



MISSION DU COORDONNATEUR

La collecte du Neurodon se déroulera le samedi 19 mars 2005.

Cette journée clôt la semaine du cerveau qui se déroule du 11 au 19 mars et durant laquelle des chercheurs animent des débats destinés au grand public sur les maladies neurologiques. C'est pourquoi exceptionnellement dans certaines villes, la collecte du Neurodon ou des actions locales (tournois sportifs, lotos, concerts ...) peuvent être organisés sur un jour de la semaine autre.

Durant la journée du Neurodon, le 19 mars, l'action des bénévoles consiste en une distribution de tickets dans les magasins Carrefour, partenaire de la FRC. Lorsque le client passe en caisse ce ticket, d'une valeur de 2 euros sera débité avec ses achats.

A l'issue de la journée, le magasin reverse à la FRC l'intégralité des dons ainsi collectés.

Le COORDONNATEUR DESIGNÉ ACCEPTE LA MISSION SUIVANTE:

1) RELATIONS AVEC LE MAGASIN CARREFOUR :

- Prendre contact avec le directeur du magasin Carrefour, Ce dernier aura été tenu informé de l'action par un courrier envoyé par le siège parisien de Carrefour (début janvier).
- Lui présenter la FRC, la campagne du Neurodon de l'année, et l'action des bénévoles dans son magasin.
- Organiser avec lui (et/ou avec son chef de caisse) la collecte dans le magasin, le lieu où les bénévoles distribueront les coupons (de préférence à proximité des caisses, lorsque que les clients attendent de passer en caisse).
- Définir avec lui la communication de l'opération dans le magasin (s'il accepte de passer des messages de sensibilisation au micro, ou de poser des affiches à des endroits stratégiques du magasin (CD des affiches fourni, impression des affiches par le magasin)).

2) MOBILISER ET RECRUTER UNE EQUIPE DE BENEVOLES :

- Organiser les plannings de présence dans le magasin,
- Former à minima les bénévoles sur les messages de la FRC (transmettre les argumentaires), s'assurer de leur attitude vis à vis du public

3) FAIRE LA PROMOTION DU NEURODON SEULEMENT :

Etre garant que les seuls documents distribués sont ceux remis par la FRC afin d'éviter un risque de confusion des messages communiqués par le public déjà très sollicité par ailleurs.

Le coordonnateur doit être le seul interlocuteur du (des) responsable de magasin.