

## FICHE DE BONNES PRATIQUES SOCIAL MEDIA – AJD

*Ce guide vous aidera à harmoniser les communications autour de la campagne Diagnostiquer Plus Tôt. N'hésitez pas à vous y référer pour maximiser la visibilité et l'impact de vos posts tout en respectant les bonnes pratiques. Cette fiche sera disponible pour les membres et partenaires de l'AJD avant le 1er octobre.*

Nous vous invitons à suivre nos publications #DiagnostiquerPlusTôt sur l'ensemble de nos réseaux pour reprendre les éléments de langage autour de la campagne et relayer les différents contenus. Tout en respectant les guidelines fournies, n'hésitez pas à personnaliser ces publications et y rajouter vos propres raisons d'encourager / soutenir cette cause.

### 1. Nom de campagne et hashtag officiel à utiliser

Nom de la campagne : « Ensemble, repérons les signes du diabète de type 1 avant qu'il ne soit trop tard »

Hashtag officiel : **#DiagnostiquerPlusTôt**

Lors de la rédaction d'un post lié à cette campagne, il est essentiel de mentionner soit le nom de la campagne ("**Ensemble, repérons les signes du diabète de type 1 avant qu'il ne soit trop tard**"), soit le hashtag officiel (**#DiagnostiquerPlusTôt**) quand l'espace n'est pas suffisant ou qu'une répétition doit être évitée. Cela permet d'harmoniser la communication autour de la campagne et de la rendre plus facilement identifiable sur les différents réseaux.

### 2. Liste de hashtags

Utilisez les hashtags suivants pour renforcer la visibilité de la campagne sur les différents réseaux sociaux : **#DiagnostiquerPlusTôt #DT1 #DiabèteType1 #SantéPublique #RechercheMédicale #Sensibilisation #CampagneSensibilisation #DétectionPrécoceDuDT1 #EnfantsEtDiabète #Acidocétose #DiagnosticPrécoce**

### 3. Partenaires à mentionner sur les Réseaux Sociaux

Veuillez mentionner et taguer les partenaires et intervenants suivants dans vos publications, en fonction des réseaux sociaux utilisés.

Intervenants	Site Internet	Instagram	LinkedIn	Facebook	X / Twitter
Dr Marc De Kerdanet					
Pr Jacques Beltrand			@JacquesBeltrand		
Dr Pierre de Bremond d'Ars			@PierredeBremondd'ars		
Pr Roberto Mallone					
Marion Dupont					
Carine Choleau			@CarineCholeau		

Note : Si vous ne trouvez pas un partenaire sur un réseau spécifique, vous pouvez les mettre en hashtag en dessous de la publication tel que **#AJD**, **#B3TSI** ou **#LauMacommunication**.

Partenaires	Site Internet	Instagram	LinkedIn	Facebook	X / Twitter
<b>AJD</b>	<a href="https://www.ajd-diabete.fr">https://www.ajd-diabete.fr</a>	@ajd_diabete	@Aide aux Jeunes Diabétiques (AJD)	@Aide aux Jeunes Diabétiques (AJD)	@AJDdiabete
<b>Madame Bovary</b>	<a href="https://www.madame-bovary.fr">https://www.madame-bovary.fr</a>	@mmebovaryagence			@MmeBovary Agence
<b>LauMa Communication</b>	<a href="http://www.lauma-communication.com">http://www.lauma-communication.com</a>	@lauma_com	@LauMa Communication	@LauMa Communication	@laumacom
<b>B3TSI</b>	<a href="https://www.b3tsi.com">https://www.b3tsi.com</a>		@B3TSI		
<b>Hôpital Necker</b>	<a href="https://hopital-necker.aphp.fr">https://hopital-necker.aphp.fr</a>	@hopital_necker	@Hôpital Necker	@Hôpital Necker	@hopital_necker
<b>FSPF</b>	<a href="https://www.fspf.fr">https://www.fspf.fr</a>	@fspfsyndicat	@FSPF	@FSPF	@fspfsyndicat
<b>Institut Cochin</b>	<a href="https://institutcochin.fr">https://institutcochin.fr</a>		@InstitutCochin	@InstitutCochin	@InstitutCochin
<b>Opinion Way</b>	<a href="https://www.opinion-way.com/fr/">https://www.opinion-way.com/fr/</a>	@opinionway_official	@OpinionWay	@OpinionWay	@OpinionWay
<b>SPF</b>	<a href="https://www.santepubliquefrance.fr">https://www.santepubliquefrance.fr</a>	@santéPubliqueFrance	@SantéPubliqueFrance	@SantéPubliqueFrance	@SantéPubliqueFr
<b>A.M</b>	<a href="https://www.ameli.fr/assure">https://www.ameli.fr/assure</a>	@mes_tips_sante	@AssuranceMaladie		@Assur_Maladie
<b>USPO</b>	<a href="https://uspo.fr">https://uspo.fr</a>		@USPO	@USPO-Pharmacies	@USPO_Pharmacies
<b>SOFMEN</b>	<a href="https://sofmen.jimdo.com">https://sofmen.jimdo.com</a>			@SOFMEN	@SOFMEN_2012
<b>Egora Info</b>	<a href="https://www.egora.fr">https://www.egora.fr</a>	@egoranews	@Egora	@Egora.fr	@EgoraInfo
<b>Reworld Media</b>	<a href="https://www.reworldmedia.com">https://www.reworldmedia.com</a>	@reworldmedia	@ReworldMedia	@ReworldMedia	@ReworldMedia
<b>IDS Média</b>	<a href="https://www.ids-media.fr">https://www.ids-media.fr</a>		@IDSMedia		
<b>ARSBFC</b>	<a href="https://www.bourgogne-franche-comte.ars.sante.fr">https://www.bourgogne-franche-comte.ars.sante.fr</a>		@ARSBFC	@ARSBFC	@ARSBFC
<b>Canal 33 TV</b>	<a href="https://www.canal33.fr">https://www.canal33.fr</a>	@canal33_tv_des_salles_dattente	@Canal33	@Canal33	@Canal33

#### 4. To-Do List & Bonnes Pratiques à suivre



### À faire :

- Toujours **mentionner** le hashtag officiel #DiagnostiquerPlusTôt ou le nom officiel de la campagne.
- **Taguer** les partenaires et intervenants pertinents pour chaque réseau social.
- **Privilégier** un seul lien par post ou publication.
- **Utiliser** un ton accessible pour s'adresser à la fois aux experts et aux publics non-spécialistes.



### À éviter :

- Ne pas dépasser 8 hashtags dans une même publication. Un trop grand nombre de hashtags peut nuire à la lisibilité du post. Tentez de **varier** entre chaque publication les hashtags utilisés. Pour les tweets, 1 ou 2 hashtags suffisent.
- **Éviter** les publications trop longues ou trop courtes. Optez pour des messages concis pour favoriser l'engagement.
- **Veillez** à l'orthographe et à la grammaire pour préserver le sérieux et la crédibilité de la campagne.

