



Fédération
Française de
Cardiologie

[Parcours du Cœur](#)

Que vous soyez un organisateur débutant ou confirmé, la mise en œuvre d'un Parcours du Cœur nécessite une bonne organisation pour ne rien oublier.

Votre objectif doit être double :

- rassembler le plus grand nombre de participants, de tout âge ;
- obtenir l'attention et le soutien des médias et partenaires.

Ce guide présente, de manière non exhaustive, les « bonnes » questions à se poser et tente, lorsque cela est possible, de vous apporter les premiers éléments de réponse. Ce document n'est pas une recette prête à l'emploi. À vous de l'adapter à votre contexte local et de l'enrichir au fil de vos expériences et de votre pratique.

Important : En tant qu'organisateur, vous devez vous assurer d'obtenir toutes les autorisations nécessaires à la bonne réalisation de votre parcours auprès des autorités compétentes (déclaration en mairie, préfecture, etc.).

Merci de votre implication et bon courage !

FICHE ACTION N° 1 - Concevoir un Parcours du Cœur

Quelles activités physiques pour...	Objectifs qualitatifs	Objectifs quantitatifs	Partenaires potentiels à solliciter	Action à mener
les enfants	Mobiliser les familles et les scolaires	À définir selon population locale	Associations sportives Associations de parents d'élèves	Contacter les partenaires potentiels Proposer une ou des activité(s) adaptée(s)
les adolescents	Toucher une cible particulièrement peu sensible aux questions de santé		Associations sportives Conseil des jeunes (s'il existe) Lycées	
les 20 – 60 ans	Mobiliser les familles, les actifs		Mairie Conseils de quartier Comité d'entreprises Chefs d'entreprises Associations sportives, de solidarité	
les seniors	Mobiliser les seniors		Associations diverses Centres sociaux Services municipaux seniors	
Quelle offre d'information ?	Publics visés	Equipements et matériels	Partenaires à solliciter	Contenu
Stand FFC	Tous	Tables, chaises, présentoirs, tirelires FFC	Services municipaux pour prêt de matériel et lieu d'installation	Distribution de documentation FFC Collecte de l'euro solidaire
Dépistages divers (cholestérol, diabète, etc.)	Adultes	Tests de dépistages et matériel sanitaire, tables, chaises	Représentants des laboratoires pharmaceutiques locaux Médecins Infirmières	A définir selon offre
Tests tabacologiques	Adolescents et adultes	Tests Co2, tables et chaises	Association(s) tabacologique(s) Médecins Infirmières	
Gestes qui sauvent	Tous	Kit d'initiation / formation	SAMU, Croix-Rouge ...	Initiations et formations aux gestes qui sauvent
Autres (mutuelles, assurances ...)	A définir selon offre	Tables et chaises + à définir selon offre	Représentants locaux des grandes enseignes : Mutualité Française, AXA, Groupama ...	Suggestions : initiation à une alimentation équilibrée (bars à jus, atelier cuisine, dégustation de fruits...)

FICHE ACTION N° 1 - Concevoir un Parcours du Cœur (suite et fin)

Quels dates et horaires	Avantages	Inconvénients	Conseil	
1 seul jour : Samedi ou dimanche	Organisation plus légère Mobilisation plus dense du public Mobilisation des bénévoles et des partenaires plus facile	Selon jour choisi, exclusion de certains publics	Mesurer le coût et le temps investi par rapport à la durée du Parcours Quantifier le nombre de participants potentiels localement	
Tout le week-end	Rentabiliser l'investissement temps et budget Permettre à toute catégorie de public de venir au Parcours	Mobilisation bénévoles et partenaires plus difficile à obtenir Coût des matériels loués, notamment		
Matin et/ou après-midi	L'après-midi est plus favorable aux sorties de loisir, notamment pour les familles et les actifs	Le matin est souvent consacré aux activités domestiques, notamment pour les familles et les actifs	À définir selon le(s) type(s) de public attendu	
Quelle participation attendue	environ 50	de 50 à 100	entre 100 et 500	+ de 500
Objectifs	Idéalement, vous rassemblez autant de participants que de kits commandés (1 kit = 50 participants) et votre collecte sera au moins égale au nombre de participants x 1 €.			
Quel lieu pour le village	Avantages	Inconvénients	Quels partenaires à solliciter	Matériels et services requis
Plein air sous tentes	Plus d'espace pour offrir des activités physiques variées	Besoin en structures et équipements temporaires Soumis aux intempéries Temps de montage et démontage	Les services municipaux pour prêt de matériels et installations techniques	Tentes, tables et chaises, raccordement EDF, barrières de sécurité, sonorisation, bacs à déchets,...équipes de livraison, montage, démontage et reprise des matériels Selon la durée : gardiennage
Salle publique ou privée	Accessible et confortable quel que soit le temps Equipements techniques sur place Peu d'installations à monter ou démonter	Selon le lieu, moins d'espace pour les activités physiques Moins de visibilité extérieure	Les services municipaux Ou Les établissements scolaires Ou Les entreprises	A définir selon le lieu

FICHE ACTION N°2 – mobiliser des partenaires, du public, des journalistes

	Que proposer / rechercher à titre indicatif ?	Que demander par exemple ?	À quels types de partenaires ?	Que donner en contrepartie ?
Pour organiser une activité physique	Selon la tranche d'âge que vous voulez mobiliser, imaginez une activité attractive : roller pour les enfants, randonnées vélo ou pédestre pour les 20/50 ans, gymnastique douce pour les seniors...	Selon l'activité envisagée : <ul style="list-style-type: none"> • prêt de matériel et encadrement / animation de l'activité • tracé de la randonnée et encadrement 	Associations sportives ou fédérations locales.	Insérer le logo des associations sur les affiches ou autres supports de communication Mettre un stand à disposition Compléter le dispositif d'encadrement avec des bénévoles FFC
Pour animer un stand de prévention	Dépistages et tests, initiation gestes qui sauvent, conseils diététiques	<ul style="list-style-type: none"> • des tests CO2, diabète, cholestérol • matériel pour prise de tension • formateurs aux gestes qui sauvent avec matériel ... • Négocier la gratuité ou une remise importante 	Représentants des laboratoires pharmaceutiques, Samu, Croix-Rouge, Mutuelles et assurances	
Pour offrir un objet souvenir aux participants	Un objet avec logos FFC et partenaire, en lien avec le message de santé, ou bien festif : balle antistress en forme de cœur, tee-shirts, casquettes, coupe-vent, compte-pas, ...	Une subvention totale ou partielle pour couvrir l'achat des objets.	Partenaires privés de tout type (entreprises locales, magasins de sport, etc. Collectivités locales (mairie, Conseil général ou régional)	
Pour restaurer ou hydrater les participants	Eau ou jus de fruits, barres de céréales, fruits ...	La fourniture et la livraison de ces produits, gratuites	Grandes surfaces Maraîchers Marques d'eau minérale ou fournisseur d'eau	
Pour assurer la venue d'un minimum de participants	Rechercher des groupes solidaires qui apprécieront de se rassembler autour de votre Parcours	Un engagement ferme de venir à votre Parcours	Les associations diverses et notamment celles réunissant des seniors, mais aussi des jeunes (écoles)	
Pour donner envie au public et aux journalistes	Une célébrité locale, notamment dans le domaine sportif ; il peut s'agir d'un « enfant du pays » ayant une notoriété	D'être présent(e) lors de votre Parcours De participer à une activité physique De tenir une conférence de presse avec vous	Champions de l'année passée ou en cours, dans une discipline sportive, à l'échelle locale ou nationale Personnalité connue ayant un lien avec votre ville ou votre région (politique, artistique, ...)	Rien ! c'est une forme de parrainage.

FICHE ACTION N° 3 – Communiquer le plus largement possible à peu de frais

	Diffusion de votre programme	Affichage	Internet	Annonce-presse, annonce radio, TV, articles de presse
Partenaires (associations, entreprises)	Prévoir de leur livrer un stock pour diffusion auprès de leurs réseaux, de leurs salariés, de leurs clients ...	Prévoir quelques affiches pour affichage interne	Leur fournir des bannières à insérer sur leurs sites en page d'accueil avec lien sur site FFC Leur demander d'effectuer un e-mailing	
Réseaux sociaux			Communiquer tout au long de la préparation via Facebook et Twitter afin de mobiliser vos followers Parler de votre événement sur des pages ou dans des groupes axés prévention ou activité physique	
Sites internet proposant des agendas et des idées de sortie dans votre région			Leur fournir des bannières à insérer sur leurs sites en page d'accueil avec lien sur site FFC ou compléter les formulaires mis à disposition sur le site	
Grand public	Sur les marchés dominicaux, à la sortie des écoles, aux gares routières, sur des salons... et tout lieu à forte chalandise drainant vos différents publics	Chez les commerçants, les médecins, dans les associations ...	Signez tous vos envois électroniques avec une bannière PDC ; suggérez à votre entourage de faire pareil	
Mairie et autres collectivités locales	Prévoir de leur livrer un stock pour diffusion dans tous les équipements publics (bibliothèques, centres culturels, écoles, ...)		Leur fournir des bannières à insérer sur leurs sites en page d'accueil avec lien sur site FFC ; Demander article dans les actualités et l'agenda du site	Journal et toutes publications municipales, départementales ou régionales.

La FFC met à la disposition de tous les organisateurs des fichiers téléchargeables sur le site Internet www.fedecardio.org/pdc/famille/telechargement afin de composer vos messages sur tous supports : outils génériques (bannière Internet, logos, autocollants, etc.) ou personnalisables (affiches, flyer, etc.)

FICHE ACTION N° 4 – obtenir le soutien des médias

<p>Journaux locaux publics ou privés</p>	<p>Contactez les rédacteurs en chef ; présentez un dossier de votre Parcours</p>	<p>Formatez une annonce-presse selon leurs exigences techniques ; Envoyez-leur le programme</p>	<p>Tenez-les informés de votre actualité :</p> <ul style="list-style-type: none"> • notamment si vous obtenez le soutien d'une personnalité • rappelez-leur vos dates et programmes à J-15, J-8, J-1 et J 	<p>Invitez-les à votre Parcours Faites-leur part du taux de participation a posteriori</p>
<p>Radios et TV locales</p>	<p>Contactez les journalistes des émissions ayant un lien avec la santé ; présentez un dossier de votre Parcours</p>	<p>Proposez-leur la participation de votre Président à l'une de leurs émissions</p>		