

## La lettre des Associations du Pays Plaine de Saône Vingeanne. -N° 16 Novembre 2007-

### Edito :

Dans les coulisses des bureaux administratifs, se joue en ce moment l'avenir du Pays Plaine de Saône Vingeanne. En effet, depuis quelques semaines les négociations avec les partenaires du Pays, Etat, Conseil Régional, Conseil Général ont démarrées, en vue de définir les projets et l'enveloppe qui sera attribuée au territoire pour la période 2007-2013. Cette période de négociation va durer jusqu'en janvier 2008 pour une signature de contrat envisagée dans le courant du printemps.

L'enjeu est de taille pour le développement de la vie associative du Pays puisque pour cette seconde contractualisation les élus ont choisi de mettre ce thème à l'honneur et d'en faire l'un des axes principal de réflexion et d'action pour l'avenir avec l'économie, le tourisme, le cadre de vie et l'animation du territoire.

En attendant de pouvoir vous en dire plus, je vous souhaite une agréable lecture de la 16<sup>ème</sup> lettre aux associations du Pays, qui je vous le rappelle est à votre disposition pour y diffuser vos informations associatives et ne demande qu'à évoluer en fonction de vos suggestions. N'hésitez pas à me contacter.

### L'actualité des projets associatifs de Pays :

#### **Le compte rendu de la conférence débat du 20 Septembre en soirée de clôture de l'édition 2007 du forum des associations.**

L'année passée, une conférence sur le thème de la « responsabilité des dirigeants associatifs » avait rassemblé une quarantaine de personnes issues d'associations et d'organismes divers. En 2007, Le Thème au cœur du débat est celui de la « Communication » à la demande des associations locales. Cette conférence permet de rassembler autour d'un échange des responsables associatifs issus des 4 cantons qui en ont rarement l'occasion.

4 intervenants ont participé à cette conférence :

- Bernard PORTALES, Directeur de France Bleu Bourgogne
- Anne Françoise BAILLY, Chef d'agence du Bien Public
- Henri DESHAYES, Délégué Régional de la Fédération Régionale des MJC de Bourgogne
- Fabrice ROY, Ancien Directeur de la Communication de la ville de Chaumont, il a participé à l'organisation du festival international de l'affiche et des arts graphiques, il est également Conseiller en Communication pour l'agence Temps Réel.

40 personnes issus de diverses associations ont répondues à l'invitation, ainsi que des élèves en BTS communication au lycée d'Auxonne.

Pays Plaine de Saône et Vingeanne service Vie Associative Culturelle et Sportive  
Samuel LAMY

Communauté de Communes d'Auxonne Val de Saône.

Ruelle de Richebourg

21130 AUXONNE

Tél : 03 80 31 02 38

pays-saone-vingeanne-vie-associative@wanadoo.fr

## **Henry DESHAYES :**

Communiquer qu'est ce que ç' est ?

Cela signifie créer une communauté d'intérêt, susciter la rencontre, rendre public.

Il existe une multitude de systèmes de communication et cela passe aussi par les « voies de communication » qui sont un moyen d'échange.

Pour bien communiquer, il faut savoir ce que nous voulons communiquer.

La période actuelle se caractérise par une ère de la communication à outrance, qui passe entre autre par des extrêmes comme le marketing, il faut faire abstraction des mots qui fâchent, vivre en communauté le mieux possible.

Autrement dit, pour les associations, il faut travailler sa communication dans la proximité, et faire valoir ses activités à conduire, et les cibles peuvent être différentes d'une activité à l'autre.

Pour cela des questions préalables sont indispensables, la bienséance est de rigueur d'une part, mais il faut se garantir d'éviter les poursuites et respecter le cadre légal.

A qui ? Pourquoi ? Comment ? Quel Support ? La Presse ?

## **Anne Françoise BAILLY :**

Le journal quotidien Régional est un des moyens de communication de proximité indispensable. Il a la particularité d'être le média le plus proche du local grâce à la présence des correspondants.

Lors de l'organisation de manifestations, il faut avertir le plus tôt possible le correspondant local.

Il peut être conseillé de désigner au sein des associations un chargé de communication ce qui permet d'éviter des oublis ou d'avertir trop tard le journal.

Plus l'information est fournie tôt et meilleur sera le rendu des articles. Il peut y avoir plusieurs manière de faire un article, il faut donc être le plus exhaustif possible, des portraits de présidents peuvent par exemple être fait au préalable ce qui permet d'avoir 2 articles sur la même manifestation. Un sur le Président, l'autre sur la manifestation en elle-même.

Lorsque l'association accueille des artistes, il ne faut pas omettre de demander le dossier de presse de l'artiste ainsi que des photos ou des outils de communication, cela peut permettre de faire un article spécifique.

Ne pas oublier qu'il y a plusieurs services au Bien Public, au-delà du correspondant local, il faut penser à faire appel en plus au service chargé du Cahier Quartier libre qui paraît le vendredi.

Toutes ces annonces rédactionnelles ont l'avantage d'être gratuite.

Dans d'autres cas, il est également possible d'acheter des encarts publicitaires en fonction des projets.

## **Bernard PORTALES :**

A France Bleu Bourgogne également, la recherche de la proximité est recherchée, même s'il n'existe pas le réseau de correspondants du bien public.

De nombreuses émissions spécialisées peuvent permettre d'annoncer vos manifestations, il ne faut donc pas hésiter à contacter la radio pour étudier dans quel cadre l'annonce peut être faite et dans quelle émission. (Loto, pétanque, brocantes...)

Pays Plaine de Saône et Vingeanne service Vie Associative Culturelle et Sportive

Samuel LAMY

Communauté de Communes d'Auxonne Val de Saône.

Ruelle de Richebourg

21130 AUXONNE

Tél : 03 80 31 02 38

pays-saone-vingeanne-vie-associative@wanadoo.fr

Par ailleurs, pour certaines manifestations, un conventionnement de partenariat avec la radio permet de faire des émissions spéciales en direct. Par ailleurs, une annonce peut être diffusée régulièrement. Il suffit pour cela de contacter M PORTALES pour étudier les possibilités, cependant comme pour le journal, il faut s'y prendre le plus en amont possible, 1 à 2 mois minimum.

### **Fabrice ROY :**

Communiquer vient du latin « Communicare » qui signifie mettre en commun en relation.

L'affiche est l'un des outils qui peut le permettre parmi une panoplie de moyens.

Une démystification de l'art graphique est à faire, ç' est à la portée de tous à condition de se poser les bonnes questions. En quoi communiquer accompagne mon action ?

Il existe 3 grandes formes de communication :

L'affiche au regard des autres moyens de communication, permet une diffusion large et **directement avec tous.**

La seconde formule est **indirecte** (c'est le cas de la presse locale...)

La Troisième est **directement avec chacun**, ç' est le cas des forums, des portes ouvertes...

L'affiche est un moyen fort car il est ancestral cela démarre avec François Ier en 1539 suite à un affichage sauvage, le roi veut contrôler les parutions et les contenus, et crée une validation royale, ç' est l'ancêtre du dépôt légal.

➤ Le plus vieux média du monde  
1539 « *De par le roy* »  
*Première réglementation*

➤ Le plus créatif  
*Chéret, Steinlein, Toulouse-Lautrec, Paul Collin*

➤ Le plus noble  
« *L'affiche est reine de la rue* »

*Sondage sur les moyens de communication, quel impact pour l'affichage de la ville de Lyon, 2005*

- 80% connaissent les panneaux Decaux
- 24% les regardent chaque fois qu'ils passent devant
- 37% les regardent parfois
- 28% rarement
- 11% jamais

### **Idées fausses pour créer des affiches :**

- Il faut avoir un bon Mac
- Il faut être graphiste
- Il faut avoir des moyens

*Il faut d'abord se poser des questions : communiquer, c'est d'abord s'interroger !*

*> rédiger un brief, Quels sont les objectifs, quels sont alors les moyens les plus adéquats. Quel positionnement pour quelle réponse.*

➤ Le Message, il faut le hiérarchiser  
*Message principal, message secondaire...*

➤ Cible  
*Grand public, professionnels, techniciens, enfants, familles, personnes âgées, actifs, etc.*

➤ Ton : *informatif, incitatif, corporate, esthétique, humour, provocation, décalé, imaginaire...*

- Contraintes
- *charte graphique*
  - *iconographie*
  - *logos*
  - *diffusion*
  - *délais*
  - *réglementation (mentions obligatoires)*
  - *budget*

### **Définir un concept**

➤ Exemple ***L'arbre à idées***

➤ ***La recherche graphique  
(visuel, couleur, typographie)***

➤ ***3 pistes***

Donner du sens au concept

➤ ***L'accroche***

➤ ***La body***

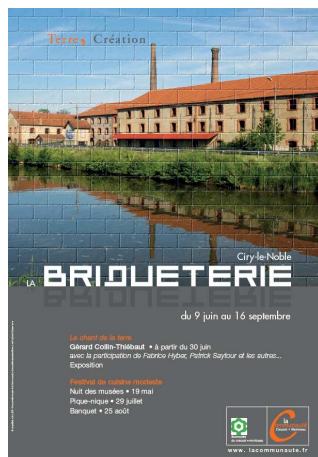
➤ ***La signature***

### **5 conseils**

➤ Faites valider votre brief par le Conseil d'administration, cela évite des allers et retours avec les autres membres de l'association et coupe court à des discussions inutiles  
(des objectifs à la solution)

- L'affiche, comme un coup de poing
- Testez les pistes
- Faites la différence
- Évaluez après coup

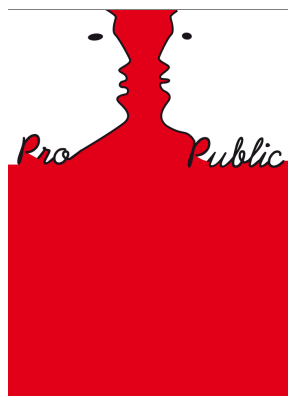
Quelques exemples :



Découvrez les espaces réservés à votre animal



GRANDLYON



rencontres  
cinématographiques  
de dijon  
18 au 21 octobre 2007  
avant-premières, forums, débats, exposition [www.dijon.fr/03.80.71.73.73](http://www.dijon.fr/03.80.71.73.73)



Après ces 4 interventions générales, un débat s'est engagé avec les participants autour des concepts et des discours énoncés. Une des interventions soulevait notamment la difficulté rencontrée par les associations devant l'absence de panneaux d'affichages dans certaines communes.

Une expérience a été décrite autour de l'utilisation en dehors des périodes d'élection de panneaux électoraux par une commune de côte d'or, qui les a implanté fixe à l'entrée de la commune et se charge de gérer l'affichage pour les associations. Il a été fait remarquer que l'échange et la solution trouvée dans cette commune entre la mairie et les associations étaient déjà une forme de communication. De nombreuses autres questions plus particulières à certaines associations ou secteurs ont également été soulevée par la suite.

La soirée s'est ensuite poursuivie autour d'un verre de l'amitié qui a permis aux participants d'échanger individuellement avec les intervenants de manière plus informelle.

Pays Plaine de Saône et Vingeanne service Vie Associative Culturelle et Sportive  
Samuel LAMY  
Communauté de Communes d'Auxonne Val de Saône.  
Ruelle de Richebourg  
21130 AUXONNE  
Tél : 03 80 31 02 38  
[pays-saone-vingeanne-vie-associative@wanadoo.fr](mailto:pays-saone-vingeanne-vie-associative@wanadoo.fr)

## Les manifestations 2007:

Votre calendrier des manifestations associatives est en ligne sur votre site Internet de Pays :  
[http://www.pays-saone-vingeanne.fr/calendrier\\_manifestations.htm](http://www.pays-saone-vingeanne.fr/calendrier_manifestations.htm)

N'oubliez pas de m'envoyer vos dates de manifestations afin de l'alimenter...

Les lettres aux associations déjà parues sont téléchargeables sur le site du Pays au format PDF...

Samuel LAMY, animateur Vie Culturelle Sportive et associative.

Pays Plaine de Saône Vingeanne

CC d'Auxonne Val de Saône

Ruelle de Richebourg

21130 AUXONNE

Courriel :

[pays-saone-vingeanne-vie-associative@wanadoo.fr](mailto:pays-saone-vingeanne-vie-associative@wanadoo.fr)

Tél/fax : 03 80 31 02 38

<http://www.pays-saone-vingeanne.fr>