



CAPITALISATION DU CHANTIER INFLUENCE

2019 - 2023



CAPITALISATION DU CHANTIER INFLUENCE

SOMMAIRE

- **EDITO** 1
- **RETOUR SUR 5 ANS DE CHANTIER INFLUENCE** 2
- **LA FORMATION DES ACTEURS** 4
- **L'UTILITÉ ET L'IMPACT SOCIAL** 8
- **L'ÉLABORATION DES POLITIQUES PUBLIQUES**.....11
- **UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ORIENTÉE
INFLUENCE** 15
- **LA CONSTRUCTION D'ALLIANCES**.....19



CAPITALISATION DU CHANTIER INFLUENCE

”

En 2018, L'Escale (temps de mi-parcours de notre projet fédéral *La Fabrique des possibles*) soulignait l'enjeu d'investir plus fortement la capacité de notre réseau à faire influence auprès des acteurs publics pour peser sur les politiques publiques et mieux faire (re)connaître les centres sociaux et leur rôle. Nous ne partions pas de rien : de nombreuses démarches étaient déjà portées, mais il y avait un enjeu à structurer cette fonction « influence » au sein de la FCSF en articulation et en complémentarité avec notre réseau. Car nous disposons d'une force rare, celle d'un réseau fédéré de



1500 centres sociaux et de 57 fédérations et unions en capacité de se mobiliser et porter ensemble actions et propositions. Les 5 années qui viennent de s'écouler ont ainsi permis de la structurer, de construire et porter des plaidoyers, de faire des élections des opportunités en termes de communication. Elles ont aussi contribué à une montée en compétence de l'ensemble du réseau sur ces sujets, pour s'affirmer

en tant qu'acteur important dans la construction de politiques publiques, du local au national, et œuvrer à la reconnaissance du projet centre social dans la société. Ce document propose un retour, non exhaustif, de 5 années d'animation de ce chantier, à partir des travaux d'un groupe national influence – composé de fédérations –, du conseil d'administration et de l'équipe de la FCSF, et de la mobilisation de l'ensemble du réseau. L'occasion aussi de se projeter, alors que s'ouvre un nouveau projet de réseau, et que les enjeux de reconnaissance sont plus prégnants que jamais !

“

Denis Tricoire - Délégué général, membre de la délégation générale collégiale et directeur du pôle communication de la FCSF

INFLUENCER, POUR QUOI FAIRE ?

En matière d'influence, **les impacts sont parfois complexes à mesurer**. Un changement d'image peut se mesurer sur plusieurs années... l'adoption d'une nouvelle politique publique repose souvent sur plusieurs facteurs (plaidoyer porté par plusieurs acteurs, opportunité politique, agenda)... et comment mesurer la volonté politique ou encore l'opinion publique ? Pour autant, et même si nous avons des progrès à faire sur le suivi et l'évaluation de nos actions, ces dernières ne sont pas dénuées d'impacts. **Mener des actions d'influence, nationalement comme localement, cela peut permettre d'inscrire une de nos préoccupations à l'agenda politique, de voir un objet porté par un-e député-e et discuté dans le cadre d'un projet de loi, de sécuriser ou d'obtenir de nouveaux financements, la prise en compte de notre expertise dans l'élaboration de politiques publiques...** et bien d'autres choses encore.

2019 ►► 2023

RETOUR SUR 5 ANS DE CHANTIER INFLUENCE



DES CONSTATS À UNE STRATÉGIE

Déjà, en 2019, la FCSF et son réseau bénéficiaient d'une reconnaissance nationale par les pouvoirs publics (Ministères, administrations) et organismes de sécurité sociale (CNAF, CNAV...) ; reconnaissance qui se traduisait de manière trop irrégulière par une contribution aux politiques publiques.

Localement, les centres sociaux formulaient des craintes : tensions financières ou partenariales, assignation à statut d'opérateur de politiques publiques, non reconnaissance de l'approche du centre social et de son impact dans les territoires, modes de relations parfois fragilisés avec les centres sociaux.

Enfin, notre réseau restait trop peu identifié par le grand public et souffrait d'un déficit d'image.

A partir des constats, le groupe stratégique a proposé une stratégie au CA de la FCSF, adoptée fin 2019.

*« Nous souhaitons porter une stratégie d'influence **qui vise à ce que les centres sociaux, les fédérations soient mieux reconnus et mieux financés ET qui vise à ce que l'ensemble des acteurs de notre réseau puissent – avec les habitants – peser sur les politiques publiques** pour contribuer à un monde plus beau, plus solidaire, plus démocratique et où chaque personne est reconnue ! »*

CAPITALISATION DU CHANTIER INFLUENCE

LE GROUPE INFLUENCE A DONC IDENTIFIÉ 4 ENJEUX...



...ET LANCÉ LES 5 CHANTIERS SUIVANTS POUR Y RÉPONDRE :

● LA FORMATION DES ACTEURS DU RÉSEAU

- ▶ Accompagner la montée en compétence et le changement de posture, sensibiliser et influencer sur le regard des décideurs

● UTILITÉ ET IMPACT SOCIAL : ARGUMENTAIRES ET PLAIDOYERS

- ▶ Structurer une capacité à construire des argumentaires stabilisés et développer une pratique de plaidoyer, à l'usage de tout le réseau et adaptable aux différentes situations et cibles, pour faire valoir l'apport du centre social

● LE RÉSEAU DES CENTRES SOCIAUX, ACTEUR DANS L'ÉLABORATION DES POLITIQUES PUBLIQUES

- ▶ Se situer dans une démarche volontariste de coopération avec les acteurs publics pour peser sur l'élaboration de politiques publiques (valeurs, principes d'actions, analyses, propositions)

● UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ORIENTÉE INFLUENCE ET IMAGE DES CENTRES SOCIAUX

- ▶ Renforcer sa stratégie de communication et ressources afférentes pour accompagner la stratégie d'influence et contribuer au changement d'image des centres sociaux auprès du grand public

● LA CONSTRUCTION D'ALLIANCES POUR RENFORCER NOTRE CAPACITÉ D'INFLUENCE

- ▶ S'inscrire dans une approche plus affirmée de recherche et construction d'alliances avec d'autres pour être plus influents sur des sujets et combats communs

LA FORMATION DES ACTEURS DU RÉSEAU



Mots clés : montée en compétence – sensibilisation – confiance en soi

La formation des acteurs, bénévoles et professionnels, est un enjeu clé et stratégique pour notre réseau, déclinaison méthodologique d'une stratégie d'influence efficace. Au cœur de cet enjeu : accompagner la montée en compétence et le changement de posture dans la relation à nos partenaires.

LES PARTIS-PRIS

RENFORCER LE PORTAGE

POLITIQUE des administrateurs via leur capacité à entrer en relation et faire influence auprès des élus de collectivités

APPORTER DES CLÉS DE

COMPRÉHENSION de l'environnement institutionnel dans lequel les centres sociaux évoluent

PARTAGER DES RESSOURCES

produites par le réseau sur le champ de l'influence

« COMMUNIQUER AVEC LES ÉLUS » : SOUTENIR LE PORTAGE POLITIQUES DES ADMINISTRATEURS



Les élus de centres sociaux et fédérations ont un enjeu à faire (re)connaître les centres sociaux et tisser des liens durables avec leurs représentants politiques, locaux comme nationaux. Cette intention s'est notamment traduite par le renouvellement de la formation dédiée aux administrateurs du réseau : Communiquer avec les élus. Une nouvelle mouture de cette formation existant depuis 2011 a ainsi été travaillée avec un groupe de quelques fédérations puis expérimentée et ajustée. Celle-ci est aujourd'hui composée d'apports et ressources partagées par les membres de la formation, dans une approche ludique et de mises en situation.

Elle vise autant à acquérir des connaissances qu'à travailler l'argumentaire, la posture et la légitimité d'élus (de centres sociaux) s'adressant à d'autres élus (de collectivités par exemple).

Expérimentée dans 4 fédérations depuis 2019, elle va être essaimée dans le réseau à partir de 2024. Des ressources pédagogiques et un kit d'animation ont été produits pour appuyer une animation autonome de la part de fédérations.



LA FORMATION DES ACTEURS DU RÉSEAU



Mots clés : montée en compétence – sensibilisation – confiance en soi

DES CLÉS DE COMPRÉHENSION DE L'ENVIRONNEMENT DES CENTRES SOCIAUX



Pas d'approche efficace de l'influence auprès d'acteurs sans en comprendre les missions, champs de compétences, modes d'organisation, et intérêts partagés ! Pour cela, entre 2019 et 2023, différentes ressources ont été produites, sous formes de fiches, webinaires... ou recensées et partagées avec le réseau pour accompagner la montée en connaissance et la compréhension des équipes des centres sociaux.

Ces ressources sont réunies dans l'espace web « collectivités locales » de la FCSF.



DES ARGUMENTS PRODUITS LORS D'ÉCHÉANCES ÉLECTORALES ET D'ÉVÉNEMENTS



De manière complémentaire à la compréhension de l'environnement, le réseau s'est également renforcé les dernières années en construisant des argumentaires, en lien avec les élections locales, départementales et régionales, mais aussi en écho avec des événements telle la crise sanitaire.

Il s'agissait là de produire des argumentaires au service des équipes locales, dans leurs rencontres de candidats ou d'élus, d'institutions ou de parlementaires. Là aussi, le parti pris : partir des intérêts de nos interlocuteurs et les croiser avec ce en quoi les centres sociaux pouvaient être ressource ou point d'appui.

LA FORMATION DES ACTEURS DU RÉSEAU



Mots clés : montée en compétence – sensibilisation – confiance en soi

PRENDRE APPUI SUR LES RESSOURCES PRODUITES DANS LE RÉSEAU



Plusieurs fédérations ont elles-mêmes produit des outils ou animé des démarches au service de l'influence dans les dernières années. La FCSF s'est ainsi impliquée dans le cadre d'une formation-action animée en Nouvelle-Aquitaine autour de la relation entre centres sociaux et collectivités (voir plus loin). A noter également le « guide du plaidoyer » (produit par l'AURACS), la vidéo « des élus parlent des centres sociaux » (réalisée en FIGO), et bien d'autres encore...

Ces supports ont été valorisés au plan national, exploités dans le cadre de temps formatifs, de chantiers nationaux, de campagnes de communication.

Les élections locales ont aussi été des opportunités pour des fédérations de concevoir des supports d'acculturation de leurs membres, ressources là encore partagées avec le réseau.



DES PISTES POUR L'AVENIR ?

L'INTERVENTION DANS DES ESPACES DE FORMATION TIERS (école de formation des cadres de la sécurité sociale, formation des élus, des agents CNFPT) pour apporter des éclairages sur ce que sont les centres sociaux et leurs apports à la cité ainsi qu'aux politiques publiques

LE DÉVELOPPEMENT DE FORMATION OU MODULES DE FORMATION À LA STRATÉGIE D'INFLUENCE, à l'attention des professionnels des centres sociaux (formations en propre ou intégrées à des formations existantes, par exemple lors d'AFNR)

LA FORMATION DES ACTEURS DU RÉSEAU

RESSOURCES ET PRODUCTIONS : LA COMPILATION

Document « Construire une stratégie d'influence »

- *Les principales étapes pour s'inscrire dans une stratégie d'influence et peser auprès de nos interlocuteurs*
- [Accessible ici](#)



Séquences « influence » dans diverses rencontres nationales

- *Séminaire interfédéral ou des cadres fédéraux, et auprès des chargés de communication des fédérations*

Formation « Communiquer avec les élus »

- *Cf page 4*

Formation-action avec l'URNACS

- *Pour accompagner les centres sociaux dans leur capacité à construire une stratégie avec les collectivités locales*

Webinaire "Centres sociaux, ADSL et collectivités locales" avec l'URNACS

- [Accessible ici](#)

Espace web "Collectivités"

Cf page 5

- [Accessible ici](#)



WEBINAIRE

**COLLECTIVITÉS LOCALES ET CENTRES SOCIAUX...
LES ÉLECTIONS, ET APRÈS ?**

LE 17 JUIN 2021

**LA RECOMPOSITION
DES TERRITOIRES**

Webinaire "Collectivités locales et centres sociaux, les élections... et après ?"

- *Avec Denis Vallance, consultant en stratégies territoriales*
- [Accessible ici](#)

UTILITÉ ET IMPACT SOCIAL : ARGUMENTAIRES ET PLAIDOYER



Mots clés : asseoir - ancrer – mettre en lumière - éclairer

Il s'agissait de structurer une capacité du réseau à construire des argumentaires stabilisés et développer une pratique de plaidoyer à l'usage de tout le réseau et adaptable aux différentes situations et cibles, pour faire valoir l'apport du centre social.

LES PARTIS-PRIS

PRODUIRE ET PARTAGER DES ARGUMENTAIRES en lien avec des actualités ou des sujets de société

PRODUIRE DES RESSOURCES DE VALORISATION du centre social et de son rôle au cœur des territoires

RENFORCER LA VISIBILITÉ des prises de position nationales de la FCSF

DES ARGUMENTAIRES THÉMATIQUES POUR METTRE EN LUMIÈRE LE RÔLE ET L'UTILITÉ DES CENTRES SOCIAUX



Outre les argumentaires produits à l'occasion des différentes élections locales (voir partie formation), la FCSF, en prenant appui sur les travaux des chantiers nationaux, a produit des argumentaires et manifestes thématiques, autour d'analyses, de positionnement de réseau ou de propositions de politiques publiques. A titre d'exemples : les manifestes « Pour une société numérique humaine et solidaire »,

« Les centres sociaux, bâtisseurs de co-éducation », « Vieillesse de la société : soyons responsables, ambitieux et créatifs » ; des argumentaires produits sur le droit aux vacances pour toutes et tous, des campagnes de communication et de mobilisation (telle celle sur la situation de fragilité des centres sociaux fin 2023).



UTILITÉ ET IMPACT SOCIAL : ARGUMENTAIRES ET PLAIDOYER



Mots clés : asseoir - ancrer - mettre en lumière - éclairer

LA VALORISATION DES CENTRES SOCIAUX ET DE LEUR RÔLE DANS LES TERRITOIRES



Plusieurs outils ont été produits en ce sens : lettres d'information sur les centres sociaux et leur apport aux territoires (en accompagnement de la campagne des municipales) ; numéro spécial du magazine C'est Possible ! « Centres sociaux, au cœur de la vie locale » ; expériences valorisées sur le site internet... Une utilité sociale également montrée dans le cadre des campagnes de communication « Centres sociaux et vieillissement » et « Centres sociaux, le plus grand réseau social de France ».

Une utilité sociale enfin travaillée à partir du regard des élus locaux, dans le cadre de la démarche « des élus fiers de leur centre social », avec, à partir d'une journée de travail réunissant une trentaine d'élus, la production d'un manifeste « Centres sociaux, acteurs de cohésion sociale et de transformation des territoires », signé par plus de 600 élus et présenté lors du Congrès des maires.

DES CAMPAGNES DE MOBILISATION DE L'ENSEMBLE DU RÉSEAU



Des campagnes plus ciblées ont également été animées afin de démontrer le rôle et l'utilité des centres sociaux dans la société, et l'importance de les soutenir à ce titre. C'est le cas de la campagne de mobilisation « Centres sociaux, appel aux co-responsables de la cohésion sociale » qui visait à rappeler le rôle des centres sociaux en matière de cohésion sociale, à alerter sur la fragilité de leur situation et à formuler des demandes d'engagement aux institutions parties prenantes du centre social.

De même, le réseau s'est mobilisé au plan national pour aller à la rencontre des parlementaires suite aux élections législatives de 2022 pour, là encore, présenter les centres sociaux et leur contribution au lien social comme aux politiques publiques. Un point d'appui dans le cadre de la mobilisation de 2024, où le réseau a remporté le soutien de 70 parlementaires.

DES PISTES POUR L'AVENIR ?

RENFORCER L'ACTION autour du rôle des centres sociaux dans les territoires et de la mesure d'utilité sociale et d'impact social

PENSER L'ANIMATION DES PLAIDOYERS et argumentaires, une fois ceux-ci produits, du national au local

2

2

2

2

- # 2



2

- # 2

2

- # 2



2

- # 2

2

- # 2

LE RÉSEAU DES CENTRES SOCIAUX, ACTEUR DANS L'ÉLABORATION DE POLITIQUES PUBLIQUES

3



Mots clés : investir – être visible - peser

Le groupe stratégique a proposé que le réseau, dans ses différentes strates, se situe dans une démarche volontariste de coopération avec les acteurs publics pour peser sur l'élaboration de politiques publiques (valeurs, principes d'actions, analyses, propositions).

LES PARTIS-PRIS

SE DOTER D'UNE CAPACITÉ

COLLECTIVE de construction d'analyses et propositions sur des politiques publiques structurantes

INVESTIR LES ESPACES de rencontre et de travail des associations d'élus et les espaces de construction des politiques publiques

SENSIBILISER ET INTERPELLER

opinion publique et décideurs pour faire levier sur les choix politiques

ANALYSES ET PROPOSITIONS SUR LES POLITIQUES STRUCTURANTES



La FCSF et son réseau ont formulé analyses et propositions concernant de nombreuses politiques publiques : politique de la ville, agenda rural, soutien à la parentalité, inclusion numérique, animation de la vie sociale, prévention et lutte contre la pauvreté, renouvellement de la Convention d'objectifs et de gestion entre CNAF et Etat... Avec quelques partis-pris dans la construction de celles-ci : être ancré et partir de l'expérience des centres sociaux, associer les fédérations à la démarche.

Des formes plus originales sont également animées, telle le rapport Paroles d'habitants des quartiers populaires qui mobilise tous les deux ans plus de 250 habitants autour de leur vécu en quartier populaire et leurs propositions pour améliorer leurs conditions de vie ; ou encore la démarche autour du Service National Universel associant des groupes de jeunes, pour être en capacité de formuler des propositions qui prennent en compte l'avis des premiers concernés.

LE RÉSEAU DES CENTRES SOCIAUX, ACTEUR DANS L'ÉLABORATION DE POLITIQUES PUBLIQUES

3



Mots clés : investir – être visible - peser

DIALOGUE ET COOPÉRATION AVEC LES ASSOCIATIONS D'ÉLUS ET LES COLLECTIVITÉS



Comment renforcer la coopération avec les collectivités, à quelles conditions ? Autour de quelles dimensions ? La FCSF a cherché à mettre en dialogue élus et centres sociaux dans le cadre de plusieurs espaces. Ce fut le cas lors d'ateliers au Congrès de Lille en 2023 (coopération EPCI et centres sociaux, démocratie locale et centre sociaux...), de rencontres nationales organisées par d'autres acteurs, de la campagne de mobilisation « Centres sociaux, appel aux coresponsables de la cohésion sociale »...

Des tribunes ont également été publiées comme « *Crise démocratique, oser la coopération pour reconstruire la confiance* » parue dans Ouest France. Enfin, la FCSF a soutenu une recherche-action animée en Nouvelle-Aquitaine visant à renforcer la coopération entre centres sociaux et collectivités autour de la notion de projet de territoire.



LE RÉSEAU DES CENTRES SOCIAUX, ACTEUR DANS L'ÉLABORATION DE POLITIQUES PUBLIQUES

3



Mots clés : investir – être visible - peser

PRISES DE POSITION PUBLIQUES



Le CA de la FCSF s'est également positionné en réaction à plusieurs politiques publiques : concernant la réforme des retraites, la loi asile et immigration, le Service National Universel, les libertés associatives, la place des parents dans les politiques publiques, la reconnaissance de l'éducation populaire...

Elles ont parfois été publiées sous la seule responsabilité de la FCSF, parfois dans le cadre de coalitions nationales. Ces prises de position politiques ont vocation à rendre publics des désaccords et incompréhensions face à des choix politiques sur des sujets qui ont à voir avec les champs d'intervention des centres sociaux.



Tribune « Uni-e-s contre les inégalités, nous refusons la course à l'extrême droite »

INFLUENCE POSITION



Non à la dimension obligatoire du SNU !

PARTENAIRES POSITION



POINT DE VUE. L'éducation populaire et l'urgence du combat démocratique

Dans une tribune, la Fédération des Centres sociaux et Socioculturels de France s'associe à des acteurs de l'éducation populaire, des organisations de la société civile et des chercheurs pour interpellier sur l'urgence et la nécessité de mener un combat démocratique : « ne laissons pas l'appauvrissement démocratique nous diviser encore plus »

DES PISTES POUR L'AVENIR ?

STRUCTURER DES ÉCHANGES plus réguliers et des objets de coopération avec les associations nationales d'élus

CONSTRUIRE ET ANIMER DES STRATÉGIES pour traduire les propositions de politiques publiques en actes

RENFORCER LA PRISE EN COMPTE par les acteurs publics de la parole et du regard des premiers concernés



ACTEUR DANS L'ÉLABORATION DE POLITIQUES PUBLIQUES

3

RESSOURCES ET PRODUCTIONS : LA COMPILATION

Prises de position

- Sur le SNU, l'accès aux droits, le plan pauvreté... construites en lien avec les premiers concernés, les fédérations locales, le CA national...
- [Accessibles ici](#)



Production d'un outil d'animation de débat

- Dans le cadre du "Grand débat national" de 2019

Présence au Congrès de l'AMF

- [Retour sur la journée de novembre 2019](#)



Rencontres nationales de l'Éducation populaire

- En mars 2022 à Poitiers, avec l'animation par la FCSF d'un atelier autour des formes et processus de participation des habitant.es pour une démocratie réelle et vivante

Rencontres des nouveaux ministères et cabinets

- Suite à la réélection d'Emmanuel Macron

Participation à des groupes de travail partenariaux

- En lien avec des Ministères, services de l'Etat...

Rapport "Paroles d'habitant.es des quartiers populaires"

- Un rapport biennal pensé avec Question de Ville pour faire entendre la voix des premiers concernés dans l'élaboration des politiques qui les concernent
- [Accessibles ici](#)



UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ORIENTÉE INFLUENCE ET IMAGE DES CENTRES SOCIAUX



Mots clés : image positive – presse - visibilité

Le groupe propose que la FCSF renforce sa stratégie de communication et ses ressources pour accompagner la démarche influence et contribuer au changement d'image des centres sociaux auprès du grand public.

LES PARTIS-PRIS

DES CAMPAGNES DE

COMMUNICATION NATIONALES

autour de l'image des centres sociaux : image valorisante, actions positives, innovation...

UNE APPROCHE DES RELATIONS

PRESSE formalisée et continue

ACCOMPAGNER LE RÉSEAU

dans la prise en compte des enjeux autour de la communication

PRODUIRE DES CONTENUS

attractifs et exploitables par les centres et les fédérations

CAMPAGNES DE COMMUNICATION NATIONALES



Alors que la dernière campagne de communication nationale datait de 2013, trois campagnes nationales ont été animées les dernières années.

En 2021, la campagne « Vieillir ensemble avec les centres sociaux ». Objectifs : Casser certaines représentations sur la vieillesse dans la société, mettre un coup de projecteur sur le rôle des centres sociaux en la matière, éclairer quant à la richesse que constitue la vieillesse dans notre société. Une campagne portée en appui à des démarches de rencontres du réseau fédéral avec les institutions locales et nationales actrices du vieillissement.

En 2023, la campagne « Centres sociaux, le plus grand réseau social de France ». Objectifs : donner à voir que les centres sociaux sont des acteurs «référence» en matière de lien social. Une campagne animée dans le cadre des 100 ans du réseau.

En 2024, la campagne de mobilisation « Centres sociaux, appel aux coresponsables de la cohésion sociale ». Objectifs, rappeler le rôle fondamental des centres sociaux, alerter sur leur situation de fragilité, engager la responsabilité des institutions pour construire des réponses en urgence et pérennes.

UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ORIENTÉE INFLUENCE ET IMAGE DES CENTRES SOCIAUX



Mots clés : image positive – presse - visibilité

DES RELATIONS PRESSE DU LOCAL AU NATIONAL



Dès 2019, un effort national a été porté sur la structuration de relations presse. Exercice laborieux, à remettre à l'ouvrage en permanence, mais intéressant en termes d'audience et de visibilité. Depuis 5 ans, des communiqués de presse, des dossiers de presse et des mises en contact avec des centres sociaux ont été systématisés. La parution du rapport Paroles d'habitants des quartiers populaires, les grands événements et campagnes du réseau des centres sociaux dans l'espace public (Réseaux Jeunes, campagne des banquets citoyens, campagne de mobilisation du réseau des centres sociaux), les prises de paroles

ou réactions à l'actualité FCSF (pendant la crise sanitaire par exemple) donnent régulièrement lieu à des échos médiatiques. L'effort est ainsi autant porté sur les médias généralistes que spécialisés. A travers ces relations presse, il s'agit autant de donner à voir ce que sont et font les centres sociaux, en quoi ils contribuent à la cohésion sociale, que de mettre en lumière leur expertise et regard sur la société et politiques publiques.

UN OUTILLAGE DU RÉSEAU



Grâce en partie à un groupe national de chargés.e.s de mission communication de fédérations, des supports de communication sont régulièrement créés à l'attention des fédérations et centres sociaux. Il s'agit là de proposer des supports clés en main ou facilement appropriables à des équipes en manque de compétences spécifiques ou de temps dédié sur le sujet.

Ceux-ci prennent la forme de kit de relations presse et communiqués personnalisables, de guides, des outils de communication en ligne, de formation en cours de construction sur la communication dans les centres sociaux, d'affiches personnalisables...

UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ORIENTÉE INFLUENCE ET IMAGE DES CENTRES SOCIAUX



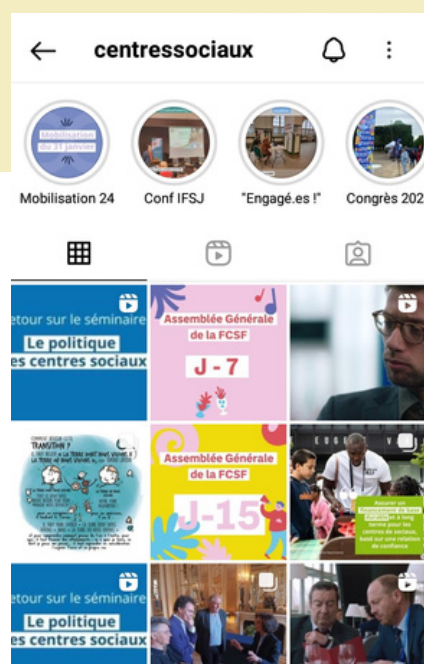
Mots clés : image positive – presse - visibilité

PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ET SUPPORTS DE COMMUNICATION



Année après année, la FCSF a continué à investir les réseaux sociaux. Après Facebook et Youtube, avec des lignes éditoriales propres, la FCSF est présente sur Instagram (avec la couverture d'événements en direct) et LinkedIn (réseau idéal pour communiquer auprès des partenaires, institutions et professionnels du secteur), grâce à une identité visuelle modernisée et des formats de publication variés.

Parallèlement, en retravaillant le fond comme la forme des supports tels le site internet de la FCSF ou le magazine C'est Possible !, c'est une image de modernité et de dynamisme – à l'instar de ce que sont les centres sociaux – que la FCSF veut donner à voir.



DES PISTES POUR L'AVENIR ?

SYSTEMATISER LES CAMPAGNES DE
COMMUNICATION nationales

IMAGINER DE NOUVELLES FORMES de valorisation
de la singularité des centres sociaux

RENOUVELER LA CHARTE GRAPHIQUE

CAPITALISATION DU CHANTIER INFLUENCE

4

UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ORIENTÉE INFLUENCE

RESSOURCES ET PRODUCTIONS : LA COMPILATION

Campagne "Centres sociaux, le plus grand réseau social de France"

► [Accessible ici](#)



Campagne "Vieillir ensemble avec les centres sociaux"

► [Accessible ici](#)



Campagne "Appel aux coresponsables de la cohésion sociale"

► [Accessible ici](#)

Structuration des relations presse

- [Un kit "Relations presse" pour outiller centres sociaux et fédérations](#)
- [Des dossiers de presse \(banquets citoyens et campagne communication\)](#)
- [Des communiqués de presse](#) ► [Un espace et une revue de presse en ligne](#)



La FCSF sur LinkedIn !

- *Un réseau social idéal pour communiquer auprès des partenaires, institutions et professionnels du secteur*
- [Accessible ici](#)



LA CONSTRUCTION D'ALLIANCES POUR RENFORCER NOTRE CAPACITÉ D'INFLUENCE



Mots clés : ne pas y aller seuls – être plus forts – vision partagée

Le groupe stratégique a proposé au réseau de s'inscrire dans une approche plus affirmée de recherche et construction d'alliances avec d'autres pour être plus influents sur des sujets et combats communs.

LES PARTIS-PRIS

CONFORTER DES ALLIANCES

avec des réseaux qui nous sont
« naturellement » proches
(éducation populaire, solidarité,
pouvoir d'agir)

S'OUVRIR À DES RÉSEAUX

avec lesquels nous sommes moins en
proximité, en fonction des enjeux
(ESS, développement durable,
entreprises...)

S'APPUYER SUR LA FORCE

de frappe de réseaux alliés ou
de coalitions plutôt que d'y
aller seul

LA FORCE DU COLLECTIF POUR CONSTRUIRE ET PORTER DU PLAIDOYER



En 5 ans, la FCSF a renforcé sa présence dans des espaces inter-associatifs pour porter plus haut un certain nombre de sujets, touchant aux politiques publiques, à la reconnaissance du fait associatif et de l'éducation populaire... A titre d'exemple, la FCSF a réinvesti les instances du Cnajep, qui a porté plusieurs actions autour de la reconnaissance de la contribution de l'éducation populaire à la société (dans le cadre des élections...). De plus, alors que la FCSF était réinterrogée dans ses façons de faire début 2021 suite à un Réseau Jeunes national, la mobilisation d'acteurs associatifs et chercheurs a permis de produire une tribune défendant le rôle de l'éducation populaire dans la société.

La FCSF s'est également impliquée ponctuellement ou de façon pérenne dans d'autres coalitions, tels le Pacte du Pouvoir de Vivre (pour un projet de société juste, solidaire et écologique), le collectif Français pour tous (pour la reconnaissance du droit inconditionnel à l'apprentissage du français), le Mouvement associatif (autour des libertés associatives), le collectif Ensemble faisons vivre la solidarité (droit aux vacances), le collectif parentalité, l'Uniopss, ou encore les collectifs constitués autour de lois touchant à l'égalité et la justice sociale (la loi asile et immigration, la fermeture de services publics...).

LA CONSTRUCTION D'ALLIANCES POUR RENFORCER NOTRE CAPACITÉ D'INFLUENCE



Mots clés : ne pas y aller seuls – être plus forts – vision partagée

... ET POUR PORTER DES ACTIONS ET EXPÉRIMENTATIONS



Les alliances ne permettent pas seulement de porter du plaidoyer, mais aussi de construire, par le faire, des propositions aux pouvoirs publics. Il en est ainsi de l'expérimentation autour de nouvelles coopérations entre acteurs des quartiers prioritaires (avec le Mouvement des régies et Bleu Blanc Zèbre) ou du développement des tables de quartier (avec Pas sans nous). C'est encore le cas avec l'animation de la coalition Dématérialiser sans déshumaniser réunissant acteurs associatifs, institutionnels et entreprises.

A l'échelle internationale, l'inscription de la FCSF dans le réseau *International Federation of Settlements* a également permis d'animer une démarche sur plusieurs années permettant, à partir de la pratique d'acteurs de terrain européens, de formuler des propositions pour des politiques publiques européennes et nationales empreintes de justice sociale et de démocratie.

DES PISTES POUR L'AVENIR ?

REPENSER LES ALLIANCES À L'AUNE DU NOUVEAU

PROJET DE RESEAU et investir plus fortement des

coalitions liées à des thématiques encore émergentes pour notre réseau

RENFORCER LES COOPÉRATIONS AVEC LE CHAMP

DE LA RECHERCHE

RENFORCER LES EXPERIMENTATIONS et les projets communs

PRIORISER LES ESPACES DE COOPÉRATION, compte tenu du caractère potentiellement chronophage des dynamiques partenariales et d'alliances

IDENTIFIER LES ESPACES qui peuvent être investis localement, et ceux qui doivent l'être nationalement, pour une meilleure coordination

RESSOURCES ET PRODUCTIONS : LA COMPILATION

ALLIANCES, PARTENARIATS ET ESPACES DE REPRÉSENTATION

Autour de propositions liées à la reconnaissance de droits et à une société plus juste

► *La FCSF est actrice des collectifs / coalitions :*

[Réseau Vacances](#)

[Pacte du Pouvoir de Vivre](#)

[Droit au français pour tous](#)

[Collectif pour une alternative au SNU](#)

[Mednum](#) (inclusion numérique)

[Coalition "Dématérialiser sans déshumaniser"](#)

[Uniopss](#) (métiers du social en crise)

[Cnajep](#)

Autour de la proposition et l'animation d'expérimentations territoriales

► [Rapport "Paroles d'habitants des quartiers populaires"](#) (avec le réseau national des centres de ressources Politique de la ville)

► [Animation territoriale citoyenne](#) (avec le Mouvement des régies de quartier et Bleu Blanc Zèbre)



CONTACTS FCSF

Denis Tricoire

Délégué général, membre de la délégation générale collégiale,
Directeur du pôle partenariats, influence et communication

denis.tricoire@centres-sociaux.fr

Maïa Cordier

Cheffe de projet communication influence

maia.cordier@centres-sociaux.fr

