Les bonnes pratiques de la communication

La communication et la diffusion sont des étapes importantes du projet, bien qu'elles ne revêtent pas toujours le même caractère, c'est pourquoi Il est avant tout important de s'entendre sur des éléments de langage et de distinguer plusieurs notions, qui, si elles s'inscrivent bien dans une dynamique de valorisation ne recouvrent pas pour autant les mêmes champs d'activité .

Informer : C'est faire savoir quelque chose, porter un fait à la connaissance de quelqu'un ou d'un territoire. L'information doit circuler en interne au sein d'une équipe de projet, et en externe auprès des publics cibles de l'action concernée.

Communiquer : C'est faire passer une information auprès d'un public étendu sans pour autant le cibler particulièrement, ce qui suppose de maîtriser certaines techniques de communication. La communication caractérise la façon dont l'on fait passer une information plus que son contenu.

Diffuser : C'est plutôt porter une information à la connaissance d'un public concerné par cette information (ou une production). C'est le public cible. La diffusion se fait souvent au sein des réseaux. (exemple ; réseau des écoresponsables).

Disséminer : C'est faire circuler une nouvelle ou une information de façon plus durable sur un espace étendu : Les Belges parlent de "*percolation*"

En 42 av. J.-C., le rhéteur Quintilien a posé un principe de base d'une bonne information : Quis, quid, ubi, quibus auxiliis, cur, quomodo, quando. Ce célèbre vers de Quintilien jette les bases d'une information complète. Qui a agi ? Qu'a t-il fait ? Où ?, avec quels moyens ? Pourquoi ? Comment ?quand ? A qui ? avec quel résultat ?

Pour mettre en œuvre une stratégie d'information et de communication efficace, il faut en amont se poser les bonnes questions : quel support utiliser? *(affiche, flyer?)* A quel moment? Pas trop tôt car l'information se perd dans la masse. Pas trop tard car les gens ne sont pas facilement disponibles.

A ce stade, comment les gens s'informent sur ce territoire? Il faut penser à la presse locale, ou aussi radios locales, et à réaliser un dossier de presse : lieu, temps, quelques lignes sur le thème abordé, image représentative du sujet.

Comment les intéresser au travers du courrier ou du flyer, leur montrer l'enjeu que représente pour eux cette activité ou cette manifestation, ce qu'il y a à gagner. (*exemple : La réduction des déchets initiées sur un quartier a permis une économie substantielle pour le territoire et les services de collecte....*)

2016-1-FR01-KA202-023941
les bonnes pratiques de la communication

Ces opérations là se situent plutôt en amont ou pendant le déroulé d'un projet, ou d'une manifestation.
La phase qui suit, plutôt en aval, doit aussi faire l'objet de beaucoup d'attention :
• Faire un compte rendu précis *(restitution)* et "créatif" (*illustré, etc*) et préciser où il est disponible *(page web, etc...)*
• Communiquer dans la presse sur la réunion avec une image significative des personnes présentes : On peut s'inspirer pour préparer la communication de cet outil(0.6MB) qui a été élaboré dans le cadre d'un autre projet *(citoyenneté dans l'enseignement agricole)*
• Si des productions ont été réalisées *(paperboard....)* Rendre les traces de ces productions accessibles *(web)*
• Pensez à remercier les acteurs qui ont apporté leur soutien ou ont été très engagés dans la réunion (*Courrier type par exemple avec une formule propre à chaque acteur, l'informatique facilite cela*)
• Informer les acteurs présents des suites éventuelles de cette réunion *(calendrier,plan d'action, etc....)*
• Faire un retour des acquis de la réunion dans votre établissement

CC BY SA .4