

Le 20 décembre 2023

REUNION

SE FAIRE CONNAITRE

Date, horaire, lieu : Mercredi 20 décembre 2023, 14h-16h.

Présent.e.s : Hélène CHARRA-PONTILLO (Seine-Saint-Denis Habitat), Claire DELUZE (ARCJ), Valérie DOLIQUE (Ville de Suresnes), Sébastien JACQUOT (IREST), Divine KAPELA (ARCJ), Jean-Paul LE GLOU (adhérent individuel), Noémie MAURIN-GAISNE (animatrice-coordinatrice), Pierre TOUYA (adhérent individuel)

Idées principales :

Développer un carnet d'adresse en dehors des cités-jardins (élus, journalistes, ...)

- Cartographie par thématiques
- AG : Invité d'honneur et journalistes régionaux et agence spécialisée d'un verre à chaque AG

Définir un plan de communication pour l'ensemble des projets de l'association.

- Structurer des fiches avec des éléments de langage par thématique
- Communiqués de presse (4 fois par an sur des sujets défendus par l'association) => poser le discours politique de l'association
- Cycles de conférences d'actualité sur les cités-jardins
- Général : Communication régulière auprès de ces contacts cibles (newsletter, réseaux sociaux surtout LinkedIn et Instagram)
- Spécifique : Définir quels objectifs du réseau d'influence ? Qu'est-ce qu'il manque ?
- Accès à un dossier avec des photos en haute définition

Experts à solliciter : Association d'architecture qui a un retentissement à l'échelle nationale (type DoCoMoMo) ; journaliste ou spécialiste relation presse (mediatrainer).

Ordre du jour :

- Rappel des objectifs du groupe de travail : se faire connaître
 - o Présentation des objectifs et rappeler comment ils ont émergé
 - Structurer un message
 - Porter le sujet au niveau politique
 - Développer la communication entre les différents acteurs
 - o Présentation de l'attendu final du groupe de travail (s'appuyer sur la fiche) et montrer que ce travail est de l'ordre de la responsabilité collective
 - Présentation du calendrier du groupe de travail
 - o 1^{ère} réunion : Choisir les projets à creuser en groupe de travail
 - o 2^{ème}, 3^{ème} et 4^{ème} réunion : Définir et approfondir un projet lors de chaque réunion en invitant des expert.e.s
 - Quelle méthode dans l'organisation du groupe de travail (lien avec le Forum ouvert ?)
 - Rappel de l'objectif de la réunion du jour J
 - o Présentation des critères
 - Ancrage des cités-jardins dans l'actualité
 - Projet qui permet de faire réseau, d'impliquer les adhérents et ailleurs
 - Projet adaptable aux besoins dans le temps
 - Projet d'intérêt commun c'est-à-dire qui permet de toucher ou d'être présent dans plusieurs cités-jardins ou répliquable dans différentes cités-jardins
 - Projet participatif avec une logique habitante
 - Présentation des projets évoqués durant le forum ouvert (possibilité d'amener de nouvelles idées).
 - o Prise de note en direct sur un tableau Excel (en écran partagé) avec les critères
 - Cartographie globale des acteurs
 - Organisation de rencontres
 - Développer un kit média
 - Développer la présence sur les réseaux sociaux
 - Autres ?
 - Choix des trois projets à creuser
 - Choix des prochaines dates
-

Hélène CHARRA-PONTILLO : Ce groupe de travail mène un projet, on structure une démarche. L'objectif est de compléter la fiche mise en place par Noémie MAURIN-GAISNE et Christine COUTRIS, le but est de préciser le projet pour le présenter au

Conseil Administratif (CA) et Assemblée Générale (AG) pour le retenir dans le cadre du plan stratégique à 4 ans.

Noémie MAURIN-GAISNE : Au niveau des critères du 14 novembre (pertinence, enthousiasme, faisabilité, rayonnement), certains d'entre eux peuvent fusionner faisant apparaître 5 critères :

- Ancrage des cités-jardins dans l'actualité
- Projet qui permet de faire réseau, d'impliquer les adhérents et ailleurs
- Projet adaptable aux besoins dans le temps
- Projet "générique" c'est-à-dire qui permet de toucher ou d'être présent dans plusieurs cités-jardins ou répliquable dans différentes cités-jardins
- Projet participatif avec une logique habitante

Ces critères sont communs à chaque groupe de travail. Un critère à garder en tête est la faisabilité au niveau financier et investissement des salariés.

Les projets de ce groupe se définissent ainsi :

- Cartographie globale des acteurs
- Organisation de rencontres
- Développer un kit média
- Développer la présence sur les réseaux sociaux
- Autres ?

Concernant les autres groupes, différents experts vont venir témoigner pour orienter nos diverses fiches actions.

Hélène CHARRA-PONTILLO : On reste sur la terminologie « Développer un réseau d'influence » signifiant qu'il faut aller chercher des personnes qui ne connaissent pas forcément le sujet mais capable de transmettre le message – sortir du réseau de spécialiste.

Jean-Paul LE GLOU : Comment on développe le réseau ? Comment on cherche à élargir en gagnant en influence ?

Hélène CHARRA-PONTILLO : On précise ce qu'on souhaite porter comme actions prioritaires pour l'association et ensuite on travaille dessus.

Valérie DOLIQUE : Il serait intéressant de faire un recensement de l'existant de tous nos contacts, mêmes contacts courts, qui connaissent l'association avec un descriptif des actions menées avec eux.

Noémie MAURIN-GAISNE : Les contacts sont rentrés sur le compte Google. On peut le transformer en Excel.

Valérie DOLIQUE : L'idée est, avant de partir dans les recherches, de faire une cartographie des élus, journalistes, et tout ceux qui sont intéressants pour nous, voir ceux avec qui on est déjà en contact.

Hélène CHARRA-PONTILLO : L'idée serait de cartographier les institutions ressources, j'entends une cartographie par thème car nous n'allons pas rencontrer les mêmes acteurs selon les thématiques.

Sébastien JACQUOT : Il faut voir ce qu'on attend de l'influence, contacter des journalistes n'est pas pareil que de contacter un réseau d'élus. Il y a différents types d'influences, permettant de voir ce qui nous manque et pas seulement ce qu'on a.

Valérie DOLIQUE : Il est important de réaliser des communications ciblées régulières au long de l'année pour aider notre lobbying. Il y a deux sujets différents : tout ce qui passe par mail (plus personnel, réseau bien défini, qui est toujours important pour montrer la vie de l'Association) et les réseaux sociaux. LinkedIn et Instagram sont deux réseaux sociaux à muscler. On a un fond photographique existant, il y a bcp de publications internationales au sujet des cités-jardins qui peuvent servir de base de données.

Noémie MAURIN-GAISNE : Est-ce qu'on vise le même type de personne via les réseaux sociaux et l'emailing ?

Valérie DOLIQUE : Oui, surtout sur LinkedIn pour les élus, scientifiques, etc.

Jean-Paul LE GLOU : Un peu par secteur, on peut se dire que pour certains objectifs poursuivis, on va d'abord contacter des élus ayant travaillé sur des questions du logement durable, etc. Comment se constituer un panel de contacts pour répondre aux objectifs qu'on se fixe ? Ce n'est pas uniquement de la communication sur les réseaux sociaux. Là on a besoin d'avoir des contacts un peu privilégiés sur les actions qu'on va poursuivre.

Hélène CHARRA-PONTILLO : C'est quoi notre plan de communication ? Il y en a un qui est nécessaire à développer.

Sébastien JACQUOT : Peut-être qu'un lobbyiste et un chargé de communication d'une autre association avec un but commun pourrait nous aider à penser notre plan communication.

Valérie DOLIQUE : Faire une réunion avec ... pour qu'elle nous prodigue des conseils sur la structuration de notre réseau.

Hélène CHARRA-PONTILLO : Voir auprès de Maisons Paysannes de France ?

Noémie MAURIN-GAISNE : Il serait plus judicieux de se tourner davantage vers Patrimoine de France ou une autre structure similaire.

Hélène CHARRA-PONTILLO : Il serait très intéressant de se rapprocher de Docomomo. Tout ce qui a trait au patrimoine, ils ont une présence forte et très visible.

Noémie MAURIN-GAISNE : En effet, Benoît POUVREAU est fortement lié à Docomomo. Il y a aussi un enjeu au sein de l'association où tout le monde peut porter sa voix pour communiquer sur le sujet. Un des prérequis serait que chacun puisse parler et mentionner chacun des sujets de l'Association.

Valérie DOLIQUE : En effet, il faudrait peut-être créer des documents prêts à utilisation pour que chacun parle de la même chose. Ces documents seraient vus au préalable par l'Association et validée par l'AG et le CA.

Noémie MAURIN-GAISNE : Il existe le dossier de presse qui contient pas mal d'informations importantes pour répondre à cet enjeu. Ce serait intéressant car l'Asso est neutre, on prend peu la parole publiquement sur les sujets. Ça oblige à réfléchir à ce qu'on soit tous d'accord à ce qui sera dit dans ces communiqués de presse donc il est nécessaire de bien poser le discours politique de l'Association.

Jean-Paul LE GLOU : Pour que chacune et chacun d'entre nous puisse en parler, il faut regarder comment se doter d'une information nécessaire et suffisante. On peut imaginer un temps de travail pour élargir la participation pour voir comment le formuler pour se l'approprier.

Hélène CHARRA-PONTILLO : On a peut-être besoin de fiches contenant des éléments de langages en fonction des différents sujets de l'Association.

Valérie DOLIQUE : Le dossier de presse est très bien. Si on a des questions, on pourra les poser. La photo est le premier moyen d'accrocher sur LinkedIn, Instagram, etc. Si un journaliste veut faire un papier sur les cités-jardins, il a accès à des visuels en haute définition, comme ça tout un travail est déjà prêt à l'emploi.

Hélène CHARRA-PONTILLO : Il faudrait revoir le site internet. Le recensement des CJ est important et pourrait être davantage mis en avant sur les réseaux sociaux. Pour faire vivre un réseau, ça prend du temps.

Valérie DOLIQUE : A propos du côté participatif d'Instagram, on pourrait lancer un concours photos cités-jardins pour enrichir le sujet. On le fait dans la ville de Suresnes en rapport avec l'exposition Décors de façades.

Noémie MAURIN-GAISNE : Il y avait eu cette action participative avant que j'arrive, ça n'avait pas très bien fonctionné.

Jean-Paul LE GLOU : Pour bien communiquer et surtout communiquer largement, il faut aussi s'exprimer en fonction de la cible qu'on cherche à toucher. Il faut qu'on réfléchisse à différentes formes de communication pour les différentes cibles à atteindre.

Hélène CHARRA-PONTILLO : Le plan de communication est important car on choisit les thèmes qu'on porte et qu'on défend, voir si on a des manques au niveau partenariat. Il faut rester modeste par rapport à ces objectifs sinon on risque de s'éparpiller.

Noémie MAURIN-GAISNE : Il y a aussi la question du réseau régional qui rejoint un peu le groupe de travail « Se faire reconnaître ». Dans ce groupe de travail, est-ce qu'on réfléchit à l'échelle de l'Association ?

Hélène CHARRA-PONTILLO : Ajd on est une association régionale, mais si demain on doit aller chercher un élu issu d'une autre région on ira le chercher. Le sujet des CJ va au-delà des CJ d'IDF.

Jean-Paul LE GLOU : Le réseau d'influence et les personnes qu'on va contacter dépendent de la problématique posée.

Sébastien JACQUOT : On va chercher des alliés sur le plan de la communication et du réseau, ça n'implique pas forcément qu'on construise l'association nationale. On n'a pas vocation à être moteur directement.

Pour l'influence oui on la construit à d'autres échelles.

Pour la révision des statuts et changement d'échelle je pense que c'est prématuré.

Noémie MAURIN-GAISNE : Comment allons-nous allier les deux statuts de front tout en voulant grandir ? Pas mal de projets sont à titre national, dire que c'est trop tôt j'entends mais en même temps, il y a une question de financement.

Sébastien JACQUOT : Tu as raison, on a de + en + d'actions qui s'inscrivent à l'échelle nationale. Si on monte un comité de pilotage, chaque entité qui le compose ne perd pas sa personnalité juridique et morale, on crée juste une structure qui rassemble

divers acteurs. Je ne suis pas contre le changement de statut de régional à national, Je souhaite voir ce qui à court terme est faisable.

Noémie MAURIN-GAISNE : C'est le moment de poser le pour et le contre, je pense que le rôle de ce projet stratégique permettrait de revoir le périmètre d'action de l'asso.

Pierre TOUYA : Je pense qu'il y a des sujets politiques et stratégiques qu'on ne peut pas traiter. A ce stade de la discussion, Instagram et LinkedIn sont important, il faut s'en occuper avec soin notamment avec le contact de Valérie DOLIQUE et voir si Claire DELUZE peut s'en occuper également. Concernant la communication on a des populations différentes (élus, professionnels, journalistes, étrangers, etc.) il faut faire un plan de communication simple et définir les populations qui nous intéresse et aussi faire de la communication simple et peu couteuse autour des administrations générales. Et concernant le voyage d'étude, voir si on ne peut pas apporter un ou deux journalistes.

- Plan de communication et activer les deux réseaux (Instagram et LinkedIn)
- Complexifier progressivement
- S'adresser également aux étrangers pour savoir si on peut coopérer avec eux

Noémie MAURIN-GAISNE : Les rencontres avec les journalistes sont importantes. Il y a eu des tables-rondes à Suresnes qui ont super bien marché car ancrées dans l'actualité. Il serait intéressant de faire un cycle de conférence pouvant se faire en soirée à Paris 1, chez un bailleur pour une autre soirée, par exemple.

Pierre TOUYA : Pour moi y'a deux journalistes principaux : journalistes régionaux et journalistes professionnels – il faudrait qu'on ait des correspondances avec des gens qu'on connaît. Télérama parle d'architecture et de la Butte-Rouge de temps en temps.

Jean-Paul LE GLOU : Le réseau d'influence est à rédiger en prenant chacun des acteurs à contacter ou outils en cas de besoins. Le journaliste se déplace pour un fait particulier sur lequel il a besoin de dire quelque chose, il faut qu'il y ait un objet directement accessible pour la presse.

Pierre TOUYA : Par exemple, on pourrait avoir un invité d'honneur qui fasse une petite conférence, à cette occasion ce serait idéal pour inviter un ou une journaliste pour la rédaction d'un article du type « l'Association a mentionné un développement à l'étranger, etc. type chercheur ». C'est minutieux mais pas coûteux.

Noémie MAURIN-GAISNE : L'invité d'honneur est une bonne idée, à l'occasion de l'AG il reste cet aspect scientifique et d'apport intellectuel qui peut donner + envie aux gens de venir à l'AG.

Hélène CHARRA-PONTILLO : Aujourd'hui l'intérêt est de distinguer les types d'actions sur lesquels on travaille.

Jean-Paul LE GLOU : Voir comment on pourra répondre à cette question de réseau d'influence si elle est posée lors de l'AG. Il faut qu'on puisse répondre, pas nécessairement de suite mais il faut y réfléchir pour structurer notre propos.

Valérie DOLIQUE : Pour terminer, accentuer notre communication permettra d'avoir plus de retours en province également.

Noémie MAURIN-GAISNE : Il y a une utilité à l'échelle régionale. Proposer autre chose à une autre échelle serait occulté toute une partie des actions de l'association qui continueront à échelle nationale.

Jean-Paul LE GLOU : Sans être dans une proposition d'actions pour le DLA à 4 ans, un des groupes peut se poser cette question à un moment donné.

Noémie MAURIN-GAISNE : On mène quasi autant d'actions à échelle IDF et en dehors, si on veut permettre d'avoir de plus en plus d'actions et plus de projets fédérateurs, il nous faudra davantage d'argent.

Hélène CHARRA-PONTILLO : Comment c'est arrivé que les actions du Printemps des cités-jardins hors-IDF soient relayées par l'Association ?

Noémie MAURIN-GAISNE : En 2020, il a été décidé d'ouvrir à l'échelle hors-IDF. C'est ainsi qu'on a maintenant 50 interlocuteurs hors-IDF/IDF alors qu'on en a 20 avant cette ouverture.

Hélène CHARRA-PONTILLO : Le nom « Printemps des cités-jardins » n'est pas déposé. Ce serait l'occasion de dire aux gens qui veulent s'inscrire donnent une petite subvention ou en adhérant pour une participation hors-IDF aux environs de 150€ admettons.

Claire DELUZE : D'après les réunions qui ont eu lieu au sujet du Printemps des CJ 2024, a été évoquée l'idée que les participants (adhérents et non adhérents) devraient imprimer eux-mêmes leurs affiches et livrets. Ça a eu l'air d'en déranger certains qui n'ont pas nécessairement le budget pour, donc ne l'aurait pas non plus pour subventionner ou adhérer à l'Association. Le Printemps des CJ étant un

événement gratuit, ils ne perçoivent pas de rémunérations (à part exception) sur les actions de médiations qu'ils entreprennent. Je ne pense pas que leur imposer une participation financière serait productif.

Pierre TOUYA : En effet, déposer le nom pourrait nous protéger – on peut souhaiter une adhésion. On parle plutôt de partager une redevance.

Jean-Paul LE GLOU : C'est une question qui concerne l'AG/CA. Tous les PDV sont intéressants à entendre. Peut-être faudrait-il poser le nom, les autres questions pouvant être abordées dans un prochain CA.

Noémie MAURIN-GAISNE : Penser à quelqu'un plutôt presse pour l'AG.

Sébastien JACQUOT : Il existe des Mediatrainer pour former sur une communication internet efficace mais c'est un coût.

Hélène CHARRA-PONTILLO : Mettre le PUCA dans le réseau d'influence. Je vais bientôt faire une rencontre avec le directeur du logement de la ville de Gennevilliers. On peut fixer la date pour la prochaine réunion dans la deuxième quinzaine de janvier : jeudi 18 après-midi ou le vendredi 19 janvier matin - mais il faudrait que les partenaires soient disponibles.