



# 6e PRIX DE LA COMMUNICATION HOSPITALIERE

## Année 2011

### Dossier de candidature

---

#### 1 - Objet des prix

Les prix de la communication hospitalière ont pour objectif de récompenser les établissements ayant mis en place des initiatives de communication innovantes et / ou à fort impact.

L'édition 2011 décernera 4 prix :

- Le grand prix de **la meilleure action de communication** doté de 2000 €.
- Le 1<sup>er</sup> prix de la communication hospitalière doté de 1000 €.
- deux prix « mention spéciale » du jury dotés de 1000 € chacun.

#### 2 - Peuvent participer

Tous les établissements de santé, à raison **d'un seul dossier par établissement.**

#### 3 - Comment participer

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

**Attention ! : Un seul dossier par établissement** peut être déposé.

Remplir la fiche de renseignements ci-dessous et la retourner **avant le 25 février 2011** par courrier, à l'adresse suivante :

Fédération Hospitalière de France (FHF)  
Service 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 responsables de la communication d'établissements, de représentants de sociétés spécialisées et de partenaires.

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 leurs prix lors de la prochaine édition des Rencontres de la communication hospitalière, les 6 et 7 avril 2011, Espaces Cap 15, Paris.

**Contact pour plus d'information :**

Jeanine Preira 01 44 06 85 21, [j.preira@fhf.fr](mailto:j.preira@fhf.fr)

---

Partenaire



# FICHE D'INFORMATION

## PRIX DE LA COMMUNICATION HOSPITALIERE

### 2011

#### 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