

De l'enjeu de communiquer dans et sur les centres sociaux

PETIT ARGUMENTAIRE À L'USAGE DES CONVERTIS... POUR CONVAINCRE RÉFRACTAIRES ET DUBITATIFS

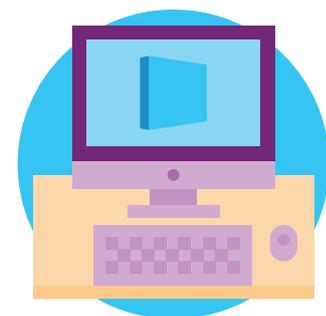
« On n'a pas le temps », « on n'a pas les moyens », « c'est pas la peine, tout le monde sait ce qu'on fait », « on avait un stagiaire, mais il est parti... », « Ah oui c'est indispensable..., mais bon, on a d'autres priorités », « de toutes façons, les journalistes... » **Poser la question de l'importance de la communication en centre social (ou en fédération), c'est s'exposer à des réponses qui naviguent entre fatalisme, crainte, envie, rejet, utopie, même parfois !**

Allez, ne soyons pas aussi caricaturaux. De plus en plus de fédérations et de centres sociaux prennent la communication à bras le corps. Avec conviction, avec difficulté parfois, ils tentent de faire passer leur message, leur petite note, dans le flot d'informations auquel nous sommes tous exposés.

Mais force est de constater que cette préoccupation n'est pas (encore) partagée par tout le réseau.

Un groupe de chargés de communication (également appelés chargés d'info, de documentation, d'animation...) a mutualisé ses réflexions et expériences locales pour poser les bases d'un argumentaire. **Objectif : convaincre (nous n'avons pas dit « vendre ») de l'intérêt pour les structures de notre réseau à s'interroger sur leur communication, que ce soit auprès du des habitant(e)s, des élu(e)s, des institutions, de notre réseau...**

Pas de guide méthodologique ici, mais déjà la réponse à une première question : Pourquoi avons-nous intérêt à nous pencher sérieusement - mais sans se prendre trop au sérieux - sur la question de la communication ?



Communiquer, c'est notre affaire à tou·te·s !

L'ARGUMENT EN 3 MOTS **POLITIQUE** **PROJET** **SENS**



La communication est souvent assimilée uniquement à une compétence technique, qui permet de faire des jolis supports de communication... Oui mais pas que ! La communication c'est surtout faire de la politique. Faire des choix, décider du message à transmettre, s'interroger sur le sens... Il y a d'ailleurs des liens très étroits entre la stratégie de communication et le projet social du centre. Ça ne doit surtout pas être le truc en plus qu'on fera si on a le temps. Elle est donc une belle occasion de fédérer l'ensemble des acteurs du centre social autour d'un projet commun. Pensée et portée collectivement, par les administrateurs, les bénévoles, les salariés, la communication est bien plus forte et incarne notre conception du pilotage partagé du centre !

• **Au Centre socioculturel des Possibles, une séance consacrée à une réflexion autour de la communication externe, a amené les participants à travailler au préalable sur une définition partagée du centre social. Un pas de côté nécessaire pour s'accorder sur une définition avant de continuer !**

« Parce que nous le valons bien (nous aussi) »

L'ARGUMENT EN 3 MOTS FAIRE CONNAÎTRE VALEURS RICHESSE

Chaque jour, et c'est la force de notre réseau, nous incarnons la mobilisation et le pouvoir d'agir des habitants sur leur vie et sur la société. Grâce aux habitant•e•s, accompagné•e•s par les professionnel•le•s, une multitude d'initiatives anime la vie des territoires. Nous contribuons dans nos quartiers, nos communes, nos villes, à de meilleures conditions de vie et à la transformation d'une société plus juste, solidaire et engagée. Nous en sommes convaincus, mais est-ce le cas de tout le monde ?

Valorisons tout cela ! Donnons à voir ce que nous sommes, ce que nous faisons ! La communication est un vecteur puissant pour faire connaître ce que nous construisons et tissons, au local, comme au plan national !

...Et en plus, c'est une belle occasion de nous faire connaître auprès de personnes prêtes à s'engager, à se mobiliser... mais qui ne voient que trop rarement le terreau d'engagement que sont nos centres !



- Des centres sociaux partagent sur la plateforme cestpossible.me des initiatives dont ils sont fiers. Résultat : une visibilité nationale auprès de financeurs, d'élus, de journalistes ! Pourquoi pas vous ?

Un moyen pour avoir des moyens !

L'ARGUMENT EN 3 MOTS UTILITÉ IMPACT FINANCES



Nous pouvons le déplorer, mais nous évoluons dans un environnement où une bonne « com' » est un levier pour obtenir ou pérenniser des financements. Rendre notre action visible sur le territoire, auprès de ses financeurs actuels ou potentiels : on ne peut pas y couper. Donnons à voir l'impact des centres dans les territoires, auprès des habitants. Mettons en valeur et en lumière l'enjeu de soutenir nos structures, d'appuyer nos approches spécifiques ! Sortons de la seule communication par le dossier ou le bilan administratif. Montrons pour de vrai, avec nos mots (et/ou ceux des habitant•e•s), comment les actions sont incarnées, ce qu'elles produisent, valorisons le travail des bénévoles et des salarié•e•s.

En plus c'est une super occasion pour travailler ensemble sur l'utilité et l'impact du centre, de monter collectivement en compétence sur l'argumentation autour de nos projets !

- Il y a quelques années en Loire-Atlantique, la fédération et les centres se sont appuyés sur l'observatoire SENACS pour mettre en lumière auprès du Conseil Départemental, chiffres à l'appui, la plus-value des projets portés par les centres sociaux.

- Dans la Drôme, une coopérative de 3 centres sociaux a mutualisé une fonction communication et pense la communication dès le démarrage du projet, et en ayant une vraie attention à la manière de communiquer sur des projets auprès des financeurs potentiels !

Pour ne plus (jamais) entendre : un centre social, c'est un service d'aide sociale ?

L'ARGUMENT EN 3 MOTS IMAGE MAÎTRISE POSITIF

Ne nous voilons pas la face : nous faisons tou•te•s le constat que les centres sociaux sont mal identifiés. Nous sommes souvent assimilés ou réduits aux actions envers les plus précaires, à de simples prestataires de services et d'activités. Et puis dans social, il y a la charité, l'action sociale, l'aide alimentaire... Nous sommes bien plus que cela ! Afin de ne plus subir une image partielle qui ne reflète pas la diversité des actions du réseau, soyons à l'initiative du message que nous voulons valoriser. Etre acteur de son image, c'est s'assurer qu'elle soit la plus fidèle à nos valeurs et participe à notre capacité d'agir. Communiquer, c'est exister ! Ayons aussi conscience que même sans le vouloir, nous communiquons quand même, avec le risque d'envoyer un message qui nous dessert...



- Salariés, administrateurs, bénévoles d'un centre social à Saint-Etienne ont créé et joué une pièce de théâtre intitulé « Une journée au centre social ». Une manière de mettre en scène de manière originale et de témoigner du quotidien du centre social !

- En Seine-Saint-Denis, une web série (3 mini) a été produite pour faire connaître un centre social.

- Dans le Val d'Oise, une expo a été réalisée pour présenter les centres en affiches.