Réseau National des Juniors Associations

KIT

JUNIORS ASSOCIATIONS

FICHES PRATIQUES JA

COMMUNIQUER SUR SA JA

Ce document compile les **5 fiches pratiques** sur le thème **« Communiquer sur sa JA »** :

- Créer l'identité de sa JA pour communiquer
- Les outils de communication
- Planifier sa communication
- Point juridique sur la communication
- Pitcher sa JA

Créer l'identité de sa Junior Association pour communiquer

Bien communiquer sur votre Junior Association est essentiel pour mobiliser autour de vos actions, trouver de nouveaux·elles membres, tisser du lien et maintenir des relations avec les personnes qui interagissent avec vous. Cela vous permettra de vous faire connaître, reconnaître auprès de partenaires ou d'éventuels financeurs (comme la mairie ou les commerces de votre territoire) et d'attirer du public notamment pour vos évènements.
Pour cela, il faut commencer par clarifier l'identité de votre JA à laquelle votre communication se reportera toujours : qui êtes-vous, quelles-sont vos activités, à qui souhaitez-vous vous adresser ?
Cette fiche vous permettra de poser les bases de votre communication.

Présentation de l'identité de la JA

L'identité de votre Junior Asso permet tout simplement de vous identifier rapidement et donc de vous différencier. Elle est unique ! Il est indispensable de discuter et se questionner avec l'ensemble des membres de la JA sur les mots, les images, les dessins ou encore les valeurs qui vous définissent et qui reviennent lorsque vous présentez votre Junior Association. Essayez de vous réunir et de vous demander...

- Qu'est-ce qui vous unit ?
- Qu'est-ce qui vous représente ?
- A quel·le·s mots, phrases, expressions ou images êtes-vous associé·e·s ?

Laissez parler votre imagination et votre créativité ! Vous ferez le tri après pour vous mettre d'accord sur les divers éléments qui vous représentent le plus. Pour cela, pourquoi ne pas réaliser une **carte mentale** ?
La carte mentale est un outil de réflexion qui vous permet de faire des liens avec les idées se rapprochant d'un sujet central. Votre sujet est écrit au centre et des sous-catégories matérialisées par des « branches » gravitent autour. Un peu comme un arbre : en l'occurrence, votre sujet principal, le tronc, est votre Junior Association et tout autour, pour caractériser l'arbre, on a ses branches qui correspondent à vos idées, aux thématiques qui vous inspirent, qui font que votre JA a un projet unique. Pas besoin d'écrire de longues phrases, vous pouvez par exemple prendre des images en les découpant dans des journaux sur votre thématique, des mots qui vous parlent ou même faire cet exercice en ligne.

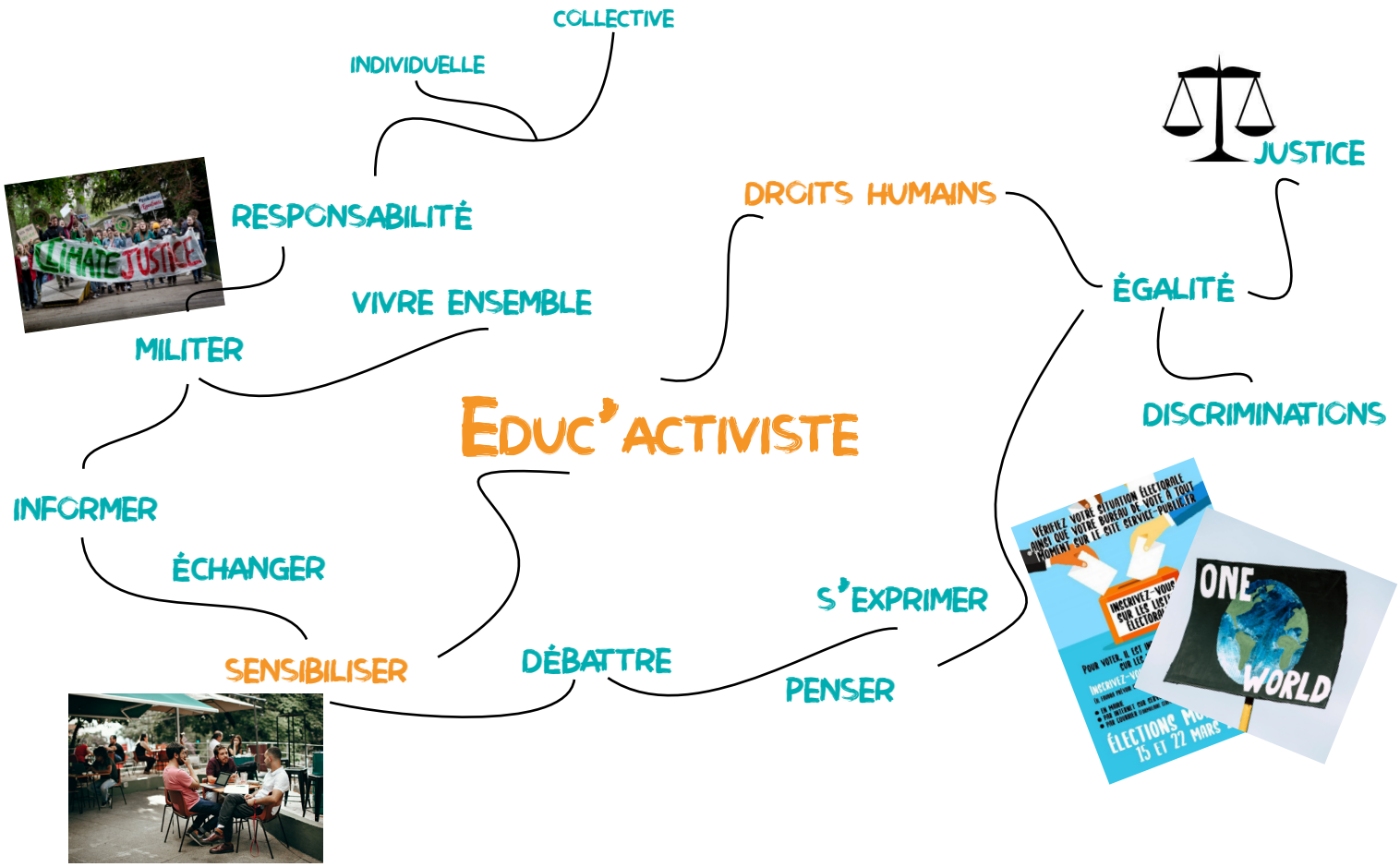
KIT

JUNIORS ASSOCIATIONS

CRÉER L'IDENTITÉ DE SA JUNIOR ASSOCIATION POUR COMMUNIQUER

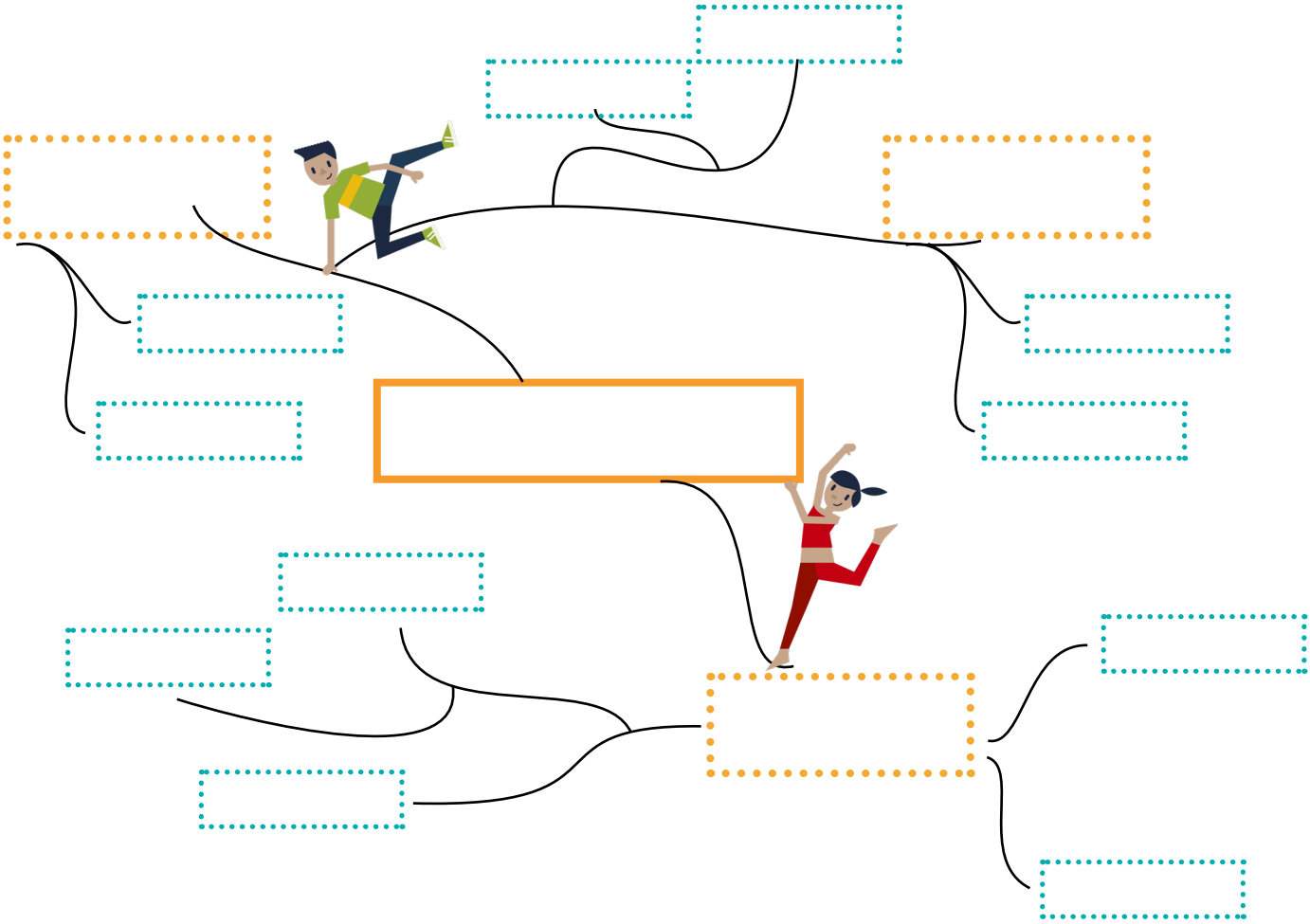
Charly et Awa ont créé leur Junior Association « Educ'activiste » pour sensibiliser les habitants de leur ville à des réalités internationales. Tou·te·s deux veulent générer une prise de conscience et donner envie d'agir pour un monde plus juste. Fans de cinéma, iels souhaitent organiser des ciné-débats sur la violation des droits humains.

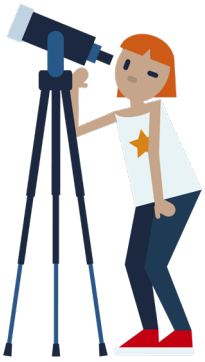
Leur carte mentale ressemble à ça…



Idées principales, mots-clés, actions que vous aimeriez mettre en place… Le but d'une carte mentale est de **mettre toutes vos idées à plat** pour ensuite pouvoir les hiérarchiser, faire des liens entre elles et décider des actions de votre Junior Association !

Et la vôtre, à quoi ressemble-t-elle ?
Une fois ces éléments identifiés, ils vont vous resservir tout le temps pour communiquer et faire passer vos messages clairement.





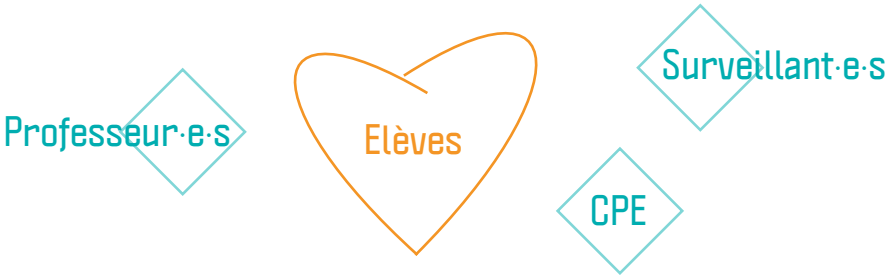
CIBLE

La seconde étape consiste à cibler le public auquel s'adresser. Lorsqu'on communique, on s'adresse à une grande diversité d'acteur·rice·s qu'on peut distinguer en deux parties :

Cible globale
Partenaires (mairie, associations, centres culturels, bibliothèques...) et financeurs.

Cœur de cible
Public auprès duquel on souhaite intervenir.

Par exemple, si vous agissez dans un lycée pour sensibiliser les élèves, ces dernier·e·s seront donc votre cœur de cible.
Au global, vous toucherez cependant aussi les professeur·e·s, les CPE ou encore les surveillant·e·s.



Clarifier la cible de sa communication permet d'adapter son langage, le support et le mode de diffusion à privilégier pour toucher plus facilement le public visé. Il s'agit donc de s'orienter vers les supports les plus pertinents pour son public (géographiquement, par thématique, âge...). Choisissez le moyen le plus facile pour présenter vos informations (un audio, une vidéo, un écrit...).
Le public souhaité est intergénérationnel ? Il importe de varier les supports, en utilisant à la fois des éléments numériques et des supports papier par exemple. De même, un évènement destiné aux habitant·e·s de différents quartiers nécessite donc une diffusion large dans ces quartiers.

Penser à son public, c'est aussi rendre sa communication accessible à tou·te·s sans discernement physique ou matériel et éviter ainsi au plus possible les discriminations. Il s'agit notamment de penser aux personnes présentant des déficiences intellectuelles ou visuelles, sourdes ou malentendantes, à mobilité réduite.
Pensez par exemple, pour les personnes sourdes et malentendantes, à mettre en place des sous-titres à vos vidéos de communication et/ou une personne qui traduit en Langue des Signes Française (LSF). De même, s'il s'agit de la communication papier, le choix des polices et dégradés de couleurs peut être important pour les personnes mal voyantes et daltoniennes. Si vous utilisez des visuels, pensez à les disposer dans des lieux accessibles aux personnes à mobilités réduites et de petites tailles (enfants,...).
Il n'est pas toujours simple de penser à tous ces éléments parce que ce ne sont pas toujours des situations que nous vivons. Le mieux est de se rapprocher des associations et des personnes concernées pour leur demander ce qui pourrait être adapté. Iels pourront mieux vous guider sur le lieu de publication de ces informations et vérifier si elles sont faciles à lire, entendre et/ou à comprendre.
Si vous souhaitez avoir plus d'informations, n'hésitez pas à vous renseigner sur les sites d'associations ou de collectifs comme le collectif pour une France accessible ou l'UNAPEI.

L'IDENTITÉ VISUELLE ET/OU SONORE DE VOTRE JUNIOR ASSO

Communiquer c'est transmettre un message via le fond (un contenu écrit, dicté ou montré) **mais aussi via la forme** (la mise en page, les créations graphiques, le choix des couleurs, le montage d'une vidéo ou d'un podcast etc.). Il ne faut pas négliger votre identité visuelle et/ou sonore qu'il faudra construire avec tou·te·s les membres de la Junior Association.

Cette identité est guidée par un ensemble de choix qui donneront une cohérence à l'ensemble de vos supports, il s'agit de votre carte d'identité visuelle ou sonore qu'on nomme aussi charte graphique ou charte sonore dans la sphère professionnelle : par la suite, toutes les personnes sauront reconnaître que le support de communication correspond à une actualité de votre JA et pas d'une autre !
Être facilement identifiables participe à l'efficacité d'une communication !

Créer un logo

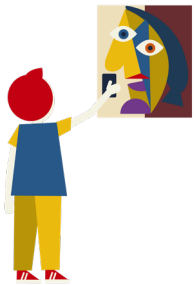
Créer un logo est un bon début pour mettre en place l'identité visuelle de votre JA !
Un logo, ce peut être le nom de votre Junior Asso stylisé, ou bien une image qui représente votre thématique…
Il y a plein de manières de créer un logo ! Ce qu'il faut retenir, principalement :
- avoir **un logo pas trop complexe**, pour que les gens puissent facilement le reconnaître ;
- **choisir des couleurs qui vous plaisent** et que vous utiliserez ensuite dans vos visuels, ou en tout cas qui s'y accordent ;
- **rendre compréhensibles vos actions** au travers du visuel du logo : vous êtes axé·e·s sur l'environnement ? Une planète peut être pertinente ! Vous pratiquez un sport spécifique ? N'hésitez pas à le représenter !

Si vous décidez de mettre de la couleur dans votre logo, il est bien de continuer à utiliser cette même teinte dans vos futurs visuels, vos affiches, vos documents écrits. La ou les couleur·s principale·s peuvent être choisies en fonction des thématiques d'action de votre JA : par exemple, le vert est associé à la nature, l'environnement, l'écologie.
Astuce : chaque couleur possède un code qui permet de la retrouver dans chaque logiciel, ce qui permet d'avoir exactement la même couleur partout ! Il existe trois types de codes : le format RVB, le format hexadécimal et le format CMJN. Les deux premiers fonctionnent pour les documents numériques tandis que le format CMJN vous sera utile pour être sûr·e·s qu'à l'impression, les couleurs soient les bonnes ! Certaines couleurs existent en numérique mais pas en impression, il faut donc bien vérifier pour ne pas avoir de mauvaise surprise.

Il existe des générateurs de logos visuels, gratuits : cela peut vous aider si l'inspiration vous manque ! Allez voir Logo Génie, par exemple.
Il est nécessaire de s'inscrire pour télécharger un logo. Vous devez également vous renseigner sur les conditions d'utilisations fixées par la plateforme, notamment s'il s'agit de logos créés à partir du travail de graphistes, qui sont donc protégés par le droit d'auteur·rice (modification, publication…).
Référez-vous à la fiche pratique "Point juridique communication" concernant le droit d'auteur·rice.

Choisir un graphisme, des typographies

Après avoir choisi votre logo et des couleurs, vous pouvez aussi réfléchir à des visuels types ou des documents types, pour **avoir toujours le même aspect général visuellement** : on reconnaîtra plus facilement que cela est en rapport avec votre Junior Association !



Les typographies peuvent aussi vous aider : on ne s'en rend pas toujours compte, mais la manière dont est écrit un texte peut nous informer ou nous donner une idée sur le projet de la Junior Association ou l'évènement qu'elle organise ! Comment s'y retrouver parmi toutes les typographies existantes ? Quelques petits conseils...

Évènement

EVENEMENT

Sur ces deux façons d'écrire le mot « évènement », pour l'une on se voit déjà à notre fête médiévale alors que dans l'autre cas, on frissonne à l'idée d'aller à cette soirée d'horreur ! Pour avoir plus de typographies que celles pré-installées sur votre ordinateur, rendez-vous sur https://www.dafont.com/fr/ : veillez également à toujours vous renseigner sur les droits d'auteur·rice !

L'identité sonore

Si vous réalisez régulièrement des audios, vidéos, podcasts ou des émissions radios, l'identité de votre JA est aussi sonore ! N'hésitez pas à vous créer un logo sonore également : cela vous permettra d'introduire vos prises de paroles ou celles de vos invité·e·s en étant reconnu·e·s rapidement. Il peut ne s'agir que de quelques notes ! Le principal est que la mélodie soit courte et reconnaissable : pensez aux introductions de certains jeux vidéos, d'entreprises dans les publicités télévisées, des productions cinématographiques...

ET CONCRÈTEMENT, ÇA DONNE QUOI ?

Charly et Awa ont suivi pas à pas toutes les étapes pour créer une identité visuelle qui ressemble à leur Junior Association et aux projets qu'iels veulent mettre en place.

Un super logo pour Educ'activiste : une terre pour l'international, le bleu pour un symbole de paix et de justice et une typographie moderne et jeune !

Educ'activiste

Couleur principale, la même que celle du logo

2 couleurs supplémentaires

Typographie pour les titres

KG SORRY NOT SORRY

Roboto Condensed

Typographie pour le corps de texte

Affiche pour le prochain évènement de la Junior Asso. Charly et Awa ont repris tous les éléments qu'iels avaient choisis ensemble !

Et voilà ! Vous avez désormais tous les outils pour construire les premières bases de l'identité de votre Junior Asso, et donc de votre communication !

Réseau National des Juniors Associations

KIT
JUNIORS ASSOCIATIONS

LES OUTILS DE COMMUNICATION

Communiquer vous sert à la fois à faire connaître votre Junior Association et à informer votre public de vos projets. Ces deux objectifs sont très liés car l'organisation d'une action peut aussi être un moyen de communiquer sur votre JA en elle-même.
La fiche pratique « Créer l'identité de sa Junior Association pour communiquer » vous ayant accompagné·e·s sur la définition de votre identité, de vos cibles et de votre charte graphique, nous allons pouvoir entrer dans le vif du sujet ! Communiquer sur votre Junior Asso et ses projets, oui, mais comment et par quels moyens ?!

SOMMAIRE

Choisir vos outils 2

Communication digitale

- Réseaux sociaux 3
- Outils de diffusion 3
- Site internet et newsletter 4

Créer des visuels

- Construire un visuel efficace 5
- Créer des visuels pour l'impression 7

Communication physique 8

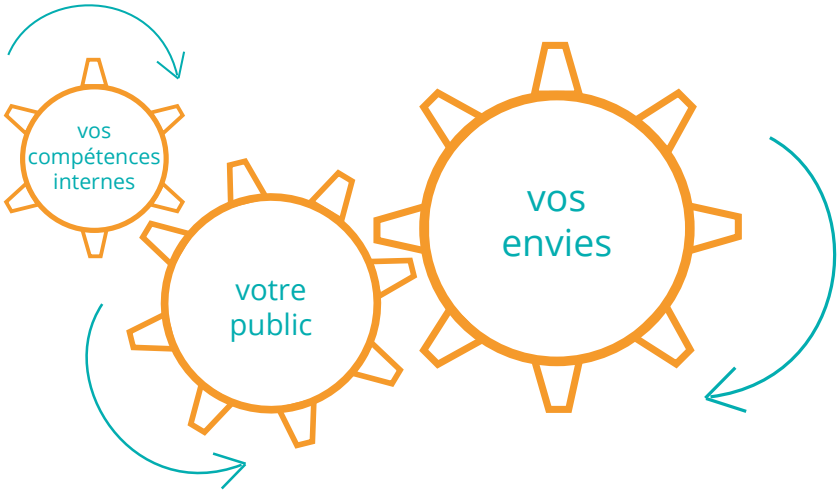
Les logiciels de création 10

CHOISIR VOS OUTILS

Une multitude de manières de réaliser sa communication existe : visuels, vidéos, audios, documents. Choisir vos outils est une étape incontournable. **C'est l'occasion d'expérimenter et de vous amuser !** Trois critères sont à prendre en compte :

Vos compétences internes

Si vous être un·e pro d'un logiciel, n'hésitez pas à l'utiliser !
Gardez également en tête les moyens financiers dont votre JA dispose (faire imprimer vos affiches par des professionnels peut vite représenter un coût important).



Vos envies

Tentez ! Si vous souhaitez réaliser un podcast pour la première fois ou un visuel à partir d'un logiciel, lancez-vous. Tout le monde est passé par cette étape d'apprentissage, pas besoin d'être un·e expert·e pour essayer !

Votre public

Si vous souhaitez par exemple communiquer à destination des personnes âgées, pensez au fait qu'elles n'utilisent pas toujours les réseaux sociaux : une vidéo diffusée sur Instagram ne sera peut-être pas le moyen le plus adéquat !

Les bonnes adresses

Pour la création de podcasts ou la création d'une radio, l'association Jets d'encre, qui soutient, fédère et défend la presse d'initiative jeune, a créé le kit « Créer sa radio » qui est rempli de conseils et d'astuces pour se lancer !

COMMUNICATION DIGITALE

La communication digitale correspond à la communication faite à l'aide du numérique. Il existe différentes plateformes, différents outils avec leurs caractéristiques propres.

Réseaux sociaux

Instagram est un réseau très populaire chez les jeunes de 18 à 35 ans.
Il permet de capturer, modifier et partager des contenus photo ou vidéo accompagnés de message. Il est pratique pour animer une communauté notamment grâce à son système de posts ou de *stories* : ces deux possibilités permettent d'adapter le format de l'information, de le rendre, par exemple, très interactif en story et plus informatif en post.

Facebook permet de créer une page à votre JA, accessible à tou·te·s, dans le but de poster des photos, des vidéos, des statuts, liens ou textes. Parfait pour partager tout type d'information, pour varier leur présentation et créer de l'échange, mais il est cependant moins utilisé par les jeunes. Selon votre plan de communication et votre cible, il peut cependant être utile pour toucher de potentiels partenaires, des structures...

TikTok est une application particulièrement utilisée par les jeunes de 13 à 24 ans. Elle consiste à partager des vidéos de danse, play-back, défis ou des sketches de façon ludique. Elle peut permettre à votre JA de communiquer sur ses actions d'une manière dynamique.

Twitter permet de publier de brefs messages (280 caractères), avec liens, photos ou vidéos, et d'interpeller des personnes ou structures. De très nombreux messages sont postés chaque minute : ce média nécessite d'être utilisé astucieusement, par exemple avec des hashtags, si vous voulez avoir de la visibilité !
Il peut être très pertinent pour les sujets d'actualité ou pour s'adresser aux politiques.

Outils de diffusion

YouTube sert à informer à partir de vidéos enregistrées ou live. Un espace de commentaires est disponible sous chaque vidéo pour votre communauté. Un système de *stories* est possible, ainsi que la publication d'un billet à sa communauté. YouTube n'est pas l'outil le plus pratique pour une JA qui souhaite échanger avec son public : il peut néanmoins être pertinent si vous souhaitez montrer vos actions, ou en support pour partager des vidéos à votre communauté sur d'autres réseaux.

Anchor est une plateforme de partage de contenu audio, idéale pour enregistrer et diffuser vos podcasts ! Très facile d'utilisation, il suffit juste de s'inscrire.

Site internet

Créer le site Internet de votre JA est **un très bon moyen de faire connaître vos actions.** Il est possible d'y communiquer à la fois des vidéos, des photos, des audios et des textes. Il existe des sites pour créer gratuitement et simplement le sien, ce qui rend cet outil de communication accessible à tout·e·s.
Vous pouvez par exemple vous rendre sur Wix ou Wordpress.

Un hébergeur web, qu'est-ce que c'est ?
Un hébergeur web est une plateforme qui permet à votre site internet d'exister, qui l'accueille pour qu'il soit « domicilié » : il est donc propriétaire des serveurs où sont stockées les informations liées aux sites web. Lorsque vous créez un site web il faut que les données soient stockées sur un ordinateur, une carte mémoire ou un serveur branché à internet.
L'hébergeur n'est pas responsable du traitement des données du site mais sa responsabilité peut être engagée s'il ne retire pas un contenu illicite lorsqu'il en a été averti explicitement. Il a donc un droit de regard sur le contenu qu'il héberge.

Pourquoi faire attention dans le choix de son hébergeur ?
Le choix de votre hébergeur est important et sera déterminé par l'utilisation que vous voulez en faire (mémoire dont vous avez besoin, la réactivité de votre hébergeur en cas de panne ou d'activation d'une nouvelle technologie pour une application web..). Il peut être payant ou gratuit (il propose souvent des publicités).
Orientez-vous vers des hébergeurs gratuits si votre site n'est pas très développé. Les CHATONS est un collectif d'hébergeurs « alternatifs, transparents, ouverts, neutres et solidaires », qui pourra vous aidez à trouver votre hébergeur.

Newsletters

La newsletter, ou lettre d'information, est un courrier électronique envoyé de façon périodique à des personnes qui y sont abonnées. Elle permet d'**informer son public, ses partenaires des actualités de sa JA** et de garder un contact régulier avec tout·e·s.
La newsletter doit être jolie et correspondre à la charte graphique de votre JA, cela la différenciera d'un simple mail ! N'hésitez pas à varier textes et images, vidéos pour que sa lecture soit agréable.
Attention : Il faut **bien cibler le public qui la reçoit** et que ces personnes aient donné leur accord, sinon, c'est illégal, ça peut donner une mauvaise image de votre JA et si peu de gens l'ouvrent ou qu'elle est envoyée à un trop grand nombre de personnes, elle peut se retrouver dans les spams !
Si vous voulez en savoir plus sur la mise en place de votre newsletter dirigez-vous vers le site d'Animafac, un réseau d'associations étudiantes qui a créé une fiche pratique « Créer une newsletter » : elle est également accessible sur le centre de ressources du RNJA !

CRÉER DES VISUELS

Que ce soit pour un site internet, les réseaux sociaux ou même des affiches, il faut passer par l'étape de création d'un visuel !
A lire ainsi on croirait que c'est facile mais pas tant que ça… Voici quelques conseils qui vous aiguilleront dans les tâches qui vous attendent. Et souvenez-vous, l'objectif est de créer, d'essayer ou encore de s'entraîner. Si vous n'avez jamais créé de support de comm', pas de panique ! L'idée est d'élaborer avant tout quelque chose qui vous ressemble.

Construire un visuel efficace

Pour la création de votre visuel, pensez à reprendre votre charte graphique (cf. fiche pratique « Créer l'identité visuelle de sa JA ») et à l'appliquer à votre création.
Faîtes preuve de clarté, il est inutile de mettre trop d'informations sur une page : soyez synthétiques, soignez la mise en page et essayez de faire relire votre document par des personnes extérieures afin de savoir si celui-ci est compréhensible et d'évitez les erreurs d'orthographe.

Educ'activiste

Charly et Awa ont créé leur Junior Association « Educ'activiste » pour sensibiliser les habitant·e·s de leur ville à des réalités internationales. Tou·te·s deux veulent générer une prise de conscience et donner envie d'agir pour un monde plus juste. Fans de cinéma, iels souhaitent organiser des ciné-débats sur la violation des droits humains.

Les bonnes adresses

L'association Animafac crée régulièrement des ressources sur différents sujets autour de la vie d'une association, notamment sur la communication. Ces ressources, sur des sujets spécifiques (« Créer et optimiser son site web », « Créer une newsletter » etc.), vous seront certainement utiles. Allez jeter un œil à leur site !
Les visuels des affiches, des documents peuvent coûter cher lorsque des professionnel·le·s se chargent de la conception : vous pouvez cependant tout à fait les créer vous-même, à partir de logiciels gratuits tels que CANVA, Publisher, etc.

KIT

JUNIORS ASSOCIATIONS

LES OUTILS DE COMMUNICATION

Le nom de la JA, son logo

Les logos des partenaires
notamment si vous en avez des spécifiques pour l'organisation de votre évènement

Objectif de la création de ce visuel
recherche de nouveaux·elles membres, annonce d'un évènement, de l'ouverture d'un club etc.

La date, le lieu
si nécéssaires

Renseignements pratiques
numéro de téléphone, adresse mail, pour permettre d'obtenir plus d'informations (par exemple pour s'inscrire, réserver)

Le visuel peut contenir d'autres informations (durée de l'évènement, son prix, les réseaux sociaux de votre JA...) : **il faut l'adapter selon le besoin tout en évitant de trop surcharger !**
Soyez vigilant·e·s aux formats des visuels sur les réseaux sociaux : adaptez votre image ! **Sur Instagram par exemple**, vous pouvez créer plusieurs slides ou bien mettre une partie des informations en texte de post.

En panne d'idée pour créer des visuels ? N'hésitez pas à vous balader sur des comptes de réseaux sociaux ou sur des sites d'associations similaires à votre JA, que ce soit pour leurs projets ou parce que ce sont des jeunes !

KIT

JUNIORS ASSOCIATIONS

LES OUTILS DE COMMUNICATION

Créer des visuels pour l'impression

La communication physique se fait via des affiches, des flyers, des bâches, des kakémonos... Ces types de supports permettent de toucher un public assez varié. **Seule contrainte : être visibles !**

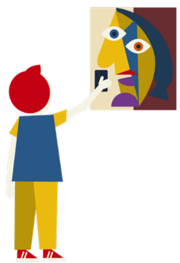
Au quotidien, **ces supports sont pertinents si vous avez un local où les disposer** ou si vous pouvez afficher ou mettre des flyers dans des espaces publics. N'hésitez pas à demander aux espaces jeunes, MJC, centres culturels ou socio-culturels de votre ville !
Ils sont aussi **très utiles si vous organisez ou participez à des évènements :** avoir ces supports vous rend repérables et facilite l'interpellation des passant·e·s : mettez le nom de votre JA, son logo si elle en a un, des photos, un slogan... Sans pour autant surcharger, vous pouvez attirer l'œil du public pour que chacun·e comprenne en un regard la thématique d'action de votre JA !

L'affiche

Elle peut être pratique pour **diffuser auprès de partenaires**, elle est facilement ajustable aux lieux d'affichages publics et elle peut aussi vous servir de visuel pour les réseaux sociaux !

Le kakémono

Ce support est souvent plus cher mais il peut s'avérer avantageux si vous avez un stand, un local près duquel du public passe ou lors d'évènements. Il vous permettra d'être repéré·e·s rapidement et d'habiller un espace aux couleurs de votre JA !



Les flyers et dépliants

Ils peuvent être utiles pour les stands, les lieux de passage, mais aussi à distribuer en tant que support de présentation des actions de votre Junior Association.

NB : Les flyers et dépliants sont des petits supports de papier distribués gratuitement ou déposés dans des endroits de passage qui servent à promouvoir votre JA en général ou plus spécifiquement pour un évènement, une action. Avant toute distribution ou affichage, informez-vous sur les lieux autorisés pour le faire.

Le point juridique

La création d'un support physique de communication et sa diffusion sont soumis à un cadre juridique. Pour plus d'informations, référez-vous à la partie « création, reproduction et diffusion » de la fiche « Point juridique » qui a été réalisée pour vous accompagner.

Les bonnes adresses

Dans votre région, il y a peut être une JA spécialisée dans les médias qui pourrait partager vos visuels, vous aider à les créer ou à laquelle vous pourriez demander des conseils. Si vous souhaitez prendre contact avec elles·eux, les RD disposent de ces informations et vous pouvez également les trouver sur le site internet.
N'hésitez pas non plus à partager ces informations auprès du RNJA, qui pourra alors communiquer sur votre évènement !

COMMUNICATION PHYSIQUE

Maintenant que vos visuels sont faits, vous pouvez les imprimer et penser à organiser des activités de communication en présentiel pour compléter votre communication digitale !

La tenue ponctuelle d'un stand

Vous pouvez **tenir un stand ponctuellement** ou en ciblant un évènement qui se rapproche des actions de votre JA : que ce soit la diffusion d'un documentaire au centre culturel de votre ville ou en plein air, une conférence, ou tout simplement à l'entrée de votre établissement scolaire, c'est un bon moyen de se faire connaître et de dialoguer directement avec votre public. Vos affiches et kakémonos vous rendront visibles, vos flyers permettront aux gens de repartir avec toutes les informations nécessaires !

L'organisation d'un mini évènement

Aussi appelé **teasing**, en lien avec vos activités, il sert à **éveiller la curiosité de son public** ! Par exemple, une JA souhaitant attirer du public à un spectacle de danse peut par exemple réaliser comme *teasing* une petite chorégraphie dans l'établissement scolaire de ses membres ou sur une place publique (en informant ou demandant une autorisation au préalable auprès de sa commune). Des flyers peuvent être distribués aux passant·e·s à ce moment !

La création d'un *fanzine*

Le *fanzine* est un mini journal – en ligne ou en papier – créé par des amateur·rice·s passionné·e·s pour d'autres pasionné·e·s !

Un appel aux médias locaux

Dans le journal de votre ville par exemple, il y a souvent une page dédiée aux petites annonces des habitant·e·s ou une page pour les associations !

N'oubliez pas, vous pouvez aussi faire du **bouche à oreille** et parler aux gens de vos actions, à votre entourage pour qu'iels viennent et en parlent à d'autres. Effet boule de neige garanti !

Astuces

Certain·e·s partenaires (structure jeunesse, mairie, banque, établissement scolaire…) peuvent accepter d'imprimer des supports pour vous : potentiellement, iels vous demanderont peut-être simplement de mettre leur logo sur le visuel. Cela peut être une bonne opportunité !
Vous pouvez également faire imprimer vos supports (affiches, kakémonos, flyers…) chez un·e professionnel·le mais cela peut coûter cher. Il est important de bien évaluer ce montant : si vous souhaitez communiquer sur un évènement qui doit vous faire récolter des fonds mais que vous dépensez beaucoup en communication, vous aurez alors peut-être dépensé plus que ce que vous gagnerez ! Il faut parfois mettre moins d'affiches mais cibler les endroits stratégiques où les mettre, pour être sûr·e·s que des personnes les verront.

Vous pouvez également décider de communiquer principalement en ligne ! Rien ne vous empêche de créer des visuels comme s'ils devaient être imprimés pour également les diffuser en ligne ! Chaque personne peut également les imprimer elle-même si elle le souhaite.

Pour organiser un évènement sur la voie publique, il faut penser à **le déclarer à sa commune ou à la préfecture** et faire une **demande d'assurance complémentaire au RNJA**. Pour ce faire, il faut envoyer le formulaire adéquat (qui se trouve sur votre extranet) 3 semaines avant votre évènement à l'adresse suivante : contact@juniorassociation.org

LES LOGICIELS DE CRÉATION

Comment créer vos différents outils de communication ? Que ce soit des affiches, des flyers, une image ou une newsletter, il y a de quoi être perdu·e·s ! Retrouver un tableau, non exhaustif, des différents logiciels qui peuvent vous être utiles pour ces créations.

LES OUTILS DE COMMUNICATION

LOGICIEL	ACCESSIBILITÉ	PRISE EN MAIN	AVANTAGES	INCONVÉNIENTS	PRIX
Canva	En ligne	◇	◇ Possibilité d'ajout de photos/logos personnalisés ◇ Plusieurs formats disponibles	◇ Pas de modification possible après enregistrement (seulement en PDF) ◇ Nombreux éléments payants	Gratuit, avec des polices et éléments payants
Scribus Open Source Desktop Publishing	Logiciel à télécharger	◇	◇ Fichiers PDF interactifs ◇ Création de visuels simples ou plus complexes	◇ Interface peu intuitive	Gratuit
Publisher	Logiciel de la suite Office	◇	◇ Mise en page libre par rapport à Word ◇ Mise en page de documents ou de supports de communication possible		Payant, avec la suite Office
Lucidpress	En ligne	◇	◇ Impressions et publications ◇ Format numérique possible (newsletter)		Gratuit mais limité (3 pages et 25MO de mé-moire). Versions : Pro : 10€/mois Equipe : 11€/mois
Adobe INDESIGN	Logiciel de la suite Adobe	◆	◇ Visuels professionnels (numériques ou pour impression) ◇ Mise en page complexe et créative	◇ Coût financier important ◇ Prise en main assez difficile même si des tutos existent en ligne	Payant Etudiant (+ de 13 ans) : 19,50€/mois (attestation établissement) Individuel : 24€
Adobe Illustrator	Logiciel de la suite Adobe	◆	◇ Création graphique poussée (affiches, logo) ◇ Nombreux outils, plusieurs plans de travail	◇ Coût financier important ◇ Prise en main assez difficile même si des tutos existent en ligne	Payant Etudiant (+ de 13 ans) : 19,50€/mois (attestation établissement) Individuel : 24€

Planifier sa communication

Une fois que vous vous êtes concerté·e·s au sein de votre Junior Asso, que votre identité visuelle est fixée et que vos outils sont choisis, il faut passer à l'action. La planification est la première étape par laquelle il faut passer : quand communiquer ? comment faire pour ne rien oublier ? Voici quelques conseils.

Educ'activiste

Charly et Awa ont créé leur Junior Association « Educ'activiste » pour sensibiliser les habitant·e·s de leur ville à des réalités internationales. Tou·te·s deux veulent générer une prise de conscience et donner envie d'agir pour un monde plus juste. Fans de cinéma, iels souhaitent organiser des ciné-débats sur la violation des droits humains.

En ce début de rentrée, Charly et Awa souhaitent mobiliser des personnes autour de leur projet. Pour cela, iels lancent une campagne de recrutement de bénévoles dans leur lycée. Iels se sont réuni·e·s à la fin de l'été pour d'abord réfléchir à leur manière de communiquer, définir leurs cibles et se mettre d'accord sur leurs besoins pour le fonctionnement de la Junior Association.
Pour mieux s'organiser; iels ont planifié les éléments essentiels de leur communication qu'iels ont réunis sous forme de tableau.

Conseils pratiques
Soyez vigilant·e·s sur la période de diffusion des actualités de votre JA. Si vous avez une communication importante à faire passer, vérifiez que ce ne soit pas au même moment qu'un évènement spécifique, qui pourrait parasiter votre communication. Par exemple, si vous communiquez sur un évènement le jour des élections municipales ou d'Halloween, il est possible que votre communication passe à la trappe !
De même, si nous sommes dans une période où les personnes sont moins disponibles ou de manière différente (les vacances scolaires, les évènements de la commune ou encore les examens du baccalauréat et du brevet...), pensez à adapter votre communication !

KIT

JUNIORS ASSOCIATIONS

PLANIFIER SA COMMUNICATION

Votre cible globale ou votre cœur de cible

Clarifiez le message que vous voulez faire passer

Cette case sera utile pour effectuer un bilan de vos actions de communication : elle ne pourra donc être remplie qu'après la mise en place des actions.

PUBLIC CIBLE	BESOINS / OBJECTFS	MESSAGE	PLAN D'ACTION			PARTENAIRES	TEMPORALITÉ	ÉVALUATION
			Mode de diffusion	Supports	Budget, quantité			Recrutement réussi ? Communication efficace ?
Jeunes	Recruter des bénévoles	Rejoignez-nous !	Animations en extérieur, affichages, réseaux sociaux	Affiches, flyers...	30 affiches, imprimées au lycée	Mairie Lycée (demande d'autorisation pour les affichages et une salle pour nos réunions)	Période du 3 au 21 septembre (début de la rentrée)	

Pourquoi voulez-vous communiquer ? Quel est votre objectif ?

Numérique via l'utilisation des réseaux sociaux, de votre site internet ou physiquement en tenant un stand en présentiel...

Si besoin, quel support allez-vous privilégier ?

La planification dans le temps
Prévoir ses actions, c'est aussi gérer son temps. Pensez à communiquer suffisamment à l'avance pour ne pas être pris·e·s au dépourvu ! Cela peut s'avérer essentiel surtout lorsque vous organisez des événements. Il faut prévoir un temps pour :

- **réfléchir sur la communication que vous souhaitez faire** (ampleur, supports à créer…) ;
- **créer les visuels, les posts** sur les réseaux sociaux ;
- permettre aux personnes de prendre connaissance de vos visuels en **communiquant suffisamment en avance mais pas trop non plus**, un ni trop court ni trop long (sinon, les gens peuvent aussi oublier la date de l'évènement ! Cela concerne les envois d'e-mails notamment) ;
- **permettre aux personnes de s'inscrire**, si les participant·e·s y sont invité·e·s.

Charly et Awa ont réalisé un planning pour s'y retrouver plus facilement dans leur campagne de recrutement de bénévoles :

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	WEEK-END	
Rentrée 1er septembre		Réunion JA et choix plan de comm'				SEMAINE 1
-Post de reprise -Prise de contact partenaires		Création affiche recrutement membres		Impression et affichage		SEMAINE 2
Communication Instagram pour recrutement				Répondre aux demandes d'inscription		SEMAINE 3
Relance réseaux sociaux		Réunion de présentation nouveaux membres		Envoi de la fiche « Mieux se connaître » aux nouveaux		SEMAINE 4

Après avoir réfléchi ensemble, **iels se sont partagé les tâches** et ont validé le planning.
Objectif : communiquer régulièrement ! Il vaut mieux bien **répartir les informations** pour ne pas surcharger les personnes, mais être sûr·e·s que tout le monde aura l'information. Leur réunion d'accueil des nouveaux·elles membres a été décidée un mercredi, bien après la rentrée. Iels auront ainsi plus de chances d'avoir du monde en laissant passer les premiers jours de rentrée où beaucoup d'informations circulent au lycée !

ASSOCIATION Junior
Réseau National des Juniors Associations

KIT
JUNIORS ASSOCIATIONS

LE POINT JURIDIQUE COMMUNICATION

Vous avez plein de projets sympas de communication sur votre JA ? Réaliser des affiches et les distribuer dans la rue, faire des visuels, créer un site internet ? Pour les concrétiser, il faut avoir un minimum de connaissance sur le cadre juridique, car ces actions sont réglementées par différents textes. On parle souvent de droit d'auteur·rice, de droit au respect de la vie privée, du droit à l'image, du droit de citation... Difficile de s'y retrouver dans tous ces termes ! Ainsi, un petit rappel sur toutes ces réglementations est un premier pas dans la mise en place de ces actions.

SOMMAIRE

Droit d'auteur·rice

Qu'est ce que les droits d'auteur·rices ? 2

Que doit-on savoir sur les droits d'auteur·rices ? 2

Les pratiques à privilégier au sein de votre JA pour vous y retrouver 4

Combien de temps une oeuvre peut-elle être protégée ? 4

Peut-on utiliser une oeuvre protégée par les droit d'auteur·ices ? 5

Droit à l'image

Quelles précautions doit-on prendre pour les photos des participant·e·s de notre évènement? 6

Qu'est-ce qu'une image « libre de droit » ? 7

Droit à la liberté d'expression

Peut-on faire de la publicité ? 7

Droit de diffusion

Quelle est la législation liée à la distribution de tracts ? 8

Où peut-on mettre nos affiches ? 9

Droit d'impression

Nous voulons imprimer des affiches, quelles sont nos obligations ? 10

Communication numérique, site internet et réseaux sociaux

Nous voulons créer un site internet pour notre JA, quelles sont les mentions obligatoires ? 11

Nous avons créé un site internet, qui est responsable des commentaires illicites ? 12

Textes de référence 14

Droits d'auteur·rices

Qu'est-ce que les droits d'auteur·rices ?

Si vous souhaitez utiliser des éléments visuels déjà existants pour créer les vôtres, votre premier réflexe doit être de vous informer sur le droit d'auteur·rice.

Lorsqu'une personne travaille pour créer du contenu, que ce soit une image ou une photo, il est normal qu'iel soit considéré·e comme auteur·rice. Ainsi iel peut choisir qui peut utiliser son travail, et exiger que son nom apparaisse pour que tout le monde sache qu'il en est le·a créateur·rice. C'est pareil si l'auteur·rice est une « personne morale », c'est-à-dire une entité comme une société ou une association. Elle a aussi des droits, comme une maison de production qui produit un film par exemple. **Il existe donc des droits pour tou·tes les auteur·rice·s afin de protéger leur travail.**

Que doit-on savoir sur les droits d'auteur·rices ?

Les droits d'auteur·rices sont régis par le **Code de la propriété intellectuelle**.

Les questions de droits d'auteur·rices sont complexes parce que beaucoup de textes y font référence. Si vous avez des pratiques particulières, n'hésitez pas à aller regarder les textes législatifs pour en savoir plus.

Par œuvre, on regroupe tout un tas de catégories comme les livres, les dessins, les peintures, les films, les musiques ou même encore les cartes géographiques.

Les droits d'auteur·rices protège à la fois du point de vue :

« Des droits moraux » qui sont composés du **droit de divulgation, de paternité, de retrait et de respect**. Ce sont ces droits non économiques. Ils sont illimités et ne peuvent pas être vendus - même très cher - ou donnés à quelqu'un d'autre - même si c'est un·e membre de la famille !

Très concrètement, ils impliquent que :

- Il est **impossible de divulguer une œuvre** sans le **consentement de son auteur·rice** ;
- **L'auteur·rice peut demander que son nom soit mentionné** ;
- Il est **interdit de changer la nature d'une œuvre**, ce que son auteur·rice voulait faire passer comme message. Si vous voulez utiliser un texte, vous ne pouvez pas supprimer des mots ou les changer en disant que cet auteur·rice a écrit ça. Cela s'applique aussi à la retouche d'une photo !
- **L'auteur·rice a le droit de demander à ce que son œuvre ne soit plus accessible au public,** par exemple en refusant qu'elle soit mise dans une salle d'exposition.

« Des droits patrimoniaux », nommés ainsi car ils **font partie du patrimoine de l'auteur·rice** étant donné qu'il est possible de les évaluer avec de l'argent. Ces derniers sont limités dans le temps et lui permettent de percevoir une rémunération pour l'exploitation de ses œuvres par des tiers pendant une durée déterminée

Voir la question : Combien de temps une œuvre peut-elle être protégée ?

L'auteur·rice peut, grâce à ces droits, décider d'interdire ou d'autoriser l'utilisation de son œuvre et de percevoir alors une rémunération en contrepartie.

Nos préconisations

Certaines œuvres, que ce soient des livres, des dessins, des peintures, sculptures ou autres, sont protégées par les droits d'auteur·rices. Vous ne pouvez pas utiliser ces œuvres comme vous le souhaitez.

Les pratiques à privilégier au sein de votre JA pour vous y retrouver :

- **Privilégier l'utilisation d'œuvres libres de droit**, que ce soit pour des images (getty images, avec la licence libre de droit, pixabay, unsplash et pexels) ou de la musique (freemusicarchive, PublicDomain4u et Freepd).
- Vérifier que votre support ne comporte pas le logo d'une marque sans son accord.
- Toujours **demander l'autorisation à l'auteur·rice** si possible pour faire usage de son œuvre.
- **Si on accepte que vous utilisiez l'œuvre d'une personne dans un cadre donné, vous ne pourrez pas la réutiliser dans une autre situation. Si vous souhaitez faire usage de l'œuvre dans un autre contexte, il faudra redemander une autorisation.**
- **Mentionner le nom de l'auteur·rice et la source** (l'endroit d'où vous tirez l'œuvre, un site internet par exemple).

Le droit d'auteur·rice ne protège pas les idées ou les concepts. Si vous voulez vous aussi créer une vidéo sur une thématique, rien ne vous empêche de le faire même s'il en existe déjà d'autres. **Les droits d'auteur·rices s'appliquent pour une œuvre dite « originale »**, c'est-à-dire que l'œuvre est caractéristique du style et de la personnalité de l'auteur·ice. Si une personne a créé un podcast sur l'écologie, rien ne vous empêche d'en faire un aussi. Et oui, vous avez le droit de créer des œuvres aussi !

Combien de temps une œuvre peut-elle être protégée ?

Ce que dit la loi...

D'après l'article n° 97-283 du 27 mars 1997, art. 5 du code de la propriété intellectuelle : *« L'auteur jouit, sa vie durant, du droit exclusif d'exploiter son œuvre sous quelque forme que ce soit et d'en tirer un profit pécuniaire. Au décès de l'auteur, ce droit persiste au bénéfice de ses ayants droit pendant l'année civile en cours et les soixante-dix années qui suivent ».*

Nos préconisations

Une œuvre est protégée de l'exploitation pendant **toute la vie de son auteur·rice** et **au moins 70 ans après sa mort ou après la diffusion** de l'œuvre si elle appartient à une **personne morale** (société, association). **Après cela, on dit que l'œuvre entre dans le domaine public**, il n'est donc plus nécessaire de demander une autorisation pour l'utiliser.
Dans tous les cas, il est important de ne pas s'approprier l'œuvre d'une autre personne et de faire preuve de **transparence** en citant son auteur·rice. Renseignez au minimum : le nom de l'auteur·rice, le titre du livre, du film, de la musique, l'année de publication.

Peut-on utiliser une œuvre protégée par le droit d'auteur·rice ?

Oui, soyez juste **vigilant·e·s** : il faut des autorisations. Si l'auteur·rice d'un contenu est toujours en vie, il est possible d'utiliser son œuvre même si elle est protégée. **Demandez toujours s'iel accepte de vous donner son autorisation** pour utiliser son œuvre. Il est important d'obtenir un écrit de cette autorisation et d'être précis·e·s sur l'utilisation que vous voulez en faire. L'auteur·rice peut demander une **rémunération en contrepartie** pour pouvoir utiliser son œuvre.
Il faut savoir que les auteur·rice·s ne gèrent souvent pas seul·e·s leurs droits, et vous serez donc souvent amené·e·s à traiter avec **des sociétés qui en sont responsables**, orientez-vous vers :

- La SACEM, pour l'usage de **musique**
- La SACD pour l'utilisation d'œuvre (**spectacle vivant, audiovisuel, cinéma et web**)
- L'ADAGP pour l'utilisation d'**arts graphiques et plastiques**

A partir de ces différents sites, vous pouvez consulter le répertoire des œuvres ou bien avoir plus d'informations sur l'utilisation de l'une d'entre elles.

De plus, assurez-vous de **toujours citer la source** sur laquelle vous vous appuyez et donnez le nom de l'auteur·rice de l'œuvre. Il s'agit de son travail et il est important de ne pas se l'approprier.

Droit à l'image

Quelles précautions doit-on prendre pour les photos des participant·e·s de notre événement ?

Vous devez **adopter plusieurs automatismes**, car si vous voulez **photographier un individu, il faut respecter sa vie privée et se soumettre au droit à l'image**.
Pour utiliser l'image d'une personne à des fins de diffusion, publication, reproduction ou commercialisation, **il faut obtenir son accord écrit et précis (ou celui de son.sa représentant.e légal.e) sur la diffusion de cette dernière**.
Il peut s'agir d'une photo ou d'une vidéo au sein d'un lieu public ou privé sur laquelle la personne est reconnaissable. **Seules certaines diffusions d'images**, sous réserve du respect de la dignité de la personne, **n'exigent pas l'accord de la personne filmée ou photographiée**.

De même, il n'est pas possible d'exposer librement, sans accord préalable et écrit, une photo en public si elle inclut une œuvre (exploitation illégale de l'œuvre) ou une personne (droit au respect de la vie privée).

Ainsi, il n'est par exemple pas nécessaire de demander une autorisation écrite pour les cas suivants :

- **Image d'un groupe ou d'une scène de rue** dans un **lieu public** si **aucune personne n'est individualisée** et dans la limite du **droit à l'information**. Votre but est d'informer votre public, pas de porter atteinte à sa vie privée.
- **Image d'un événement d'actualité ou d'une manifestation publique** dans la limite du droit à l'information et à la création artistique.
- **Image d'une personnalité publique dans l'exercice de ses fonctions** si le but de l'image est d'informer (un·e élu·e par exemple).
- **Image illustrant un sujet historique**.

Le droit à l'information est lié au droit à la liberté d'expression. Il signifie qu'une information peut être diffusée car tout le monde a le droit d'y avoir accès. C'est une information importante et c'est grâce à ce droit que les journalistes peuvent exercer. **Attention, le droit à l'image peut entrer en confrontation avec le droit à l'information, et c'est souvent le droit à l'image qui est jugé comme plus important.**

L'image publiée doit :

- **avoir pour finalité l'information légitime du public ;**
- **respecter la dignité de la personne humaine.**

Les juges apprécient au cas par cas ces images et certaines décisions juridiques de ces cas font offices de référence pour des situations similaires, on parle de jurisprudence.

Nos préconisations

Votre premier réflexe est donc de **faire remplir des demandes d'autorisation écrites et précises** aux personnes à photographier lors des événements, où figure l'usage des photos prises si elles ont pour vocation d'être diffusées. Il s'agit de fournir des informations claires : **sur quel support est diffusé l'image ? Dans quel objectif ? Pour quelle durée ?**
S'il s'agit de mineur·e·s, il est impératif de demande l'accord écrit à ou aux responsables légaux·ales.

Des modèles de droit à l'image sont accessibles sur votre extranet pour les mineur·e·s comme pour les majeur·e·s
Si vous n'arrivez pas à obtenir l'autorisation d'une personne, **floutez** son visage et l'ensemble de son corps, elle ne doit pas être reconnaissable ou même être nommée !

Qu'est-ce qu'une image « libre de droit » ?

Une image est dite « libre de droit » **lorsque sa diffusion et modification sont libres**. Pour une JA, il vaut mieux **rechercher des images libres de droit et se rendre sur des sites spécialisés** tels que : pixabay, unsplash, getty images et pexels. Si vous connaissez l'auteur·rice d'une image libre de droit, n'hésitez pas à ajouter son nom par respect pour son œuvre ! Parfois, certaines images sont exploitables mais régies par des licences qui limitent leur utilisation ou leur diffusion (commerciale,...). Dans tous les cas, **cette image appartient toujours à son·sa auteur·rice**. N'oubliez donc pas de **mentionner son nom** et **d'en faire usage dans la limite de l'autorisation disponible**.
Une image trouvée sur Internet n'est pas toujours exploitable ou libre de droit : elle est en ligne, mais certainement liée à un site en particulier ou à un contexte spécifique.

Droit à la liberté d'expression

Peut-on faire de la publicité ?

En tant que Junior Association, **vous avez bien évidemment le droit de faire apparaître le logo d'un de vos partenaires**, notamment s'il vous soutient pour votre évènement ou activité, **mais vous ne pouvez pas réaliser de prosélytisme commercial** : il ne sera pas possible d'essayer de convaincre votre public que la boulangerie de votre quartier est meilleure que celle d'un autre. Vous pouvez cependant les remercier de vous avoir soutenu·e·s !

Droit de diffusion

Quelle est la législation liée à la distribution de tracts ?

Ce que dit la loi...

Si vous voulez distribuer des tracts gratuits, aucune autorisation ou déclaration n'est nécessaire sur la voie publique. Cependant, la distribution peut être soumise à des arrêtés préfectoraux et municipaux (respect de l'ordre, de la tranquillité et de la propreté des rues).

Par exemple, dans des grandes villes comme Paris, il est nécessaire d'obtenir une autorisation de la préfecture.

De même, d'après l'Article R412-52 du Code de la route : « Le fait de distribuer ou faire distribuer des prospectus, tracts, écrits, images, photographies ou objets quelconques aux conducteurs ou occupants de véhicules circulant sur une voie ouverte à la circulation publique est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la quatrième classe ».

De plus, dans certaines villes le ramassage est obligatoire pour celles et ceux qui auront distribué ou fait distribuer des prospectus, si les éventuels flyers ont été jetés sur la voie publique dans un rayon de 30 mètres autour des points de distribution fixes. S'il s'agit d'une distribution mobile, le ramassage doit être opéré dans le même rayon le long du trajet suivi par le distributeur·rice.

Nos préconisations

Chaque territoire peut être différent, il faut donc s'informer sur la législation en vigueur dans sa commune.

La·e maire a le droit d'interdire les distributions de tracts seulement lorsque les circonstances l'exigent, par exemple s'iel considère que cela représente un trouble à l'ordre public ou à la circulation. Donc pas de distribution aux conducteur·rice·s !

Même si le ramassage n'est pas toujours obligatoire, nous vous le recommandons ! **N'oubliez pas aussi d'écrire : « Ne pas jeter sur la voie publique » sur vos visuels**. Vous pouvez même rajouter un petit mot ou un pictogramme si votre tract est recyclable.

Et si vous souhaitez **compléter votre communication visuelle** avec des petits évènements introductifs aussi appelés **« happenning »**, n'oubliez pas que votre évènement doit être **déclaré au RNJA et à la mairie** si vous le réalisez sur la **voie publique**. Renseignez vous aussi auprès de votre votre commune pour savoir si une **déclaration en préfecture** est nécessaire. Pas besoin de faire de déclaration s'il s'agit d'un évènement privé. **Nous vous conseillons néanmoins de prévenir la mairie** si vous organisez une grande fête de la crêpe sur un terrain privé et que vous espérez accueillir une centaine de personnes.
Attention, une JA n'est pas autorisée à vendre ou à mettre à disposition de l'alcool !

Où peut-on mettre nos affiches ?

Plusieurs lieux existent pour accueillir les affiches de votre Junior Association :

- **Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ou à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif**, mis à disposition gratuitement par les communes, à un ou plusieurs endroits. Vous pouvez également fournir des affiches à la **Mairie** pour leur demander de les afficher dans les espaces qui leurs sont réservées.

- **Les commerces :** vous pouvez leur demander de mettre à disposition vos flyers ou d'accrocher vos affiches !

- **Dans votre établissement scolaire**, après avoir demandé l'accord à votre **directeur·rice d'établissement** ou **conseiller·ère principal·e d'éducation**.

Sachez toutefois que le droit d'affichage est **réglementé par la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse**. L'affichage sans autorisation (ex : feux et panneaux de circulation routière, arbres, monuments, etc.) est un acte illégal.

Droits d'impression

Nous voulons imprimer des affiches, quelles sont nos obligations ?

Les flyers, les affiches sont des **prospectus qualifiés d'imprimés**.

Ce que dit la loi...

D'après la loi du 29 juillet 1881 : *« Tout écrit rendu public, à l'exception des ouvrages de ville ou bilboquets, portera l'indication du nom et du domicile de l'imprimeur, à peine, contre celui-ci, de 3 750 euros d'amende. »*
La distribution des imprimés ne faisant pas mention d'une signature de l'imprimeur·euse est interdite. S'ils sont plusieurs imprimeurs, l'indication du nom et du domicile de l'un d'entre eux est suffisante.

Nos préconisations

Soyez attentif·ve·s !

Si vous choisissez d'imprimer vos visuels, ce qui fait de vous l'auteur·rice et l'imprimeur, n'oubliez pas d'y ajouter la mention : **« imprimé par nos soins »**, celle-ci peut se glisser discrètement sur un coin de votre affiche.

Vous devez également faire apparaître la mention **« ne pas jeter sur la voie publique »** dans le but de respecter les règles de propreté publique de votre commune.

Communication numérique, site internet et réseaux sociaux

Nous voulons créer un site internet pour notre Junior Association, quelles sont les mentions obligatoires ?

Sur votre site internet, vous être obligé·e·s de **mentionner trois informations** : **les mentions légales** (informations concernant le site internet lui-même), **les mentions se rapportant aux cookies, les mentions sur l'utilisation des données personnelles.**

Mentions légales

Ce que dit la loi...

D'après l'article 6 de la Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, il est obligatoire de mentionner sur son site internet les renseignements relatifs à son identité et ses coordonnées pour que les utilisateur·rice·s aient la possibilité de vous contacter.

Ces mentions sont composées au minimum du :
- nom et l'adresse du siège social de l'association ;
- nom du directeur·rice de la publication (souvent le·a représentant·e de l'association) s'il y en a un·e ;
- nom, dénomination ou raison sociale et adresse de l'hébergeur ;
- numéro de téléphone ou de l'adresse mail.

Le non-respect de ces obligations peut être sanctionné d'une peine de prison pouvant aller jusqu'à 1 an et de 75 000 € d'amende.

Mentions relatives aux cookies

Le gouvernement rappelle qu'un **cookie** est ***« un petit fichier informatique qui permet d'analyser le comportement des usagers lors de la visite d'un site internet ou de l'utilisation d'un logiciel ou d'une application mobile »***.
En tant qu'éditeur·rice·s ou propriétaires du site si vous utilisez des cookies, vous êtes obligé·e·s:

- **d'informer** les utilisateur·rice·s de la finalité des cookies ;
- **d'obtenir leur consentement**, en sachant que la durée du consentement est équivalente à maximum 13 mois ;
- **de fournir aux internautes un moyen de refuser ces cookies.**

Mentions relatives aux données personnelles

Il est **exigé que les sites qui utilisent des données personnelles mentionnent les informations concernant le traitement, l'utilisation de ces données**. Le détail des informations demandées est disponible sur le site internet du service public.

Nous avons créé un site internet, qui est responsable des commentaires illicites ?

En tant que responsable du site, des précautions sont à prendre en considération.

Un commentaire illicite est défini comme : une publication malveillante sur internet qui enfreint la loi, dont le contenu porte atteinte à la dignité d'une personne (injures, atteinte à la vie privée) , incite à la violence et à la haine.

Ce que dit la loi...

D'après l'article 6 de la Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 : « Les personnes physiques ou morales qui assurent "le stockage de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature fournis par des destinataires de ces services ne peuvent pas voir leur responsabilité civile engagée du fait des activités ou des informations stockées à la demande d'un destinataire de ces services si elles n'avaient pas effectivement connaissance de leur caractère manifestement illicite ». De même, « dès le moment où elles en ont eu cette connaissance, elles ont agi promptement pour retirer ces données ou en rendre l'accès impossible.»

L'hébergeur de votre site internet peut également être tenu pour responsable s'il a connaissance de ces activités illégales.

Nos préconisations

En tant que **propriétaires de votre site** internet, vous êtes aussi **responsables de l'espace des commentaires**. D'après le gouvernement, ***« Si le responsable du site ne supprime pas rapidement le commentaire, [la victime peut] porter plainte contre lui pour l'infraction concernée »***.
Si vous n'avez pas le temps de réaliser une veille sur votre espace de commentaires, alors il vaut mieux désactiver cet espace. Cela ne vous servira pas à échanger et vous ne pourrez pas garantir la suppression des éventuels commentaires illicites.

Pour vous protéger, il est donc indispensable de :

Mettre en place une politique de modération des commentaires. Il peut s'agir d'un document ou un petit paragraphe présentant les règles de publication des commentaires sur votre site, que vous conseillez de lire avant tout envoi. Vous êtes libres de les définir avec tou·te·s les membres de votre JA

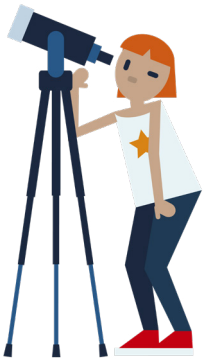
Par exemple, vous pouvez indiquez à toute personne qu'en publiant un commentaire elle se soumet aux **règles** ci-dessous :

- L'espace de commentaire est un **espace de liberté d'expression** : même si vous n'êtes pas d'accord avec ce qui est dit, **respectez la parole des autres** ;
- Les **commentaires contraires aux dispositions prévues par la loi** seront **systématiquement supprimés** ;
- Les **propos agressifs, grossiers, sexistes, attaques directes et injures** entre internautes seront **systématiquement supprimés** ;

Réaliser une **veille régulière sur votre site internet** et de la **modération** des commentaires.

Permettre la **signalisation de contenus illicites pour les utilisateur·rice·s** de votre site. Vérifier les commentaires signalés, les supprimer si besoin et les signaler aux autorités compétentes. Il peut être important de garder des captures d'écran de ces commentaires.

Il est possible de signaler un contenu en se rendant sur des plateformes comme le site du gouvernement ou le site de signalement Net écoute.



Textes de références

Si vous souhaitez en savoir plus, plusieurs textes de loi précisent ces éléments :

Droit d'auteur et d'image

Règlement (UE) 2016/679 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel - Droit à l'effacement (article 17)
Loi n°78-17 du 6 janvier 1978 - Informatique et libertés -Article 110
Code civil : articles 7 à 15 - Respect de la vie privée (article 9)
Code pénal : articles 226-1 à 226-7 - Atteinte à la vie privée
Code pénal : articles 226-8 à 226-9 - Atteinte à la représentation de la personne
Code de procédure civile : articles 484 à 492-1
- Procédure de référé

Communication numérique, site internet et réseaux sociaux

Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique

Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016, relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données

Droit d'affichage, impression et diffusion

Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse

Pitcher sa Junior Association

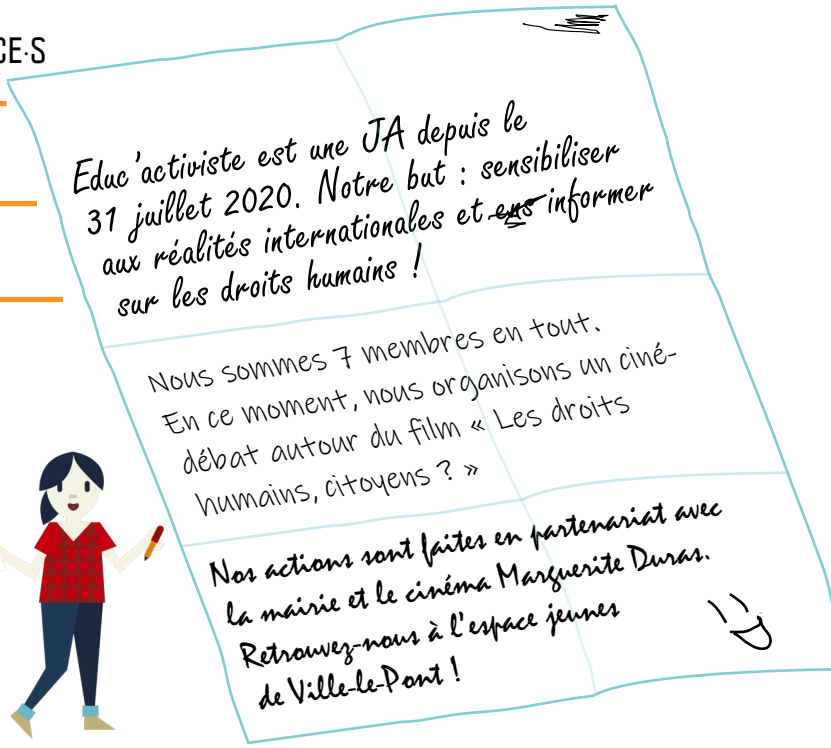
Vous réalisez un évènement et vous allez devoir prendre la parole devant plusieurs personnes pour présenter votre JA ? Pas de panique ! Prendre la parole en public n'est pas toujours évident, nous ne sommes pas tou·te·s à l'aise à l'oral et c'est normal. S'exprimer à l'oral s'apprend et c'est avec la pratique que vous pourrez vous améliorer. Nous vous présentons ici quelques techniques pour vous accompagner dans vos prises de parole pour présenter votre JA.

Construire la présentation de sa JA

Identifier les informations à communiquer

Lors de votre présentation, plusieurs éléments seront certainement attendus dans votre discours de présentation : **Qui êtes-vous ? Que faîtes-vous ? Où ? Pour quelles raisons ? Avec qui ?**
Pour cela, pourquoi ne pas **réaliser un *cadavre exquis*** avec tou·te·s les membres de votre Junior Asso ?
Le *cadavre exquis* est un jeu collaboratif qui consiste à composer un texte, une phrase ou un dessin à plusieurs sans que les participant·e·s ne prennent en compte ce qui a été écrit ou dessiné avant ou après elles et eux.
Selon le nombre de membres, vous pouvez vous répartir les parties suivantes à rédiger.

INFORMATIONS À FAIRE FIGURER	RÉDACTEUR·RICE·S
Nom de la JA - date de création - ce qui nous a poussé à nous réunir	
Nombre de membres - Activités réalisées ou en cours	
Où nous trouver ? Quels partenaires ?	



Une fois votre *cadavre exquis* réalisé, relisez-le tou·te·s ensemble pour ajuster certains détails et garder un texte cohérent !

S'adapter

Votre présentation doit être personnalisée, vous ne vous exprimerez pas de la même façon face à un·e financeur·euse que lors d'une discussion avec d'autres jeunes.
La présentation de votre JA dépend donc :

- du lieu ;
- du temps ;
- de votre interlocuteur·rice.

Vous devez donc à la fois penser à **adapter les informations que vous allez communiquer et le vocabulaire que vous devez privilégier**.
Et rien de mieux que de **s'entraîner** pour se sentir plus à l'aise avec ces différentes situations ! Par exemple, vous pouvez **réaliser un jeu de rôle avec tou·te·s les membres de votre JA**.
Dans un jeu de rôle, les participant·e·s sont invité·e·s à interpréter le rôle d'une personne à travers des actions et des dialogues improvisés dans un contexte donné.

Mise en place du jeu
Nous vous proposons de préparer deux types d'étiquettes : "sujets" et "contextes et interlocuteur·rice·s".
Composez des équipes de 2 à 3 personnes. L'équipe bleue interprète le rôle des membres de la JA et l'équipe orange celui des interlocuteur·rice·s. Chacune des équipes tire au sort un papier correspondant à la couleur de son équipe. Les étiquettes sont lues à haute voix. Chaque groupe a ensuite 15 minutes pour préparer sa prestation : les bleus devront lister leurs arguments et penser à la répartition de la parole, les orange devront lister les questions qu'iels poseront à l'équipe bleue. A la fin de ce temps de préparation, les équipes se retrouvent et jouent la scène en question. Attention, vous n'avez pas plus de 10 minutes !
A la fin de cette étape, les joueur·euse·s débriefent sur le fond et la forme de chacune des prestations. Si d'autres membres de la JA assistent à la scène sans y participer, iels peuvent réagir durant le débrief. Pour ce type d'exercice la bienveillance est obligatoire ! Même si cela vous semble évident, il est important de rappeler avant le commencement que le respect, la tolérance et le non jugement sont des règles à respecter.

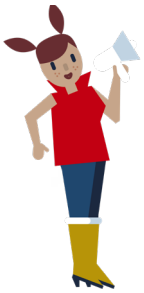
Présenter la JA	Habitant·e·s qui passent sur le stand de la JA sur un évènement organisé par la Mairie
Présenter le projet de ciné-débat prévu dans un mois	Journalistes lors d'une interview à la radio locale
Expliquer le fonctionnement interne de la JA	Collégien·ne·s lors d'une présentation des associations de la ville en début d'année scolaire

Ces modèles sont bien évidemment à adapter à votre Junior Association et ses besoins !
Il existe plein d'autres situations où vous serez amené·e·s à présenter votre Junior Asso : un jury de financement, une conférence devant d'autres membres d'association, un rendez-vous partenaire...

SE PRÉPARER À PRENDRE LA PAROLE EN PUBLIC

S'exercer

Tout d'abord, sachez que si vous êtes anxieux·se c'est tout à fait normal !
Il n'y a pas de discours parfait, l'essentiel c'est d'essayer. Ce n'est pas une obligation non plus mais cela peut être intéressant personnellement car vous serez probablement amené·e·s à vous exprimer devant d'autres personnes à l'avenir, par exemple pour un exposé ou même lors d'un entretien d'embauche. Pour vous sentir plus à l'aise, voici quelques exercices de préparation :



Se faire entendre

Projeter sa voix : du plafond au plancher
Cet exercice s'adresse à celles et ceux qui ont des difficultés à sortir leur voix, à parler fort.
Une personne s'allonge au sol sur le dos et va se mettre à parler avec une personne (imaginaire) qui se trouverait 2 étages au-dessus de lui·d'elle.

Se faire comprendre

Articuler : les virelangues
Cet exercice vous permettra d'articuler davantage.
Prenez un crayon ou un stylo et coincez-le entre vos dents. Vous devrez ensuite répéter quelques phrases, sans bouger le stylo.
Vous pouvez tester des phrases comme "Les chaussettes de la duchesse sont-elles sèches ou archi-sèches" ou "Je veux et j'exige".

Sachez que ces si jolies six Juniors Associations s'associent pour six projets attachants !

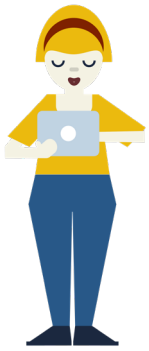
Faire face au trac

Exercices de respiration
Eh non, ce n'est pas juste un mythe, travailler sa respiration permet de se calmer et donc de mieux gérer son stress !
Mettez-vous debout, les pieds bien alignés, le dos bien droit. Expulsez tout votre air puis inspirez calmement et profondément par le nez. L'astuce, c'est d'imaginer l'air qui entre en vous : stockez-le d'abord dans votre ventre puis, une fois celui-ci gonflé, stockez-le dans vos poumons. Pour expirer l'air, commencez par le ventre qui se dégonfle peu à peu puis expulsez tout votre air, toujours calmement, par la bouche.
Imaginer le parcours de votre air vous permettra de mieux vous concentrer, tandis que l'exercice de respiration en lui-même vous déstressera !

Rédiger des notes

Vous avez un long discours à faire et vous avez peur d'oublier des éléments ou d'être désorganisé·e·s ? Avoir des notes comme support peut vous être très utile ! Il s'agit d'un écrit permettant d'organiser votre discours et de vous rappeler les points essentiels à aborder lors de votre prise de parole.
Voici quelques conseils pour les rédiger :

- **N'écrivez pas tout « mot à mot »** : votre discours sera plus fluide s'il n'est pas lu et cela vous permettra de regarder votre ou vos interlocuteur·rice·s – ce qui est très important ! ;
- **Ecrivez suffisamment gros** pour avoir accès à l'information en un seul coup d'œil, sans vous perdre dans vos notes ;
- **Ayez une fiche pour chaque partie** (y compris l'introduction et la conclusion) ;
- **Numérotez vos fiches**, mettez des couleurs et n'agrafez pas vos fiches entre elles.



En fonction du contexte de votre présentation, vous pouvez utiliser un support de communication tel qu'un paperboard, la projection d'un visuel (Powerpoint, Preezi, Moovly) ou encore une plaquette d'information de votre JA. Dans ce cas, dans vos notes prévoyez deux colonnes : une pour le texte et une autre pour le document à montrer. Attention, n'écrivez pas trop de choses sur votre support, sinon le public sera captivé par celui-ci et ne vous écoutera plus beaucoup !

Se filmer

N'hésitez pas à vous filmer pour repérer les petits tics de langage (euh, donc, alors…) ou de mouvement (jouer avec un stylo, avec ses mains, se recoiffer…). Vous pourrez aussi repérer si votre rythme de parole est trop rapide, trop lent ou parfait !

Les bonnes adresses
Si vous appréciez de prendre la parole en public et de<w vous exprimer sur un sujet donné, vous pouvez vous inscrire à des concours d'éloquence. Il en existe un peu partout et vous pouvez même lancer le vôtre ! Vous pouvez vous orienter vers le programme Eloquentia créé par la Coopérative Indigo, qui porte des valeurs d'éducation populaire.