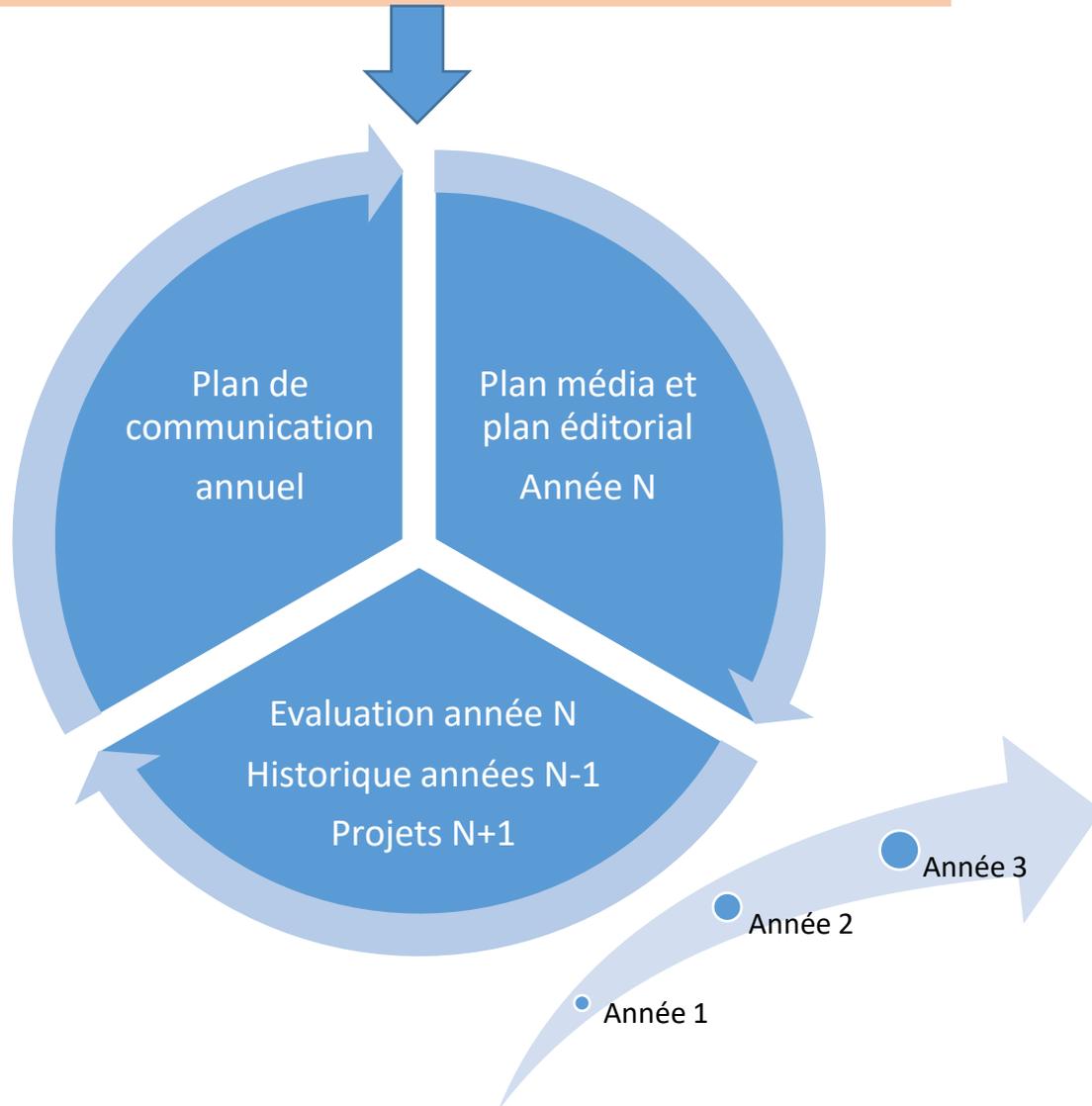


Projet d'association

- Stratégie / feuille de route sur X années
- objectifs et projets annuels



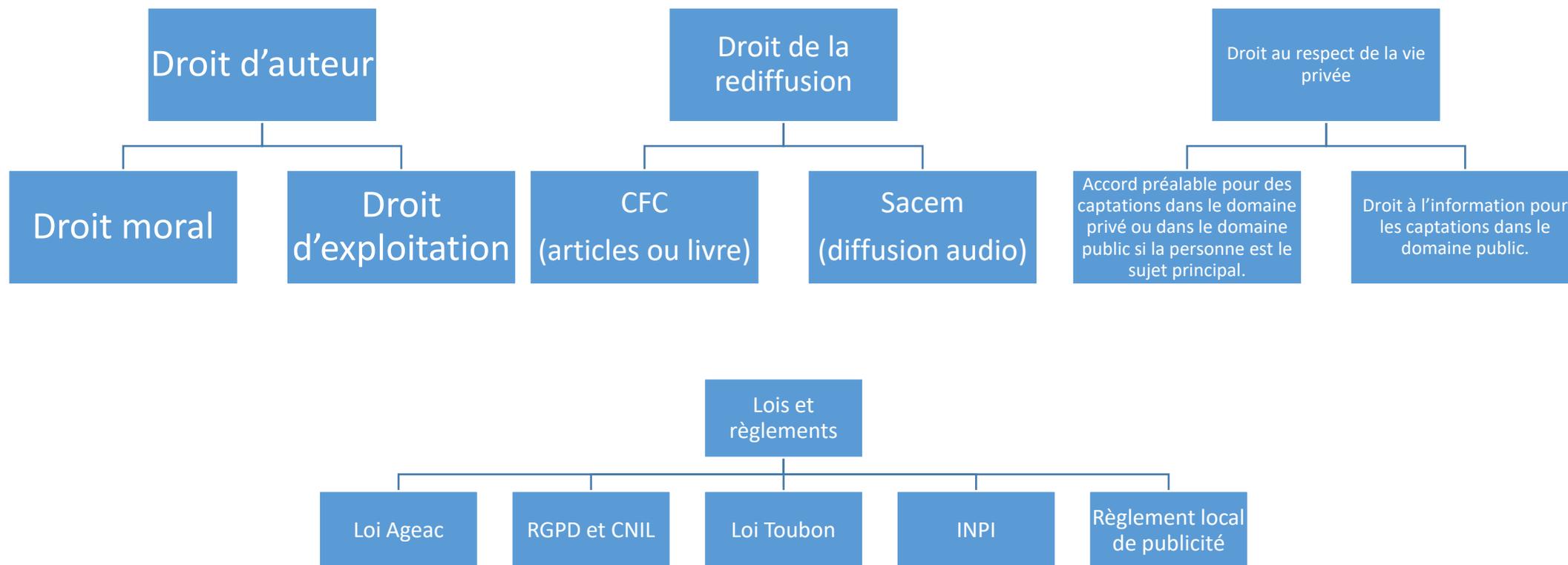
Plan média

Types de médias	Formats	Délais	Tarifs
<ul style="list-style-type: none">•Affichage•Magazine / presse•Radios•Web•Réseaux sociaux•Newsletter•Distribution...•Communiqué de presse / Dossier de presse ou conférence de presse.	<ul style="list-style-type: none">•Contraintes techniques•Dimensions du visuel•Durée spot radio ou vidéo•Nombre de posts réseaux sociaux	<ul style="list-style-type: none">•Date de remise des éléments aux média (bouclage)•Date de production des visuels / textes / enregistrements audios et vidéo•Date d'impression•Date d'affichage et de distribution	<ul style="list-style-type: none">•Coût des espaces médias•Coût de production (Photos, vidéo, impression, etc.)

Plan éditorial

Date	Sujet	Format	Qui
<ul style="list-style-type: none">•Date du sujet•Rédaction•Date de diffusion selon chaque support	<ul style="list-style-type: none">•Evènement, annonce nouveauté, présentation d'un dispositif, résultat sportif ...•Sous quel angle en fonction des cibles	<ul style="list-style-type: none">•Texte court + image•Article pour magazine•Interview•Communiqué e presse•Réseaux sociaux•Brève pour un agenda•Courrier aux adhérents	<ul style="list-style-type: none">•Un responsable identifié pour chaque sujet.

Le droit et la réglementation appliqués à la communication



Le droit et la réglementation appliqué à la communication

- Droit d'auteur : Quel que soit la forme d'expression, une œuvre dès sa création est protégé par un droit perpétuel, inaliénable et imprescriptible. Les droits patrimoniaux peuvent être cédé pour permettre d'exploiter une œuvre (reproduction, représentation, distribution) > contractualisation
 - 70 ans après le décès de l'auteur de l'œuvre celle-ci tombe dans le domaine publique. (Harmonisation du droit européen).
- Droit moral :
 - le droit de divulgation : l'auteur a le pouvoir discrétionnaire de décider du moment et des modalités de la première communication de son œuvre au public ;
 - le droit de paternité : tout utilisateur doit mentionner de façon non équivoque le nom et la qualité de l'auteur de l'œuvre ;
 - le droit au respect de l'intégrité de l'œuvre : l'auteur peut s'opposer à toute modification, déformation ou mutilation de son œuvre et à toute atteinte préjudiciable à son honneur ou sa réputation ;
 - le droit de retrait et de repentir permet à l'auteur de retirer du circuit commercial une œuvre déjà divulguée en contrepartie de l'indemnisation de son ayant droit, et du propriétaire du support le cas échéant (hypothèse d'une peinture ou d'une sculpture notamment).
- Droit d'exploitation : (droit patrimonial) : l'auteur (ou ses ayants droits) jouit, sa vie durant, du droit exclusif d'exploiter son œuvre sous quelque forme que ce soit et d'un tirer un profit pécuniaire .
 - Acte de cession (à titre gratuit ou onéreux) qui définit :
 - Le domaine d'exploitation des droits cédés soit délimité quant à son étendue et à sa destination, quant au lieu et quant à la durée. **Exclusif ou non.**
 - le contrat précise si la cession porte sur le droit de reproduction, de représentation et si il peut y avoir une adaptation.
 - Notions de durée / quantité / périmètre géographique / sous quelle forme / usage promotionnel ou destiné à réaliser un profit.
- Autorisation de copie > Rediffusion d'articles ou de livres (CFC) mais aussi audio (SACEM) ou d'images fixes ou animées.
 - De façon générale, se poser la question lorsque l'on utilise un média, quel qu'il soit, de son origine et des droits associés et du contexte de son usage.
- Droit à l'image : Autoriser la diffusion de l'image d'une personne dans un contexte de communication > Accord écrit préalable
 - Cas particulier > Droit à l'information dans le cadre de photos prises dans des lieux publics et lors de manifestations
 - Permet d'autoriser ou de refuser la divulgation d'informations concernant votre vie privée.
- Le RGPD : le règlement général de protection des données. Règles sur la collecte et l'utilisation des données.
 - constituez un registre de vos traitements de données.
 - faites le tri dans vos données (ne collectez que les données vraiment nécessaires).
 - respectez les droits des personnes en matière de consultation, de rectification ou de suppression des données.
 - sécurisez vos données.
- Loi Toubon : Usage de la langue française dans les outils de communication notamment pour le service public. « Toute inscription ou annonce apposée ou faite sur la voie publique, dans un lieu ouvert au public ou dans un moyen de transport en commun et destinée à l'information du public doit être formulée en langue française. »
- Loi AGEC : Améliorer le tri des déchets, valoriser l'économie circulaire, sortir des produits à usage unique, ...

Des outils pour organiser et piloter sa communication

- Le plan de communication
 - Il traduit la stratégie ou feuille de route de l'association en objectifs de communication.
 - Sur une année, il planifie les moments forts et les moments clefs de prise de parole et identifie les cibles correspondantes (Présentation des actions de l'association aux partenaires, annonce des évènements annuels, présence aux forum d'association et la com associée...)
- Le plan média > Il indique les médias, les actions et les plannings de communication à mettre en œuvre pour chaque action du plan de communication. Il permet de respecter les délais en identifiant les échéances des médias et partenaires / prestataires et définit le rétroplanning à respecter.
- Le plan éditorial > Il définit les messages et contenus à décliner pour chaque action du plan de communication.

L'intérêt :

- Disposer d'outils homogènes et partageable par l'ensemble des intervenants de la structure.
- En cas de besoin on peut s'y référer pour savoir où on en est.
- Véritable tableau de bord de suivi de l'avancement et de la finalisation de chaque opération
- Au fil du temps cela permet de disposer d'un historique > permet d'évaluer sa communication et l'évolution des messages et de disposer d'une archive qui va nourrir les états des lieux et aider à enrichir les communications à venir. Il sert aussi à justifier les investissements des partenaires financeurs, mécènes ou sponsors.