Actume.org

Journée Solidaire ACTUME

- Atelier1 : Gestion de dons et Base de données
- Atelier2 : Action solidaire
- Atelier3 : Support de communication : vidéo
- Atelier4 : Communication digitale

2 juillet 2014

Mécénat de compétences !

Devenez un IBMer Solidaire

Actume.org

Journée Solidaire ACTUME

Atelier1 : Gestion de dons et Base de données

Team :

- Camillle Ovanon
- Robin Fraudeau
- Gaelle Dussutour
- Mamadou Niang
- Oumar Kane

2 juillet 2014

Mécénat de compétences !

Devenez un IBMer Solidaire

Atelier1 : Gestion de dons / Base de données

- Expérimentation d'une plate-forme de gestion de dons, d'événements et d'adhésions
  - helloasso.com
  - espace ACTUME
- Mise en place d'une base de données (excel)
  - Fusion de tous les répertoires : adhésion, participations, contacts en France et Mauritanie depuis la création de l'association (environ 2200 contacts)

© actume.org

Plate-forme de gestion de dons

- Présentations de l'association
  - Collecte de dons caravane de santé 2015

Lancez la campagne : Association ACTUME – Santé pour tous !

© actume.org

Mise en place d'une base de données (excel)

- Paramétrage de la base

Qualité	Nom	Prénom	E-mail	Catégorie	Organisme
M.	WARLOP	JEAN DOMINIQUE	jean-dominique.warlop@radiofrance.com	Journaliste	
M.	BOSREDON	MICKAEL	grandparis@20minutes.fr	Journaliste	
M.	ASSAYAG	WILLIAM	wassayag@20minutes.fr	Journaliste	
M.	COLOMBET	HERVE	92express@cg92.fr	Journaliste	
M.	TILLOY	JEAN	jean.tilloy@actu-idf.com	Journaliste	
MME	DIECKY	EUGENIE	NC	Journaliste	

  - Export des différents fichiers (word, excel…)

- Publipostage : extraction des données.

«Qualité» ***«Nom», «Prénom»***
«Fonction»
«Email»

M. ***VEILLON, ERIC***
Rédaction en Chef
eric.veillon@wanadoo.fr

- Export des données vers une base relationnelle

La base de données est exploitable via SQL (des requêtes élaborées)

Actume.org

Merci

Journée Solidaire ACTUME Team Communication, Marque & Publicité

Mécénat de compétences !

Devenez un IBMer Solidaire

Exemples d'action solidaire :

<table>
<tr><td>1) Objectif : créer un partenariat</td><td>1) Objectif : trouver des bénévoles pour mettre en oeuvre une action solidaire donnée sur le territoire mauritanien</td></tr>
<tr><td colspan="2">Remarques
• L'objectif se décline en sous-objectifs qui peuvent être généraux ou spécifiques
• Penser à nommer les personnes responsables des différentes activités et étapes du plan.
• Prendre en compte les impératifs, délais et process des organismes partenaires, s'il y a
• Raisonner en termes de moyens, coûts, délais ; réviser les objectifs aussitôt qu'un changement survient</td></tr>
<tr><td colspan="2">2) Définir les leviers à activer pour approcher notre public</td></tr>
<tr><td>Partenaires potentiels : laboratoires, universités, organismes de recherche, hôpitaux, influenceurs (religieux, élus, vedettes)
Exemples
• Institut Pasteur
• Organismes spécialisés à Bordeaux, Marseille</td><td>Collaborateurs potentiels : bénévoles qualifiés (médecins, juristes, artisans, etc.) ou non qualifiés (bénévoles grand public, jeunes en difficulté ou en rupture de vie)
Exemples
Médecins généralistes et spécialistes des maladies tropicales, pneumologues, gynécologues, chirurgiens et dentistes</td></tr>
<tr><td colspan="2">Remarques
Vedettes et célébrités sont nos potentiels « ambassadeurs de bonne volonté » dont il faut avoir au moins un.</td></tr>
<tr><td>Exemples
Chercheurs éminents, cadres ou chefs d'entreprise</td><td>Exemples
Sportifs ou artistes d'origine mauritanienne ou sénégalaise, tels que : Myriam Soumaré (athlète), Omar Sy (acteur), Stéphane Diagana, Adam Aba, Baaba Maal (musiciens)</td></tr>
<tr><td>Avantages
Pousser les portes autrement inaccessibles</td><td>Avantages
L'ambassadeur devient lui-même vecteur pour, notamment, sensibiliser le grand public</td></tr>
<tr><td colspan="2">3) Solutions : techniques d'approche de notre audience</td></tr>
<tr><td colspan="2">Un plan d'approche spécifique selon le public</td></tr>
</table>

Journée Solidaire – 2 juillet 2014

Atelier 2

« Planifier une action solidaire et définir une stratégie pour recruter/fidéliser des bénévoles et collecter des dons en ligne »

Compte-rendu

Participants
Isabelle Biadatti, Marie-Line Bonilauri, Constance Bordes, Oumar Diagne, Jean-Michel Gras, Kiril Isakov, Aïssata Kane, Ciré Sy, Salif Lam

Rapporteur
Kiril Isakov

Table des matières

I – « Planifier une action solidaire »

II – « Définir une stratégie pour recruter/fidéliser des bénévoles »

III – « Définir une stratégie pour collecter des dons en ligne »

* * *

I – « Planifier une action solidaire »

Besoin :

Définir une méthodologie de planification d'actions solidaires.

Proposition :

Voici une méthodologie calée sur celle d'un plan de communication. En résumé, avant de planifier (dernière étape), il faut : identifier les problèmes, les besoins et définir les objectifs en termes de résultats attendus (1), ensuite décrire, documenter et argumenter chacun (1'), ensuite choisir le public visé, autrement dit l'audience à laquelle on s'adresse (2) et enfin élaborer des solutions et propositions (3). La planification (4) se fait en rétroplanning à partir du futur jour J vers le moment présent.

Exemples Témoignages de ceux qui ont réussi à vaincre la maladie grâce à une action humanitaire mise en oeuvre près de leur lieu d'habitat → Cf partie III	***Exemples*** Témoignages de ceux qui ont déjà vécu l'expérience d'un voyage humanitaire → Cf partie II
4) Rétroplanning	

Remarques

- Pendant la phase de préparation :
  - veiller à ce que le projet avance au pas avec le calendrier, cela en termes de délais mais aussi de moyens et de coûts ; si difficulté : réviser les objectifs à la baisse
- À la fin du projet :
  - apprécier le rendu par rapport aux objectifs et résultats attendus initialement selon différents indicateurs de performance
  - faire un rapport, y relever les meilleures pratiques (les méthodes les plus efficaces, les plus percutantes, etc.), les points à retenir (en dégager des recommandations), les difficultés et erreurs rencontrées, etc.

Exemples concrets d'action humanitaire

Besoin : Pouvoir planifier des « projets structurés », autrement dit des actions solidaires qui s'étendent sur un an et qui soient reconductibles. Ce qui se fait actuellement, ce sont des projets courts qui courent sur 6 mois maximum, toujours axés autour d'événements ponctuels (épidémie, cataclysme, etc.)	***Proposition :*** Définir et classer les problèmes (les maladies, le manque d'éducation et la désinformation de la part des influenceurs locaux, l'insécurité, des inégalités, etc.) et diverses propositions pour y remédier.
Besoin : Trouver des actions solidaires immédiates, bénéfiques à la communauté directement. Ce qui se fait actuellement : un caravane à thème (exemple : caravane soins dentaires) en résidence pendant une dizaine de jours	***Proposition :*** Mettre au point un mini-laboratoire rapide, mobile, itinérant, équipé aussi bien pour prévenir que pour soigner et guérir. Exemple : un camion médical. Pour « s'inspirer », se rapprocher d'un organisme qui en fait déjà (exemple : les camions des Restos du Coeur).
Remarque : Il existe deux « écoles » en matière d'équipement des véhicules médicaux : l'école française, qui	

préconise l'utilisation de véhicules divers (camions, voitures, motos) qui se complètent, et l'école anglo-saxonne qui préfère déployer un gros véhicule (bus, caravane) équipé tout-en-un.	
Besoin : Éduquer des populations autochtones, analphabètes pour beaucoup (ne sachant ni lire ni écrire ni effectuer des calculs).	***Proposition :*** RH : engager un expert en communication interculturelle et un pédagogue. Définir les démarches à suivre et les méthodes pédagogiques qui soient le mieux adaptées à la population autochtone, sans quoi l'action envisagée pourrait être contreproductive. Sinon le texte, s'appuyer davantage sur des images, des témoignages et les influenceurs locaux.

II – « Définir une stratégie pour pour recruter/fidéliser des bénévoles »

Définitions

- Recruter : faire en sorte qu'un bénévole choisisse Actume et pas une autre asso de vocation similaire.
- Fidéliser : renforcer avec le temps le lien entre le bénévole et Actume.

Démarches préalables prioritaires

- Parrain / Ambassadeur de bonne volonté : à trouver rapidement
- Faciliter l'inscription et le renseignement des bénévoles potentiels via le site web d'Actume : y créer un espace de renseignement, présenter les options possibles pour les aspects tels que la période, le lieu, la vocation (donateur ou collaborateur bénévole) ; si bénévole : le niveau de qualification (qualifié ou non) ; si qualifié : le rôle souhaité (les services généraux ou une fonction précise selon le métier du bénévole). Exemple : s'inspirer du site www.Planete-Urgence.org
- Politique RH : poser les limites et arrêter les critères de sélection des candidats pour savoir où s'arrête le recrutement du « tout-venant » contre celui de bénévoles experts / qualifiés.

Où ?	
Besoin : Trouver des bénévoles qui puissent aller oeuvrer sur place et aider le seul infirmier autochtone qui travaille sur place et qui, étant seul, ne peut pas assurer tout le temps.	***Proposition :*** Pour recruter des bénévoles, se rapprocher des organismes comme www.FranceBenevolat.org ; National Malaria Control Programme ; Peace Corps (attention : difficulté) ; se faire référencer par l'Agence du service civique ; créer une alerte sur www.CoordinationSUD.org ; Si besoin, former les nouvelles recrues. Autres moyens possibles : les réseaux sociaux et

	le bouche-à-oreille.

Remarques sur le discours (« éléments de langage »)

- Si grand public :
  - discours concis, percutant et adapté en fonction de l'audience (culture, valeurs et degré d'instruction).
- Si partenaires ou bailleurs de fonds :
  - veiller à être totalement transparent : documenter, inventorier, enregistrer, bien tenir ses comptes

Qui ?

- Bénévoles grand public, qualifiés ou non, ayant un emploi à part
- Bénévoles « professionnels » faisant de l'associatif à temps plein, pour certaines fonctions spécifiques (exemple : engager un expert comptable en tant que trésorier)
- Accès : ou bien libre et ouvert à tout un chacun, ou bien restreint et fonctionnant exclusivement sur recommandation (via le parrainage par un autre membre) et uniquement des candidats ayant des compétences précises
- Contrat de génération

Autres idées

Besoin :	***Proposition :***
Développer la formation des recrues en interne (bénévoles qualifiés qui forment des bénévoles non qualifiés)	Faire l'état des *best practices* (meilleures pratiques) chaque fois qu'une mission aboutit. Les conserver, réutiliser à des fins pédagogiques mais aussi réviser et enrichir. Encourager l'apprentissage entre les bénévoles qualifiés et non qualifiés.

III – « Définir une stratégie pour collecter des dons en ligne »

Besoin :

Besoin d'un budget certain pour pouvoir planifier des « projets structurés », autrement dit des actions solidaires qui s'étendent sur un an et qui soient reconductibles. Ce qui se fait actuellement, ce sont des projets courts qui courent sur 6 mois maximum, toujours axés autour d'événements ponctuels (épidémie, cataclysme, etc.)

Propositions :

- Démarches préalables :
  - élaborer au sein d'Actume des dispositifs de communication interne et externe afin que

tout (la vocation, la nature des actions, le terrain d'action, etc.) soit clair aussi bien pour les membres du bureau d'Actume que pour le public ; et que le discours soit cohérent (élaborer des « éléments de langage »).

- identifier le public visé ; comprendre ses motivations et y répondre :
  - gagner en reconnaissance (exemple : relever et réussir un challenge)
  - vivre une expérience unique (exemple : voyage en Mauritanie, au Sénégal)
  - envie de s'exprimer à travers une action créative
  - gratification pécuniaire ou prix préférentiel
- faire connaître Actume en dehors du cadre mauritanien : voici quelques moyens :
  - créer du contenu :
    - un bandeau publicitaire
    - un spot publicitaire avec une célébrité (autrement dit « ambassadeur/ambassadrice de bonne volonté »)
    - des supports papier à distribuer pour en savoir plus sur Actume, pour aller plus loin
  - proposer un événement de sensibilisation associé à une date spéciale (exemple : une action pour l'éducation des femmes et le 8 mars, la Journée internationale de la femme) :
    - un dîner
    - un défilé
    - un concert
    - un challenge sportif
  - mettre en place des partenariats avec les organisateurs d'événements culturels et proposer au public
  - identifier des donateurs potentiels (cadres d'entreprise, élus) et les approcher individuellement

- S'appuyer sur des plate-formes en ligne déjà existantes :
  - soit pour mettre en place des partenariats de zéro
    - exemple : un partenariat avec le site BlaBlaCar.com pourrait être intéressant dans le cadre de l'action « Camion médical »
  - soit pour s'implanter dessus et faire campagne
    - exemple : des plate-formes participatives comme Ulele.com (crowdfunding), HelloAsso.com, AdMical.org, l'appli Facebook Causes

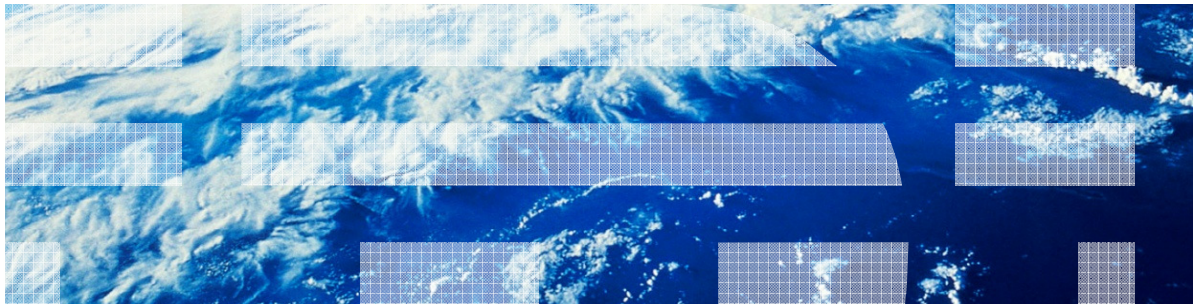
Remarque générale

En ce qui concerne les partenariats, opter pour la diversité et privilégier de nombreux partenariats avec différentes organisations de taille variée plutôt qu'un seul partenariat avec une grande organisation. En effet, traiter avec des organismes humanitaires de grande taille – que ce soit pour obtenir un financement ou pour créer un partenariat – peut s'avérer fastidieux voire contreproductif en raison de leurs critères et *process* très arrêtés et « carrés », tel un cahier des charges, souvent lourds, et un agenda chargé longtemps à l'avance la plupart du temps, ce qui implique des délais

d’attente considérables. Par ailleurs, les approcher avec succès ne peut se faire sans avoir fait du lobbying à temps plein (découvrir leur structure et les dispositifs qui pourraient nous servir ; identifier les personnes à contacter ; ce qu’il faut faire pour « montrer patte blanche » et ne pas se faire rejeter ; comprendre ce qui fait qu’un dossier est accepté et un autre non... etc.)

JOURNEE SOLIDAIRE EQUIPE BRAND & COMMUNICATION
ATELIER 3

Marketing
Communications
Citizenship
IBM France



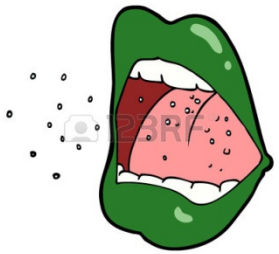
© 2014 IBM Corporation

LA DREAM TEAM ATELIER 3

- Djibril Diaw
- Hana Slaki
- Nathalie Lambeaux
- Ousmane Diagana
- Roger Lluis Verdes
- Willem Gabilly
- Jean-Michel Gras (Dr)

IBM Confidential
© 2014 IBM Corporation

Vidéo et affiche



- **Pourquoi** : Sensibiliser à la tuberculose, ses dangers, moyens de diffusion, conseils de prévention
- **Pour qui :** Population locale, qui ne sait pas toujours lire, qui a besoin de temps pour comprendre
- **Comment** : être percutant, jouer Humour et Peur (nb beaucoup messages via théâtre), introduire interactivité (style quizz post diffusion…)
- Répartir les tonalités par thème :
- **Qui** / **Acteurs : J**eunes / Docteurs / Dady Kane (artiste humoriste) / Personnalité / Professeurs –autorité / Garder même équipe pour faciliter compréhension . Autre idée : diverses acteurs / personnalités représentatives des diverses ethnies .
- **Quand :** Prochaine caravane en février ? Journée mondiale de lutte contre la tuberculose – 21/3 ?
- **Durée :** 2min versus 30sec (population locale non habituée aux spots courts / concentrés) plusieurs vidéos pour chacun des 3 thèmes : Sensibilisation /// Prévention / Protection /// Soin
- **Moyen :** sous titrage / doublage / min de dialogue possible / étudier chapitres différents par thème (conseils / risques …) / format BD / images explicites / storyboard – permet retravailler à école format puzzle/ garder unité style + logo Actume …
- Exemple film d'animation Disney: http://www.ina.fr/video/VDD11021043

=> À véhiculer dans les écoles ? Doublage ?

© 2014 IBM Corporation

La vidéo en scénarios

- **Scénario Sensibilisation / Informer sur la maladie**
- **Tonalité drame**
- 1/ Constat : symptômes de Toux // Sudation nocturne inhabituelle // Perte de poids = Amaigrissement général // grande fatigue
- 2/ Pourquoi : propagation germe ds poumon entourage (cf dessin nuage aérosol) surtout dans pays souvent venteux
- 3/ Risque mortel si aucune action

- **Scénario Prévention / Protection**
- **Tonalité humour**
- 1/ Banaliser geste de protection (coude devant bouche plutôt que main / port d'écharpe-voile) que ce soit une réflexe - notion éducation
- 2/ Distance entre personnes pr éviter propagation
- 3/ Aérer les pièces // Isoler les porteurs –malades

- **Scénario Soin**
- **Tonalité didactique**
- 1/ consulter médecin / démarche proactive
- 2/ action de dépistages
- 3/ Guérir = prendre traitement respecter sa durée et régularité

- **Scénario QUIZZ**
- Vérification compréhension des messages issus des scénarios précédents

IBM Confidential
© 2014 IBM Corporation

- **Planning Vidéo**
- **Objectif : février 2015 lors caravane**

- Moyens techniques (caméras…) , humains notamment impliquer acteurs , financiers
- Rédiger Story-board (partager lors journée association 11 Oct)
- Tourner rushs en Mauritanie, sélectionner , montage des vidéos
- Elaborer sur plan de communication / diffusion « collective » des vidéos (milieu scolaire, bibliothèque…) et poster sur Youtube

- **Affichage – complément aux vidéos**
- Déclinaison de chacun des 3 thèmes ayant fait objet vidéo
- Re-travail à partir des story-boards des vidéos
- Elaborer plan de diffusion affiches

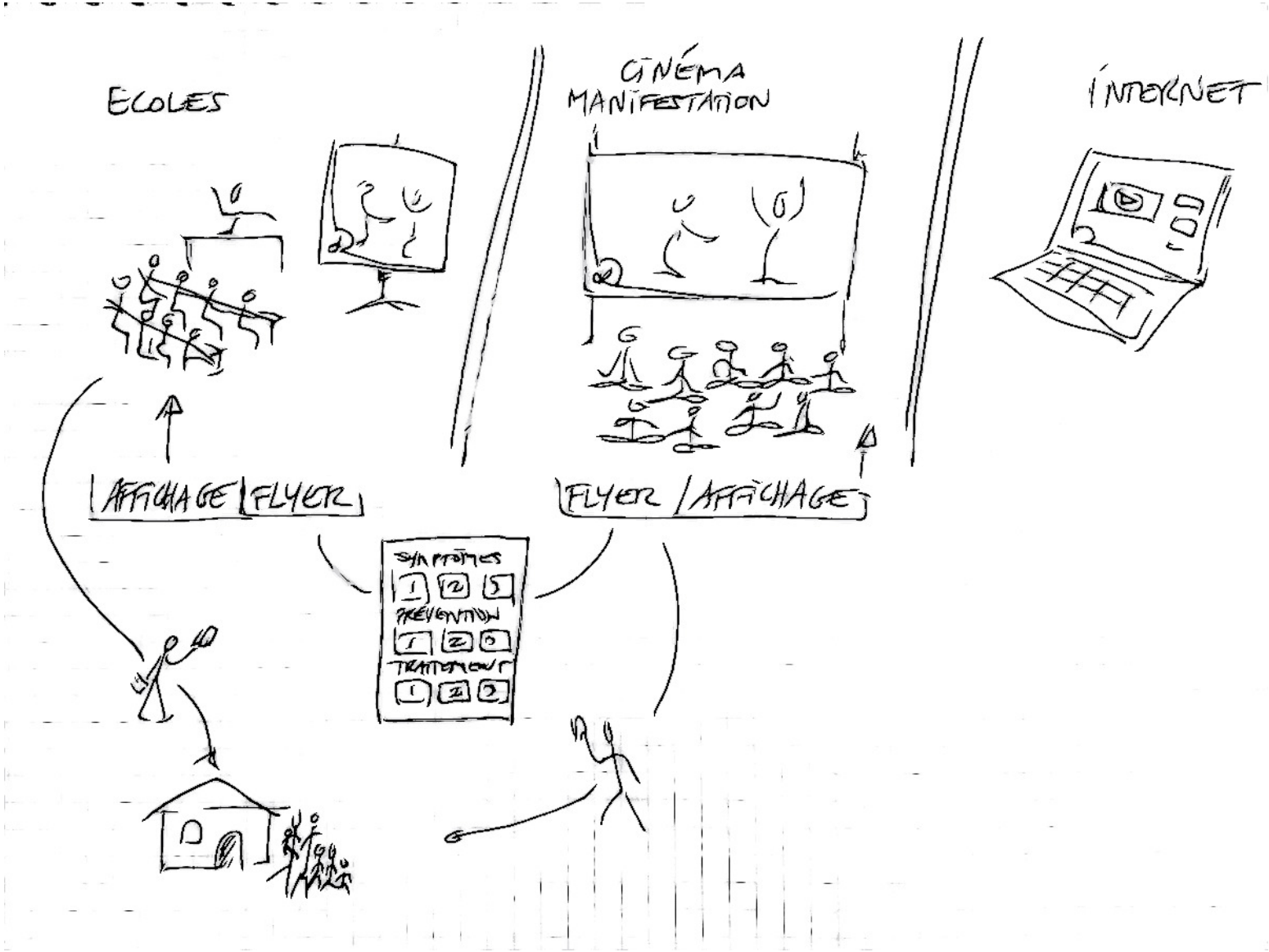
- Etudier usage d'un prospectus issu de ces story-boards pour démultiplier l'information
- Décliner scénarii des vidéos sous format pièce de théâtre avec école

http://www.toutsurlatuberculose.fr/Tout_public/4/animation

IBM Confidential
© 2014 IBM Corporation

ACTUME

Association Contre la Tuberculose et les Maladies Endémiques



© 2014 IBM Corporation

ACTUME 2014 - 2015

Atelier Communication Digitale

-

2 Juillet 2014

Delphine Avomo Evouna
Dominique Libert
Mohamed Djigo
Claire Herrenschmidt
Sandrine Durupt

RAPPEL – Cibles & Besoins d'ACTUME

Cibles

- 3 types de cible à Paris, Bordeaux et Nouakchott
  - Étudiants (médical, paramédical)
  - Professionnels de santé
  - Retraités

Besoins

- **Argent**
  - Aider ACTUME à récolter des fonds pour financer la caravane
- **Matériel médical**
  - Trouver des médicaments, lunettes, pansements, etc.
- **Temps**
  - Se rendre sur place en Mauritanie

ACTIONS POSSIBLES

- Prendre contact avec 1 ou 2 facultés ou écoles (personnes en charge des projets associatifs ou solidaires)
- Effectuer des présentations dans ces organisations

***

•Présentation de l'association aux ALUMNI IBM (retraités IBM)

•2 présentations dans l'année et 2 journées d'informations pour les retraités IBM

ACTUME
Association Contre la Tuberculose et les Maladies Endémiques

Twitter

Bilan

- Création en 2013
- 290 abonnés
- 586 tweets

Point positif

- Suivi de blogueurs influents sur le sujet

Objectif

- Atteindre les 1000 followers fin 2014

Recommandations

- Reprendre la bannière Facebook sur Twitter
- Des sujets de tweets thématiques
  - Rester sur des sujets dédiés: santé, maladie, Afrique, Mauritanie, l'eau + don, mécénat, fiscalité, etc. (faire 1 thématique par mois)
  - Suivre des professionnels de santé et des universités
  - Dédier certains tweets au recrutement des bénévoles (@ecoleinfirmière - @facdemedecine @facdepharma) = 1 fois/semaine
  - Dédier des tweets à l'appel aux dons
  - Les events ACTUME : dîner du 11 octobre (1 mois avant l'event)
- Etablir une fréquence des tweets
  - Planifier 1 tweet par jour
  - Créer un compte BUFFER pour planifier la diffusion les tweets dans la semaine

Facebook

Bilan

- Création en 2009
- 312 fans
- Posts 2 fois/mois

Points positifs

- Une bannière bien réalisée
- Des mots clés pertinents

Objectif

- Atteindre les 800 fans fin 2014

Recommandations

- Poster des articles avec une phrase d'introduction (mais supprimer ensuite le lien hypertexte)
- Fréquence : 1 post par jour
- Adaptative Com': rebondir sur l'actualité comme les Journées Mondiales (ex: 16 juin – Journée Mondiale de l'Enfant africain)
- Trouver un relai local pour alimenter le compte Facebook de photos de la vie en Mauritanie etc.

Youtube

Bilan

- Création en 2011
- 6 abonnés
- 5772 vues
- 30 vidéos postés

Points positifs

- Beaucoup de contenu
- Beaucoup de vues des vidéos

Recommandations

- Mettre le compte au nom de l'association (pas celui d'Oumar Kane)
- Mettre le logo en photo de profil du compte
- Retweeter les vidéos au moins 1 fois/semaine

ESSENTIEL

Ligne éditoriale

Régularité

Fréquence

ACTUME 2014 - 2015

SITE WEB – ACTUME.ORG

Site Web – Actume.org

En général

- Mettre un bouton en avant pour les dons à droite
- Remonter à droite les boutons réseaux sociaux avec logos simples

Bandeau - S'informer

- Garder 3 lignes de ce qu'on veut mettre en avant
  - Les maladies endémiques
  - La tuberculose
  - Présentation d'Actume

Bandeau – S'impliquer : A mettre en 2ème

- Devenir bénévole (inclure témoignages de bénévoles – ex témoignage de Constance / Marie-Claire)
- Faire un don
- Devenir membre

Les box réseaux sociaux devraient être réduites et plus simples + boutons j'aime et Twitter seuls sans titre

Supprimer 3ème rubrique du bandeau

Site Web – Actume.org

Rubrique "A propos"

- Renommer cette rubrique « L'association »
- Garder rubriques existantes
- Attention, page « Contact » : erreur en bas de page à corriger
- Rubrique « Faire un don » → ajouter la fiscalité = réduction d'impôt à cet article http://actume.org/a-propos/don-soutien & ajouter les infos de cet article http://actume.org/a-propos/don-soutien/50-faire-un-stage/176-je-donne-un-don (il faut supprimer ce dernier article pour le remplacer par le premier)

Site Web – Actume.org

Rubrique - "Actualités"

- « Bulletin de liaison »
  - renommer la rubrique « Lettre d'information »
  - Remplacer icône de gauche par capture d'écran miniature de la dernière lettre d'information
  - Supprimer le mot « Archives »
  - Supprimer « format électronique »
  - Supprimer bandeau actume
  - Supprimer « anciens formats (PDF) »
- Supprimer « Vœux »
- Supprimer « Agenda » (la box agenda est déjà sur la page d'accueil à droite)
- Supprimer « Publication », reprendre le contenu dans les dossiers
- Blog : OK
- Garder Photos – OK
- Garder videos – OK– mais attention, correction à faire car message d'erreur « You need a flashplayer enabled browser to view this YouTube video »

Site Web – Actume.org

Rubrique - "Activités"

- Renommer « conférences / expositions » par « Evénements »
- Renommer « Projets et missions » par « Caravane de santé »
  - Supprimer la page intermédiaire et aller directement là - http://actume.org/activites/projets-missions/46-projet-mauritanie
  - Revoir un peu cette page
- Ajouter Rubrique « Témoignages » et créer une page avec tous les témoignages videos et textes accessibles
- Actume à l'écoute – à déplacer dans onglet « association »
- Supprimer « Partage d'expérience »
- Supprimer « partenaires » et mettre l'article cité dans « Evénements » - http://actume.org/activites/partenaires/182-realisations-de-l-association-rivages-ndiawane-de-tekane

Site Web – Actume.org

Onglet - DOSSIERS

- À renommer « En savoir plus »
- Supprimer le mot « Dossier : » et indiquer directement « La tuberculose »
- Lister les articles en commençant par les plus récents
- Ajouter des articles plus récents

Onglet - LIENS

- Attention aux associations dont le lien arrive directement sur « Formulaire Dons »

ACTUME 2014 - 2015

COMMENT ENGAGER LES COMMUNAUTÉS ?

Engager les communautés

LiveChat with Babamal #Babachat

Les fans

- Créer le dialogue avec les fans en mettant en place des questions/réponses sur Twitter et Facebook
  - Poser des questions via des quizz
  - Interagir en posant des questions sur les articles (ex: *A quand un Watson en Mauritanie pour aider Actume à lutter contre la tuberculose ?*)

Les bénévoles

- Créer le dialogue avec les bénévoles
  - Les inviter à partager leurs photos ou à donner leur opinion sur des actions de l'association

ACTUME 2014 - 2015

MERCI de votre attention