


CAHIER DES CHARGES
Concours créatif





Sommaire

Objet du concours	Page 1
L'organisateur	Page 2
La Fondation Greffe de Vie	Page 2
Communication antérieure et état actuel	Page 3
Contexte	Page 4
Un constat alarmant	Page 5
Une bonne loi méconnue	Page 6
Problème à résoudre par la communication	Page 7
Objectifs et cible de communication	Page 7
Contraintes.....	Page 8
Modalités d'inscription et remise du dossier	Page 9
Processus de sélection.....	Page 10
Critères de sélection et prix décernés.....	Page 10
Calendrier	Page 12
Liens utiles	Page 12





Mettez votre créativité au service d'une grande cause

Du 1 juin au 17 octobre 2011, la Fondation Greffe de Vie lance la première édition de son grand concours créatif.

Il récompensera les équipes qui auront mis en œuvre la meilleure vidéo virale pour communiquer sur le don d'organes et sur le principe du « consentement présumé » établi par la loi relative à la bioéthique (n° 2004-800 du 6 août 2004).

Le concours est ouvert à toute personne majeure à la date de participation. Seuls les professionnels de la communication agissant pour le compte d'une personne morale ne peuvent participer à ce concours.

Soyez créatifs, originaux mais surtout développez un message simple et efficace. Vous devez susciter l'intérêt, la curiosité ou l'étonnement dans un but informatif.

Ce cahier des charges vise à définir exhaustivement les spécificités de base et les modalités d'exécution et de participation à l'appel à créativité lancé par la Fondation Greffe de Vie.

Il définit également les objectifs à atteindre et vise à bien cadrer les créations attendues.

Organisateur

Présentation

Reconnue d'utilité publique en Novembre 2005, la Fondation Greffe de Vie a pour objectifs :

- ☛ **Informer** et **sensibiliser** les Français sur le don d'organes
- ☛ **Dynamiser** les activités de transplantation
- ☛ **Améliorer** la vie des malades
- ☛ **Soutenir** la recherche.

Elle contribue concrètement à l'équipement des hôpitaux en matériels spécialisés, à la formation des infirmières coordinatrices de prélèvement d'organes (programme soutenu pendant 3 ans en partenariat avec l'Agence de la Biomédecine), à la distribution gratuite du « Passeport de Vie » et à la diffusion de la « culture du don ».

La création de la Fondation Greffe de Vie a été soutenue par de nombreuses personnalités, parmi lesquelles Christian Poncelet, Président du Sénat, Jean-Paul Huchon, Président de la Région Île de France, Jean-François Bernardin, Président de l'Assemblée des Chambres de Commerce, Didier Houssin, Directeur Général de la Santé, Jean-Paul Delevoye, Médiateur de la République, etc.

Soutenu par le Député Philippe Gosselin, le collectif associatif « Don de Vie » initié par la Fondation Greffe de Vie et l'Association Laurette Fugain, s'est vu attribué en 2009 le label « Grande Cause Nationale » ; Ce label permet d'informer et de sensibiliser le grand public à l'importance de tous les dons que sont : Le don de sang, de plaquettes, de plasma, de moelle osseuse et d'organes.

La Fondation Greffe de Vie a vu le jour dans le but de mobiliser la société toute entière.



Communication



Ne plus tolérer que des malades meurent en attente de greffe est un enjeu à la mesure de l'Homme, un enjeu de Vie. C'est pourquoi une prise de conscience globale est indispensable.

C'est dans ce sens que la Fondation Greffe de Vie s'est dotée de plusieurs campagnes d'information diffusées à l'échelle nationale.

L'élément phare de notre communication réside dans la distribution du « Passeport de Vie ». Cet outil symbolique permet d'informer ses proches de sa position vis-à-vis du don d'organe.

A ce jour, le nombre de passeports distribués s'élève à plus de 350.000 ce qui représente environ 1.400.000 personnes sensibilisées sur l'ensemble du territoire.



L'ensemble des éléments concernant la fondation et sa communication se trouvent sur notre site internet : www.greffedevie.fr, rubrique : Nos missions

Contexte

Un constat alarmant

En dépit des efforts des professionnels de santé et des acteurs de la sphère associative qui œuvrent au quotidien en faveur de la greffe et du don d'organes, la situation reste préoccupante. Les chiffres le prouvent : en 2009*

14403 personnes ont eu besoin d'une greffe, et seulement

4580 greffes ont été réalisées

Plus de 400 malades sont morts faute de greffes

5% des greffes ont été faites grâce à des donneurs vivants.

Nous savons aujourd'hui que plus de **30%** des familles confrontées au choix brutal et douloureux du don d'organes refusent le prélèvement de leur proche. Le manque d'information concernant la position du défunt est souvent à l'origine de cette opposition.

*Source : Agence de la Biomédecine (2009)



Une bonne loi méconnue

La loi de bioéthique définit le cadre juridique dans lequel s'inscrivent les activités de prélèvement et de greffe, mais aussi de procréation, d'embryologie et de génétique humaines.

Le don d'organes, en France, est minutieusement encadré et contrôlé par la loi relative à la bioéthique.

LOI n° 2004-800 du 6 août 2004 Relative à la bioéthique

« Art. L. 1232-1. – Le prélèvement d'organes sur une personne dont la mort a été dûment constatée ne peut être effectué qu'à des fins thérapeutiques ou scientifiques.

« Ce prélèvement peut être pratiqué dès lors que la personne n'a pas fait connaître, de son vivant, son refus d'un tel prélèvement. Ce refus peut être exprimé par tout moyen, notamment par l'inscription sur un registre national automatisé prévu à cet effet. Il est révocable à tout moment.

« Si le médecin n'a pas directement connaissance de la volonté du défunt, il doit s'efforcer de recueillir auprès des proches l'opposition au don d'organes éventuellement exprimée de son vivant par le défunt, par tout moyen, et il les informe de la finalité des prélèvements envisagés.

« Les proches sont informés de leur droit à connaître les prélèvements effectués.

« L'Agence de la biomédecine est avisée, préalablement à sa réalisation, de tout prélèvement à fins thérapeutiques ou à fins scientifiques.

Le registre national des Refus est disponible auprès de l'Agence de la Biomédecine www.agence-biomedecine.fr »



Les principes fondamentaux de cette loi concernant le don d'organes sont les suivants :

La gratuité

Le fait qu'il s'agisse d'un don interdit toute forme d'achat ou de vente.

L'anonymat

Donneur et receveur, dans le cadre d'un don de vie post-mortem, ne connaissent pas leurs identités réciproques

Le consentement présumé

La loi relative à la bioéthique pose les fondements du «consentement présumé ». Toute personne n'ayant pas fait part de son opposition à ses proches ou n'ayant pas fait la démarche de s'inscrire dans le registre des refus est considérée comme donneuse d'organes. Aussi, informer ses proches leur évite d'une part, le poids de cette douloureuse décision ; et d'autre part, permet de s'assurer que sa volonté sera respectée.

Il est important de préciser que la carte de donneur au même titre que le **Passeport de Vie**, bien que représentatifs d'un geste fort et courageux, n'ont pas de valeur légale. Contrairement aux idées reçues, en France, il n'existe pas de registre de donneurs.

En choisissant d'orienter la loi vers ce consentement présumé, le législateur a choisi de faire appel à la solidarité de tous.

En effet, **nous sommes tous donneurs potentiels.**

C'est précisément sur cette notion de « consentement présumé » définie par la loi que vous devez axer votre communication.



Actuellement, se tient à l'Assemblée nationale les discussions relatives à la révision des lois de la bioéthique. C'est précisément dans ce contexte que nous lançons cet appel vers votre créativité dans le but de faire connaître massivement la loi.

Problème à résoudre par la communication

Comment faire connaître du grand public la loi relative au don d'organes en informant plus particulièrement sur la notion de consentement présumé ?

Objectifs et cible de communication

I - Objectif de notoriété :

Faire connaître massivement la loi et son contenu

II - Objectif de comportement :

Inciter/développer la parole, engager la prise de position et la transmission de son éventuelle opposition à ses proches.

Votre vidéo devra directement cibler le grand public et être le vecteur d'un message de portée nationale, compréhensible de tous.



Contraintes et spécificités techniques des créations

Langue : Français uniquement
L'utilisation du logotype de la Fondation est interdite.

Les créations devront répondre aux spécificités techniques suivantes :

Vidéos

Extension des fichiers : AVI, WMV, MPEG, 3GP, MP4, .MOV, XVID
Résolution des vidéos : 300 dpi
Taille des vidéos : 720 x 576
Img/Sec - Framerate : 25fps ou 60fps (pas en dessous), c'est-à-dire entre 20 et 60 secondes.

Textes (Vous pouvez, si vous le souhaitez, argumenter vos choix créatifs)

Extension des fichiers : Word, PDF, PPT, ou directement en corps de mail.

Au-delà de 20Mo, faites-nous parvenir votre création (sur DVD, Clé USB) par courrier à l'adresse suivante :

Fondation Greffe de Vie
66-68, rue du théâtre 75015 PARIS



Modalités d'inscription et remise des projets

La participation au concours est gratuite, les participants peuvent, s'ils le souhaitent, se constituer en équipe du nombre de leur choix. Le concours est ouvert à toute personne majeure, exception faite des professionnels de la communication agissant pour le compte d'une personne morale qui ne peuvent participer à ce concours.

Etape 1 : Inscription

Les participants pourront concourir seul ou en équipe. Ils devront remplir la fiche d'inscription à renvoyer à la Fondation Greffe de Vie par voie postale (66-68 rue du Théâtre, 75015 PARIS) en téléchargeant le document sur le site de la Fondation (www.greffedevie.fr) ou en la retranscrivant directement dans un courrier électronique adressé à : concours@greffedevie.fr

Les inscriptions pourront se faire du 1/06/2011 au 24/09/2011 à minuit.

Etape 2 : Envoi des vidéos

Vous pouvez nous faire parvenir vos vidéos par :

- Dépôt via la plateforme de partage : <http://dl.free.fr>
- Courrier à : Fondation Greffe de Vie, 66-68 rue du Théâtre 75015 Paris

L'envoi des créations pourra se faire du **1 juin 2011 au 25 septembre 2011**, le cachet de la poste faisant foi pour l'envoi postal ou la date de réception de la vidéo sur la plateforme dl.free.

Toute candidature reçue après cette date ne sera pas traitée.

Pour toute question, n'hésitez pas à nous contacter :

concours@greffedevie.fr



Processus de sélection

Du 26 au 28 septembre : La Fondation Greffe de Vie procédera à une sélection de **20** vidéos qui seront mises en ligne sur la plateforme de partage *Youtube* sur un compte approprié.

Du 28 au 8 octobre (minuit): Les internautes pourront favoriser les vidéos de leur choix via la mention « j'aime » appliquée à toutes les vidéos du concours. Les vidéos ayant suscité le plus d'intérêt recevront une dotation de 60 points pour la première, 57 pour la 2^{ème}, 54 pour la 3^{ème} et ainsi de suite jusqu'aux 3 derniers points qui seront attribués à la vingtième vidéo. Ces points, qui représentent 25% de la note finale, seront à additionner à ceux accordés par les membres du jury.

En parallèle, Les neuf membres du jury (composé de trois professionnels de la transplantation, de trois professionnels de la communication et de trois représentants de la société civile) attribueront chacun des notes allant de 20 à 1 point à ces mêmes vingt vidéos. Chaque juré déterminera son classement de préférence.

Par exemple : 1^{er} choix= 20 points, 2^{ème} choix= 19 points, 3^{ème} choix= 18 points ... 20^{ème} choix= 1 point.

Critères de sélection et prix décernés

- ☞ Les critères retenus pour l'attribution des prix seront les suivants :
- ☞ Conformité aux objectifs du concours: promouvoir la compréhension de la loi relative à la bioéthique (n° 2004-800 du 6 août 2004)
- ☞ Aptitude à susciter de l'intérêt, l'étonnement, l'amusement
- ☞ Créativité et originalité
- ☞ Qualité de la restitution du message et des valeurs de la Fondation Greffe de Vie.



Critères de sélection et prix décernés

L'équipe désignée gagnante par le jury se verra attribuer :

1^{er} PRIX :

Parcourez le Grand Ouest Américain
lors d'un voyage d'exception pour deux
d'une valeur de 4000€



Deuxième prix :

2 Netbooks 10''
d'une valeur de 500€



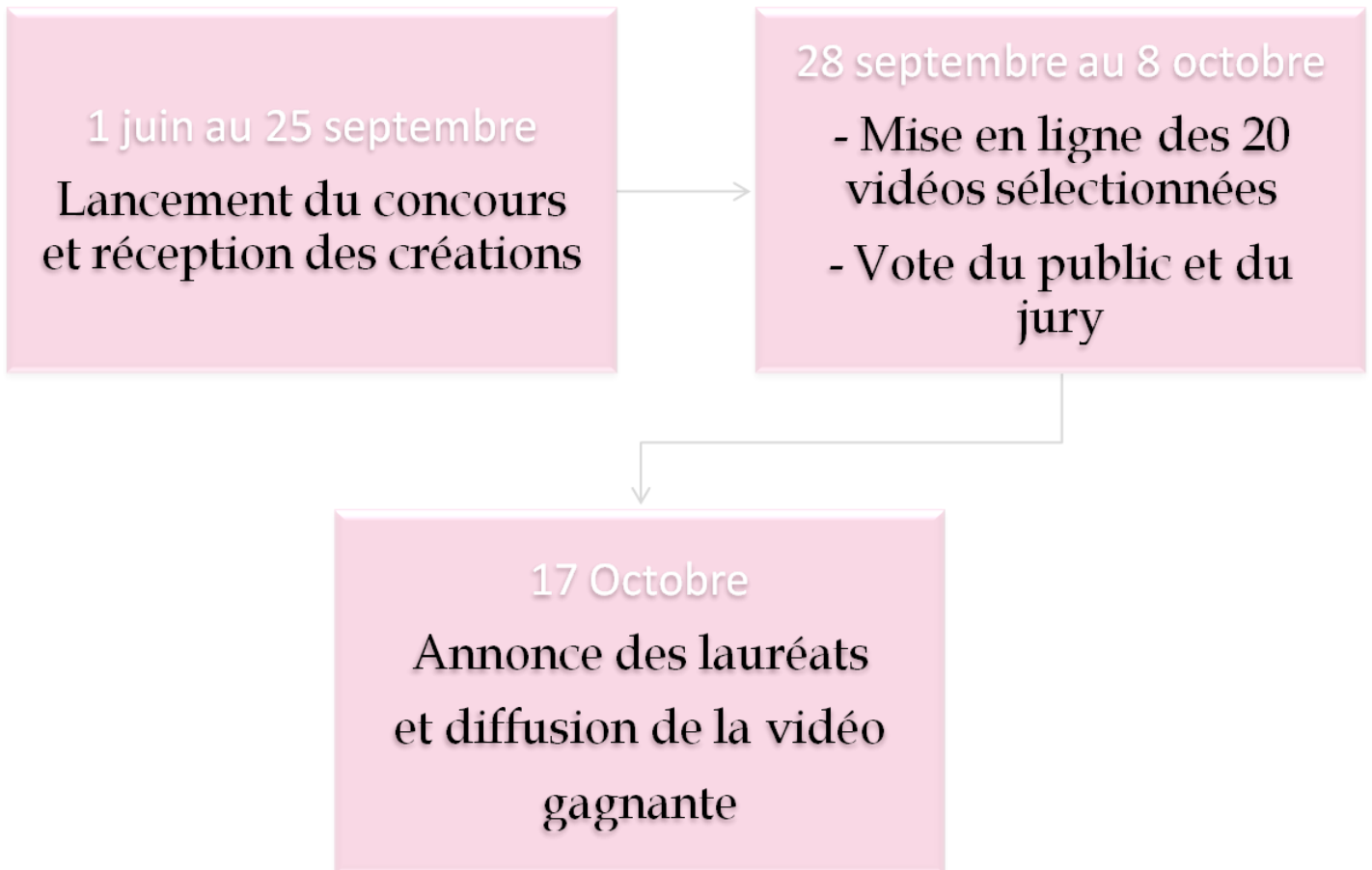
Troisième prix :

2 entrées à Disneyland Paris
d'une valeur de 150 €

Les lots énumérés ci-dessus ont été généreusement offerts par les partenaires du Grand Concours Greffe de Vie. L'attribution des lots se fera à raison d'un prix unique par équipe.



Calendrier



Liens utiles

www.greffedevie.fr
www.passeportdevie.fr
www.18ans-jedonne.com
www.dondorganes.fr



A vous de jouer ...



66-68 rue du Théâtre 75015 Paris
Tél : 01 45 78 50 80 / Fax : 01 48 07 21 56
concours@greffedevie.fr
www.greffedevie.fr

Merci à nos partenaires

