

## Les samaritains se présentent au public



Guide pratique pour foires et expositions

## Table des matières

<b>Décision de participation à l'exposition 1</b>	Page 4
Intention de participer à une exposition Découvrir les possibilités d'exposition Formulation des objectifs Contenus et activités Inscription	
<b>Planification de la participation à l'exposition 2</b>	6
Aménagement du stand Établissement d'un planning Commandes Finances	
<b>Montage du stand d'exposition 3</b>	8
Médias et communication Intervention du personnel Organisation de l'exposition Matériel du stand et équipement	
<b>Exploitation du stand d'exposition 4</b>	10
Contacts visiteurs Comportement au stand Contrôles	
<b>Démontage et exploitation de l'apparition publique 5</b>	12
Démontage sur le stand Exploitation	
<b>Listes de contrôle 1 à 5</b>	14
« Règles pratiques de la foire »	17
<b>TOP 10 – Arguments pour devenir membre d'une section de samaritains</b>	19

## Éditorial

### Faire preuve d'assurance !

Pour ne pas tomber dans l'oubli, les sections de samaritains, les associations cantonales et l'Alliance suisse des samaritains doivent régulièrement se rappeler au bon souvenir du public, que ce soit lors de foires et d'expositions locales et régionales suisses, pendant la collecte des samaritains, lors des postes sanitaires et de campagnes de don du sang – bref, à chaque occasion qui se présente !

*Faisons en sorte que la marque « samaritains » puisse être vécue ! Montrons nos valeurs ! Montrons ce que nous faisons ! Présentons nos connaissances spécialisées dans le domaine des premiers secours ! Le logo des samaritains est authentique, pur, suisse, précieux et sympathique. Une marque forte !*

Avec près de 30'000 membres, nous sommes, en Suisse, la plus importante organisation de volontaires dans le domaine des premiers secours. Avec, chaque année, plus de 50'000 participants aux cours de sauveteur, nous nous classons au premier rang en Suisse. Nous figurons à la 1<sup>ère</sup> place d'innombrables manifestations sportives, culturelles et économiques de toute taille.

Pour le Service de transfusion sanguine de la Suisse, nous sommes le n° 1 lors des campagnes régionales de don du sang. Sur l'ensemble du territoire suisse, les sections de samaritains sont actives dans toutes les régions linguistiques, elles ont fait leurs preuves et sont fermement ancrées. Près de 1'150 sections de samaritains veillent à davantage de sécurité dans notre pays. Nos prestations sont appréciées par la population !

### Les samaritaines et les samaritains aident leurs prochains !

Nous devons veiller à ce que nos prestations ne soient pas simplement considérées comme une évidence par les autorités politiques et la population. Les samaritaines et samaritains sont prêts et formés lorsque des catastrophes naturelles (avalanches, tempêtes, accidents de la circulation, etc.) se produisent.

Chaque fois, les personnes touchées sont contentes et soulagées de nous voir sur place, car les samaritaines et samaritains aident leurs prochains.

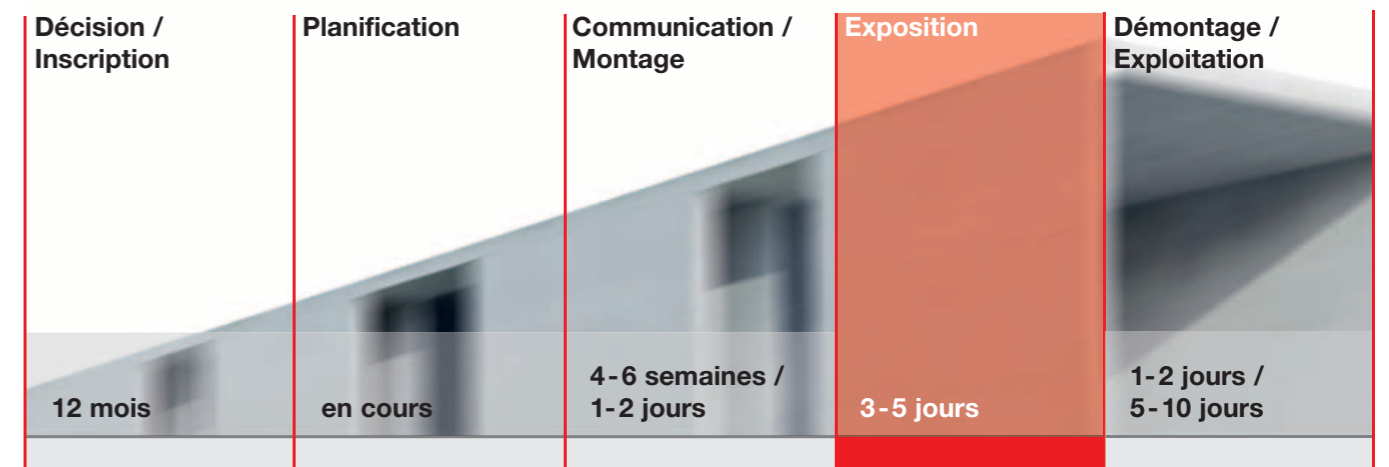
Lors de nos apparitions publiques, montrons que participer activement à une section de samaritains est bien plus que de bon ton ! Montrons la multiplicité de nos activités ! Montrons qu'avec nos cours publics « Urgences chez les petits enfants », « Urgences dans le sport », nos cours spécialisés s'adressant aux entreprises et nos cours d'urgence cardiaque, nous sommes à la page !

Ce guide pratique aide les sections de samaritains et les associations cantonales à présenter la grande diversité du travail des samaritains.

*Nous n'avons pas le droit de nous cacher. Aujourd'hui et dans le futur, faisons preuve d'assurance, selon la devise : « Rends service et parles-en ! »*

Bonne chance !

Gery Meier, Responsable Marketing  
Alliance suisse des samaritains



# Décision de participation à l'exposition 1

Les objectifs expriment les effets et les résultats escomptés d'un projet. Les objectifs d'une apparition publique des samaritains sont multiples. Certains objectifs possibles figurent sur la liste présentée ci-contre. Dans votre cas, il vous appartient, en tant qu'exposant, de définir les objectifs ciblés que vous souhaitez atteindre.

Une fois les objectifs de votre démarche clairement établis, il s'agit de réfléchir aux moyens pour les concrétiser. L'élaboration du projet permet d'en déduire les mesures concrètes.

Il s'agit, en particulier, de fixer les contenus à montrer et les activités qui devront se dérouler au stand. Quels cours et prestations tenez-vous à promouvoir ?

## D'autres expositions sont appelées à suivre !

Il n'est pas possible de réaliser une exposition n'importe où et n'importe quand. Une exposition ne peut être entreprise qu'à certaines occasions.

Pour une section de samaritains, une exposition commerciale locale représente l'exemple type d'une telle occasion. Un poste sanitaire local offre également l'occasion de « se mettre en avant ».

En tant que responsable de section, il faut continuellement rester à l'affût d'une opportunité pour une telle manifestation, et cela aussi tôt que possible.

Lorsque vous aurez décidé de participer à une exposition, il s'agira de faire très attention aux délais, et plus particulièrement au délai d'inscription.

## Trouver des opportunités d'exposition

- Calendrier des manifestations de la commune, du canton
- Journaux locaux et annonces
- Poste sanitaire
- Collecte des samaritains
- Collecte de don du sang

## Objectifs qualitatifs potentiels d'une apparition publique

- Promouvoir le degré de notoriété des samaritains.
- Montrer nos activités.
- Accroître le degré de notoriété de la section.
- Acquérir de nouveaux membres.
- Inciter les membres passifs à faire des dons.
- Acquérir des participants aux cours.
- Nouer de nouveaux contacts avec la population.
- Nouer de nouveaux contacts avec les partenaires.

## Objectifs quantitatifs d'une apparition publique

- 500 visiteurs nos activités sur le stand.
- 50 entretiens menés avec des visiteurs.
- 10 nouveaux clients potentiels identifiés.
- 100 programmes de cours distribués.
- 20 participants à des cours acquis.

## Groupes cibles potentiels

- Population de la commune
- Population du canton
- Anciens participants à des cours
- Clients d'entreprises
- Partenaires et sponsors

## Inscription

- S'enquérir à temps du délai d'inscription.
- Adjoindre à l'inscription un contact personnel.

## Emplacement

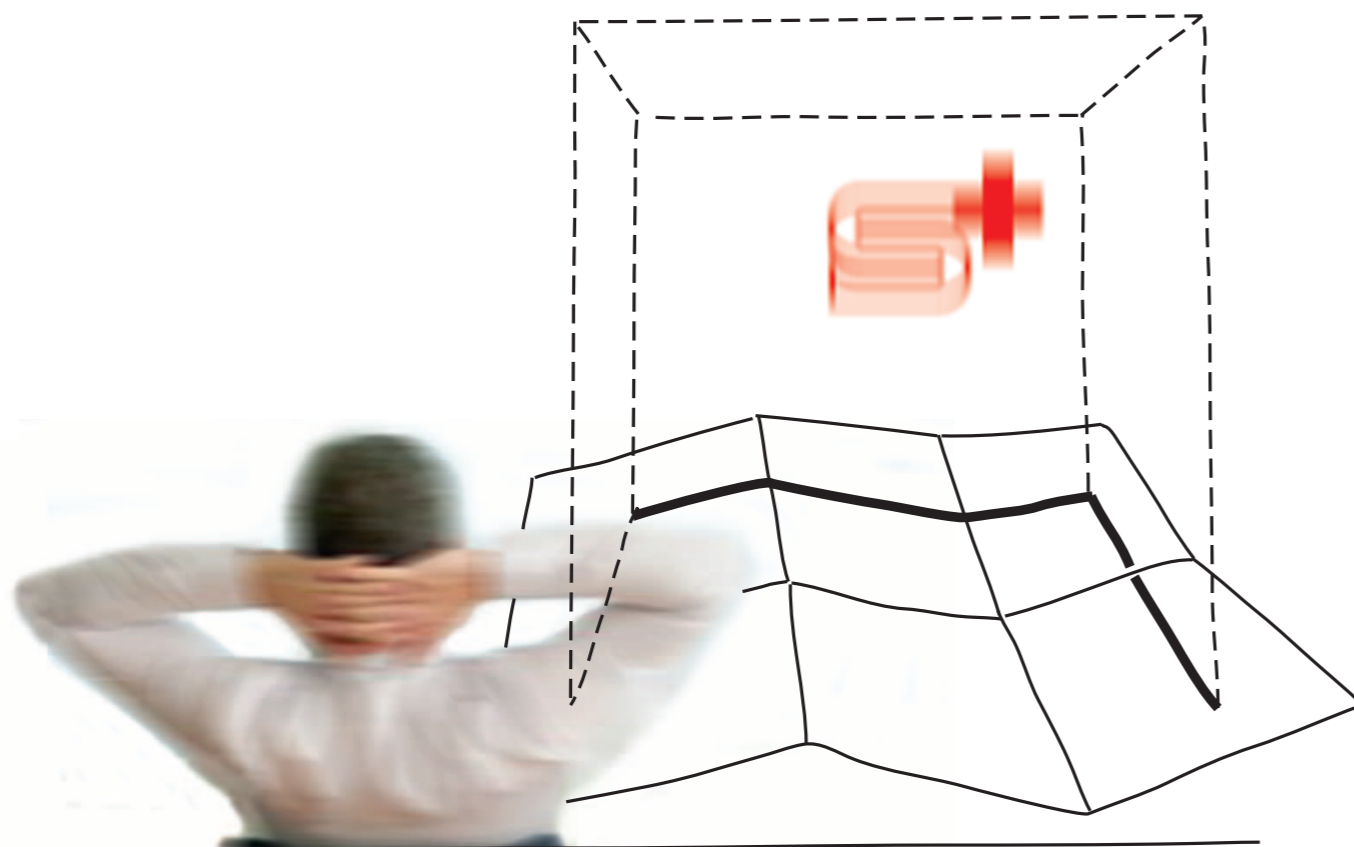
- Tentez d'obtenir un emplacement favorable pour vous :
  - dans le premier tiers du flux des visiteurs
  - sur la partie droite du sens de circulation
- Voulez-vous installer un stand à l'extérieur ?
- Voulez-vous vous placer près des « aimants à visiteurs » que sont WC, bars, restaurants, services d'information de l'exposition ?
- Est-il possible d'accepter des co-exposants ?
- Si aucun stand personnel n'entre en ligne de compte : est-il possible de participer à un stand commun ?
- À défaut d'un stand, voulez-vous être présent par d'autres mesures ?
  - en proposant des prospectus
  - par un affichage publicitaire
  - en distribuant du matériel d'information
  - par le biais de séminaires et de manifestations spécialisées

## Mesures

- Fixer le point essentiel, le thème.
- Impliquer le(s) partenaire(s).
- Définir le message. Se focaliser sur *un* message, renforce l'effet et facilite le travail du personnel sur le stand.

## Personnel

- Y a-t-il suffisamment de samaritaines et de samaritains motivés, prêts à apporter leur concours à cette exposition ?



## Planification de la participation à l'exposition 2

La planification de la participation à une expo commence par l'aménagement de la présentation. Une fois cet aménagement fixé, les mesures individuelles à y associer seront décidées. Les objectifs seront décidés de l'apparition en public d'une part et les instructions de l'organisateur d'autre part sont déterminants pour l'aménagement.

### Fixer le thème

Il peut être utile de choisir un slogan ou un motif. Les éléments de l'exposition, c'est-à-dire le stand, les actions et le personnel du stand, devront ensuite être en accord avec le thème choisi. En fonction de l'importance de l'exposition, il vaut la peine d'établir une esquisse, voire un modèle du stand, ce qui permettra aux responsables d'avoir une meilleure représentation des déroulements et des éléments à acquérir.

Si vous possédez votre propre stand d'exposition, il est important de savoir suffisamment tôt s'il faut le remanier sur le plan technique ou conceptuel ou s'il convient de charger un installateur de l'aménagement et du montage du stand.

L'aménagement du stand incitera les visiteurs d'en franchir ou non le seuil. Parmi les facteurs d'influence importants, citons la lumière (les gens dirigent leur regard vers la clarté) et les bruits. Il existe également des pôles d'attraction qui ne coûtent quasiment rien, tels qu'un support distributeur de sacs pour prospectus ou une corbeille garnie de fruits – corbeille placée de façon telle que le visiteur ne soit pas obligé de pénétrer dans le stand, mais puisse se servir de façon « anonyme ». Cette façon de procéder permet alors d'adresser la parole au visiteur.

Lors de la planification détaillée, il est important de simuler le déroulement du montage du stand, c'est-à-dire se représenter chaque étape, afin de planifier toutes les mesures dans le bon ordre.

Display module A

Display module B

Comptoir

**Offre d'achat pour modules de stand ASS**

Il est possible d'acquérir maintenant pour votre exposition, à des conditions avantageuses, les displays « Quick-o-rama » et les comptoirs assortis, dans le look samaritain :

[www.samaritains.ch](http://www.samaritains.ch) ou <http://shop.samariter.ch>

### Les contraintes déterminantes

- Les instructions de l'organisateur doivent être étudiées soigneusement pour éviter toute surprise.

### Aménagement du stand

- En cas de besoin, se procurer des offres auprès de différents constructeurs de stand :
  - Mode de construction
  - Répartition de l'espace
  - Aménagement des couleurs
  - Revêtement du sol
  - Écrans et revêtement mural
  - Inscriptions (intérieures et extérieures)
  - Aménagement du plafond (ouvert ou fermé)
  - Éclairage (intérieur et extérieur)
  - Décoration (intérieure et extérieure)
- L'ASS propose des parois murales d'exposition en location. Réservez-en une à temps : tél. 062 286 02 28
- L'ASS vous offre la possibilité de vous procurer un stand (paroi murale d'exposition y compris comptoir, drapeaux samaritains, etc.) à des conditions très avantageuses.
- Vous trouverez également auprès de l'ASS du mobilier et des éléments décoratifs :
  - Chaises de camping, nappes, serviettes, Sami en peluche, etc.
  - Affiches, prospectus, cartes à remplir soi-même et à imprimer (disponibles à partir de mi-2011)
  - Cadeaux publicitaires (give-aways), tels que nounours en gélatine, pastilles au sucre de raisin, étuis à pansement, brochures, etc.
- Drapeaux samaritains
- Vous trouverez tous ces articles sur le site [www.samaritains.ch](http://www.samaritains.ch) ou [shop.samariter.ch](http://shop.samariter.ch).

### Éléments de présentation

- Ce qui est à lire par le visiteur doit se trouver à hauteur des yeux ou en dessous. Il est rare qu'on lise plus d'une phrase.
- Présentoirs pour pièces d'exposition, vitrines d'exposition
- Médias de démonstration (p. ex. vidéo)
- Schémas, diagrammes, affiches
- Photos, graphiques
- Écran

### Établissement d'un planning

- Le but du planning est de permettre aux participants de savoir ce qu'ils ont à livrer à quelle date.
- Un diagramme à barres favorise un meilleur aperçu.

### Finances

- Charges et revenus de l'exposition sont à budgéter puis à décompter au fur et à mesure.
- Parmi les charges figurent : frais de personnel, loyers, installation, communication, restauration, assurances
- Parmi les revenus, on trouve : contributions de sponsors, budget annuel
- Vérifiez si des objets, du matériel et des personnes doivent être couverts par une assurance.
- Les sections et associations de samaritains ont la possibilité de conclure, par le biais de l'ASS, une assurance volontaire d'inventaire de courte durée (*annexe 1 à ZO 273*).

## Montage du stand d'exposition 3

### Engagement du personnel

Avant le montage du stand d'exposition, il convient de planifier à temps l'intervention du personnel. Trois phases entrent en ligne de compte :

- Montage
- Exploitation
- Démontage

Les fonctions (rôles) et horaires d'intervention doivent être fixé, ainsi le personnel pourra être affecté de façon opportune. Si ce travail préparatoire est fait avec soin, les « plus acharnés à la tâche » ne seront pas mis à contribution de façon exagérée et ne finiront pas par se démotiver. Il est recommandé de réunir préalablement le personnel, à l'occasion d'une journée ou soirée d'information, afin de discuter des points importants. À cette occasion, le personnel pourra s'exercer à s'adresser aux visiteurs.

### Communication

Environ six semaines avant le début de l'exposition, il s'agira d'organiser toutes les mesures relatives aux médias et à la promotion publicitaire doivent être prises.

### Organisation de l'exposition

Ce n'est que peu avant la mise en place de l'exposition que tous les détails de l'organisation – du point de vue de l'organisateur – pourront être éclaircis. Tels que des places de stationnement, du service de nettoyage, du service de surveillance, de manifestations diverses, etc.

### Réception du stand fourni par l'organisateur

Cela vaut la peine de préparer une quittance pour la réception du stand fourni par l'organisateur, quittance reprenant toutes les positions commandées. Ce papier vous servira de liste de contrôle, aussi bien lors de la réception que lors de la restitution du stand. Lors de la restitution, à la fin de l'exposition, cette quittance devra être signée par l'organisateur.

### Contrôle du matériel

Dès que le matériel destiné au stand aura été livré, il s'agira, sur la base des commandes, de contrôler et cocher les positions individuelles.

### Montage

Ensuite, seulement le stand est monté. Lorsque le stand et le mobilier sont en place, un nettoyage est nécessaire. Ce n'est qu'à la suite de ce nettoyage que l'ensemble du matériel est installé.

### Communication

- Coordonner la communication avec le restant des activités de communication.
- Organiser des actions de courriels directs, définir les destinataires.
- Prendre des mesures de relations publiques.
- Planifier les contacts avec les médias.
- Informer les médias et obtenir des articles rédactionnels, notamment lorsqu'une attraction particulière ou une nouveauté est présentée au stand.
- Si la manifestation est organisée par les samaritains : Lancer la publicité (affiches, petites annonces, etc.) Dans le cas contraire, cette démarche incombe à l'organisateur de l'exposition.
- Publier l'information concernant l'apparition publique planifiée sur le site personnel et lancer éventuellement la publicité sur bannière auprès des correspondants e-mail.
- Procéder à des inscriptions dans divers calendriers de manifestations dans les médias, sur Internet, etc.
- Envoyer des invitations à des groupes cibles (éventuellement avec des cartes/bons d'entrée).

### Fonctions et responsabilités

- Responsables de l'exposition
- Briefing des participants
- Acquisition du matériel
- Construction du stand
- Ravitaillement
- Statistiques
- Reportage (images, texte)

### Transports

- Le transport du matériel jusqu'au lieu de la manifestation devra être organisé.
- Il s'agira d'accorder une attention toute particulière au transport à l'intérieur même d'un pavillon d'exposition (place limitée, escaliers, ascenseurs, etc.)



## Exploitation du stand d'exposition 4

### Intervention du personnel

Pendant l'exposition également, les responsabilités doivent être clairement réparties. En particulier, chaque personne sera informée et instruite au moment de débiter son travail en équipe. Lors d'une longue durée de travail, il est important d'octroyer régulièrement une pause à chaque personne. Il faudra veiller à cela.

### Contacts avec les visiteurs

Les contacts avec les visiteurs constituent l'élément essentiel de cette exposition. À l'issue de l'expo, ces contacts devront, d'une part, faire l'objet d'un dépouillement statistique et, d'autre part, être utilisés directement. Ceci nécessite un enregistrement continu de diverses informations. Les reportages au moyen de photos et de texte pourront être utilisés pour le journal interne et pour le site Web. Ils pourraient éventuellement être remis aux hôtes plus tard.

### Comportement au stand

La réussite de l'apparition publique dépend en premier lieu du comportement du personnel opérant sur le stand. L'aménagement du stand est moins important que le comportement du personnel.



### Ce qui dissuade le visiteur à se rendre sur le stand :

- Tenez-vous devant le stand, bien campée sur vos deux jambes, et fixez d'un œil scrutateur le flot de visiteurs. Chaque visiteur arrivé à la hauteur du stand se dépêchera de se dérober à votre abord.
- Demandez au visiteur si vous pouvez l'aider. Il vous répondra que personne et plus rien ne pourra plus l'aider et se hâtera de déguerpir.
- Assis au bar, vous passez votre temps à jouer avec votre propre verre, en compagnie d'un(e) autre samaritain(e). Les visiteurs auront vite compris qu'ils ne sont pas les bienvenus et passeront poliment leur chemin.



### Ce qui incite le visiteur à se rendre sur le stand :

- Distribuez des petits cadeaux ou bons-cadeaux sans vous éloigner du stand et sans en bloquer l'accès.
- Distribuez des talons de participation à un jeu-concours, qui ne peuvent être remplis qu'au stand.
- Tenez-vous au milieu du passage, pour ralentir le flot de visiteurs (effet de goulet d'étranglement, à réaliser si possible à deux).
- Attendez que le visiteur soit au niveau du distributeur de prospectus et consultez vos informations. Rejoignez-le et saluez-le en esquissant un sourire engageant, par ex. de la façon suivante : « Bonjour, je m'appelle Valérie Cazzin. » Pause – et attendez que le visiteur se présente à son tour. Tendez-lui la main ! Puis : « Que savez-vous déjà de notre organisation ? ... »
- Exercez-vous préalablement à vous adresser aux visiteurs !
- Concentrez votre attention sur un objet bien précis de l'expo. Le visiteur regardera par-dessus votre épaule et une discussion pourra s'engager plus facilement.

### Saisie de données

- Le nombre de visiteurs passant devant le stand sans s'arrêter ne sera qu'estimé.
- Les visiteurs s'arrêtant au stand seront comptés.
- Chaque visiteur sera identifié, si possible.
- Une brève notice (mots-clés) sera faite de chaque entretien.
- Saisir si possible l'adresse du visiteur.
- Notez sur-le-champ les idées d'amélioration.

### Cas spécifique : stand des samaritains

Si d'aventure un visiteur de l'exposition a un « bobo », il attendra de l'aide de la part des samaritains, même sur un stand d'exposition. Selon le cas, il sera possible de lui porter aide immédiatement ou de l'accompagner au poste sanitaire.

« Règles pratiques de la foire », voir liste de contrôle 4 !

## Démontage du stand / exploitation de l'apparition publique 5

### Démontage de l'exposition

Tout le personnel du stand a ardemment attendu la fin de l'exposition. À cet instant, il est particulièrement important que les responsables maintiennent tout le processus sous contrôle. Dans un premier temps, il faudra mettre en sécurité les objets de valeur. Puis il faudra acheminer jusqu'au stand le matériel d'emballage mis de côté. Ensuite, tout le matériel sera enlevé du stand. Ce n'est qu'à ce stade que le stand sera démonté. Pour finir, l'emplacement même du stand sera nettoyé.

Si possible, restituer l'ensemble du matériel à un représentant de l'organisateur... sans oublier de faire signer la quittance de restitution.

### Exploitation de l'exposition

L'exploitation de l'exposition commence par un compte-rendu quotidien. Il permet de procéder à des améliorations immédiates pendant l'exposition.

À l'issue de l'exposition, toutes les données sont collectées et dépouillées :

- Vérification du respect du devis,
- Exploitation statistique comparée à l'année précédente ou à une autre manifestation,
- Consignation des propositions d'amélioration pour des manifestations futures.

Après l'exposition, il s'agira de tirer profit des efforts déployés :

- Que va-t-il maintenant se passer avec tous ces nouveaux contacts ?
- Qui les suivra et comment ?
- Comment les visiteurs, avec lesquels quelques propos seulement ont été échangés durant l'exposition, deviendront-ils des bienfaiteurs, des membres, des partenaires ?

### Exploitation interne

- Idées d'amélioration concernant le stand.
- Idées d'amélioration concernant la planification.
- Faut-il réparer des dommages de transport et / ou les signaler aux assurances ?
- Comparer montants budgétés et dépenses réelles.
- Analyser les causes d'un dépassement éventuel des coûts afin d'empêcher, dans la mesure du possible, que cela ne se reproduise à l'avenir.
- Collecter l'ensemble des notes d'entretien, des coupons, des commandes ainsi que les statistiques portant sur les visiteurs.
- Dépouiller et comparer les rapports d'ordre général et les notes de presse.
- Rédiger le rapport d'exposition concernant concept, déroulement, proportions de visiteurs, discussions et opinions.
- Remercier à tous les participants; organiser éventuellement un repas à l'attention des aides.

### Exploitation externe

- Dépouiller le jeu-concours.
- Dépouiller les notes et procéder à l'éclaircissement des points en suspens.
- Saisir les adresses des visiteurs du stand dans le fichier des adresses.
- Poster en contact avec les visiteurs du stand : par ex. une lettre de remerciement pour leur visite au stand, accompagnée d'une invitation pour le prochain exercice ou séance de transfusion sanguine, etc. L'idéal serait d'adresser régulièrement les nouvelles informations aux visiteurs reçus sur le stand, éventuellement sous forme de « Newsletter ».
- Les personnes qui ont manifesté leur intérêt à devenir membre convier personnellement à des journées d'initiation (avec accompagnement personnel).
- Attirer l'attention des personnes intéressées à la participation à un cours aux dates du prochain cours souhaité.
- Téléphoner c'est mieux qu'écrire. Téléphoner au client personnellement et ne vous laissez pas éconduire par sa secrétaire.
- Reprendre contact prématurément, c'est mieux que trop tard. Aussi, n'hésitez pas à téléphoner quelques jours déjà après la fin de l'exposition.
- Publier un communiqué de presse « La section de samaritains se présentait avec succès ... » (avec photo) voir guide pratique « Communiquer avec les média ».



## Liste de contrôle

### Décision de participation à l'exposition 1

#### Occasions de participation à une exposition

- Le programme annuel de l'union des petites et moyennes entreprises commerciales et artisanales est contrôlé.
- Les membres du comité sont sensibilisés à débusquer des occasions d'exposition.
- Une exposition est comprise dans le budget.
- Le délai d'inscription est connu.

#### Objectifs

- Les objectifs de l'expo sont formulés.
- Le groupe cible est décrit.
- La démarche menant à l'objectif est formulée.
- Les partenaires potentiels sont connus.
- Les sponsors potentiels sont connus.
- Les prestations et produits à présenter à l'expo sont déterminés.
- Les priorités sont fixées.

#### Inscription

- La réalisation de l'expo est décidée par le comité.
- La personne responsable de cette expo est désignée.
- L'inscription auprès de l'organisateur est faite.
- Les préférences relatives à l'emplacement du stand sont communiquées.
- Les documents de l'organisateur sont obtenus.

#### Directives relatives à l'exposition

- Le contrat avec l'organisateur est étudié.
- Les directives concernant la construction du stand sont connues.
- Les prescriptions des services d'urbanisme sont connues.
- Les prescriptions des services de lutte contre le feu sont connues.
- Les prescriptions légales relatives à l'exercice des professions artisanales, commerciales et industrielles sont connues.
- Les prescriptions en matière de droit du travail sont connues.
- Les prescriptions en matière de droit d'auteur sont connues.
- Les prescriptions en matière d'assurances sont connues.
- Les prescriptions en matière d'installation de stand sont connues.
- Les places de stationnement sont connues.
- L'inscription sur la liste des exposants est faite.
- L'utilisation du matériel publicitaire de l'organisateur (affiches, autocollants, brochures) est contrôlée.

#### Contenus à présenter

- Cours
- Camaraderie
- Collaboration avec les sapeurs-pompiers
- Interventions localement connues, effectuées dans le passé
- Défibrillateur

#### Activités sur le stand

- Démonstration BLS/AED avec participation du public.
- Procéder à des maquillages ou poser des bandages (les enfants le font avec grand plaisir et ils ont ainsi l'occasion de discuter avec les adultes).
- Mesure de l'artérielle
- Vente d'articles de premiers secours (obtenez les articles nécessaires en consigne, auprès du service des ventes).
- Testez les visiteurs et laissez-les poser un bandage.
- Organisez un jeu-concours, par ex. :
  - Posez trois questions sur les activités ou sur les éléments d'exposition de votre stand.
  - Posez des questions concernant les prestations des samaritains ou les aides en matière de premiers secours.
  - Organisez un concours de dessin pour les enfants : « Dessine ton Sami préféré ». (Dans toute l'agitation d'une expo, les enfants se réjouissent de trouver un peu de calme. Pendant ce temps, vous avez l'occasion de discuter avec leurs parents.)
  - Suspendez des Sami en peluche sur tout le stand et demandez aux visiteurs d'estimer leur nombre exact.
- Indiquez la palette de cours spécialisés pour professionnels aux autres exposants.
- Intégrez les groupes de jeunesse samaritaines Help.

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

## Liste de contrôle

### Planification de la participation à l'exposition 2

#### Aménagement du stand

- Les dimensions du stand sont connues.
  - Largeur du stand : \_\_\_\_\_
  - Profondeur du stand : \_\_\_\_\_
  - Hauteur du stand : \_\_\_\_\_
- Forme du stand (en enfilade, en tête ou fin de rangée, en angle, en bloc central indépendant)
- Le constructeur du stand est désigné.
- La proposition d'aménagement est faite.
- Le sens de circulation le long du stand est pris en considération.
- Les vitrines, rayonnages, présentoirs sont en nombre suffisant pour la présentation des produits.
- Des places de discussion sont prévues.
- Le point d'attraction pour les visiteurs est planifié.
- L'emplacement de stockage est suffisant pour le matériel et le ravitaillement.
- L'aménagement du stand est conforme aux prescriptions.
- L'aménagement du stand est conforme au budget.
- L'aménagement du stand est approuvé.

#### Calendrier

- Le calendrier est fixé (qui, quoi, quand).
- Le diagramme à barres est établi.

#### Commandes

- La construction du stand est commandée.
- Le branchement électrique est commandé.
- L'éclairage est commandé.
- Le branchement d'eau est commandé.
- Le branchement d'air comprimé est commandé.
- Le branchement téléphonique est commandé.
- Le branchement Internet est commandé.
- Le branchement TV est commandé.
- Les sièges sont commandés.
- Les vitrines sont commandées.
- Les tableaux muraux de présentation sont commandés.

#### Transport

- Le transport du matériel au lieu de l'exposition est organisé.
- Les moyens de transport dans le pavillon sont organisés.
- Le transport retour (en fin d'exposition) est organisé.

#### Équipement du stand

- Voir liste de contrôle 3

#### Matériel publicitaire

- Les prospectus sont commandés.
- Les listes de prix sont réalisées.
- Les cadeaux publicitaires sont commandés.
- Les sacs sont commandés.
- Les formulaires pour notices d'entretiens sont imprimés.
- Les cartes de visite sont commandées.
- Le jeu-concours est organisé.
- Les travaux (textes et photos) pour les médias sont réalisés.

#### Assurances

- Une assurance transport est conclue.
- Une assurance responsabilité civile est signée.

#### Finances

- Les postes de charges sont définis.
- Les postes de revenus sont définis.
- Le décompte final est organisé.

## Liste de contrôle

Montage du stand d'exposition **3****Intervention du personnel**

- Les fonctions pour le montage sont précisées.
- Le plan d'intervention pour le montage est fixé.
- Les fonctions pour l'exploitation sont fixées.
- Le plan d'intervention pour l'exploitation est fixé.
- Les fonctions pour le démontage sont fixées.
- Le plan d'intervention pour le démontage est fixé.
- Les hébergements sont organisés.
- Les transports de personnel sont organisés.
- Les directives vestimentaires sont données.
- Les badges nominatifs sont réalisés.

**Communication**

- Les responsables de la communication sont désignés.
- Les contacts avec les médias sont organisés.

**Organisation de l'exposition**

- Les dates de livraison et de montage sont coordonnées.
- Les clés d'accès aux locaux sont remises.
- Le transport dans le pavillon est organisé.
- Les places/bons de stationnement pour le personnel sont commandé(e)s.
- Les tableaux indicateurs sont placés sur la route.
- Le stockage du matériel d'emballage pendant l'exposition est réglé.
- Le nettoyage du stand avant, pendant et après l'exposition est organisé.
- L'évacuation des déchets avant, pendant et après l'exposition est prévue et réglée.
- Il est vérifié ce qui figure et ce qui ne figure pas dans le contrat.
- Les pièces justificatives de la qualité d'exposant ont été commandées.
- Les bons d'entrée pour les clients VIP sont commandés.
- La surveillance du stand est organisée.
- Les informations relatives à l'ensemble de la manifestation sont disponibles.

**Matériel de stand**

- Cloisons déplaçables
- Tables, chaises, sièges de bar
- Éléments de bar
- Réfrigérateur
- Machine à café
- Lumière
- Sonorisation

**Équipement**

- Boîte à outils
- Rallonge électrique
- Rétroprojecteur, projecteur vidéo de données (beamer)
- Diaporamas
- Ordinateurs
- Décoration
- Fleurs, plantes
- Nappes
- Vaisselle : assiettes, fourchettes, cuillères, verres, tasses
- Serviettes
- Ouvre-bouteilles, tire-bouchons, ouvre-boîtes
- Plateaux de service
- Chiffons, seau plastique, produits de nettoyage, poubelles
- Sacs poubelle
- Cassette pour argent
- Monnaie
- Urnes pour jeu-concours
- Stylos à bille
- Matériel sanitaire
- Café, sucre, thé
- Liste des numéros de téléphone mobile du personnel du stand
- Répertoire téléphonique avec les principaux numéros
- Formulaire de contact

## Liste de contrôle

Exploitation du stand d'exposition **4****Contrôles avant le début de l'exposition**

- Toutes les livraisons précédemment commandées sont contrôlées.
- Stand monté conformément aux plans et aux instructions.
- Tous les éléments de l'installation sont en place et en état de marche.
- Les appareils techniques sont contrôlés la veille.
- Le matériel publicitaire est en place.
- Boissons et encas sont livrés.
- Les téléphones et téléphones mobiles fonctionnent.
- Les voisins sont salués et invités.
- Le personnel du stand est informé et instruit.
- Le personnel du stand sait comment tenir les statistiques concernant les visiteurs.
- Chacun et chacune est en mesure de présenter les samaritains en 30 secondes.

**Contrôles pendant l'exposition**

- Les vêtements du personnel sont en ordre.
- Le comportement du personnel est approprié.
- Le personnel fait régulièrement des pauses.
- Les relèves du personnel sont respectées.
- Le matériel publicitaire est en place.
- Les statistiques visiteurs sont tenues.
- Un « débriefing » a lieu à la fin de chaque journée.
- Des photos et enregistrements vidéo sont faits.

**Comportement au stand, « Règles pratiques de la foire »**

- Concentrez-vous sur le visiteur avec lequel vous êtes juste en train de discuter.
- Pour cela, maintenez le contact visuel avec lui, ne « louchez » en aucun cas sur les personnes en train de passer derrière votre interlocuteur.
- Gardez une certaine distance physique par rapport à votre interlocuteur pour ne pas violer sa sphère d'intimité.
- Ne parlez pas à voix haute afin de ne pas paraître prétentieux et suffisant.
- Votre voix doit être calme et le ton régulier, tous deux appropriés à votre interlocuteur.
- N'interrompez jamais votre interlocuteur.
- Laissez-le terminer son propos avant de lui répondre. Vous ferez ainsi preuve de politesse à son égard, et lui-même sera plus à même de vous écouter et de comprendre ce que vous dites.
- Obtenez l'accord de votre interlocuteur pour le recontacter après la foire.
- Consignez sur papier des notices de votre entretien. Votre interlocuteur est en droit d'assister à ce que vous consignez par écrit.
- Expliquez brièvement pourquoi vous prenez des notes écrites.
- Consignez par écrit, au cours de l'entretien et non par la suite, toutes les informations reçues.
- Ne perdez pas des yeux les visiteurs quelque peu moins hardis qui se tiennent légèrement en retrait.
- Les démonstrations au stand ne devraient jamais durer plus de dix minutes. Les visiteurs ne s'attardent en moyenne que maximum quinze minutes à un stand.
- Respectez les consignes vestimentaires.
- Contrôlez votre comportement en matière de boisson – également vers la fin de la journée d'exposition.

## Liste de contrôle

### Démontage du stand / exploitation de l'apparition publique **5**

#### Préparation du démontage du stand

- Les responsables du démontage sont désignés.
- Le personnel auxiliaire (aides) est organisé en nombre suffisant.
- Les billets d'entrée pour véhicules sont disponibles.
- La chronologie du démontage est fixée.
- Le lieu de destination de la décoration florale est fixé.
- Les transports sur le terrain de l'exposition sont organisés.
- Les transports externes sont organisés.
- L'évacuation des déchets est organisée.

#### Démontage du stand

- Notes et statistiques sont mises en sûreté.
- La surveillance anti-cambriolage est organisée.
- Les objets de valeur sont placés sous clé.
- Le matériel pour le transport retour (évacuation) est préparé.
- L'infrastructure est démontée.

#### Restitution de tous les objets empruntés

- Lampes et spots
- Mobilier
- Tapis
- Réfrigérateurs
- Appareils électriques
- Système de montage du stand

#### Remise en état de l'emplacement du stand

- Les objets trouvés sont rassemblés.
- L'emplacement du stand est nettoyé.
- La restitution au représentant de l'organisateur est faite.

#### Remarques

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Imprimez une copie de cette liste de contrôle ! Biffez toutes les positions que vous ne tenez pas à réaliser ! Ajoutez d'autres positions ne figurant pas encore sur la liste ! Cochez chaque position réalisée !

[www.samaritains.ch/fr/i/expositions5.html](http://www.samaritains.ch/fr/i/expositions5.html)

### TOP 10 – Voilà pourquoi je fais partie de la section

#### Arguments pour devenir membre d'une section de samaritains

1. Je sais ce qu'il faut faire en cas d'urgence.
2. Je sais m'aider moi-même en cas d'accident à la maison.
3. Je n'ai pas de sentiment d'impuissance sans savoir quoi faire en cas d'accident de la route.
4. Je vis des expériences formidables pendant les services samaritains.
5. J'acquiers des connaissances dans les domaines de la médecine et des premiers secours (formation et formation continue).
6. J'apprécie la bonne ambiance qui règne dans la section et les moments de plaisirs partagés.
7. Camaraderie, convivialité et esprit d'équipe constituent les fondements de nos activités et j'aime pouvoir y contribuer.
8. Le savoir-faire secouriste acquis au sein de la section m'est aussi utile dans ma vie professionnelle et privée.
9. Je fais des expériences enrichissantes lors de mes interventions de premiers secours.
10. Mon entourage me respecte, car les samaritains et leur travail sont très largement appréciés.

## Contacts

Alliance suisse des samaritains (ASS)  
Marketing  
Martin-Disteli-Strasse 27  
4601 Olten

L'équipe de marketing est à vos côtés !  
Envoyez-nous un e-mail à l'adresse [marketing@samariter.ch](mailto:marketing@samariter.ch) ou appelez-nous en composant le **062 286 02 28 / 062 286 02 24**.

Sans doute avez-vous encore bien d'autres idées – Partagez-les avec nous et communiquez-les à l'adresse [marketing@samariter.ch](mailto:marketing@samariter.ch)