



### Mise en place d'une stratégie de communication éthique et efficace dans les associations de Savoie

Dans le cadre du soutien aux activités d'utilité sociale créatrices d'emplois sur le territoire de la Savoie, le Dispositif Local d'Accompagnement, porté par France Active Savoie Mont-Blanc, a pour mission de favoriser la consolidation économique des structures du territoire développant des activités d'utilité sociale et créatrices d'emplois.

A cette fin, le DLA souhaite apporter un soutien technique additionnel à ces structures, en leur proposant une session de qualification collective ou une rencontre collective sur un thème pouvant intéresser plusieurs structures d'un même secteur d'activité ou confrontées à un même type de difficultés, afin de favoriser une dynamique de mutualisation et de réflexion commune.

L'accompagnement est réalisé par un consultant spécialisé choisi sur la base de propositions détaillées demandées et à au moins 3 cabinets compétents.

#### **PUBLIC CIBLE**

Administrateur.trice.s (président.e.s, trésorier.e.s...) et salarié.e.s des associations employeuses du département de la Savoie.

#### **ELEMENTS DE CONTEXTE**

Si de nombreuses associations ont fait le choix de communiquer sur leurs activités, on remarque que beaucoup d'entre elles, le font au coup par coup de manière marginale sans que ces actions s'insèrent dans une stratégie globale au service de leur projet. Le terme de « communication » peut parfois être mal vu par ces structures qui l'assimilent au monde marchand.

#### **→ Les enjeux de la communication pour les associations**

Les associations s'insèrent souvent dans des écosystèmes rassemblant de nombreuses parties prenantes (bénévoles, bénéficiaires, clients, partenaires financiers, salariés...). Celles-ci ont des attentes différentes vis-à-vis de la structure.

Partant de ce constat, plusieurs types de communication peuvent être construits :

- ✓ La communication externe (sur l'association et ses missions) ou communication institutionnelle sur le projet associatif : elle est basée essentiellement sur les valeurs et les objectifs stratégiques de l'association. La formalisation du projet associatif s'avère être un élément essentiel pour qu'elle soit une réussite.

- ✓ La communication interne pour les bénévoles et les salariés... c'est un ensemble d'actions par l'intermédiaire desquelles chacun des membres de l'association est informé du fonctionnement de l'association
- ✓ La communication de soutien au développement des ressources : elle s'adresse aux financeurs, mécènes, donateurs...
- ✓ La communication sur les actions de l'association : elle est fondée sur les activités et manifestations organisées ainsi que sur les services offerts aux adhérents. Par exemple communiquer sur l'organisation d'un forum des associations.

Dans un contexte de baisse des financements publics, les associations se voient obligées de diversifier leurs canaux de communications pour mobiliser de nouvelles sources de financements notamment par le biais du mécénat, de la vente de produits, du financement participatif... mais également pour communiquer sur les impacts de leurs activités. Une bonne communication est garante de l'image d'une association auprès de ses multiples parties prenantes (partenaires publics/privés, bénéficiaires, clients, bénévoles...).

En outre, face au développement des outils numériques, les associations se voient poussées à évoluer dans leurs pratiques. Comme le site une étude réalisée par Recherche et Solidarité « l'enjeu pour les associations n'est pas de recourir au maximum d'outils, mais de parvenir à faire le meilleur usage de ceux qui correspondent le mieux à leur projet associatif et à leurs objectifs. »

Cette étude réalisée en 2014, identifie 2 obstacles principaux repérés par les membres des associatifs concernant l'utilisation des outils numériques :

- ➔ Le 1er est- le manque de temps : quels sont les objectifs recherchés ? Quels sont les outils les mieux adaptés ? Les impacts attendus ?... Cela demande donc de la disponibilité mais également des moyens financiers et matériels.
- ➔ L'apprentissage de savoir-faire technique : des évolutions souvent jugées trop rapides, besoin d'un temps de formation pour les bénévoles.

Ainsi, face à ce constat, à la multiplication des acteurs et à l'accélération de l'information, la mise en place d'une stratégie de communication claire et cohérente est nécessaire à la visibilité des projets des associations.

## OBJECTIFS DE L'ACCOMPAGNEMENT

« Les enjeux de la mise en place d'une stratégie de communication externe structurée et adaptée dans une association. »

La démarche de communication est une chose qui s'apprend, se pratique, s'évalue et se développe au fil du temps. Pour mettre en place une bonne communication il faut avant tout posséder une bonne connaissance de sa structure, de ses valeurs et de ses bénéficiaires. L'objectif de cet accompagnement est de donner des clés aux associations pour mieux appréhender les enjeux de la communication au service du projet associatif et de leur activité :

- Comprendre les enjeux de la communication externe pour son association.
- Maîtriser le processus de construction d'une stratégie de communication et y associer les outils de communication adaptés.
- Etablir un plan de communication adapté à sa structure.
- Permettre à chaque association de faire le point sur sa situation par rapport à l'utilisation des outils du numérique et l'aider à utiliser ces outils à bon escient, à son rythme, selon ses moyens et ses contraintes.

## CONTENU DE L'ACCOMPAGNEMENT

---

- ✓ **Trois journées en collectif**

### **1<sup>ère</sup> journée : Les enjeux de la communication**

- Notions de communication
- Environnement de l'association
- Analyse SWOT
- Positionnement marketing
- Identification des cibles

### **2<sup>ème</sup> journée : Outils de communication**

- Présentation des outils et canaux
- Focus sur les outils numériques
- Attentes des internautes
- Bonnes pratiques sur les réseaux sociaux

### **3<sup>ème</sup> journée : Elaborer un plan de communication efficace et adapté à son projet**

- Définition des objectifs en fonction des ressources internes (humaines et financières)
- Planification
- Calendrier éditorial et web
- Formalisation et évaluation

- ✓ **Une demi-journée à une journée d'accompagnement individuel par structure qui permettra de finaliser un plan de communication formalisé.**

Ce travail collectif sera suivi d'un travail individuel d'une demi-journée à une journée (en fonction des besoins) par structure sur site animé par l'intervenant.e missionné.e par France Active Savoie Mont-Blanc si nécessaire. Ce dernier viendra travailler avec les salarié.e.s et bénévoles en charge de la communication pour développer, adapter et dynamiser les outils créés d'une part, et pour s'assurer de leur bonne maîtrise d'autre part.

## LIEU ET DATE DE L'INTERVENTION

---

Lieu :

- dans les locaux de France Active Savoie Mont-Blanc à Chambéry pour les journées d'accompagnement collectif
- dans les locaux des structures pour les demi-journées/journées individuelles

Dates : **15 octobre, 20 et 21 novembre 2019**

Informations et inscriptions par email [m.ferrand@franceactive-savoieumontblanc.org](mailto:m.ferrand@franceactive-savoieumontblanc.org) ou au 04.79.69.11.01