

ATELIER AG 2016: COMMUNICATION



Objectifs de l'atelier :

- Présenter l'état des lieux de la communication du Réseau AMAP IDF
- Définir les priorités d'action de communication pour les prochaines années
- Trouver de nouvelles forces vives pour rejoindre le groupe de travail « communication »

Déroulé :

- Présentation de l'état des lieux de l'axe communication au Réseau AMAP IDF
- Axe **communication interne/animation réseau** : lettre info numérique, adhérents-relais, fête des AMAP (traité dans un atelier distinct)
- Axe **communication externe** : commission externe, participation salons, conférences, site web, réseaux sociaux, **outils de com grand public (kit stand), relations presse**
- Axe **communication institutionnelle** : film de 3 min du Réseau AMAP IDF, charte graphique, bache/banderoles diverses, **plaquette du Réseau AMAP IDF**

Ces éléments sont en projet/en cours de réflexion ou entièrement à développer.

- Echanges

Trois grandes priorités se dégagent sur l'axe communication :

- Le **site web** : afin que celui-ci soit mis à jour régulièrement car c'est la 1^{re} porte d'entrée pour avoir des informations rapidement et facilement. Or, aujourd'hui, beaucoup d'informations ne sont plus à jour. Il s'agit d'un outil intéressant sur lequel s'appuyer davantage.
- La mise à disposition pour les groupes d'**outils de com grand public**

Ce point a suscité l'intérêt de tous. Il a été rappelé qu'en 2015 une enquête kit stand a été lancée. Celle-ci a reçu un écho important : 70 réponses ont été reçues et plusieurs informations pertinentes ont été récoltées :

- **Infos/messages sur lesquels communiquer** (qu'est-ce qu'une AMAP ? chiffres clés des AMAP, présentation de sa propre AMAP, installation des paysans en IDF)
- **Animations à développer sur le stand** (quizz adulte type idées reçues sur les AMAP et quizz enfant type saisonnalité des légumes)
- **Attractivité et identité visuelle du stand** (banderole logo et nom de sa propre AMAP, porte flyers...)

Ces outils sont intéressants à pouvoir développer pour des utilisations lors de salons, au moment de leurs livraisons...

Ce qui sera à travailler avec le groupe de travail communication (un groupe déjà constitué composé de 23 personnes) reste le contenu de ces outils : quelles informations transmettre ? quels mots utilisés ?

Certains ont exprimé l'importance de **contenu** pour permettre **d'ouvrir à un public plus large les AMAP** et de ne pas rester comme dans certaines AMAP aujourd'hui dans « l'entre-soi ».

- La mise à disposition pour les groupes **d'un kit presse** pour encourager les amapiens à prendre contact plus régulièrement et plus facilement avec la presse locale

L'idée d'un kit presse a été nouvellement introduit. Plusieurs ont soulevé l'importance de pouvoir être aidé/accompagné pour que les amapiens eux-mêmes puissent faire appel à la presse locale plus régulièrement et plus facilement afin de relayer des informations :

- d'évènements locaux liés à l'activité de leur AMAP
- sur le renouvellement de leur contrat AMAP pour booster leur recherche d'adhérents
- sur le modèle AMAP plus globalement

Groupe de travail

Les personnes suivantes ont exprimé leur souhait de rejoindre le groupe de travail communication :

- Sophie (Paniers d'Arcueil, 94) : sochabot08@gmail.com
- Clémence (Salsifis Miraculeux, 94) : salsifismiraculeux@free.fr
- Jean-Louis (AMAP de Colombes, 92) : debrenne.michniak@orange.fr (*pour les échanges mail*)
- Frédéric (AMAP Marly, 78) : marlyleroi.amap@gmail.com (*pour les échanges mail*)