World Alzheimer's Month

# Guide de planification d'une campagne réussie pour le Mois Mondial Alzheimer

Mois Mondial Alzheimer 2022

www.alzint.org/wam

# Boîte à outils de la campagne Mois Mondial Alzheimer 2022

## Table des matières

**Introduction** ..... 3

**Alzheimer's Disease International** ..... 4

**Mois Mondial Alzheimer 2022** ..... 5

**Fiche d'information sur la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées** ..... 6

**Messages clés** ..... 6

**Calendrier** ..... 9

**Matériels de campagne** ..... 10

**Organiser un événement** ..... 12

**Événements virtuels** ..... 14

**Éclairage de monuments célèbres en violet** ..... 16

**Collecte de fonds** ..... 17

**Travailler avec votre gouvernement** ..... 18

**Médias** ..... 20

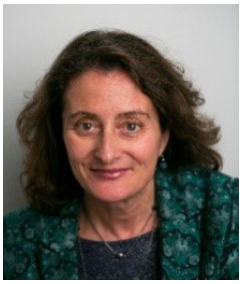
**Organiser un événement médiatique** ..... 24

**Réseaux sociaux** ..... 27

**Mesurer votre succès** ..... 30

**Sponsors** ..... 32

# Introduction



**C'est à nouveau le moment de l'année ! Le moment où nous nous réunissons pour rappeler au monde l'importance de reconnaître l'existence de la maladie d'Alzheimer et des démences apparentées et, ce faisant, de réduire la stigmatisation qui accompagne la maladie.** Nous plaidons en faveur de cette cause tout au long de l'année, mais lorsque nos voix s'unissent en septembre, l'impact global est beaucoup plus fort, les médias et la presse du monde entier y prêtent attention et nous obtenons beaucoup plus d'écho. C'est pourquoi le mois mondial de la maladie d'Alzheimer et la journée mondiale de la maladie d'Alzheimer sont si importants.

La stigmatisation reste l'un de nos plus gros problèmes dans de nombreux pays, tout comme l'incapacité des gouvernements à accepter que la maladie d'Alzheimer et les démences sont présentes dans tous les pays, et qu'ils doivent prendre des mesures pour améliorer la vie des personnes atteintes et de leurs familles. Les démences sont la 7e cause de décès dans le monde. Plus de 55 millions de personnes vivent avec une démence et ce nombre augmente chaque année. La maladie affecte probablement au moins 250 millions de personnes dans le monde, et probablement plus, étant donné les exigences élevées en matière de soins et l'armée souvent invisible d'aidants. Le coût pour la société s'élève à plus de 1,3 trillion de dollars et augmente rapidement chaque année.

L'année dernière, 111 pays ont participé au Mois mondial de l'Alzheimer, soit une augmentation de 14 % par rapport à l'année précédente. En 2021, nous avons obtenu un nombre incroyable de 45 millions d'interactions avec nos hashtags sur les médias sociaux, soit une augmentation de 125 % par rapport aux 20 millions de 2020. Avec votre aide, nous voulons faire encore mieux cette année. Chaque fois que notre mouvement grandit, nos voix deviennent plus fortes et notre influence auprès des gouvernements grandit également. Même si nos associations et la société civile en général font un travail remarquable pour aider les personnes atteintes de démence et leurs familles, seuls les gouvernements ont le pouvoir réel d'améliorer le diagnostic, le soutien, le traitement et les soins. Ce sont les institutions auxquelles nous devons nous confronter et c'est à ce moment-là que nos voix collectives peuvent exiger davantage d'action.

Cette année, le rapport mondial sur la maladie d'Alzheimer met l'accent sur le soutien post-diagnostic, un aspect souvent oublié une fois le diagnostic posé, avec des conséquences terribles pour les familles qui auraient pu être préparées et mises en contact avec des groupes de soutien et des informations susceptibles de réduire l'impact du diagnostic et de ses conséquences. Le hashtag du Mois mondial de l'Alzheimer 2022 est toujours #KnowDementia #KnowAlzheimers et le slogan "Together we can do so much !" résume bien l'essence du Mois mondial de l'Alzheimer de cette année.

Lorsque vous ferez campagne, n'oubliez pas que vous représentez les personnes les plus stigmatisées et les plus vulnérables, les plus mal équipées pour se défendre et que vous défendez la Cendrillon des grandes maladies. Lorsque vous vous adressez à la presse, à vos gouvernements, aux médias sociaux, vous et vous seuls défendez notre cause et représentez les millions de sans-voix qui ne peuvent pas défendre leur propre cause. Tant de gens comptent sur nous !!! Je compte sur vous !!! Faites en sorte que nos voix soient plus fortes. Ensemble, nous pouvons faire tellement de choses !!!

**Paola Barbarino**
CEO, Alzheimer's Disease International

# Alzheimer's Disease International

**ADI est la fédération internationale de 105 associations Alzheimer et maladies apparentées dans le monde entier, en lien officiel avec l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS). La vision d'ADI est : prévention, soins et inclusion aujourd'hui, et guérison demain.**

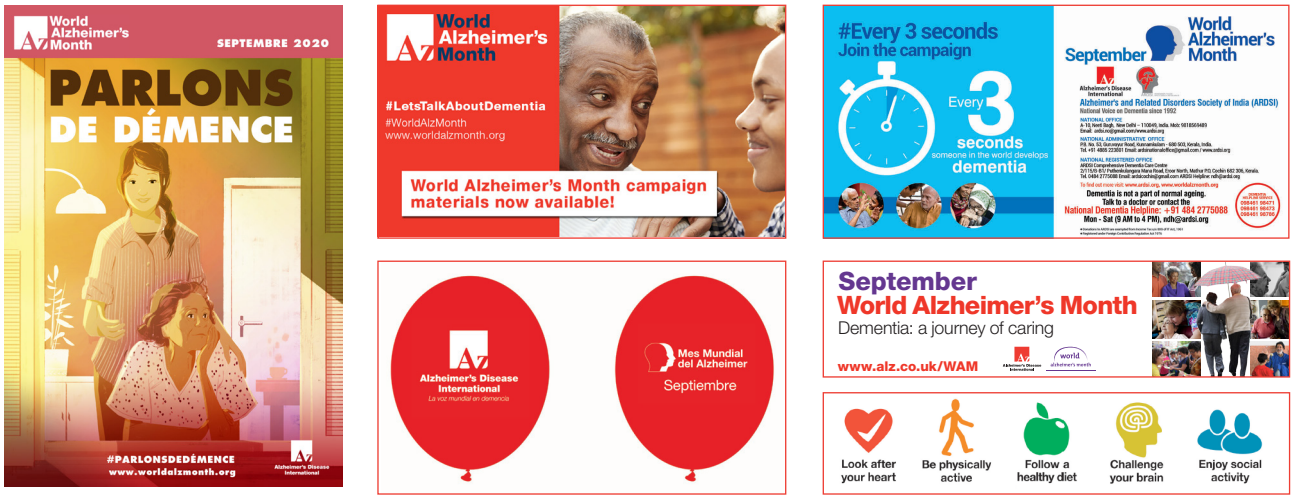
ADI estime que la clé pour gagner la lutte contre la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées réside dans une combinaison unique de solutions globales et de connaissances locales. Par conséquent, ADI travaille localement, en habilitant les associations Alzheimer à promouvoir et offrir des soins et du soutien aux personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée et à leurs aidants, tout en travaillant mondialement pour attirer l'attention sur la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées et faire campagne pour un changement de politique de la part des gouvernements. Une liste des membres d'ADI ainsi que de l'équipe d'ADI est disponible sur notre site Internet.

ADI plaide pour la mise en œuvre du **Plan d'action mondial de santé publique contre la démence 2017 – 2025,** universellement adopté par les États membres de l'OMS en mai 2017. Les 194 États membres de l'OMS se sont engagés dans sept domaines d'action : faire de la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées une priorité de santé publique ; mieux informer et sensibiliser à la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées ; réduire les risques de la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées ; Diagnostiquer, traiter et prendre en charge la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées ; soutien aux aidants ; systèmes d'information ; recherche et innovation. Le Plan contient des objectifs pour chaque domaine que les différents gouvernements sont sensés atteindre d'ici 2025.

Chaque année depuis le lancement du Plan mondial de l'OMS, ADI publie un rapport intitulé **"From Plan to Impact"** (Du plan à l'impact), qui détaille les progrès des États membres vers la réalisation des objectifs fixés dans le plan. Pour en savoir plus sur les activités de plaidoyer et de recherche d'ADI, veuillez consulter notre **site Web.**

ADI s'engage également dans la sensibilisation et la déstigmatisation de la maladie d'Alzheimer et des maladies apparentées par le biais de diverses activités, mais surtout par sa campagne du **Mois Mondial Alzheimer.**

## Décennie du Mois Mondial Alzheimer




Une décennie du Mois Mondial Alzheimer : Une sélection de matériels de campagne de ces 10 dernières années

# Mois Mondial Alzheimer 2021

Septembre 2022 marquera la onzième campagne du **Mois Mondial Alzheimer**, une campagne internationale visant à sensibiliser le public à la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées, ainsi qu'à lutter contre la stigmatisation. L'objectif premier du Mois Mondial Alzheimer est d'inciter le plus grand nombre de pays possible à entreprendre des activités de sensibilisation et à obtenir un engagement primaire de tous les pays adoptant le Plan d'action mondial de l'OMS contre la démence. Ce mois d'activités témoigne d'une réponse véritablement mondiale, régionale, nationale et locale pour promouvoir la sensibilisation à la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées et ce que nous pouvons faire pour aider les personnes touchées.

## *Connaître Alzheimer*

Cette année, la campagne du Mois Mondial Alzheimer se concentre sur le soutien post-diagnostic, stimulé par les récents développements et les percées potentielles dans le traitement et le soutien de la maladie d'Alzheimer et des maladies apparentées. Cette campagne s'inscrit dans le prolongement de celle de l'année dernière, qui s'est axée sur la phase du diagnostic.

Le Rapport Mondial Alzheimer de 2022 est également axé sur le soutien post-diagnostic et sera lancé lors de la Journée Mondiale Alzheimer (21 septembre 2022). Grâce à son approche rigoureuse, le rapport examine le rôle des gouvernements, des professionnels de la santé et de la société civile dans le cadre du soutien post-diagnostic. Les travaux d'ADI mettent également en évidence les lacunes actuelles et mettent en lumière les expériences des personnes qui vivent avec une maladie neurodégénérative et de leurs familles. Tout au long du Mois Mondial Alzheimer, nous continuerons à encourager le grand public à rejoindre notre mouvement, car ensemble, nous pouvons accomplir tant de choses.

Cette initiative s'inscrit dans le prolongement du précédent thème du Mois Mondial Alzheimer, **"Parlons de la démence",** qui visait à sensibiliser le public à la maladie d'Alzheimer et à lutter contre la stigmatisation qui persiste dans le monde. Le thème de la campagne ***Connaître Alzheimer*** est axé sur le pouvoir de la connaissance. Une fois que vous en savez plus sur la maladie, que vous êtes armé d'informations, de conseils et de soutien, vous êtes mieux à même de vous préparer et de vous adapter. La connaissance, c'est le pouvoir !

**Vous verrez dans les matériels de campagne et la boîte à outils ci-dessous que la combinaison des approches, utilisant à la fois les *signes avant-coureurs* et le thème *Connaître Alzheimer,* est très efficace.**

## Comment décrire le Mois Mondial Alzheimer

Il est important de présenter une image positive et un message cohérent pour le Mois Mondial Alzheimer à travers toutes les associations, groupes et organisations du monde entier. Nous demandons donc à nos membres et sympathisants d'utiliser le texte suivant pour décrire le Mois Mondial Alzheimer : « *Septembre est le Mois Mondial Alzheimer, une campagne internationale visant à sensibiliser le public à la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées et à lutter contre la stigmatisation. Chaque année, les associations Alzheimer, ainsi que toutes les personnes impliquées dans le traitement, les soins et le soutien des personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée, s'unissent dans le monde entier pour organiser des événements de sensibilisation et d'information, ainsi que des marches de la mémoire et des journées de collecte de fonds.*

La portée de cette campagne augmente sans cesse, mais la stigmatisation et la désinformation qui entourent la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées demeurent un problème mondial. Septembre est un mois d'action, pendant lequel nous pouvons nous unir pour appeler au changement.

**Rejoignez la campagne ! Visitez www.alzint.org/wam pour voir comment vous pouvez vous impliquer. Vous trouverez ici d'autres conseils et exemples d'événements passés.**

# Fiche d'information sur la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées

**La maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées est un nom collectif pour les syndromes d'atteinte progressive du cerveau qui affectent la mémoire, la pensée, la personnalité et les émotions.** La maladie d'Alzheimer et l'encéphalopathie vasculaire sont les types de démences les plus courants, touchant jusqu'à 90% des personnes touchées. Les symptômes peuvent inclure :

- Perte de mémoire
- Difficulté à trouver les bons mots ou à comprendre ce que les gens disent
- Difficulté à effectuer des tâches auparavant routinières
- Changements de personnalité et d'humeur

La maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées ne connaît pas de frontières sociales, économiques ou géographiques. La maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées seront vécues de manière différente selon l'individu, mais les personnes touchées seront progressivement incapables de prendre soin d'elles-mêmes et auront besoin d'aide pour accomplir les actes essentiels de la vie quotidienne. Il n'existe actuellement aucune cure pour la plupart des types de démences, mais quelques traitements limités, ce qui met l'accent sur l'importance des soins, de l'information, des conseils et du soutien.

Le nombre de personnes vivant avec une maladie neurodégénérative dans le monde dépasse les 55 millions, et devrait presque tripler pour atteindre 138 millions d'ici 2050. Le coût annuel mondial de ces pathologies s'élève à plus de 1,3 trillion de dollars par an, et devrait plus que doubler pour atteindre 2,8 trillions de dollars par an d'ici 2030.

**La maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées sont désormais la 7e cause de décès dans le monde.**

En l'absence de politique publique en matière de maladie d'Alzheimer et maladies apparentées, les gouvernements sont terriblement mal préparés à l'épidémie qui va arriver. Il est essentiel que les gouvernements du monde entier agissent dès maintenant pour réduire l'impact de la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées, en sensibilisant le public et en encourageant la réduction des risques, ainsi qu'en soutenant l'amélioration du diagnostic, des soins et de la recherche. Il est vital que tous les gouvernements créent et financent des plans nationaux conformément au Plan d'action mondial de l'OMS contre la démence.

Pour plus d'informations, visitez : **www.alzint.org/about**

# Messages clés

### Maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées: Post-diagnostic

1. La maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées ne sont pas un phénomène normal du vieillissement.
2. Le soutien post-diagnostic peut contribuer à favoriser l'autonomie et à faciliter la vie à domicile et au sein de la communauté le plus longtemps possible.
3. Dans de nombreuses régions du monde, le soutien post-diagnostic est insuffisant, difficile d'accès voire inexistant.
4. 50 % des coûts de la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées sont liés aux soins informels.

5. Le nombre annuel mondial d'heures de soins informels fournis aux personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée vivant à domicile était d'environ 133 milliards d'heures en 2021. Cela représente l'équivalent de plus de 67 millions de travailleurs à temps plein.
6. Les femmes fournissent une proportion substantielle des soins informels aux personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée, environ deux tiers des aidants principaux étant globalement des femmes. Ce chiffre est nettement plus élevé dans les PFR-PRI, régions qui représenteront 71% de la prévalence mondiale d'ici 2050.
7. Dans les pays à revenu faible ou intermédiaire, 90% des soins dispensés aux personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée le sont à domicile.
8. Même en l'absence d'un traitement curatif ou modificateur de la maladie, il existe des traitements médicamenteux qui peuvent soulager certains symptômes.
9. Les soutiens non pharmacologiques et psychosociaux sont essentiels pour maximiser l'autonomie.
10. Il est prouvé que lorsque les personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée et leurs proches aidants sont bien préparés et soutenus, le choc de l'annonce du diagnostic, la colère et le désespoir ressentis sont compensés par un sentiment de confiance retrouvée et de responsabilisation.
11. Les plans nationaux sont le meilleur outil dont disposent les gouvernements pour s'attaquer à ce fléau et devraient être notamment axés sur le soutien post-diagnostic.
12. Le soutien aux aidants fait partie intégrante d'un soutien post-diagnostic efficace.

## Statistiques

1. Il y a plus de 50 millions de personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée dans le monde.
2. Toutes les trois secondes, quelqu'un dans le monde développe la maladie d'Alzheimer ou une maladie apparentée.
3. Le nombre de personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée devrait tripler, pour atteindre 152 millions en 2050.
4. Le coût annuel mondial de la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées s'élève à plus de mille milliards de dollars US, ce qui doublera d'ici 2030.
5. Près de 62 % des professionnels de la santé dans le monde pensent à tort que la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées font partie du vieillissement normal.
6. Près de 80 % du grand public s'inquiète de développer la maladie d'Alzheimer ou une maladie apparentée à un moment donné et 1 personne sur 4 pense qu'il n'y a rien à faire pour prévenir la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées.
7. 35 % des aidants dans le monde ont déclaré avoir caché le diagnostic de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée d'un membre de leur famille.
8. Plus de 50% des aidants dans le monde ont déclaré que leur santé s'était détériorée du fait de leurs responsabilités, tout en exprimant des sentiments positifs sur leur rôle

## COVID-19 et la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées

1. L'épidémie de COVID-19 a mis en évidence le manque de préparation des systèmes de santé dans le monde pour fournir des services de bases et un soutien aux personnes vivant avec des maladies chroniques telles que la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées.
2. Pendant le confinement et les restrictions sanitaires, il est essentiel que les personnes âgées, en particulier celles qui vivent avec une maladie d'Alzheimer ou une maladie apparentées, ne soient pas exclues socialement.

3. Pendant la pandémie de COVID-19, il est impératif que les personnes continuent à parler de la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées, à rechercher des informations, des conseils et un soutien.
4. N'attendez pas la fin du confinement ou des restrictions pour parler à votre médecin des symptômes de la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées. Parlez-en à votre médecin et contactez votre association nationale Alzheimer ou maladies apparentées.
5. Pendant la période COVID-19, parlez à votre association nationale Alzheimer ou maladies apparentées. S'ils sont disponibles, envisagez d'utiliser leurs lignes d'assistance, leurs sites web, leurs réseaux sociaux et leurs événements en ligne pour rester à jour en matière de conseils et d'informations sur le soutien disponible.
6. Des dispositifs solides de soutien post-diagnostic peuvent permettre aux gouvernements et aux systèmes de santé de mieux anticiper les besoins, de davantage soutenir les personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou une maladie apparentée et de réaliser des économies, en retardant ou en réduisant les admissions à l'hôpital et les soins nécessaires et en permettant aux personnes malades et aux aidants de continuer à travailler, à faire carrière et à étudier.

## Incidence

1. Les gouvernements ont la possibilité et la responsabilité d'accroître considérablement la sensibilisation, la détection et le diagnostic de la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées, en atteignant les objectifs du Plan d'action mondial de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) contre la démence.
2. L'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) a reconnu le fardeau de l'épidémie en introduisant **le Plan d'action mondial de santé publique contre la démence 2017 – 2025**. La sensibilisation est l'un des sept domaines d'action clés du plan, avec pour objectif que 100 % des États membres mènent des campagnes nationales d'ici 2025.
3. Les plans nationaux de démence sont le meilleur outil dont disposent les gouvernements pour apporter une réponse solide à la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées dans leur pays. Actuellement, il n'existe que 40 plans nationaux de démence (32 dans les États membres de l'OMS).
4. Septembre est le Mois Mondial Alzheimer, une campagne internationale visant à sensibiliser le public à la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées et à lutter contre la stigmatisation. Chaque année, les associations Alzheimer et maladies apparentées s'unissent dans le monde entier pour organiser des événements de sensibilisation et d'information, ainsi que des marches de la mémoire et des journées de collecte de fonds.

# Calendrier

**Fin juin :** Boîte à outils et matériels de campagne disponibles pour le Mois Mondial Alzheimer.

**Juillet :** Ouverture des demandes de bourses pour le Mois Mondial Alzheimer (associations membres)

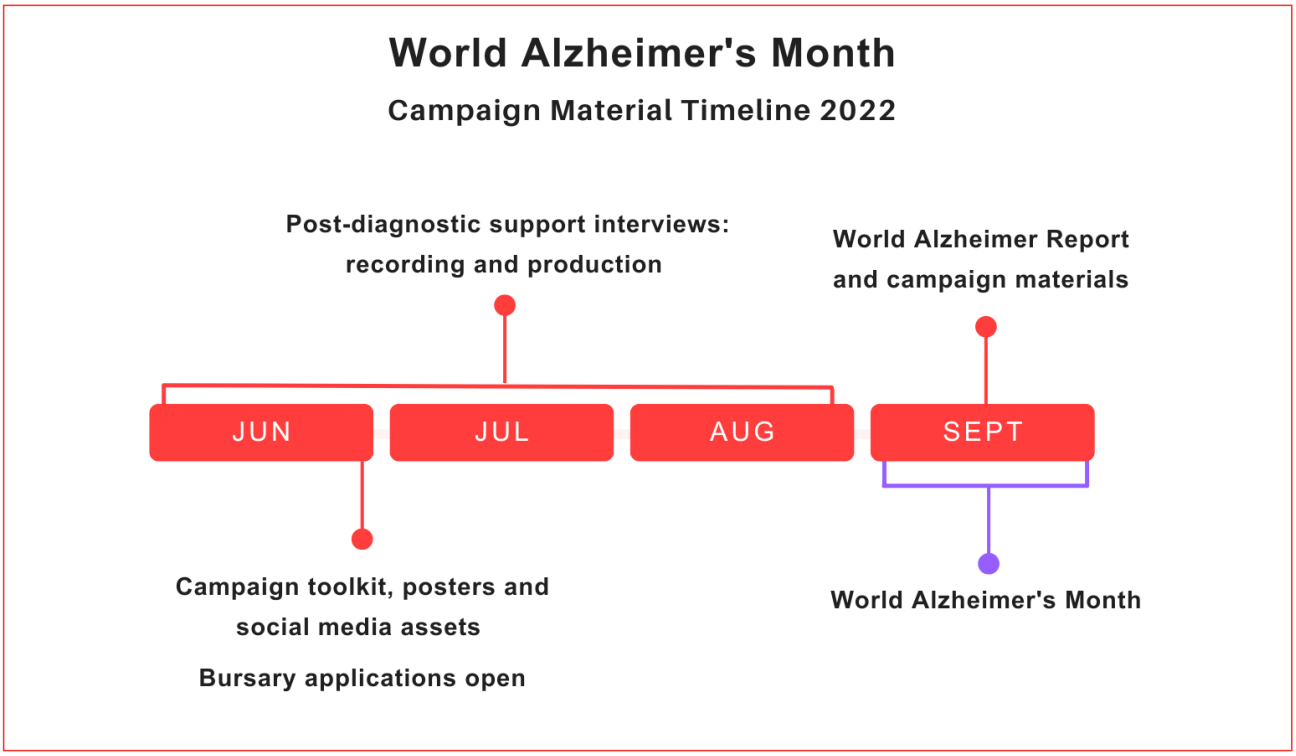
**Juin-juillet :** Tournage de vignettes vidéo - témoignages de l'expérience du diagnostic au niveau mondial

**Août :** Formation sur les médias et les réseaux sociaux dispensée par Edelman et Mana Communications

**Septembre :** Mois Mondial Alzheimer

**21 septembre :** Lancement du Rapport Mondial Alzheimer de 2021 et Journée Mondiale Alzheimer

**30 septembre :** Webinaire mettant en avant les activités organisées par les associations membres d'ADI pour le Mois Mondial Alzheimer

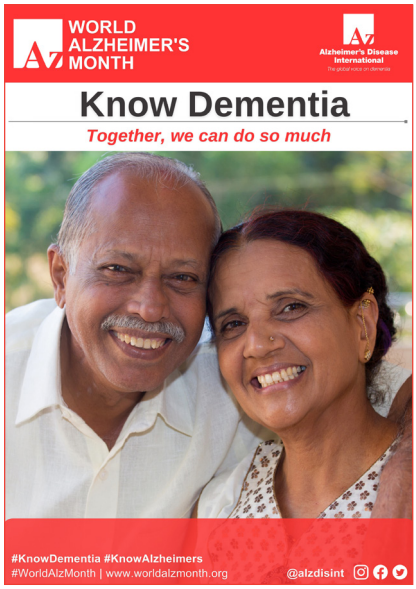


# Matériels de campagne

Cette année, nous mettons à disposition de qui des posters, des bannières pour les réseaux sociaux, des infographies, des vignettes vidéo et des informations spécifiques relatives au Rapport Mondial Alzheimer. Pour 2022, nous avons introduit de nouveaux posters et bannières et rafraîchit celles qui ont le mieux fonctionné en 2021.

## Posters

En tant qu'organisation internationale, nous reconnaissons l'importance de la diversité, c'est pourquoi la sélection de cette année a également poursuivi cet objectif, en proposant également une nouvelle sélection pour inclure les personnes handicapées en plus de la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées.



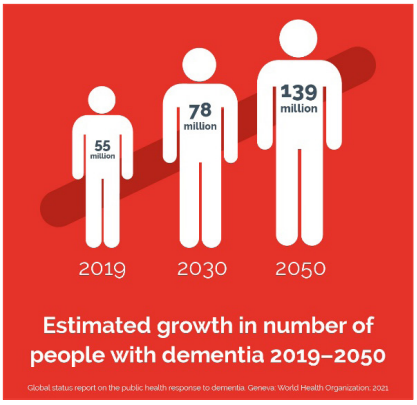
## Infographies sur les 10 signes avant-coureurs et les 12 facteurs de risque)

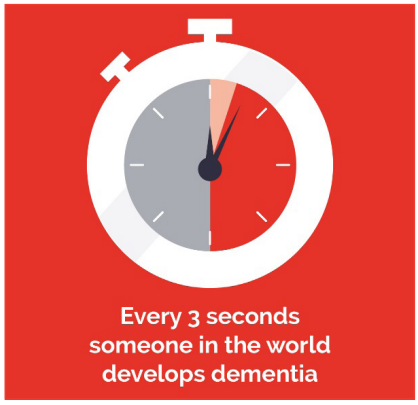
L'année dernière, nous avons actualisé notre infographie "10 signes avant-coureurs de la maladie d'Alzheimer et des maladies apparentées", qui décrit visuellement 10 des signes les plus courants pouvant être liés à la maladie d'Alzheimer et aux maladies apparentées.

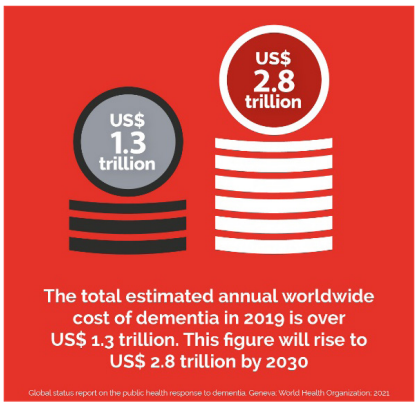
## Bannières pour les réseaux sociaux

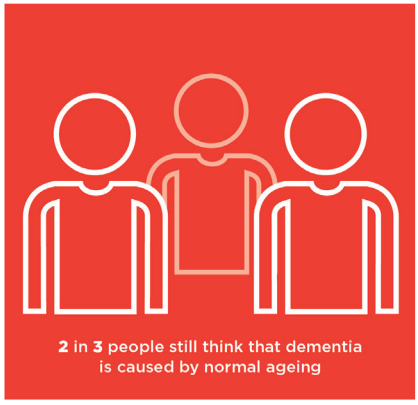
Comme pour les posters, nous avons rafraîchi les bannières pour les réseaux sociaux avec des photos et les avons redimensionnées pour qu'elles soient conformes aux nouvelles normes des réseaux sociaux.

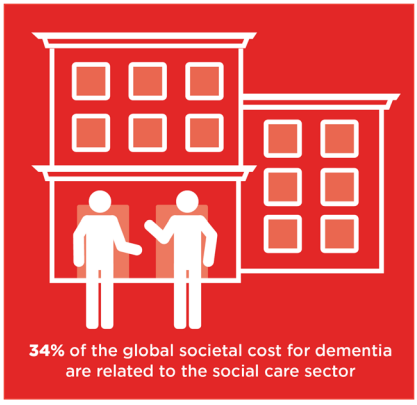
## Infographies

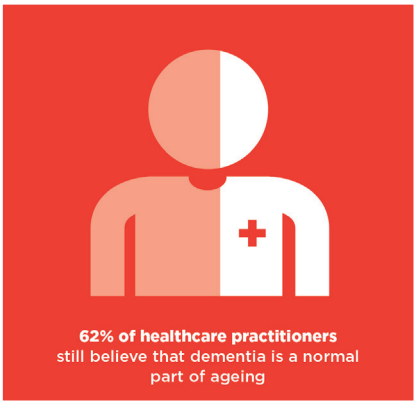


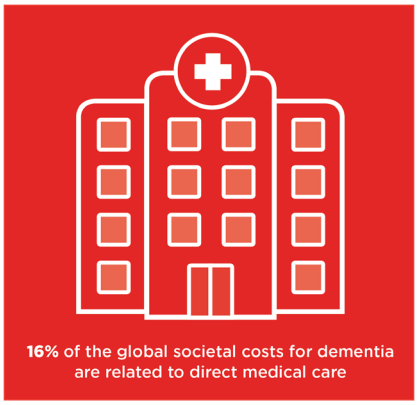







# Organiser un événement

Un événement réussi vous permettra de transmettre votre message à vos principaux publics cibles tout en contribuant à renforcer votre image publique. Il est important de veiller à ce que les personnes qui viennent à votre événement sachent pourquoi elles doivent y participer, qu'elles soient prévenues suffisamment à l'avance et que la journée se passe bien et soit bien organisée. Certains de nos membres organisent des événements depuis plus de 25 ans et ont donc acquis une grande expérience sur ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas. Vous trouverez ci-dessous quelques-uns de leurs conseils pour organiser un événement réussi.

**Veuillez n'organiser des événements en personne que si vous vous sentez en sécurité et si les mesures de distanciation sociale dans votre pays autorisent les rassemblements publics.**

## Avant l'événement

**Identifiez à la fois votre public cible et vos partenariats potentiels.** Décidez qui vous voulez influencer avec votre campagne - il peut s'agir des décideurs politiques ou de la population en général. Ensuite, identifiez les personnes et les organisations intéressées par la planification des activités du Mois Mondial Alzheimer et établissez des partenariats avec elles. Voici quelques idées : hôpitaux, groupes de personnes âgées, écoles, collèges, universités, groupes de femmes, groupes religieux, organismes de bienfaisance pour les personnes âgées, personnes travaillant dans le domaine des maladies non transmissibles et groupes de santé mentale.

**Choisissez une activité dont les objectifs sont clairement définis et réalisables.** Sans objectifs, vous ne pouvez pas mesurer si votre événement a été un succès ou non. Par exemple : organiser un événement auquel 50 personnes participent ou assurer la présence d'un haut fonctionnaire.

**Soyez réaliste quant à ce que votre association peut entreprendre.** Les ressources humaines et financières nécessaires ne doivent pas être sous-estimées. Il est préférable d'organiser un petit événement réussi qu'un événement plus important et plus chaotique.

**Faites de la publicité pour votre événement !** Utilisez les réseaux sociaux, flyers, posters, annonces, télévision, radio, journaux et publicités pour vous assurer qu'un public le plus large possible soit au courant de votre événement - et veuille venir !

**Déléguez :** déterminez clairement qui est responsable de quoi. Donnez aux gens des délais pour l'accomplissement de leurs tâches et organisez des réunions régulières pour vérifier les progrès accomplis.

**Invitez des personnes à votre événement.** Les personnes que vous inviterez dépendront de votre public cible. Vous pourriez inviter le plus haut responsable de la santé au sein du gouvernement, comme le Ministre de la Santé, si vous défendez votre cause auprès de votre gouvernement. Les invitations elles-mêmes servent à sensibiliser et à encourager les gens à s'impliquer. Un appel téléphonique de suivi est souvent un outil efficace.

## Le jour même

Le bon déroulement d'un événement est essentiel, qu'il se déroule en personne ou virtuellement. **Organisez une réunion avant l'événement avec toutes les personnes concernées** afin d'établir le calendrier de la journée, les coordonnées des personnes clés et les dispositions pour les médias.

**Veillez à ce que votre personnel soit bien informé de ses responsabilités**, de ce qu'il faut faire en cas d'urgence et du message que vous essayez de faire passer aux participants. Ils sont les ambassadeurs de votre association.

**Soulignez l'aspect mondial du Mois Mondial Alzheimer.** Attirez l'attention sur le travail effectué à la fois par votre association et par ADI.

**Engagez les médias Briefez vos porte-paroles et votre photographe.** Les porte-paroles doivent disposer d'une liste de points à aborder et bien connaître vos messages clés. Le photographe doit savoir ce que l'on attend de lui.

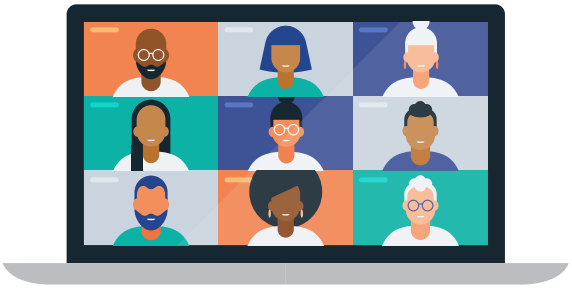
## Après l'événement

**N'oubliez pas de dire merci à toutes les personnes qui ont rendu votre événement possible et mémorable!** Il peut s'agir des sponsors, des invités et des bénévoles. Les gens se sentiront ainsi valorisés et seront encouragés à soutenir votre association à l'avenir.

**Évaluez vos activités.** Pour ce faire, il suffit de préparer un questionnaire simple permettant de recueillir les points de vue des bénévoles et des participants. Les objectifs définis ont-ils été atteints ? Qu'est-ce qui a été un succès et quels sont les points à retenir ? Les personnes présentes ont-elles une meilleure compréhension de la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées ? A-t-on répondu à leurs questions ? Ce processus est essentiel pour tirer parti des résultats obtenus lors des futures campagnes du Mois Mondial Alzheimer.

**DY Suharya, Directrice régionale d'ADI pour l'Asie-Pacifique, avec Elphie l'éléphant, la mascotte d'ALZI, lors de la Journée Mondiale Alzheimer à Jakarta, en Indonésie.**

# Événements virtuels



Vous trouverez ci-dessous quelques exemples de plateformes pour les événements virtuels qu'ADI a testées. Cependant, de nombreuses plateformes et applications ont été développées en réponse à la nécessité renouvelée d'interactions virtuelles, alors n'hésitez pas à les examiner également. Veillez à vérifier que la plateforme est sécurisée, en utilisant si possible un mot de passe de réunion.

Lorsque vous choisissez la bonne plateforme, il est important de vérifier qu'elle dispose des fonctionnalités dont vous avez besoin pour l'événement ou la réunion - par exemple, le chat, les questions-réponses, les sondages en direct, la possibilité de partager l'écran, les diapositives ou la vidéo, les salles de discussion, etc. Ces fonctions interactives peuvent être très importantes pour faire participer votre public et recevoir des commentaires. Il est utile de réfléchir à la nature de votre public et à l'importance des divers éléments d'interaction - en particulier si la plateforme est adaptée aux personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées.

- **Zoom** – Convient aux événements de grande envergure ; une série d'options d'abonnement, y compris une version gratuite qui peut accueillir jusqu'à 100 participants.
- **Google Hangouts** – Gratuit ; adapté aux réunions ou appels de petite taille, jusqu'à 25 participants vidéo mais jusqu'à 150 personnes peuvent participer au chat,
- **Skype** – Gratuit ; convient aux réunions ou appels de petite taille, jusqu'à 50 personnes.
- **WhatsApp** – Gratuit ; convient aux réunions ou appels de moindre envergure.

## Choisissez la bonne date et l'heure

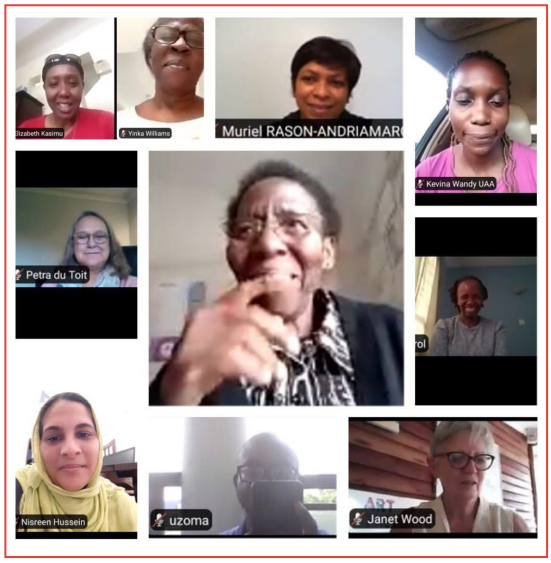
Une fois que vous avez défini votre public et choisi votre plateforme, la prochaine considération est de savoir quand programmer l'événement. Si vous visez un public international, il peut être judicieux de choisir une heure qui correspond au plus grand nombre de fuseaux horaires. L'utilisation d'une application comme **Timeanddate.com** peut être utile pour permettre à votre public de savoir quand l'événement se déroule dans son fuseau horaire. Faites quelques recherches pour vous assurer qu'il n'y a pas d'autres événements majeurs ou de jours fériés ce jour-là qui pourraient nuire à votre événement. Le fait de tweeter en direct pendant l'événement et de mettre à disposition des enregistrements est un moyen utile d'atteindre un public plus large avec vos informations et vos actions de sensibilisation.

## Promouvoir l'événement

**Cette étape ne doit pas être négligée !** Avec le grand nombre d'événements qui se déroulent en ligne aujourd'hui, il est important que vous fassiez la promotion de vos événements de manière efficace, afin qu'ils figurent rapidement dans les calendriers des gens. Veillez à fournir des informations clés sur l'événement, telles que les frais ou les dons éventuels, les intervenants, les activités, la durée et pourquoi vous organisez l'événement. Des plateformes telles que Eventbrite (ou même une simple feuille Excel) peuvent être utiles pour recueillir des informations telles que les noms et les professions, afin de savoir à qui s'attendre le jour J.

Il est important de sélectionner les canaux les plus efficaces pour envoyer ces informations. Les réseaux sociaux, les e-mails et les newsletters sont un bon point de départ, mais il est important d'adapter les informations à chaque canal de communication. La création de graphiques clairs et accrocheurs est un moyen efficace d'attirer l'attention, et vous pouvez utiliser du contenu vidéo pour expliquer l'inscription et présenter les objectifs de l'événement - essentiellement pour susciter l'intérêt et l'enthousiasme des gens pour l'événement ! C'est aussi un excellent moyen de collecter des fonds.

## Le jour même

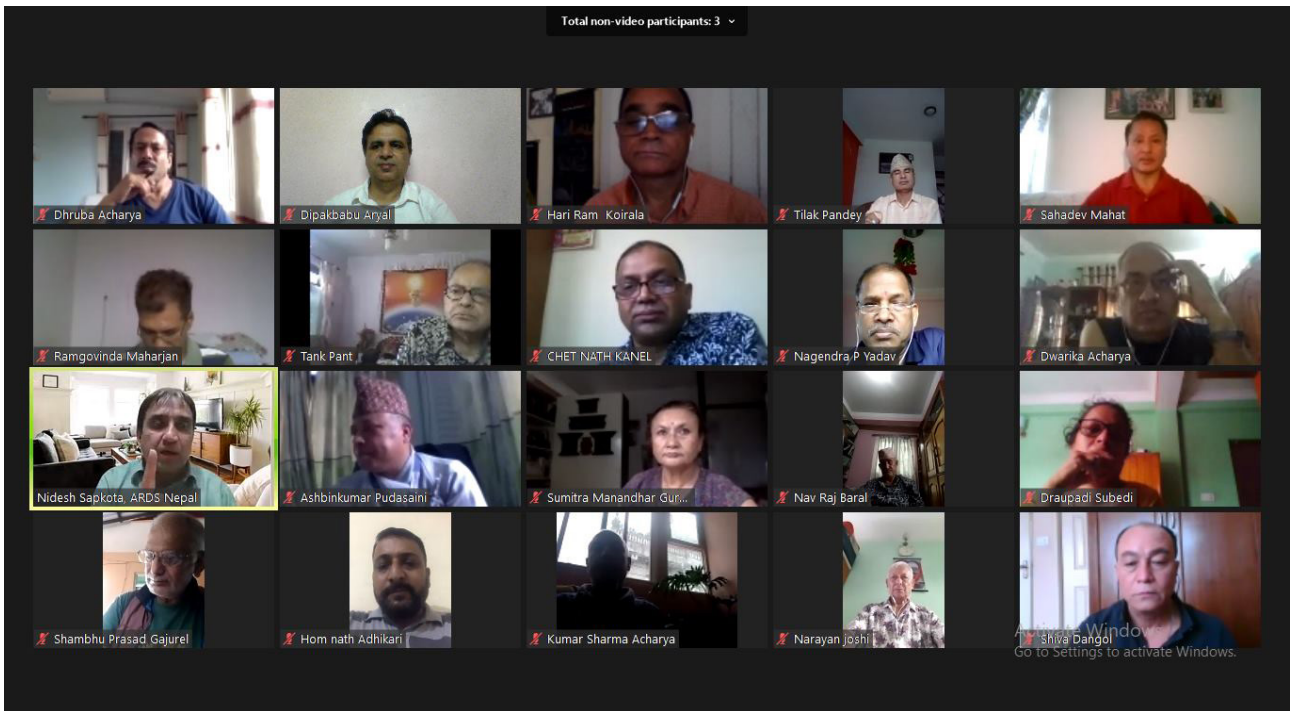



Le plus important est que votre événement soit attrayant. Un public engagé est plus susceptible de retirer quelque chose de l'événement, et surtout de faire un don. Comme vous le feriez pour un événement en direct, posez des questions à votre public en utilisant les fonctions de chat, de questions-réponses ou de sondage. Encouragez la discussion et le partage des connaissances, des idées et des expériences. Vous pouvez y parvenir en divisant la discussion en petits groupes et en sélectionnant des orateurs qui peuvent préparer leurs arguments à l'avance.

Fixez une heure précise et séparez la session autant que possible. Il sera difficile de maintenir l'attention du public lors d'événements qui durent plus de 90 minutes, nous vous recommandons donc de les limiter à 60-75 minutes si possible. Il est important de prévoir des pauses et d'encourager les participants à se lever et à s'étirer si la session se déroule principalement en position assise. N'oubliez pas non plus de passer en revue les règles générales d'organisation à respecter pour assurer le bon déroulement de l'événement.

## Après l'événement

La chose la plus importante à faire après votre événement est de remercier vos participants, y compris les autres organisateurs, les participants, les intervenants et les sponsors. Donner un résumé de l'événement peut être un moyen utile de laisser les gens avec des résultats définis. Encouragez le partage de l'événement sur les réseaux sociaux, notamment en fournissant l'enregistrement et/ou les présentations en format PDF. Un sondage peut être utile pour comprendre ce qui peut être amélioré pour la prochaine fois, et aussi pour fournir des témoignages aux sponsors. Assurez-vous d'avoir les autorisations nécessaires pour sauvegarder les données des participants et demandez-leur de s'inscrire pour recevoir de futurs mailings, conformément aux **réglementations internationales sur la protection des données**.



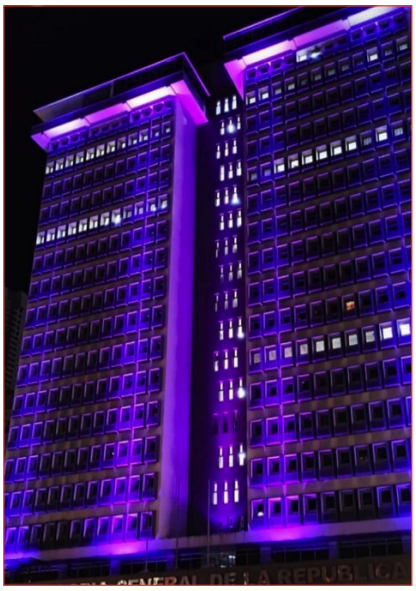

**Alzheimer and Related Dementia Society Nepal (ARDS-Nepal) ont organisé une douzaine d'événements en ligne tout au long du Mois Mondial Alzheimer.**

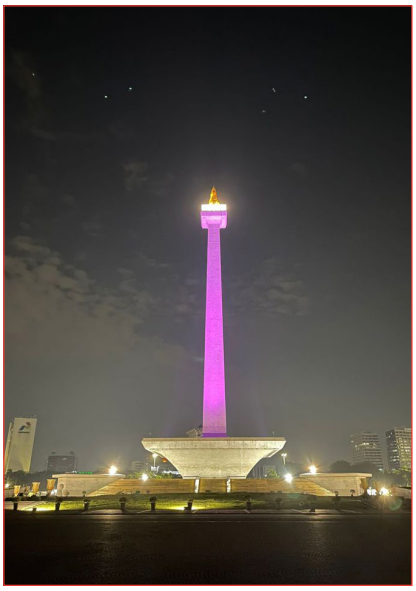
# Appel à l'action : Éclairage de monuments célèbres en violet

Nous encourageons nos membres à demander que des monuments soient illuminés pour commémorer le Mois Mondial Alzheimer ou la Journée Mondiale Alzheimer. Par exemple, à la suite de la pandémie de COVID-19, nous avons vu l'éclairage de grands monuments tels que l'Empire State Building, la pyramide de Khufu et le Shard en reconnaissance de la contribution des travailleurs de la santé.

Si vous souhaitez demander que des monuments soient éclairés en violet (ou toute autre couleur qui vous semble la plus représentative de la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées dans votre pays) en tant que geste symbolique de l'engagement de votre pays à soutenir les personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée et leurs aidants, soyez sensible à la pandémie actuelle et ne soyez pas surpris si vous rencontrez plus de résistance que d'habitude. Vous devrez également tenir compte du nombre de personnes qui pourront voir le monument sans avoir accès aux transports publics, etc., mais le partage des images sur les réseaux sociaux est un excellent moyen d'étendre la portée du message. Votre télévision locale ou la presse écrite peuvent également vouloir couvrir l'événement.

- Les responsables des sites reçoivent de nombreuses demandes pour différents événements et causes (en particulier depuis la pandémie mondiale de COVID-19). Certains monuments peuvent ne pas être en mesure de le faire, parce qu'il s'agit de monuments "classés", parce qu'ils ont déjà un partenariat avec une organisation caritative particulière ou parce qu'ils ne veulent pas payer. Ne vous découragez pas.
- Un appel téléphonique est toujours conseillé. Vous pouvez également consulter le site Web du monument. Certains monuments bien établis, comme l'Empire State Building, disposent d'une section dédiée aux demandes d'éclairage sur leur site Web. Si vous ne parvenez pas à trouver les bonnes informations, l'e-mail est toujours la meilleure solution.
- La meilleure personne à qui s'adresser varie toujours, mais le service clientèle, le département des opérations ou le département Publicité sont toujours un bon point de départ et peuvent vous orienter dans la bonne direction. Pour les petits sites, il est probable que vous devrez vous adresser au gérant. Lorsque vous rédigez votre demande, il est toujours bon de rendre votre courrier électronique/lettre plus personnel en expliquant les raisons de votre participation à la campagne et pourquoi elle est si importante pour vous. Utilisez vos contacts existants !
- Si vous avez organisé l'éclairage du monument longtemps à l'avance (ce qui est conseillé), n'oubliez pas de reprendre contact à l'approche de l'événement, afin de vous assurer qu'il est toujours possible de le faire.





# Collecte de fonds

La collecte de fonds peut constituer une partie importante de tout événement et peut avoir un impact incroyable sur la capacité d'ADI et de ses organisations membres à sensibiliser et à réduire la stigmatisation. Nous avons créé **un pack de collecte de fonds sur mesure pour le Mois Mondial Alzheimer**, rempli de conseils et d'astuces pour stimuler votre collecte de fonds. Que vous soyez un particulier qui relève le défi de sa vie en septembre, des amis qui veulent se réunir ou une entreprise qui souhaite organiser une activité de team-building, nous avons quelque chose à proposer à chacun.

Nous savons que la distanciation sociale et les restrictions de voyage peuvent rendre la collecte de fonds plus difficile, mais voici quelques façons de collecter des fonds virtuellement pour le Mois Mondial Alzheimer :

- **Organisez un quiz virtuel :** Une soirée quiz peut être organisée virtuellement, ce qui constitue un excellent moyen de retrouver vos proches et de remonter le moral des gens. Organisez un quiz en ligne et demandez à vos amis de payer pour participer.
- **Faites don de vos trajets :** Avec un grand nombre de personnes travaillant à domicile, nous économisons d'énormes sommes en frais de déplacement, sans parler du temps ! Vous pouvez faire don d'une semaine de trajet à ADI.
- **Portez du rouge, du violet ou de l'orange - virtuellement tout ! :** Arborez vos chemises, t-shirts et grenouillères aux couleurs de l'association pendant toute une semaine et faites-vous sponsoriser pour cela. Mettez à jour vos réseaux sociaux et montrez à vos adeptes ce que vous faites.
- **Matinée café virtuelle :** Établissez un partenariat avec une entreprise ou organisez votre propre matinée café virtuelle, où les gens font don du coût de leur boisson préférée à une œuvre de charité. C'est également un excellent moyen de maintenir l'intérêt de vos supporters et sponsors pour vos activités.
- **Course virtuelle :** Encouragez vos supporters à courir en même temps, soit à l'extérieur, soit sur un tapis roulant. Ensuite, organisez un événement diffusé en direct pour célébrer les exploits de vos participants et, bien sûr, féliciter le vainqueur. Des fonds peuvent être collectés grâce aux inscriptions à l'événement.
- **Collecte de fonds pour les anniversaires :** Comme beaucoup d'entre nous ne peuvent pas fêter leur anniversaire, pourquoi ne pas demander aux gens de faire don à ADI de l'argent qu'ils auraient dépensé pour fêter leur anniversaire avec vous, afin d'aider des milliers de personnes dans le monde atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée.
- **Marches virtuelles de la mémoire :** Organisez une marche de la mémoire sponsorisée. Il s'agit d'un moyen fantastique de collecter des fonds avec sa famille, tout en respectant la distanciation sociale, pour aider les personnes atteintes de maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée et leurs aidants.
-

Alzheimer's Disease Association Singapour ont organisé le 'Walk2Remember'

Le Grand Weekend de la Marche de la Mémoire 2020 d'Alzheimer Scotland

# Travailler avec votre gouvernement

## Organiser une réunion réussie avec des Ministres et des fonctionnaires du gouvernement

- Faites des recherches approfondies et préparez votre visite. Soyez clair sur l'objectif de votre visite et sur ce que vous voulez obtenir. Développez, retravaillez et affinez vos messages à l'avance. Tenez-vous au courant de l'évolution des politiques (par exemple, en cas de changement de haut responsable de la santé au sein du gouvernement, comme un Ministre de la Santé, est-il favorable à agir contre la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées ?)
- Laissez le fonctionnaire exprimer son point de vue.
- Les fonctionnaires, qu'ils soient élus ou nommés, ont de nombreuses personnes qui se disputent leur attention. Utilisez votre temps de manière constructive et travaillez votre présentation en attendant votre tour.
- Les fonctionnaires et leur personnel sont humains et attendent de la courtoisie. Ils vous seront peut-être plus utiles si vous les traitez avec respect.

**Vous pouvez demander à ADI de rédiger une lettre de soutien pour faciliter une réunion ou un contact avec le Ministère de la Santé.**

- Allez rapidement à l'essentiel. Montrez que vous savez à quel point leur temps est précieux.
- Restez simple ! Ne soyez pas trop technique, trop détaillé, trop complexe ou trop indirect. Allez à l'essentiel, couvrez les points essentiels et assurez-vous que le fonctionnaire comprend votre point principal.
- Un groupe difficile à gérer peut mettre tout le monde mal à l'aise, détourner l'attention de votre message et faire perdre un temps précieux à la mise en place. Assurez-vous que le groupe a déjà choisi un porte-parole et tenez-vous-en à cette décision.
- Si possible, faites participer une personne atteinte de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée ou un aidant - la voix de l'expérience vécue est puissante.
- Votre réputation est essentielle, alors essayez d'être aussi préparé que possible avant de commencer une réunion.
- Demandez toujours le soutien du fonctionnaire.
- N'oubliez pas d'appeler/envoyer un mot de remerciement à la personne à qui vous avez rendu visite pour lui rappeler votre venue. Vous pouvez également leur envoyer un Tweet pour les remercier ou leur rappeler la discussion.
- Faites suivre votre visite d'un appel téléphonique ou de lettres ultérieures si vos demandes ne sont pas satisfaites.
- Les fonctionnaires sont occupés, mais ils seront plus enclins à vous écouter si vous faites sentir votre présence par une correspondance fréquente.
- Utilisez des faits, des statistiques, des études de cas, des histoires et impliquer les personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée et leurs aidants.

**Le ministre en chef de Gibraltar, Fabian Picardo, a enregistré un message vidéo pour la Journée Mondiale Alzheimer.**

- Regardez la masterclass intitulée "Principles of Advocacy" donnée par Glenn Rees, Vice-président Honoraire d'Alzheimer's Disease International, en **anglais** et en **espagnol** (le sous-titrage AI est disponible pour la plupart des autres langues sur YouTube).
- Regardez la masterclass intitulée "Update on the Global Dementia Action Plan" donnée par Dr Katrin Seeher, Responsable Technique, Département de la Santé Mentale et de la Toxicomanie, Organisation Mondiale de la Santé (OMS), en **anglais**.

## Comment inciter les gens à participer à vos activités d'incidence et de politique publique ?

- Le nombre de personnes que vous attirez à votre événement est important. La taille de votre groupe lors d'un événement en dit long sur votre message et votre cause.
- Appelez les membres de votre conseil d'administration, les responsables de groupes de soutien et les prestataires de services avec lesquels vous avez de bonnes relations. Ce sont d'excellentes sources de personnes qui comprennent votre message et qui seront plus susceptibles d'aider à recruter d'autres personnes pour assister à votre événement.
- Le manque de moyens de transport et la difficulté à trouver des arrangements pour la garde des enfants peuvent constituer des obstacles pour les aidants qui souhaitent assister à des événements. Si vous pouvez aider à surmonter ces obstacles, faites-le !
- Un responsable de l'association (membre du conseil d'administration ou du personnel) doit être présent lors de l'événement pour guider les participants, régler leurs problèmes et s'assurer qu'ils connaissent le rôle de l'association.
- Identifiez et préparez un porte-parole pour les médias.
- La sécurité est généralement prise très au sérieux, surtout lorsque vous rendez visite à des représentants du gouvernement. Si les informations qui vous sont données sur un événement sont dites "confidentielles", c'est pour une raison précise. Veillez à ce qu'il en soit ainsi.
- Donnez les meilleures informations possibles à tous les participants.
- Appelez et demandez directement aux participants d'assister à un événement. Ne partez pas du principe qu'une invitation ou un flyer fera venir les gens quand vous en aurez besoin.
- N'oubliez pas de dire "merci" à tous les aidants et intervenants qui participent à un événement. Un simple "merci" contribue grandement à assurer leur soutien à l'avenir.

# Médias

C'est une excellente occasion d'obtenir une couverture à la télévision, à la radio et dans les journaux et de faire savoir aux habitants de votre pays et de votre région que votre association existe pour soutenir les personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée et leurs aidants.

## Suggestions de médias à cibler

- Journaux et hebdomadaires nationaux, régionaux et locaux
- Les médias audiovisuels, notamment les chaînes de télévision, les stations de radio et les diffuseurs en ligne, ainsi que les influenceurs.
- Magazines de santé et de style de vie
- Revues spécialisées, par exemple revues sur la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées, revues sur les soins, revues à but non lucratif.
- Revues médicales, par exemple les revues destinées aux médecins généralistes, aux infirmières et aux psychiatres.
- Réseaux de télévision nationaux, régionaux et locaux
- Stations de radio nationales, régionales et locales

## Messages suggérés

Avant de contacter les médias, vous devez savoir clairement quels sont vos messages clés et qui vous essayez d'atteindre avec ce message. Voici quelques suggestions :

### Grand public

- Si vous êtes inquiet au sujet de votre mémoire, parlez-en à votre médecin.
- Contactez votre association Alzheimer et maladies apparentées locale, qui sera en mesure de vous fournir des informations, un soutien et des détails sur les services disponibles dans votre région.
- Bien qu'il n'y ait pas de remède à l'heure actuelle, certains traitements sont disponibles, et un diagnostic donne l'occasion de discuter de la maladie d'Alzheimer ou les maladies apparentées et de planifier l'avenir pour optimiser votre qualité de vie.

**L'un des trois articles publiés dans The Gibraltar Chronicle à l'occasion du Mois Mondial Alzheimer.**

### Personnes atteintes de démence et aidants

- Prenez contact avec votre association Alzheimer et maladies apparentées locale - nous pouvons vous fournir des informations et un soutien pour vous aider.
- Si vous êtes un aidant, n'oubliez pas de prendre soin de vous.

### Gouvernement/décideurs politiques

- Le nombre de personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée est appelé à augmenter considérablement avec l'allongement de la durée de vie. Développez dès maintenant des services appropriés pour soutenir les personnes touchées et leurs familles.
- Notre association représente les personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée et leurs familles et peut vous conseiller sur les actions à entreprendre.

### Professionnels de la santé

- Les problèmes de mémoire ne font pas partie du processus normal de vieillissement. Si un patient s'inquiète au sujet de sa mémoire, est désorienté ou confus, ne rejetez pas ses symptômes - recherchez les causes possibles.
- Si vous diagnostiquez une personne atteinte de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée, donnez à cette personne et à son aidant les coordonnées de l'association Alzheimer ou maladies apparentées locale
- Mettez à jour vos connaissances sur le diagnostic, la gestion et le traitement de la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées et envisagez de devenir conseiller médical de votre association Alzheimer et maladies apparentées.

### Planifiez toujours votre stratégie médiatique avant de commencer quoi que ce soit d'autre.

- Quel est votre objectif ?
- Public cible
- Calendrier
- Avez-vous besoin d'un budget ?
- À quoi ressemblera le succès ?

## Les débuts

Cela semble évident, mais il est essentiel de connaître votre organisation, ce qu'elle représente, ses objectifs et les stratégies actuelles pour les atteindre.

Veillez à ce que tous les porte-paroles potentiels soient équipés de messages clés faciles à comprendre et de quelques statistiques notables qu'ils peuvent utiliser. Cela constitue un excellent point de départ pour toute interview et un bon point de référence. Il n'est pas nécessaire d'être exhaustif, essayez de vous en tenir à 5 points qui sont toujours pertinents.

En plus de connaître votre organisation et ses objectifs, vous devez également connaître votre public cible, les médias visés et vos parties prenantes internes. Ces listes vous seront très utiles lors de vos contacts avec les médias.

Le paysage médiatique est en train de changer. L'époque des longs déjeuners et des délais faciles est révolue. Les journalistes sont soumis à une pression constante pour faire plus avec moins de temps.

S'il est vrai qu'il est plus difficile d'obtenir une couverture médiatique, un peu d'organisation et de préparation vous permettront de prendre une longueur d'avance. Il existe un véritable appétit pour les nouvelles relatives à la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées, en particulier celles qui présentent un intérêt humain. Les journalistes opteront souvent pour une histoire facile, alors rendez-la divertissante et informative, assurez-vous que vous avez déjà des citations dans votre communiqué de presse et fournissez une tierce partie ou une "étude de cas" pour souligner votre point de vue d'une personne extérieure.

## Vont-ils remarquer mon e-mail ? Est-ce qu'ils m'aimeront ? Vont-ils me dévorer tout cru ?

Cela fait partie de votre parcours dans le paysage médiatique. Chaque journaliste, diffuseur et publication est différent. Certains ont des habitudes et des attentes bizarres, d'autres sont faciles à vivre. Mieux vous les comprendrez, plus ils seront susceptibles de vous répondre.

Le plus grand conseil que nous pouvons donner est que "le téléphone est votre ami". Vous ne pouvez pas traiter vos relations avec les médias comme celles sur votre lieu de travail - un e-mail, dans la plupart des cas, ne suffira pas.

***CONSEIL***

**Les journalistes aiment les études de cas locales**

N'oubliez pas que les journalistes peuvent recevoir des centaines d'e-mails par jour. Il se peut qu'ils ne voient pas le vôtre, qu'ils soient occupés au moment de l'envoi ou que votre titre n'ait pas suffisamment attiré leur attention pour qu'ils l'ouvrent.

En appelant le journaliste, vous attirez son attention. Maintenant, c'est à vous de briller !

Soyez bref, précis et simple. Vérifiez s'ils ont reçu l'e-mail, dites-leur pourquoi ils devraient couvrir l'histoire et ce que vous pouvez leur apporter.

On vous dira souvent "nous verrons comment ça se passe" ou "nous reviendrons vers vous", mais ce ne sera pas toujours le cas. Continuez à appeler jusqu'à ce qu'ils disent oui ou non. Parfois, ils peuvent se montrer agressifs ou raccrocher. Il se peut aussi qu'ils ne soient pas intéressés, mais ce n'est pas grave. Ne vous laissez pas décourager, soyez persévérant et vous obtiendrez des résultats.

## Conseils pratiques

Comprendre les médias est une chose, mais générer une couverture médiatique en est une autre ! Voici quelques mesures que vous pouvez prendre pour vous donner plus de chances d'obtenir une couverture médiatique.

1. Faites des recherches sur la publication ou le diffuseur et faites-leur savoir que vous suivez leur travail. Ils apprécieront cette attention.
2. Connaissez votre contenu ! Si vous le présentez, vous avez intérêt à savoir comment le 'vendre' ! Entraînez-vous avant d'appeler.
3. Identifiez votre porte-parole et votre contact RP/média. Briefez-les à l'avance pour obtenir des informations.
4. Organisez le partage de l'histoire d'une personne en tant qu'étude de cas, vérifiez ses disponibilités et informez-la des messages clés. L'expérience vécue est très puissante, les voix des personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée et des aidants sont souvent émouvantes et persuasives. Les professionnels, notamment les médecins et les infirmières, sont également très attrayants pour les médias. Veillez à ce que toutes les ressources soient préparées - photos (y compris les portraits), vidéos, statistiques et graphiques.
5. Y a-t-il des événements locaux auxquels vous pouvez vous associer ? Ou bien, votre histoire va-t-elle entrer en conflit avec un autre événement local ?
6. Avez-vous contacté les principales parties prenantes avant les médias ? Envoyez-leur un FYI, ils apprécieront !
7. Avez-vous contacté le maire, le ministre ou d'autres personnes d'influence ? Ils pourraient bien être libres !
8. Préparez un dossier pour noter la réponse de chaque journaliste. Cela vous sera utile lors de votre prochain pitch.

# Messages clés

Les messages clés sont essentiels dans les relations avec les médias, que ce soit dans un communiqué de presse, une interview, une citation ou sur le site web. Les messages clés sont des points de discussion que vous pouvez répéter avec enthousiasme aussi souvent que possible. Ils permettent de promouvoir l'organisation ou la mission/l'objectif de manière convaincante et informative.

Une autre grande utilité des messages clés est qu'ils peuvent être très utiles lors des interviews. Il peut arriver que votre porte-parole soit perdu, confus ou confronté à une question à laquelle il est difficile de répondre. Disposer de quelques messages clés prêts à l'emploi qu'il peut dire facilement et précisément, sans effort ni réflexion, peut s'avérer extrêmement utile.

Cette liste ne doit pas être longue, trois à cinq points suffisent généralement. Ils doivent pouvoir être récités aussi facilement que possible. Et ajoutez-y des messages clés sur votre propre pays.

## Quelques exemples de messages clés à inclure :

- Les maladies d'Alzheimer et les maladies apparentées coûtent 1,3 trillion de dollars par an et devraient plus que doubler pour atteindre 2,8 trillions d'ici à 2030.
- Le nombre annuel mondial d'heures de soins informels fournis aux personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée vivant à domicile était d'environ 133 milliards d'heures en 2021. Cela représente l'équivalent de plus de 67 millions de travailleurs à temps plein.
- Les femmes fournissent une proportion substantielle des soins informels aux personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée, environ deux tiers des aidants principaux étant globalement des femmes. Ce chiffre est nettement plus élevé dans les PFR-PRI, régions qui représenteront 71% de la prévalence mondiale d'ici 2050.
- La plupart des personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée ne bénéficient pas d'un diagnostic ou d'un soutien post-diagnostic.
- Aujourd'hui, plus de 55 millions de personnes dans le monde vivent avec la maladie d'Alzheimer ou une maladie apparentée.
- Les plans nationaux sont le meilleur outil dont disposent les gouvernements pour s'attaquer à ce fléau et doivent être axés sur le soutien post-diagnostic.
- Le soutien aux aidants fait partie intégrante d'un soutien post-diagnostic solide.

# Organiser un événement médiatique

Un moyen efficace d'obtenir une couverture médiatique pour votre événement est d'organiser une conférence de presse ou un événement médiatique. Utilisez la checklist suivante pour vous aider à en organiser une :

- ☑ **Liste d'invitation - presse écrite, radio, télévision, en ligne. N'oubliez pas vos propres porte-paroles ou parties prenantes.**
- ☑ **Heure et date - essayez de ne pas entrer en concurrence avec d'autres événements.**
- ☑ **Opportunités photo/vidéo.**
- ☑ **Rappelez la presse invitée pour confirmer sa présence.**
- ☑ **Dossier de presse - inclure le communiqué de presse, les biographies, le contexte, la fiche d'information, les photos, etc.**
- ☑ **Anticipez les questions éventuelles des médias et préparez des réponses.**
- ☑ **Concentrez toutes les réponses sur un petit nombre de messages clés.**
- ☑ **Organisation sur place - réservation de la salle/espace, panneaux nominatifs sur le podium/ la table pour les orateurs, équipement audio/visuel.**
- ☑ **Rafraîchissements si souhaité.**
- ☑ **Refrescos si se desea.**

## S'adresser aux médias

### Avant l'entretien

Demandez à votre interlocuteur pourquoi il veut vous interviewer, déterminez ce qu'il sait sur le sujet et ce qu'il veut savoir de plus. Demandez à votre interlocuteur quelle sera sa première question, afin de pouvoir vous préparer. Essayez d'identifier les autres personnes qu'il pourrait interviewer sur le sujet et découvrez tout ce que vous pouvez sur la publication ou le programme pour lequel il travaille.

Mieux vous connaîtrez votre interlocuteur, plus vous serez détendu et plus vous serez performant. Au minimum, vous devez vous rappeler que les journalistes travaillent généralement à grande vitesse et sous une pression intense. Ils doivent trouver un angle intéressant qui attirera le lecteur ou le téléspectateur. Si vous pouvez les aider à y parvenir tout en restant fidèle à votre propre organisation, vous avez de bien meilleures chances d'être rappelé.

Ne vous lancez pas dans une interview avant d'avoir préparé quelques notes sur le sujet que vous allez aborder. Si un journaliste vous demande une citation immédiate au téléphone, promettez de le rappeler et de passer au moins quelques minutes à préparer votre citation.

Vous avez peut-être plusieurs points à faire valoir, mais votre public en retiendra tout au plus deux ou trois. Moins vous en dites, plus ils s'en souviendront. Essayez donc d'identifier les questions et les sujets qui intéresseront le plus votre public.

### Pendant l'entretien

Rappelez-vous le principe des 3 C : Confiance, Clarté, Contrôle

***Confiance*** - Ayez confiance en vos propres connaissances. Vous connaissez votre sujet mieux que le journaliste.

***Clarté*** **-** Utilisez un style clair et conversationnel. Établissez un maximum de trois messages clés et illustrez vos points par des exemples anecdotiques pour plus de crédibilité. Évitez le jargon.

***Contrôle -*** Prenez en charge l'entretien. La préparation est clé. Les mauvaises questions n'existent pas, seules les mauvaises réponses existent.

A. Reconnaissez et répondez à la question. C'est une bonne question, **" Oui, non, je ne sais pas, je ne suis pas en mesure de répondre à cette question".**

B. Faire le pont. Cependant, ce que je peux vous dire, c'est que... soyons clairs... excellente question, je vais commencer...

C. Contrôle et clarté : Messages clés de votre interview

D. Ce qui est vraiment intéressant, c'est... (Orientez l'histoire dans votre direction)

## Rédaction d'un communiqué de presse

### Format et style

Utilisez l'en-tête de l'organisation et un format convenu, en double interligne, sur une page, deux au maximum. Inscrivez "Communiqué de presse" et la date en gros caractères en haut de la page. Indiquez le nom et le titre de la personne à l'attention de laquelle le communiqué est destiné.

Le style doit être concis, journalistique, aussi accrocheur et intriguant que possible. Imaginez que le lecteur ne connaisse rien de votre organisation. Cette histoire se démarque-t-elle ? Est-elle clairement intéressante pour les lecteurs/téléspectateurs ? En bref, est-elle tentante pour un rédacteur en chef inondé de communiqués de presse quotidiennement ?

### Intitulé/titre

Un titre court et accrocheur qui donne une idée de l'histoire en très peu de mots.

### Premier paragraphe

Il est absolument essentiel qu'il soit court (idéalement pas plus de 30 mots), pertinent et digne d'intérêt. Il doit indiquer clairement: Qui, Quoi, Où, Quand et Pourquoi (dans n'importe quel ordre). Ce paragraphe doit pouvoir se suffire à lui-même comme un élément d'information concis.

### Deuxième paragraphe

Fournissez l'élément d'information suivant : soit plus de détails sur ce qui précède, soit une nouvelle information.

### Troisième paragraphe

Ce paragraphe doit être une citation efficace d'une personne impliquée qui est prête à parler à la presse si on le lui demande. La citation doit ajouter une nouvelle dimension et un message clé.

### Paragraphes supplémentaires

Il doit s'agir d'informations nécessaires et essentielles à l'article OU des coordonnées de porte-paroles supplémentaires. Le nom, le titre, le numéro de téléphone fixe ou portable doivent figurer en caractères clairs et gras au bas du document.

### Informations complémentaires

Décrivez votre association en quelques mots. Donnez les statistiques de base et des informations générales sur votre association (par exemple, quand elle a été créée, le nombre de branches).

## Envoi d'images aux médias

Il est préférable de joindre des images au format jpeg. Si les images sont trop grandes, utilisez WeTransfer ou la méthode préférée du journaliste.

**Nous avons inclus ci-dessous un exemple de communiqué de presse tiré de la campagne du Mois Mondial Alzheimer de l'année dernière. Un nouveau communiqué pour cette année sera diffusé avant septembre 2021.**

Alzheimer's Disease International

**EMBARGOED UNTIL 00.01AM 1st SEPTEMBER 2021 (GMT)**

**COVID-19 could be a 'Trojan horse' causing future waves of dementia, global experts investigate**

- *ADI warns that COVID-19 could further add to the dementia pandemic, urges the WHO, governments and research institutions to prioritise research on link between COVID-19 and dementia*
- *Research suggests neurological impact of COVID-19 can accelerate dementia symptoms and related brain pathology*
- *Prominent global dementia experts from ADI's Medical and Scientific Advisory Panel form investigative working group to research concerning link between long-COVID and dementia*
- *Globally, millions could face increased or accelerated risk of dementia, as a consequence of long-COVID, knowing the warning signs of dementia now more important than ever*

**LONDON - 1 September 2021:** At the start of World Alzheimer's Month, Alzheimer's Disease International (ADI), the global federation for over 100 Alzheimer's and dementia associations across the world, is calling on the World Health Organisation (WHO) and governments to urgently fast track research on the potential impact of COVID-19 on increasing dementia rates.

Emerging research is showing that the neurological impact of COVID-19 on the brain can increase both a person's likelihood of developing dementia, and the rate that dementia-related pathological changes develop in the brain. ADI has established a working group of leading dementia researchers to investigate this emergent field.

Recent research revealed at the 2021 Alzheimer's Association International Conference (AAIC) indicates that some patients who had COVID-19 may experience an acceleration of Alzheimer's Disease/Alzheimer's Disease-Related Dementias symptoms and pathology.

This research shows that serum biomarkers of neuronal injury, neuroinflammation and Alzheimer's disease correlate strongly with the presence of neurological symptoms in COVID-19 patients.

ADI CEO, Paola Barbarino, says that most governments around the world are not prepared for the oncoming wave of dementia, or the additional impact from COVID-19.

"Many dementia experts around the globe are seriously concerned by the link between dementia and the neurological symptoms of COVID-19," says Barbarino. "Even before COVID-19 and this emerging risk, forecasts estimate dementia cases to rise from 55 million to 78 million by 2030, with costs rising to US$2.8 trillion annually. We urge the WHO, governments and research institutions across the globe to prioritise and commit more funding to research and establish resources in this space, to avoid being further overwhelmed by the oncoming pandemic of dementia."

ADI's Medical and Scientific Advisory Panel (MSAP), consisting of 75 global dementia experts, has formed a working group of scientists and medical professionals to help understand the magnitude of the problem and make recommendations on how to deal with it.

"We have a global grouping of the world's most prominent dementia researchers and experts who have established a working group to look at this emergent field of research," continues Barbarino. "Our MSAP working group will liaise with other international working groups, including one led by the

# Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux constituent l'un des moyens les plus efficaces de nous aider à diffuser le message du Mois Mondial Alzheimer. Vous trouverez ci-dessous des bannières pour les réseaux sociaux et des exemples de messages que vous pouvez utiliser ou adapter.

**Twitter**

**@AlzDisInt**

Interagissez avec nous sur Twitter et utilisez les hashtags officiels du Mois Mondial Alzheimer : **#ConnaîtreAlzheimer #WorldAlzMonth**. N'oubliez pas de mentionner @AlzDisInt pour que nous puissions partager vos messages

**Facebook**

**/alzdisint**

N'oubliez pas de liker notre page Facebook et de partager nos publications sur le Mois Mondial Alzheimer. Connectez-vous avec nous et partagez vos activités, mises à jour et photos, et vous pourriez faire partie de l'album photo officiel de la campagne.

**Linkedin**

**linkedin.com/company/alzdisint**

**Instagram**

**instagram.com/alzdisint**

**Youtube**

**youtube.com/user/alzdisint**

En ce #WorldAlzMonth et au-delà, il est important de #ConnaîtreAlzheimer et de connaître les signes avant-coureurs de la #Alzheimer.

Voici quelques exemples de messages que vous pouvez utiliser pour Facebook et Twitter. Copiez-les et collez-les ou créez les vôtres

- Septembre est le Mois Mondial Alzheimer ! En ce #WorldAlzMonth, rejoignez-nous et @AlzDisInt pour aider à la sensibilisation à la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées dans le monde entier. #ConnaîtreAlzheimer
- Si vous pensez que vous ou l'un de vos proches présentez des symptômes d' #Alzheimer, il est important d'en parler à un médecin, même pendant le #COVID19. En ce #WorldAlzMonth, découvrez les signes avant-coureurs d' #Alzheimer #ConnaîtreAlzheimer
- La maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées ne font pas partie du processus normal de vieillissement. Un diagnostic opportun peut donc vous aider à prendre le contrôle et à planifier votre avenir. En ce #WorldAlzMonth, nous devrions tous #ConnaîtreAlzheimer.

N'oubliez pas de penser à inclure des éléments visuels lorsque vous publiez vos messages. **Les messages accompagnés de photos et de vidéos sur les réseaux sociaux ont plus de chances d'être vus et partagés par votre public.** Vous pouvez utiliser et adapter nos bannières ici: **www.alzint.org/wam**.

**N'oubliez pas d'utiliser les hashtags**
**#WorldAlzMonth et #ConnaîtreAlzheimer**

## Conseils pour les réseaux sociaux

- Adoptez un langage clair, amical et positif. N'écrivez pas trop de choses dans un seul message, résumez ce que vous voulez dire, puis créez un lien vers un site externe pour fournir plus d'informations si nécessaire. Veillez à toujours rester fidèle au message.
- Utilisez des images ou des vidéos animées et de haute qualité pour attirer l'attention ! Lorsque nous allons sur les réseaux sociaux, notre capacité d'attention est souvent beaucoup plus courte, de sorte que les gens risquent de ne pas remarquer vos messages s'ils ne comportent pas d'éléments visuels attrayants (par exemple, des graphiques, des animations, des vidéos).
- Soyez créatif dans votre campagne, n'ayez pas peur d'essayer quelque chose de nouveau!
- Publiez votre contenu de manière régulière. Veillez à répartir vos publications, afin de ne pas submerger vos abonnés.
- Réfléchissez à des moyens innovants d'impliquer vos followers en lançant des débats et des campagnes interactives, par exemple en utilisant les fonctionnalités de la plateforme (par exemple, les sondages Twitter et Facebook Live). Qu'est-ce qui vous inciterait à vous arrêter et à lire un post ou un tweet, ou à vous impliquer dans une campagne ?
- Si vous le pouvez, demandez à un ou deux bénévoles ou membres du personnel de gérer vos comptes. Cela permettra de s'assurer que les messages ne sont pas répétés et que la gestion est claire.
- Posez des questions à votre public ! Demandez-leur de s'engager, de laisser des commentaires ou de partager votre message.

## Meilleures pratiques en matière de réseaux sociaux

### Facebook

- Utilisé comme un moyen de se connecter avec les utilisateurs via des amis, des collègues et d'autres personnes qui partagent des intérêts similaires ou qui ont des antécédents communs.
- Les internautes vont "liker" votre page, ce qui signifie que vos publications apparaîtront dans leur fil d'actualité (page d'accueil). Ils peuvent ensuite commenter ou "liker" les publications et, surtout, les partager avec leurs amis Facebook.
- Vous pouvez également vous connecter à des organisations similaires ou de soutien et à des réseaux mondiaux comme ADI afin de voir leurs mises à jour dans votre propre fil d'actualité.
- Le contenu axé sur l'émotion, y compris la vidéo, est particulièrement performant sur Facebook. (Un bon exemple de "contenu axé sur l'émotion" est le compte Instagram populaire "Humans of New York").
- N'oubliez pas de liker notre page Facebook et de partager nos publications sur le Mois Mondial Alzheimer. Connectez-vous avec nous et partagez vos activités, vos mises à jour et vos photos sur notre mur et vous pourriez faire partie de l'album photo officiel de la campagne.

### WhatsApp

- Application de messagerie gratuite qui permet aux utilisateurs d'envoyer des messages, de chatter et de partager des médias, y compris des messages vocaux et des vidéos, avec des personnes ou des groupes.
- Idéal pour l'organisation et pour rester en contact avec des groupes ou des supporters.
- La possibilité de partager à la fois du son, des images et des vidéos permet aux participants du groupe de partager leurs propres médias, qui peuvent être utilisés pour des messages sur les médias sociaux ou d'autres communications.

### Twitter

- Permet de partager rapidement des nouvelles sans avoir à "connecter" ou à devenir "amis" directement, comme c'est le cas sur Facebook.
- En utilisant le hashtag officiel du Mois Mondial Alzheimer #WorldAlzMonth, vous pouvez participer à une conversation ou à un débat et étendre la portée de votre tweet.
- Communiquez avec nous sur Twitter (@AlzDisInt) en nous taggant, en likant et retweetant nos tweets. N'oubliez pas de nous suivre pour que nous puissions voir vos mises à jour et retweeter vos messages.

***CONSEIL***

**Utilisez un site web tel que www.bitly.com pour raccourcir l'URL, en particulier pour les sites de médias sociaux tels que Twitter qui ont une limite de caractères.**

### Les principaux hashtags à inclure dans les messages sur les réseaux sociaux :

- #WorldAlzMonth
- #ConnaîtreAlzheimer
- #WAM2021

## Calendrier social suggéré pour le Mois Mondial Alzheimer

Il est important de planifier vos publications sur les réseaux sociaux pour vous permettre à la fois de faire de la publicité et de présenter les événements avec succès, mais aussi pour assurer une diffusion cohérente à vos followers. La planification à l'avance est également utile si plusieurs membres travaillent au sein de votre équipe.

Pour vous aider à planifier vos dates et vos messages pour le Mois Mondial Alzheimer, nous avons élaboré **un calendrier gratuit pour le Mois Mondial Alzheimer**, que vous pouvez télécharger pour Microsoft Excel, Numbers (Apple) et Sheets (Google). Ce document comprend un exemple de calendrier pour vous aider à organiser des dates spécifiques en septembre, ainsi qu'une mise en page (avec des exemples de messages) pour organiser vos réseaux sociaux. (illustré ci-dessous).

**La date et l'heure des publications doivent toujours être prises en compte.** Chaque plateforme a des **jours et des heures différents qui conviennent le mieux** pour que d'autres personnes voient votre contenu.

***CONSEIL***

**Il existe différents outils que vous pouvez utiliser en ligne pour organiser et programmer à l'avance vos publications sur les réseaux sociaux. Sachez toutefois que la plupart de ces services sont payants et vous factureront après une période d'essai. (Vous pouvez programmer directement et gratuitement vos publications sur Facebook et Twitter.**

# Mesurer votre succès

L'évaluation du contenu et des performances globales de la campagne est souvent négligée ou oubliée. Pourtant, évaluer votre campagne numérique peut être utile pour savoir si vous avez pu atteindre de nouveaux publics, susciter de l'intérêt ou des réactions, etc.

Tout dépendra des destinataires de l'évaluation, par exemple les sponsors, le conseil d'administration de votre association ou les participants. L'évaluation ne doit pas seulement vous aider à mesurer le succès de votre événement, elle doit aussi vous aider à tirer le meilleur parti du Mois Mondial Alzheimer et à vous assurer que toutes vos activités se déroulent de manière harmonieuse et efficace.

Une planification efficace est une nécessité pour que votre événement soit un succès, et une planification efficace implique une évaluation au fur et à mesure. Identifiez votre public cible et ce que vous espérez réaliser grâce à votre événement du Mois Mondial Alzheimer, et vous serez en mesure de mesurer l'efficacité de vos buts et objectifs.

Vous devez évaluer tous les aspects de votre travail dans le cadre du Mois Mondial Alzheimer afin de présenter un rapport significatif. Pour chaque aspect, vous devriez identifier certains objectifs et la façon dont vous allez mesurer si vous avez atteint ou non ces objectifs. Voici quelques étapes que vous pourriez envisager d'adopter :

## 1. La planification

- Établissez un calendrier de votre événement
- Après l'événement, vérifiez si le calendrier était réaliste. Avez-vous dû procéder à des modifications ?
- Quelles sont les opinions des personnes concernées sur le déroulement de votre plan ?

## 2. Les personnes impliquées

- Dressez la liste de toutes les personnes et organisations que vous avez contactées pour participer à votre événement.
- Après l'événement, dressez la liste de toutes les personnes et organisations qui sont venues.
- Quelles fonctions remplissaient-ils ?
- Demandez-leur leur avis sur l'événement. Qu'est-ce qui leur a plu, qu'est-ce qui ne leur a pas plu ? Qu'est-ce qui a bien fonctionné, qu'est-ce qui n'a pas bien fonctionné ?

## 3. L'événement

- Enregistrer les détails des lieux, des installations et des matériaux utilisés
- Quelle quantité de matériel avez-vous distribué lors de l'événement ?
- Prenez des photos de l'événement
- Faire une étude d'observation de la réponse des groupes cibles
- Enregistrez la couverture médiatique qu'il a générée - par exemple, les mots prononcés, le nombre d'articles écrits, le nombre de mots écrits.

## 4. Votre public

- Indiquez qui était votre groupe cible
- Utilisez des sondages pour savoir combien de personnes vous avez touchées, si elles savaient que c'était le Mois Mondial Alzheimer, si elles ont participé, quelles actions elles ont entreprises.
- Notez le nombre de personnes auxquelles vous avez parlé, le nombre de flyers que vous avez distribués.

## 5. Les médias

- Lorsque vous évaluez les résultats de votre couverture médiatique, ne vous contentez pas de mesurer le nombre d'articles ou d'interviews à la télévision. Développez un système de notation pour évaluer la qualité sur la base du nombre de messages clés communiqués.
- La couverture médiatique était-elle positive ou négative ?

### Voici quelques moyens d'obtenir des réponses pour votre processus d'évaluation :

- Questionnaires sur place. Ils doivent être courts et faciles à remplir. Ne demandez que des informations que vous utiliserez
- Réactions informelles - encouragez les participants à exprimer leurs opinions dans les livres d'or, murs de graffitis, boîtes à images.
- Recherche - gardez une trace de la quantité de matériel que vous avez distribué et du nombre de personnes qui ont assisté à votre événement, qui ont visité votre site web ce jour-là et qui ont appelé votre ligne d'assistance téléphonique.

N'oubliez pas que le Mois Mondial Alzheimer est un moment de sensibilisation, mais que cela doit être soutenu tout au long de l'année. Les personnes qui ont participé à votre événement ont un intérêt pour votre association. Essayez de rester en contact avec elles - vous pourriez en faire des bénévoles ou des donateurs potentiels !

### Voici quelques moyens de rester en contact :

- Recueillez les coordonnées des participants le jour même et envoyez-leur une lettre ou un e-mail pour les remercier de leur participation et leur faire part de vos impressions sur l'événement. Parlez-leur des points forts, de ce que vous avez réalisé et de ce que vous prévoyez pour l'année prochaine.
- N'oubliez pas d'envoyer rapidement toutes les informations promises.
- Invitez les personnes qui ont participé à votre événement à le faire à nouveau l'année suivante

# Sponsors

Nous ne pourrions pas accomplir tout ce que nous faisons pendant le Mois Mondial Alzheimer sans le soutien aimable et continu de nos sponsors :

*Champions du Mois Mondial Alzheimer :* ***Roche***

*Partenaires du Mois Mondial Alzheimer :*
***Biogen, Novo Nordisk*** *et* ***Otsuka America Pharmaceutica***

*Sponsors du Mois Mondial Alzheimer :*
***Acadia, Eisai, Eli Lilly, GE Healthcare, Home Instead, MSD, Prothena, Summerset*** *et* ***Tunstall***