

Fiche pratique n° 3 : Communiquer sur son événement

Promouvoir son événement localement est crucial pour la réussite de celui-ci. En effet, la communication nationale dont vous bénéficiez par le biais de votre inscription au programme des JNAgri est complémentaire à votre communication locale.

80% des visiteurs se situent à moins de 30km de votre entreprise !

Une fois votre événement bien cadré (*cf fiche n°5*), vous pouvez maintenant préparer votre communication !

1. Créer un planning de communication : avant/pendant/après

Commencez par **lister les actions de communication** que vous souhaiteriez mettre en place, en prenant notamment en compte votre **budget** communication. Diversité et exhaustivité sont de mise ! N'oubliez aucun canal de communication : les **réseaux sociaux** sont importants, au même titre que la **presse** (digitale ou imprimée), et la **communication directe** (distribution de flyers, bouche-à-oreille, affichage...).

Pensez à communiquer sur toutes les étapes de votre événement : **avant** (partagez les coulisses, faites des aperçus), **pendant** (partagez en direct quand l'événement bat son plein), et **après** (messages de remerciements, bilan, annonce des prochains événements...)



Nous vous proposons un rétro-planning pour vous accompagner dans vos actions de communication. Ce planning est à adapter selon vos besoins, votre territoire, vos moyens... et est à retrouver [ICI](#). Par exemple, imprimez-le et cochez les cases lorsque les actions seront réalisées !

2. S'appuyer sur son réseau

Organiser un événement seul n'est pas une mince affaire. Faites-vous aider : même si votre événement ne mobilise pas de partenaires pendant vos portes ouvertes, n'hésitez pas à leur **transmettre toutes les informations sur votre événement** en amont pour qu'ils puissent vous soutenir via une **aide** au financement (achat d'espace ou de banderoles), un don de **goodies**, un soutien à la communication, invitation de leur propre réseau...



Rendez-vous sur notre site internet pour identifier des réseaux partenaires de l'opération nationale à même de collaborer à l'échelle locale, tels que :

Partenaires financiers

Grands mécènes

Coopérative U



Mécènes



RUNGIS

Soutiens

INRAE



invivo

FONDATION AVRIL



Partenaires institutionnels

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE DE LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE ET DE LA FORÊT
Liberté
Égalité
Fraternité

Partenaires médias



france.tv



Partenaires réseaux



3. Varier les cibles

Lorsque l'on organise un événement grand public, il est important de **segmenter sa communication** pour être sûr de toucher le plus de monde possible. Pour cela, n'hésitez pas à **rentrer en contact avec des écoles** (cf fiche n°2).

👉 **Cliquez ici** pour télécharger le flyer générique à distribuer dans les classes.

Voici une liste d'exemples de contacts : maisons de retraite, centres de formation, institutions d'insertion et d'emploi (missions locales, France Travail, l'ANEFA ou l'APECITA, etc.), associations sportives... **utilisez votre réseau** pour être mis en contact !

Rendez vous sur place directement ou trouvez leurs coordonnées en ligne. Pensez également à envoyer une lettre ou un courriel aux **élus des différentes territorialités** (mairie, communauté de commune, département...)

4. Avoir un message clé et un moyen de le faire passer

Bien qu'une porte ouverte puisse être une opportunité économique, c'est avant tout une **opération de communication** pour **faire passer un message** : clarifiez-le et décidez de la façon dont vous allez l'incarner. Par exemple, prévoyez une prise de parole ou des panneaux en cas de visite libre, adaptez le nombre de visiteurs aux visites guidées pour que tous puissent entendre. Prévoyez donc un nombre suffisant d'accompagnants (bénévoles, salariés...)



La visite et son message seront plus efficaces s'ils sont portés par les professionnels eux-mêmes : si vous le pouvez, n'hésitez pas à mobiliser vos salariés qui seront vos ambassadeurs et vos messagers les plus fidèles.

Boîte à outils

De nombreuses ressources et outils pour vous aider à communiquer existent :

- sur le site des Journées Nationales de l'Agriculture, vous retrouverez notamment :
 - un modèle de lettre aux élus
 - des exemples de communiqués de presse
 - des visuels
 - un exemple de planning de communication complet
 - de la signalétique pour baliser votre parcours
- une compilation d'exemples de posts réseaux sociaux de participants aux éditions précédentes
- le logiciel de création et édition de supports de communication attractifs Canva. Vous trouverez ICI une compilation d'affiches des éditions précédentes pour vous inspirer.
- le logiciel d'intelligence artificiel ChatGPT pour vous aider (Exemple de questions : "Quels sont les journaux locaux près de chez moi?" "Où trouver la liste des écoles de ma ville?")
- des sites d'impressions tels que Vistaprint ou PrintOclock pour imprimer des bannières, flyers, goodies...