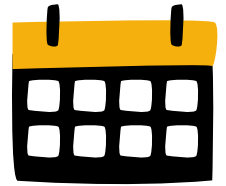


# PLAN DE COMMUNICATION

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.



## L'organisation

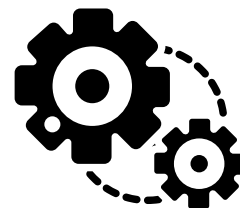
- Prévoir dans le budget de l'action les frais de communication à engager.
- Se reporter au plan d'action pour dégager rapidement les lignes du plan de communication : le message, les destinataires, la forme, le lieu...
- Avoir à disposition les fichiers d'adresses des destinataires et un inventaire des ressources disponibles dans l'Association : connaissances et compétences apportées par les adhérents(es), dossiers et documents thématiques, matériel...

Le plan de communication traite de la communication globale :

- La communication externe sur l'association et sa mission (pour le grand public).
- La communication interne (pour les bénévoles, les salariés...).
- La communication de soutien au développement des ressources (pour les financeurs).



## L'élaboration



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




## La coordination



Le plan de communication est coordonné pendant son déroulement par une instance (un responsable ou une équipe) qui gère tous les messages concernant l'action, ceux envoyés et reçus par l'Association. Elle évalue les résultats des contacts établis et des démarches entreprises.

Cette instance veille à ce que les messages émis soient prêts à temps (flyers, affiches, demandes de subvention, autorisations, invitations, communiqué de presse...) et diffusés ou expédiés au bon moment et au 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...).

 **Vous pouvez faire adopter un plan de communication en Conseil d'Administration.**

### Récap'

#### Un plan de communication comprend des éléments fondamentaux :

1. Une ligne stratégique qui s'inscrit clairement dans la stratégie globale de l'association.
2. Une identification des publics concernés.
3. Une proposition de concept global de communication.
4. Un dispositif de moyens à mettre en œuvre.
5. Un programme d'investissements, compatible avec le compte d'emploi des ressources.
6. Un processus de valorisation interne.

Ces éléments doivent guider l'architecture du plan de communication et les phases de sa conception.

Le CDOS 26 est à votre disposition par téléphone au 04 75 75 47 50 ou par mail à l'adresse [cdos26@mbsport.fr](mailto:cdos26@mbsport.fr) site : <https://drome.franceolympique.com/>

Sources :  
Guide pratique de l'association de la Drôme Associathèque



Cdos Drôme



@cdosdrome



CDOS26

CDOS  
DRÔME