# LES PRIX DE LA COMMUNICATION 2019

# Dossier de candidature

separateur-bleu

## 1 - Objet des prix

Les prix de la communication de la FHF et de nehs ont pour but de récompenser les établissements ayant mis en œuvre des actions de communications internes et/ou externes valorisant l’innovation.

L’édition 2019 décernera 4 prix :

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

- Un prix CHU doté de 1000 €

- Un prix une clinique ou un ESPIC doté de 1000 €

## 2 - Peuvent participer

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

## 3 - Comment participer

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

Remplir la fiche de renseignements ci-dessous et la retourner **avant le 28 février 2019** par courrier, à l’adresse suivante :

***Fédération hospitalière de France (FHF)***

*Pôle communication*

*Prix de la communication hospitalière*

*1bis rue Cabanis*

*75014 Paris*

## 4 - Modalités d’attribution du prix

Les dossiers seront examinés par un jury composé de représentants de la FHF et de nehs. Parmi ces dossiers, 4 seront retenus pour la remise des prix au sein des établissements primés.

Critères de sélection pour les prix :

1. l’originalité du concept
2. la qualité de la mise en oeuvre
3. l’impact

## 5 – Remise des prix

Les lauréats dans chaque catégorie se verront remettre leur trophée et le chèque par un représentant de *nehs* et le responsable de la communication de la FHF.

**Contact pour plus d’information** :

Camille Trocherie : 01 44 06 85 21

c.trocherie@fhf.fr

## separateur-bleu

## Partenaire :

# logo_nehs_seul%5B1%5D.jpgFICHE D’INFORMATION

# PRIX DE LA COMMUNICATION HOSPITALIERE 2019

## A - Présentation de l’Etablissement

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

Code Postal : ………………………………….

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

## B – Coordonnées du service communication

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

Tel : ………………… Fax : ……………… Email : ……………………………….………….……

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

## C – Présentation du projet

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

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

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

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

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

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

Budget total : ……………….…..………………………………….

**Description de l’action de communication :**

1. Objectif(s) stratégique(s) :

2. Description de l’action :

3. Evaluation de l’action :

4. Autres éléments (facultatif) :

Documents à joindre (si possible) :

* Dossier de presse (discours, communiqué…)
* Photos (sur CD, papier ou par courriel)
* Press Book (articles de presse)

## D - Précisions à apporter pour les sites internet

Adresse 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 : …………………..……

La conception technique et la conception graphique ont-elles été effectuées par le même prestataire ? ☐ Oui ☐ Non

Mise à jour par : ☐ Le service communication ☐ D’autres services ☐ Un 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 à apporter pour les supports papier (livrets, journaux, magazine, plaquettes)

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

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

Maquette:

☐ fait en interne ☐ en lien avec une agence ou un prestataire (contact : ………….….…)

Rédactionnel :

☐ fait en interne ☐ en lien avec une agence ou un prestataire (contact : ……………..…)

Tirage :………………….……………ex

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

**Description :**

1. Objectif(s) du support :

2. Ligne éditoriale :

3. Autres éléments (facultatif) :

Documents à joindre (si existants) :

* 3 exemplaires et/ou 3 derniers numéros