

Charte Éditoriale de GoHope

1. Introduction et Présentation de la Marque

Bienvenue dans l'univers de **GoHope**, la première application pensée pour accompagner les personnes confrontées à l'annonce d'un diagnostic de sclérose en plaques, et bien au-delà.

Nous savons qu'un diagnostic peut être déstabilisant. C'est pourquoi **GoHope** a été créée : pour que chaque personne touchée par la sclérose en plaques puisse bénéficier d'un **soutien concret**, d'**outils adaptés** et d'une **communauté bienveillante**.

Notre mission : vous accompagner à chaque étape de votre parcours, en vous offrant des conseils pratiques, un espace d'écoute et des ressources fiables. Ensemble, avançons vers un quotidien plus serein.

👉 **Tagline** :

Compagnon d'espoir

2. Tone of Voice (Ton de Voix)

La voix de **GoHope** est celle d'un **allié bienveillant**, qui vous parle avec **respect**, **empathie** et **clarté**.

Nous nous exprimons comme le ferait un proche attentionné ou un professionnel à l'écoute : avec **justesse**, **dignité** et **positivité**.

Principes du ton :

- **Chaleureux** mais jamais infantilisant.
- **Encourageant** sans minimiser les réalités.
- **Professionnel** mais toujours **humain**.

Nous utilisons le **vouvoiement** pour maintenir une relation respectueuse et bienveillante. Ce vouvoiement est **inclusif**, il reflète notre volonté d'intégrer chaque membre de la communauté, sans distinction.

3. Public Cible

Nos messages s'adressent principalement à :

- **Les patients** vivant avec la sclérose en plaques, qu'ils soient récemment diagnostiqués ou non.
- **Leurs proches aidants**, à la recherche d'informations et de soutien.
- **Les patients aidants**, qui partagent leur expérience pour éclairer et accompagner d'autres personnes.
- **Les professionnels et partenaires** du secteur de la santé, sensibles à notre mission d'entraide.

Profil type :

- **Âge** : 25-55 ans.
- **Valeurs** : Authenticité, confiance, engagement.
- **Besoin principal** : S'informer, être soutenu, retrouver confiance en l'avenir.

Patients

Personnes vivant avec la sclérose en plaques, récemment diagnostiquées ou vivant avec la maladie depuis plusieurs années.

- **25 - 35 ans** :
👉 En quête d'informations concrètes et rassurantes. Souvent en pleine construction de leur vie personnelle et professionnelle. Cherchent à mieux comprendre la maladie, à conserver leur autonomie et à se projeter malgré le diagnostic.
- **36 - 50 ans** :
👉 Sensibles aux conseils pratiques pour concilier vie professionnelle, vie familiale et gestion des symptômes. Cherchent des solutions concrètes pour préserver leur qualité de vie.

Patients-aidants

Personnes vivant avec la maladie et qui, malgré tout, s'investissent pour aider d'autres patients.

- **30 - 55 ans** :
👉 Souvent des personnes ayant développé une forte résilience après

plusieurs années de vécu avec la maladie.

👉 Motivés par le partage d'expérience, la transmission et l'entraide communautaire.

👉 Cherchent à valoriser leur rôle d'aidant en participant à des masterclass ou en animant des groupes de discussion.

👉 Attentifs à rester informés sur les nouvelles ressources et avancées pour mieux aider les autres.

Proches-aidants

Membres de la famille, amis, conjoint(e)s soutenant une personne malade.

- **25 - 60 ans :**

👉 Conjoints ou amis proches, souvent encore très actifs professionnellement.

👉 Cherchent des outils pour mieux accompagner sans s'épuiser.

👉 Besoin d'informations sur les aides administratives, la communication bienveillante, la gestion de la fatigue émotionnelle.

👉 Parents ou conjoints, souvent en charge d'une double responsabilité (aider leur proche malade tout en s'occupant d'autres membres de la famille).

👉 Cherchent un soutien moral, des témoignages et des solutions concrètes pour l'organisation du quotidien.

- **60 ans et plus :**

👉 Proches retraités, souvent très investis dans le rôle d'aidant.

👉 À la recherche de services d'aide à la personne et d'informations sur la prise en charge médicale.

Professionnels de santé

Médecins, infirmiers, psychologues, kinésithérapeutes, ergothérapeutes, etc.

- **30 - 65 ans :**

👉 Professionnels de santé de terrain, en contact direct avec les patients. Sensibles à l'innovation et aux outils numériques facilitant le parcours de soins.

👉 Cherchent des ressources fiables pour orienter leurs patients vers GoHope et la communauté.

👉 Experts ou référents dans leur domaine, plus enclins à participer à des partenariats ou à recommander GoHope comme solution complémentaire.

👉 À l'écoute d'opportunités de collaboration (recherche, conférences, masterclass).

4. Guide Grammatical et Stylistique

Style général

- Clair et accessible.
- Positif et encourageant.
- Jamais alarmiste ni fataliste.

Pronoms et conjugaison

- **Vous** en toute circonstance lorsqu'on s'adresse à notre communauté.
- Le **nous** quand il s'agit de l'équipe GoHope ou de la communauté dans son ensemble.

Structure des contenus

- Phrases courtes, maximum 20 mots.
- Vocabulaire simple, adapté, sans jargon médical inutile (et toujours expliqué si nécessaire).

A privilégier

- Des formulations inclusives et respectueuses.
- Des expressions qui valorisent la **capacité à avancer**, l'**autonomie**, et le **choix personnel**.
- Des verbes d'action positifs : avancer, accompagner, soutenir, partager, écouter, éclairer.

5. Les Interdits (Don'ts)

Ce que nous **ne devons pas** faire dans nos communications :

- ❌ Employer un ton condescendant ou paternaliste.
- ❌ Donner de fausses promesses, parler de « guérison » ou de « solution miracle ».
- ❌ Culpabiliser ou responsabiliser de façon négative (« il faut absolument », « vous devez... »).

- ❌ Employer un langage trop technique sans le vulgariser.
- ❌ Utiliser l'humour déplacé ou décalé face à la gravité du sujet.

Exemples à éviter :

- ❌ « Vous êtes trop pessimiste, il faut penser positif ! »
- ❌ « Vous devez absolument suivre ces conseils pour aller mieux. »
- ❌ « Grâce à nous, vous vaincrez la sclérose en plaques. »

Exemples à privilégier :

- ✅ « Chaque expérience est unique. Nous sommes là pour vous proposer des solutions adaptées à votre quotidien. »
- ✅ « Vous n'êtes pas seul. Ensemble, nous avançons vers un mieux-être, à votre rythme. »
- ✅ « Vous êtes libre de choisir les ressources et les conseils qui vous correspondent. »

6. Réseaux Sociaux

Nos réseaux sociaux reflètent la **philosophie de GoHope** : entraide, espoir et information de qualité.

Instagram & Facebook

- **Objectifs** : Créer un lien direct, rassurer, encourager le partage d'expériences.
- **Contenu** : Témoignages inspirants, astuces du quotidien, citations motivantes, informations pratiques.
- **Fréquence** : 4 publications par semaine, stories quotidiennes.
- **Ton** : Chaleureux, respectueux, accessible.

LinkedIn

- **Objectifs** : Mettre en avant nos partenaires, relayer les avancées médicales, crédibiliser notre expertise.
- **Contenu** : Articles, études, portraits de patients aidants, informations sur nos collaborations.
- **Fréquence** : 2 publications par semaine.
- **Ton** : Professionnel, humain, engageant.

Webinaires & Masterclass

- Animées par des patients aidants ou experts.
- Format : 1 session en direct chaque mois + replay accessible sur notre plateforme.
- Objectif : Créer un rendez-vous régulier de formation et d'échange.

Calendrier éditorial

- **Hebdomadaire** : Mise en avant d'un thème (mobilité, fatigue, gestion du stress...).
- **Mensuel** : Zoom sur une histoire inspirante, une masterclass, un partenariat clé.

7. Champs Lexicaux Relatifs au Projet

Le soutien et la solidarité

- Communauté, entraide, partage, réseau, écoute, présence, collaboration, bienveillance.

Le parcours et l'avancée

- Progression, étape, chemin, cap, horizon, rebond, tremplin, parcours de vie.

L'autonomie et la résilience

- Confiance, autonomie, choix, courage, équilibre, apaisement, ressources, capacité, empowerment.

La santé et l'innovation

- Recherche, avancée scientifique, information fiable, solution, outil, dispositif, accessibilité.

Conclusion

GoHope, c'est avant tout une **communauté humaine et solidaire**, construite sur l'écoute et la bienveillance. Cette charte éditoriale reflète notre engagement à rester fidèles à nos valeurs sur chaque support de communication.

Nous croyons que le respect et l'espoir sont les piliers d'une relation durable avec notre communauté. Chaque mot, chaque interaction doit incarner cette promesse : **"Avancer ensemble, chaque jour."**