



## Objectifs du programme Semer le réconfort

Le programme Semer le réconfort soutiendra des projets qui ont pour but de collecter des fonds pour des projets comme ceux qui suivent :

- Fournir du soutien aux membres de la famille et à une personne soignante;
- Faire l'achat et mettre en place des produits, des services et des activités au bénéfice des jeunes atteints d'une maladie chronique ou potentiellement mortelle;
- Faire avancer la recherche sur les types de maladies que vous souhaitez soutenir;
- Soutenir un établissement médical avec l'achat d'une pièce d'équipement plus que nécessaire;
- Proposer une expérience hors de l'ordinaire à un enfant admissible – comme un voyage ou un camp de vacances;
- Rendre meilleures les conditions au sein de la collectivité en améliorant la santé, le bien-être et le mieux-être des jeunes.

## Gérer les situations difficiles

Alors que vous semez le réconfort au sein de votre collectivité et que vous aidez des jeunes aux prises avec des problèmes de santé variés, il est probable que la santé de certains de ces jeunes avec qui vous entrez en contact se détériorera ou que certains d'entre eux mourront à la suite de leur condition. Ceci n'est que quelques situations potentiellement chargées d'émotions que votre club pourrait avoir à faire face dans de tels types d'activités. Voici d'autres situations délicates qui pourraient survenir :

- Membres de la famille/personne soignante perturbés par la possibilité de perdre un être cher;
- Membres de la famille/personne soignante qui traversent une période de bouleversement en voyant un être cher souffrir;
- Un enfant éprouvant de la difficulté à maintenir de l'espoir;
- Un frère ou une sœur qui éprouve une gamme d'émotions passant d'un manque d'attention à la peur de sa propre mort;
- Un enfant aux prises avec les effets résiduels d'un traitement.

Avant de vous engager dans une relation de travail avec un dispensateur de soins médicaux et/ou une famille ou un enfant éprouvant des problèmes de santé, nous encourageons les membres Optimistes à consulter et à participer à une formation sur la manière de gérer les situations difficiles. Il existe des ressources au sein de la plupart des collectivités qui pourront répondre à vos préoccupations.

Le point à retenir est que ces situations ne devraient pas être ignorées et le besoin de soutien émotionnel des membres et de ceux que nous servons est universel.



## Raconter votre histoire – publicité de club

La publicité pourrait avoir une plus grande signification pour votre club que « seulement son nom dans les journaux ». En développant votre club par l'entremise d'une couverture médiatique, vous vous engagez à devenir plus attrayant aux yeux de votre collectivité. Non seulement une couverture médiatique positive rehaussera l'image de votre club, mais elle permettra également d'attirer de nouveaux membres.

Les communiqués de presse simples et informatifs sont la clé pour assurer leur publication. Comme toute industrie, les médias s'attendent à des choses qui sont « présentées d'une certaine manière ». Lorsque ce n'est pas fait correctement, certaines nouvelles qui méritent d'être soulignées peuvent ne pas être publiées. Veuillez jeter un œil sur la liste de suggestions suivante provenant des relations publiques - cela pourrait mener votre club vers une nouvelle popularité.

- Assurez-vous de savoir qui devrait recevoir le communiqué de presse. Si votre événement est conçu pour un certain service des nouvelles (p. ex. les sports, les nouvelles locales, les articles vedettes, etc.), assurez-vous de l'indiquer clairement sur votre communiqué de presse. Ceci peut accélérer le processus.
- Faites en sorte que les coordonnées de la personne à contacter sont inscrites sur le communiqué de presse, ainsi, les médias peuvent facilement communiquer avec la personne pour obtenir plus d'informations. La personne-ressource est généralement le président de comité du programme ou le président de club.
- Bâissez une relation avec les médias locaux. N'ayez pas peur d'établir une relation entre votre club ainsi que les journalistes et les rédacteurs locaux.
- Soyez bref et concis. Aucun communiqué de presse ne devrait être plus long que deux pages. Rédigez des phrases et des paragraphes brefs et contenant beaucoup d'informations. Tout ce qui est trop long pourrait être ignoré sans un coup d'œil sérieux.
- Lorsque vous soumettez des photos aux médias imprimés, n'oubliez pas que les éditeurs adorent les photos en action. Une photo de membres Optimistes qui se tiennent debout et tous souriants peut être adéquate pour un album de club, mais cette photo n'attirera pas l'attention des médias professionnels. Une photo doit toujours raconter une partie de l'histoire. Si vous utilisez une caméra numérique, assurez-vous de prendre une photo avec la plus haute résolution possible.



Fondation Optimiste  
des enfants canadiens

## Fondation Optimiste des enfants canadiens de votre **collectivité**

La Fondation Optimiste des enfants canadiens est un organisme de bienfaisance canadienne reconnue par l'Agence du revenu du Canada.  
Numéro d'organisme de bienfaisance : 874718950RR0001



- Assurez-vous d'utiliser un formulaire d'autorisation pour diffusion de photos (voir les exemples de formulaires ci-dessous) afin que les parents autorisent le club d'utiliser, à des fins publicitaires, toute photo prise de leur enfant âgé de moins de 18 ans. Un formulaire d'autorisation pour diffusion de photos pour les adultes de plus de 18 ans autorisant le club à utiliser leur photo est également inclus dans ce guide.
- Mettez l'accent sur les enfants. Même si votre club organise une collecte de fonds et qu'aucun enfant n'est présent, assurez-vous de mentionner que le but ultime du projet est d'aider les Optimistes à « inspirer le meilleur chez les jeunes ».
- N'essayez pas de faire un suivi par téléphone au sujet de votre communiqué de presse. À moins qu'il n'y ait pas d'autres nouvelles disponibles, les suivis sont souvent considérés comme un renforcement négatif.

**FAITES PARVENIR À LA FONDATION OPTIMISTE DES ENFANTS CANADIENS UNE COPIE DE TOUT CE QUI VOUS PUBLIEZ, CAR CETTE INFORMATION POURRA ÊTRE PARTAGÉE AVEC LES CAMARADES OPTIMISTES SUR LE SITE WEB, LA PAGE FACEBOOK ET PAR L'ENTREMISE DE LA LISTE DE DISTRIBUTION.**