



Plan de la campagne Tout le monde en rouge

Site Web

Le Centre canadien de santé cardiaque pour les femmes est ravi de dévoiler la page officielle de la campagne **Tout le monde en rouge** :

<https://cwhhc.ottawaheart.ca/fr/comment-simplifier/tout-le-monde-en-rouge>

Appel à l'action

Le 13 février, **portez du rouge** pour attirer l'attention sur la santé cardiaque des femmes au Canada. La maladie du cœur est la première cause de décès chez les femmes dans le monde et elle touche les femmes de tous âges. Chez les femmes, 1 décès sur 3 est attribuable à la maladie du cœur ou aux accidents vasculaires cérébraux.

Néanmoins, la santé cardiaque des femmes souffre de sérieuses lacunes en matière de diagnostic, de traitement et de recherche. Les femmes et les professionnels de la santé n'ont pas toujours une bonne connaissance des facteurs de risque et des symptômes de la maladie du cœur chez les femmes.

Ressources disponibles sur la page Web de la campagne « Tout le monde en rouge » :

- Messages clés
- Stratégie pour les envois de courriels
- Stratégie pour les médias sociaux
- Trousse d'information
- Idées d'activités complémentaires
- Affiches promotionnelles

Toutes ces ressources sont téléchargeables, et donc accessibles à tout membre du public qui souhaite participer.

NOUVEAUTÉ cette année, la campagne « Tout le monde en rouge » aura son propre magasin en ligne. Assurez-vous de commander vos articles promotionnels longtemps à l'avance pour pouvoir les porter et les utiliser dans vos photos le 13 février!

Ressources

La page de la campagne [Tout le monde en rouge](#) présente des ressources, des centres et des cliniques de tout le pays qui œuvrent à promouvoir la santé cardiovasculaire des femmes. Nous invitons aussi les visiteurs à consulter d'autres sections du site Web du Centre canadien de



santé cardiaque pour les femmes, afin qu'ils puissent s'informer sur [l'Alliance](#) et la maladie du cœur chez les femmes.

Vous souhaitez nous aider? Voici quelques suggestions :

Tout le monde en rouge!

Enfilez votre vêtement rouge préféré – que ce soit une robe, des bottes, un pantalon, un chandail ou un foulard! Partagez votre photo sur les réseaux sociaux et étiquetez-nous! Vous trouverez ci-dessous les messages à diffuser sur les réseaux sociaux.

Bouche-à-oreille

Parfois, la stratégie la plus simple est aussi la plus efficace. Discutez de la maladie du cœur chez les femmes avec les membres de votre entourage. Dites-leur pourquoi vous avez décidé de porter du rouge le 13 février et orientez-les vers la page de la campagne [Tout le monde en rouge](#) pour leur permettre de s'informer sur la maladie du cœur chez les femmes.

La campagne comporte [quatre messages clés](#). Ayez-les à l'esprit lorsque vous discutez de la santé cardiaque des femmes avec vos collègues ou vos concitoyens.

Promotion par affiches

Pourquoi ne pas poser des affiches sur le babillard de votre lieu de travail ou dans les centres communautaires de votre quartier? Vous pouvez gratuitement télécharger nos affiches (affiche [n° 1](#) [générique], affiches [n° 2](#) et [n° 3](#) [personnalisables pour un événement]) sur notre page et les imprimer en divers formats. Nous vous conseillons de les afficher d'ici le 11 février, afin que vos collègues et vos amis aient le temps de choisir leur vêtement rouge préféré.

Envoi de courriels

Si vous n'avez pas accès à une imprimante, vous pouvez télécharger nos affiches et les envoyer par courriel à vos collègues et vos amis pour les inviter à participer.

Vous pouvez utiliser la liste d'envoi de votre lieu de travail pour maximiser la portée du message et la participation. C'est un moyen facile et amusant d'attirer l'attention sur la santé cardiaque des femmes! [Cliquez ici](#) pour obtenir un modèle de courriel qui vous permettra d'inviter vos amis et vos collègues à participer à la campagne Tout le monde en rouge.

Réseaux sociaux

Comme nous aimerions diffuser un message uniforme sur les réseaux sociaux, nous vous invitons à utiliser les phrases que nous avons préparées, avec les mots-clés et les étiquettes de profil indiqués. Vous pouvez choisir de publier ces messages sur vos comptes professionnels ou personnels. Le Centre canadien de santé cardiaque pour les femmes et l'Alliance nationale de la santé cardiaque des femmes feront la promotion de l'évènement sur leurs comptes de réseaux sociaux, et vous pourrez partager leurs publications. Les messages à diffuser sur Twitter, Facebook et Instagram avant et pendant l'évènement se trouvent [ici](#).



Vous souhaitez en faire plus?

Les possibilités sont illimitées! Si vous avez les ressources nécessaires, nous vous encourageons à organiser une activité, comme installer une table d'information dans un endroit achalandé ou organiser un groupe de discussion ou un dîner-conférence sur la santé cardiaque des femmes. Consultez toutes nos suggestions en cliquant [ici](#).

Suivi de l'impact

Afin de mesurer la participation à la campagne et l'impact de celle-ci, le secrétariat recueillera les données suivantes :

- Nombre de visites sur la page d'accueil de la campagne Tout le monde en rouge
- Publications sur les réseaux sociaux
 - Nombre de publications utilisant les mots-clés désignés
 - Nombre de publications identifiant l'Alliance, le Centre canadien de santé cardiaque pour les femmes et/ou l'Institut de cardiologie de l'Université d'Ottawa
 - Participation et rayonnement
 - Nombre de photos « Tout le monde en rouge »
- Nombre d'activités indépendantes organisées au Canada (et aux États-Unis)

Une fois la campagne terminée, nous recueillerons les impressions des membres de l'Alliance sur le déroulement de l'évènement, ainsi que leurs suggestions pour les prochaines éditions.

Une initiative du :



CENTRE CANADIEN DE SANTÉ
CARDIAQUE POUR LES FEMMES

Le [Centre canadien de santé cardiaque pour les femmes](#) (CCSCF) est basé à l'[Institut de cardiologie de l'Université d'Ottawa](#). L'Institut de cardiologie de l'Université d'Ottawa est à la fois l'un des centres de santé cardiovasculaire les plus remarquables au Canada pour la qualité exceptionnelle des soins qu'il offre, un centre de recherche de calibre mondial où le savoir passe du laboratoire au chevet des patients, et un acteur de premier plan dans la prévention de la maladie du cœur au Canada. Sa promesse est aussi la pierre angulaire sur laquelle il repose depuis sa création : donner la priorité aux patients.