FICHE PRATIQUE

Comment mobiliser les publics pour qu'ils participent à une animation

Cette fiche pratique est issue de l'atelier d'échanges sur les problématiques des acteur.rice.s d'ECSI à l'Université d'été des mouvements sociaux et des solidarités à Nantes le vendredi 27 Août 2021.

Les membres de l'association TEJE « Travailler Ensemble Jeunes et Engagé.e.s » de Saint Denis, ont eu le courage de partager au groupe de participant.e.s leurs difficultés à mobiliser des publics en amont de leur animation. La réflexion collective a permis de proposer quelques solutions.

Ces conseils et bonnes idées répondant à la problématique spécifique de TEJE, sont adaptés à toute autre association rencontrant des difficultés pour mobiliser les publics en amont d'une animation. Nous espérons que cette fiche pourra vous aider. N'hésitez pas à nous partager vos retours d'expériences pour enrichir ce document.

Merci à tou.te.s les participant.e.s pour leurs contributions riches et constructives !

Penser sa communication pour mobiliser les publics

La communication autour de l'animation est un réel enjeu pour élargir son audience.

Auprès de qui on communique ?
Avec quels outils ?
En mobilisant quels acteurs ?

Mobiliser le réseau pour toucher les publics visés et pour communiquer sur l'événement

Les partenariats jouent un rôle important dans la mobilisation des publics. En voici trois qui pourront vous être utiles.

Les partenaires relais de communication

Pour partager la communication, n'hésitez-pas à faire des partenariats avec d'autres événements ou structures organisatrices d'événements (qui partagent le même lieu pour l'animation, qui abordent les mêmes thématiques, ou qui ont lieu le même jour, ou qui partagent vos valeurs et abordent des sujets complémentaires aux vôtres !). Ces partenaires permettent de relayer des informations à leurs réseaux et donc de toucher un public plus large.

Les partenaires pour mobiliser leurs publics

Si vous souhaitez aller au-delà d'une simple information à un public plus large et que vous souhaitez impliquer ces personnes dans la conception des animations, il sera alors d'autant plus pertinent de s'appuyer sur des partenaires qui travaillent déjà au quotidien avec elles et eux. En effet, ces partenaires pourront vous partager leur savoir-faire sur les sujets qui intéressent leur public, la posture à adopter pour donner envie, les modalités pratiques et contraintes à prendre en compte, etc.

Par ailleurs, la démarche de rendre les publics acteurs de leur animation, et ce de la conception au bilan, implique une posture, ainsi que des savoir-faire pédagogiques. Si cela vous intéresse, n'hésitez pas à lire la fiche « co-construction des animations avec les publics ».

Les partenaires co-organisateurs

Les partenaires locaux peuvent également être intéressés pour co-organiser l'animation, si elle répond à leurs objectifs. En fonction des publics visés et des sujets abordés, une grande diversité de structures peut être intéressée à participer à l'organisation de vos événements. Nous pouvons citer par exemple, les maisons de quartier, associations locales, collectivités (service culturels, service de la jeunesse, service tourisme, services sociaux), universités, grandes écoles, associations étudiantes, lycées (projets t utorés/ parrainage de classes) clubs de sports, professeurs, réseau d'associations de jeunes, syndicats (pour une entrée dans les milieux professionnels), comités d'entreprise, mutuelles, etc.

Enfin, le réseau Festisol est un vivier de structures qui n'hésitera pas à vous donner des conseils et à communiquer sur votre événement. Nous vous invitons à contacter la coordination Festisol de votre région qui relaiera les informations et vous mettra en contact.

Assurer une visibilité de l'événement à l'échelle locale

Les expériences ont montré que la communication à l'échelle locale permet de mobiliser des publics.

Afin de faire connaître votre événement aux personnes qui sont proches localement de celui-ci, il est possible **d'informer directement les commerçants et les structures implantées à proximité de votre événement**.

C'est d'autant plus pertinent pour les animations ouvertes à toutes et tous et ayant lieu dans l'espace public. Le contact direct peut permettre d'expliquer clairement le contexte et les objectifs de votre animation, et ainsi de donner plus envie aux personnes d'y participer.

Cela peut aussi amener ces personnes à bien relayer ces informations autour d'elles, encore plus si vous laissez un support papier type flyer ou affiche dans les lieux fréquentés par les publics que vous souhaitez inviter.

Pour informer la population locale, vous pouvez aller **directement au contact des gens** en organisant des sessions de « tractage », en discutant sur le marché, en utilisant les rencontres citoyennes : fêtes, foires paysannes, forum, ou en organisant des temps spécifiques...

Il peut être aussi intéressant de mobiliser les **étudiant·e·s** qui se situent sur votre territoire. Iels peuvent être intéressé.e.s pour participer à votre événement (public potentiel). Iels peuvent aussi communiquer sur celui-ci et/ou s'investir en tant que bénévole sur votre animation. D'ailleurs, si vous avez besoin de bénévoles pendant votre événement, n'hésitez-pas à vous appuyer sur **les plateformes de bénévolat.**

Afin de donner de la visibilité à leurs animations, certains collectifs ont demandé qu'elles soient référencées dans l'agenda événementiel de la ville. Et ça a fonctionné !

Contacter **les médias locaux** (radios et journal) peut aussi être un bon tremplin pour communiquer sur vos événements à l'échelle du territoire. Pour plus d'informations sur la communication auprès des médias, vous pouvez lire le **guide Festisol des relations médias.**

Comme expliqué plus haut, n'hésitez-pas à développer des partenariats locaux :)

Assurer une visibilité de l'événement sur les réseaux sociaux

Si vous souhaitez toucher un public plus large, et notamment jeune, les réseaux sociaux sont des plateformes idéales pour communiquer sur votre événement (Facebook, Instagram, Twitter, Linkedin).

En amont d'un événement, vous pouvez utiliser les réseaux sociaux pour **donner envie au public de participer.** C'est par exemple possible en diffusant des témoignages de personnes qui ont déjà vécu l'animation.

Une **retransmission en live** peut permettre à des publics de participer à l'événement malgré leur éloignement géographique, ou leur impossibilité de se déplacer. Elle peut donc vous amener à toucher un public plus large. La retransmission peut également faire connaître votre structure et votre événement à certaines personnes qui seront présentes une prochaine fois.

Si vous avez des partenaires (associations, médias, la ville...), n'hésitez-pas à **profiter de leurs réseaux sociaux** pour communiquer sur votre événement. Cela peut permettre d'étendre la visibilité de votre événement sur internet.

N'oubliez-pas non plus que les coordinations nationales et régionales du Festisol peuvent également communiquer sur vos animations via leurs outils de communication. Nous vous invitons donc à nous partager vos événements sur nos sites internet et réseaux sociaux !

Pour aller plus loin, vous pouvez consulter le **Kit de com' Festisol.**