



Compte-rendu - Relevé de décisions

Bureau du jeudi 12 janvier 2023 – 9h30/11h30

(Présentiel et Visioconférence)

Participants présents: Willy Rozenbaum, Christophe Segouin,

Participants en visio : Jean-Luc Boussard, Corinne Knaff, Papy Tshiala Katumbay,

Excusé (es): Caroline Andoum, Nicolas Derche, Jeffrey Lévy, Marc Shelly

Invité es présents es : Sarah Chauvin, Fanny Legros, Isaure Martinot Lagarde, Sylvie Tassi

Invités-es en visio :

Invités –es absents-es : Audrey Jaffrelo, Paul Taieb

Secrétaire de séance : Isabelle Assoun

Ordre du jour

- 1 Approbation du dernier compte-rendu
- 2 Point RH
- 3 Point communication par Fanny Legros
- 4 Questions diverses

1 Approbation du Compte-rendu

En l'absence de remarques ou d'objections, le compte-rendu du 15 décembre est approuvé à l'unanimité. Toutefois, bien qu'il ne s'en souvienne pas sur le champ, M. Segouin pourrait prochainement y apporter une remarque.

2 Point RH

Willy Rozenbaum informe le Bureau du conflit qui s'est engagé avec la coordinatrice du CoreVIH. Suite à cette situation, elle fait l'objet d'une « mesure conservatoire », pour quatre mois au maximum, en attendant la clarification de la situation et période durant laquelle le CoreVIH n'a pas la possibilité d'embaucher quelqu'un d'autre. Dans l'intervalle, notre cadre du DMU, Mme Isabelle Abitbol, assure la gestion du Personnel, mais n'est pas en capacité d'effectuer la gestion de l'ensemble du poste de coordinatrice administrative.

L'autre situation abordée par Willy Rozenbaum est celle de Gwenn Hamet, la data manager du CoreVIH, aujourd'hui en arrêt maladie. Gwenn Hamet avait refusé d'être vaccinée contre le Covid. Suite à cela, Willy Rozenbaum lui avait demandé de ne plus assister aux réunions de groupes. Il mentionne toutefois que son travail est apprécié, mais qu'elle avait exprimé le souhait de quitter le CoreVIH depuis plusieurs années. En conséquence, Willy Rozenbaum avait contacté ABL (la société qui gère Nadis) afin qu'ils

nous aident à régler les problèmes techniques rencontrés dans le cas d'un départ de Gwenn Hamet. Parmi les choses à traiter en urgence : 1) le Rapport d'activité, 2) le transfert dans le DomeVIH (dont dépend notre financement). Donc, si l'arrêt maladie de Gwenn se prolonge au-delà du 31 janvier, ABL s'engage à aider le CoreVIH sur ces deux points d'urgence.

Sylvie Tassi demande une autonomie dans les petites requêtes, quitte à ce que pour ce faire, les TecS bénéficient d'une formation. Willy Rozenbaum oriente Sylvie vers Alexandre qui peut apporter son concours pour répondre à cette demande.

Autre point RH, M. Boussard rappelle qu'il avait été question d'embaucher un Chargé de mission extérieur pour mener une enquête dans les prisons. Mais le profil du poste n'est pas si facile à trouver. Par ailleurs, Isaure suggère que le CoreVIH finance les déplacements de M. Yoann Conan, dans le cadre de son projet de visites de prisons ; sur le principe, le bureau y est favorable, mais reste à trouver la filière administrative qui le permette car M. Conan ne fait pas partie de l'APHP.

3 Point communication par Fanny Legros

Willy Rozenbaum introduit la présentation de Fanny Legros en rappelant l'importance du besoin du CoreVIH en matière de communication. Cela améliorerait la cohésion de l'équipe, permettrait d'être informatif sur ce qui se passe au sein des groupes de travail et donnerait un nouvel élan à notre rôle de coordination. Cela mobiliserait également non seulement les acteurs identifiés, mais aussi des acteurs de ville, sanitaires, sociaux ou associatifs par exemple.



COMMUNICATION

Création de poste : état des lieux

Bureau

Jeudi 12/01/2023

Fanny Legros

fanny.legros@aphp.fr et 01 42 38 54 81

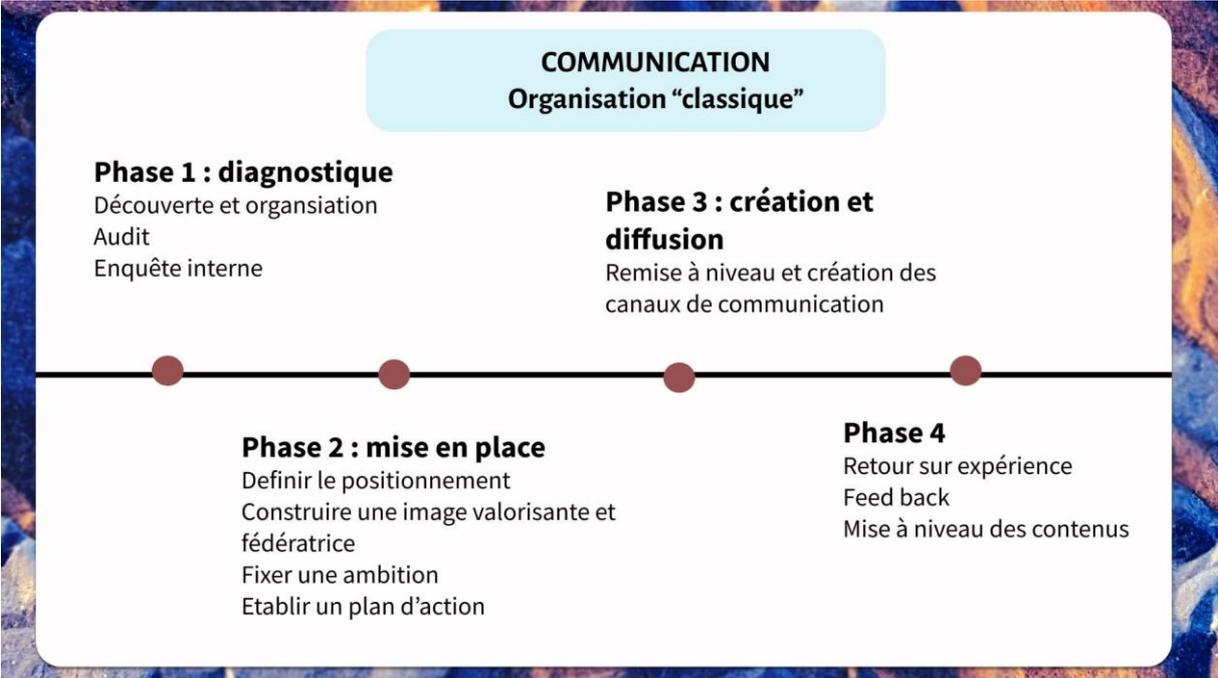


Fanny crée le poste. Pour ce faire, elle doit tout d'abord s'imprégner du mode de fonctionnement du CoreVIH, de son rôle et de ses enjeux, puis elle doit procéder à un état des lieux en matière de communication. Fanny fait un point d'étape de son travail, elle est présente depuis un mois et ½.

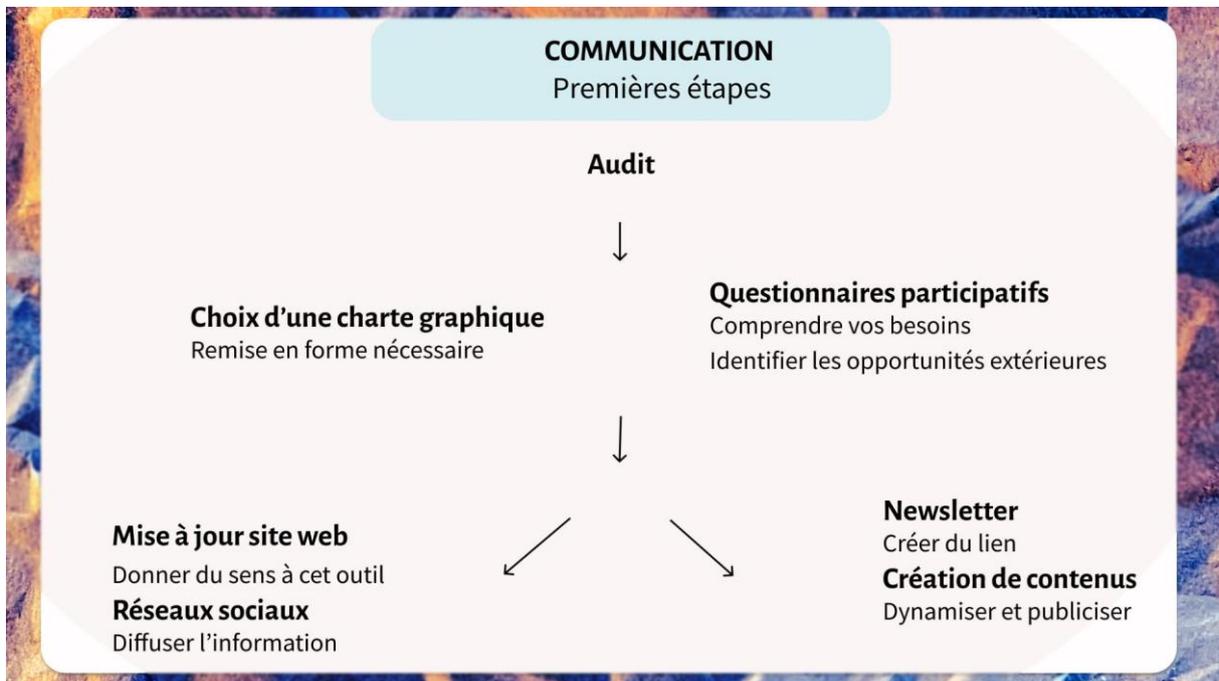


- 1. Communication**
Étapes et avancée
- 2 - Charte graphique**
Utilité et stratégie
- 3- Questionnaires participatifs**
Inclusion des équipes dans mes démarches
- 4- Site internet**
Choix d'une refonte complète
- 5- Newsletter**
Elaboration
- 6- Sur le terrain**
Activités diverses
- 7- Projets annexes**
Accompagnement de la communication
- 8- Conclusion**

Fanny expose ce qu'est son métier et comment fonctionne un plan de communication. Voici donc les points qui seront abordés lors de cette présentation.



Actuellement, la construction du projet se situe entre la phase 1 et la phase 2. Fanny précise que la communication demande un retour de tout un chacun sur suggestions, idées nouvelles etc.



Choix d'une charte graphique
Clés d'une communication normée

Quel type de communication
Institutionnelle avec quelques touches personnelles, les Corevih peuvent se permettre certaines excentricités

Couleurs ● ● ● ● ● ●

Logo, baseline
Peut-on le mettre à jour ?

Typographie
Source sans pro & alegreya sans

Photographies et illustrations
Création de contenus dynamiques

Une école de graphisme va apporter sa contribution à la création de la charte graphique. (Homogénéisation des choix graphiques : couleurs, logo, typographie etc, permettant une construction de l'image, une identification de la structure).

Choix d'une charte graphique

Clés d'une communication normée

A quoi sert une charte graphique ?

La charte graphique est un guide comprenant les recommandations d'utilisation et les caractéristiques des différents éléments graphiques (logos, couleurs, polices, typographies, symboles, calques..) qui peuvent être utilisés sur les différents supports de communication de l'entreprise.

La charte graphique permet de garantir l'homogénéité et la cohérence de la communication visuelle au sein et en dehors de l'entreprise.

Cela simplifie les créations de donne du sens.

Cela permet de nous identifier rapidement par nos partenaires, collaborateurs, cela fluidifie la communication et notre rayonnement

Choix d'une charte graphique

Clés d'une communication normée

Logo

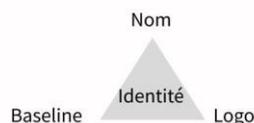
Vieillissant et assez massif, nous devrions aller vers un logo qui s'apparenterait à la slide suivante

Baseline

Queques mots qui participent à la construction de l'image de marque de l'organistion.

Elle tient donc une grande place dans la stratégie de communication. Cette signature incarne la personnalité de la marque, sa promesse et son positionnement. Elle porte sa vision et résume son positionnement

Ex : Nike - Just Do It // Kiabi - La mode à petit prix // Air Force: force is in the air



Fanny propose qu'on choisisse ensemble la baseline, petite phrase d'appel qui résume l'esprit de la structure CoreVIH.

Choix d'une charte graphique

Clés d'une communication normée

Logo : exemples + actuels et baseline



CoreVIH
Ile-de-France-Est



CoreVIH
Ile-de-France-Est
Coordinateur de lutte



CoreVIH
Ile-de-France-Est
La prévention en action



CoreVIH
Ile-de-France-Est
Agir ensemble

Idem pour le logo

Choix d'une charte graphique

Clés d'une communication normée

Typographie

Une combinaison de deux typographie permet la hierarchisation de l'information

Titre : alegreya sans

sous titre et textes : source sans pro

Nous pouvons réfléchir à autre chose, vous pouvez regarder sur <https://www.pourpasunrond.fr/exemples-de-combinaisons-google-fonts/>

Ecriture Inclusive

Interrogation et réflexion sur le choix ou non de l'écriture inclusive. A suivre

Choix d'une charte graphique

Clés d'une communication normée

Livrables

Une fois la charte graphique établie, nous pourrons créer par exemple :

- Site
- Newsletter
- Mailing
- Dossier de presse
- Communiqué de presse
- Prints (papier à entête, flyers...)
- Campagne de communication

Une fois la charte graphique établie, tous les documents de travail seront réalisés sur ce même mode.

Choix d'une charte graphique

Clés d'une communication normée

Et après ?

Chaque acteur du Corevih aura accès aux livrables prédéfinis

- > Gain de temps
- > Homogénéité
- > Continuité si absence du chargé.e de com

Etre identifié à nos actions

Evenement en cours : LISAA va proposer une charte graphique complète (avec logo)

Hormis une réalisation de documents homogènes, cela représentera un gain de temps et la possibilité de poursuivre en l'absence de la Chargée de communication.

Questionnaire participatif

Quels sont les besoins des
collaborateur.ice.s et acteur.ice.s?

Dans quel but : acteurs du Corevih

CONTINUITÉ ET DÉVELOPPEMENT

Ont-ils besoin de support de communication ?
Ont-ils besoin de publiciser certaines de leurs actions ?
Leur avis sur le site internet et sa refonte?
Avec qui sont ils en lien ? Comment améliorer les échanges
Quelles informations pourraient leur être utile?
Comment faire du site internet une plateforme professionnelle?

Le questionnaire participatif consiste à solliciter les salariés du CoreVIH pour qu'ils définissent leurs attentes, leurs besoins en rapport avec leurs tâches, afin qu'il en soit tenu compte dans les options de communication adoptées.

Questionnaire participatif

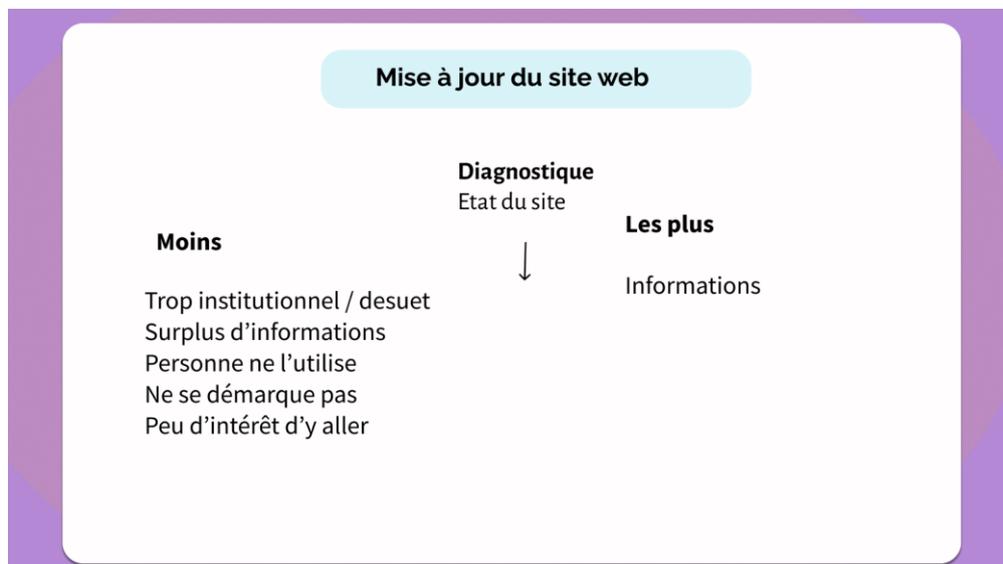
Quels sont les besoins des
collaborateur.ice.s et acteur.ice.s?

Dans quel but : pour les organismes que nous démarchons

Retour sur partenariat

Questionnaire envoyé à nos différents partenaires ou collaborateur.ice.s pour
noter les points d'améliorations sur les missions

Une réflexion analogue s'engagera en direction des acteurs extérieurs au CoreVIH, afin que nous soyons aisément identifiables.



Fanny repère plus d'inconvénients que d'avantages à conserver le site Internet tel qu'il est à l'heure actuelle.

Mise à jour du site web

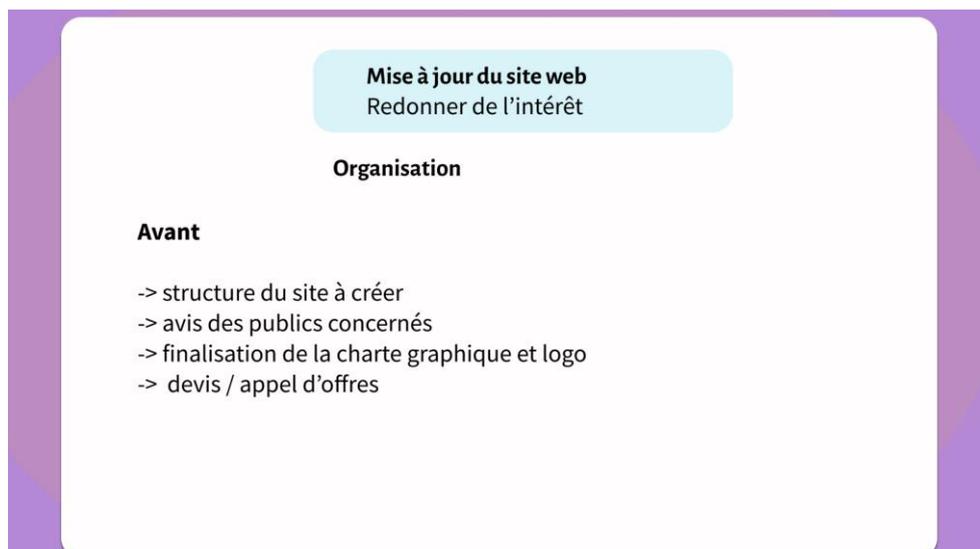
Benchmark sites autres Corevih

- Plus ou moins toujours les mêmes informations
- Effort global sur les présentations
- Effort pour mettre des outils à disposition pour les professionnell.e.s et acteur.ice.s

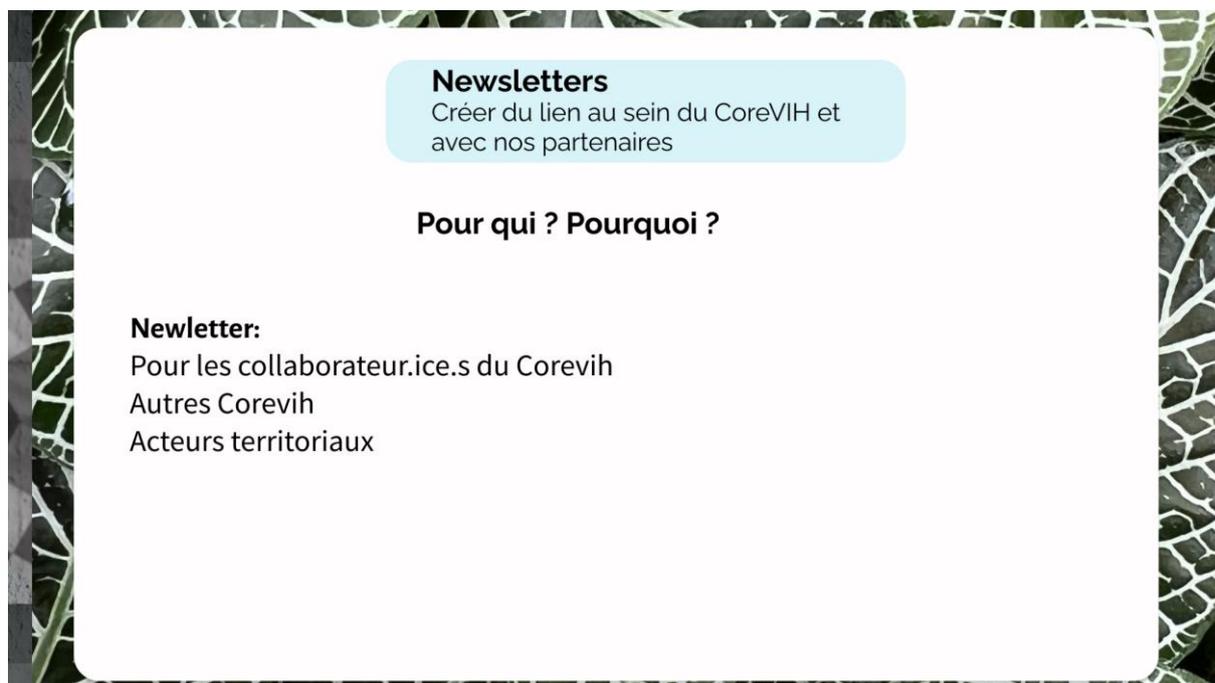
Mise à jour du site web

Refonte du site
Objectifs : créer l'intérêt

- N'importe qui rentrant sur le site comprenne notre structure et nos enjeux
- Créer du lien entre les acteurs
- Publiciser nos actions
- Apporter de l'information en santé publique
- Mettre à disposition de la prévention
- Attirer les différents acteurs vers nos commissions



Il existe des techniques dans le Webdesign qui permettent de rendre plus accessible et plus compréhensible un site Internet. Pour commencer, Fanny est partisane d'élaguer les informations contenues dans le site. Devis et appels d'offres ne pourront être lancés qu'à partir du mois de mars car il convient au préalable de repenser la structure du site et de finaliser charte graphique et logo.



La création de la newsletter obéit aux mêmes objectifs.

Newsletters
Créer du lien, multiplier les opportunités

Objectifs demandés :

- Remettre du lien au sein du CoreVIH
- Faire circuler l'information au sein et en dehors du CoreVIH
- Motiver les acteurs à s'inscrire aux commissions

Par exemple, faire figurer un petit article en lien avec une commission pour en susciter l'intérêt.

Newsletters
Créer du lien, multiplier les opportunités

Objectifs possibles (en +) :

- Amener vers le site
- Inclure chaque acteur, légitimer le travail de chacun.e
- Communiquer entre COREVIH -> trouver et partager des idées/actions
- Multiplier les publics (pro)
- Developper le dialogue

Ici, ce que peut la newsletter. Entre autres, elle peut contribuer à redire ce qu'est et ce que fait le CoreVIH.



Newsletters

Créer du lien, multiplier les opportunités

Type d'articles

- 1 - Des nouvelles de l'équipe du Corevih Est
- 2 - Article sur les projets en cours / à venir
- 3 - Articles en rapport avec sujet d'actualité
- 4 - "En bref" : Articles sur les événements auxquels nous avons participé
- 5- Retour sur les commissions passées (avec prochaines dates)
- 5- Article Tec : problématiques rencontrées, projets en cours
- 6- Nouvelles des autres corevih
- 7- Nouvelles des acteurs de santé
- 8- agenda des evenements à venir dans la région

Idées d'articles. Les articles doivent amener vers le site, lequel amènera vers d'autres contenus. Le contenu peut être discuté et défini au Bureau ou sur suggestions de Fanny. Pour M. Boussard, le contenu des articles doit pouvoir être décidé y compris par des personnes extérieures au CoreVIH.



Newsletters

Créer du lien, multiplier les opportunités

Temporalité

Trimestrielle

Pour Willy Rozenbaum, une fréquence trimestrielle paraît insuffisante. L'enjeu est aussi d'élargir le public qui s'inscrit dans les groupes de travail. Pour WR, nous avons un rôle à jouer pour soulever des sujets peu ou pas abordés d'une manière générale ; il donne ici l'exemple de l'allaitement dans la commission Femmes, ou de difficultés pour la commission Prisons. Certains sujets doivent être mis sur la table avec quelques pistes de réflexions ou d'actions et qui méritent d'être partagés.

Newsletters

Créer du lien, multiplier les opportunités

La forme

A définir avec le LISAA

Texte aéré, facile à lire : les collaborateur.ice.s sont déjà assez sollicités

Préférer le renvoi aux sources que l'intégralité de l'information

La mémoire visuelle est souvent la plus utilisée : graphique, tableaux, schémas....

Humaniser : laisser la parole aux collaborateur.ice.s

Le LISAA est l'école partenaire avec laquelle seront créées les nouvelles vidéos de la commission Femmes. Un de leurs besoins est précisément de se référer à des choix et charte graphique définis.

Sur le terrain

Rencontrer, lier

Aller à la rencontre des acteur.ice.s

Montrer l'implication du Corevih Est

Suivre les actions du territoire

Sur le terrain

Rencontrer, lier

Acteur.ice.s :

- Faire connaître ou rappeler l'intérêt des Corevih
- Nourrir nos listes de diffusion
- Intégration de nouvelles informations (stratégies, événements, méthodologies...)
- Se renseigner sur leurs besoins
- Se renseigner sur leurs offres (ex : matériel de prévention, print ...)
- Motiver à intégrer les commissions
- Trouver de nouveaux canaux de diffusion

Veille réseaux sociaux

- Suivre les comptes des autres Corevih et organisation (veille)
- Développer portefeuille d'influenceur.euse.s santé/autre pour la diffusion de certaines campagnes / visibilité du Corevih
- Découvrir de nouvelles problématiques, avis, groupes de parole

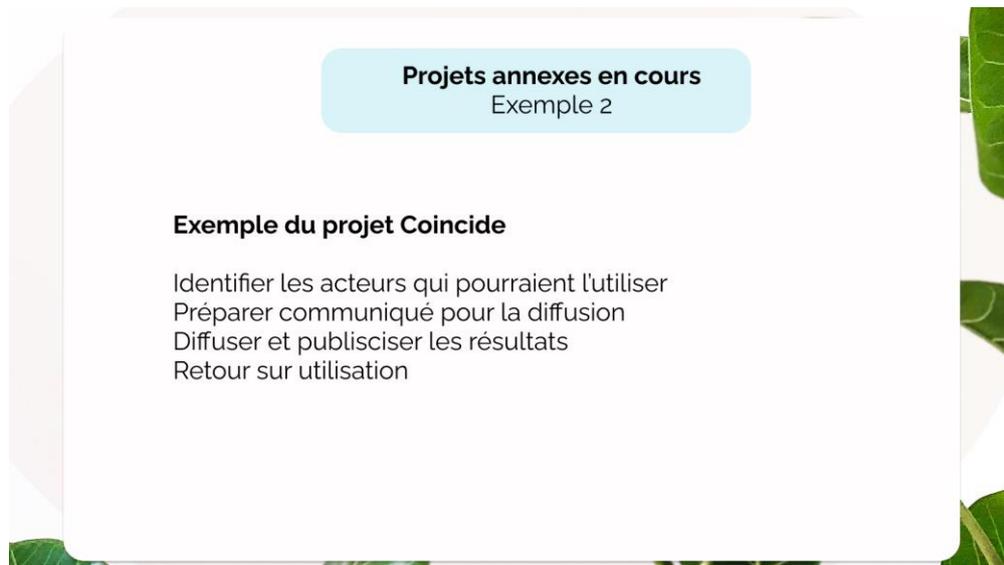
Projets annexes en cours

Exemple 1

Stratégie de diffusion : Femme & VIH

- Accompagner Isaure dans la mise en place du partenariat
- Trouver de nouveaux diffuseurs (création base de données influenceur.ice.s santé)
- Stratégie réseaux sociaux (création de différentes campagnes en fonction du public)
- Créer dossier de presse et communiqué pour chaque organisme
- Gérer les partenariats long terme de la base de données

Fanny prend l'exemple des vidéos déjà créées pour la commission Femmes : ont-elles été suffisamment diffusées, différents canaux ont-ils été exploités ? La création d'une base de données d'influenceurs santé peut être utile dans notre stratégie de diffusion.

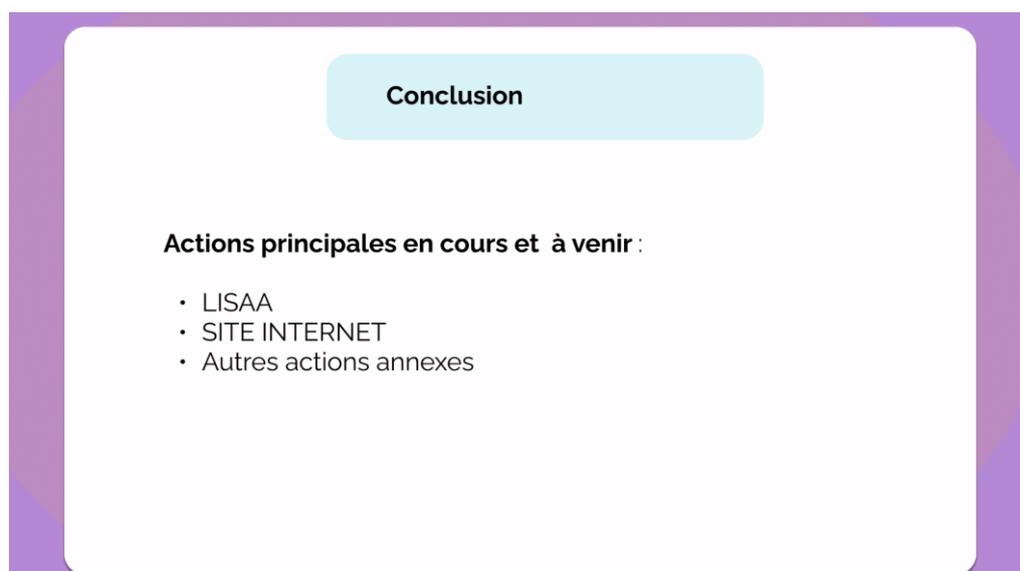


Projets annexes en cours
Exemple 2

Exemple du projet Coïncide

- Identifier les acteurs qui pourraient l'utiliser
- Préparer communiqué pour la diffusion
- Diffuser et publiciser les résultats
- Retour sur utilisation

Le projet Coïncide a permis de localiser le domicile des patients suivis en Ile de France et nouveaux diagnostics entre 2014 et 2021 ; donc la répartition géographique. Il est apparu par exemple que plus de 20% des gens n'avaient pas de domicile fixe. Ce projet soulève une autre mission qui est de mesurer par secteur géographique l'offre de dépistage, chose pas aisée car dans certains secteurs, l'offre est nulle. Dans le projet Coïncide figurent aussi des données sur le temps estimé entre contamination et découverte d'une séropositivité. Ce type de projets pourrait être publicisé afin de servir davantage aux acteurs en santé de notre territoire. Le travail du CoreVIH ainsi exposé pourrait le rendre plus utile et la newsletter relayerait l'information. Les membres de l'équipe du CoreVIH se rendraient peut-être mieux compte de l'intérêt de leurs travaux et les membres extérieurs pourraient mieux en comprendre les travaux, voire en devenir des relais.



Conclusion

Actions principales en cours et à venir :

- LISAA
- SITE INTERNET
- Autres actions annexes

Conclusion

Question du jour :

Comment imaginer la transmission de l'information de vos organismes au Corevih ?

Quelle orientation pour la charte graphique ?

Idées de baseline ?

Certaines questions peuvent être traitées au Bureau, mais si l'enjeu n'est pas significatif, cela peut se faire par échanges de mails.

Par ailleurs, le Bureau demande à avoir un peu plus d'éléments de diagnostic pour être en mesure de répondre à ces questions.

Conclusion

Mes engagements : Transparence constante, prise en compte des avis de chacun, vision globale à long terme

Je reste disponible à tout moment pour répondre à vos questions et discuter des intérêts de chacun

4 Questions diverses

Le montant de la rétribution aux étudiants de l'école de graphisme se monterait à 2500 euros, ce qu'accorde le Bureau.

Le CoreVIH envisage de financer l'inscription en visioconférence de la CROI qui a lieu du 19 au 22 février, pour un montant de 795 dollars par personne.

Prochaines réunions

Bureau	Plénière
9 février à 9h30	
9 mars à 9h30	
6 avril à 14h30	6 avril à 17h00
11 mai à 9h30	
22 juin à 14h30	22 juin à 17h00