

CONCERTATION REGIONALE CHANTIERS BENEVOLES

14 JANVIER 2019

Atelier « Comment renforcer la visibilité du chantier sur site ? »

Après discussion au sein du groupe, voici les principales idées que l'on peut retenir de ces échanges :

Nos chantiers présentent trois caractéristiques qui les rendent atypiques par rapport à des chantiers classiques :

- ils sont rarement permanents, mais peuvent durer plusieurs dizaines d'années.
- ils reposent sur le travail bénévole et collectif profitant à tous et pas seulement au propriétaire.
- ils sont souvent implantés dans des lieux reculés, loin des centres urbains, parfois peu accessibles.

Remarque : Il a été décidé que l'on ne communique pas sur les lieux de vie des bénévoles, pour des raisons de sécurité et de tranquillité.

Pour qui doit-on communiquer ?

Pour tout public, local et étranger, promeneurs, élus, décideurs, prescripteurs, sponsors, familles, futurs bénévoles...

Pour dire quoi ? Quelle image souhaite-t-on offrir de nos actions ?

Une action d'éducation populaire, bénévole, engagée, plurielle.

Des modes de communication :

Des plus traditionnels aux plus modernes.

Affichage sur site : pendant et en dehors des périodes de chantier :

- Affichage sur support solide : bâches comme celle de l'Union Rempart comportant cette phrase : « Ici des bénévoles s'engagent pour la restauration du patrimoine »

Cette bâche doit être solidement arrimée au monument et doit pouvoir éventuellement rester en dehors de la période d'activité du chantier.

- Affichage sur support plus léger mais plus personnalisé et actualisé chaque année : il doit comporter le plus d'indications possibles :

- l'identification précise du site (communauté de communes, commune, lieu-dit...)
- l'identité du ou des propriétaires.
- les coordonnées de l'association organisatrice, précisant que les intervenants sont bénévoles.
- la nature des travaux en cours.
- les noms et les logos des partenaires financiers (offices de tourisme, collectivités, services de l'État, sponsors et mécènes) partenaires techniques et scientifiques (Lycées du bâtiment, Écoles d'Architecture, Écoles d'Art, Universités) etc.

Co-travaux est en mesure de fournir certains des logos utiles.

Si le chantier a fait l'objet d'une autorisation de travaux ou d'un permis de construire, l'affichage des documents officiels est obligatoire, mais ne se substitue pas à notre affichage associatif.

Signalétique :

Entrée du village, halle, chemin d'accès (indispensable), sentiers de Grande Randonnée : « ici vous entrez sur un chantier de bénévoles », panneaux d'information touristiques, panneaux d'information lumineux dans l'espace public des villes...

Cette signalétique est très importante dans le cas de sites ruraux éloignés des grands centres.

Communication classique sur papier :

Présentation du site et du travail des bénévoles déjà accompli et à venir, insistant sur le travail en cours actuellement.

Peut se faire sous la forme de :

- cartes postales actuelles et / ou anciennes rééditées.
- flyers et dépliants à distribuer dans les offices de tourisme, chambres d'hôtes, auberges, médiathèques, maisons de la presse, ...
- livrets détaillant les mêmes points que les dépliants mais en plus détaillé, pouvant être distribués gratuitement ou vendus suivant les cas.
- livrets destinés aux bénévoles : peuvent servir à mieux faire connaître le chantier, pas forcément à attirer des visiteurs.
- encarts ou articles dans les documents élaborés par les services de communication des organismes partenaires (conseil départemental, communauté de communes, communes...médiathèques départementales ou intercommunales)

Films et clips :

Ils peuvent être tournés par les bénévoles eux-mêmes pendant le chantier, pour en assurer ensuite la communication. Le recours à des professionnels de l'image animée offre un meilleur résultat, mais sans possibilité de sponsor, est assez onéreux. Ces films peuvent être également utilisés lors de salons, formations, interventions en milieu scolaire ...

Médias :

- émissions de radio locale, avant et pendant le chantier : interviews des responsables du chantier, et aussi des bénévoles susceptibles de porter un regard neuf sur la région d'accueil.
- accueil des journalistes de la presse locale. Attention, essayez autant que possible de relire soigneusement avant publication les articles qui seront édités sur votre chantier, sinon vous risquez de voir les noms propres écorchés, les chiffres falsifiés, les financeurs principaux oubliés...et le papier se laisse toujours imprimer...

On peut inciter certains bénévoles volontaires à rédiger la note de presse, exercice très formateur, et qui permet de disposer d'un document prêt en cas de passage inopiné d'un représentant du « Premier Pouvoir ».

- il est plus difficile d'obtenir le tournage d'une émission de télévision, mais si celle-ci est bien faite et bien diffusée, c'est de loin le moyen le plus efficace d'assurer une large visibilité du chantier. Par contre il faut savoir que le tournage mobilise beaucoup de temps par rapport à la longueur des séquences effectivement diffusées.

Réseaux sociaux :

Les associations disposent en général de leur page Facebook, leur compte Instagram, ou Tweeter.... C'est évidemment le lieu idéal pour annoncer le chantier en amont à plusieurs reprises (J-60, J-30, etc...). Tous les documents papier ou filmés peuvent être utilisés par ce biais. Les réseaux sociaux des communautés de communes ou des communes peuvent être mobilisés.

Il faut inciter les bénévoles satisfaits de leur expérience à en faire état sur leur propre compte. En fait c'est le principe du « bouche à oreille » amplifié, mais avec les mêmes effets pervers : un

bénévole internaute grincheux détient un pouvoir de nuisance néfaste pour l'association organisatrice.

Événements sur le site : c'est le meilleur moyen de faire connaître le chantier aux partenaires, à la population locale, et aux visiteurs de passage, même si la période estivale ne permet pas de rassembler tous les décideurs.

- pot d'accueil des bénévoles par les membres actifs de l'association organisatrice et les voisins (qui seront rassurés de l'arrivée de nouveaux habitants), les élus, les représentants des associations amies, les sympathisants... : présentation des nouveaux arrivants et de l'équipe d'encadrement, inauguration de la nouvelle tranche de travaux.

- inciter les bénévoles volontaires à guider les visiteurs sur le site

- repas international : chaque bénévole prépare un plat caractéristique de sa région d'origine.

- spectacle accueilli sur le site et portes ouvertes sur le site : à annoncer dans la presse et à organiser (accueil, billetterie, assurances, sécurité, recherche d'un repli en cas de mauvais temps).

- présentation des travaux effectués à la clôture du chantier, avec explications fournies par les bénévoles eux-mêmes, et repas d'adieu. En conclusion du chantier, inciter les bénévoles à devenir les ambassadeurs du site, et ne pas oublier de leur distribuer généreusement les flyers ou dépliants avant leur départ.

- lors de l'**Assemblée Générale de l'Association** qui peut avoir lieu hors de la période d'activité du chantier, ne pas oublier d'insister sur les actions menées et les faits les plus marquants de la saison, avec le support des images et des témoignages recueillis à ce moment-là : cela sera plus attractif pour les adhérents qu'un bilan chiffré même positif.