# LES PRIX DE LA COMMUNICATION 2025

# Dossier de candidature

separateur-bleu

## 1 - Objet des prix

Les prix de la communication 2025 de la Fédération Hospitalière de France (FHF) et de la Mutuelle Nationale des Hospitaliers (MNH) auront pour but de récompenser les établissements ayant mis en œuvre des actions de communications internes et/ou externes.

L’édition 2025 décernera 4 prix :

- Un grand prix doté de 2000 €  
- Un prix pour un CH doté de 1000 €

- Un prix CHU doté de 1000 €

- Un prix un EHPAD doté de 1000 €

## 2 - Peuvent participer

Tous les établissements de santé, sanitaires et médico-sociaux publics.

## 3 - Comment participer

Les prix peuvent être attribués pour tout type d’action de communication : événement, campagne publicitaire, site internet, intranet, journal interne, magazine, TV, support multimédia, etc.

Remplir la fiche de renseignements ci-dessous et la retourner **au plus tard le jeudi 10 avril** par mail à [c.trocherie@fhf.fr](mailto:c.trocherie@fhf.fr)

## 4 - Modalités d’attribution du prix

Les dossiers seront examinés par un jury composé de représentants de la FHF et de la MNH.  
Parmi ces dossiers, 4 seront retenus. Les lauréats seront informés au plus tard le 29 avril.

Critères de sélection pour les prix :

1. l’originalité du concept
2. la qualité de la mise en œuvre  
   (méthodologie / stratégie, calendrier)
3. l’évaluation des résultats
4. le caractère transposable du projet à d’autres établissements
5. le travail d’équipe

## 5 - Remise des prix

Les lauréats dans chaque catégorie se verront remettre un trophée et un chèque de notre partenaire, la Mutuelle Nationale des Hospitaliers (MNH) lors de la cérémonie de remise des prix qui se tiendra à SANTEXPO le 22 mai.

**Contact pour plus d’informations** :

Camille TROCHERIE  
Tél. 01 44 06 85 21

E-mail : c.trocherie@fhf.fr

## EN PARTENARIAT AVEC

  
Contact MNH : Gauthier MARTINEZ, Directeur en charge des Partenariats Santé

Responsable du Bureau d’Intelligence Collective  
E-mail : [gauthier.martinez@mnh.fr](mailto:gauthier.martinez@mnh.fr)

# LES PRIX DE LA COMMUNICATION 2025

# FICHE D’INFORMATION

## A - Présentation de l’Etablissement

Type / Nom : ……………………………………………………………………………………………

Code Postal : …………………………………………………………………………………………...

Ville : ………………………………………………….…………………………………………………

## B - Coordonnées du service communication

Responsable du projet : ……………………………………………………………………………….

Tel : ………………………………………………………………………………………………………  
E-mail : …………………………………………………………………………………………………..

Effectif du service communication : ……………………..…………………………………………...

## C - Présentation du projet

Nom de l’opération : ……………………………………………….…………………………………..  
……………………………..……………………………………………….…………………………….

Date(s) clés (s) : ………………………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

Montage de l’opération : ☐ fait en interne ☐ en lien avec une agence

si agence : Nom de l’agence : ……………………………………………………………  
Contact : ……………………………………………………………………….

Relations presse / publiques : ☐ fait en interne ☐ en lien avec une agence

si agence : Nom de l’agence : ……………………………………………………………  
Contact : ……………………………………………………………………….

Budget total de l’opération : ……………….…..……………………………………………………...

**Description de l’action de communication**

1. Objectif(s) stratégique(s)

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

2. Description de l’action

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

3. Description de la cible principale

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

4. Évaluation de l’action – résultats obtenus

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

5. Autres éléments (facultatif)

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

6. Documents à joindre pour faciliter l’analyse de l’action (si possible)

* Dossier de presse (discours, communiqué…)
* Photos
* Press Book / retombées (articles de presse)

## D - Précisions à apporter pour les sites internet

URL du site : http://……………………………………………………................……….......……....

Date de création : …….………….……………………................……………………………………  
Numéro de la version : ………….....……….… Nombre de pages : ………….....……….…

Conception graphique : ☐ En interne ☐ Prestataire / nom : …………………..………..…

Conception technique : ☐ En interne ☐ Prestataire / nom : …………………..………..…

Référencement : ☐ En interne ☐ Prestataire / nom : …………………..………..…

Hébergement : ☐ En interne ☐ Prestataire / nom : …………………..………..…

Mise à jour par : ☐ Le service communication ☐ Autres services ☐ Prestataire

Visitorat principalement visé : ☐ interne ☐ usagers ☐ professionnels ☐ (non exclusif)

## Statistiques de consultation mensuelles

(Dernier mois disponible, remplir ci-dessous ou joindre un rapport de statistiques)

Nombre de visiteurs : ………..…………... Nombre de visites : ………..…......……………

Nombre de pages vues : ……..……....… Evolution sur un an (visites) : ……..…...…%

## E - Précisions pour les supports papier (livret, journal, magazine, plaquette)

Titre du support : ………………….……………………………………………………………………

Périodicité/date de diffusion : ….……………………………………………………………………..

Maquette : ☐ fait en interne ☐ en lien avec une agence / un prestataire

si agence / prestataire: Nom : …………………………………………………………

Rédactionnel : ☐ fait en interne ☐ en lien avec une agence / un prestataire

si agence / prestataire: Nom : …………………………………………………………

Tirage : ………………….……………exemplaires

☐ gratuit ☐ vendu (prix unitaire : …………………….…)

**Description du support**

1. Objectif(s) du support

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

2. Ligne éditoriale

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

3. Autres éléments (facultatif)

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

……………………………..……………………………………………….…………………………….

4. Support à joindre au format PDF (si existants)