**Groupe de travail adhérents / bénévoles**

**18 novembre 2015**

**Présents :** Gabriel Sebban, Annick Liffran, Ginette Bellavoine, Catherine Gagelin, Jean-Bernard Quiquempoix.

**Excusés :** Carmen Ciataras,

1. **Slogan**

Il faut organiser un vote par correspondance pour les administrateurs sur « Restaurer la place de chacun ».

Le slogan doit être court : ne pas mettre « Pour » avant cette expression, ni «dans la cité » ou « dans la société »  après cette expression.

1. **Les trois piliers de la communication extérieure : les bénévoles, les adhérents, les ambassadeurs**

**TABLEAU A COMPLÉTER**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Bénévoles** | **Adhérents** | **Ambassadeurs** |  |
| **Contenus d’information** |  | Attractif  Impliquant  Stimulant  Valorisant /  reconnaissance |  |  |
| **Fréquence de sollicitation** |  |  |  | **Actualiser les informations à transmettre** |
| **Contact**   * **Support** * **Personnalisé (direct)** |  |  |  |  |

Il faut mettre en place **une base de données sur My Galoo** pour un traitement rapide et souple de l’information ; cette base structure l’info et l’accès pour ceux qui font une démarche pour y aller.

* Datées automatiquement : cela allègera l’actualisation des informations
* Avec des rubriques électroniques par thème
* Les informations viendront de l’extérieur ou de l’intérieur.
* Avec des listes d’envoi aux adhérents, aux bénévoles, aux ambassadeurs. L’objectif est de faciliter le tri des envois aux adhérents, aux bénévoles, aux ambassadeurs.

NB. Actuellement nous n’avons pas de fichier qui centralise les coordonnées et les fonctions de tous les bénévoles qui viennent au FAC. Leur action est gérée par les chefs de service ou une personne relais : Ingrid, Brigitte, Carmen.

* La base est auto-alimentée par chaque responsable au FAC qui triera les informations dans sa discipline et les mettra directement sur cette base de données.
* Cela évitera les mails.
* Prévoir une procédure d’alerte automatique en fonction de critères précis et du contenu de l’info.
* Code d’accès pour les adhérents, un autre pour les administrateurs, un autre pour les salariés…

1. **Les adhésions**

L’adhésion est un enjeu stratégique.

* **Choix de l’accroche, « Votre confiance est un soutien »** : cette accroche est le fer de lance de notre communication envers les adhérents, les donateurs et les éventuels mécènes. Nous voulons des adhérents actifs, qui soient un terreau sur lequel nous agissons. Il faut leur envoyer une information précise, impliquante pour eux.

L’adhésion doit être **étayée** par des arguments.

* **Le caractère obligatoire ou facultatif de l’adhésion**

**Pour les associations partenaires** (Chœur de Mamies, Agir), l’adhésion est obligatoire.

**Pour les salariés :** on leur propose d’adhérer (le frein est leur volontariat)

**Pour les résidants :** on leur propose d‘adhérer ; s’ils n’ont pas d’argent, on leur offre leur adhésion ou / et avec un tarif moindre ?

**Pour les bénévoles :** il y a trois catégories de bénévoles.

* Les bénévoles indépendants : on leur propose d’adhérer
* Les bénévoles mis à disposition par une association : doivent- ils **aussi** adhérer au FAC ?
* Les résidants bénévoles (voir ci-dessus)

**Pour les clients des Ateliers des Carnutes :**

* L’adhésion est obligatoire pour le client qui reçoit une facture.
* Quel que soit le montant de la facture ?
* Faut-il différencier le client personne morale et le client personne physique ?
* discussion autour de l’achat du sapin de Noël : l’adhésion ne serait-elle pas ressentie comme une majoration du prix ? Il faut questionner Bastien Lambrecq.

Dans le cas où le FAC « propose » d’adhérer, cette proposition doit être systématique.

* **Le montant de la cotisation d’adhésion**
* Faire un tarif différent pour les personnes morales et les personnes physiques.
* Faire des tarifs différents pour les résidents ?
* Offrir l’adhésion à certains bénévoles en reconnaissance de leur « travail » ?
* Faire un tarif de soutien, un tarif pour les membres d’honneur ?
* Le montant est voté à l’AG (en juin) sur proposition du CA.

1. **Mise en place du corps des ambassadeurs**

* **Définition.** Les ambassadeurs sont des gens qui sont capables à partir d’un programme d’arguments qui leur sera fourni, de contacter spontanément autour d’eux d’autres personnes pour déployer l’action du Fac et de susciter des adhésions.

Ce sont des acteurs de liens positifs et bienveillants.

Actuellement, l’image de marque du FAC n’est pas bonne car Le Fac est vu comme un prestataire technique Les valeurs du FAC ne sont pas connues, visibles. Les gens adhéreront sur la valeur d’un humanisme ; ils seront sensibles au sens que l’on donne aux actions du FAC.

Un ambassadeur porte un insigne « ambassadeur FAC » : la fourmi FAC ?

Dans leur communication, les ambassadeurs seront :

* Mécaniciens : des **gens** fonctionnels
* Médecins : des auditeurs de pathologies
* Educateurs ; ils portent une parole éducative
* Médiateurs sociaux : ils tracent un chemin de rapprochement entre des positions différentes
* Assistants : des outils intermédiaires
* Des justes : oui à la tolérance, non au racisme. Affirmation de l’équité.

Défendre l’humain avant l’économique : une valeur à porter.

L’ambassadeur ne résout pas les problèmes mais oriente vers les bonnes personnes.

**PROCHAINE RÉUNION MERCREDI 2 DÉCEMBRE DE 9 H A 12H**