MOIS MONDIAL ALZHEIMER

BOÎTE À OUTILS POUR LA CAMPAGNE

Alzheimer's Disease International

Table of contents

02 Alzheimer's Disease International

03 Mois Mondial Alzheimer

04 Thème de la campagne

05 - 08 Messages clés

09 - 10 Cartes pour les réseaux sociaux

11 - 14 Affiches

15 Ressources

16 - 17 Les médias

18 - 21 Radio

22 - 27 Conseils pour les réseaux sociaux

28 - 30 Réseaux sociaux : meilleures pratiques

31 Sponsors

Alzheimer's Disease International

ADI est la fédération internationale de 105 associations de lutte contre la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées du monde entier, en lien officiel avec l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS). La vision d'ADI est caractérisée par : **la prévention, les soins et l'inclusion aujourd'hui ; et la 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 soutenant les associations Alzheimer dans leurs missions de sensibilisation et d'offre de soins et d'accompagnement adaptés aux besoins des personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée et de leurs aidants.

En parallèle, ADI œuvre quotidiennement, au niveau mondial, pour attirer l'attention sur la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées et pour susciter 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 – 2031**, universellement adopté par les États membres de l'OMS en mai 2017. Les 194 États membres de l'OMS se sont engagés à agir dans sept domaines d'action : faire de la maladie d'Alzheimer et des maladies apparentées une priorité de santé publique ; mieux informer et sensibiliser à la maladie d'Alzheimer et aux maladies apparentées ; réduire les risques de la maladie d'Alzheimer et des maladies apparentées ; diagnostiquer, traiter et prendre en charge la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées ; le soutien aux aidants ; les systèmes d'information ; la recherche et l'innovation.

Depuis son lancement en 2017, ADI a publié une série de rapports intitulés **From Plan to Impact** (Du Plan à l'Impact), qui documentent les progrès réalisés par les États membres pour atteindre les objectifs fixés dans le Plan.

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 grâce à sa campagne menée tout au long du Mois Mondial Alzheimer.

Mois Mondial Alzheimer

Septembre 2025 marque le 14e anniversaire du Mois Mondial Alzheimer, notre campagne internationale de sensibilisation et de lutte contre la stigmatisation.
Chaque année, des personnes du monde entier participent à des activités de sensibilisation, de collecte de fonds et d'information dans le cadre du Mois Mondial Alzheimer, et nombre d'entre elles s'efforcent de sensibiliser l'opinion publique et d'appeler à davantage de soutien pour les personnes les plus touchées au sein de leur communauté.

Ce mois d'activités témoigne d'une réponse véritablement mondiale, régionale, nationale et locale pour promouvoir la sensibilisation à la maladie d'Alzheimer et aux maladies apparentées, et ce que nous pouvons faire pour aider les personnes touchées, aujourd'hui et à l'avenir.

Seule une sensibilisation accrue permettra à un plus grand nombre de personnes concernées de trouver des informations, des conseils et du soutien. Parce qu'il est possible d'améliorer les taux de diagnostic, et qu'il est urgent d'encourager la poursuite de la recherche, notamment dans des domaines tels que la réduction des risques, et de répondre à la demande croissante d'accès aux traitements et aux soins, le Mois Mondial Alzheimer n'a jamais été aussi important.

Comment décrire le Mois Mondial Alzheimer

L'impact de cette campagne ne cesse d'augmenter, mais la stigmatisation et la désinformation qui entourent la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées restent un problème mondial.

Il est important de présenter une image positive et un message cohérent tout au long du Mois Mondial Alzheimer, grâce à la mobilisation de toutes les associations, des groupes et organisations du monde entier et en amplifiant la voix des personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée, de leurs aidants et de leurs familles.

Normaliser le langage autour de cette maladie et montrer ce qui peut être fait est la clé du changement. 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 aux 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."

Thème de la campagne

Informez-vous sur Alzheimer, #InformezVousSurAlzheimer

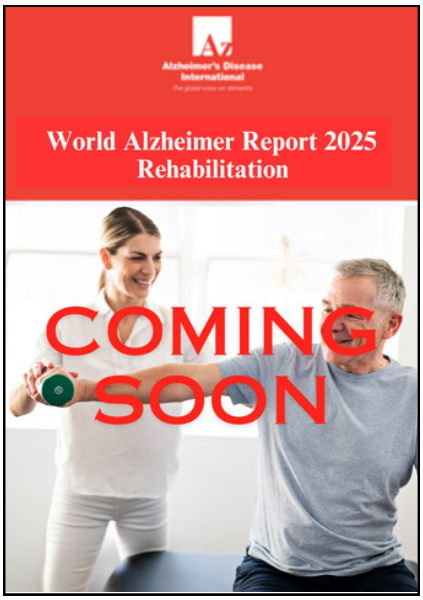
Au niveau mondial, la compréhension et la connaissance de la maladie d'Alzheimer et des maladies apparentées restent faibles, un constat amplifié dans le précédent Rapport Mondial Alzheimer d'ADI. Il est frappant de constater que 80 % du public et 65 % des professionnels de la santé croient encore, à tort, que la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées font partie du processus normal de vieillissement.

Cela s'explique souvent par une réticence à poser des questions et à rechercher des informations, des conseils et du soutien. Nous voulons nous attaquer à cette réserve, à cette réticence et à cette peur par une campagne directe en 2025 qui encourage les gens à poser des questions sur la maladie d'Alzheimer.

Grâce au hashtag #InformezVousSurAlzheimer, nous cherchons à changer la perception des gens et à normaliser le fait de poser des questions et d'en apprendre davantage sur la maladie et son impact sur les plus de 55 millions de personnes qui vivent avec la maladie d'Alzheimer ou une maladie apparentée dans le monde, ainsi que sur leurs aidants.

Rapport Mondial Alzheimer 2025

Disponible le 18 septembre



Messages clés

Cette sélection de messages sur des thèmes clés liés à la maladie d'Alzheimer et aux maladies apparentées peut être utilisée pour élaborer des messages, tant en ligne que dans les médias.

Général

- La maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées ne font pas partie du processus normal de vieillissement.
- Chaque année, les associations Alzheimer du monde entier s'unissent pour organiser des activités de sensibilisation et d'information, ainsi que des marches de la mémoire et des journées de collecte de fonds.
- Il est prouvé que lorsque les personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée et leurs familles sont bien préparées et soutenues, les sentiments de choc, de colère et de chagrin sont compensés par un sentiment de réconfort et d'autonomisation.
- Dans de nombreuses régions du monde, l'accès à un diagnostic, ainsi que le soutien après un diagnostic, sont soit insuffisants, soit difficiles d'accès, soit inexistants.
- Les plans nationaux de lutte contre la démence sont le meilleur outil dont disposent les gouvernements pour s'attaquer à cette maladie.
- Outre les traitements médicamenteux et l'aide médicale, l'aide sociale, y compris la conception de lieux adaptés à la maladie d'Alzheimer et aux maladies apparentées, les activités sociales, les séances de réminiscence, la réadaptation et le répit, sont autant d'éléments essentiels pour maximiser l'indépendance des personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée et de leurs aidants.

Statistiques

- Plus de 55 millions de personnes dans le monde sont atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée.
- Toutes les trois secondes, une personne développe la maladie d'Alzheimer ou une maladie apparentée.
- Le nombre de personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée devrait augmenter fortement pour atteindre 78 millions d'ici 2030 et 139 millions d'ici 2050.
- La maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées seront la troisième cause de décès dans le monde d'ici 2040.
- Le fardeau économique de la maladie d'Alzheimer et des maladies apparentées s'élève à 1,3 billion de dollars US par an, un chiffre qui fera plus que doubler d'ici 2030.
- 88 % des personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée déclarent être victimes de discrimination.
- Plus de 90 % des aidants et des personnes interrogées dans le grand public ont déclaré qu'ils seraient encouragés à obtenir un diagnostic si un traitement de fond était disponible pour la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées.

Statistiques

- Plus de 80 % du grand public pensent qu'ils peuvent, par leur vote, modifier le soutien apporté aux personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée.
- Plus de 58 % du grand public pensent que la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées sont dues à un mode de vie malsain.
- Plus de 50 % des aidants dans le monde disent que leur santé a souffert de leurs responsabilités d'aidant, même s'ils expriment des sentiments positifs à l'égard de leur rôle.
- 50 % des coûts de la maladie d'Alzheimer et des maladies apparentées sont liés aux soins informels.
- Au niveau mondial, le nombre annuel d'heures de soins informels prodigués aux personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer et de maladies apparentées vivant à domicile équivaut à 67 millions de travailleurs à temps plein.
- Les femmes sont les plus susceptibles de prodiguer des soins aux personnes atteintes de de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée, que ce soit dans un cadre professionnel ou informel, puisqu'elles représentent environ deux tiers des aidants principaux. Ce chiffre est nettement plus élevé dans les pays à revenu faible et intermédiaire (PRFI), régions qui représenteront 71 % de la prévalence mondiale de la maladie d'Alzheimer et des maladies apparentées d'ici à 2050. Deux tiers des personnes touchées sont des femmes.
- Dans les PRFM, 90 % des soins aux personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée sont dispensés à domicile.

Le saviez-vous ?

L'Institute of Health Metrics and Evaluation a publié des estimations de la prévalence pour la plupart des pays, aujourd'hui et en 2050.

Cliquez ici pour connaître les prévisions pour votre pays.

Plaidoyer

- Les plans nationaux de lutte contre la démence sont le meilleur outil dont disposent les gouvernements pour apporter une réponse solide à la maladie d'Alzheimer et aux maladies apparentées dans leur pays. Il n'existe qu'une cinquantaine de plans nationaux dans le monde.

- Seuls 23 % des États membres qui s'étaient engagés à élaborer un plan national de lutte contre la démence en 2017 l'ont fait.

- De nouveaux traitements de fond de la maladie d'Alzheimer sont en cours d'élaboration et pourraient ralentir la progression de la maladie. Les systèmes de santé et de soins devront s'adapter pour que les personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer puissent y avoir accès. Les plans nationaux de lutte contre la démence peuvent servir de base pour permettre aux gouvernements et aux systèmes de santé de se préparer.

- Des modèles robustes d'accompagnement après le diagnostic peuvent permettre aux gouvernements et aux systèmes de santé de mieux soutenir les personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée. Ils peuvent également permettre de réaliser des économies, en retardant ou en réduisant les hospitalisations et les admissions dans les établissements de soins et en permettant aux personnes atteintes et à leurs aidants de rester plus longtemps au travail, dans leur carrière et dans l'enseignement.

- Plus d'un quart des personnes dans le monde pensent à tort qu'il n'y a rien à faire pour prévenir la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées, ce chiffre atteignant 37 % dans les pays à revenu faible ou intermédiaire.

Sensibilisation à la maladie d'Alzheimer et aux maladies apparentées

- Près de 80 % du grand public craint de développer la maladie d'Alzheimer ou une maladie apparentée et 1 personne sur 4 pense qu'il n'y a rien à faire pour prévenir la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées.

- 35 % des aidants dans le monde disent avoir caché le diagnostic de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée à un membre de leur famille.

- 46 % des personnes vivant avec la maladie d'Alzheimer ou une maladie apparentée et des aidants ont indiqué que la peur du diagnostic et la stigmatisation constituaient des obstacles au diagnostic.

- 1 personne sur 4 pense qu'il n'y a rien à faire pour prévenir la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées, alors qu'il est prouvé que 45 % des cas pourraient être retardées ou évitées grâce à des facteurs de risque modifiables.

- 65 % des professionnels de la santé croient à tort que la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées font partie du processus normal de vieillissement.

Sensibilisation à la maladie d'Alzheimer et aux maladies apparentées

- Le manque de sensibilisation, la stigmatisation et la discrimination peuvent empêcher ou retarder les personnes concernées de parler de la maladie d'Alzheimer et des maladies apparentées à leurs professionnels de la santé. Un diagnostic précis de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée peut aider à débloquer les options de traitement, de soins et d'assistance et permettre aux personnes qui en sont atteintes de vivre de manière autonome le plus longtemps possible.

- On estime à 55 millions le nombre de personnes vivant avec la maladie d'Alzheimer ou une maladie apparentée dans le monde, mais beaucoup d'entre elles ne bénéficient pas d'un diagnostic formel. Un diagnostic précis de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée peut contribuer à améliorer l'accès aux traitements, aux soins et à l'aide, afin de permettre aux personnes atteintes de vivre de manière autonome le plus longtemps possible. Cependant, 85 % des personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée ne bénéficient d'aucun soutien après le diagnostic.

- Les gouvernements ont la possibilité et la responsabilité d'accroître considérablement la sensibilisation, la détection et le diagnostic de la maladie d'Alzheimer et des maladies apparentées, en atteignant les objectifs du Plan d'action mondial de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) sur la démence.

Matériels de campagne

ADI a mis gratuitement à la disposition de tous ceux qui souhaitent participer à cette campagne mondiale une sélection de cartes et d'infographies pour les réseaux sociaux.

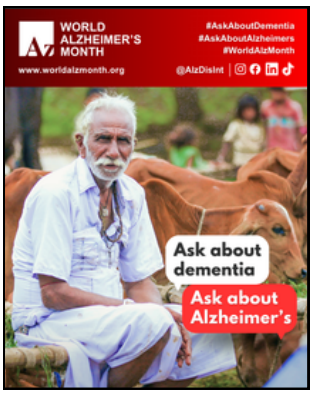
Tous les matériels de campagne sont accessibles via les liens inclus dans les pages suivantes et le site web d'ADI:

https://www.alzint.org/get-involved/world-alzheimers-month/

Cartes pour les réseaux sociaux

Cliquez pour les versions françaises

Cartes pour les réseaux sociaux



Cliquez pour les versions françaises

Affiches

Utilisez les affiches pour sensibiliser à la maladie d'Alzheimer et aux maladies apparentées

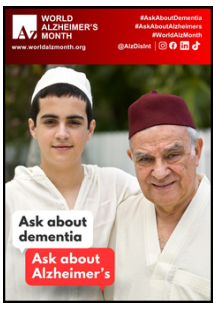
Les affiches sont un outil précieux pour sensibiliser la communauté à la maladie d'Alzheimer et aux maladies apparentées. Le public peut apprendre un grand nombre d'informations, notamment sur les facteurs de risque, les signes précurseurs et la manière d'accéder à un soutien vital après un diagnostic. Cette section présente une sélection d'exemples d'affiches conçues pour vous aider à sensibiliser le public pendant le Mois Mondial Alzheimer, ainsi que des suggestions pratiques concernant leur emplacement et leur impression.

Affiches disponibles dans cette boîte à outils :

- **Affiches générales de campagne**
- **Affiche sur les facteurs de risque**
- **Affiche Connaître les signes avant-coureurs**
- **Créez des affiches dans votre propre langue**

Augmentez la portée du message de votre campagne grâce aux affiches

Affiches



Cliquez pour les versions françaises

Augmentez la portée du message de votre campagne grâce aux affiches:

Un placement stratégique est essentiel pour atteindre un public large et diversifié. Considérez les emplacements suivants pour vos affiches de campagne :

- **Établissements de soins de santé :** Cabinets de médecins généralistes, hôpitaux, pharmacies, cliniques dentaires, opticiens.
- **Centres communautaires :** Bibliothèques, centres communautaires, bureaux de poste, mairies.
- **Centres de soutien spécialisés :** Cliniques de la mémoire, lieux de réunion de groupes de soutien.
- **Loisirs et récréation :** Centres sportifs, gymnases, parcs locaux (panneaux d'affichage), cinémas, théâtres.
- **Zones de transport :** Arrêts de bus, gares ferroviaires, centres de transport communautaires.
- **Espaces sociaux et commerciaux :** Cafés, restaurants, magasins locaux, supermarchés.
- **Organisations confessionnelles :** Églises, mosquées, temples, synagogues et leurs espaces communautaires associés.
- **Établissements d'enseignement** : Universités, collèges, centres de formation pour adultes.

Quel que soit l'endroit où vous choisissez d'afficher, il est important que vous obteniez l'autorisation de la personne qui gère le lieu ou le centre. Certaines municipalités infligent des amendes pour ce que l'on appelle l'« affichage sauvage ».

Vous pouvez également contacter des organisations qui peuvent vous aider à distribuer des affiches. Par exemple, votre service de santé peut disposer d'un bureau central ou régional auquel envoyer les affiches pour qu'elles soient ensuite distribuées aux centres médicaux, etc. Si vous disposez d'un budget suffisant, vous pouvez également faire appel à une société de distribution professionnelle qui peut faire parvenir vos affiches à des publics ciblés, souvent en grand nombre. Cette dernière est également très efficace pour la distribution de dépliants.

Conseils pour l'impression d'affiches de sensibilisation à la maladie d'Alzheimer et aux maladies apparentées de haute qualité:

Pour que vos affiches soient percutantes et transmettent efficacement votre message, tenez compte des conseils suivants en matière d'impression :

- **L'impression professionnelle est recommandée :** Évitez d'utiliser une imprimante personnelle, car elle peut être coûteuse en raison de la consommation d'encre et produit souvent une affiche moins professionnelle, moins lisible et moins attrayante sur le plan visuel.

- **Faites appel à une imprimerie locale :** Les imprimeurs locaux offrent une expertise précieuse et peuvent vous conseiller sur le papier, les formats et les finitions les mieux adaptés à vos besoins et à votre budget. Ils peuvent également gérer efficacement des tirages plus importants.

- **Format de fichier pour l'impression :** Si vous utilisez nos modèles pour concevoir vos propres affiches, enregistrez et téléchargez votre projet final au format PDF (Portable Document Format) haute résolution pour une qualité d'impression optimale. Confirmez auprès du service d'impression de votre choix s'il exige d'autres formats de fichier.

- **Pensez à la taille de l'affiche :** Pensez à l'endroit où les affiches seront affichées et choisissez une taille appropriée (par exemple, A3 ou A2 pour les espaces publics, A4 pour les petits tableaux d'affichage).

- **Pensez à la durabilité :** Si les affiches doivent être placées à l'extérieur ou dans des endroits très fréquentés, pensez à demander à votre imprimeur de vous proposer des affiches résistantes aux intempéries ou plastifiées.

- **Relisez attentivement :** Avant d'envoyer votre projet à l'impression, vérifiez que le texte ne contient pas de fautes de frappe ou d'erreurs. Demandez à un collègue ou à un ami de relire également.

Ressources pour les questions fréquemment posées

Dans le cadre de cette campagne, nous encouragerons les participants du monde entier à sensibiliser aux questions fréquemment posées sur la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées, afin d'encourager les personnes à poser leurs questions pour en savoir plus sur ces maladies.

Dans le cadre de cette campagne, nous chercherons à faire entendre une multitude de voix sur la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées, qui partageront leurs principales questions et y répondront. ADI fournira d'autres ressources liées aux questions fréquemment posées à l'approche du lancement de la campagne en septembre 2025.

Documents d'accompagnement du Mois Mondial Alzheimer

Une '**Fiche d'information sur la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées**' qui contient des informations de premier ordre sur cette maladie, ainsi que des statistiques.

'**Organiser des événements de sensibilisation et de collecte de fonds**' qui comprend des informations sur la planification et l'organisation d'un événement, à la fois en ligne et en personne ; pour faire pression pour que les monuments et les bâtiments soient "illuminés" pour la Journée Mondiale Alzheimer par exemple, et des idées sur les moyens de collecter des fonds.

'**Travailler avec les décideurs politiques et les gouvernements**' qui s'adresse aux associations et comprend des informations sur la manière d'organiser une réunion avec les gouvernements, ainsi que des informations supplémentaires sur la manière d'obtenir le soutien du public dans le cadre des efforts d'interpellation des pouvoirs publics et d'élaboration des politiques publiques.

'**Travailler avec les médias**' qui fournit des conseils et des informations détaillées sur la manière de travailler avec les médias traditionnels et d'attirer leur attention, notamment par le biais de la télévision, de la radio et de la presse écrite. Ce document contient des informations sur les messages suggérés à partager, des conseils sur la manière de commencer le processus, des questions fréquemment posées et des astuces, l'organisation d'un événement médiatique, la manière de s'adresser aux médias, avant et pendant l'événement, et la manière de rédiger un communiqué de presse.

Les médias

Pour le Mois Mondial Alzheimer 2025, ADI rédigera deux communiqués de presse. Le premier sera publié le **1er septembre** et portera sur l'objectif général de la campagne de sensibilisation et sur le thème.

Le second sera publié le **18 septembre** et explorera les principales conclusions et recommandations du Rapport Mondial Alzheimer 2025.

Travailler avec les médias
Votre campagne ou événement

La collaboration avec les médias est essentielle pour la réussite d'une campagne de communication et de sensibilisation. Elle peut contribuer à **amplifier les messages, à sensibiliser un public plus large et à l'éduquer sur des questions importantes**. Avec le soutien des médias, les campagnes peuvent atteindre des publics nouveaux et différents, et rehausser le profil de la campagne auprès des politiciens et des décideurs. Il est donc essentiel de comprendre comment travailler efficacement avec les médias, que vous soyez une association Alzheimer ou un particulier **organisant une marche de la mémoire dans votre communauté** .

Daisy Acosta de la Asociación Dominicana Alzheimer y Similares dans le programme Una Nueva Manana me 21 septembre

Fundación Alzheimer Nicaragua dans Es Mi Dia avec le Dr. Milton López pour la Journée Mondiale Alzheimer

Masoandro Mody de Madagascar Alzheimer interviewé par Top Radio 102.8 pendant le Mois Mondial Alzheimer

Le député maire Mihael Juric assiste à une séance du groupe de travail organisé par Alzheimer Croatie pendant le Mois Mondial Alzheimer

Les médias

Dans un premier temps, il est important d'identifier les bons titres et les bons médias à cibler. Différents médias peuvent être plus efficaces que d'autres, en fonction de votre message, de leurs objectifs et de leur public cible. Pensez à la télévision, à la radio, aux journaux, aux magazines, aux sites web, aux blogs et aux podcasts. Ne sous-estimez pas l'efficacité de la radio !

Une fois que les médias ont été identifiés, il est essentiel de leur fournir des articles convaincants et pertinents. Pour ce faire, il convient de rédiger des communiqués de presse qui mettent en évidence les messages clés de la campagne et fournissent des informations utiles aux journalistes. Il est également important **d'inclure la voix des personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée et des aidants** dans votre communiqué de presse, voire dans l'ensemble de votre campagne ou de votre événement, afin de montrer pourquoi il est si important de sensibiliser l'opinion et de combattre la stigmatisation qui entoure encore cette maladie. Travailler avec les médias est une voie à double sens. Les journalistes et les rédacteurs en chef sont à la recherche de sujets intéressants et d'actualité à traiter, tandis que nous cherchons à obtenir une couverture médiatique pour atteindre leur public cible. **Il est donc essentiel de fournir aux médias des articles attrayants et informatifs qui retiendront leur attention et apporteront de la valeur à leur public**.

Avant le début de la campagne, il peut également être utile d'établir des relations avec les journalistes et les rédacteurs en chef. L'établissement de ces relations peut contribuer à garantir que les messages de la campagne sont communiqués au public de manière précise et efficace. Pour ce faire, vous pouvez contacter les journalistes et les rédacteurs en chef par courrier électronique ou par téléphone, leur présenter la campagne, leur fournir des informations générales et répondre à leurs questions.

Comme indiqué précédemment, en identifiant les bons médias, en établissant des relations avec les journalistes et les rédacteurs en chef et en proposant des histoires captivantes, votre campagne ou votre événement peut relayer efficacement le message que vous souhaitez partager afin de sensibiliser à la maladie d'Alzheimer et aux maladies apparentées, et d'améliorer la vie des personnes les plus touchées.

Ne sous-estimez pas le pouvoir des médias. Faites-vous une priorité de travailler efficacement avec eux pour assurer le succès de votre campagne tout au long du Mois Mondial Alzheimer.

Accédez au document d'accompagnement **'Travailler avec les médias'**

Radio: Études de cas

Vous trouverez ci-dessous quelques études de cas de membres d'ADI qui ont utilisé avec succès les médias radiophoniques dans le passé

Alzheimer's & Dementia Organisation Kenya (ADOK)

Au cours du Mois Mondial Alzheimer 2024, ADOK a utilisé la radio comme moyen de sensibilisation à la maladie d'Alzheimer et aux maladies apparentées. Ils se sont associés à trois stations de radio différentes : Hope TV, KBC Radio et IQRA FM.

Paola est apparue sur BBC World Service (Radio) à l'occasion de la Journée Mondiale Alzheimer.

Dementia Australia

La directrice générale de Dementia Australia, la professeure Tanya Buchanan, a accordé une interview à l'émission The House of Wellness de 2GB pendant le Mois Mondial Alzheimer 2024, une émission qui peut se vanter d'avoir une audience de plus de 250 000 personnes. Utilisez le code QR à gauche pour écouter l'intégralité de l'interview (code temporel 7:23 - 13:57).

Radio

Idées d'interviews radio

Lorsque vous planifiez votre interview radio, pensez aux différents formats que vous pouvez explorer et à celui qui vous conviendrait le mieux, ainsi qu'à votre calendrier et à votre sujet. De nombreuses interviews radio peuvent être réalisées en direct ou préenregistrées. C'est à vous et à la station de radio de discuter des différentes options pour votre interview. Vous trouverez ci-dessous quelques-uns des différents styles d'interviews radio que vous ou votre organisation pourriez envisager :

Interview avec un expert

Cette interview est généralement réalisée en personne dans le studio, mais elle peut également être réalisée par téléphone. Il est possible de réaliser ce type d'interview en direct le jour même ou de l'enregistrer à l'avance. Il est important de garder vos messages clés à l'esprit, et peut-être même de préparer quelques petites citations qui sortiront du lot et resteront dans l'esprit des auditeurs.

N'oubliez pas que les auditeurs de l'émission n'ont probablement pas les connaissances ou l'expertise que vous possédez et qu'ils entendent peut-être tout cela pour la première fois ; essayez donc d'éviter les termes confus, les statistiques trop longues, les faits trop nombreux ou le jargon. Préparez des anecdotes et des exemples qui illustrent vos propos et n'ayez pas peur de répéter votre point principal plusieurs fois au cours de l'entretien. Asseyez-vous confortablement et ne soyez pas nerveux : c'est vous l'expert ! Vous pouvez imprimer ou noter les points clés et les citations que vous avez préparé.

Panel d'experts

Dans ce format, l'animateur interrogera un groupe d'experts, chacun d'entre eux ayant probablement un point de vue ou une idée différente sur un sujet donné. Assurez-vous de connaître leurs positions à l'avance, afin de ne pas inviter accidentellement un expert qui n'est pas d'accord avec votre point de vue ! Préparez-vous à répondre à des questions ou à entendre des réponses provenant de différents points de vue, dont certains peuvent nécessiter une réflexion rapide ou un changement de cap pour éviter les sujets non pertinents ou sensibles.

Émission d'appels en direct

Après une brève interview initiale avec l'animateur, ce format vous permet de répondre en direct (ou non) aux questions des auditeurs qui appellent. Vous ne pourrez pas vous préparer à l'avance à ces questions; la spontanéité et la rapidité d'esprit sont donc essentielles ! Ce format peut donner lieu à toute une série de questions et de points de vue intéressants et stimulants. Quelques conseils pour ce format :

- Assurez-vous de bien connaître vos messages principaux, ainsi que quelques anecdotes clés ou exemples illustratifs pour renforcer votre position.
- Si vos interlocuteurs tardent à se manifester, proposez des anecdotes ou des messages pour occuper le temps.
- Gardez un ton amical et changez de sujet si nécessaire. Une phrase utile pourrait être : « Merci d'avoir soulevé ce point, mais en général, nous voyons (et revenons à vos messages clés) ».

Radio

Pour atteindre les stations de radio locales, il suffit d'envoyer un email aux producteurs pour leur présenter votre sujet. Vous trouverez ci-dessous un exemple d'email présentant la campagne du Mois Mois Mondial Alzheimer 2025 :

Cher [Producteur d'émission],

J'espère que vous allez bien. Je vous écris de la part de [association membre d'ADI] dans l'espoir de me joindre à [nom de l'émission de radio] pour une interview afin de discuter de notre campagne du Mois Mondial Alzheimer en septembre.

Comme vous le savez peut-être, septembre est le Mois Mondial Alzheimer et nous avons pour mission de mieux faire connaître la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées afin de réduire la stigmatisation qui entoure cette affection dans/en [pays]. En 2024, le Rapport Mondial Alzheimer d'Alzheimer's Disease International (ADI) : "Global changes in attitudes to dementia" (Changements globaux dans les attitudes à l'égard de la démence) a révélé que 65 % des professionnels de la santé considéraient la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées comme une étape normale du vieillissement, tout comme 80 % de la population en général.

Cette année, la campagne du Mois Mondial Alzheimer s'articule autour du thème « Informez-vous sur Alzheimer », qui encourage un dialogue permanent sur la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées afin de favoriser un diagnostic précoce, de réduire la stigmatisation et d'éduquer les gens sur ces maladies. Nous cherchons à normaliser le fait de poser des questions, à partager les connaissances et l'expertise, et à mettre l'accent sur les personnes ayant une expérience vécue dans les conversations.

[Insérez ici quelques statistiques locales sur la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées. Combien de personnes ont été diagnostiquées dans votre pays ? Quelles sont les prévisions concernant le nombre de cas ? La maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées sont-elles l'une des principales causes de décès dans votre pays ? Etc.]

Je serais très intéressé(e) à participer à [l'émission de radio] pour discuter de l'importance du Mois Mondial Alzheimer, le thème de cette année, et pour aider à démystifier la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées auprès de votre auditoire. N'hésitez pas à me faire savoir si vous avez des questions ou si vous souhaitez que nous en discutions davantage.

Je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées,

[Nom].

Réseaux sociaux
pendant le Mois Mondial Alzheimer

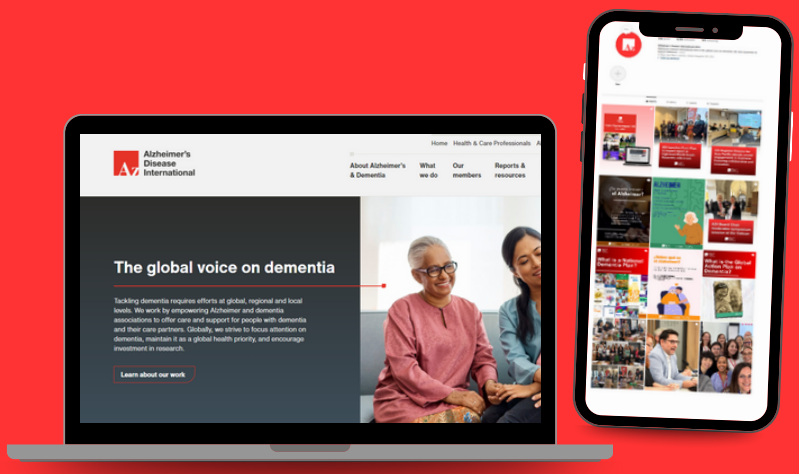
Les réseaux sociaux constituent l'un des moyens les plus efficaces pour nous aider à diffuser le message du Mois Mondial Alzheimer.
Cette section de la boîte à outils fournit des informations supplémentaires sur la planification du contenu et des messages pour le Mois Mondial Alzheimer sur les réseaux sociaux, ainsi que des conseils généraux et une vue d'ensemble des informations concernant certaines des plateformes les plus populaires.

Participez à la campagne de cette année en utilisant les hashtags

#InformezVousSurAlzheimer
#MoisMondialAlzheimer
WorldAlzMonth

Réseaux sociaux
Suivez-nous sur nos réseaux sociaux

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Tik Tok
- X (Twitter)



Réseaux sociaux
5 recommandations pour votre campagne du Mois Mondial Alzheimer

Ces recommandations vous montrent comment utiliser efficacement les réseaux sociaux pour maximiser votre impact, en couvrant tout, de la définition des objectifs et de la planification du contenu à la connexion de votre contenu avec le public grâce aux hashtags et aux mentions.

1. **Définissez les objectifs**
2. **Planifiez votre contenu**
3. **Utilisez des hashtags**
4. **Taguez et mentionnez d'autres comptes**
5. **Écrivez toujours des légendes pour les réseaux sociaux**

1 Définissez les objectifs de votre campagne sur les réseaux sociaux pour le Mois Mondial Alzheimer

- Utilisez votre campagne pour sensibiliser le public à la maladie d'Alzheimer et aux maladies apparentées, aux attitudes et à la stigmatisation qui y sont associées, et faites connaître vos activités ou votre association Alzheimer locale.

- Mais vous voudrez peut-être également sensibiliser davantage les populations plus jeunes, atteindre les hommes politiques et les décideurs, ou éduquer les praticiens, collecter des dons pour les services de soins, encourager les gens à faire du bénévolat ou simplement sensibiliser en faisant en sorte que votre message soit vu par le plus grand nombre possible de personnes. Vous pouvez utiliser les messages clés fournis et les développer de manière à ce qu'ils soient pertinents pour votre public.

Réseaux sociaux
5 recommandations pour votre campagne du Mois Mondial Alzheimer

2 Planifiez votre contenu

- Si vous planifiez et préparez une partie de votre contenu avant le Mois Mondial Alzheimer, vous pourrez facilement maintenir votre présence en ligne pendant que vous organisez vos activités en personne et gérer votre temps et vos ressources ou ceux de votre équipe.

- La création de contenu pour les réseaux sociaux prend du temps ! Assurez-vous de ne pas vous y prendre à la dernière minute.

- Vous pouvez programmer votre contenu pour une heure et une date précises sur des plateformes de réseaux sociaux spécifiques, Twitter et LinkedIn, et sur Meta Business Centre pour Instagram et Facebook.

- Vous pouvez également utiliser des applications de planification pour programmer votre contenu, telles que : **Canva**, **Hootsuite**, **Plann**

À noter . Ces applications de planification sont souvent proposées sous forme d'abonnement et facturées en dollars américains. ADI recommande aux personnes intéressées par l'utilisation de ces plateformes de rechercher les différentes options disponibles afin de trouver celle qui correspond le mieux à leurs besoins.

3 Utilisez des hashtags pour relier le contenu de votre campagne

- Lorsque les hashtags sont utilisés devant un mot ou une phrase sur les réseaux sociaux, ils aident les autres à trouver votre message sur les réseaux sociaux et à s'engager dans la campagne. En tapant le symbole # devant un mot ou une phrase, celui-ci est relié à tous les contenus qui partagent le même hashtag.

- Comment fonctionnent-ils ?
  - Les hashtags sont sensibles aux espaces, assurez-vous donc d'écrire vos phrases sans espace.

  - Les hashtags sont spécifiques à une plateforme, ils ne se connectent qu'aux autres contenus hashtagués sur la même plateforme où ils sont publiés. Ils ne se lient pas automatiquement à tous les hashtags sur l'ensemble de vos plateformes.

  - Les hashtags sont actifs lorsqu'ils sont inclus dans le message sur les réseaux sociaux. Les intégrer dans les graphiques d'une image ne les reliera pas à d'autres contenus hashtagués.

- Assurez-vous d'utiliser les hashtags de la campagne :

#InformezVousSurAlzheimer #WorldAlzMonth #MoisMondialAlzheimer

Réseaux sociaux

5 recommandations pour votre campagne du Mois Mondial Alzheimer

4 Taguez et mentionnez d'autres comptes

- Réfléchissez aux objectifs de votre campagne et à votre audience : qui souhaitez-vous voir votre publication ?
- Taguer et mentionner des comptes spécifiques sur les réseaux sociaux peut rendre votre campagne plus visible et attirer l'attention d'organisations partenaires potentielles, de politiciens, d'écoles, de bénévoles ou d'influenceurs.
- Lorsque vous taguez ou mentionnez un autre compte dans votre publication, celui-ci recevra une notification l'informant que vous l'avez mentionné.
- Avant le Mois Mondial Alzheimer, essayez de dresser une liste des organisations et des individus clés avec lesquels vous souhaitez vous connecter pendant votre campagne et assurez-vous de disposer des identifiants corrects sur les réseaux sociaux (par exemple : **@AlzDisInt**).
- Vous pouvez également demander aux personnes de vous mentionner dans leur contenu sur les réseaux sociaux lorsqu'elles participent à vos événements et activités.

5 Écrivez toujours des légendes pour les réseaux sociaux

- Si vous avez une belle photo ou vidéo pour promouvoir votre événement ou activité, assurez-vous de rédiger une légende qui explique ce qui se passe dans le contenu, ne la laissez pas vide !
- Les légendes sur les réseaux sociaux sont un excellent moyen de rendre votre contenu plus informatif, éducatif et visible. N'oubliez pas, un hashtag n'est actif que s'il est écrit dans la légende du contenu.
- Si vous organisez des événements et activités en personne, veillez à inclure des détails importants dans la légende tels que les horaires des réunions, les lieux, comment les individus peuvent contacter les organisateurs, où s'inscrire ou acheter des billets, ou comment faire un don.
- Les légendes de contenu vous donnent également l'occasion d'ajouter un lien hypertexte dans le texte. Essayez d'inclure un lien vers votre site web ou des pages web où votre audience peut obtenir plus d'informations sur un événement ou un service. (par exemple : **https://www.alzint.org/resource**)

Réseaux sociaux

Conseils et astuces pour créer votre contenu

Ces conseils offrent des idées et des bonnes pratiques pour créer votre propre contenu pour la campagne du Mois Mondial Alzheimer.

1 Utilisez des images ou des vidéos de haute qualité

- Utilisez des images ou des vidéos colorées et de haute qualité pour attirer l'attention ! Le contenu vidéo est la forme de contenu la plus puissante, et la plupart des smartphones permettent désormais de capturer des images de haute qualité. Lorsque vous partagez du contenu, essayez d'éviter les images pixélisées ou de mauvaise qualité.

- Astuce supplémentaire : Les caméras des smartphones capturent des images et des vidéos de bien meilleure qualité lorsqu'elles sont prises à la lumière naturelle.

- Vous pouvez également utiliser des animations (sur Canva et d'autres applications de montage - voir ci-dessous) pour faire ressortir votre contenu sur les réseaux sociaux.

2 Éditez vos propres vidéos

- Les plateformes comme Instagram et TikTok offrent des fonctionnalités de montage intégrées. Une fois votre vidéo montée, assurez-vous de l'enregistrer sur votre mobile pour la publier sur vos autres comptes de réseaux sociaux.

- D'autres applications comme **Canva** et **InShot** peuvent être utilisées pour monter des vidéos sur votre téléphone portable.

3 Le son doit être activé !

- Beaucoup de vidéos sont souvent visionnées sur les téléphones portables en mode silencieux. Si votre vidéo a du son, de la musique ou quelqu'un qui parle, montrez-le ! Ajoutez un sticker pour rappeler aux gens d'écouter avec le son. Ou ajoutez des sous-titres à la vidéo pour que les spectateurs puissent lire en même temps qu'ils regardent.

Réseaux sociaux
Conseils et astuces pour créer votre contenu

4 Soyez personnel et montrez-vous devant la caméra

- C'est la forme de contenu la plus puissante et engageante sur les réseaux sociaux, et elle peut être très rapide et facile à créer avec votre smartphone. Essayez d'enregistrer une vidéo de vous-même en parlant à la caméra et à votre audience en ligne. Vous pouvez parler d'un événement à venir, de vos services, ou éduquer votre audience sur la stigmatisation de la maladie d'Alzheimer et des maladies apparentées.

5 Montrez les coulisses

- Le contenu « coulisses » ou « backstage » peut être tout aussi intéressant que l'événement principal ou le discours, et c'est une opportunité de créer et partager du contenu. Enregistrez une mise à jour rapide pour informer votre audience de tout le travail effectué avant un événement clé. Partagez de petites scènes comme des bénévoles qui préparent de la nourriture pour votre événement, une équipe qui monte une scène, ou des gens qui s'échauffent pour une marche de la mémoire.

6 N'utilisez pas toutes vos idées et matériaux dans une seule publication

- Ne rédigez pas trop dans la légende ou ne partagez pas toutes vos images en une seule publication. Il est plus efficace sur les réseaux sociaux de maintenir une présence constante sur une plus longue période de temps, plutôt que de tout publier en peu de temps.

- Créer plusieurs publications pour un événement augmente les chances que votre audience voie le contenu..

Idées de contenu supplémentaire

- Vidéo "marche et parle" lors d'un événement
- Rassemblements de personnes et événements publics – cela peut inclure des marches de la mémoire, des danses culturelles, le partage de nourriture ou des activités créatives
- Un message vidéo officiel de soutien d'un leader d'organisation ou d'un politicien
- Une vidéo du personnel/bénévole expliquant les messages clés de la campagne
- Extraits médiatiques – captures d'écran d'articles et d'interviews dans lesquels vous êtes présentés
- Messages vidéo de membres du public soulignant les points clés de la campagne
- Messages vidéo de personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'une maladie apparentée et de leurs aidants décrivant des expériences personnelles
- N'oubliez pas : assurez-vous de taguer ADI dans toutes vos publications afin que nous puissions les repartager et amplifier votre contenu auprès de notre public international

Réseaux sociaux
Bonnes pratiques

Bien qu'il ne s'agisse pas d'une liste exhaustive, ces conseils par plateforme devraient vous aider à diffuser des messages et contenus plus impactant pour le Mois Mondial Alzheimer.

Facebook

- **Qui est sur Facebook ?** Facebook a une base d'audience diversifiée et étendue qui comprend des générations plus âgées, des femmes, des habitants des villes et des banlieues et des utilisateurs internationaux. Il est également utilisé par de nombreux professionnels, organisations et entreprises. Facebook est une excellente plateforme pour atteindre un large éventail de publics.

- **Comment les gens s'impliquent-ils ?** Les utilisateurs de Facebook s'impliquent dans les publications en les 'likant', en les commentant, en les partageant, en y réagissant et en les 'taguant'. L'engagement dans les publications permet d'accroître la visibilité de votre message et de susciter un intérêt plus large pour ce que vous partagez. L'engagement contribue également à augmenter la portée de votrecontenu, c'est-à-dire le nombre de personnes qui voient ce que vous avez publié.

- **Qu'est-ce qui fonctionne le mieux ?** Envisagez d'utiliser des messages et des contenus axés sur des histoires personnelles, des contenus éducatifs, des infographies et des événements communautaires à venir, tels qu'une marche de la mémoire.

Instagram

- **Qui est sur Instagram ?** Instagram compte un grand nombre d'utilisateurs, en particulier parmi les jeunes générations, avec plus de 2,35 milliards d'utilisateurs actifs. La plateforme est surtout populaire chez les moins de quarante ans, mais elle est utilisée par des personnes du monde entier.

- **Comment les gens s'impliquent-ils ?** Les utilisateurs d'Instagram s'engagent avec les posts en les 'likant', les commentant, les partageant et les 'taguant'. Instagram dispose également d'une gamme de fonctionnalités telles que Stories, Reels et IGTV, qui permettent un contenu plus interactif et multimédia. À l'instar d'autres plateformes, les hashtags sont également couramment utilisés sur Instagram pour classer les posts par sujet ou par thème.

- **Qu'est-ce qui fonctionne le mieux ?** Pensez à utiliser des images ou des vidéos de haute qualité et visuellement attrayantes, ainsi qu'à utiliser les différentes fonctionnalités d'Instagram, notamment les Stories, les Reels et les Live, pour créer du contenu innovant et attrayant.

Réseaux sociaux
Bonnes pratiques

TikTok

- **Qui est sur TikTok ?** TikTok est une plateforme très populaire, en particulier parmi les jeunes générations, avec plus d'un milliard d'utilisateurs actifs.

- **Comment les gens s'impliquent-ils ?** Les utilisateurs de TikTok s'engagent dans les vidéos en les 'likant', en les commentant, en les partageant et en les suivant. TikTok permet un large éventail d'outils, notamment de la musique, des effets spéciaux et des filtres, qui peuvent être utilisés pour créer des contenus attrayants et créatifs. Les hashtags sont également couramment utilisés sur TikTok pour regrouper les vidéos par sujet ou par thème.

- **Qu'est-ce qui fonctionne le mieux ?** Pensez à utiliser des vidéos de haute qualité et visuellement attrayantes et à utiliser les différentes fonctionnalités de TikTok pour créer un contenu attrayant et créatif. L'algorithme de TikTok favorise le contenu en fonction de l'engagement et du nombre de vues de la vidéo. La création de vidéos qui encouragent l'interaction (par exemple, "Likez cette vidéo si vous voulez voir des vidéos similaires") peut contribuer à accroître la portée et l'engagement autour de votre contenu. En outre, l'utilisation de sons, de musiques et de hashtags à la mode peut également contribuer à accroître la visibilité de vos vidéos.

LinkedIn

- **Qui est sur LinkedIn ?** LinkedIn est une plateforme de mise en réseau professionnelle utilisée par les professionnels, les entreprises et les organisations. Cette plateforme est particulièrement populaire auprès des demandeurs d'emploi et des recruteurs, ainsi que des personnes intéressées par l'actualité des entreprises et des secteurs d'activité.

- **Comment les gens s'impliquent-ils ?** Les utilisateurs de LinkedIn s'impliquent dans les messages en les 'likant', en les commentant, les partageant et les suivant. Les posts qui offrent des informations sur le secteur, des conseils de carrière ou des informations sur l'entreprise ont tendance à susciter plus d'engagement.

- **Qu'est-ce qui fonctionne le mieux ?** Pensez à partager des nouvelles et des idées sur la maladie d'Alzheimer et les maladies apparentées, ainsi que des informations sur les événements à venir ou l'impact des événements passés. Comme sur toutes les plateformes, l'utilisation d'images, de vidéos ou d'infographies dans votre message peut l'aider à se démarquer.

Réseaux sociaux
Bonnes pratiques

WhatsApp

- **Qui est sur WhatsApp ?** WhatsApp est une application de messagerie populaire utilisée par plus de 2 milliards de personnes dans le monde. Elle est particulièrement populaire parmi les jeunes générations et les utilisateurs internationaux.

- **Comment les gens s'impliquent-ils ?** Les utilisateurs de WhatsApp réagissent aux messages en y répondant, en les partageant et en les transférant, soit à une autre personne, soit à un groupe composé de plusieurs personnes. En tant qu'application de messagerie privée, il est important d'obtenir la permission des autres avant de les ajouter à un groupe ou d'envoyer des messages.

- **Qu'est-ce qui fonctionne le mieux ?** Envisagez d'utiliser WhatsApp pour la communication personnelle et l'engagement avec des personnes ou des groupes spécifiques. Par exemple, si vous faites partie d'un groupe WhatsApp pour les aidants, envisagez de partager des contenus informatifs et attrayants en rapport avec les intérêts ou les besoins des aidants.

Sponsors

Merci aux
Sponsors du Mois Mondial Alzheimer

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

GOLD SPONSORS

Lilly

SILVER SPONSORS

novo nordisk®

PEARL SPONSOR

Eisai

EMERALD SPONSORS

abbvie

SAPPHIRE SPONSORS

ACADIA™

NUTRICIA
LIFE-TRANSFORMING NUTRITION

Life HEALTH CARE Molecular Imaging

RUBY SPONSORS

Biogen

Bristol Myers Squibb®

Otsuka

STEP
ADVISING FAMILIES ACROSS GENERATIONS