

Présents	Absents/Excusés
<b>HUMANIS</b> : Manon ALTHUSER, Alix SANCHEZ, Alexandra LANFANT, Manon HETTIG, Mélanie TESSIER ; <b>LifeTime Projects</b> : Sarah MULLER ; <b>Médecins du Monde</b> : Chantal BISCHOFF ; <b>Artisans du Monde</b> : Micia NICOD ; <b>Maya Solidarité</b> : Christiane ECKERT ; <b>La Calebasse de Tooro</b> : Elisabeth STERN ; <b>Macha'k Wayra</b> : Corinne BEAUVINEAU ; <b>AIMDA</b> : Florence TCHAPOUA ; <b>Alsace Biélorussie/Les Amis du peuple kurde</b> : Bernard REVOLLON	<b>Pour un autre monde</b> : Claire PEHI-VERNY ; <b>AIMDA</b> : Isaac NAMBOU ; <b>Enfance en Guinée</b> : Thierno BAH ; <b>ADA</b> : Lanrey RADJI

**Les décisions qui ont été retenues en réunion interne**

**I. Stratégie de communication**

Construire un plan de communication : les objectifs-enjeux ; les cibles ; le budget ; les personnes ressources (médias, partenaires...) ; création des messages (lettres, cartons...) ; l'échéancier de réalisation ou rétro-planning (pour chaque tâche, spécifier le nom de la personne qui s'en occupe).

**II. Réalisation de supports de communication**

Objectif : se faire connaître ; se faire apprécier ; faire agir (devenir membre, faire des dons, être bénévole...)

Cibles : internes (membres) ou externes (grand publics)

Messages à diffuser : Quoi ? ; Pour qui ? ; Pourquoi ?

❖ **Image/photo** :

Importance du choix des images : indispensable, donne vie au texte, suscite de l'émotion, de l'intérêt, retient notre attention, curiosité... Choisir l'image en fonction du message que nous voulons transmettre.

Photos en haute résolution ; vigilant sur le nom du fichier, la taille (poids) et le format ; demander les droits d'image aux auteurs ; ne pas hésiter à retoucher les photos. Les photos doivent mettre en valeur les actions de votre association.

Pour envoyer les photos : wetransfer.com

❖ **Logo** : symbole de l'association (simple, lisible et mémorable)

Pour les images : format GIF, Jpeg, Tiff ; pour les fonds transparents : format Png

Logiciels : Photoshop ou Illustrator

❖ **Affiche** : s'adresse à un public large

Illustration et texte en gros caractère pour attirer l'œil.

Mentions règlementaire : nom-adresse de la structure qui a fait l'impression ; nom de l'association ; logos des partenaires

❖ **Affichage** : sur des emplacements gratuits réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité des associations (se renseigner auprès des mairies) ou sur des espaces privées et payants.

Ex : demander l'autorisation aux universités, centres culturels, commerces et au dos des bus (prendre contact avec la CTS).

❖ **Tract (A6, A5, A4)** : événements à promouvoir

Mentions obligatoires : nom de celui qui a réalisé et imprimer le tract ; nom de l'association ; mention « Ne pas jeter sur la voie publique »

❖ **Plaquette** : présente les activités de l'association ou le programme d'une manifestation

Texte simple, clair ; illustrer avec des photos/images ; présenter les activités de l'association de manière attractive ; nom et logo de l'association ; adresse, n° téléphone, horaires, tarifs... Elle peut être disponible en format PDF sur le site de l'association.

❖ **Brochure (A4 ou A5)** : présentation de l'association dans sa globalité – mettre des photos/images pour rendre le texte plus vivant.

**III. Diffusion de l'information**

❖ **Interne** :

- Site internet : informer, améliorer sa notoriété, collecter des données, vendre, donner de la visibilité

- Blog (ex : Canalblog.com) : articles sur lesquels les visiteurs peuvent réagir par des commentaires. Interactif, simple, désigner une personne qui s'occupera du blog et de publier des articles.

- La newsletter ou l'E-mailing (ex : Mailchimp) : donner des informations sur les événements à venir et les nouveautés, assurer le maintien social.

❖ **Collaboratif** :

- Réseaux sociaux : touche un large public – gratuit – interactif

Ex : Facebook (être en contact et échanger avec son entourage), Instagram (partager des photos/vidéos), Snapchat (échanger des photos/vidéos éphémères), YouTube (poster et regarder des vidéos), Twitter (suivre l'actualité et les acteurs influents de son secteur d'activité), LinkedIn (réseaux professionnels : ONG), Google+ (être visible sur Google)

❖ **HUMANIS** :

Site internet, journal HUMANIS, application mobile, HUMANIS Info, Facebook. Nous pouvons diffuser vos informations (retours de projets, événements...) sur tous les réseaux mentionnés ci-dessus. Contact : [agenda@humanis.org](mailto:agenda@humanis.org)

**IV. Relation presse/média**

Les retombées médiatiques : facilite la recherche de partenaires, développe l'image et la notoriété de l'association.

❖ **Fichier presse** : rassemble les contacts médias

Les choisir en fonction du public visé et de l'information à diffuser. Actualiser régulièrement le fichier.

**Communiqué de presse** : document court, synthétique, d'une page, à envoyer aux journalistes en mentionnant le contact de la personne référente de votre association.

❖ **Dossier de presse** : il apporte tous les éléments nécessaires à la rédaction de l'article (10 pages maxi)

Présentation globale de l'association ou sur un thème précis + photos

**V. Communication événementielle**

❖ **Pendant l'évènement** : Prendre des photos

Supports sur le stand : un calicot (banderole avec le nom de l'association ou de l'évènement), panneaux de signalisation, roll-up, affiches, programmes, badges, brochures, T-shirts à l'effigie de l'association, grilles-caddies ou panneaux d'exposition, cartes de visite...

❖ **Après l'évènement** :

Questionnaire de satisfaction ; bilan de l'évènement ; un article bilan à diffuser ; envoi des remerciements.

**Autres informations utiles que le responsable du GT souhaite consigner**

Le **Guide évènementiel** est disponible au centre de documentation d'HUMANIS et dans l'espace membre en PDF.

Nouveau **guide Ressources Humaines** : informations et réglementations ; les autres guides (logistique et montage de projets) sont également disponibles.

**Vous pouvez bénéficier de réductions sur les tarifs des services que proposent HUMANIS en matière de communication (réalisation de tracts, brochures, T-shirts, affiches...)**

**Annexe : pdf du diaporama.**