



AMI AIDE MÉDICALE
INTERNATIONALE
TRANSMETTRE LA SANTÉ

DU 25 MARS AU 9 AVRIL 2010

30 ANS D'ACCÈS AUX SOINS AU SUD

EXPOSITION MULTIMÉDIA, CONFÉRENCES, DÉBATS

PROPOSITION DE DIFFUSION





AMI AIDE MÉDICALE
INTERNATIONALE

PROPOSITION DE DIFFUSION

À l'occasion de son 30^e anniversaire, Aide Médicale Internationale entame une campagne de sensibilisation autour des problématiques de l'accès aux soins et de l'autonomisation des structures et du personnel de santé au Sud. Pour la mener à bien, l'association souhaite s'entourer de partenaires qui partagent sa vision de la solidarité internationale et qui souhaitent contribuer, à leur mesure, à sa mission de témoignage et d'appui aux populations privées d'accès aux soins.

Ce dossier vous présente les objectifs de cette campagne, et plus spécialement le dispositif prévu pour l'année 2010.

1. LA GENÈSE DU PROJET	p 2
2. OBJECTIFS ET CIBLES DE LA CAMPAGNE	p 2
3. UN ÉVÈNEMENT PHARE : UNE EXPOSITION ON ET OFF LINE	p 2
4. UN DISPOSITIF DE LA CAMPAGNE	p 4

Aide Médicale Internationale est une organisation non gouvernementale (ONG) médicale à but non lucratif, apolitique, reconnue oeuvre de bienfaisance. Fondée en 1979, A.M.I. se mobilise pour rendre efficaces et autonomes les structures et personnels de soins de pays victimes de conflits armés ou de catastrophes naturelles.

Depuis 30 ans sur ses terrains d'intervention, A.M.I. met en oeuvre des programmes sanitaires, intégrant formation, réhabilitation, approvisionnement en médicaments et matériels, qui permettent aux personnels de santé de dispenser des soins de qualité dans des conditions appropriées. Pour l'ensemble de ces activités, les populations, sensibilisées aux méthodes de travail et à leur finalité, sont parties prenantes des réalisations, pour que celles-ci soient le plus adaptées à leurs besoins, et le plus pérennes possible.

Aujourd'hui, 2,5 millions de personnes réparties dans 9 pays à travers le monde recouvrent un accès aux soins grâce à A.M.I. En 30 ans d'activité, l'association est intervenue dans près de 40 pays et régions.

1 LA GENÈSE DU PROJET

Créée en 1979, Aide Médicale Internationale (A.M.I.) fêtera, en novembre 2009, ses 30 ans d'existence... 30 ans d'action pour l'accès aux soins des populations vulnérables et isolées. Cet anniversaire est pour l'association l'occasion de :

- > **Présenter ses actions et leurs spécificités,**
- > **Expliquer l'impact de ses interventions,**
- > **Inscrire son histoire et sa démarche opérationnelle dans l'histoire et le panorama humanitaires,**
- > **Rendre un hommage à ses équipes et ses partenaires mobilisés depuis 30 ans.**

2 OBJECTIFS ET CIBLES DE LA CAMPAGNE

Jusqu'à présent, A.M.I. avait limité son budget de communication à hauteur de 1 % de son budget global. Aujourd'hui, tout en continuant à réserver une part très importante de son budget aux programmes de terrain, l'association considère que ses 30 années d'expérience, et la persistance des difficultés d'accès aux soins en certains points du monde, légitiment un accroissement de ses prises de parole, pour défendre un modèle opérationnel adapté aux besoins et pérenne.

L'association se donne trois ans pour déployer une communication qui lui permette :

- > De sensibiliser l'opinion et les décideurs aux problématiques de l'accès aux soins
- > D'asseoir une notoriété dont la croissance a pour but la promotion d'une action humanitaire qui vise l'autonomie des structures et personnels de santé.

Cette campagne vise donc :

- > Un cœur de cible : les professionnels de la santé. Parce qu'ils sont proches de ses problématiques, A.M.I. souhaite s'adresser aux actuels et futurs professionnels de la santé, pour gagner leur adhésion et construire un réseau de prescripteurs légitimes.
- > Son réseau : anciens et actuels membres, salariés du siège, expatriés et personnel local, partenaires associatifs sur le terrain, autres organisations non gouvernementales, bailleurs institutionnels, partenaires privés et décideurs (France, Europe, Monde).
- > Une cible large : le grand public

3 UN ÉVÉNEMENT PHARE : UNE EXPOSITION À PARIS ET SA VERSION SUR INTERNET

Espace d'expression pensé pour déployer une information de contenu, l'événement conçu par A.M.I. a pour objectif de fédérer ses publics et de créer une actualité autour des problématiques de l'accès aux soins. Il servira de point focal à l'orchestration d'une campagne de communication à l'occasion des 30 ans de l'association.

Cette exposition, immersive et dynamique, existera ON et OFF LINE :

- > **La version OFF LINE** permettra d'habiller une conférence de fond, de susciter l'intérêt d'un public cible élargi et de créer un espace de convergence pour réunir les acteurs et partenaires d'A.M.I.

Nombre de visiteurs attendus : 5 000 en quinze jours d'expositions

- > **La version ON LINE** permettra de toucher un public plus large que les seuls parisiens (jusqu'au personnel d'A.M.I. à l'étranger) et d'orchestrer une campagne virale sur Internet, déclinable par les partenaires de l'opération.

Nombre de visiteurs attendus : 15 000 à 20 000 internautes par mois

L'exposition sera composée de deux dimensions :

- > **Une plongée dans le quotidien des missions d'A.M.I.** sur le terrain pour comprendre les enjeux, les objectifs, les modalités et les impacts de ses interventions.
- > **Un hommage aux acteurs d'A.M.I.** à l'occasion des 30 ans de l'association.

L'EXPOSITION À PARIS

Date : à partir du 25 mars 2010 et jusqu'au 9 avril 2010

Lieu : Hôpital Robert Debré, Paris 19^e (400 m² d'exposition et un amphithéâtre accueillant les animations et conférence)

LES GRANDES COMPOSANTES DE L'EXPOSITION

- > Le coeur de métier : l'accès aux soins de santé primaires et la prise en charge de maladies spécifiques (VIH/Sida, paludisme)
- > L'identité opérationnelle d'A.M.I.
- > Ses zones actuelles d'intervention
- > Ses métiers, ses valeurs
- > Une vision rétrospective et prospective de son action
- > Ses ressources humaines : hommage et identité.

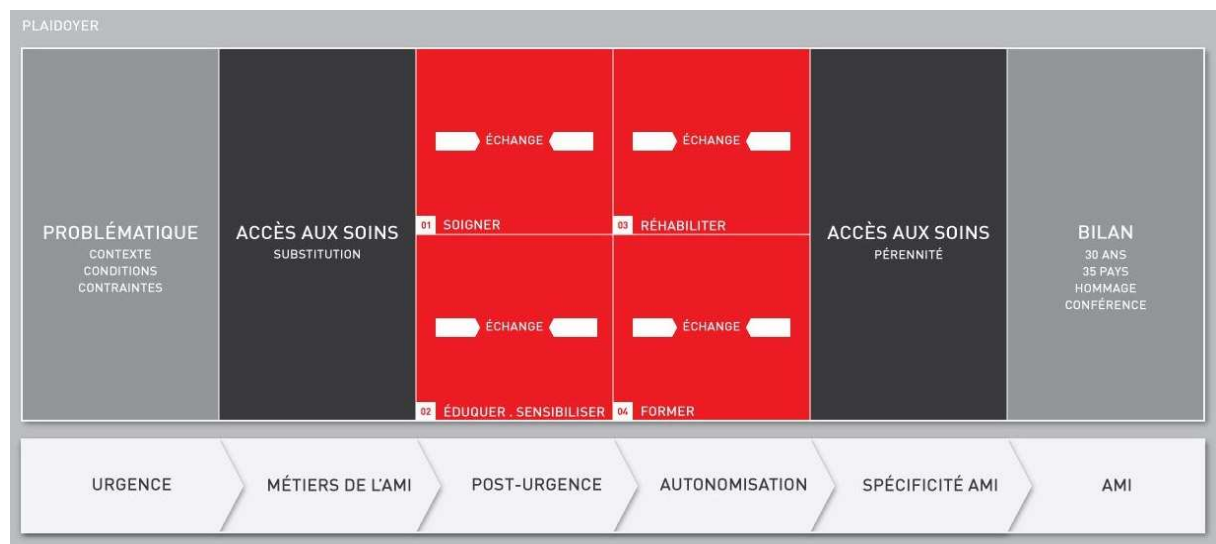
UN CONTENU IMMERSIF

> Informatrice et interactive, l'exposition intégrera des reconstitutions, en volumes et dimensions réels, pour plonger le visiteur dans la réalité de la démarche opérationnelle d'A.M.I.

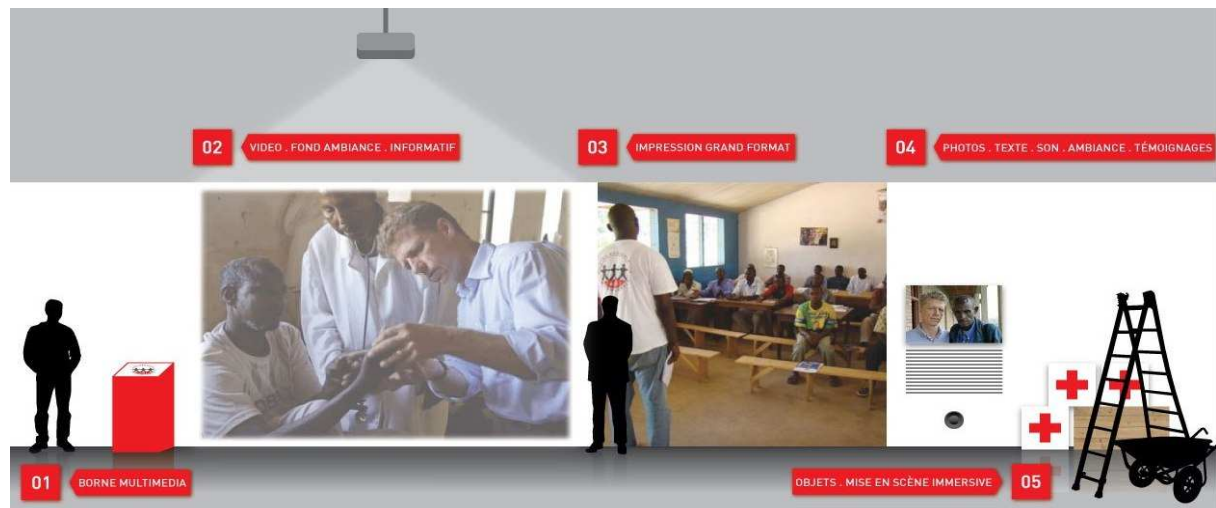
DES OUTILS POUR HABILLER ET ANIMER L'ESPACE

Créés pour l'exposition mais aussi pour sa promotion (teasing, buzz viral, modules web), et pensés pour impliquer les partenaires et valoriser leur engagement (quelques exemples : bornes multimédia, modules d'animation, projections vidéo, photographies grand format, reconstitutions, habillage sonore, etc.).

LE PRINCIPE



LE CONTENU



L'EXPOSITION ON LINE

Articulé au site corporate d'A.M.I., un site "événement" fera vivre l'exposition en ligne et la rendra accessible au plus grand nombre. Conçu comme une plate-forme, ce site pourra à terme devenir le futur site corporate d'A.M.I. Les modules, développés pour l'exposition OFF LINE, seront des portes d'entrées et de sorties : externalisables, ils pourront vivre en média, sur le site des partenaires, en diffusion virale, etc. Chaque public pourra accéder aux informations par l'accès qui lui conviendra le mieux : par thème, par pays, par métier, par structure, etc.

4 LE DISPOSITIF DE LA CAMPAGNE

PROMOUVOIR L'ÉVÉNEMENT

- > **En amont** : Relations média / Buzz viral / Bannières web / Affichage et diffusion de flyers sur sites adaptés
- > **Pendant** : Déploiement des outils de communication print / Focus spécifique sur les outils web / Signalétique extérieure / Relations média
- > **Après** : faire durer le projet. A.M.I. souhaite étendre et valoriser son réseau de partenaires. La campagne 2009 est pensée comme une rampe de lancement en vue d'inscrire la communication et les partenariats de la structure dans une démarche de long terme.

CONTACT :

Mélanie Fievez, chargée de partenariat.
Tél. : 01 41 50 59 90 – mail : partenariat@amifrance.org

Toute notre équipe communication se tient à votre disposition pour envisager avec vous les modalités de ces partenariats, en fonction de votre agenda, de vos publics et de votre politique de communication.

Ils sont d'ores et déjà engagés à nos côtés :

PARTENAIRES INSTITUTIONNELS



PARTENAIRES MEDIA

