

Le Pic Vert est membre des Réseaux de Veille Écologique, Patrimoine Naturel et Éducation Nature Environnement de la FRAPNA Isère.



## **Compte rendu de la commission Communication Réunion n°1 du 14 septembre 2016 à Réaumont**

# **LE PIC VERT**

### **1. Participants**

Présents : Odile Hintzy, Mathilde Perrot, Patricia Urgé, Dominique Venturini.

Excusée : Michèle Perrin-Taillat

### **2. Ordre du jour**

- Présentation des objectifs de la nouvelle commission
- Définition d'une méthode de travail
- Premiers échanges

### **3. Objectifs de la commission Communication**

Pour ce qui concerne la communication du Pic Vert, le Conseil d'Administration fait un triple constat :

- un manque global d'efficacité vis à vis des adhérents : comment les informer utilement et leur donner envie de participer, les sensibiliser à la vie de l'association (conférences, sorties, stands sur diverses manifestations), sans les inonder d'informations ?
- une image extérieure floue : particulièrement l'absence de dossiers de communication (presse, partenaires, sponsors...), facilement tenus à jour. Image à retrouver aussi dans les communiqués de presse.
- un temps de travail trop important pour les permanents : des outils facilement utilisables par les administrateurs et les responsables de commissions seraient les bienvenus. Il en va de même pour l'organisation et les contenus des stands de l'association y compris par exemple la réalisation des diaporamas, le programme des activités... Au vu de nos difficultés ces derniers temps, cette question des stands (forme et contenu) appelle des réponses rapides.

Compte tenu de ces constats, il est demandé à la commission Communication de réfléchir globalement à l'organisation et aux outils à mettre en œuvre ou à améliorer pour gagner en cohérence, en méthode et en efficacité afin d'obtenir une communication plus performante.

### **4. Définition d'une méthode de travail**

Tous les adhérents étaient invités à la 1ère réunion de la commission : l'information a été diffusée dans la lettre mensuelle, la lettre hebdomadaire, le site internet. On ne peut que constater que l'appel n'a pas été mobilisateur ce qui confirme le constat fait par le CA.

Une explication pourrait être que participer à une commission est perçu comme une implication sur le

long terme et que l'objectif peut sembler flou. On s'aperçoit que les adhérents s'impliquent plus facilement sur des actions ciblées, sur un temps donné, avec un objectif à court terme.

Aussi, la commission Communication propose de travailler par petits projets avec des objectifs concrets à atteindre à court terme en s'assurant de la cohérence d'ensemble.

Ces groupes de travail pourraient être suivis par 1 ou 2 personnes de la commission communication, charge à eux de motiver des adhérents pour les rejoindre.

Au fil des réunions et des discussions, une cartographie des actions de communication actuelles ou à créer sera construite en essayant de préciser pour chacune : l'objectif, le public visé, les intervenants, les interactions avec d'autres actions, le degré de satisfaction.

Une liste de diffusion et un espace spécifique sur le site internet (rubrique "Nous aider") seront créés.

## **5. Échanges sur les actions de communication existantes ou souhaitées**

### ***Les stands***

Des stands sont mis en place lors des manifestations "Grand public" (festival de l'Albenc, fête des plantes à Réaumont ...) mais aussi lors des soirées conférences. Le stand est l'image de l'association que l'on veut donner aux personnes qui ne nous connaissent pas pour les inciter à adhérer.

Le stand pour les conférences est une version réduite de celui des grandes manifestations avec moins de documentation or le public n'est pas le même, ce sont souvent des personnes qui connaissent déjà l'association : il faudrait peut-être un contenu plus adapté.

Les remarques qui suivent concernent plus particulièrement la tenue des stands dans les manifestations "Grand public".

Il est fait appel aux adhérents pour aider à la tenue des stands mais ils ne sont pas informés / formés sur ce que l'on attend d'eux, sur comment utiliser les outils de communication mis à disposition. C'est peut être une des raisons expliquant que ce sont toujours les mêmes adhérents qui participent.

De la documentation est mise à disposition du public mais il n'existe pas de document présentant l'association : le petit flyer (format A5) distribué reprend les 3 objectifs de l'association (Agir, Obtenir, Unir) avec quelques explications succinctes, c'est plutôt un bulletin d'adhésion.

Le manque de documents présentant l'association a été évoqué plusieurs fois au cours de la réunion et fait l'objet d'un point spécifique ci-dessous.

A part le jeu des oiseaux, il n'y a pas d'animation proposée, il faut s'interroger sur comment donner envie aux personnes de s'arrêter. Il faut aussi être en mesure de répondre en direct ou en différé à des questions très pratiques comme par exemple, "il y a une fouine qui rôde, que dois-je faire ?"

### ***Présentation de l'association***

Comme déjà évoqué, il n'existe pas de plaquette de présentation du Pic Vert qui donne une vision exhaustive des actions de l'association.

L'objectif d'une telle plaquette serait d'exposer ce que fait le Pic Vert de façon attirante pour donner envie d'adhérer mais aussi d'aider et de s'impliquer. Elle pourrait aussi être utilisée dans les relations avec les sponsors et les partenaires. Son contenu pourrait être utilisé dans les réponses à "Appel à projets" quand on est pré-sélectionné.

Mathilde avait le projet de rédiger un "livret bénévole" dans lequel il y aurait ce texte de présentation du Pic Vert.

Les participants pensent que ce document de présentation est un maillon indispensable pour une communication efficace car il pourra être utilisé dans les différents outils.

On peut également envisager de préparer une maquette pour les exposés qui suivrait une charte

graphique avec des diapositives de présentation de l'association.

Il faudra définir et homogénéiser une charte graphique à utiliser sur tous les supports de communication.

### ***Les réseaux sociaux***

Aujourd'hui, être sur les réseaux sociaux est indispensable, surtout si on souhaite attirer des jeunes adhérents.

Avec les réseaux sociaux, ce sont les internautes qui décident de la diffusion de l'information si elle leur semble intéressante, il n'y a pas le "filtre" journalistique.

Il existe une page Facebook (FB) au nom de l'association mais le CA n'a pas défini de ligne éditoriale : objectifs des publications, public visé, thématiques à aborder, gestion des commentaires, interaction avec les autres outils de communication ...

La personne qui anime cette page publie et partage des contenus qui lui semblent intéressants. Il semble utile de préciser la ligne éditoriale pour la page FB.

La page FB du Pic Vert devrait relayer tous les événements organisés par l'association avec un lien vers le site ce qui augmenterait sa fréquentation et / ou le ferait découvrir.

L'association pourrait également y diffuser des "petites" informations qui peuvent intéresser (par exemple "comment nourrir les oiseaux en hiver") en lien avec l'actualité de l'association.

Cela pourrait être un espace où des internautes poseraient des questions sur la protection de la nature mais cela nécessiterait de mettre en place une organisation pour répondre et / ou modérer les messages.

Il faudra s'interroger sur la pertinence de la présence de l'association sur les autres réseaux sociaux comme Twitter par exemple.

### ***Le site internet et le forum***

Nicolas Bally, qui a développé le site, a très peu de temps pour le faire évoluer or certains points sont gênants voire bloquants.

Il est décidé d'organiser une réunion où un cahier des charges des évolutions souhaitées sera présenté, l'objectif sera de définir ce qu'il est possible de faire et dans quels délais.

Patricia prendra contact avec Nicolas pour fixer une date de réunion.

Des adhérents ont demandé une notice pour l'utilisation du forum, en particulier pour la mise en ligne des photos : Odile se chargera de rédiger un document explicatif d'ici la fin de l'année.

### ***Relations avec la presse***

Des communiqués de presse sont envoyés aux différents médias pour des événements comme les conférences ou le festival du film mais également pour présenter le bilan d'une sortie ou d'un chantier.

Lors de l'organisation d'événements, le communiqué de presse est envoyé aux journalistes pour les inviter à la manifestation. Parfois, les médias sont sollicités en proposant qu'un membre de l'association soit interviewé.

On peut constater que les relations avec les médias fonctionnent bien, les salariés sont en charge de ces actions et sont disponibles pour répondre aux demandes de contact.

Chaque communiqué est spécifique mais il pourrait être utile de définir un canevas pour ne pas oublier des informations.

## *Affiches*

Pour les conférences, les affiches sont réalisées par une bénévole. Il faudrait étudier la possibilité de mettre à disposition une maquette pour faciliter la réalisation d'affichettes pour des "petits" événements.

## *Valorisation des formations / démarchage*

On constate qu'il est difficile de trouver des personnes intéressées par la formation sur la biodiversité : est-ce que l'information diffuse mal ? est-ce que le prix peu élevé (40 €) laisse penser que la formation est réalisée par des "amateurs".

Si l'action se poursuit en 2017, il faudra peut-être envisager un groupe de travail sur le thème "Valorisation des formations".

Globalement, on observe un problème de démarchage pour vendre nos actions.

## *Autres actions citées*

D'autres actions de communication ont été citées pendant la réunion mais sans échange particulier faute de temps.

Il s'agit de :

- La Plume
- Lettres mensuelles et hebdomadaires
- Mails spécifiques : vente de graines, appel à bénévoles ...
- Document pour l'éducation à l'environnement avec envoi postal chaque année aux écoles du pays voironnais.
- Présentation de la réserve de Bièvre avec bulletin de souscription

Les documents papier actuellement disponibles seront scannés et mis à disposition des participants dans l'espace "Commission Communication".

## **6. Plan d'action pour la prochaine réunion**

Mathilde transmet une maquette qu'elle avait construite pour le livret bénévole.

Odile et Patricia définissent un cahier des charges pour les évolutions souhaitées sur le site internet et une réunion avec Nicolas est organisée.

Chacun réfléchit à l'organisation des différents groupes de travail à constituer.

**La prochaine réunion de la commission est fixée au mercredi 12 octobre à 18h30 dans les locaux de l'association.**

Pour la commission Communication  
Odile Hintzy