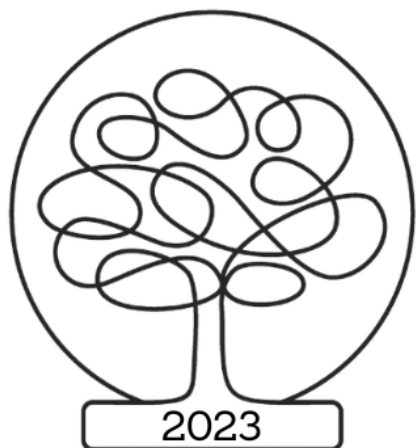




Ensemble



vers un nouveau souffle

Guide à destination des acteurs locaux



Une initiative du Plan
Wallon Sans Tabac

soutenue par les Régions Wallonne et Bruxelloise



COMMISSION COMMUNAUTAIRE COMMUNE





En tant que professionnel·le, vous souhaitez vous impliquer dans la prévention et la gestion du tabagisme ?

Quel que soit votre secteur (santé, social, éducatif, culturel, jeunesse, ...), ce guide des acteurs locaux vous est destiné !





Table des matières

GLOSSAIRE

INTRODUCTION

Les partenaires de la campagne

La philosophie de la campagne

Les objectifs de la campagne

PHASES D'IMPLICATION

Phase 1 - Préparation

Phase 2 - Action

Phase 3 - bilan

Structure globale

DEVENIR ACTEUR LOCAL

Qui est concerné-e ?

Qui ne peut pas être un acteur local ?

Quel est votre rôle ?

Quel est notre rôle ?

Comment s'engager ?

Charte des acteurs locaux

VOS RÉFÉRENTS

ANNEXE - DROIT À L'IMAGE



Glossaire

Terme	Définition/signification
<u>Acteurs locaux</u>	Les institutions, structures et personnes impliquées dans la campagne à destination du public
Action	Ce que les acteurs locaux mettent en place qu'il s'agisse d'une activité locale, d'un webinaire, d'un affichage, de la tenue d'un stand, etc.
Assuétudes	Habitude, dépendance en lien à l'usage d'un produit ou à un comportement
Bénéficiaires	Personnes bénéficiant des services d'une structure
Campagne	Ensemble d'actions destinées à un public varié durant une période définie et touchant aux sphères de la santé, du social, de l'éducation, de la culture, etc.
EVUNS	<u>Ensemble Vers Un Nouveau Souffle</u>
Grand public	La population de manière générale
<u>Partenaires</u>	Les membres du Plan Wallon Sans Tabac
Public spécifique	Personnes ayant des besoins spécifiques (ex. personnes en situation de handicap, l'enfance, etc.)
PWST	<u>Plan Wallon Sans Tabac</u>

Introduction

En 2022, les partenaires du Plan Wallon Sans Tabac (PWST) soutenus par les régions wallonne et bruxelloise ont lancé la campagne Ensemble Vers Un Nouveau Souffle (EVUNS) en lien à la journée mondiale sans tabac du 31 mai.

Retours sur la première édition

La campagne EVUNS 2022, ce fut...

- 1 concours en collaboration avec 2 humoristes : *GuiHome vous détend* et *Véronique Gallo*
- 3 plateformes digitales ([site web](#), [Facebook](#), [Instagram](#))
- 6 provinces impliquées
- 9 partenaires constituant le Plan Wallon Sans Tabac
- 21 formations et webinaires
- 22 relais dans les médias (presse écrite et digitale, radio, TV)
- 74 structures mobilisées
- 7 570 kits commandés
- Et une foule d'activités !

En 2023 on remet le paquet ! :) Si vous souhaitez participer à la campagne nous vous invitons à prendre connaissance du guide suivant pour découvrir pas à pas comment vous investir.

Les partenaires de la campagne

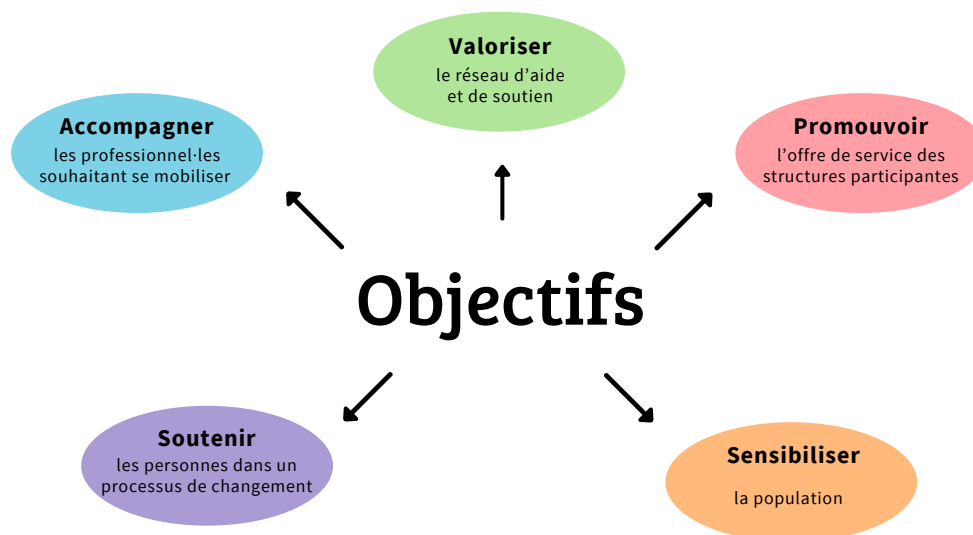
- Le Fonds des Affections RESpiratoires
- Le Service d'Étude et de Prévention du Tabagisme - Fedito wallonne
- L'Observatoire de la Santé du Hainaut
- La Fédération des Maisons Médicales
- Le Service Itinérant de la Province de Liège – I PROM'S
- La Société scientifique de Médecine Générale
- Le Centre d'Aide aux Fumeurs - CAF® de l'Institut Bordet
- L'Association des Unions de Pharmaciens
- Le service Tabacstop de la Fondation Contre le Cancer

Il est possible de découvrir en détail, directement sur le [site web](#) de la campagne, les membres, les missions, les valeurs et l'offre de service de chacun des partenaires.

La philosophie de la campagne

Cette campagne s'inscrit dans une philosophie **positive, non-jugeante et encourageante**. Les actions proposées sont en lien avec les bénéfices à l'arrêt/la réduction du tabac et illustrent un large panel d'alternatives possibles au tabac. 4 dimensions de la santé sont explorées dans l'idée de rappeler la notion de santé au sens large et les dimensions du bien-être propres à chacun·e.

Les objectifs de la campagne



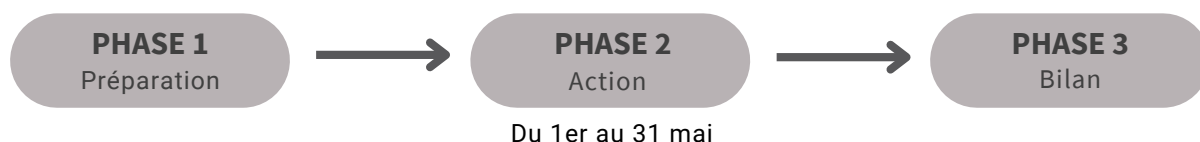
La campagne vise à **accompagner les professionnel·les** dans leur mobilisation (soutien méthodologique, formation, distribution d'outils, ...) afin de proposer des actions multisectorielles et locales au public.

Tout en tenant compte des inégalités sociales de santé, ces actions ont pour objectif de **sensibiliser la population** à la thématique et d'**accompagner les personnes** souhaitant réfléchir aux consommations ainsi que les fumeuses et fumeurs envisageant de réduire/arrêter de fumer tout en ciblant leur bien-être global.

C'est aussi l'opportunité de **valoriser** le large réseau de structures ainsi que les ressources et les aides disponibles pour **soutenir** les personnes dans leur cheminement concernant le tabagisme, quel qu'il soit.

Phases d'implication : acteurs locaux

Tout comme l'année dernière, la campagne se structure en **3 phases pour les acteurs locaux** :



- **Phase 1 : PRÉPARATION**

Cette phase vous permet de vous préparer à la campagne grâce à une offre de formations [\[ajouter lien vers page formation site web\]](#) vous permettant de monter en compétences. En parallèle de ces formations, vous trouverez de nombreux webinaires et ateliers abordant la prévention et la gestion du tabagisme. Il vous est également possible de commander des outils et de demander un accompagnement adapté à vos besoins pour soutenir la mise en place de vos actions.

- **Phase 2 : ACTION - du 1er au 31 mai**

Cette période de visibilité pour le grand-public est le moment de mettre en œuvre les actions préparées tout au long de la phase 1.

- **Phase 3 : BILAN**

Un temps de réflexions et de valorisation de votre implication vous est proposée pour clôturer la campagne.

Phase 1 - Préparation

Retrouvez dans cette section notre offre d'accompagnement, les formations qui vous sont destinées et les outils à commander.

L'accompagnement

Vous souhaitez prendre part à la campagne et avez besoin d'un soutien ? Les partenaires du PWST peuvent vous accompagner à différentes étapes dans la planification et mise en œuvre de vos actions. Cette offre est adaptée et personnalisée en fonction de l'analyse de votre contexte particulier.

Cet appui se traduit notamment par :

- Les séances d'information pour découvrir le projet pas à pas
- La distribution de matériel de soutien (ex. guide, affiches, flyers, kits, ...)
- La montée en compétence grâce aux formations proposées
- L'accompagnement adapté aux besoins (planification, logistique, ressources, évaluation, ...)

Les formations

Un large panel de formations en ligne et/ou en présentiel sont à votre disposition dès janvier 2023.

Ci-après une liste non-exhaustive des formations et ateliers auxquels vous avez accès. Pour consulter l'offre de formations complète, rendez-vous sur le [site web](#) de la campagne.

Les formations

- **Atelier découverte de l'outil « Des Racines et des Elles »** : cet outil pédagogique, conçu par des femmes et pour des femmes, aux innombrables possibilités, aborde le bien-être et les consommations par le renforcement des compétences psychosociales. Il est le témoignage d'une expérience forte de 3 années d'animation. Les assuétudes y sont abordées au travers d'une approche globale et genrée de la santé.
- **Atelier découverte du « Parcours Sans T »** : cet outil pédagogique est conçu pour susciter le débat au sein de petits groupes (fumeurs ou non-fumeurs) autour du tabagisme en partant des représentations et expériences de chacun·e. Il permet d'augmenter ses connaissances en matière d'assuétudes, d'approche motivationnelle et de compétences psychosociales.
- **Module « Trésor de parents »** : cet outil est basé sur le principe du jeu coopératif. A partir d'une vision positive et non moralisatrice, il permet de s'appuyer sur les ressources et les compétences des parents, de les aider à exprimer leurs ressentis, leurs points de vue, leurs façons de réagir face à leur jeune.
- **Module « inform'action »** : dans une démarche de promotion de la santé, ce module aborde plus en détails les particularités des différents produits du tabac (dérivés/associés) ainsi que les nouveaux produits disponibles sur le marché. C'est l'occasion d'échanger sur les représentations de chacun·e et d'avoir une réflexion commune sur la communication en prévention.
- **Module « CMI »** : ce module s'adresse aux professionnel·les de première ligne. Inspiré de l'entretien motivationnel, il aborde la question du changement. Le CMI (Connecter, Motiver, Informer), permet d'échanger avec le bénéficiaire et de l'orienter avec bienveillance en respectant son rythme.
- **E-learning dédié à la psychiatrie et santé mentale** : plateforme consacrée à la gestion du tabagisme permettant de se familiariser à l'entretien motivationnel et d'acquérir des connaissances pour une approche tabacologique. Il est dédié à tout professionnel de santé impliqué dans la relation de soins.
- **Modules complémentaires spécifiques à certaines professions** (médecins, tabacologues, pharmaciens,...) : parmi ces modules, les tabacologues auront notamment accès à des webinaires, des séances "trucs et astuces", des interventions, ...



La plupart de ces modules sont accessibles sur inscription préalable et le nombre de places y est limité. Certains donnent accès à une accréditation. De plus amples informations sont disponibles dans la [rubrique « formations et ateliers »](#) sur le site web de la campagne.

Les outils

Deux catégories d'outils vous sont proposées. D'une part, des outils de communication pour valoriser vos actions mises en place lors de la campagne. D'autre part, des outils à utiliser avec le public et/ou à lui distribuer.

- **Outils de communication sur la campagne au sens large**

Ces outils sont utiles pour visibiliser la campagne et vos actions dans un tout cohérent. Certains sont à imprimer et d'autres sont à utiliser sur vos plateformes digitales (réseaux sociaux, site web, mails).

- **Outils à destination du public (à utiliser avec lui et/ou à lui distribuer)**

Différents supports sont disponibles pour faciliter le dialogue et créer du lien avec le public et/ou le bénéficiaire. Certains sont à commander, d'autres à télécharger.

Pour découvrir l'ensemble des outils, visitez le [site web \[ajouter lien\]](#).

Phase 2 - Action

Cette 2e phase correspond à la campagne grand-public en tant que telle. Pour rappel, 3 phases sont également prévues pour le public avec **un temps fort** tout au long du mois de mai (cf. journée mondiale sans tabac le 31 mai) qui est la phase "J'agis".

4 dimensions de la santé

Les actions pour le grand public s'articulent autour de 4 dimensions de la santé. EVUNS aborde le tabagisme de façon globale, envisageant l'individu, non pas uniquement au travers du prisme de la santé physique mais bien dans son ensemble incluant son environnement, sa santé mentale et son réseau social.



SANTÉ VERTE

- Ramassage de mégots
- Séance-info "tabagisme et environnement"
- ...

SANTÉ PHYSIQUE

- Parcours codé en nature
- Séance de gym douce
- ...

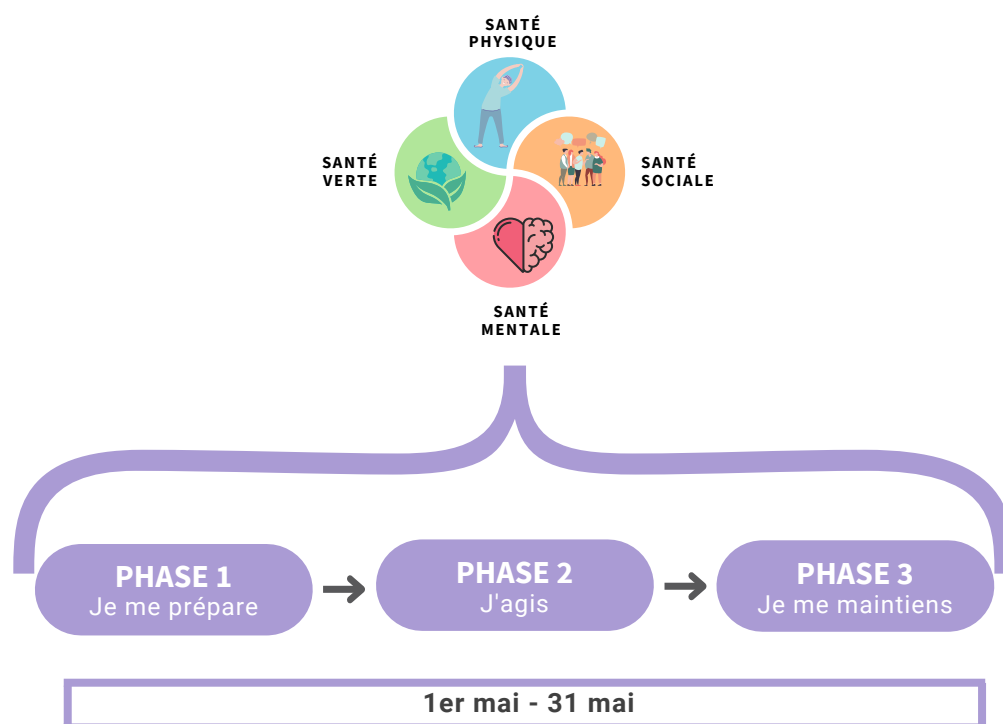
SANTÉ SOCIALE

- Groupe de parole
- Escape game
- ...

SANTÉ MENTALE

- Méditation pleine conscience
- Atelier d'écriture
- ...

Tout comme l'année dernière, la phase de visibilité de la campagne grand-public se structure en **3 phases** :



- **Phase 1 : Je me prépare**

Un temps de réflexion préalable est l'occasion pour le grand public d'évaluer sa dépendance, d'observer sa consommation, de prendre connaissance des bénéfices à l'arrêt/réduction, de consulter l'agenda des actions.

- **Phase 2 : J'agis**

Il s'agit d'une période d'actions de mise en route vers le changement par la participation à des activités locales et/ou en ligne. Celle-ci touche aux 4 des dimensions de la santé mentionnées ci-avant - physique, mentale, sociale et environnementale - qui sont abordées de manière transversale.

- **Phase 3 : Je me maintiens**

Cette phase permet au grand public d'évaluer son expérience et de poursuivre les changements amorcés.

Quelles actions mettre en place ?

Pour que la campagne à destination du public ait lieu, nous faisons appel à vous pour mettre en place des actions. Bien entendu, vous n'êtes pas seul·es dans cette démarche, étant donné que l'ensemble des partenaires du PWST vous accompagnent tout du long.

Il existe des **possibilités multiples** pour mettre en place une action en abordant la thématique du tabac sous des angles différents :

- l'action peut être en lien avec *1 ou plusieurs des 3 phases* de la campagne du grand-public (Je me prépare, J'agis, Je me maintiens)
- l'action peut être en lien avec *1 ou plusieurs des 4 dimensions* de la santé abordées (physique, mentale, sociale, environnementale)
- *l'approche* peut être focalisée sur un produit, focalisée sur les assuétudes au sens large ou défocalisée (alternatives, bénéfiques, bien-être global)
- *le format* peut également varier : présentiel/distanciel ; durée/fréquence de l'action (activité ponctuelle, plusieurs activités, une activité sur du long terme, une activité plusieurs fois) ; lieu (intérieur/extérieur) ; en individuel/en groupe

A qui s'adressent les actions ?

Les actions s'adressent à toute personne concernée par le tabagisme qu'elle soit consommatrice ou non, qu'elle souhaite aborder le sujet, soutenir un proche ou envisager un changement.

Dans l'optique de réduire les inégalités sociales, les partenaires ciblent notamment les femmes, les femmes enceintes, les jeunes en décrochage scolaire, les familles monoparentales, les personnes précarisées, les personnes souffrant d'un trouble de santé mentale, les personnes incarcérées et bien d'autres encore.

Fiche de pistes de réflexion

Pour vous aider dans vos réflexions pour implémenter une action pour le public, nous vous mettons ci-après une fiche de pistes de réflexions.

1. Secteur concerné (le vôtre)

- Culturel
- De la santé
- Social
- Entrepreneurial
- De l'éducation
- Réseautage (collaboration intersectorielle)

2. Niveau d'implication (le vôtre)

- Professionnel·le
- Équipe
- Institution

3. Public visé

- Interne,
- Tout public,
- Jeunes (11-24 ans)
- Adultes
- Parents
- Personnes à besoins spécifiques

4. Format

- Présentiel/distanciel
- Durée de l'action (one shot, long terme, plusieurs fois)
- Lieu (intérieur/extérieur)
- En individuel/en groupe

5. Dimension(s) de la santé abordée(s)

- Santé physique
- Santé mentale
- Santé sociale
- Santé environnementale

6. Approche de la thématique du tabac

- Focalisé sur un produit
- Focalisé sur les assuétudes au sens large
- Défocalisé (alternatives, bénéfiques, bien-être global)



Afin de valoriser les actions que vous mettrez en place, merci de penser à immortaliser les moments au travers de **photos et/ou vidéos** et de nous les envoyer pour une diffusion sur les réseaux EVUNS. Si vous les diffusez sur vos propres canaux, pensez à ajouter le **#EVUNS**. Vous trouverez en annexe page 24 une explication du droit à l'image.

Phase 3 - Bilan

Une fois les actions grand-public clôturées, une évaluation vous est proposée. Elle peut se faire en ligne ou via un bref rendez-vous téléphonique (sur demande) pour réagir oralement aux questions d'évaluation. Afin de faciliter cette étape, un mémo est disponible ci-après pour vous inspirer des exemples d'indicateurs/réflexions auxquels être attentif·ve·s. Il est conseillé de prendre connaissance de la fiche d'évaluation en amont de la mise en place de votre action.

Les démarches d'évaluation ont leur importance pour tous les acteurs de la campagne. Cela permet aux partenaires du Plan Wallon Sans Tabac de mesurer la pertinence des actions menées et d'améliorer la qualité des collaborations ou encore l'incidence sur les publics. C'est également l'occasion de faire le point sur votre implication dans la campagne et les démarches mises en place ainsi que d'en évaluer l'intérêt par rapport à votre propre réalité de terrain.

Dès lors, les objectifs de l'évaluation sont à la fois de

- valoriser les actions,
- dégager les ressources susceptibles d'être utilisées au-delà de la campagne,
- affiner les propositions en vue de futures campagnes.

Date : Action : Date : Action :

☐ Canaux de communication ☐ Plus-value pour les bénéficiaires

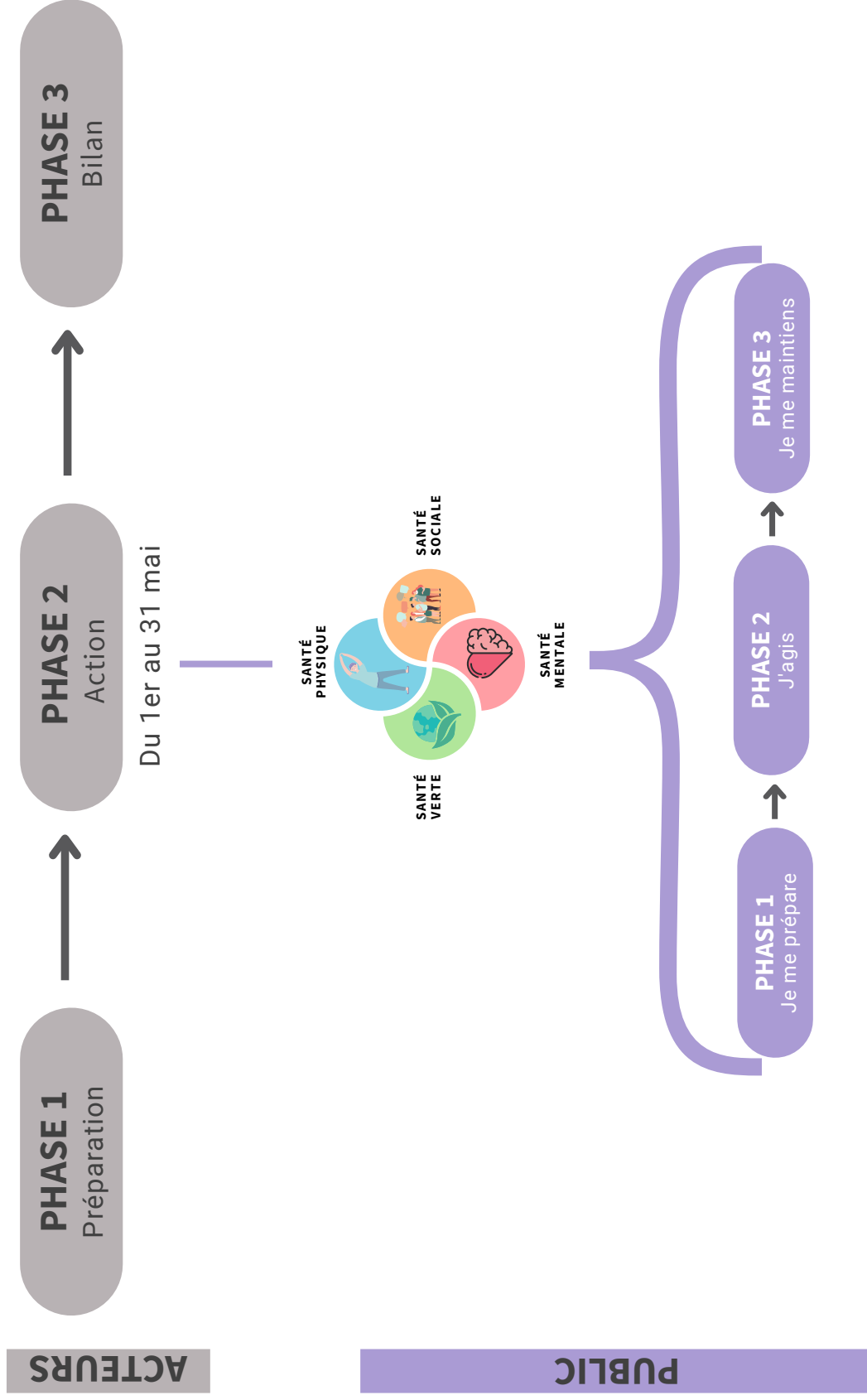
☐ Ressources mobilisées vs résultats obtenus ☐ Changements observés chez la personne

☐ Leviers/ freins à la mise en place de l'action ☐ Nombre de personnes touchées et caractéristiques

☐ Réponse aux attentes formulées ☐ Atteinte des objectifs

☐ Évolution des représentations et connaissances ☐ Satisfaction globale

Structure globale



Devenir acteur local

Qui est concerné·e ?

La campagne se fonde sur un large réseau d'acteurs de première ligne qui sont au plus proche de la population ainsi que des bénéficiaires, tout en étant à l'écoute de leurs besoins.

Nous avons donc besoin de vous pour que la campagne puisse se déployer. Que vous soyez un·e professionnel·le au sein d'une commune, d'une pharmacie, d'un centre culturel, d'un organisme assureur, d'un centre sportif, d'un mouvement de jeunesse, d'une structure médico-psycho-sociale, ... **vous êtes concerné·es !**



« Seul·e on va plus vite, mais ensemble, on va plus loin »

Qui ne peut pas être un acteur local ?

Afin de préserver l'intégrité de la campagne, les industries et les organisations suivantes ne peuvent prendre part à celle-ci :

- Les industries du tabac, de la vape et de l'alcool
- Les laboratoires pharmaceutiques
- Les organisations ayant un intérêt commercial en lien direct avec l'opération
- Les partis politiques
- Les organisations religieuses

Il est nécessaire de différencier clairement d'un point de vue éthique les activités subsidiées par les pouvoirs publics, de celles réalisées avec l'aide d'un sponsor privé.

A titre d'exemple, si vous souhaitez faire un stand de sensibilisation, vous n'êtes pas autorisé·e à lier les logos du PWST et de la région Wallonne à celui des organisations citées ci-dessus.

Quel est votre rôle ?

En temps qu'acteur local, votre rôle consiste à :

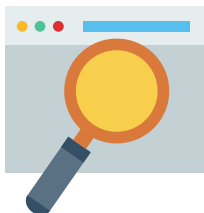
- Communiquer autour de la campagne dans le respect de la philosophie (voir introduction)
- Participer dans la mesure du possible aux formations et temps de rencontres proposés
- Mettre en place des actions pour le public (de manière autonome ou avec le soutien du PWST)
- Prendre connaissance des outils
- Compléter les documents dans les délais impartis
- Assurer la visibilité de vos actions (photos/vidéos à diffuser sur vos canaux de communication et/ou à nous partager) - voir l'annexe page 24 concernant le droit à l'image

Quel est notre rôle ?

En temps que partenaires du Plan Wallon Sans Tabac, notre rôle consiste à :

- Proposer un accompagnement global et spécifique (présentation de la campagne, temps d'échanges communs et personnalisés, capsules disponibles en replay)
- Offrir un panel de formations pour une montée en compétences
- Fournir des outils de qualité et adaptés à la réalité de terrain
- Valoriser les actions mises en place tout au long de la campagne
- Veiller à l'amélioration continue de la campagne (évaluation)
- Faciliter le réseautage de proximité

Comment s'engager ?



S'INFORMER

Des documents sont disponibles sur le site de la campagne dans l'**espace professionnel** (infographie, guide, charte, fiches descriptive et évaluative, FAQ, ...)

SE RENCONTRER

Des rencontres d'information et de présentation de la campagne ont lieu **les lundi 07 et mercredi 16 novembre 2022**. A la suite de ces présentations, deux temps d'échanges pour poser vos questions se tiendront **le mercredi 23 novembre et le jeudi 08 décembre 2022**. Vous n'avez pas pu participer aux réunions de présentation ni aux temps d'échanges ? Il est possible de visionner une mini capsule de présentation de la campagne et de son site web. Vous trouverez également des réponses à vos questions dans la FAQ. En cas de nécessité, une rencontre personnalisée pourrait s'organiser avec l'un des partenaires du PWST selon les disponibilités de chacun·e.



NOUS CONTACTER

Pour de plus amples informations, nous vous invitons à contacter le FARES asbl, coordinateur du PWST : evuns@fares.be / +32 2 518 18 67 ou +32 474 57 17 15. Celui-ci se chargera d'analyser votre demande et de la transférer, selon les besoins, vers le(s) partenaire(s) adéquat(s).

S'ENGAGER

En adhérant à la charte, le supporter local peut s'engager à différents niveaux dans l'action (faire du bruit/communiquer, mettre en place une action, augmenter ses compétences, contribuer au réseautage, ...). Pour communiquer sur l'action qu'il met en place, le supporter est invité à compléter la « fiche descriptive » **au plus tard pour le 24 mars 2023**.

Les partenaires du PWST sont là pour vous soutenir dans la planification et la mise en œuvre de votre action en fonction de vos besoins. Il est conseillé de prendre connaissance de la fiche « évaluation » et du mémo « éval' » en amont de la mise en place de l'action afin de connaître les critères qui seront à compléter dans l'optique de valoriser le travail accompli.



Charte des acteurs locaux

Dans le cadre spécifique de la campagne "Ensemble vers un nouveau souffle", je m'engage, en tant qu'acteur local, à :



Respecter la philosophie de la campagne qui se veut positive, bienveillante, non-jugeante et non-stigmatisante.



Respecter les embargos éventuels (ex. communication presse).



Respecter le RGPD (Règlement général de protection des données) et le droit à l'image tout en utilisant les documents légaux réalisés par le PWST.



N'avoir aucun conflit d'intérêt/de financement/sponsoring avec l'industrie du tabac, de la vape, de l'alcool ou l'industrie pharmaceutique.



Ne pas modifier les outils produits dans le cadre de la campagne (brochures, affiches, flyers, guide, ...).



Ne pas utiliser ni associer les outils liés à la campagne à des fins commerciales ou promotionnelles, ni agir au nom d'un mouvement politique et/ou religieux.

Vos référents



Le Fonds des Affections RESpiratoires (FARES)

- Delforge E. – eloise.delforge@fares.be – 02/518.18.67
- Migard C. – cedric.migard@fares.be – 0474/57.17.15



Le service Tabacstop de la Fondation Contre le Cancer

- Argento A. – aargento@fondationcontrecancer.be – 02/743.45.92



Le Centre d'Aide aux Fumeurs de l'Institut Bordet

- Bodo M. – aideauxfumeurs@bordet.be – 0497/10.81.00



La Société Scientifique de Médecine Générale (SSMG)

- Roillet M. – Mireille.roillet@ssmg.be – 02/533.09.86



La Fédération des Maisons Médicales (FMM)

- A venir...



L'Association des Unions de Pharmaciens (AUP)

- Roussille A. – anne.roussille@hotmail.be – 0474/34.93.17



Le Service d'Etude et de Prévention du Tabagisme (Sept - Fedito wallonne)

- Corman C. – celinecorman@gmail.com – 0470/28.67.76



L'Observatoire de la Santé du Hainaut (OSH)

- Anrys N. – noemie.anrys@hainaut.be – 065/87.96.23



Le service Itinérant de la Province de Liège – I PROM'S

- Reynders M. – martine.Reynders@provincedeliege.be – 04/279.43.77

Annexe - Droit à l'image

Document pour les acteurs locaux

"Le droit à l'image étant reconnu à chacun d'entre nous. C'est à vous, et à vous seul, qu'il appartient de décider si des images sur lesquelles vous figurez peuvent être prises et utilisées."

(Source : Autorité de Protection des Données)

Durant la campagne EVUNS, vous organisez un ou plusieurs événements en Wallonie et/ou à Bruxelles. Lors de ces événements, vous serez amené·e·s à prendre des photos ou des vidéos pour illustrer ces actions sur les réseaux sociaux, les valoriser dans vos rapports d'activités et/ou ceux des organisateurs de la campagne EVUNS (partenaires du Plan Wallon sans tabac).

Toute personne apparaissant sur ces photos ou vidéos doit avoir donné son consentement, dans le respect du droit à l'image. Il est possible de donner ce consentement au moyen du formulaire ci-dessous (ou un document similaire adapté par vos soins). Dans tous les cas, la finalité de l'usage de l'image doit être clairement définie ainsi que la durée.

Il existe toutefois des exceptions :

- pour les personnes apparaissant en tant qu'élément secondaire dans un lieu public sur la photo ou la vidéo ;
- pour les foules, sans qu'il soit possible d'identifier de façon spécifique une personne plutôt qu'une autre : dans ce cas il n'est pas nécessaire de demander le consentement à chaque personne de la foule
- pour les personnalités publiques, dans le cadre du droit d'information.

Les formulaires de consentement doivent être conservés tout le temps nécessaire durant lequel les images peuvent être utilisées pour les finalités indiquées.

Pour plus d'information, la source à privilégier est le site de l'Autorité de Protection des Données (APD) : <https://www.autoriteprotectiondonnees.be/professionnel/themes/le-droit-a-l-image>

Annexe - Droit à l'image

Document à faire compléter par le public

Ce document se trouve au format PDF sur le site de la campagne dans le [kit com'](#). Il est directement imprimable afin que vous puissiez l'utiliser au besoin.



Formulaire d'autorisation – droits à l'image et RGPD

Campagne EVUNS 2023

Nom de l'événement :

Date et lieu :

Je soussigné-e (nom et prénom)

☐ accepte que les photos et/ou vidéos où j'apparais puissent être utilisées :

- ☐ sur les réseaux sociaux et/ou site internet de l'organisateur de l'événement
- ☐ sur les réseaux sociaux et/ou sites internet des partenaires de la campagne EVUNS
- ☐ dans les rapports d'activités pour illustrer les actions
- ☐ dans le cadre d'un concours
- ☐ autres utilisations éventuelles (préciser) :

.....

La présente autorisation est valable :

- ☐ indéfiniment, sauf demande explicite ultérieure
- ☐ pendant années

L'autorité compétente en la matière est l'Autorité de Protection des Données (APD) :

+32 (0)2 274 48 00
+32 (0)2 274 48 35
contact@apd-gba.be

Signature + mention "lu et approuvé" :



Ensemble

 *vers un nouveau souffle*



ensembleversunnouveausouffle.be



[@ensembleversunnouveausouffle](https://www.facebook.com/ensembleversunnouveausouffle)



[@ensembleversunnouveausouffle](https://www.instagram.com/ensembleversunnouveausouffle)

Contacts

evuns@fares.be

