



Groupe de travail sur la communication – 20 septembre 2016

Lieu : *Maison de Quartier Angers Centre*

Participants : *voir feuille d'émargement*

Excusés : *Valérie Terrie - Education Nationale, Cynthia Maréchal – UDAF*

1. Avancée des travaux identité visuelle et site internet

→ Présentation du logo retenu, qui va être retravaillé notamment concernant les couleurs. A suivre...

→ Présentation de l'arborescence du site internet et des avancées en ligne (voir doc joint).

Réactions et suggestions des participants :

- Il serait vraiment intéressant, à travers ce site internet, d'avoir une vision la plus exhaustive possible de ce qui se fait en matière de parentalité sur tout le département.
- Le site www.mon-enfant.fr ne le permet pas à l'heure actuelle. Il y a besoin d'une approche par territoire et d'un agenda.
- Une question : *comment faire venir les parents sur ce site ? Ne faut-il pas faire figurer aussi des actions « d'appel » telles que des bourses aux vêtements ?*
- Un point d'attention, cependant, pour les acteurs : il est compliqué d'avoir à saisir plusieurs fois les mêmes informations : site des PIF, site mon enfant, site de la structure, site du réseau...

Le site sera mis en ligne dès que l'identité visuelle du réseau sera finalisée. Il sera possible d'ajuster les contenus au fur et à mesure. Les membres de la commission sont dès à présent invités à faire des retours à Maud CESBRON concernant les contenus et l'organisation du site.

2. Communiquer auprès des parents

Rappel du cadre de la réflexion : un travail s'est engagé sur la communication constatant un manque de visibilité et de lisibilité des actions de soutien à la parentalité, notamment pour les parents. L'objectif d'une communication peut viser différents objectifs :

- *Faire connaître nos structures et actions auprès des parents*
- *Donner envie aux parents de venir*
- *Convaincre de la pertinence de nos actions pour eux*
- *susciter l'implication des parents*

A partir des expériences positives et négatives de chacun, nous essayons de repérer les freins et les leviers d'une « bonne » communication avec les parents :

→ On se rend compte à travers cet échange que ce qui nous amène à questionner la communication relève finalement de la **mobilisation** des parents. Nous jugeons que nous avons « réussi » ou « râté » notre communication en fonction du nombre de participants parmi le profil de personnes visé.



| | Ce qui freine la communication / mobilisation | Ce qui favorise la communication / mobilisation |
|--|--|---|
| Calendrier | → Deux événements prévus en même temps (ex : une conférence le soir de la finale de foot) | → Des rendez-vous régulier (ex : tous les jeudis matin) : les habitudes se créent et le bouche à oreille fonctionne |
| Implication des parents | → Parents non associés au choix du sujet → Le sujet nécessite une trop grande implication personnelle des parents (se remettre en cause, se livrer) | → Les parents sont associés dès le montage du projet : choix du sujet de la forme. Ils sont plus facilement relais auprès des parents et l'action est plus ajustée aux besoins et envies des parents → Solliciter la contribution des parents (apporter un gâteau, témoigner d'une expérience...) |
| Choix du sujet | → Trop vague (les parents ne se sentent pas concernés) → ou trop précis (trop peu de parents se sentent concernés) | → Sujet défini avec les parents concernés |
| La forme de l'action | → Le format débat / conférence mobilise moins | → Favoriser la convivialité → Les ateliers et animations collectives (entre parents ou parents-enfants) fonctionnent mieux. |
| Les moyens de communication choisis | → Affiches, flyer... l'écrit n'est pas accessible à tous et ne retient pas l'attention de tout le monde | → S'appuyer sur les enfants qui peuvent être relais de l'invitation des parents (ex : spectacle de fin d'ALSH...) → Regrouper les informations sur un même support (guide, newsletter, programme annuel...) → Une communication HUMAINE : échanges avec les parents, lien de confiance qui se tisse avec les professionnels. Accompagner les supports écrits d'une communication orale, d'un dialogue → Travailler les relais partenariaux. Se faire connaître des autres acteurs qui sont au contact des parents → Une communication de parent à parent (bouche à oreille) |
| Lisibilité de l'information | → Le choix des mots à de l'importance : ce que l'on propose n'est pas toujours clair | |
| Visibilité, aller vers | | → Se rendre visible dans l'espace public, aller là où sont les parents (sortie d'école, d'ALSH, action en « pied de bât' »...) → Développer des actions dans l'école |



Que peut-on travailler ensemble, au sein du Réseau parentalité ?

Proposer une formation sur les repères clés pour réaliser un support de communication

→ Il existe beaucoup de ressource sur le net (fiches techniques...), pas sûre qu'une formation soit nécessaire

Travailler sur le contenu du message transmis aux parents : que veut-on dire, quels mots employer, comment le message est-il reçu, interprété ?

→ Ce sujet sera traité lors de la prochaine réunion du groupe communication. L'idée est de solliciter un intervenant spécialisé et de travailler à partir des supports réalisés par les acteurs du réseau

Aller vers ceux que l'on ne connaît pas ceux que l'on sent fragilisés : comment s'y prendre, par quoi cela passe ?

→ Ce sujet sera traité lors de la réunion suivante du groupe de travail à partir des expériences menées par les uns et les autres dans une logique d'échange de pratiques.

Avoir accès à une boîte à outil et à un recensement des actions existantes, une valorisation des actions

→ Le site internet du réseau permettra cela. Exemple : « les actions du mois, en Maine et Loire, pour les parents »

3. Prochaine réunion du groupe communication

**Lundi 5 décembre 2016 de 9h30 à 12h30
dans les nouveaux locaux de l'École des Parents et des Educateurs (rue St Exupéry à Angers)**

Sujet : travail l'élaboration du message dans la communication adressée aux parents