

49e Congrès de la FNASCE

29-30-31 mars 2017

Atelier N° 2

Communication

Animateurs :

Michel LABROUSSE, CDF

Laurent FRANC, CDF

Maud VARIN, URASCE Normandie

Olivier BEAUJEAU, URASCE Centre

Au sein de notre Fédération, la communication est vitale pour chaque niveau (national, régional, local) et se fait par des canaux toujours plus nombreux (classiques, internet, réseaux sociaux). Malgré l'existence d'orientations nationales, le sentiment qui prédomine reste le caractère plutôt foisonnant de la communication au sein de notre mouvement où, trop souvent, chacun réinvente dans son association ce que d'autres ont su utiliser, voire innover. Comment s'outiller et mieux s'organiser pour progresser collectivement ?

Thème 1 : Les matériaux disponibles et leur usage

LE CONSTAT :

- Un plan de communication fédéral méconnu
- Une satisfaction globale de la communication de la FNASCE (points positifs : lettre CPS, relevé de décision CDF) mais des points restent à améliorer
- L'ensemble des ASCE communique mais elles sont peu à disposer d'une stratégie et d'une organisation locale ce qui pourrait expliquer les difficultés évoquées suivantes :
 - manque de moyens humains,
 - manque de temps,
 - manque de compétences dans le domaine de la communication,
 - trop d'informations envoyées de manière désorganisée.

DES PRATIQUES LOCALES VARIÉES :

- Mise en place d'une fréquence des envois (hebdomadaire, quinzaine, mensuel ...).
- Nomination d'un chargé de communication au sein de l'ASCE.
- Réseau de correspondants en charge de relayer l'information.
- Partenariat avec l'administration :
 - encart réservé dans une lettre d'info,
 - participation aux journées des nouveaux arrivants,
 - participation aux réunions de service,
 - autorisation de tenir des forum, des stands,
 - travail avec la cellule de communication,
 - autorisation d'utiliser les listes de diffusion.
- Valorisation de l'identité de l'ASCE :
 - Utilisation d'une charte graphique,
 - Utilisation du logo,
 - Envoi des messages via la boîte fonctionnelle de l'ASCE.

- Utilisation de différents supports de communication : affiches (notamment « Les 10 bonnes raisons d'adhérer à l'ASCE »), livret d'accueil, gazette, newsletter, calendrier des activités regroupant ASCE / URASCE / FNASCE ...
- Utilisation de différents vecteurs de communication : affichage, courrier, messagerie électronique, internet, blog, Facebook ...
- Optimisation des passerelles entre ces différents vecteurs : liens vers le site dans les mails, liens du site internet sur le site intranet ... (conséquence : pas d'alourdissement des boîtes, pas de double saisie).
- Création de listes de diffusion (mail personnel des adhérents, diffusion distincte).
- Valorisation des activités de l'ASCE par la rédaction d'articles.
- Sélection des informations à communiquer en fonction de la cible, notamment les envois papiers aux retraités.
- Encourager la participation aux AG (ex : tombola) ou les candidatures aux comités directeurs de l'ASCE (cooptation).

DES ATTENTES VIS A VIS DE LA FNASCE

- Transmission du plan de communication de la FNASCE.
- Plaquette de présentation de la FNASCE (lien avec les services).
- Rappel aux services de droit d'utilisation des listes de diffusion (veto local évoqué).
- Demander la mise en place sur le site du Ministère d'un lien vers le site FNASCE.
- Message électronique à l'ensemble des ASCE pour diffuser la clé USB « outil de communication » pour celles qui ne l'ont pas eue aux journées DASCE.
- Faire une enquête auprès des ASCE sur ce qu'elles font (idée : identifier celles qui sont organisées, ce qui marche ...).
- Travail « éventuel » sur une communication annuelle, voir bi-annuel vers l'ensemble des agents (validation en AG, pas d'attentes véritables sauf pour favoriser la connaissance du mouvement auprès des agents).
- Guide d'utilisation du site de la FNASCE pour le public « adhérents ».
- Poursuivre la communication vers les ASCE et URASCE, en démultipliant les supports (internet + messagerie électronique) :
 - les événements (ex : problèmes sur OSCAR et ANGELA),
 - la production de documents témoignant des événements nationaux (congrès, DASCE ...) et des décisions prises pour une information générale,
 - l'ordre du jour/le travail des commissions,
 - un calendrier qui précise les activités nationales (sports, culture, entraide).

Thème 2 : Vos priorités

LES BESOINS EXPRIMÉS

- Formations :
 - « communication » : le qui fait quoi en communication ? Les outils ? Les logiciels ?
 - « mise à jour d'un site internet »,
 - « infographie ».
- Retour d'expériences (ex : ASCE vient présenter comme elle fonctionne, son organisation, le temps consacré, les supports, les retombées ...).
- Plaquette de présentation locale intégrant les éléments suivants :
 - nos valeurs (rappel pour les adhérents « consommateurs »),
 - qu'est ce que la FNASCE ? l'URASCE ? l'ASCE ?
 - La position vis à vis ASMA, CLAS, SRIAS (chefs de service d'autres ministères).
- Plaquette de communication locale (modèle permettant d'affirmer l'identité locale, les informations à mettre telles que activités à venir, retour sur les activités ...).
- Conseil pour la réalisation d'une newsletter, l'identification du message (titre, émetteur ...), l'organisation de l'envoi des messages et création de listes de diffusion.
- Information sur les différents vecteurs de communication et le temps à consacrer à chacun.
- Comment mettre un compteur sur le site internet pour en connaître sa fréquentation ?
- Comment communiquer avec les adhérents qui n'ont pas accès au numérique ou en sont éloignés (agents de terrain, retraités) ?
- Quelle communication adoptée en fonction du site professionnel (siège ou sites épars) ?
- Comment dissocier la communication en fonction des cibles à atteindre (externe/interne) ?
- Quelle valeur pour la signature électronique (principe de la dématérialisation des inscriptions aux activités) ?

En guise de conclusion

La communication des ASCE s'est développée et l'atelier a mis en évidence des nombreuses pratiques locales qui mériteraient d'être mieux connues pour servir d'exemple. Comme on pouvait s'y attendre dans ce domaine de nombreuses et fortes attentes se sont manifestées vis à vis de la Fédération sur le partage d'expériences, sur la méthodologie, la formation (périmètre régional) et ... sur son plan de communication.

A noter que le rôle des URASCE dans la communication n'a pas été évoqué.