	NB DE PUBLICATIONS & TWEET	VUES EN MOYENNE	TAUX D'ENGAGEMENT MOYEN*	ANALYSE*
	4	3783	1,5 %	
	18	5371	6,2 %	
	6	12 214	1,45 %	
**	31	158	11 %	

** Compte créé courant février 2020.
 Nombre d'abonnés 100 à la mi-mars 2020.
 Statistiques très encourageantes !





LA COM' DIGITALE

LES RÉSEAUX SOCIAUX

REPORTING.

TOP PUBLICATIONS FACEBOOK

LE MEILLEUR ENGAGEMENT > 19,9%

28 février
PHOTOS
« Vos selfies »



TOP PUBLICATION INSTAGRAM

LA MEILLEURE AUDIENCE > 273

6 mars
PHOTOS
« Marina Carrère d'Encausse
et Fabien Doguet »



LA MEILLEURE AUDIENCE > 24 753

18 février
VISUEL
« C'est parti ! »



EDITION 2021

LES NORMANDS ONT DU CŒUR



COMMUNIQUER EN CONTINU

LES NORMANDS ONT DU CŒUR

UN MOIS, UNE THÉMATIQUE.

> Une **communication digitale** pour informer le plus grand nombre.

Chaque mois, une thématique est développée sur le **site internet** puis diffusée via nos **réseaux sociaux** afin de générer du **trafic** et de permettre la **viralité** de nos messages.

> Un sujet, plusieurs **traitements éditoriaux**.

Un même sujet peut donner lieu à une déclinaison variée de contenus. Ces différents contenus, adaptés au média et à la cible visée, permettent d'occuper la toile le temps de la période définie.

ARTICLE

Interview, reportage, portrait,
trois questions à, brève...

PHOTOS

ANIMATION

INFOGRAPHIE

VIDÉO

ANIMATION

00:25

« Les trois grands principes
de la loi de bioéthique »



COMMUNIQUER EN CONTINU

LES NORMANDS ONT DU CŒUR

LA DIFFUSION MULTI-SUPPORT.



COMMUNIQUER EN CONTINU

LES NORMANDS ONT DU CŒUR

LE PLANNING DE PUBLICATION.

- **Février : LES TROIS GRANDS PRINCIPES DE LA LOI DE BIOÉTHIQUE**
 - Animation intégrée à la page internet « *Le don d'organes et de tissus par consentement présumé* »
 - Diffusion de l'animation sur les réseaux sociaux
 - **Mars : QUAND PEUT-ON DONNER SES ORGANES ?** Définition et causes de la mort encéphalique / Maastricht 3
 - Animation de vulgarisation scientifique en cours de création
 - **Avril : LA TRANSPLANTATION RÉNALE**
 - Réunion de coordination prévue avec l'équipe de néphrologie le 19/02
 - **Mai : LA GREFFE DE CORNÉE**
 - **Juin : LE MOIS DU DON D'ORGANES**
 - Mardi 22 juin : journée nationale de réflexion sur le don et la greffe d'organes
- Le planning est à définir pour le dernier trimestre 2021.
- La **COURSE DU CŒUR** aura lieu du **13 au 17 octobre 2021**, sur le parcours initialement prévu entre Paris et Bourg Saint Maurice - Les Arcs.



COMMUNIQUER EN CONTINU

LES NORMANDS ONT DU CŒUR

LA GREFFE RÉNALE.

2 AXES DE COMMUNICATION

- **La greffe rénale au CHU** : définition, chiffres clés, public concerné...
 - **Témoignages de patients** : diffusion des 8 témoignages filmés de patients greffés au CHU
- Tout au long du mai, les deux axes de communication sont déclinés sous différents **traitements éditoriaux** et diffusés via nos réseaux sociaux    
- Le contenu diffusé fait référence et renvoie dès que possible vers la page Internet **La transplantation rénale** sur **www.chu-rouen.fr**
- Au delà du contenu publié sur les réseaux sociaux, les **médias** sont informés par un **communiqué** dans le but de les encourager à parler de la greffe rénale (interview téléphonique, reportage sur site...).



COMMUNIQUER EN CONTINU

LES NORMANDS ONT DU CŒUR

LA GREFFE RÉNALE.

1. LA GREFFE RÉNALE

> Identification du sujet

Chaque publication commence par :
[Don d'organes • tous concernés] La greffe rénale !

> Générer du trafic

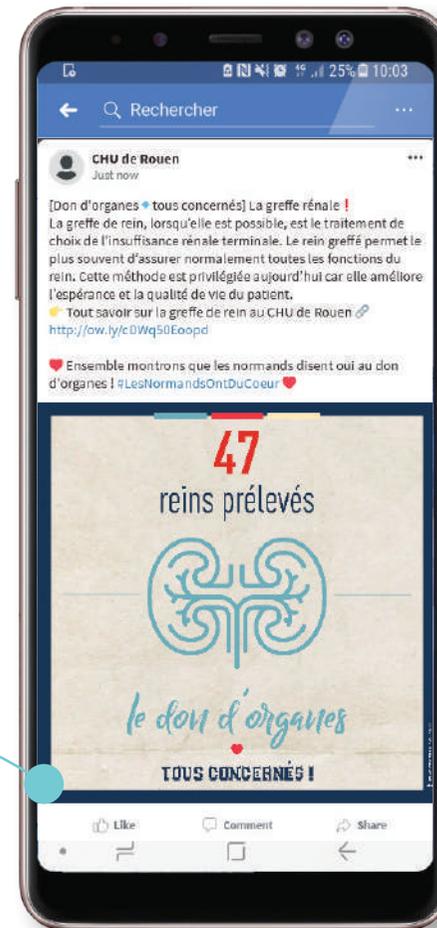
Lien vers la page internet dédié

> Informer par l'image

Mettre en avant les chiffres clés sous forme d'infographie

QUELS CHIFFRES CLÉS ET LÉGENDES ?

Charte graphique
à décliner avec vos messages



COMMUNIQUER EN CONTINU

LES NORMANDS ONT DU CŒUR

LA GREFFE RÉNALE.

2. LES TÉMOIGNAGES

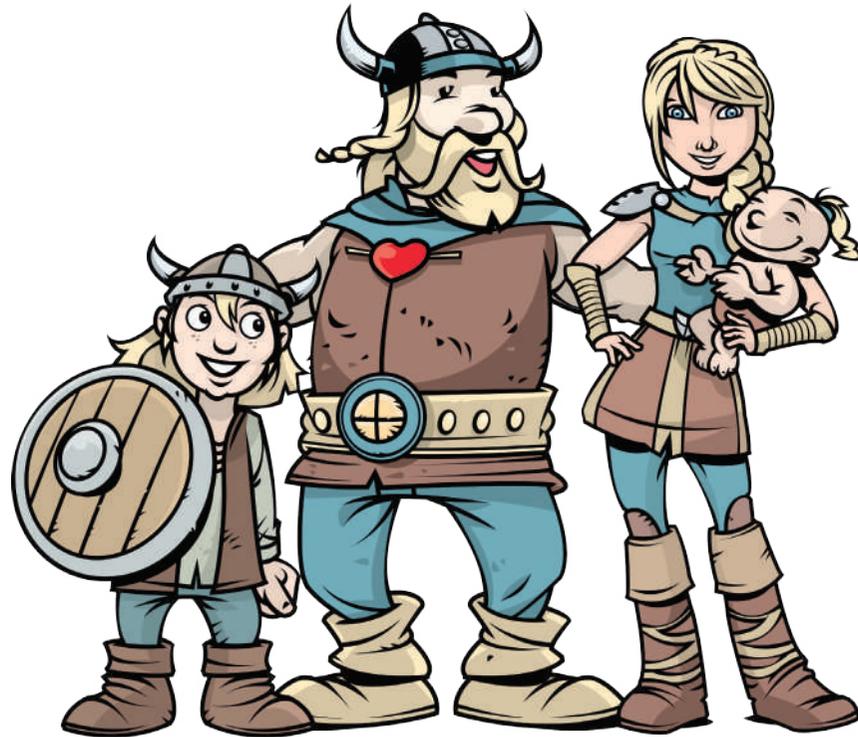
> Identification du sujet

Chaque publication commence par :

- [Don d'organes • tous concernés] La greffe rénale !
- Témoignages de patients greffés rénaux
- Présentation du patient greffé
- Lien vers la vidéo

> 8 témoignages = 8 publications





#LESNORMANDSONTUDUCOEUR