



Marche pour le développement des soins palliatifs

Kit organisationnel



Ce kit retrace le chemin de fer d'organisation d'une marche pour soutenir le développement des soins palliatifs. En ces temps de pandémie qui mettent à mal les fondamentaux des soins palliatifs, cet événement collectif pourra redire la place anthropologique fondamentale de la mort dans la vie et de l'importance de l'accompagnement de la société civile.

Il s'appuie sur l'expérience de l'association Alliance 47 Agen qui a organisé une première édition en 2013 à laquelle ont participé 38 personnes. L'année suivante, le nombre de participants avait doublé pour arriver à la dernière édition à plus de 250 personnes. Au fil des années, l'évènement est devenu récurrent et attendu, avec une marche organisée tous les ans à Agen. Cette marche, comme beaucoup d'autres événements, n'a pas pu avoir lieu en 2020 compte tenu de la crise sanitaire que nous avons vécue.

Bien qu'il soit rédigé à partir d'une expérience associative, ce document pourra également être utilisé par des services de professionnels ou des collectifs, quel que soit leur statut. Il suffira d'adapter quelques recommandations de ce document.

Le témoignage de Catherine Renard et Arlette Colmart (Alliance 47 Agen) a été recueilli par Angélique Dallet et Sabine de Baudus (Petits Frères des Pauvres) et coordonné par Camélia Moraru (Passerelles et Compétences). Qu'elles en soient remerciées.

Merci aussi aux relectrices attentives : Christianne Roy, Dr Isabelle Marin, Jany Fahler, Evelyne Ponchon, Myriam Marrades et Marie-Ange Berland.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION.....	4	7. Objet symbolique qui portera le message à la fin de la marche ...	14
Objectif de la marche	4	8. Budget : qui avance les frais ?	15
Public visé par la marche : tout public	4	9. Partenaires.....	15
Messages à faire passer.....	4	3e étape : DEMARCHES ADMINISTRATIVES, MOYENS HUMAINS ET	
1^{re} étape : LE CADRE DU PROJET : qui ? quoi ? où ? Comment ?	5	MATERIEL SUGGERES.....	17
1. Anticiper le projet	5	1. Demande d'autorisation auprès des instances de la ville	17
2. Qui peut être porteur de cet événement ?	5	2. Question sécurité	17
3. Sur qui s'appuyer ?	5	3. Recherche du prestataire et commande de l'objet symbolique... ..	18
4. Définir l'équipe d'organisation	5	4. Matériel sur place	18
5. Cadre juridique	7	5. Décoration.....	18
6. Prévoir d'aborder le sujet de la marche en réunion d'équipe ou du collectif	7	6. Restauration.....	18
7. Préparer un argumentaire en faveur de la marche	7	7. Evaluation du nombre de volontaires à prévoir pour le jour J	19
8. Associer des partenaires à la démarche	9	8. Ecrire les discours	19
9. Prévoir des dates de réunion pour l'équipe d'organisation	10	Memo organisation : A faire en préalable	20
2e étape : LE CONCEPT DE LA MARCHÉ.....	12	4e étape : LA COMMUNICATION	23
1. Type de marche et parcours	12	1. Invitations.....	23
2. Lieu de la marche	12	2. Pour la promotion.....	25
3. Date de la marche	13	3. Relations Presse	27
4. Inscription	13	4. Promotion le jour J et post événement	29
5. Organiser l'événement payant ou gratuit	13	Memo communication	32
6. Tickets de participation (qu'elle soit gratuite ou payante).....	14	Conclusion :	31
		En annexes : affiches, exemples de supports, de discours, d'invitations...	

INTRODUCTION



OBJECTIF DE LA MARCHÉ

Cette marche a pour but de **promouvoir les soins palliatifs en France.**

Libre ensuite à chaque collectif ou association de **personnaliser la marche avec un angle qui lui conviendra.**

MESSAGE À FAIRE PASSER

Au grand public :

- Nous sommes tous concernés par la fin de vie
- Les soins palliatifs c'est la vie jusqu'au bout

Aux pouvoirs publics :

- Nous avons tous droit à une fin de vie digne et accompagnée. C'est possible grâce aux soins palliatifs qu'il faut soutenir et développer.



En ces temps de pandémie qui mettent à mal les fondamentaux des soins palliatifs, la marche pourra redire la place anthropologique fondamentale de la mort dans la vie et l'importance de l'accompagnement de la société civile.



– Isabelle Marin, Médecin hôpital Delafontaine Saint Denis

PUBLIC VISÉ PAR LA MARCHÉ : TOUT PUBLIC

- Bénévoles d'accompagnement en SP ;
- Soignants libéraux ou hospitaliers (médecins, infirmières, psychologues, travailleurs sociaux, ASH, secrétaires médicales, kinésithérapeutes, autres thérapeutes) ;
- Enseignants universitaires (infirmiers/étudiants DESC) ;
- Aidants familiaux ;
- Personnes accompagnées, entourage ;
- Aides à domicile ;
- Entreprises ;
- Société civile ;
- Pouvoirs publics ;
- Toute personne intéressée par la cause.

1ÈRE ÉTAPE : LE CADRE DU PROJET

QUI ? QUOI ? OÙ ? COMMENT ?

1. ANTICIPER LE PROJET

Organiser un événement de ce type demande de l'anticipation, notamment pour instaurer une dynamique de mobilisation : obtenir l'accord du conseil d'administration (si vous êtes une association), trouver les membres de l'équipe d'organisation, réserver le lieu, etc.

Il est fortement conseillé de s'y prendre **un an à l'avance** pour l'organisation de l'événement.

Avant même de démarrer le projet, la première étape est de constituer un petit comité afin de s'assurer de ne pas le porter seul : à la fois en termes d'organisation (constituer une équipe d'organisation, voir paragraphe 1.4) et dans son portage collectif (adhésion des membres, [paragraphe 1.6](#), décision du Conseil d'Administration le cas échéant, [paragraphe 1.7](#)).

2. QUI PEUT ÊTRE PORTEUR DE CET ÉVÉNEMENT ?

Ce kit s'appuie sur l'expérience d'une association. Bien qu'il soit structuré à partir de cette expérience, ce document peut également être utilisé par des services de soignants ou par des collectifs, en dehors d'un statut associatif. Cette initiative peut tout à fait être répliquée en dehors d'un statut associatif. Dans ce cas, il faudra toutefois prendre en compte quelques spécificités (voir notamment [le point 5](#)).

3. SUR QUI S'APPUYER ?

- Toute association ou toutes personnes qui pourraient soutenir la cause ou l'organisation (cf. [paragraphe 1.8](#)).
- Rapprochez-vous de la SFAP pour mettre en avant votre initiative.

4. DÉFINIR L'ÉQUIPE D'ORGANISATION

Pour démarrer, **un coordinateur du projet + 3 personnes** sont nécessaires pour constituer l'équipe d'organisation. Elles se répartiront les responsabilités suivantes :

- L'administratif
- La communication autour de l'événement et la diffusion des informations
- La logistique : parcours, lieu, etc.

L'idéal serait d'avoir 6 personnes à terme, c'est-à-dire 2 personnes sur chacun de ces 3 pôles pour partager les tâches.

Le coordinateur a une vue d'ensemble sur le projet et s'occupe de faire le lien entre tous. Son rôle est primordial.



5. CADRE JURIDIQUE

a. Pour les associations: vérifier les statuts de l'association et la police d'assurance

Assurez-vous que votre association soit **légalement capable d'organiser des événements / manifestations**. Si vous envisagez de faire payer une participation à cette marche,

Assurez-vous aussi que votre association **soit en capacité d'organiser des événements payants**. Pour cela, référez-vous aux statuts. Il est obligatoire que dans les statuts de votre association apparaisse clairement (soit dans le but, soit dans l'objet, soit dans les ressources) que des manifestations (éventuellement payantes) peuvent être organisées. C'est très souvent le cas, sous une mention telle que « l'association pourra organiser toute activité qui concourrait à ses objectifs ».

Attention, si les statuts de l'association ne prévoient pas cette possibilité, il est préférable de ne pas collecter de l'argent pendant l'événement et ce pour des raisons fiscales.

Pour les questions d'assurance, il est préférable de se tourner vers son cabinet d'assurances pour s'assurer qu'elle pourra couvrir l'événement en cas de difficultés. Très souvent, ce risque est compris dans la police. Nous vous recommandons quoi qu'il en soit, de signaler l'organisation de cet événement à votre assurance : parfois, il vous faudra ajouter un avenant à votre police, à titre gracieux ou non.

b. Pour les collectifs

Plusieurs solutions s'offrent à vous pour faciliter l'organisation de cet événement :

- S'appuyer sur la structure juridique d'un des membres du collectif (exemple : l'association de bénévoles d'accompagnement locale) ;
- Rejoindre la plate-forme Alvarum qui fera l'intermédiaire et promouvra la SFAP. Pour toute précision sur cette plate-forme : contact@sfap.org.

Les questions d'assurance ne devraient pas être un frein à l'organisation de cet événement si vous êtes un collectif.

La structure porteuse de l'événement portera aussi les risques d'assurance (une association membre du collectif ou la SFAP à travers la plate-forme Alvarum). Ainsi les événements indésirables seront couverts quoi qu'il en soit : Exemple un barnum qui s'envole et vient endommager une voiture ou blesse une personne, cela sera couvert par l'assurance de l'association. Si un participant en bouscule un autre lors de la marche qui tombe et se fait mal, c'est la responsabilité civile du premier qui doit répondre.

6. PRÉVOIR D'ABORDER LE SUJET DE LA MARCHÉ EN RÉUNION D'ÉQUIPE OU DU COLLECTIF

a. Pour les associations :

Prévoir le sujet à l'ordre du jour d'une réunion, environ un an avant l'événement. Quitte à la ré-aborder à la réunion suivante, histoire de semer une graine dans l'esprit de tous les participants.



Cette étape est déterminante pour **mobiliser et sensibiliser l'ensemble des intéressés**.

b. Pour les collectifs :

Lancer l'idée suffisamment longtemps à l'avance et profiter de chaque occasion pour créer des moments de discussion et de brainstorming afin d'identifier des personnes susceptibles de s'impliquer dans l'organisation. Il s'agit essentiellement de lancer une dynamique de projet qui porte l'ensemble des membres, et pouvoir la soutenir dans le temps.

7. PRÉVOIR UN ARGUMENTAIRE EN FAVEUR DE LA MARCHÉ

Afin de convaincre plusieurs personnes pour rejoindre l'équipe d'organisation, vous aurez besoin d'avoir des arguments percutants, formulés de manière simple et claire. En voici quelques-uns :

Sur l'organisation :

- S'inspirer une marche à succès en Angleterre, la « moon walk » et déjà répliquée en France : prendre l'exemple de la marche organisée à Agen depuis 6 ans, avec une augmentation du nombre des participants et du nombre des bénévoles : 38 personnes la 1ère année, et 220 personnes 3 années plus tard. [Retrouvez ici](https://youtu.be/lZzP-q1c1uc) la vidéo de la marche « Marche nocturne Alliance 47 » (hyperlien : <https://youtu.be/lZzP-q1c1uc>)
- Interpeller : volonté d'aller auprès du grand public et de la société ;
- Expliquer les Soins Palliatifs (SP) : témoigner de ce que sont les SP, de la richesse des accompagnements, etc. ;
- Informer le grand public de l'existence des accompagnements en soins palliatifs ;
- Porter l'initiative à un niveau national : la marche a vocation à être dupliquée dans d'autres endroits ce qui lui donnera de la visibilité sur un plan national ;



- Donner une visibilité locale aux soins palliatifs : mieux faire connaître les SP dans le département ;
- Fédérer : cette initiative renforce la dynamique d'équipe sur l'essentiel des motivations d'origine ;
- Mobiliser les familles et les patients aussi : leur donner une place et une parole dans un événement ;
- Créer un lieu pour aller marcher, se retrouver, rencontrer les acteurs impliqués dans les SP ;
- Faire connaître la cause et obtenir éventuellement de nouveaux adhérents pour l'association organisatrice.

Bien s'entourer

- Mobiliser des partenaires : HAD, USP, réseaux mobiles de soins palliatifs, soignants, etc. « On marche pour une cause ensemble »
- Obtenir des aides financières : Partenaires potentiels à solliciter (CNAM, ARS, PFG...) dès le début d'année. Ne pas oublier d'aller démarcher les entreprises, notamment les CE : les salariés peuvent constituer une équipe de marche et faire un don par exemple. La 1ère année peut être un défi, mais il ne faut pas nécessairement beaucoup de finances. Plus la marche acquiert de la notoriété, plus c'est simple. Pour cela, adoptez la politique des petits pas où l'on se donne des axes d'amélioration au fil du temps.

8. ASSOCIER DES PARTENAIRES À LA DÉMARCHE

Il est possible d'impliquer des partenaires professionnels, en plus de professionnels soignants, impliqués autour de la maladie grave ou la fin de vie à ce projet. Attention cependant à bien rester centré sur les messages-clés à faire passer (voir introduction de ce kit).

Exemple : partenariat avec une entreprise de Pompes Funèbres qui vous demanderait à se présenter et prendre la parole ou une entreprise d'aide à domicile...

- L'expérience d'Agen montre que choisir un lieu qui nécessite une coordination régionale peut s'avérer plus difficile pour attirer des partenariats qu'un lieu ayant une coordination locale.
- Si votre collectif est pluridisciplinaire, n'hésitez pas à démarcher en priorité vos partenaires de proximité.

Par ailleurs, l'événement s'adresse au grand public et a pour but de donner la parole à tous : citoyens via les bénévoles ou les volontaires du collectif, les patients et les familles, ou les professionnels en leur qualité de personne.

Pour rappel, voici les messages clés :
Nous sommes tous concernés par la fin de vie
Les soins palliatifs c'est la vie jusqu'au bout

9. PRÉVOIR DES DATES DE RÉUNION POUR L'ÉQUIPE D'ORGANISATION

N'hésitez pas à réserver des créneaux plusieurs mois à l'avance afin de vous retrouver avec l'équipe d'organisation, ne serait-ce par conférence téléphonique/vidéo. Idéalement, il est préférable de tenir une réunion tous les 2 mois. D'autres réunions pourront être organisées en supplément si nécessaire, en fonction des besoins et de l'avancée du projet.

2ÈME ÉTAPE : LE CONCEPT DE LA MARCHÉ

1. TYPE DE MARCHÉ ET PARCOURS

Il est important de se mettre d'accord sur le format de votre événement. Accepte-t-on par exemple des groupes qui souhaitent courir ? Quels types de parcours ? Quelle durée ?

Le plus simple est de **rester sur le principe de marche et non de course**, pour donner une cohérence globale à votre événement, permettre à un plus grand nombre de personnes de participer et limiter les charges d'organisation. Une course requiert beaucoup plus de contraintes d'encadrement et limite le public visé.

Proposer idéalement **3 parcours** pour permettre aux participants de choisir leur rythme, avec un seul point de départ et d'arrivée :

- Marche douce : sur un parcours de 2 km
- Marche tranquille : sur un parcours de 5 km
- Marche tonique : sur un parcours de 7 km

L'arrivée commune est un point important : le rassemblement permet un geste fort qui perdrait de sa symbolique s'il était réalisé en plusieurs temps distincts. Pour cela, il est bon de prévoir des départs en décalé si nécessaire.

En fonction de la longueur des parcours de chaque groupe également : il peut être judicieux de faire partir en premier les groupes qui ont opté pour une marche plus lente, suivis des groupes plus rapides quelques minutes plus tard, afin que tout le monde puisse arriver en même temps à la ligne d'arrivée.

Afin de marquer un temps fort, vous pouvez proposer aux participants de poser un objet symbolique à la fin de la marche. Cela pourra illustrer leur engagement et ainsi concrétiser un des messages-clés de la marche. Exemples d'objets ou moments symboliques : accrocher un ruban à un arbre, symbole de vie, envoyer des lucioles dans le ciel, etc.

2. LIEU DE LA MARCHÉ

Plusieurs possibilités :

- En ville, dans les rues
- Dans un parc

Nous vous recommandons un lieu agréable, connu de tous, plutôt respirant et avec de l'espace. Un parc ou bois semble mieux adapté à ce type de manifestation. Par ailleurs, organiser une marche en ville nécessite d'obtenir plus d'autorisations de la part des autorités compétentes et un balisage important est à prévoir (cf. [3ème étape, paragraphe 1](#)).

Le lieu peut être **privé ou public**. Dans tous les cas :

- Il doit être assez grand pour proposer des parcours de 2 à 7 km sans qu'ils se croisent dans la mesure du possible si vous proposez des marches différentes.
- Il doit disposer d'un endroit propice où tous les participants puissent se rassembler à la fin de la marche pour le moment symbolique et les discours.

Attention, il est fortement conseillé de **demandeur les autorisations au moins 6 à 9 mois en amont**.

3. DATE DE LA MARCHÉ

Pour rappel, la Journée Mondiale des Soins Palliatifs a lieu le 11 octobre. Elle peut être l'occasion de décliner localement un événement de portée nationale. La marche peut être organisée à tout autre moment également, en fonction des contraintes locales et de la météo.

- Prévoir la date de la marche en fonction de la disponibilité du lieu
- Mettre en commun les agendas de tous (associations, collectifs, partenaires, ville, fêtes et jours fériés, vacances scolaires, etc.) pour trouver la date adéquate.
- Si la marche est nocturne, cela donnera une vraie originalité à l'événement et plus de portée symbolique. Le moment symbolique proposé en fin de marche serait aussi plus parlant (voir [paragraphe 7](#) ci-après).





4. INSCRIPTION

L'expérience des marches organisées à Agen montre qu'il est préférable de rendre les inscriptions facultatives. En effet, les personnes intéressées pourraient se décider de participer à la marche à la dernière minute si l'inscription préalable **n'est pas obligatoire**. Il est toujours possible d'avoir un ordre d'idée du nombre de participants en créant un événement sur Facebook. Cela donnera une idée du nombre de personnes intéressées par l'événement ou qui déclarent y participer (cf. [4ème étape, paragraphe 1](#)).

5. ORGANISER L'ÉVÉNEMENT

Payant ou gratuit

Une participation (de 5 euros par exemple) peut être demandée pour participer à la marche pour les raisons suivantes :

- Symbole de l'engagement de chacun et du soutien apporté à l'équipe organisatrice ;
- Implication plus importante de la part des participants dans l'adhésion à la cause
- Donne du sérieux à l'événement : toutes les courses, même les plus petites sont payantes (parisienne, 10 kms, marathons, etc)

A noter, les participations ne sont pas considérées comme des dons et ne donnent donc pas lieu à un reçu fiscal, mais à un « reçu comptable ». En effet, un reçu est un mouvement de Trésorerie ou une reconnaissance de réception d'une somme, sans que celle-ci ne rentre dans le Chiffre d'Affaires. Ce reçu peut se faire sous la forme de la souche du ticket d'entrée ou figurera le tampon de votre association ou de votre collectif ou tout autre support satisfaisant la réglementation en vigueur.

Quant au reçu fiscal, il est forcément lié à un don avec création d'un « CERFA ».

Quelques conseils pour accompagner la participation tarifaire au public :

- Ecrire le montant sur les affiches et les flyers.
- Accompagner le flyer par un papier qui explique le soutien à la cause et votre mission.
- Dire un mot lors du discours d'accueil / de clôture pour justifier le montant de la participation et remercier les participants.

6. TICKETS DE PARTICIPATION (QU'ELLE SOIT GRATUITE OU PAYANTE)

Ces « tickets » permettent aux participants de recevoir « l'objet symbolique » qui leur permettra de poser un geste en fin de marche, mais aussi de se sentir appartenir au groupe de la « marche pour les soins palliatifs ». Cette précision est d'autant plus importante si plusieurs événements se déroulent en même temps sur le lieu.

Plusieurs possibilités :

- Tickets (ex : oranges pour adultes et bleus pour les enfants) avec la souche sur laquelle figurera le tampon de l'association ou du collectif que gardera le participant
- Ruban ou bracelet autour du poignet
- Tampon sur le poignet ...

7. OBJET SYMBOLIQUE QUI PORTERA LE MESSAGE À LA FIN DE LA MARCHÉ

Commencer à mener cette réflexion **6 mois avant la marche**. Avant de décider de l'objet symbolique de votre marche, il est indispensable de **vous mettre d'accord sur les messages-clefs porté par cet événement**.

Pour rappel, les messages clefs généraux s'adressant au public sont les suivants :

- Nous sommes tous concernés par la fin de vie
- Les soins palliatifs c'est la vie jusqu'au bout

Libre à vous de personnaliser ces messages, de choisir l'angle qui vous conviendra, en mettant par exemple en lumière le bénévolat d'accompagnement en soins palliatifs ou en mettant en lumière que « les Soins Palliatifs, c'est la VIE et ce n'est pas la mort ».

L'objet symbolique choisi doit être en cohérence avec votre message. De préférence, **choisir un objet qui peut être déposé ou laissé sur place.**

Exemples :

- Des lanternes flottantes/volantes : s'il y a un lac par exemple, le symbole de la lanterne flottante est parlant. Attention, ces objets requièrent des autorisations particulières auprès des mairies. Cela nécessite également d'avoir des conditions météorologiques favorables (pas de pluie ou vent). Possibilité de ne pas les lâcher mais les disposer au sol également (par exemple en forme de cœur pour amplifier la symbolique). A titre d'exemple, à Agen, le moment symbolique est représenté par un lâcher de lanternes. Elles symbolisent les personnes parties, mais aussi la lumière apportée par le bénévolat d'accompagnement dans la nuit de la maladie. Le lancement de ces lanternes flottantes sur le lac avait été décidé en amont avec les administrateurs du parc, à condition de retirer la pellicule en aluminium autour de la bougie car elle n'est pas dégradable.



La démarche a beaucoup plu aux participants, ayant une forte résonance personnelle. Une année, à cause du vent, les lanternes ne sont pas parties sur le lac et ont été renvoyées vers la berge où elles coulaient. Un volontaire a alors proposé que les lanternes soient simplement déposées sur la berge pour former un cœur. La démarche est davantage collective mais tout aussi forte.

- Des ballons ;
- Des rubans ou papiers sur les arbres (attention aux plastiques et à la pollution des lieux) ;
- Galets : les ramasser en amont de l'événement et proposer à des résidents en EHPAD ou accueil de jour de les peindre pour ensuite les disposer en forme de cœur dans le parc. Cela permettrait de créer du lien et de faire participer les personnes concernées par la fin de la vie.

Dans tous les cas, choisir de former un cœur par terre, accrocher un ruban à un arbre ou laisser une lanterne sur un lac n'a pas la même portée symbolique. L'objet choisi doit donc être réfléchi en amont en fonction du message porté.

Par ailleurs, il doit être accompagné d'un discours pour expliquer ce moment symbolique (voir le [chapitre « Communication »](#) ci-après).

NB : Penser à récupérer les objets le lendemain si le lieu choisi ne s'en occupe pas (ex : lanternes sur le lac)

8. BUDGET : QUI AVANCE LES FRAIS ?

Nous vous recommandions précédemment de proposer une participation forfaitaire de 5 euros pour encadrer cette marche. Mais qui avance les dépenses relatives aux préparatifs ?

Il faut savoir **que ce type d'évènement ne demande pas un gros budget**. A titre indicatif, la marche d'Agen a coûté environ 400 euros à l'association Alliance 47.

Les plus grosses dépenses concernent l'achat des objets symboliques ainsi que l'affichage (impressions flyers et affiches, kakémonos, banderoles, barnums, etc).

9. PARTENAIRES

Le groupe d'organisation peut démarcher **des sponsors** pour obtenir de l'aide matérielle (affichage mais aussi sono, barnum, etc.). Pour cela, une piste serait de solliciter tous les membres de votre entourage pour solliciter le réseau : qui connaît-on ? Qui peut-on démarcher ?

Voici quelques structures qui pourraient être démarchées (liste non exhaustive) :

- Banques ; Assurances ;
- Copy top ou autre structure qui fait des impressions ;
- Mairie (notamment le département communication) ;
- Comités des fêtes ;
- Entreprises Pompes Funèbres ;



- Kiloutou ;
- Pharmacies/laboratoires pharmaceutiques ;
- Commerçants ;
- Office de Tourisme ;
- Associations locales (voir s'il existe des associations de randonnée pour soutenir l'organisation de la marche) ;
- Entreprises locales (notamment leurs CE qui peuvent également créer des groupes de marche)

C'est aussi une façon de communiquer sur l'évènement. Plus on implique de partenaires dans la préparation, plus on fait parler de la marche, plus le bouche à oreilles fonctionne.

Penser à remercier les partenaires dans le discours.

Solliciter une personnalité locale s'avère bénéfique pour lancer le départ de la marche : président d'agglomération, sportifs, acteur ou autre... Cela pourrait déterminer des partenaires à s'impliquer.

3ÈME ÉTAPE :

DÉMARCHES ADMINISTRATIVES, MOYENS HUMAINS ET MATÉRIEL SUGGÉRÉS

1. INFORMER LA SFAP

La SFAP a à cœur de promouvoir cette marche « grand public » pour donner de la visibilité aux soins palliatifs en France. Aussi, l'équipe salariée de la SFAP peut être en mesure de relayer l'information auprès de correspondants locaux avec lesquels vous ne seriez pas déjà en contact. Elle est aussi à même de valoriser votre action par une action de communication. Il est donc important de faire connaître votre initiative auprès de la SFAP.

2. COURRIERS DE DEMANDE D'AUTORISATION AUPRÈS DES INSTANCES DE LA VILLE

Selon le lieu choisi, se rapprocher en priorité de ses propriétaires, qu'ils soient publics ou privés. Si c'est un lieu public et selon l'importance de la ville, demander l'autorisation à la mairie.

Si la ville fait partie d'une agglomération, demander aussi l'autorisation :

- A la police municipale
- Au Président d'Agglomération

A partir de 1500 personnes, il est indispensable d'avoir un service d'ordre assuré par des bénévoles, et l'événement doit être encadré par la police.

Dans tous les cas, commencer par se renseigner auprès de la mairie sur les démarches à faire et les autorisations. Ils seront à même de vous orienter vers les services compétents en fonction de la législation.

3. QUESTION SÉCURITÉ

Cette question est à voir selon le lieu et ses demandes, et selon les balisages du parcours : des endroits qui pourraient représenter un risque de chute ou dangereux...

La sécurité est une question à se poser d'emblée, ou à poser aux autorités administratives. Si le parc se prête déjà aux activités de marche il est donc déjà sécurisé. Pour d'autres types d'endroit, il faudra voir en amont avec la préfecture. Selon le lieu, la préfecture peut demander la mise en place d'un dispositif de sécurité. Par exemple, pour les marches en ville il faudra voir avec la police municipale.

Théoriquement, la préfecture de police ne réclame pas de service d'ordre jusqu'à 1500 participants.

Il est conseillé cependant d'être bien en lien entre organisateurs et volontaires par tel si besoin et avoir aussi avec soi les numéros de tel pompiers, Samu...secours au cas où.

4. RECHERCHE DU PRESTATAIRE ET COMMANDE DE L'OBJET SYMBOLIQUE

Nous en parlions précédemment, nous vous recommandons de réfléchir à votre objet symbolique 6 à 8 mois avant l'événement. Cela vous permettra de démarcher des partenaires si nécessaire.

Eviter dans la mesure du possible de commander sur internet pour des raisons éthiques et écologiques. Par ailleurs, vous pourriez être déçus de la qualité du produit.

Ne pas hésiter à démarcher un partenaire, une entreprise de décoration par exemple (Gifi, la Foire Fouille, Action, etc). Ils pourraient, soit vous donner les objets dans le cadre d'un partenariat, soit vous faire un prix.

5. MATÉRIEL SUR PLACE

Le lieu peut prêter éventuellement du matériel. Sinon :

- Pour avoir de la visibilité : identifier des points de rassemblement : penser à des barnums ou ballons, banderoles, kakémonos un point de ralliement ;
- Pour le moment du discours : micro, ampli, sono ;
- Pour l'espace billetterie/Accueil : une grande table pour la caisse, des chaises, un fond de roulement, une billetterie ;
- Communication (voir ci-après) : affichage ? flyers ?
- Signalétique : flèches fluorescentes de 3 couleurs pour les éventuelles 3 marches, rubans d'identification des parcours (mêmes couleurs) ;
- Plan du parc ou du trajet.

NB : Penser qu'il faudra déplacer le matériel si le lieu d'arrivée de la marche n'est pas le même que le lieu de départ.

6. DÉCORATION

Ballons, rubans de ligne de départ et ciseaux pour rendre le moment plus officiel.

7. RESTAURATION

Le verre de l'amitié peut être proposé avant et / ou après la marche.
Le groupe d'organisation peut se charger d'acheter des grosses boîtes de bonbons et de gâteaux ainsi que les boissons.

Prévoir aussi :

- Assiettes en carton, gobelets, serviettes, sacs poubelles.

Tout ceci peut être sponsorisé par des partenaires pour un coût très faible. Par exemple il serait possible de faire créer à une entreprise des gobelets avec son nom ainsi que celui du groupe d'organisation. Un système de consigne pourrait être mis en place lors de la marche (les participants payent 1 € pour obtenir un verre et sont remboursés quand ils le rendent). Dans ce cas, penser à avoir une caisse supplémentaire. Les participants pourraient également garder le verre en souvenir si cela convient au sponsor.

8. ÉVALUATION DU NOMBRE DE VOLONTAIRES À PRÉVOIR POUR LE JOUR-J

20 personnes sont à prévoir au minimum. Le plus important est de définir les rôles à l'avance. Ce nombre est à adapter selon le nombre de participants.

Pensez à mettre en place un partenariat ou solliciter d'autres associations / clubs (ex clubs de randonnée). Ils pourraient participer comme volontaires pour accompagner / encadrer les marches.

Pensez à mettre en place un moyen de reconnaissance des équipes le jour J (tee-shirts bien identifiables, casquettes...).





9. ÉCRIRE LES DISCOURS

Petit discours de bienvenue par le ou la Président.e de l'Association ou de la structure organisatrice pour faire passer quelques messages :

- Présentation de l'événement/ ex : journée mondiale des soins palliatifs
- Mots de remerciements aux :
 - Politiques : président de la communauté de communes, maire etc. ;
 - Administrateurs du lieu ;
 - Sponsors ;
 - Volontaires de la marche
 - Infos pratiques sur la marche : Rdv à la fin de la marche pour le temps « symbolique ». Expliquer le sens de ce temps symbolique.
 - Bonne marche !

Il est bon de prévoir un discours de clôture de la marche, qui peut se faire sous forme très spontanée, pour remercier les participants. Il peut être fait avant le moment symbolique, notamment pour réexpliquer la démarche. En profiter pour donner les prochains rendez-vous de l'association organisatrice.

MEMO ORGANISATION, À FAIRE EN PRÉALABLE

▪ 1 mois avant :

Reconnaissance des lieux, identification du parcours des marches, évaluation des points difficiles du parcours nécessitant une sécurisation. Par exemple, si le parcours comprend un pont à traverser ou contient des parties qui peuvent être glissantes en cas de pluie, il vous faudra, dans ce cas, prévoir 1 personne à chacun de ces endroits pour attirer l'attention des participants et assurer une éventuelle aide.

▪ 1 semaine avant :

Acheter boissons, gâteaux, bonbons et le nécessaire pour la ou les collations.

▪ Le jour-J :

2-3 heures avant le départ

Installation du décor (6 à 8 personnes à adapter selon le lieu) :

- ✓ Installation de barnums, des chaises et des tables (2 à 4 personnes)
- ✓ Installation du lieu d'accueil et du départ de la marche : ballons aux couleurs du logo / kakemono, etc.
- ✓ Installation de coupelles de bonbons, friandises, flyers...

Balisage du parcours (5 à 6 personnes) :

Chaque parcours de marche aura 1 responsable qui travaillera en équipe avec un binôme.

- ✓ Dernier tour de reconnaissance des parcours avant le départ (par le responsable de parcours et son binôme) et dernière vérification des points difficiles de la marche. Penser aux changements météo possibles (pluie, brouillard etc.)
- ✓ Balisage et installation de la signalétique : petits panneaux fluorescents à des endroits stratégiques (le nom de la marche sur panneaux en carton fluo, rubans colorés...).

Exemple :

- Marche douce -> signalétique jaune
- Marche tranquille -> signalétique violette
- Marche tonique -> signalétique bleu fluo

▪ Le moment-T :

Accueil parking (2 volontaires) :

- ✓ Accueil des voitures sur le parking : ils vont diriger les voitures pour regrouper ensemble les participants de la marche sur une partie du parking mis à disposition ;
- ✓ Information et orientation des participants et aussi des passants occasionnels qui ne sont pas au courant de la marche pour qu'ils puissent s'inscrire sur place, s'ils le souhaitent.

Caisses (au moins 2 personnes) :

- ✓ Tenir la caisse (voire 4 si deux postes de caisse) : il s'agit de récupérer la participation, donner le ticket d'entrée / de participation,
- ✓ Donner le flyer,
- ✓ Mettre à disposition éventuellement un plan des parcours, qui pourrait tout à fait être partagé en amont via l'invitation, par un mail ou accessible sur le site de l'association via un QR Code,
- ✓ Prendre l'adresse mail des participants,
- ✓ Répondre aux questions au sujet de la (ou des) structure(s) organisatrice(s), etc.

Départ de la marche

Sensibilisation à la cause (plusieurs volontaires) :

Il est bon de prévoir des « ambassadeurs » pour aller vers les participants, nouer le contact, promouvoir les soins palliatifs, informer, et permettre de « briser la glace »... (Au moins 6 à 8 personnes, à ajuster selon la taille du groupe). Prévoir un petit document « pense-bête » pour ces volontaires avec les messages-clé.

- ✓ Discours officiel : président.e de l'association ou responsable du groupe d'organisation
- ✓ Prise de parole de la personnalité locale invitée, le cas échéant
- ✓ Lancement de la course (1 à 2 volontaires avec la personnalité locale) : prévoir son coup de feu / gong / ruban à couper...



Encadrement de la marche : minimum 3 personnes pour chacun des 3 parcours (au début, au milieu de la marche à la fin)

- ✓ Le responsable de chaque parcours prendra la tête du groupe de marche. Son binôme fermera la marche. Il faudrait au moins un volontaire pour fermer la marche, aider les personnes qui en auraient le plus besoin ;
- ✓ Prévoir 1 personne voire 2 au milieu de la marche également (en fonction du nombre des participants).

Arrivée de la marche (6 volontaires)

- ✓ Prévoir environ 6 bénévoles à l'arrivée pour donner l'objet symbolique aux participants, et leur expliquer la marche à suivre.

Moment symbolique

- ✓ Discours de clôture de l'événement pour remercier tous les participants, annoncer les éventuelles suites de l'événement (photos, site, etc.), dire où trouver l'association, donner rendez-vous l'année prochaine, expliquer le sens du symbole, etc.

- ✓ Mettre de la musique ? Ce moment peut être source de beaucoup d'émotions et les bénévoles doivent suivre le souhait des participants pour accueillir les émotions, s'ils souhaitent partager, et respecter s'ils souhaitent « rester » dans cette émotion.

▪ **Après la marche :**

Une petite dizaine de volontaires pour tout ranger, retirer la signalétique, ramasser, ramener au local pour laisser le parc ou le lieu « net ».

Bon à savoir : Des partenaires peuvent être sollicités comme des adhérents du club de marche pour donner un coup de main pour baliser les marches et pour récupérer la signalétique après le passage de la marche.

4ÈME ÉTAPE : LA COMMUNICATION

La communication couvre l'ensemble des opérations et actions menées dans le but de faire connaître l'événement, déclencher l'envie d'y prendre part et informer sur les modalités de participer. Le but est de faire connaître la marche et sensibiliser le grand public ainsi que les autorités locales à la cause des soins palliatifs.

En fonction de la taille envisagée de l'évènement, les besoins en termes de communication peuvent varier. Chaque collectif organisateur déterminera donc ses propres besoins, en fonction des moyens humains et financiers dont il dispose.

1. INVITATIONS

En termes d'Invitations il est nécessaire de faire la distinction entre les invitations officielles et celles pour le grand public.

Les invitations officielles s'adressent aux représentants des autorités locales et régionales (maire, député, président de l'agglomération, etc.), aux personnalités (miss locale, sportifs connus etc.), aux partenaires de l'événement, etc. Les invitations « officielles » doivent être envoyées environ 3 mois à l'avance. Il est parfaitement acceptable d'envoyer les invitations « officielles » par mail. Elles peuvent être aussi adressées par courrier (cf. [exemple en annexe](#)).

N'oubliez pas d'inviter « officiellement » largement : les médecins traitants, coordinateurs d'EHPAD et hospitaliers, les soignants libéraux et hospitaliers, les directeurs d'établissements médicaux et médico-sociaux, les praticiens de médecine complémentaire, etc. C'est une occasion de les impliquer à notre cause.

Concernant les invitations grand public il s'agit dans un premier temps d'envoyer un premier « Save the date » pour informer de la tenue de la marche. Il est conseillé de faire ce premier envoi par mail, environ 3 mois avant la marche : son rôle est de donner la date et le lieu de la marche ainsi qu'un message « teaser » pour expliquer la cause et faire venir du monde (pourquoi ? quand ? où ?). A cette étape, il est mieux d'éviter de donner des détails pratiques sur la marche car ils risquent d'évoluer. Penser à mentionner les comptes des réseaux sociaux dédiés à l'événement (voir paragraphe 2 ci après).

Une relance peut être envisagée tous les mois. Lorsque tous les détails pratiques sont figés on peut faire partir l'invitation proprement dite, avec des précisions sur la date, l'horaire, le lieu, le déroulement (le comment de la marche ?), les réseaux sociaux pour suivre l'événement etc.. Elle sera renvoyée à nouveau 10 jours avant la marche.



A qui envoyer le 1er mail « save the date » :

Vous pouvez tout à fait réaliser un tableau Excel qui servira de base de données, et qui sera étoffée d'année en année avec les adresses des participants des éditions précédentes.

Pour créer cette base de données , reprendre les adresses mail dans un « répertoire » d'adresses mail des :

- Adhérents
- Partenaires soignants
- Mairies qui subventionnent
- Personnes dites « intéressées »
- Contacts reçus à droite et à gauche
- Fichiers récupérés d'assos sportives + assos locales

Pour rappel, lors de la marche 2 volontaires tiendront la caisse ou la liste d'inscription : 1 pour encaisser le paiement en cas de billetterie, et 1 autre pour recueillir l'adresse mail des participants pour qu'ils puissent être tenus au courant des activités de l'association. Cela peut être sur la forme d'un petit formulaire imprimé que les participants remplissent ou tout simplement renseigner son adresse mail dans un tableau imprimé.

Attention, ce type de fichier doit satisfaire le RGPD. Pour plus d'informations :

<https://www.cnil.fr/fr/prioriser-les-actions-mener>

Dans le mail « Save the date » on peut également inclure les comptes des réseaux sociaux de la marche et demander aux destinataires de faire suivre le mail.

Autres idées pour constituer une base de données de départ :

- Obtenir (pages jaunes/ Google) des adresses de pharmacies, de médecins généralistes, d'infirmières libérales ou toute autre adresse dans le domaine de la santé : IFSI, La Ligue Contre le Cancer, France Alzheimer, France Parkinson, Familles rurales, etc..
- Se rapprocher du service social de la mairie.
- Solliciter les différents ordres professionnels de relayer l'information dans leurs réseaux : ordre des médecins, syndicats infirmières, ordre des kinésithérapeutes ?

L'affiche sera adressée dans une relance environ 2 mois avant la marche.

Relance :

Le but est de multiplier les occasions pour parler de la marche et créer de l'intérêt. Une idée serait de créer un pré-événement dans l'événement pour accrocher la motivation et envoyer une relance de l'événement avec effet d'annonce : proposer un concours de poèmes, un concours de photos de l'événement, une animation type « arbre de vie », etc..

L'animation « arbre de vie » pourrait être à lui seul, un projet voire une étape dans l'organisation de la marche.

Il serait nécessaire de réaliser en amont un support qui symboliserait un arbre. Ici aussi le plus simple serait de faire jouer les connaissances du réseau pour fabriquer l'arbre. Lors d'une relance de l'événement on pourrait proposer aux participants de remplir l'arbre en laissant un mot sous forme de feuille ou de cœur et l'accrocher à l'arbre, entre le moment où ils se sont inscrits et le moment où la marche démarre. L'idée serait de reprendre l'arbre ensuite, le proposer à une mairie (ça nécessite de s'être mis d'accord avec la mairie en amont) qui l'exposerait dans le hall de la mairie en promouvant l'événement et le soutien de la mairie dans « la qualité de la vie jusqu'au bout ».

Créer un lien d'inscription sur un site gratuit type Hello Asso :

L'inscription préalable via une plateforme de type Hello Asso n'est pas un élément obligatoire. Cependant l'intérêt de la démarche serait d'avoir une visibilité de la marche et savoir le nombre de personnes intéressées. Cela permet de rectifier la promotion de la marche si nécessaire (multiplier les relances, chercher d'autres sources pour augmenter la base de données etc.).

Si l'inscription préalable est retenue, donner les informations pour s'inscrire (dans le 1er « Save the date » et dans les relances) avec la précision qu'il est également possible de s'inscrire directement sur place au moment de la marche.

Ce peut-être une option intéressante, d'autant plus qu'on pourrait toucher des personnes qui n'ont pas accès à internet ou aux réseaux sociaux.

Démarchage téléphonique des invités symboliques :

Il est important de faire venir une « personnalité locale » pour démarrer la marche et couper le ruban : par ex. la miss du département, un joueur de rugby du club local, le député, le maire, un comédien, un artiste chanteur ou autre, etc.

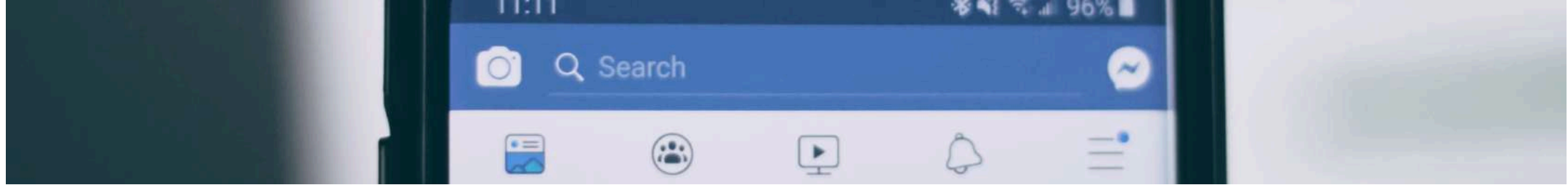
Solliciter bien en amont : 3 à 6 mois avant l'événement.

Comment : solliciter par réseautage, trouver une personne qui connaît quelqu'un qui connaît...

Solliciter la personne plutôt par oral. Puis envoyer de la documentation.

Arguments : demander de participer à l'évènement, essentiellement pour « ouvrir » l'évènement et le soutenir « symboliquement ». Défendre la citoyenneté qui promeut la solidarité « jusqu'au bout » localement.





2. POUR LA PROMOTION

Incontournables

Affiche / flyer :

Il est fortement conseillé de faire des affiches / flyers. Pour les distribuer, choisir des endroits ou événements stratégiques qui font sens ou qui touchent beaucoup de public. Ils peuvent également être mis à disposition à la mairie lieux d'accueil des usagers.

L'affiche devra comporter obligatoirement les informations pratiques de la marche ainsi que les informations importantes :

- Le message : « Marche pour les Soins Palliatifs ».
- La Date
- Le Lieu
- Les Horaires
- Les organisateurs
- Les logos des sponsors / partenaires.
- Prix de participation (si la participation est payante)

L'affiche peut être faite en interne (sur PowerPoint, InDesign ou autre logiciel de traitement de texte). Cela pourrait constituer une mission pour un graphiste. L'idée serait d'avoir une affiche générique qui pourrait être reprise par les associations ou collectifs d'organisation

Dans le cas d'une affiche générique il suffira ensuite de demander à l'imprimeur de faire la correction graphiste + déclinaison flyer, en recto pour faire apparaître les éléments qui peuvent changer : Lieu, date, organisateurs, logos.

Facebook :

Facebook est, semble-t-il, le réseau social le plus approprié pour ce type d'événements.

2 possibilités :

Soit créer un événement à partir du compte du collectif ou de l'association qui organise la marche. Cela limite en revanche les possibilités d'interaction avec la communauté autour de l'évènement.

La meilleure solution serait de créer une page pour la marche (cela créé directement un compte au nom de l'évènement). Par exemple, « Marche pour les soins palliatifs – Tours ». Bien spécifier le lieu pour plus de visibilité. Ensuite, lorsque la date est choisie, créer un événement dans le calendrier. Le fait de créer une page propre à la marche permet une meilleure communication et diffusion des informations ainsi qu'une interaction plus poussée avec les participants, les personnes intéressées etc.



Pour faire connaître la marche, inviter chaque membre de l'équipe d'organisation à diffuser la page ou l'évènement sur leurs pages Facebook et rajouter leurs réseaux de contacts.

Dans tous les cas, il faudra alimenter la page pour la faire vivre : mise en ligne de l'affiche, photos, puis donner des nouvelles régulièrement de l'organisation, ex : « J moins 1 mois... ». Possibilité de créer des jeux pour gagner des invitations ou créer des sondages pour impliquer la communauté (choisir les l'objet symbolique, etc). On peut utiliser la page pour sensibiliser et informer sur la cause, tout en rappelant la tenue de la marche.

Pour les autres réseaux sociaux :

- Twitter : pour ce type d'évènement Twitter n'est pas un réseau très intéressant en termes de relai d'information, à moins de créer un hashtag pour l'occasion. Cependant pour qu'un hashtag ait un impact il faudrait le faire vivre, ce qui nécessite d'avoir une stratégie de communication sur Twitter.
- Instagram : comme Twitter, Instagram ne représente pas le meilleur canal social pour promouvoir l'évènement. Cependant il pourrait être utilisé pour publier les photos le jour « J » ou lancer un concours de photos.

En plus

Plans des parcours

Ceci est un point facultatif. Il n'est pas strictement nécessaire car il faut garder à l'esprit qu'il y aura des bénévoles qui seront « guides-file » et « serre-files », la marche sera donc relativement encadrée. Les plans peuvent être un plus pour les personnes qui aiment avoir des repères visuels.

A faire au dernier moment, une fois que toutes les informations sont figées ([exemple en annexes](#)).

Une autre possibilité pour éviter d'imprimer les parcours serait de mettre ces plans en accessibilité sur le site de l'association ou du collectif en format dématérialisée ou sur la page Facebook de la marche.

Kakemono pour l'accueil le jour-J

2 possibilités :

- Un kakemono reprenant la promotion de l'événement générique. Dans ce cas le kakemono ne comportera pas la date et le lieu de l'événement. Il y a aussi la possibilité de reprendre le kakémono générique et de demander à un graphiste de le personnaliser un peu. Cela peut représenter des coûts supplémentaires en temps graphiste.
- Un kakemono de la structure association ou collectif qui organise l'événement.

3. RELATIONS PRESSE

Liste de médias influents de la région avec leurs coordonnées

- Intérêt de constituer une liste à l'avance, récupérer des noms des journalistes dans les petits journaux du coin. Cf. « presse hebdomadaire régionale » ou « presse écrite régionale » sur internet.
- Penser aux radios locales
- Solliciter le service communication des mairies qui peuvent être aidants, ou le service communication des hôpitaux locaux. Souvent ces services ont des correspondants locaux « presse ».

Les contacter par e-mail pour expliquer la démarche.

Téléphoner si pas de retour environ 15 jours. Demander si l'e-mail a été reçu, qui nous sommes, si on peut compter sur lui pour soutenir l'événement, soit par un article ou une interview du responsable de l'événement, etc.

Communiqué de presse

Les communiqués de presse sont recommandés pour l'organisation d'événements d'envergure. Pour des événements de petite taille les outils de promotion évoqués précédemment sont largement suffisants.

Une solution serait de solliciter le service communication de la mairie ou d'un autre partenaire pour la rédaction des communiqués de presse et leur diffusion.

Le communiqué de presse doit répondre aux questions suivantes, et dans cet ordre : **Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ?**

Pour être efficace et donc repris par la presse, le message doit être pertinent. Avant de le rédiger il est important de se rappeler votre objectif : attirer l'attention du grand public, un public qui n'est donc pas forcément familier à la cause et au langage de spécialité. Dans un deuxième temps il faudra choisir un angle qui pourrait éveiller l'intérêt des journalistes : le fait que ce soit une actualité locale sur une cause qui touche tout un chacun.

Le message doit aussi être délivré à la bonne cible journalistique, et ce au bon moment. Il sera envoyé par mail aux journalistes listé précédemment.

Structure du communiqué de presse

Le communiqué de presse suit des codes assez stricts en termes de structure. Il doit être rédigé en 1 page (2 maximum) et comporter les éléments suivants :

- **La mention « Communiqué de presse »** : en haut du document mais pas en objet de votre email.
- **Logo** de la structure qui organise la marche : en haut, le journaliste pourra immédiatement savoir qui est l'émetteur de l'information.
- **Date** : préciser la date de votre communiqué de presse.
- **Titre** : travailler votre titre, c'est lui qui va accrocher l'œil du journaliste et lui donner envie de lire la suite.

- **Chapeau** : Il s'agit d'une phrase pitch qui résume le communiqué de presse. Soyez concis dans le chapeau. Vous devez présenter en 5 lignes maximum, les 5 questions : qui, quoi, quand, où et pourquoi.
- **Corps du communiqué** : Détailler votre information pour répondre aux 5 questions énoncées ci-dessous, de l'information la plus importante à la moins importante. L'information principale doit être comprise dans le Titre, le Chapeau et au début du communiqué.
- **A Propos**: Présenter votre structure avec éventuellement un lien vers votre site internet
- **Contacts Presse** : Préciser les Contacts presse (prénom, nom, fonction, téléphone, email) pour que les journalistes accèdent facilement à vos coordonnées pour vous contacter rapidement.

Conseils

- Ne pas utiliser des acronymes sans explication, ni jargon de spécialité
- Utiliser des phrases courtes : sujet, verbe, complément
- Eviter les formules bateau
- Rédiger à la 3ème personne (éviter le « nous »)
- Utiliser un témoignage court ou une citation parlante
- Utiliser des citations de spécialistes en mentionnant leur titre
- Donner des chiffres pour plus d'impact

Et aussi... penser à l'éventuelle newsletter de l'association ou du collectif auquel adhère l'association.

4. PROMOTION LE JOUR-J ET POST ÉVÉNEMENT

- Il est important de garder une trace de l'événement. Il faut désigner au moins deux volontaires qui prendront des photos tout au long de la marche. Et une ou un autre volontaire pour faire quelques petites vidéos. Les smartphones possèdent de très bons capteurs photos ou vidéos qui sont amplement suffisants. Il est possible aussi de solliciter un photographe d'un journal local qui couvrirait tout l'événement et offrira ces clichés aux organisateurs. Il est recommandé de préparer un papier donnant l'autorisation du droit à l'image pour des photos ou vidéos individuelles (<http://www.droit-image.com/droit-a-l-image-des-personnes.html>). Il existe également la possibilité de solliciter également un club photo local.
- Pour les vidéos, penser à interviewer quelques participants sur leur motivation pour être présent à cet événement : l'invité local, des soignants, des aidants, des sponsors... Les interviewer sur ce qu'ils connaissent des SP (peut être au travers d'une simple question comme : C'est quoi les Soins palliatifs pour vous ?). Également faire une vidéo du discours avant le départ, du couper de ruban, du moment objet symbolique à la fin de la marche.
- Les interviews se feront avant le départ de la marche
- Communiqué de presse bilan déclinable papier et web : principe et modèle type (voir un modèle dans les annexes).
- Envoi du communiqué au fichier de journalistes ainsi que photos et vidéos.

- Communication post événement : Facebook bilan avec photos et vidéos. N'oublier pas de demander aux volontaires qui sont sur Facebook de partager ce bilan.
- Diffusion du communiqué de presse bilan sur le site de l'association.
- Remerciements (des participants via mail au fichier d'inscrits, des invités phares, à la ville, etc) qui ont participé au beau succès de cette marche.
- Faire une réunion environ 2 semaines après la marche avec tous les volontaires pour un débrief sur le positif et ce qui restera à améliorer pour une prochaine édition.





MÉMO COMMUNICATION

- **1 an avant** : En parler avec son équipe et se mettre d'accord sur le projet. Identifier un coordinateur et constituer le comité d'organisation, dont une personne au moins chargée de la communication. Définir la date, lieu, etc.
- **8 mois avant** contacter d'éventuels sponsors ou partenaires, définir l'objet symbolique et/ou se le procurer
- **3 mois avant** lancer le Save the date puis un rappel chaque mois et 15 jours avant la date
- **1 mois avant** envoyer les invitations aux officiels. Lancer la communication, emails, Facebook, etc. Solliciter des photographes
- **10 jours avant** : envoyer le communiqué de presse aux journaux locaux, contacter les radios pour des interviews sur la marche, faire une dernière relance des invitations
- **1 semaine avant** : faire éventuellement imprimer les kakemonos, les plans du parcours, flyers présentant l'association, etc.
- **Le jour J** : penser aux demandes de témoignages de participants.

CONCLUSION



*Vous vous demandez comment faire connaître les Soins palliatifs ?
Vous avez envie d'organiser un événement joyeux, vivant et positif
autour des soins palliatifs ?*

*Vous avez envie de réunir des gens d'origines diverses pour une
action commune en faveur des soins palliatifs ?*

*Vous n'avez pas l'habitude, vous ne savez pas comment vous y
prendre ? Tout est là ! Marchons ensemble pour dire à tous que les
soins palliatifs, c'est toujours la vie !*



- Claire Fourcade, présidente de la SFAP

ANNEXES

1. AFFICHES



2. EXEMPLE DE SOLLICITATION D'UNE PERSONNALITÉ LOCALE

Bonjour,

Je suis la Présidente de l'association Alliance 47. Nous organisons pour la 6ème année consécutive une marche nocturne dans le très beau parc de Passeligne.

Alliance 47 est une association de bénévoles d'accompagnement des personnes gravement malades ou en fin de vie ainsi que de leurs proches. Nous fêterons nos 33 ans cette année. Nous faisons partie des soins dit palliatifs et intervenons dans les hôpitaux du département, certains ephads, la Clinique Saint Hillaire et également à domicile. Nous intervenons à la demande des soignants ou directement des familles pour de l'accompagnement ou du répit. Nous sommes une quarantaine de bénévoles sur le département et faisons partie de la Fédération Alliance basée à Bordeaux ainsi que de la SFAP (société Française d'accompagnement et de soins palliatifs) qui regroupe nationalement tous les acteurs des soins palliatifs, médecins, infirmières, AS, Kinés, secrétaire médicales, assistantes sociales et bénévoles d'accompagnement.

Nous avons deux missions dans notre bénévolat : l'accompagnement bien sûr et la sensibilisation du grand public aux droits des malades et aux soins palliatifs. En effet bien que inscrit dans la loi des soins palliatifs notre bénévolat est encore trop méconnu alors que beaucoup de personnes pourraient en bénéficier.

Un événement comme la marche nocturne nous donne un éclairage si j'ose dire que marcher dans la nuit nous éclaire...et nous fait donc un peu mieux connaître.

La première année nous étions 36, nous étions 220 l'an dernier.

Nous terminons les 3 parcours proposés par un lancer de lanternes flottantes sur le grand lac de Passeligne, ce qui constitue un beau et fort moment d'émotions pour toutes les personnes présentes.

Il est plus que sûr qu'une personne connue sur l'Agenais pour couper le ruban orange au départ de la marche donnerait également un éclairage intéressant à notre marche. C'est pourquoi je vous sollicite en tant que Directeur Développement et centre de Formation SUA pour voir si Monsieur Philippe Sella ou un autre joueur disponible ce soir du 17 Mai à 21H pourrait nous faire cet honneur-là. Vous avez évoqué également la possibilité d'avoir quelques joueurs qui ne joueront pas le lendemain contre Castres d'être aussi avec nous et cela serait également vraiment super.

Voilà, je vous mets en pièce jointe l'affiche de notre marche. Nous aurons quelques journalistes comme l'an dernier Petit Bleu SO...pour couvrir cet événement et une vidéaste de Paris qui sera là pour réaliser une vidéo de la marche qui est appelée à devenir un rdv national pour les 450 autres associations de France qui font la même chose que nous dans les soins palliatifs. Merci beaucoup pour votre intérêt et l'aide que vous pourrez nous apporter.

Je vous souhaite un beau succès avec l'action que vous et les Agenais vont faire au port de plaisance.

Cordialement

Catherine Renard

Alliance 47 – 06 86 89 97 81

3. EXEMPLE DE DEMANDE D'OCCUPATION D'UN PARC MUNICIPAL



MAIRIE D'AGEN
Monsieur Jean X
Place du Dt Esquirol
47000 AGEN

Agen, le 15 Avril 2018

Monsieur JeanX, Président de l'agglomération

Monsieur le Président,

Nous avons l'honneur de vous solliciter pour l'obtention d'une autorisation d'organiser une marche nocturne dans le très beau parc naturel de Passeligne le 1er juin 2018.

Pour la 5ème année consécutive, Alliance 47 souhaiterait renouveler cette manifestation, qui l'an dernier, avait connu un vif succès avec environ 200 participants, cela au profit de notre association d'accompagnement de personnes en fin de vie et d'endeuillés.

Nous vous remercions de l'intérêt que vous porterez à notre demande,

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de notre considération distinguée.

Catherine RENARD,
Présidente

4. EXEMPLE D'UN COMPTE-RENDU DE RÉUNION D'ORGANISATION

Antenne d'Agen



COMPTE-RENDU DU 19 MARS – MARCHÉ NOCTURNE

Commission « Marche » Francis C, Monique, Marie Christine, Catherine, Arlette.

La date est arrêtée au vendredi 17 mai - inscriptions dès 20h - départ 21. Arlette devra adresser un courrier au Président de l'Agglo (M. DIONIS) ainsi qu'au Maire de Boé.

Catherine se charge de l'imprimeur - pour indiquer le nombre de tirages ainsi que les modifications à effectuer (marche douce 2km, marche tranquille 4 km et marche tonique 7 km) – Dans la publicité que nous ferons sur les différents supports il faudra bien expliciter ces différentes marches.

ACHATS :

2 barnums - voir pour détecteur de présence (pour lumière) ou torches lumineuses.

Boissons - il faudra définir qui s'en charge.

A REGARDER :

Sur différents sites ou magasin le prix des lanternes biodégradables.

MATERIEL :

Prévoir 6 tables (2 pour les caisses, 2 pour les boissons et 2 pour les bougies).

Chacun devra apporter un allume gaz.

A SAVOIR :

Le parcours sera payant à partir de 12 ans.

Il est proposé un jeu de pancartes de « couleur » pour indiquer les différents parcours. On peut envisager que chaque encadrant de marche soit repérable avec la couleur de son parcours.

La proposition d'installer 2 poteaux de départ avec lien de rubalise à faire couper par la présidente (ou M. DIONIS !) pour bien marquer le vrai départ des marches.

Pour enlever le socle métallique des bougies, il est prévu un atelier le lundi 13 mai – 15 h au local d'Agen. Ouvert à tous !

Des réunions se tiendront au fur et à mesure des besoins.

4. EXEMPLE D'UNE LISTE DE RÉPARTITION DES TÂCHES, SUITE À UNE RÉUNION D'ORGANISATION

LISTE EN BROUILLON DES CHOSES À FAIRE POUR LA MARCHE AGEN PARC DE PASSELIGNE

Répartition des bénévoles

- 2 Bénévoles caisses **MONIQUE CHRISTELLE COLETTE ARLETTE**
- 5 Bénévoles accueils jus de fruits, bonbons, pruneaux...**MARYVONNE, et ??????**
- 6 Bénévoles discussions pour parler de l'asso **FRANCIS C, JEAN-FRANCOIS, MARIE-CHRISTINE, VALERIE, MARYVONNE, BERNADETTE, THERESE, CHANTAL, BERNARD, LILIAN**
- 3 Bénévoles au départ de chaque marche avec un panneau marche douce 2km/ Marche tranquille 4 kms/ et marche Tonique 7 kms. **FRANCIS C, ANNE-MARIE, MICHEL**
- 5 par marche Puis bénévoles parsemés dans chaque groupes et bénévoles fin de groupes **DANS LES MARCHES FRANCIS C, JEAN-FRANCOIS, MARIE-CHRISTINE, VALERIE, MARYVONNE, BERNADETTE, THERESE, CHANTAL, BERNARD, LILIAN, CHRISTELLE**
- 2 Bénévoles sur Ponton **FRANCOIS JEAN-BAPTISTE**
- 6 Bénévoles sur lieu de lancer de lanternes **CATHERINE COLETTE BERNADETTE MARTHE MARIE-CHRISTINE MARIE-HELENE**
- Tous les bénévoles pour aider au rangement
- S'assurer que les gens retrouvent facilement le parking **JEAN-BAPTISTE FRANCOIS**

LISTE EN BROUILLON DES CHOSES À FAIRE POUR LA MARCHÉ AGEN PARC DE PASSELIGNE

❑ Faire courrier de demande à la mairie de BOE (lieu de la marche) **FAIT ARLETTE**

❑ Faire courrier de demande Président com Agglo d'Agen propriétaire du Parc **FAIT ARLETTE**

EN ATTENTE DE LA CONVENTION A SIGNER, ELLE SERA ENVOYEE PAR CARINE DE PASSELIGNE

❑ 3 parcours : Douce 2km : Tranquille 4 km et tonique 7 km : FAIRE LES PANCARTES 2KMS/4KMS/7KMS **ANNE-MARIE S'EN CHARGE**

❑ Imprimer des affiches A3/A4 et Flyers. Sachant que les flyers sont les plus utiles et faciles à placer **FAIT CATHERINE**

EN ATTENTE DE CEUX IMPRIMES PAR MAIRIE

❑ Prévoir les bénévoles pour distribuer affiches et flyers **FAIT EN REDISTRIBUER A LA REUNION MENSUELLE**

❑ Diffusion sur la marche : Facebook à demander de partager, emails, affiches magasins, mairies, paroisses, club de sports....flyers même endroits plus boulangeries, tabacs.... **FAIT**

❑ Sur place au départ prévoir : 2 barnums **CATHERINE MARTHE**, 6 tables, 20 chaises, (prêtés par le Parc) PASSELIGNE la banderole Alliance 47, le Kakémono **CATHERINE MARTHE**

❑ Commander 300 lanternes **FAIT CHEZ CATHERINE IL FAUDRA ENLEVER LA CAPSULE ALLUMIUM DES BOUGIES**

❑ Il faudra des allumes gaz (une dizaine) **EN ACHETER GIFI CATHERINE** pour allumer les lanternes flottantes, 2 caisses

❑ **CHRISTELLE/ MONIQUE PLUS ARLETTE ET COLETTE** POUR NOTER LES ADRESSES EMAIL ET DEMANDER AUX PERSONNES OU ELLE ONT EU L'INFO DE LA MARCHÉ avec tickets adultes et tickets enfants A VOIR AU LOCAL CE QUI RESTE, Des lampes torches, des torches jardins pour l'endroit du lancement des lanternes flottantes, du ruban orange **A ACHETER CATHERINE** pour ligne de départ.

❑ Une sono pour discours départ et un micro **CARINE PASSELIGNE** un tabouret pour monter dessus pour discours **ESCABEAU MARTHE**

❑ Pruneaux, bonbons, gâteaux secs, eau, jus de fruits, gobelets, assiettes cartons, sacs poubelles, scotch gros et petit, ficelle, ballons oranges et bleus. **CATHERINE**

❑ Flyers Alliance 47, marques pages, flyers deuil...**CATHERINE A RECUPERER AU LOCAL**

❑ Médias à solliciter sur Agen : Petit bleu journal, Sud-Ouest journal, Espoir FM, 47FM, Véronique David **CATHERINE**

❑ Essayer d'avoir le Président d'Agglo pour lancer la marche en coupant le ruban jaune orange (couleur Alliance 47), ou une vedette (joueur de Rugby)... ?

❑ Inviter les institutions, entreprises...à faire des équipes de collègues : HAD, Domicil +, SSIAD, ASSAD, IFSI, Ecole aide soignantes, Ecole Hermitage, UPSA, GOLFECH, Club sport, Club rando, Ecole musique, ENAP, Bataillon, St Hillaire, EPHAD, USSA, REA, Papa victor judo club, INTECH, Anne Galissaire rugby féminin, LIGUE CONTRE CANCER, ALZHEIMER...**CATHERINE ET ARLETTE**

5. EXEMPLE DE DISCOURS D'OUVERTURE D'UNE MARCHÉ NOCTURNE

Bonsoir à toutes et tous, merci vraiment d'être venus en si grand nombre pour la 4ème édition de notre marche nocturne dans ce beau Parc de Passeligne. J'en profite pour remercier l'agglomération d'Agen pour la mise à disposition de ce parc à une heure indue et surtout Carine et les employés du Parc pour leur aide et soutien.

Alliance 47 a fêté ses 30 ans l'an passé. Nous sommes donc une association de bénévoles formés à l'accompagnement de personnes gravement malades, en fin de vie ou en deuil. Nous accompagnons également et parfois même plus les familles ou proches de ces personnes malades.

Nos accompagnements ont lieu en institutions, hôpital, cliniques, certains ephads et également beaucoup à domicile. Nous sommes associés à ce qu'on appelle les équipes pluridisciplinaires des soins palliatifs. Nous sommes donc des acteurs de ce mouvement des soins palliatifs qui ne traitent pas seulement la douleur physique mais également la douleur sociale, financière et sociétale en proposant en plus des traitements un accompagnement qui montre à la personne malade qu'elle fait encore et toujours partie de la Vie.

L'an passé nous avons fait 2813 accompagnements sur le Lot et Garonne et donc parcouru 66221 kms. Nous avons contribué à l'achat d'un billet d'avion pour un monsieur d'origine Martiniquaise qui a pu rentrer auprès de ses siens sur sa belle Ile y terminer sa vie. Il est décédé 12 jours plus tard et offrir une tablette Ipad à un jeune homme de 18 ans qui a pu communiquer avec sa maman et sa sœur restées au pays sans passeport pour voyager.

J'ai entendu hier matin sur 47FM que le bénévolat vous faisait rajeunir selon une grande étude européenne de l'université de Gand

En effet le bénévolat renforce l'estime de soi, renforce le sentiment d'efficacité personnelle et en majorant l'activité physique et cognitive le bénévolat booste notre système immunitaire.

Rien que ça.

Si vous désirez plus de renseignements sur notre bénévolat n'hésitez pas à nous contacter par tel ou email. Tous les renseignements sont sur la plaquette, vous pouvez aussi nous laisser vos coordonnées pour être tenu au courant des événements que nous organisons.

Notre défi pour demain : Continuer de contribuer au développement des soins palliatifs et de l'accompagnement pour tous ceux qui en ont besoin et donner des informations nécessaires afin que les malades, les familles soient informés de leurs droits.

6. EXEMPLE DE PLAN DES PARCOURS



7. EXEMPLE D'UNE ANNONCE DANS UN JOURNAL LOCAL

Notre Association Départementale ALLIANCE 47 dont notre mission est l'accompagnement des personnes gravement malades, en fin de vie, en deuil , à domicile et/ou en milieu hospitalier, organise le 1er JUIN 2018 sur le parc Naturel de Passeligne à AGEN/BOE avec 2 parcours : de 4 kms pour la balade et 7 kms pour les accros – Participation : 5 € - Gratuit pour les moins de 12 ans.

Inscription dès 20h30 – Départ des 2 parcours vers 21h30

A l'issue de cette marche des lanternes flottantes seront déposées sur le lac « comme de douces pensées lancées au gré du vent et des flots ».

8. EXEMPLE DE TÉMOIGNAGE ET DE REMERCIEMENTS APRÈS LA MARCHÉ

Hier soir Alliance 47 « Jusqu'au bout accompagner la vie » organisait la 5ème édition de sa marche nocturne dans le magnifique parc de Passeligne. Nous étions 38 en 2013 et plus de 200 personnes hier soir. A l'issue de cette marche chaque participant s'est vu remettre une lanterne flottante biodégradable et a pu la déposer sur le grand lac qui représentait la petite lumière d'une personne décédée chère à chaque participant.

Un peu avant le départ de cette marche qu'elle ne fut pas mon immense surprise et émotion de voir arriver Gwénaël 37 ans dans son fauteuil roulant électrique avec sa maman Anne et quelques amis qui venaient participer à notre marche !

Gwénaël et Anne je les accompagne depuis 16 mois à domicile. Gwénaël a la maudite et trop fameuse sclérose latérale amyotrophique dite plus communément maladie de Charcot. Il y a un peu plus d'une année il a voulu être trachéotomisé alors qu'au début de la maladie il avait dit qu'il n'en voudrait pas. Gwénaël connaissait très bien cette maladie puisque son papa Franch est décédé de la même maladie quelques années en arrière.

Gwénaël est un battant, Gwénaël est un guerrier. N'a-t-il pas gravi il y a 8 ans maintenant un des plus hauts sommets de l'Everest : le Kang Yatsé lorsque la maladie n'avait pas encore frappé à sa porte. Il a décidé l'avant-veille de cette marche de solliciter un ami ou deux en leur envoyant un mail à l'aide de son ordinateur très spécial qu'il dirige juste avec la pupille de ses yeux car Gwénaël n'a plus la mobilité d'aucun de ses muscles. Enfin presque car sur le côté de son poignet droit un tout petit muscle continue de bien vouloir être sollicité et il peut ainsi actionner une petite sonnette pour appeler sa maman la nuit lorsqu'il a besoin d'être aspiré.

Et nous nous sommes élancés sur le chemin en terre battue, et moi je n'en revenais pas de vivre ça. Gwénaël et sa maman ont voulu que je leur relise le discours que j'avais préparé que je vous mets aussi en pièce jointe. Et nous avons fait le tour du grand lac avec sur le chemin des creux, des bosses, du plat un peu comme dans la vie quoi !

Nous lui demandions régulièrement si cela allait avec ses deux pupilles, il nous répondait d'un franc oui. Et Anne sa maman était heureuse d'avoir acquiescé à la demande de son fils et de vivre cette aventure tous ensemble. Puis nous sommes arrivés au point du lancement des lanternes et Anne est allée choisir une magnifique lanterne jaune, est venue la montrer à Gwénaël, a fait allumer la petite bougie à l'intérieur et l'a déposée délicatement sur le lac. La fleur bougie un peu hésitante au début à son tour s'est élancée fièrement sur le lac et nous l'avons suivi longtemps des yeux au milieu des autres centaines de fleurs allumées. Et nous étions juste tellement heureux d'être tous là réunis en pensée avec nos morts. Morts oui mais tellement vivants en nous.

Puis nous nous sommes quittés sur le chemin et chacun est reparti vers sa voiture, Gwénaël et Anne aussi dans la leur, aménagée spécialement pour y rentrer le fauteuil.

Un immense merci à tous les participants de cette incroyable soirée, aux bénévoles d'accompagnement d'Alliance 47 antenne d'Agen pour toute l'organisation et MERCI A TOI GWENAEL D'AVOIR RENDU CETTE MARCHÉ NOCTURNE ENCORE PLUS EXCEPTIONNELLE.

Catherine Renard, Alliance 47