



BOURSE FNIM DE L'INFORMATION SANTÉ

Accompagner l'innovation
et la communication au service du patient

Nom projet :

Ambassadeurs d'espoir !

Nom de l'Association :



Noms des porteurs de projets : Sarah Michel-Anfray, Ingrid Brosset, Camille Ndecka, Nadia Chemli, Zaineb Amamou, Chloé Champion

1/ Présentation de l'équipe d'étudiants porteur du projet



Ingrid Brosset



Chloé Champion



Sarah Michel



Camille Ndecka



Nadia Chemli



Zaineb Amamou

Nous sommes un groupe d'étudiantes en MBA communication santé de l'EFAP, nous vous proposons un projet ambitieux et clé en main pour une association qui nous tient particulièrement à coeur, ELLyE.



2/ Présentation l'association ou l'organisation dédiée aux patients et/ou aux aidants.

Créée en 2006 sous le nom de France Lymphome Espoir par son président Guy BOUGUET, elle obtient son agrément national du ministère de la santé en 2018, lui permettant de représenter officiellement les malades dans les instances réglementées (Haute Autorité de Santé, Agence Nationale de Sécurité du Médicament, Agences Régionales de Santé, établissements de soins...).

En juin 2021 les associations France Lymphome Espoir et SILLC - Soutien et Information à la Leucémie Lymphoïde Chronique (association créée en 2007 par Christian Puppink) décident de fusionner pour créer une seule entité, ELLyE. Aujourd'hui ELLyE compte environ 2000 adhérents, 5000 membres et plus de 8000 sympathisants, concernés directement ou intéressés par les lymphomes, la leucémie lymphoïde Chronique et la maladie de Waldenström.

L'association s'appuie sur un réseau national afin d'élaborer ses avis et de construire son action.

ELLyE a 4 grandes missions :



<https://www.ellye.fr/>

3/ La problématique pour laquelle l'association ou l'organisation souhaite informer/communiquer.

**Comment toucher la génération des 16-25 ans pour recruter plus de jeunes bénévoles, et les sensibiliser aux lymphomes ?
(1er cancer pour les Adolescents et Jeunes Adultes)**



4/ Les **objectifs** de la communication de l'association ou l'organisation

**Recruter des
bénévoles plus
jeunes**

Impliquer les plus jeunes dans le milieu associatif. Qu'ils se sentent utiles.

**Fidéliser les
nouveaux
bénévoles**

Engager et accompagner les nouveaux bénévoles pour que leur implication devienne pérenne.

**Sensibiliser et
vulgariser les
lymphomes**

Éduquer le grand public aux lymphomes, à travers des mots simples.

5/ Les cibles



Jeunes
16-25ans

Pour les approcher :

Grand public
Familles/ Fratries
Jeunes en quête d'engagement
Etudiants
Proche de malade (aidant)
Malade

Pour les toucher :

Journalistes
Influenceurs
Médias

6/ La stratégie de communication

Une analyse fine des acteurs et des enjeux aboutit à une stratégie de valorisation du bénévole pour engager les jeunes.

Le mot "bénévole" se réinvente pour leur parler, il devient "Ambassadeur".

L'appellation renforce l'importance du bénévole chez ELLyE, il fait partie intégrante des réflexions, créations et actions tout en représentant l'association.

Les messages pour engager les futurs ambassadeurs en mettant en avant les bénéfices de venir chez ELLyE :

- **Se sentir utile** : aujourd'hui de plus en plus de jeunes veulent s'engager et participer à des actions qui ont du sens
- **Des projets valorisants** : ils pourront mettre en pratique et en valeur des compétences et qualifications professionnalisantes et enrichissantes
- **De belles rencontres** : le bénévolat reste une aventure collective où l'on développe un esprit d'équipe et de beaux souvenirs
- **Une diversité des modes d'engagement** : l'important n'est pas forcément d'être parfaitement régulier mais de revenir quand on peut, de se sentir à l'aise, libre de choisir et proposer ses actions

Cliquez sur les boutons
bleu clair pour un aperçu

Site Internet

Avoir une page dédiée aux futurs ambassadeurs pour détailler pourquoi s'engager, les missions, témoignages bénévoles et la possibilité de s'inscrire à l'aide d'un formulaire simple. Maquette interactive disponible en aperçu.

Web App

Pour fidéliser les ambassadeurs et faciliter les échanges, l'inscription/désinscription aux actions et avoir une vue d'ensemble des actions à venir. Maquette interactive disponible en aperçu.

Stratégie Digitale

Encrer ELLyE comme association incontournable d'Instagram : premier réseau social des étudiants. Sensibiliser le grand public aux lymphomes à travers des REELS témoignages tout en recrutant de nouveaux ambassadeurs grâce à des publications engageantes.

Street Marketing

Organisation d'événements conviviaux, attractifs et abordables : une distribution de crêpe à la sortie des écoles, des lycées et des universités dans le but de faire connaître EllyE auprès des jeunes et de recruter des ambassadeurs. Les flyers (ambassadeur et pédagogie) y seront distribués.

Brochure pédagogique

Pour vulgariser la maladie et l'expliquer afin de sensibiliser les futurs ambassadeurs

Brochure Ambassadeur

Brochure explicative sur l'association, les types de missions, les modes d'engagement avec un QR code pour s'inscrire

Sponsoring sportif

Etablir un partenariat avec des athlètes de différentes disciplines qui pourront mettre en avant Ellye pendant les Jeux olympiques. Pour le cyclisme **Juliette Labous** et **Évita Muzic**; le triathlon: **Cassandra Beaugrand**, la voile: **Kevin Peponnet** et **Aloïse retornaz**

8/ les résultats attendus/KPIs

Nouveaux ambassadeurs

- Nombre de nouveaux ambassadeurs
- Implication et retours qualitatifs
- Récurrence

Site web

- Visite / Clic sur la page bénévole
- Nombre de visiteurs
- Durée moyenne de visite
- Taux de rebond
- Source de trafic
- Nombre d'inscription

Sponsoring

- Retombées presse
- Retombées réseaux sociaux

Événement

- Nombre de visite du stand
- Dons récoltés (si crêpes payantes)
- Nouvelles inscriptions

Brochure

- Nombre de flash des QR code

Réseaux Sociaux

- Impressions et interactions (like, commentaires, partages)
- Taux d'engagement
- Taux de croissance des abonnés

Application

- Nombre de téléchargement
- Nombre de désinstallation
- Durée de session
- Nombre d'utilisateurs actifs
- Avis