

PPH

De l'importance et de la place de la communication externe dans
l'associatif

Etienne BRODU

13 avril 2011

Table des matières

| | | |
|----------|--|----------|
| 1 | Introduction | 3 |
| 2 | But de la communication extérieure | 3 |
| 3 | Mes expériences dans l'associatif | 3 |
| 3.1 | Le ski club | 3 |
| 3.2 | L'AEDI | 3 |
| 3.3 | Les 24 heures de l'Insa | 3 |
| 3.4 | Le BDE | 4 |
| 4 | Observations | 4 |
| 4.1 | BdE | 4 |
| 4.2 | 24 heures de l'Insa | 4 |
| 5 | Déboires : pièges à éviter | 4 |
| 5.1 | La bache de la MdE | 4 |
| 5.2 | Les affiches Journées et Concerts des 24h | 5 |
| 6 | Résultats et conclusion tiré de ces expériences | 5 |
| 7 | Portefolio | 7 |
| 7.1 | BdE | 7 |
| 7.2 | 24h de l'Insa | 8 |
| 7.2.1 | 36ème édition - 2010 | 8 |
| 7.2.2 | 37ème édition - 2011 | 9 |
| 7.3 | AEDI | 13 |

1 Introduction

Depuis bientôt 4 ans, je suis mes études à l'Insa. La première chose que l'on m'a dite sur cette école, avant même son nom, était l'importance de la composante humaine de la formation par rapport à d'autres établissements. Les PPH en sont la preuve.

Depuis bientôt 4 ans, j'ai eu l'occasion de travailler dans plusieurs associations : le Ski Club, l'AEDI, le BDE, les 24h, pour ne citer que les plus importantes. Toutes ces expériences ont en commun ma passion pour les arts graphiques et la communication visuelle.

2 But de la communication extérieure

Le but premier de la communication est de promouvoir les services, ou actions d'une association, d'une entreprise, d'un organisme. En résumé, de faire connaître une entité auprès du public. Dans le cas du ski club, il s'agira des sorties proposées et de la location. Pour les 24h, ce sera la festival, et les soirées préalables ; pour le BDE, les services et évènements organisés. Mais on peut prendre aussi l'exemple du forum Rhône Alpe, de la plupart des associations de département etc ...

Tout le travail effectué en communication extérieure est principalement tourné vers la promotion des autres actions faites par l'association. Un seul contre-exemple me vient à l'esprit : les cartes de vœux envoyées par les 24h à ses partenaires. Mais, en un sens, il est encore question de promotion, puisque cela contribue à garder de bonnes relations ainsi qu'à pérenniser les partenariats commerciaux.

3 Mes expériences dans l'associatif

3.1 Le ski club

Depuis que je suis enfant, j'ai la chance de skier chaque hiver. Pour poursuivre cette activité durant mes études, je me suis inscrit dès ma première année comme membre actif du Ski club.

L'ancien webmaster quittait l'Insa l'année de mon arrivée, je me suis donc proposé de reprendre le site de l'association pour le maintenir. Ce fut ma première expérience relative à la communication dans l'associatif. J'ai entièrement reconstruit le site web, pour améliorer la visibilité en ligne de l'association.

Le site comportait des informations concernant l'organisation des sorties, du weekend à venir, ainsi que sur la location ou l'entretien de matériel.

Je ne fais plus parti du ski-club, le site à été récemment replacé par une plate-forme web plus pratique à maintenir.

3.2 L'AEDI

Il serait faux de dire que je suis membre de l'AEDI. Je n'ai fait que proposer mon aide en cas de besoin. Mais j'ai eu l'occasion de dessiner un visuel de T-Shirt distribué aux *bizuth* lors du weekend d'intégration, et différentes affiches pour le barbecue de fin d'année.

Ces travaux étaient d'une durée très courte, et il y avait peu de travail collaboratif, j'en parlerais donc peu par la suite.

3.3 Les 24 heures de l'Insa

Cela fait 2 ans que je suis dans l'équipe communication des 24h de l'INSA, et c'est probablement pour cette association que j'ai fourni le plus de travail. Durant ces deux années, j'ai dessiné un certain nombre de ressources qui ont été réutilisées sur différents supports, tels que les programmes, les gobelets, les T-Shirts, les affiches etc ... J'ai également participé, entre autres, à l'élaboration des affiches journées et concerts.

J'en tire de bonnes expériences notamment en ce qui concerne la suivi d'un projet sur une plus longue durée. Le fait de travailler par équipe nous amène souvent à présenter nos idées et notre travail, à prendre des décisions et à remettre en cause des idées, ou des ébauches.

3.4 Le BDE

J'ai également collaboré à plusieurs projets avec l'équipe communication du BDE. Cependant, ayant intégré l'équipe en cours d'année, je n'ai pas eu l'occasion de faire des travaux très significatifs.

4 Observations

La première observation que j'ai pu faire aussi bien au sein de l'équipe com du BdE que des 24h, est que la communication externe n'est pas toujours à la hauteur pour promouvoir les efforts fournis par les autres services ; soit à cause d'un retard, d'un manque de moyens, ou d'un manque d'efficacité.

4.1 BdE

Par exemple, au BdE, en comparaison à la médiatisation que l'on peut voir dans la plupart des entreprises, le service de communication est en sous-effectif. Il devrait être plus important afin d'être plus productif, plus efficace et mieux faire connaître les services proposés aux étudiants.

Cependant, je suis conscient que ce n'est pas comparable à une entreprise commerciale, dont la survie dépend en grande partie de sa visibilité. Les services du BdE ne pâtissent pas d'une mauvaise visibilité, et rencontrent toujours le public étudiant attendu.

4.2 24 heures de l'Insa

En revanche, la communication aux 24h est plus importante et mieux planifiée, parce qu'indispensable à la manifestation, mais elle n'est souvent pas assez organisée pour avoir des ressources graphiques vraiment utilisables d'une année sur l'autre.

Le planning des tâches fait que les tâches qui demandent le plus de travail (T-Shirt et Affiches) sont réalisé en dernier. Tandis que des tâches plus simples, comme les campagnes de pré-communication, ou des affiches de soirées moins importantes (soirées de sélection des groupes, soirée SIDAction etc ...) sont faites avant. Il en résulte que le travail de cohérence graphique n'apparaît important que tard, dans le planning, ainsi, l'idée de réutiliser des ressources n'est pas immédiate.

Bien qu'un effort soit fait de ce côté là, et, pour donner un exemple, les photos prises sur la manifestation sont souvent réutilisées d'une année sur l'autre dans plusieurs supports de communication, tels que le site web, ou les plaquettes destinées aux sponsors.

On peut nuancer cette remarque en notant que les 24h bénéficient déjà d'une grande notoriété auprès d'un certain public, et une campagne de communication faite en urgence, et pas aussi travaillé qu'attendu ne nuira pas au festival, ni à son image. Le but est plus d'informer le public que d'en attirer de nouveaux.

5 Déboires : les pièges à éviter

Je vais revenir sur plusieurs gros projets, en analysant quels étaient les difficultés, les enjeux, et pourquoi ces projets n'ont pas abouti ou ont connu des difficultés.

5.1 La bache de la MdE

Le BdE ayant un partenariat important/conséquent avec Perstil, ceux-ci nous proposèrent une impression gratuite sur une bâche de 8m par 1m, avec pour seule contrainte, un bandeau

publicitaire au bas de l'affiche. La décision fut prise de placer cette bâche au devant de la MdE, sur la rambarde du balcon, pour attirer un peu plus l'œil et signaler la présence de la MdE. Quand je suis arrivé dans l'équipe, cette proposition était déjà lancée depuis quelques années, mais personne ne s'était mis à la tâche. Je me suis donc proposé de travailler dessus pendant l'été. Et après quelques réunions, le thème choisi serait "Urbano-floral".

J'ai très vite réalisé, face à une tâche et un travail aussi important, que le thème ne pouvait se résumer à deux mots.

Ainsi, je commencé à travailler avec des idées en tête. Les membres de l'équipe étaient en désaccord avec la plupart des ébauches que je présentais, chacun ayant une vision différente du thème. Le projet finit par stagner, un consensus ne pouvant se dégager.

Il aurait été souhaitable de mieux définir un style visuel, et le résultat attendu, par exemple en se posant les questions suivantes : Pourquoi faire ce travail ? qu'est qui est attendu du résultat ? dans quel registre peut-on se placer, et à quoi ressembleras sommairement le résultat final ?

5.2 Les affiches Journées et Concerts des 24h

Un des travaux les plus importants pour l'équipe communication des 24h est la réalisation des affiches Journées et Concerts. Ce sont deux affiches imprimées au format B1, en grand nombre et qui sont en grande partie responsables de la visibilité des 24h sur Villeurbanne, Lyon et ses alentours.

Chaque année, des propositions de thèmes et des ébauches d'affiches sont présentées plusieurs mois avant la manifestation, afin que l'équipe entière des 24h puisse juger et voter pour un thème. L'an dernier, les deux idées qui s'étaient démarquées étaient une reprise des lapins suicidaires de Andy Riley, et un thème dont la ligne directrice était l'aspect BD. Nous avons alors choisi d'utiliser les 2 thèmes.

J'avais une idée très précise de ce que je pensais faire, et elle semblait plaire à l'équipe.

Entre-temps, l'idée des lapins suicidaires a été abandonnée, pour des raisons évidentes. Nous avons donc remplacé dans la précipitation les lapins par des pandas, image plus positive. (Ce n'est que trop tard que nous avons réalisé le lien évident avec l'association *la semaine asiatique*.)

J'ai commencé à proposer des ébauches, et le travail avançait bien. Au fur et à mesure que j'avançais, des remarques m'ont été faites dans le but d'améliorer certains détails. Mais plus le travail avançait, plus le nombre de remarques augmentait, et plus j'approchais du résultat final, plus il semblait déplaire. C'est comme ça que, quelques jours avant l'envoi à l'imprimeur, il a été décidé de recommencer à zéro pour produire une affiche différente et exempte de toutes les remarques faites à la précédente.

Je ne pense pas que ce travail fait dans la précipitation soit mieux réalisé que celui effectué au préalable. En revanche, le fait de montrer un travail fini, et non des ébauches à l'équipe, l'a fait accepter plus facilement. Chacun ne s'est pas projeté dans l'ébauche pour imaginer un travail fini et ensuite être déçu. Au contraire, un travail fini et intègre est difficilement critiquable, puisque il est difficile de cerner précisément les éléments à modifier pour l'améliorer.

Je pense donc que bien qu'il faut bien faire la distinction entre des remarques concernant des améliorations possibles (meilleur visibilité, meilleure cohérence, meilleur équilibre ...) des remarques personnelles de goût. Il faut faire preuve d'une sorte de bon goût universelle, et ne pas s'arrêter à des préférences personnelles.

Il existe des règles d'utilisation de typographies et de couleurs, qui sont prouvé et approuvé. Elles peuvent découler du bon sens, et de l'expérience mais les suivre peut faire gagner du temps et une certaine expérience.

Pour exemple, je me suis penché sur la façon de procéder du festival Rock'n'Solex, qui est très proche des 24h de l'Insa (festival étudiant organisé par l'Insa de Rennes). Ils ne travaillent pas eux-mêmes sur l'affiche, mais lancent un concours. Ils ont une réputation suffisante pour que les concurrents produisent des travaux de bonne qualité. Quelques modifications mineures sont faites sur l'affiche gagnante, puis c'est l'impression.

La grande différence, c'est qu'ils choisissent parmi des travaux déjà aboutis, complets, qui ont déjà un certain caractère et une intégrité.

Ce que je peux en conclure c'est qu'au delà de l'affiche, c'est véritablement une charte graphique sur lesquels travail les graphistes concurrents pour la présenter sous forme d'affiche. Ensuite, il est aisément de reprendre des éléments clés pour d'autres supports tels que les flyers, les programmes ou les gobelets.

Je ne pense pas qu'un concours d'affiche récolte les résultats escompté, et il est impossible de mettre plusieurs personnes à travailler chacun sur une affiche différente pour ensuite choisir la meilleure. Cependant, tout en gardant la présélection du thème par l'équipe complète, il serait préférable de commencer très tôt à travailler sur l'affiche avec un groupe de personnes restreint (2 ou 3), jusqu'à finalisation. Ainsi le thème est illustré par une ambiance graphique, source d'inspiration pour les travaux futur.

6 Conclusion

De manière générale, dans l'associatif le travail fourni est important. Je pourrais estimer à 10% le ratio de travaux qui seront effectivement publiés.

Il y a effectivement une part du travail qui est dédiée à des essais, ou soumis à des sélections ; toute une part du travail qui ne sera jamais aboutie, et abandonnée en cours de route. Le but étant de réduire au maximum cette part.

La principale cause de ce gaspillage est la méthode employée : en effet, il est plus facile de travailler sur une production, de la finir, puis d'en commencer une autre, et ainsi de suite. Ce travail est parallélisé entre plusieurs personnes, pour être plus rapide.

6.1 L'intérêt d'une charte graphique

S'obliger à établir une charte graphique claire et fournie, permettrait de réduire grandement ce gaspillage. Il serait plus judicieux, à mon sens, de travailler sur un ensemble de ressources graphiques réutilisables plutôt que de travailler production par production. Ainsi, pour chaque production, il ne reste plus que de la mise en page et quelques adaptations.

6.2 Mise en pratique

Dans le cas du BdE, cette charte graphique est présente, car la communication s'étale tout au long de l'année, et il est indispensable d'avoir une cohérence visuelle. La campagne la plus récente, pour la Coop, est une série d'affiche sur le même modèle avec un texte et une illustration différente.

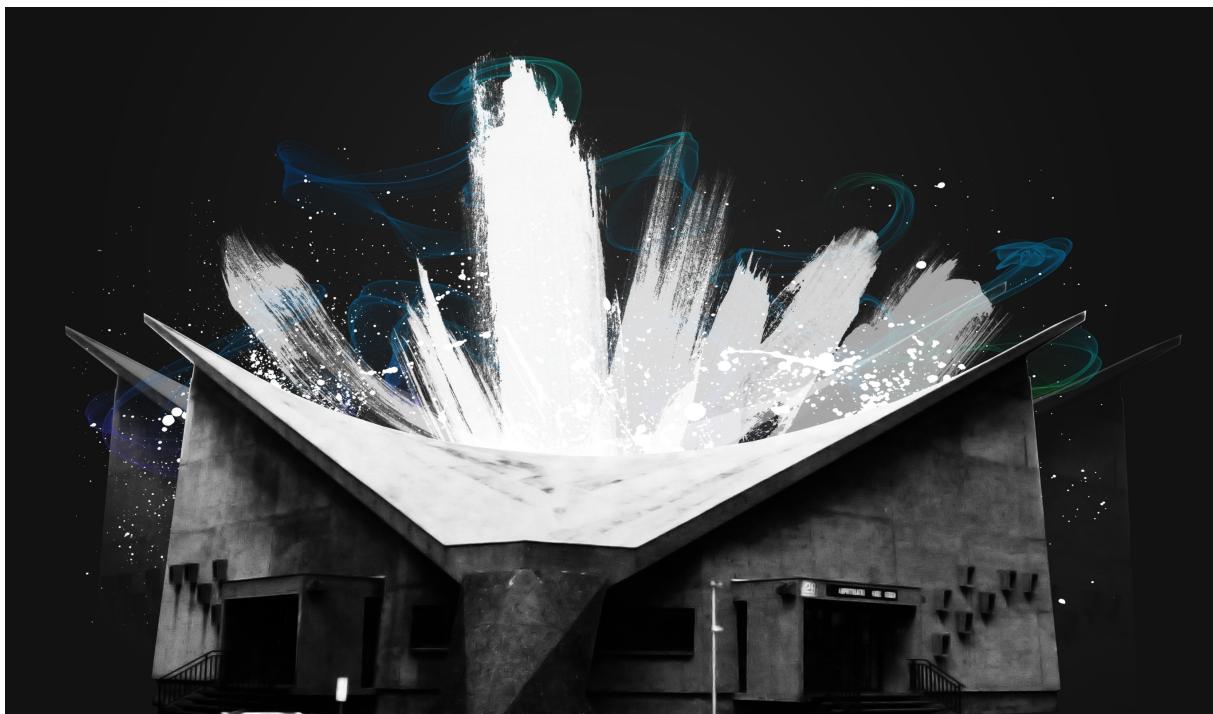
En revanche, dans le cas des 24h, du fait que chaque année, le thème change, la production graphique est entièrement à refaire. C'est la raison pour laquelle, pendant les 2 ans où j'ai participé à cette équipe, le travail de chacun s'éparpillait dans un nombre incroyable de travaux très intéressants, mais peu, voire pas cohérents une fois rassemblés, donc inutilisables.

Le fait que les travaux les plus importants soient effectués en dernier, pousse l'équipe à effectuer les premiers travaux rapidement, sans penser à produire des éléments réutilisables. D'une année sur l'autre, le thème change, il n'est donc pas possible de réutiliser la plupart des ressources graphiques ; en revanche, il serait bénéfique de travailler sur un ensemble de ressources réutilisables tout au long d'une année.

7 Portefolio

Je présente ici différents travaux qui illustrent le mieux mon travail, et les évolutions que suit un projet.

7.1 BdE



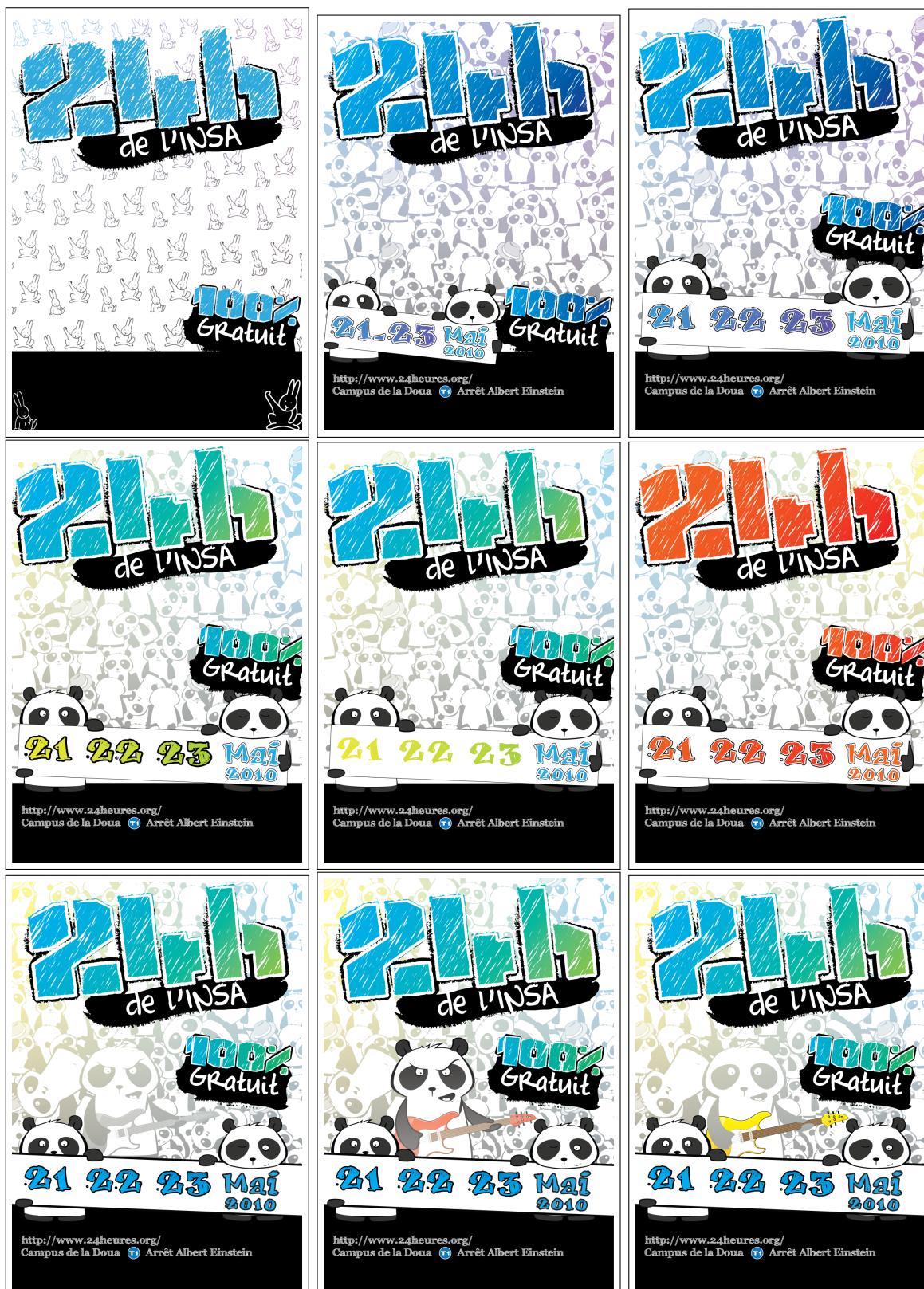
Première esquisse pour la bâche du BdE



Différentes ébauche et évolution du travail sur la bâche du BdE.

7.2 24h de l'Insa

7.2.1 36ème édition - 2010



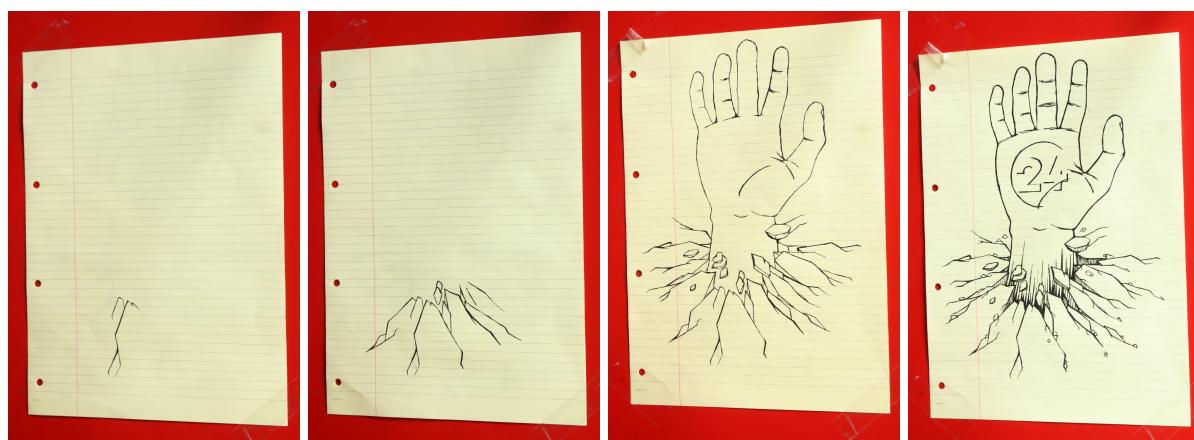
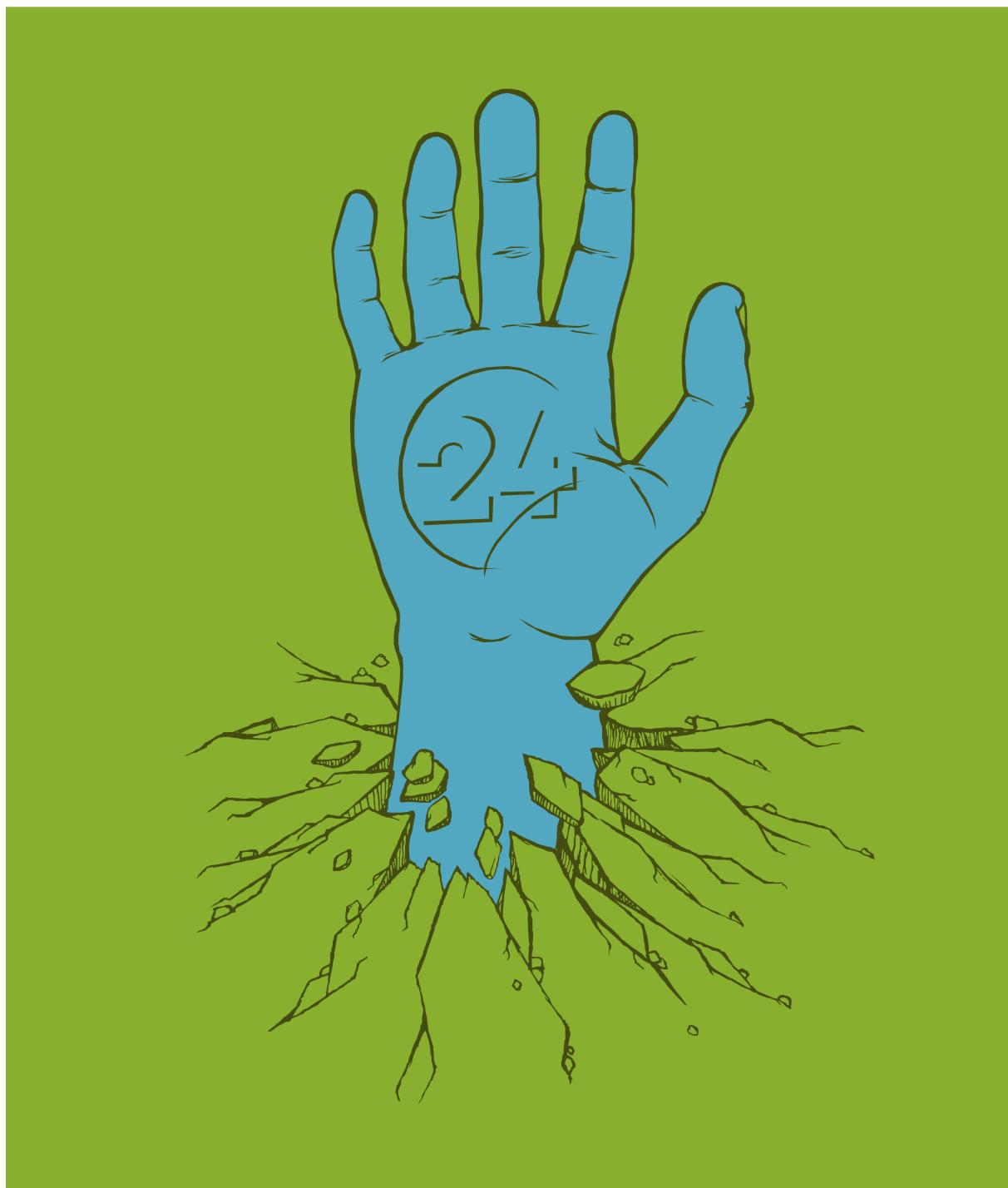
Suivi des étapes dans le travail sur l'affiche des 24h de l'insa, 36ème édition - 2010



Affiche proposé et affiche finale

7.2.2 37ème édition - 2011

Présentation d'un thème de communication intitulé *Old School*



Une idée de visuel pour un T-Shirt vente



Travail sur le logo de l'association, pour le thème *tâches de peintures*



Proposition de visuel pour un T-Shirt vente



Proposition d'affiche concert

7.3 AEDI



Affiches pour le barbecue de fin d'année de l'AEDI



Visuel de T-Shirt pour la promotion 52