



ÉTABLISSEMENT FRANÇAIS DU SANG

Presentation 2024

DON DU SANG

CHARRIER Perrine
LAURENT Eva
RIEBEL Louis
2COM1



Le constat

- Peu de don de sang
- Souvent les mêmes personnes

Les objectifs de cette campagne ?

- Communiquer auprès des 18-25 ans
- Développer les réseaux sociaux de l'EFS (peu d'abonnés)

Dates de la campagne

Du 18 novembre au 05 janvier - fêtes de fin d'année



Insight :

Il est toujours difficile de faire le premier pas

Promesse :

Surmonter ses peurs

Big idea :

Pour les fêtes, passez le cap et offrez la vie

Concept créatif :

La première goutte, le premier pas

Signature :

Un don pour la vie : votre première goutte de sang, un cadeau d'espoir

Ton du message :

dynamique, simple, direct



STRATÉGIE DES MOYENS



RESEAUX SOCIAUX



1 à 2 fois par semaine
+ stories quotidiennes



1 à 2 fois par
semaine



1 vidéo tous
les 2 jours



1 à 2 fois par
semaine

Présence des jeunes sur les réseaux sociaux, pas de critères géographique,
touche tout le monde, facilité d'accès à l'information



**POUR NOËL,
PASSEZ LE CAP**

OFFREZ LA VIE.

 **PARTAGEZ
DONNEZ**



Quand ?

Du 18 novembre au 15 décembre

Quel format ?

Sur les abris-bus

Où ?

Villes étudiantes, avec une forte population de jeunes



UNIVERSITÉS

Fréquence ?

Une fois par mois : fin novembre et mi décembre

Où ?

Toutes les universités de France, selon les disponibilités des associations locales

Pourquoi ?

Public cible, accès à l'information facilité, pas d'effort de déplacement pour le donneur



CENTRES COMMERCIAUX

Fréquence ?

1 à 4 fois par mois entre fin novembre et mi décembre
en fonction de la disponibilité des bénévoles

Où ?

Les centres commerciaux des villes avec une jeune population
(Paris, Lyon, Marseille-Aix, Lille, Nancy, Toulouse, Rennes, etc.)

Pourquoi ?

Encourage au don, ne nécessite pas de se déplacer, non perçu
comme une "perte de temps", touche les jeunes (vie active)



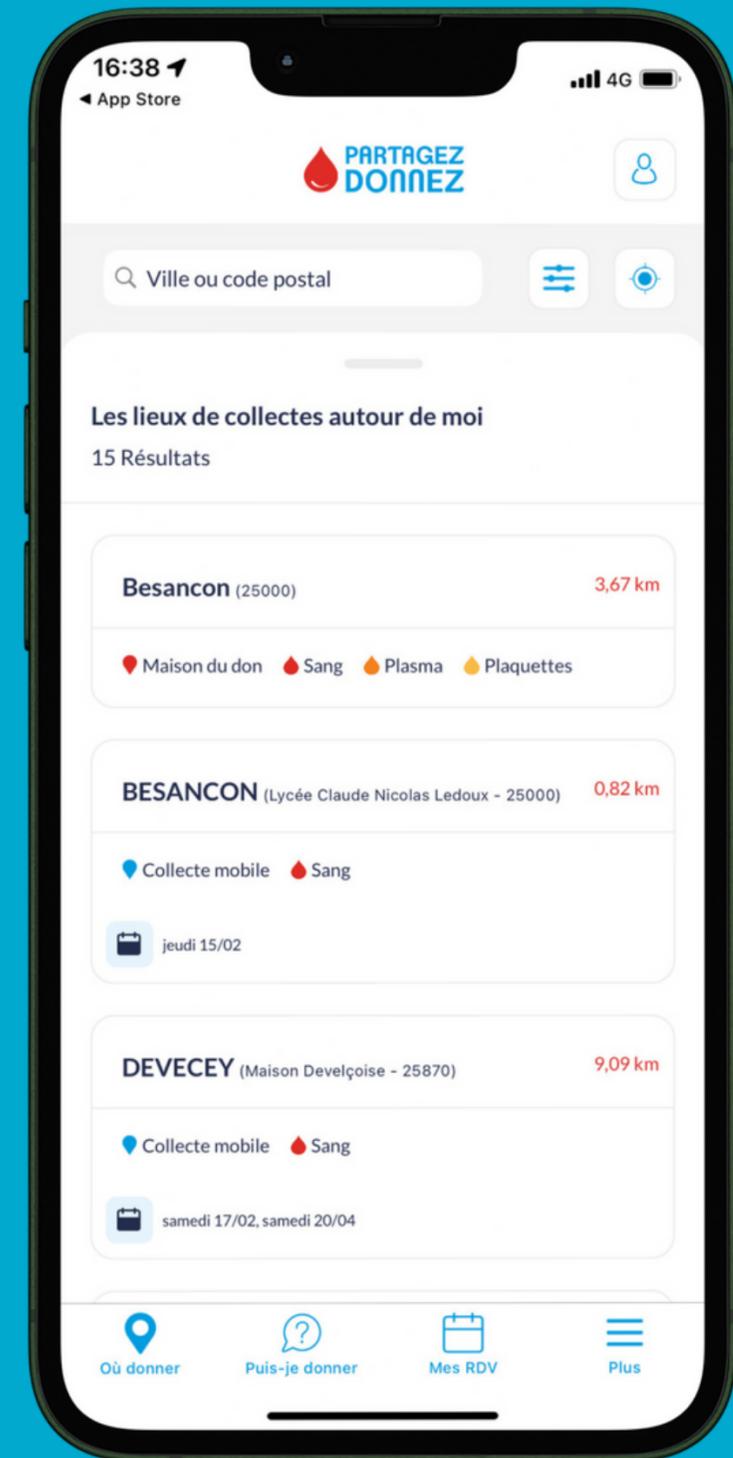
Objectif :

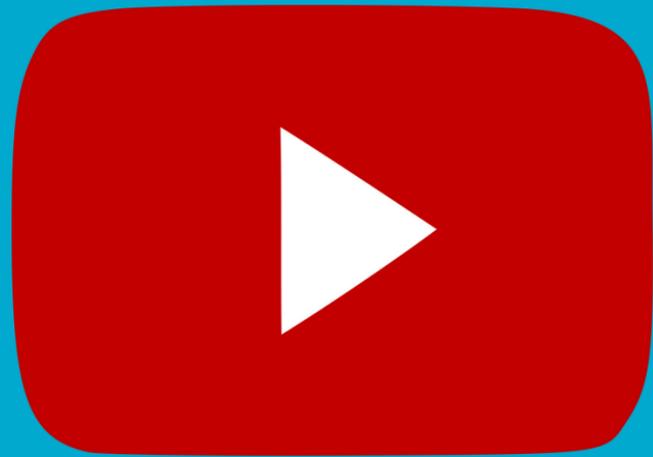
Constituer la plus grande équipe de nouveaux donneurs

Comment ?

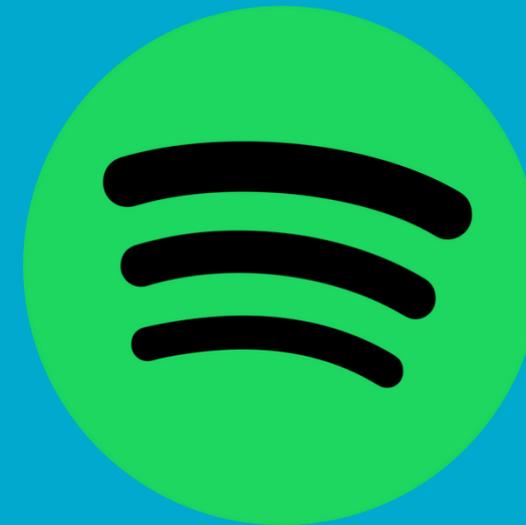
Section dédiée sur l'application

Code parrainage pour entrer dans une équipe





- Spots publicitaires de 30 secondes



- Spots publicitaires de 30 secondes pour les non-abonnés premium

Public jeune, pas de limites géographique & part d'audience importante



CALENDRIER

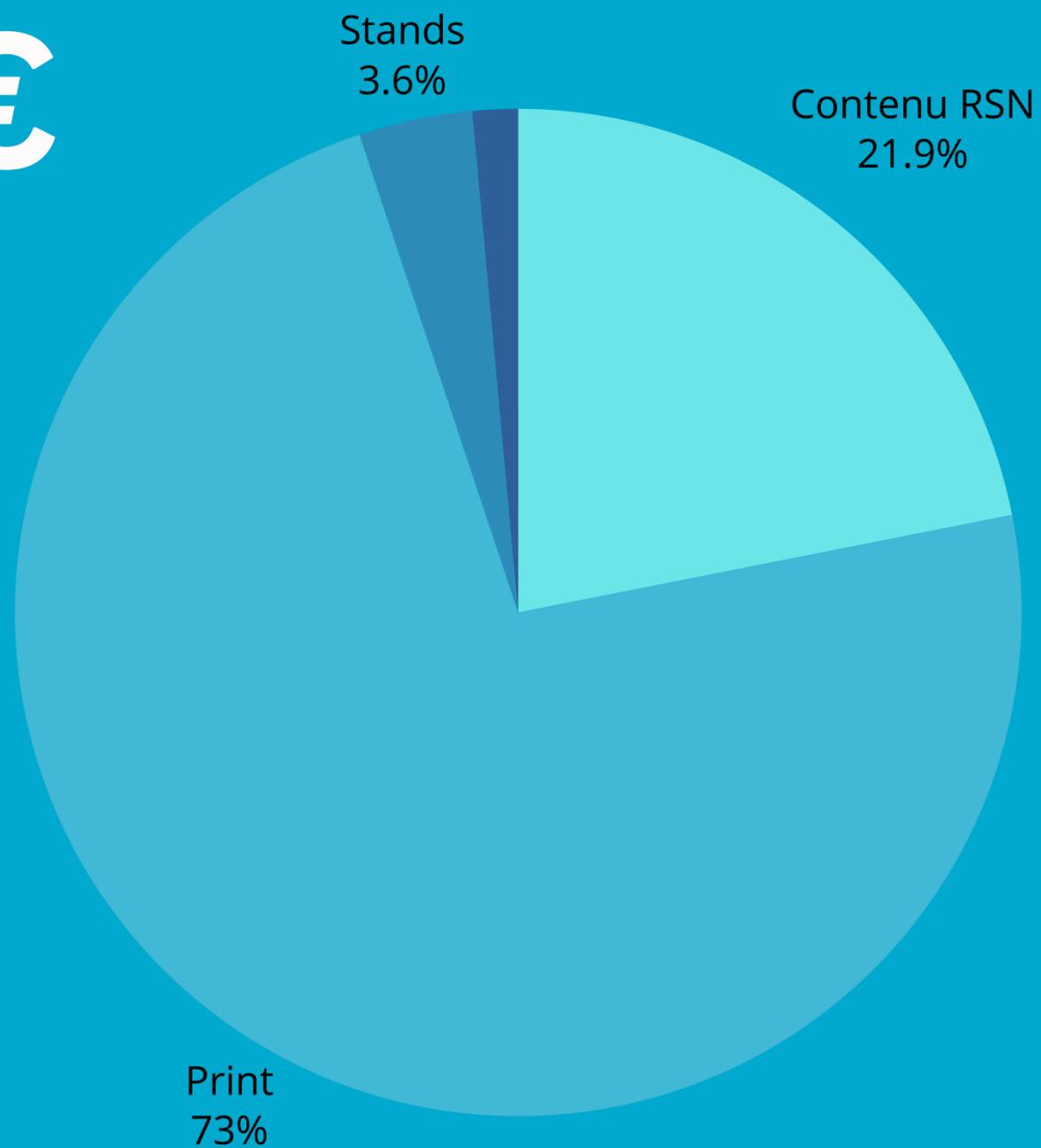


	Semaine 1 18 - 24 nov	Semaine 2 25 nov - 01 dec	Semaine 3 2 - 8 dec	Semaine 4 9 - 18 dec	Semaine 5 16 - 22 dec	Semaine 6 23 - 29 dec	Semaine 7 30 dec - 05 jan
Affichage abribus	■	■	■	■	■	■	
Emailing étudiants	■		■				
Stand EFS Universités		■		■			
Stands centres commerciaux		■		■	■		
Publicité web	■	■	■	■	■	■	■
Enquête de satisfaction						■	■
Réseaux sociaux							
Publications quotidiennes	■	■	■	■	■	■	■
Post spécial annonce jeu concours	■						
Post RS spécial Noël				■	■		
Post clôture campagne						■	



BUDGET

137 250 €



MERCI

