

Réunion de la commission «Communication» en visio, à 18h30

Les membres de la commission : Vivien Caudal, Marie-Françoise Dupeyroux, Jacques Solomiac, Alexandra Pourcelié, Nicolai Beuhorry.

Présents : Vivien Caudal, Nicolai Beuhorry, Jacques Solomiac ,

Excusé : Marie-Françoise Delpeyroux, Alexandra Pourcelié.

#### **Ordre du jour**

- Bilan des actions de la commission,
- Prospective,
- questions diverses

#### **1. Bilan des actions de la commission :**

- Manque de cohésion : uniformiser la communication sur les différents supports utilisés par l'association (www/FB et autres réseaux) en utilisant une version validée par la commission.

Dans les cas d'urgence (ce qui arrive fréquemment) ce sera la première info diffusée qui pourra être utilisée/implémentée.

Il est impératif d'utiliser un modèle standardisé de communiqué (selon les usages, voir en annexe) et organiser un circuit de diffusion des informations pour que tous les « émetteurs » aient la même matière (texte, image) même si l'exploitation est adaptée aux différents supports.

A titre d'exemple la communication « Fête des plants » 2024 (avec beaucoup de matériel (textes/illustrations) a fait l'objet d'une diffusion avec une photo de l'édition 2023 !?

- Problème d'implication et d'investissement des adhérents : les moyens identifiés, après l'assemblée générale de juin 2023, n'ont eu aucun effet notamment en matière de recherche de bénévoles sur les réseaux nationaux (Je veux aider) ou locaux.

Ce manque de bénévoles, et de compétences, pénalise le bon fonctionnement des commissions (pas de coordination) des postes administratifs (trésorerie, secrétariat, coordination globale de l'association).

Globalement les décisions prises dans les commissions précédentes n'ont pas résolu les problèmes soulevés.

#### **2. Prospective :**

- Travailler sur des « publications/communiqués de presse uniques » respectant la charte graphique définie avec Alex et à diffuser simultanément après validation par la commission publication.

- Repenser la communication pour attirer des bénévoles prêts à s'impliquer : travailler sur une campagne incitative sur base de « il est temps de passer à l'action »

- Nicolai propose de parler de RESPECTS Occitanie à son association étudiante et d'organiser une visite du jardin des Violettes (projet de création d'un jardin sur le campus de l'ENSEIHT).

#### **3. Questions diverses**

Un nouveau correspondant pour La Dépêche du Midi est signalé par la Mairie de Cugnaux.

Pour la commission communication  
Vivien Caudal

## Annexe :

### Un CP c'est quoi ?

Pour préparer un communiqué de presse il faut d'abord répondre à quelques questions :

- Avez-vous besoin d'un communiqué de presse ?
- Votre propos est-il intéressant, pertinent ?
- Le « timing » est-il approprié ?
- Les journalistes de votre secteur géographique utilisent-ils des communiqués de presse ?
- À qui votre communiqué de presse est-il destiné ? Aux journalistes, bien sûr, mais n'oubliez pas que ce sont eux qui vont vous permettre de toucher vos publics-cibles. Il faut donc les définir afin de déterminer quels sont les éléments suffisamment pertinents pour être inclus dans le message.

### Le titre

Le titre doit attirer l'attention du lecteur, lui donner l'envie d'en savoir plus. Il doit être direct et accrocheur, susciter de l'intérêt, raconter une histoire etc. Mais il doit aussi être concis et compréhensible, pour que le lecteur comprenne au premier coup d'oeil de quoi il s'agit.

*Les titres peuvent :*

- Raconter une histoire**
- Faire référence à des faits**
- Être accrocheurs**
- Poser des questions**
- Jouer avec les mots**

*Les titres ne doivent pas :*

- Être long et assommants ;**
- Utiliser trop de jargon ;**
- Utiliser des acronymes ;**
- Être trop généraux ;**
- Être incompréhensibles ;**
- Concerner une réunion, un événement... sauf si l'angle est intéressant, ...**

### L'intro

Pas trop longue, une introduction doit répondre à six grandes questions: qui, quoi, où, quand, pourquoi, comment. Cette règle est connue de tous les journalistes qui utilisent aussi la « technique de la pyramide inversée »: toutes les informations importantes doivent figurer au début.

*Les six grandes questions :*

- Qui** participe (votre projet, d'autres partenaires, des officiels) ;
- Que** se passe-t-il ? Votre récit, ce que vous voulez dire ;
- Où** le lieu, l'endroit où se déroule votre activité ;
- Quand** le moment où votre activité se déroule ;
- Pourquoi** la raison pour laquelle votre activité est proposée, l'objectif que vous voulez atteindre ;
- Comment** le projet va être mis en œuvre, ce que vous faites, ...

### La pyramide inversée

Un outil qui sera très utile et à garder en mémoire car il aide à structurer le communiqué de presse. Les éléments clés du récit doivent être tout en haut et plus l'on va vers la pointe, plus l'info est secondaire. Pour économiser de l'espace, le rédacteur peut décider de couper un article ou un reportage... en partant de la fin.

**L'information qui présente le plus d'intérêt**

**Qui ? Quoi ? Quand ? Où ?**

**Pourquoi ? Comment ?**

---

**Détails importants**

--

**Information générale** (à propos de l'émetteur)