

FedMedCom sur le Net

Publier ou périr, affirme le dicton. Dans un domaine, le nôtre, où il y a rarement des choses spectaculaires à signaler, il est particulièrement important de le faire sur tous les canaux. Comment FedMedCom prodède-elle?

Le Bulletin FedMedCom est publié deux fois par an depuis la création de la Fédération de la médecine complémentaire en automne 2009. Avec un éditorial sur des sujets politiques d'actualité du domaine de la médecine complémentaire et un sujet principal. Le thème traité dans le numéro de l'été 2018 était par exemple la thérapie complémentaire.

Ce bulletin est publié à environ un quart de million d'exemplaires et génère la majeure partie des revenus de FedMedCom grâce à des dons. Cette publication porte maintenant le nom de *millefolia*, de même une newsletter FedMedCom qui propose des sujets d'actualité.

FedMedCom a lancé le portail suisse d'informations sur la médecine complémentaire www.millefolia.ch, qui se veut être le moyen de communication central. Tout a commencé cette année sous la forme d'un projet pilote qui n'a cessé d'être développé et étoffé. Les contributions journalistiques de collaborateurs freelance ont pour but de présenter des reportages équilibrés et de haut niveau sur des sujets liés à la médecine complémentaire et susceptibles de plaire à un large public.

La plateforme développera peu à peu une offre plus étoffée, avec notamment des références à des études ou des livres intéressants, des articles sur les plantes médicinales ou sur certaines méthodes de médecine complémentaire et alternative médicale ou non médicale.

Le troisième pilier de la communication de FedMedCom est sa présence sur facebook, qui attire à son tour l'attention sur les autres canaux de communication. Et c'est précisément ici que l'on comprend qu'il faut beaucoup de patience et de persévérance pour mettre en place un réseau de communication qui soit également utilisé régulièrement par un grand nombre d'utilisateurs, de lectrices et de lecteurs.

Il est donc d'autant plus important pour les organisations qui partagent les mêmes buts ou des objectifs similaires de se mettre en réseau et d'attirer ainsi l'attention du plus grand nombre de publics cible possible sur leurs propres canaux.