

Qu'est-ce qu'un plan de communication ?

La communication a pour objectif d'élaborer un message global afin de donner à l'association une image spécifique. Le plan de communication est un programme qui indique la marche à suivre pour produire et diffuser les messages nécessaires à la conduite d'une action. Il peut être élaboré pour annoncer un événement, augmenter le nombre d'adhérents...

Le plan de communication s'appuie sur une organisation préalable

- » Prévoir dans le budget de l'action les frais de communication à engager (imprimerie, courrier, téléphone, locations...).
- » Se reporter au plan d'action pour dégager rapidement les lignes du plan de communication (quels messages, adressés à qui, sous quelle forme, à quel moment, à quel endroit ?).
- » Avoir à disposition les fichiers d'adresses des destinataires (adhérents, partenaires, financeurs, presse, associations concernées, autorités locales...), et un inventaire des ressources disponibles dans l'association (connaissances et compétences apportées par les adhérents, dossiers thématiques et documents, matériel...).

Le plan de communication fait appel à trois sortes d'opération

- » Inventorier et classer les destinataires en distinguant bien ce qui relève de la communication interne (pour informer, mobiliser, impliquer les adhérents) et de la communication externe (les partenaires, la presse, les participants invités, le public visé...)
- » Concevoir les messages (définir les contenus) en fonction des situations de communication (commande de matériel, conférence de presse, invitation...), et les mettre en une forme adaptée à chaque média choisi (un même contenu pourra être diffusé sous différentes formes : affiches, annonces radio, tracts...)
- » Planifier les étapes, fixer un échéancier (les dates à respecter) pour chaque opération, puis définir et répartir les tâches entre les membres engagés dans l'action.

Le plan de communication est coordonné pendant son déroulement

- » Une instance (un responsable ou une équipe) gère tous les messages concernant l'action, ceux envoyés par l'association, ceux reçus, et Les résultats des contacts établis et démarches entreprises.
- » Cette instance veille à ce que les messages émis soient prêts à temps (tracts, affiches, demandes de subvention, autorisations, invitations, communiqués de presse...) et diffusés ou expédiés au bon moment et aux bons destinataires.
- » Cette instance prend en compte toutes les réponses et les réactions aux messages envoyés et adapte le plan en conséquence (trouver de nouveaux partenaires, lancer une nouvelle campagne d'affichage, avancer ou reculer la date de la conférence de presse...).

En savoir plus

Juris associations N°345 - 2006