

Atelier Communication

Intervenants :

- Marc KREMMER, FFDSB, Président de la commission Communication
- Lucie WRONA, FFDSB, Chargée de communication
- Philippe MOUCHERAT, EFS, Directeur de la communication, du marketing et de la marque
- Florine BOURGEOIS, EFS, Chargée de communication institutionnelle et partenariats

Introduction (Marc Kremmer)

Respect de 3 qualités au cours de cet atelier : Tolérance, créativité, concision

Qui est inscrit dans un réseau social ? Tous, car nous sommes tous bénévoles pour le don de sang, de tissus et d'organes, ce qui est un réseau social. Nous échangeons régulièrement entre nous au travers des publications fédérales, du site internet, des enquêtes, des congrès, des séminaires et des messages. Mais cela n'est pas un réseau social digitalisé.

Pour la petite histoire, c'est le minitel qui est le premier réseau social digitalisé.

But de l'atelier : Communication digitale via les réseaux sociaux pour les structures de la fédération.

La fédération est déjà un gros réseau social : 750 000 bénévoles, qui partageons le même engagement et les mêmes valeurs.

Nous sommes tous d'accord pour dire que le don de sang doit être bénévole, anonyme, sans profit, et volontaire. Notre engagement, notre entité doivent être portés par les réseaux sociaux pour faire entendre notre voix. Exemple : non au don rémunéré.

Comment parler plus fort ? En tant nombreux et en étant au bon endroit.

Les réseaux sociaux numériques sont une corde supplémentaire à notre arc de communication. Ils ne remplacent rien, ils s'ajoutent. Par exemple, comme cette famille qui a fait un tweet pour le don de moelle pour leur enfant ; une réussite telle chez les femmes que maintenant on ne réclame que des dons de moelle des hommes !

Présentation de quelques réseaux sociaux numériques (Lucie Wrona)

Twitter : microblogging en temps réel.

- 280 caractères
- Envoi en temps réel avec risque de fake news
- Le mot-clef, « hashtag » : Notoriété de la FFDSB via #DondeSangBénévole
- Fonctionne par abonnement, gratuit
- Faire l'actualité, interpeller (@pseudo)
- Partager, commenter

Facebook - 25 millions de personnes dans le monde (majorité de 25-49 ans)

- Compte Facebook
 - Limité à 5000 « amis »
- Page Facebook pour l'association
 - Abonnés/Fans illimités
 - Visibilité
 - Référencé sur les moteurs de recherche
 - Possibilité de faire des pubs payantes (8€ pour 400 personnes par exemple)

Instagram

- L'image avant tout
- Le plus grand nombre de #hashtag possible
- Une majorité de personnes de moins 35 ans
- Deux tiers des utilisateurs sont des utilisatrices
- Vidéos éphémères

Mais également...

- Youtube : Vidéos travaillées
- TikTok : Petites vidéos "fun" pour très jeunes
- Snapchat : Messages éphémères
- Reddit : Liens commentés
- LinkedIn : Contenus professionnels
- Twitch : Directs interactifs
- et bien d'autres, par exemple Panneau pocket, application utilisée par des Mairies pour diffuser des informations

Présentation Social Media EFS (Philippe Moucherat / Florine Bourgeois)

Quelques chiffres :

- 60,9 millions d'utilisateurs d'Internet en France (soit 93% de la population),
- 5h34 en ligne / jour, dont 2h19 via nos téléphones,
- 80% de la population française est sur les réseaux sociaux,
- Plus de 53% des 16-64 ans utilisent les réseaux sociaux pour rechercher des informations sur une marque ou un produit,
- 77,6% des Français regardent chaque semaine des vidéos en ligne.

L'importance du digital pour l'EFS : un outil facilitateur

- Prise de rendez-vous : 2,4 millions de RDV en 2021,
- Site internet : 7,2 millions de visites par an,
- Espace donneur : bientôt un lien entre espace donneur et prise de rendez-vous pour être reconnu et éviter les doublons de rendez-vous par exemple,
- Appli mobile.

L'importance des réseaux sociaux pour l'EFS

- Les réseaux sociaux constituent un outil majeur de conquête des nouvelles générations
- Rien ne remplace la relation physique mais les réseaux sociaux permettent de garder le lien dans le temps et à distance.
- Outil nécessaire et essentiel pour diffuser nos messages auprès du grand-public

L'EFS est présent sur beaucoup de réseaux pour toucher un maximum de personnes.

Corollaire : la multiplication des réseaux implique la multiplication des actions et des budgets.

Ne pas hésiter à rejoindre les groupes, à repartager les publications de l'EFS.

Les réseaux sociaux aujourd'hui sont le bouche-à-oreille d'hier, le bouche-à-oreille 2.0. C'est un complément à tous les médias déjà existants.

Echanges entre participants

Influenceurs

La Fédération comme l'EFS essaie d'impliquer les influenceurs connus. Par exemple avec humour :

- Vidéo d'Enrico Macias chantant le Don de Sang : 245 000 vues, 2 millions de personnes touchées.
- Youtuber TiBo qui se filme tout le long de son parcours de don et le diffuse : semble adapté pour les collégiens.

Nous sommes 750 000 bénévoles, nous avons donc 750 000 voix à multiplier par notre réseau social présentiel ou numérique personnel, cela fait déjà plusieurs millions. Et ainsi on pourrait se faire entendre y compris au niveau gouvernemental ou européen. Nous pouvons tous être des influenceurs.

Utiliser les réseaux sociaux numériques

Il faut connaître et utiliser les codes, en particulier des jeunes.

Un réseau social est un média, donc il faut du contenu, de la permanence et de la cohérence.

N'est-ce pas antinomique des mobilisations ponctuelles et instantanées prônées par les jeunes ? La première chose est de se faire connaître.

Annoncer une collecte et inciter à y participer, c'est bien, mais compléter toujours avec le résultat de la collecte. Dire ce qui s'est bien passé.

Au final l'important est le passage à l'acte. Liker n'est pas donner.

Comment impliquer les ADSB ?

- Ça commence aujourd'hui par cet atelier,
- Il y aura très bientôt et régulièrement des petits tutoriels, des contenus sur le site de la Fédération pour apprendre,
- Il y aura aussi des formations aux outils numériques.

Il n'y a pas de doublons entre communication EFS et communication ADSB sur Facebook par exemple. C'est complémentaire. Chacun n'a pas la même visibilité, donc plus nous sommes nombreux, plus nous pouvons toucher de personnes différentes. Nous aimerions obtenir un effet boule de neige. De même les réseaux numériques n'excluent pas les actions précédentes (affiches, flyers, panneaux, banderoles, ...). 25% des donateurs ne sont pas sur internet.

La FFDSB doit prendre le virage des réseaux sociaux comme l'EFS, même si elle juge cela chronophage.

Différence entre # et @ :

- Quand on met # devant des caractères, « il ne se passe rien », par contre, cela est repéré par l'application et référencé : #DondSangBénévole est un mot-clef pour évoquer un thème
- On utilise le @ devant le pseudo d'une personne pour l'interpeller : @DondSangBenevole est un pseudo

Limite des réseaux sociaux : cela ne remplace pas le contact humain. **Liker n'est pas donner.**

N'est-ce pas trop virtuel ? comment mesurer les retours en nombre de dons ? Pas encore les moyens de mesurer précisément, mais les résultats sont là, c'est un moyen en plus de ceux existants, où il faut être présent.

Quelques règles à observer

- Être respectueux
- Rester humble

- Privilégier l'humour, en faisant en sorte que ce soit immédiatement reconnu comme de l'humour
- Eviter les influences politiques ou religieuses
- A utiliser de manière prudente, en évitant les polémiques. Quand on parle au nom d'une association, on respecte les règles de l'association. Comme il est important de tourner 7 fois sa langue dans sa bouche, il est aussi important de tourner 7 fois son doigt autour de la touche « Envoyer » avant de le faire.
- Observer les principes définis dans les statuts : Tout comportement désagréable impacte l'ensemble de la communauté du Don de Sang !
- Attention au droit à l'image, surtout pour les enfants.

Idées

- Pourquoi ne pas créer en plus du concours de dessins et d'affiches, des concours de vidéos ? Pour information, il y aura un concours cet été de création de contenus avec des peluches à gagner (les mêmes que celles offertes dans le sac des congressistes).
- Travailler avec l'éducation nationale pour mettre au programme des élèves la citoyenneté et la culture du don de soi.
- L'EFS devrait, et le fait déjà dans certaines régions, partager son plan de communication annuel, pour que les ADSB s'organisent.
- Pourquoi ne pas cet après-midi, prendre 5 minutes, pour tous partager et liker en même temps avec le #DondeSangBénévole, juste pour faire un test.

Quelques défis à relever

- Législatives 2022 #législatives2022
- Europe – Nouvelle Directive Européenne sur le don de sang et de cellules
- JMDS – Journée Mondiale du Donneur de Sang
 - #HappyBloodDonor (en anglais car journée mondiale oblige)
 - #DonneurdeSangHeureux

Secrétariat : Pierre-Yves Chauveau, président UD90

et Marie-Laure Pouénat, présidente UD64