Commission vie communication 9 septembre 2015

Présents : Gabriel Sebban, Annick Liffran, Sébastien Poulin, Martine Carnis, Ginette Bellavoine, Carmen Ciataras, Jean-Pierre Charlier

Excusés: Catherine Gagelin, Christian Patin, Brigitte Furio, Jean-Bernard Quiquempoix.

1.1 Point sur la mascotte (fourmi).

M. Fortin, graphiste contacté par Gabriel a dessiné gracieusement une fourmi dont l'image dorénavant appartient au FAC; elle est « une création FAC ». Il a dessiné 4 attitudes qui nous permettront de communiquer. En plus, il faut introduire de l'humour avec des accessoires, une garde-robe et une panoplie, le nom « FAC » sur sa poitrine... (la liste sera faite par Martine et Annick). Gabriel va recontacter M Fortin pour ces accessoires..

Pour remercier M Fortin : **Carmen** voit la question avec Christian (lui écrire un mot pour l'inviter au Gains' Bar ?).

Les utilisations seront variées : dessin pour un panneau indicateur, vente d'autocollants et de porte clef (fabriqués par les Ateliers des Carnutes ?)... une nouvelle source de financement.

Pour faire vivre la mascotte, la faire bouger, l'habiller, il faudrait une personne qui sache utiliser un logiciel. Est-ce de la compétence et du ressort de Brigitte ? **Sébastien** en parlera à Christian Patin.

1.2 Dépouillement du concours slogan

Le slogan est avant tout institutionnel. Il ne peut affirmer une sensibilité individuelle. Il ne doit pas être affectif. Il représente le FAC. Le slogan doit « battre pavillon, comme un drapeau sur un bateau. Quand on le voit, on doit savoir qui c'est ». Il doit sonner quand on le prononce. Il doit être en lien avec la mascotte.

Suite au concours, nous avons obtenu 19 réponses (voir en annexe 1). Nous avons gardé 2 idées : « Parcours solitaires, actions solidaires » et « La force de la solidarité »

Le slogan sera choisi au prochain CA, le 13 octobre. Annick fera un mail dès à présent aux administrateurs pour les informer des slogans proposés afin chacun puisse en parler à son entourage.

1.3 Le logo

Pour dessiner le logo « FAC » il faut appel à un professionnel. **Martine** a fait un cahier des charges. Brigitte Furio avait un contact avec des étudiants à Dreux ; **Sébastien** a aussi un contact. **Martine** en parlera à Josiane et à Brigitte.

On veut un logo qui traduise une maturité, qui soit pérenne.

2. Le point sur l'aménagement de l'AERONEF.

Pour le projet AERONEF, le travail avec la FOL et « Culture ô centre » est bien engagé : une personne est venue visiter la salle et a donné des conseils. Projet d'aménagement de la salle : peinture par l'Atelier des Carnutes, rideaux par la Dame à la Licorne. Les loges seront supprimées pour rallonger la cène. Un Algéco serait rajouté à l'extérieur pour faire une loge

Pour le financement des aménagements techniques de la salle, demande de 15 000€ en réponse à un appel à projet de la Caisse d'Epargne avant le 14 septembre ; réponse début 2016. Jean-Pierre nous lit la demande de subvention : le contenu de cette lettre pourra être réutilisé : il expose le projet de façon très claire.

3. Suite des décisions du CA du 23 juin sur la com'. Répartition des tâches

Lors de ce CA, 3 « groupes projets » (GP) avaient été constitués ; nous les complétons (les nouveaux membres sont en caractères gras) :

Groupe-Projet Culture Évènement	Jean-Pierre CharlierMartine CarnisBrigitte Furio	Francine ToquePhilippe Arbouch,	Ginette BellavoineIsabelle SoulierCarmen
Groupe-Projet Adhérents / bénévoles	Catherine GagelinCarmen CiatarasGinetteGabriel	Josiane GuillaumeJean-Bernard Quiquempoix	Annick LiffranDenis Vernadat
Groupe-Projet Finances	- Sébastien Poulin - Denis Vernadat - Martine Carnis	Ce groupe a pour socle la commission financière du FAC. Les salariés invités ne traitent que du versant de la communication.	

Chacun de ces 3 groupes fonctionne indépendamment : ils ont leur calendrier de réunions.

Ils doivent anticiper les besoins en communication du FAC par rapport au public : fonctionner dans l'urgence engorge nos capacités de réactions.

Chaque groupe doit reprendre les objectifs et les enjeux décrits dans le doc « Référentiel des politiques de communication » (voir Annexe 2) pour les décliner en termes de communication. Ainsi, des documents seront rédigés, par ex, un doc pour les adhérents. Le rédacteur du groupe peut agir soit en groupe, soit seul en faisant des propositions aux autres (envoi par internet, validation dans les 24h qui suivent si pas de réaction).

Les documents une fois créés, seront validés par le CA ou le bureau. Puis ils seront envoyés à Carmen, répertoriés dans un listing par mots clefs et accessibles sur « My Galoo », avec un mot de passe. Ce dispositif est à valider par le CA.

Chaque groupe-projet doit travailler en lien avec les salariés qui doivent s'inscrire dans les groupes. Jean Pierre Charlier, au nom du CA, leur en parlera à la prochaine réunion le 30 novembre de 15h à 17h.

Le rôle de notre « commission communication » (celle qui se réunit aujourd'hui) est d'assurer une congruence entre les 3 groupes-projets.

4. Analyse stratégique de la posture de communication

La posture, c'est l'attitude qui donne du sens au message que l'on veut porter. Elle permet de savoir où on veut aller et où on ne veut pas aller. Elle apporte de la visibilité.

Quelle posture adoptons-nous ? Notre position sociale nous implique d'être militant, de communiquer vers le public de façon engagée. Les salariés aussi attendent l'affirmation de cet engagement. Mais si le militant est utilisé, il sera taxé de partisan et sa parole pourra être rejetée. Sa parole doit être portée par un humaniste : notre combat est humaniste.

Cette position devra être validée.

NB. Gabriel émet l'idée d'acheter une imprimante 3D; Sébastien regardera les prix.

ANNEXE 1 : Dépouillement des slogans

Slogans proposés:

Solitudes ordinaires, réponses solidaires

Ensemble, bâtissons (ou bâtir) un (ou le) nouveau monde solidaire

Fonder avec le cœur

Une force pour le bien

De l'urgence à la confiance

Parcours solitaires, réponses solidaires,

La faculté de vivre digne

L'humanité au cœur de la cité

De l'urgence à la confiance

Notre métier la solidarité

La vie ne vaut rien, rien ne vaut la vie

Aider nos prochains, nos prochains nous aideront

Agir pour vivre ensemble

Humain d'abord

Solidaire et citoyen

Une place pour chacun, un droit, une humanité

Derrière chaque sourire se cache une tristesse : soyons solidaires.

Humain et solidaire.

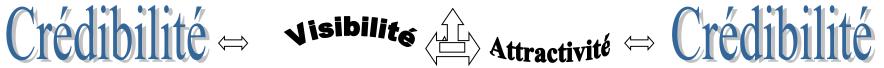
Nous éliminons les formulations longues (6 mots maxi)

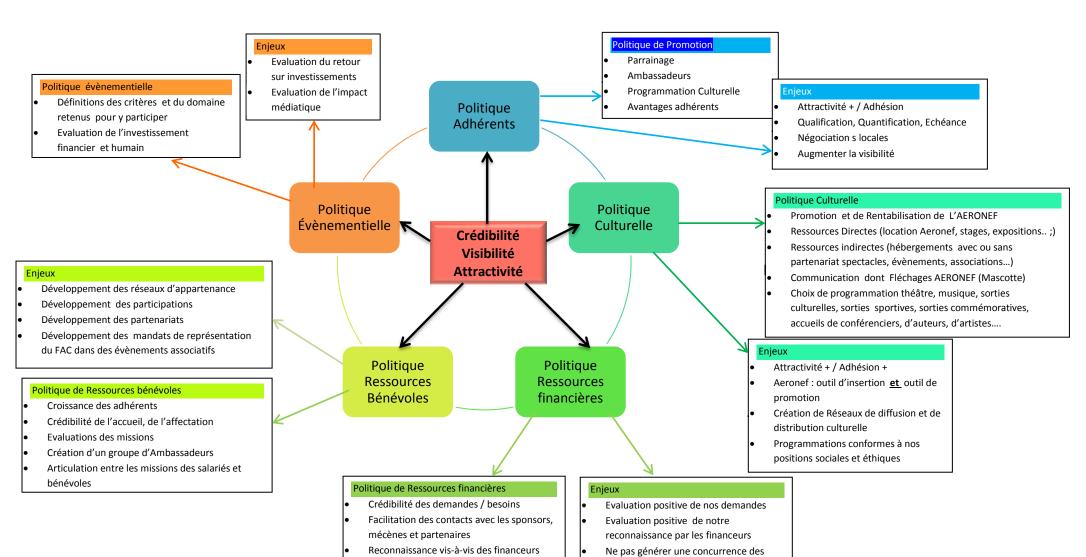
Les mots qui reviennent : solidaires, vivre - vie, humain - humanité, solitaire - solitude, cité - citoyen, cœur, ensemble.

Lien avec restaurer la place de l'homme dans la société.

Pérennité







aides