

Guide des bonnes pratiques pour mettre en place une action

Ce guide a pour but d'aider à planifier et réaliser une action à succès pour la Semaine nationale d'action pour les enfants de parents avec une addiction.

Objectif : que souhaitez-vous réaliser avec votre action ?

- Identifiez le(s) résultat(s) que vous visez à travers votre action. Exemples d'objectif : aider les professionnel.le.s à identifier et soutenir les enfants de parent avec une addiction ; faire connaître et visibiliser la thématique auprès du grand public et des médias ; montrer aux enfants concernés qu'ils ne sont pas seuls et peuvent solliciter de l'aide...
- Formulez un objectif et un message adaptés au public cible et à ses besoins.

Public cible : qui souhaitez-vous atteindre à travers votre action ?

- Définissez votre / vos publics cibles : population générale, enfants, proches, professionnel.le.s...
- Adaptez le langage au public cible. Par exemple, utilisez un langage simplifié pour parler aux enfants et un langage spécialisé pour les professionnel.le.s.
- Tenez compte du fait que les personnes au sein d'un groupe cible ne sont pas homogènes. Par exemple, les jeunes issus de familles dont les parents ont une addiction devraient être abordés différemment des jeunes sans contexte familial de ce type.

Investissement : quelles ressources et quels efforts sont nécessaires pour votre action ?

- Gardez à l'esprit que chaque action compte, peu importe sa dimension.
- Définissez quels moyens sont pertinents pour atteindre l'objectif de votre action.
- Considérez le temps et les ressources (le personnel, complexité organisationnelle...) que vous devrez consacrer à l'action et calculez son coût.
- Collaborez avec d'autres organisations ! La collaboration permet de partager les coûts, d'atteindre un plus large public et contribue au développement de votre réseau.

Lieu : quand et où organiser votre action ?

- Choisissez le lieu et le moment de l'action en fonction des objectifs et du public cible de l'action.
- Choisissez un moment et un lieu propices à votre action. Par exemple, un lundi matin est idéal pour l'envoi d'une newsletter, mais inapproprié pour organiser une action à la gare.
- Allez chercher votre public cible là où il se trouve déjà. Par exemple, utilisez les lieux où se retrouve votre public cible (centres de quartier, cafés, ...) plutôt que de louer une salle.
- Utilisez l'espace virtuel et proposez une action en ligne.
- Pour une action ciblant le grand public, un stand d'information sur la place du marché ou dans un événement public peut être une option attractive. L'espace public permet d'avoir un accès à un public très diversifié.
- Pour une action ciblant les professionnel.le.s, un événement d'information au sein de votre institution, comme une journée portes ouvertes ou une après-midi de sensibilisation, peut être une proposition attrayante.
- Laissez libre cours à votre créativité et expérimentez de nouvelles approches. Par exemple, organisez dans une maison de quartier un atelier créatif pour et avec les jeunes. Il n'est pas forcément nécessaire d'aborder la thématique de manière frontale pour en parler.

Mise en œuvre : que faut-il prévoir pendant l'action ?

- Préparez à l'avance tout le matériel dont vous aurez besoin pour mener votre action.
- Mettez à disposition du matériel d'information et de promotion de votre institution.
- Proposez le matériel d'information spécifique à la thématique développé par Addiction Suisse et disponible gratuitement ici : <https://shop.addictionsuisse.ch/fr/53-enfants-de-parents-avec-une-addiction>
- Offrez à boire et/ou à manger, cela favorise les moments de convivialité et d'échange.

Communication : comment promouvoir votre action ?

- Faites la promotion de votre action sur : le site internet de votre institution, les réseaux sociaux (Instagram, Facebook, X), votre newsletter institutionnelle, les établissements publics de votre quartier, des sites internet de promotion d'événements...
- Commandez, affichez et distribuez les matériel de promotion de la Semaine nationale d'action : <https://shop.addictionsuisse.ch/fr/53-enfants-de-parents-avec-une-addiction>
- Informez à l'avance et motivez les médias traditionnels pour qu'ils parlent de votre action et/ou de la Semaine nationale d'action.
- Utilisez et personnalisez (logo et coordonnées de votre institution) le communiqué de presse de la Semaine nationale d'action fourni par Addiction Suisse. Envoyez-le aux médias de votre région et contactez-les par téléphone pour en parler.

Evaluation : comment et pourquoi évaluer votre action ?

- Évaluez votre action pour mieux tirer profit de l'expérience et l'exploiter, voire l'améliorer pour les futures éditions.
- Répondez aux questions : L'objectif fixé a-t-il été atteint ? Qu'est-ce qui a bien fonctionné ? Qu'est-ce qui pourrait être amélioré à l'avenir ?
- Collectez des informations comme : le nombre de personnes ayant participé à votre action, la quantité de matériel distribué, le nombre d'annonces dans les médias (traditionnels et sociaux). De plus, demandez l'avis des participant-e-s sur votre action.
- Montrez le résultat de votre action. Mettez des photos, vidéos, récits de l'action sur les réseaux sociaux. Donnez un retour sur votre action aux membres de votre réseau, à votre direction ou à vos partenaires afin de valoriser votre action et d'ancrer la thématique.

Tableau des types d'action en fonction du public cible et de l'importance de l'investissement

Investissement	Public cible			
	Grand public	Professionnel-le-s	Personnes concernées	Média
Modéré	Portes ouvertes Médias sociaux	Newsletter	Réseaux sociaux	Publicité, annonce d'événement
Moyen	Action de stand	Échange de réseau	Groupe de parole Consultations gratuites	Article de journal
Important	Projection de film Affichage public Événements culturels Conférence	Formation	Exposition	Communiqué de presse