



# *Comment optimiser la communication de l'association VOISINE ?*



**Communication et covoiturage  
font bon ménage !**

Rachel Allart, Esther Ferragne, Baptiste Hoestelle  
Licence professionnelle CEEDDR SupAgro Florac  
Coordination de Projet en Education à l'Environnement vers un Développement Durable  
Promotion 2009-2010

# REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier chaleureusement les personnes suivantes:

Evelyne Boukera, présidente de l'association Voisine et commanditaire du projet tutoré, pour la confiance qu'elle nous a accordée, sa patience, les documents nombreux et variés qu'elle nous a fournis dès le début du projet, sa disponibilité et son entrain. Malgré des conditions de réalisation parfois difficiles, Evelyne nous a soutenu durant toutes ces semaines de travail avec l'enthousiasme et l'amabilité qu'elle a manifesté dès le départ. Nous lui en sommes grandement reconnaissants!

Colin Gril, tuteur enseignant à SupAgro Florac. Même si nous n'avons pas fait appel à lui très souvent, son écoute et ses capacités de synthèse nous ont été précieuses pour avancer dans la réalisation de notre projet. Il a su nous apporter un regard extérieur pertinent et synthétique, quand nous étions par trop « la tête dans le guidon »...

Carline Traub, du Comité Bassin Emploi de Florac, qui a accepté de nous rencontrer pour nous parler du formidable travail qu'elle a réalisé sur la mobilité en Lozère. Elle a mis à notre disposition son dossier d'étude, intitulé «*Améliorer la mobilité en Sud Lozère*», qui nous a été d'un grand secours pour mieux cerner la problématique, le territoire et les besoins de la population, et ainsi mieux cibler nos messages de communication.

Yorick Labaume infographiste à SupAgro Florac, que nous avons consulté à l'étape de réalisation des supports de communication. Merci à lui pour ses conseils judicieux et créatifs.

Marie- Anne et Marion, étudiantes en BTS Tourisme au Lycée Chaptal de Mende, qui ont réalisé bénévolement une illustration pour nos supports de communication. Même si , au final, nous ne nous sommes pas servi de leur travail, mille merci à elles deux du temps passé à le réaliser. Nous regrettons seulement de n'avoir pas eu le temps de les rencontrer!

Toutes les personnes qui ont accepté de répondre à nos enquêtes, avant et après réalisation, pour leur gentillesse et leur disponibilité

# SOMMAIRE

## Table des matières

INTRODUCTION.....	3
PREMIERE PARTIE.....	4
1.1 VOISINE, une association de covoiturage en Lozère.....	4
1.2 Premiers pas vers le projet.....	6
DEUXIÈME PARTIE .....	9
2.1 Notre démarche de travail.....	9
2.2 Les résultats obtenus.....	19
2.3 Perspectives autour de la problématique.....	20
TROISIEME PARTIE .....	23
3.1 Analyse de notre démarche.....	23
3.2 Enseignements retirés.....	25
CONCLUSION.....	26
BIBLIOGRAPHIE.....	29

# INTRODUCTION

Trois étudiants de SupAgro Florac (Antenne universitaire de Paul Valéry Montpellier 3), Esther Ferragne, Baptiste Hoezelle et Rachel Allart, ont le plaisir de vous présenter, en partenariat avec l'Association Voisine, leur dossier de Projet Tutoré. Dans le cadre de leur année de Licence Professionnelle de Coordinateur de Projet en Education à l'Environnement vers le Développement Durable, ils ont répondu à une commande de l'Association Voisine, axée principalement sur le covoiturage et la mobilité en Lozère. Créée en juillet 2008 par un groupe d'amies, Voisine. (Association de coVOIturage Solidaire INTégré à l'Environnement ) a pour but de mettre en relation ses adhérents en vue de déployer le covoiturage sur le département de la Lozère, dans une démarche d'éco-responsabilité et de solidarité.

La généralisation de l'automobile personnelle, outil du quotidien synonyme de liberté et de mobilité, pose des problèmes quant au réchauffement climatique, à la pollution, à la sécurité et à la santé des personnes, à l'épuisement des ressources de pétrole... Près d'un ménage français sur deux possède deux voitures, et certains plus. En 1907, on comptait 250 000 automobiles dans le monde. Cent ans plus tard en 2007, la production annuelle passe le cap des 70 millions d'unités. Les chiffres de la mobilité automobile se présentent ainsi : 37 millions de véhicules aujourd'hui en France, dont 80% des conducteurs voyagent seuls. Une voiture roule en moyenne 40km sur 1h15 par jour avec 1,4 personne dedans. Elle est donc peu rentable, peu efficace et réclame un espace de stockage considérable. Le covoiturage offre une réelle alternative pour pallier les problèmes liés au secteur de l'automobile. Il s'agit d'un mode de déplacement où plusieurs personnes utilisent une seule voiture pour faire le même trajet, en général pour faire baisser le coût de déplacement et diminuer le nombre de voitures en circulation. En France, la promotion du covoiturage est principalement relayée par les collectivités territoriales, les associations et les entreprises (Plan de Déplacement Entreprise...) aussi bien à l'échelle nationale que locale. C'est dans cette démarche que VOISINE insère son projet associatif. Basée près de Mende, au Chastel Nouvel, VOISINE est une association de proximité, centrée principalement sur les réponses aux besoins de mobilité sur le territoire de la Lozère. Existante depuis peu de temps, l'association n'a pas encore eu l'opportunité de développer son action sur l'ensemble du territoire et se concentre principalement autour de Mende et de Florac. Ses missions sont d'informer tous les publics sur les avantages et intérêts du covoiturage et des nouveaux modes de déplacement, de proposer des services aux entreprises, administrations et collectivités et de coordonner les propositions et demandes de covoiturage.

La présidente de l'association, Mme Evelyne Boukera, consciente de la nécessité de développer l'activité de l'association, a demandé aux étudiants une étude circonstanciée, lui permettant de repérer les atouts et les blocages de son activité associative. Suite au travail de diagnostic réalisé par les étudiants, la problématique suivante a émergé au cœur du projet :

## ***Comment optimiser la communication de l'association de covoiturage VOISINE ?***

Pour répondre à cette problématique, nous détaillerons en premier lieu le commanditaire et ses attentes, le contexte territorial puis notre démarche de diagnostic et de problématisation. Dans un second temps nous développerons la démarche adoptée, les résultats obtenus, ainsi que les préconisations émises. Pour finir, nous ferons l'analyse globale du projet et sa conclusion.

# PREMIERE PARTIE

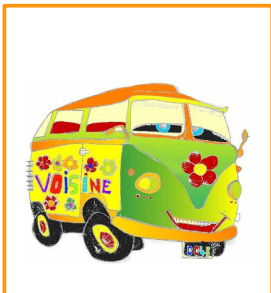
*Dans cette première partie, vous découvrirez l'association et ses particularités ainsi qu'une présentation exhaustive de la commande qui nous a été passée et du contexte dans lequel elle s'inscrit. Nous vous emmènerons ensuite à la rencontre du territoire et des acteurs concernés par le projet, pour finir sur les remarques et propositions que nous avons faites à notre commanditaire.*

## 1.1 VOISINE, une association de covoiturage en Lozère

### ● Identité, objectifs et activités de VOISINE :

**CARTE D'IDENTITE**

**ASSOCIATION DE LOI 1901**



**Nom:** VOISINE

**Date de création:** Juillet 2008

**Siège social:** Le Couffinet  
48000 LE-CHASTEL-NOUVEL

**Objectif:** Informer et coordonner des actions de mobilité durable en Lozère.

**Champs d'action:** Département de la Lozère

**Public cible:** Particuliers/associations/entreprises/administrations

C'est dans le département de la Lozère (48) que VOISINE, association de loi 1901 à but non lucratif, a vu le jour en 2008.

Sa création a pour origine la volonté d'un groupe d'amis de dynamiser leur département autour des nouveaux modes de déplacement. Son objectif général est donc de mettre en relation ses adhérents en vue de déployer le covoiturage sur le département de la Lozère, dans une démarche d'éco-responsabilité et de solidarité.

### ● Objectifs secondaires :

- Informer tous les publics sur les avantages et intérêts du covoiturage, et sur l'ensemble des thématiques abordées par la mobilité durable.
- Proposer ses services aux collectivités et aux services d'aide à la personne.
- Démarcher les entreprises, les administrations, les collectivités, les établissements publics, tous les employeurs, afin de se faire connaître et de leur proposer le covoiturage comme une alternative à la voiture individuelle pour leur personnel.
- Travailler en concertation avec toutes les communes de Lozère afin d'intégrer le covoiturage dans leurs réflexions d'aménagement et d'organisation d'un mode de déplacement doux.
- Inciter à la pratique de nouveaux modes de déplacements en sensibilisant ses adhérents aux questions d'environnement et de sécurité routière.

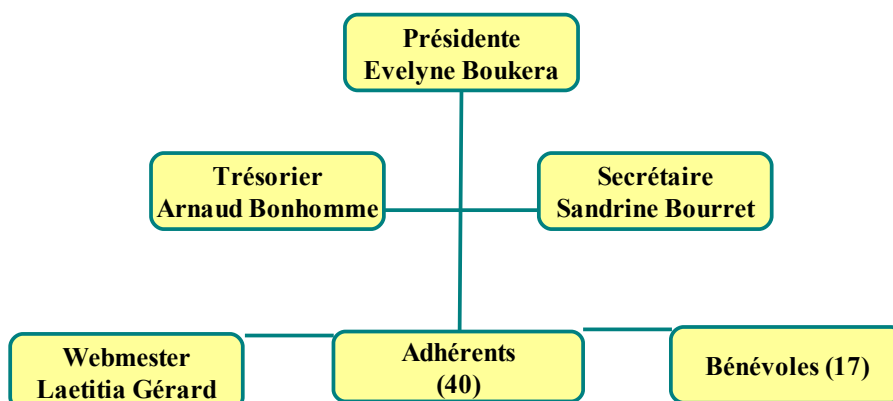
● **L'association mène différentes activités :**

- Des actions de communication :
  - Création de support de communication : dépliant, fiches thématiques, affiches...
  - Création d'un site Internet
  - Communication à travers la presse : Lozère Nouvelle, Midi Libre, Gazette
  - Communication à travers la radio : 48 FM
- Organisation de la manifestation : Semaine de la mobilité durable à Mende
- Participation à des manifestations : Festival Détours du Monde de Chanac, Forum des associations à Mende, Semaine de la sécurité routière, Journée mondiale de l'environnement
- Mise en place des Plans de déplacements en entreprises ( La Poste)
- Travail avec l'association de prévention routière pour sensibiliser les adhérents par des stages d'éco-conduite.

● **Une association basée sur le bénévolat :**

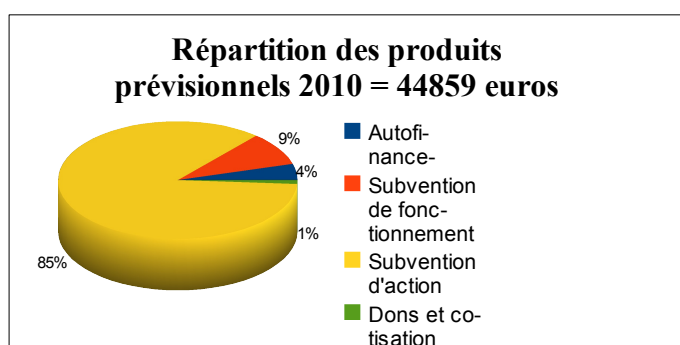
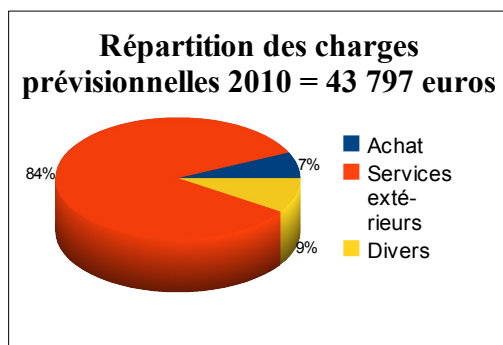
VOISINE suit le schéma classique d'une association de loi 1901: un bureau composé d'un président, d'un trésorier et d'un secrétaire. À ce trinôme s'ajoute un réseau de 32 adhérents non impliqués dans les actions de VOISINE, mais usagers de l'association ainsi qu'une bénévole webmaster et créatrice des supports de communication. Il n'y a donc aucune personne rémunérée au sein de l'association. Les attentes en terme de disponibilité, de durabilité et d'efficacité ne sont pas les mêmes dans ce cadre que dans celui du travail rémunéré. Cependant, il présente l'avantage du moindre coût et de l'engagement volontaire, souvent d'ordre idéologique, et est la preuve d'une motivation forte indépendante des facteurs financiers. Ce cas de figure témoigne cependant d'une certaine fragilité des moyens humains de l'association tant au niveau de leur pérennité que du professionnalisme de l'activité.

**Organigramme des moyens humains de VOISINE:**



## ● Des moyens matériels et financiers :

Les moyens matériels propres à VOISINE restent très limités. L'association ne possède pas de locaux, contrainte majeure pour les réunions et l'accueil du public, et possède pas de matériel à son actif. Elle a créé ses propres supports de communication (affiches, dépliants, cartes de visite...)



L'association dispose d'un budget prévisionnel assez large avec un excédent de 1062 euros, ce qui lui laisse une petite marge de manoeuvre. De plus, elle dispose d'un budget de fonctionnement, ce qui assure sa pérennité. On constate cependant que la majorité de ses produits sont issus de subvention sur des actions (85%) : son activité reste donc variable d'une année à l'autre en fonction de l'attribution des subventions. Son autofinancement ne représente que 4% de son budget, lui accordant une faible autonomie financière. La majorité de ses dépenses se centre sur des services extérieurs (84%), ce qui témoigne de ces nombreux partenariats.

## 1.2 Premiers pas vers le projet

### ● La commande :

Dans le cadre de la Licence professionnelle, nous devons répondre à une commande sur l'équivalent de 18 jours de travail. La commande passée par VOISINE était :

*« Communiquer autour du covoiturage et de l'association VOISINE, plus largement communiquer sur la mobilité durable pour faire adhérer un grand nombre de personnes et entretenir l'intérêt. Il faudrait créer un réseau de contact, obtenir le soutien des élus, créer des relais dans chaque commune au plus proches des gens. »*

La question majeure émise au cours de cette commande était donc :

Comment améliorer la communication du covoiturage en Lozère?

Cette commande a été passée par la présidente face au constat de la difficulté de VOISINE à trouver sa place, d'un côté face aux supports de covoiturage importants à l'échelle nationale (covoiturage.fr...) et de l'autre côté face à des pratiques locales de covoiturage bien ancrées mais informelles (bouche à oreille...). La préoccupation première de l'association est d'être rapidement en mesure de répondre aux premières demandes déposées, réponse dont dépend non seulement la crédibilité de VOISINE, mais aussi son développement et sa pérennité. En effet, le nombre de demandes est plus important que le nombre d'offres de covoiturage. Ainsi les premières actions de l'association doivent se tourner vers l'amélioration de sa communication afin de booster les propositions de trajets en covoiturage. De plus, la pratique du covoiturage sur un territoire à dominance rurale comme la Lozère nécessite une relation de confiance et de proximité entre les usagers du covoiturage. Ce point est donc à approfondir pour l'association, notamment en

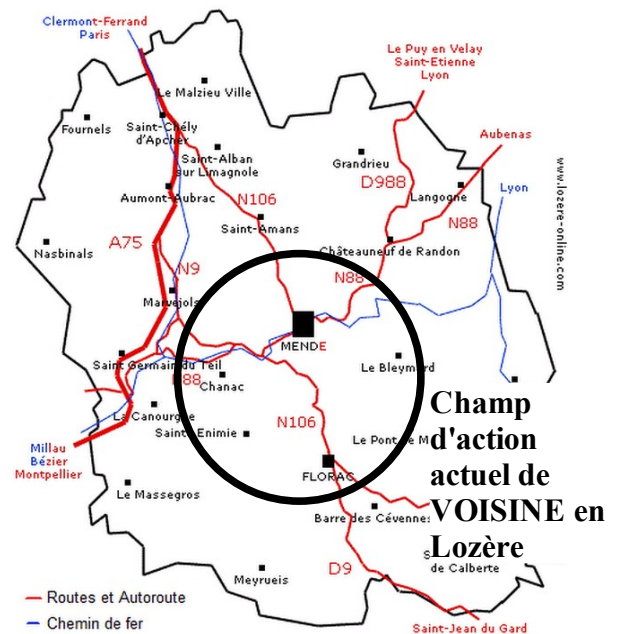


élargissant les partenariats au plus proche des gens.

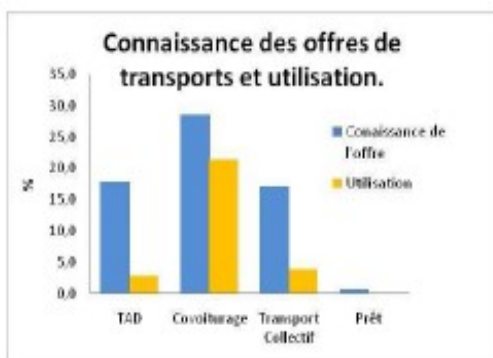
Malgré ses initiatives de communication actuelles, l'activité de l'association stagne : faible nombre d'adhérents, propositions de covoiturage insuffisantes par rapport aux demandes, implication bénévole limitée... Un projet de communication semble donc s'inscrire dans une démarche pertinente pour le développement de l'association.

### ● L'ancrage territorial :

Les actions de l'association, bien que visant à moyen terme l'ensemble du département de la Lozère, s'ancrent aujourd'hui dans le sud et centre Lozère. La densité de population y est très faible et l'habitat dispersé en hameaux et villages hors des zones urbaines (Mende, Florac...). Les déplacements et la mobilité intra-territoriale sont tributaires des caractéristiques physiques mais également du réseau de transports limités (réseau routier, transports collectifs...). Le territoire se caractérise également par une population peu nombreuse et vieillissante mais en croissance grâce à l'arrivée de nouvelles populations. L'accès à l'emploi et aux services (commerce, santé...) est rendu difficile par l'isolement géographique. La mobilité est une problématique forte du territoire, compte tenu de l'isolement et des difficultés actuelles de déplacement. Le covoiturage prend donc un réel ancrage dans les besoins de mobilité du territoire.



Un des acteurs clés du territoire pour notre projet est le Comité Bassin Emploi des Cévennes. Il s'agit d'une structure de développement local qui travaille au développement du territoire. La création des conditions favorables sur le territoire pour favoriser l'emploi, l'installation d'activités et d'individus sont ses missions privilégiées. Le CBE a engagé une étude sur la mobilité et les déplacements dans l'objectif de créer une centrale de mobilité. Selon cette étude, les transports sont très importants pour les territoires : ils permettent les déplacements et la mise en réseau des personnes et activités. En Lozère, la problématique des transports est bien présente : la quasi-inexistence de transports collectifs rend les déplacements difficiles et/ou dépendants de la voiture personnelle. Le covoiturage est caractérisé sur le territoire par un important réseau informel. (panneaux d'affichage dans les commerces, foyers ruraux et autres lieux permettant d'inscrire des trajets, annonces sur radio 48 FM...)



Source : Carline Traub et Delphine Bénrad, CBE, « Améliorer la mobilité en Sud Lozère »

Le covoiturage est utilisé par 21% de la population essentiellement de manière épisodique, pour des raisons personnelles et indifféremment en tant que conducteur ou passager.

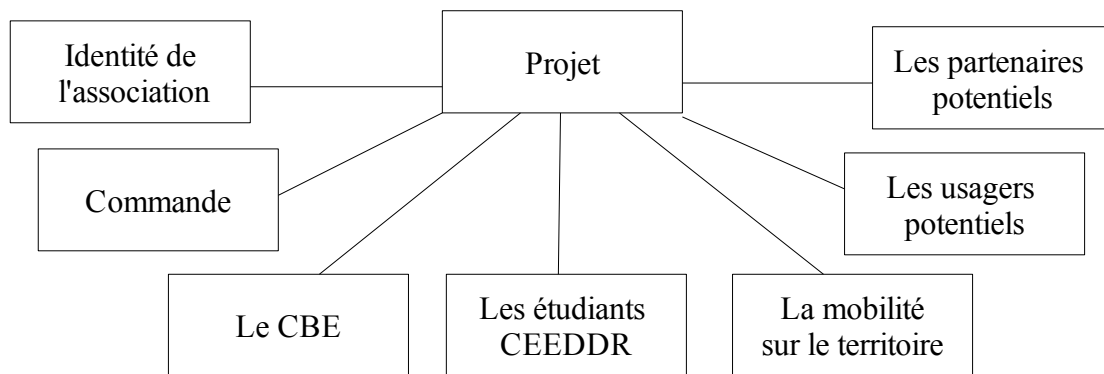
Beaucoup de personnes aimeraient pouvoir covoiturer, mais ne savent pas comment procéder. La problématique est donc de faire connaître le covoiturage comme une alternative à la voiture personnelle et de dés-inhiber les freins à son utilisation. Pour l'association Voisine, l'enjeu premier est de se faire connaître par tous. Une des difficultés consiste à toucher les personnes isolées ne possédant pas internet.



C'est donc sur ce territoire que nous avons listé les acteurs pouvant avoir un lien avec notre projet :

L'association VOISINE de covoiturage

- ◆SupAgro Florac et les licences CEEDDR avec les étudiants en coordination de projets en EEDD
- ◆Le CBE, dont l'un des objectifs est la mobilité de son territoire avec un projet de centrale de mobilité
- ◆Tous les usagers potentiels du covoiturage, notamment les personnes isolées et âgées
- ◆Tous les partenaires financiers et techniques potentiels (collectivités, entreprises....)
- ◆Ainsi, afin de lancer le pilotage de notre projet en cohérence avec l'association et ses attentes et avec le territoire et ses acteurs, nous avons pris en compte les caractéristiques de chacun.



*Nous avons maintenant fait connaissance avec l'association et ses membres les plus actifs. Nous sommes partis à la découverte du territoire sur lequel œuvre cette association, et avons appréhendé la façon dont les occupants de ce territoire investissent leur mobilité et leur déplacements. Il est temps maintenant d'entrer dans le vif du sujet: la commande et la façon dont nous l'avons traitée.*



<http://villageampus83.blog.lemonde.fr/files/2008/12/covoiturage.1228925021.jpg>

# DEUXIÈME PARTIE

*Réaliser une commande comme celle que nous a passée l'association VOISINE réclame un minimum de méthode. Dans les pages qui suivent , vous découvrirez de façon progressive comment nous avons travaillé: notre démarche, les étapes à franchir, le planning de travail. Mais aussi des résultats concrets, des préconisations détaillées, des perspectives et des pistes à envisager.*

- 1. Notre démarche de travail**
- 2. Les résultats obtenus**
- 3. Perspectives autour de la problématique**

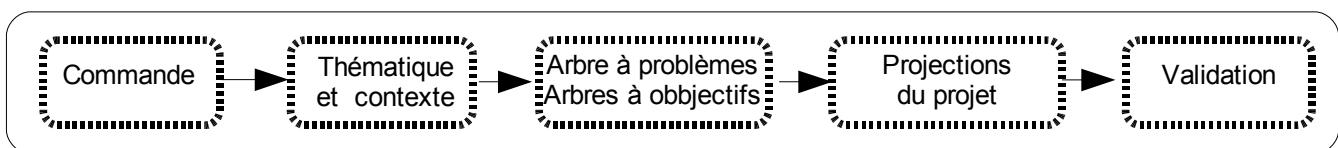
## 2.1 Notre démarche de travail

Notre démarche dans ce montage de projet s'est structurée autour de deux axes, pour lesquels nous avons fait appel à différentes techniques et outils :

- un axe temporel, basé sur les étapes du montage de projet
  - un axe humain, basé sur le travail d'équipe et la communication avec les acteurs du projet
- Dans un premier temps, nous détaillerons l'axe temporel et dans un second temps la dimension humaine, en précisant chaque fois quelle stratégie nous avons adopté.

### =====**Le pilotage de projet : une démarche structurée par étapes**=====

- **La naissance du projet : octobre 2009**



#### **Commande**

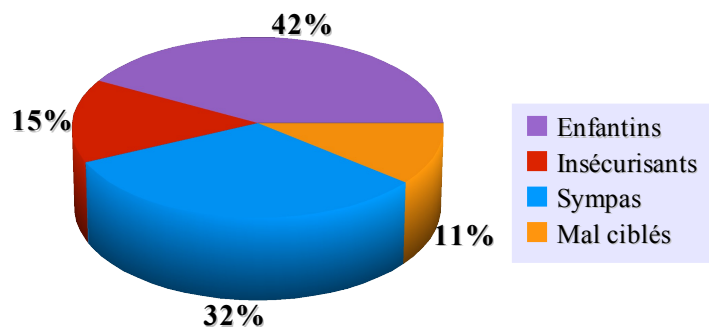
La première étape dans notre projet a été la prise de contact avec le tuteur professionnel et commanditaire, Evelyne Boukera, présidente de l'association VOISINE, et le tuteur enseignant de SupAgro, Colin Gril. Cette réunion nous a permis d'avoir une approche générale de la thématique du covoiturage et de clarifier la commande et les attentes de l'association : développer la communication de l'association.

#### **Thématique et contexte**

Dans un deuxième temps, nous avons entrepris la collecte de données froides afin de s'approprier la thématique et de définir le contexte du covoiturage en Lozère. Nous avons notamment utilisé la recherche documentaire sur internet (voir bibliographie) et étudié le rapport de Carlin Traub sur la mobilité dans le territoire du CBE. Il nous a permis de connaître statistiquement

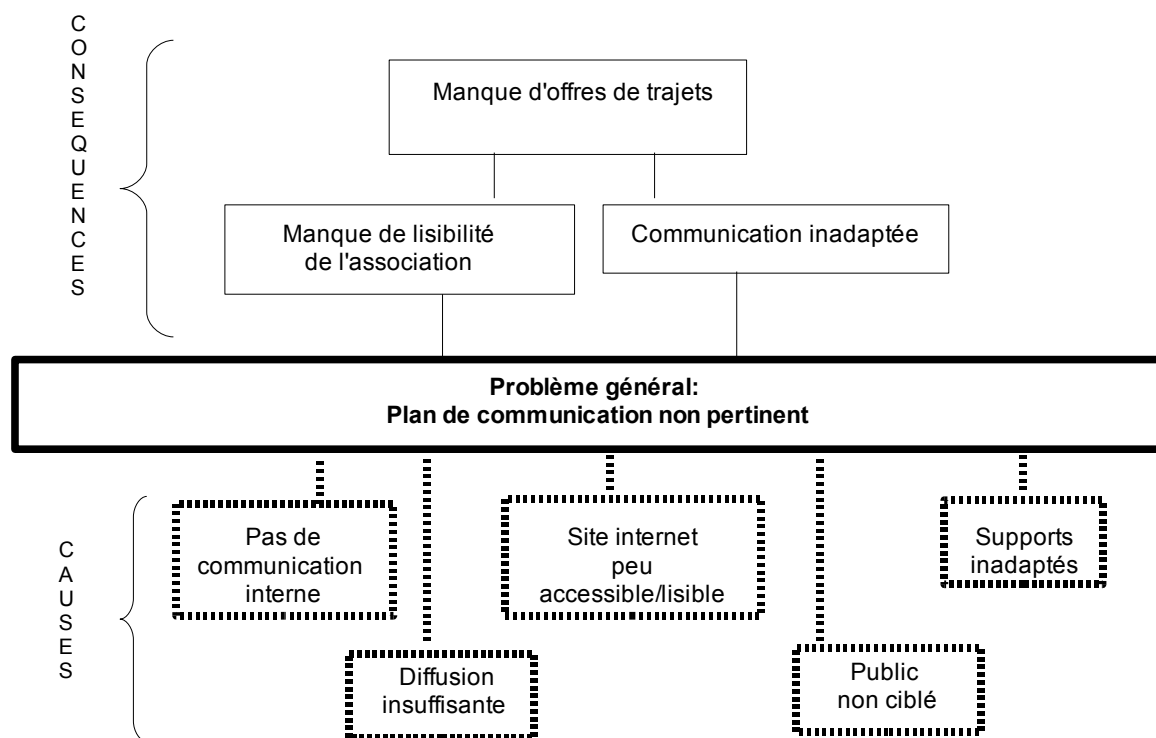
la pratique du covoiturage et les attentes de la population locale, ainsi que les préconisations émises pour améliorer la mobilité. Nous nous sommes ensuite penchés sur l'analyse de la communication existante de VOISINE à partir de leurs affiches, dépliant et site internet et d'un sondage oral dans notre entourage. Le résultat de cette démarche nous a amené au constat que les supports existants n'étaient pas adaptés au public et que leurs messages n'étaient pas clairs.

**Pour les personnes sondées, les impressions dégagées sont :**



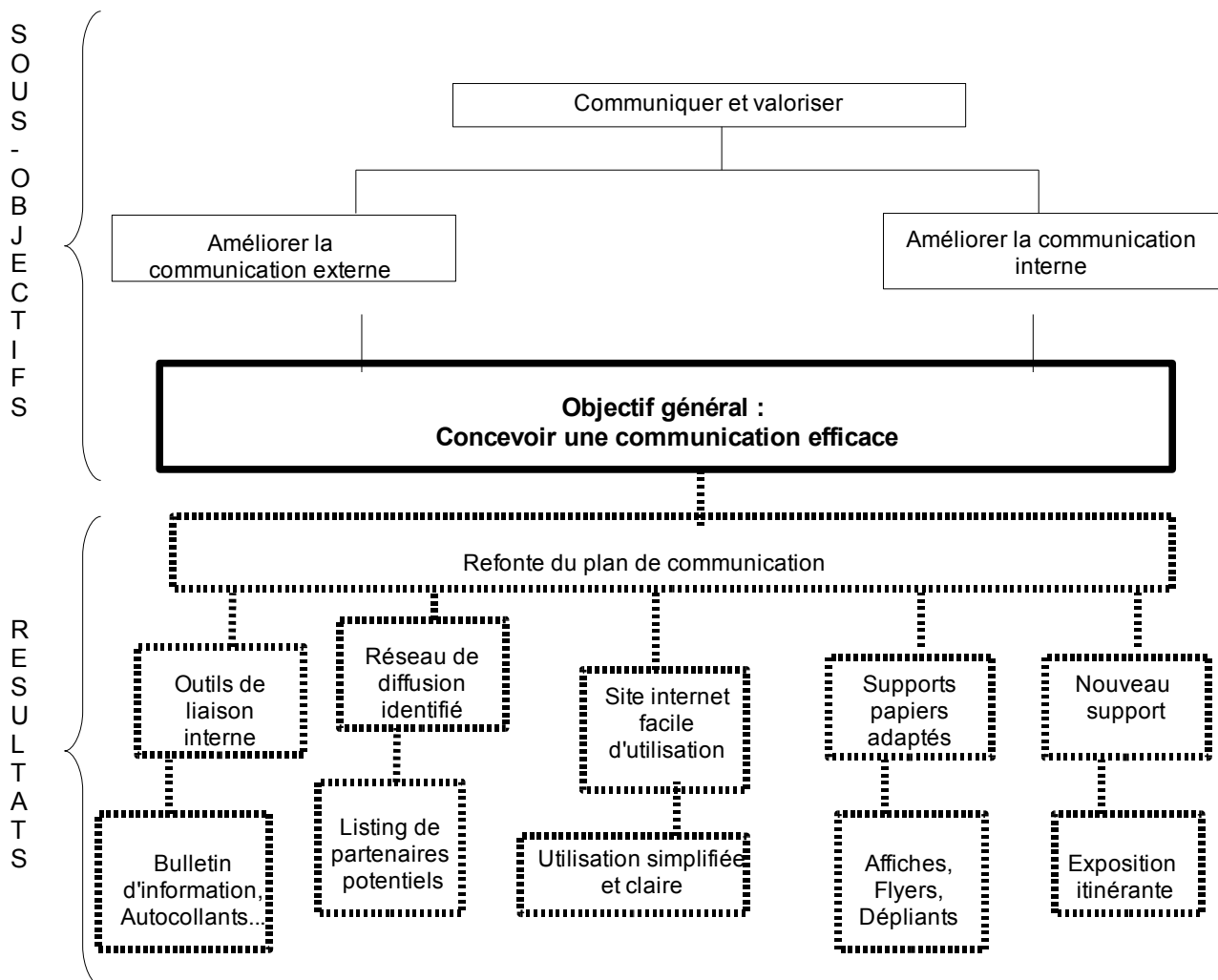
### Arbre à problèmes

A partir de ces données, nous avons réalisé un brainstorming pour mutualiser nos idées et construire un arbre à problème. Cette démarche nous a donné une vue d'ensemble de la situation de communication et nous a permis de dégager les causes et conséquences autour du problème général :



## Arbre à objectifs

C'est donc sur la problématique de la pertinence du plan de communication que nous avons basé notre projet. En faisant à nouveau appel au brainstorming, nous avons construit un arbre à objectifs, afin de dégager l'objectif général d'efficacité de la communication ainsi que les finalités, objectifs opérationnels et résultats envisagés pour le projet



## Projection de projet

Dans l'objectif d'optimiser la communication de VOISINE, nous avons donc proposé de créer et diffuser des supports de communication (affiches, flyers, dépliants et panneaux d'exposition) et de réaliser un document de préconisation sur le site internet et la communication interne de l'association. Les résultats attendus sur le moyen terme sont l'information et la pratique du covoiturage VOISINE par les usagers du territoire, ainsi que l'augmentation du nombre d'adhérents.

## Validation

Nous avons finalement présenté notre diagnostic et nos propositions à Evelyne Boukera et à Carline Traub du CBE au cours d'une deuxième réunion afin de nous assurer qu'ils correspondent bien à ses attentes, puis à Colin Gril pour ses conseils.

- **La formalisation du projet : novembre-décembre 2009**



### **Plan d'action**

Une fois le diagnostic et les propositions validés par les tuteurs, nous avons procédé à la formalisation du projet. Nous avons donc rédigé un plan d'action afin de synthétiser nos objectifs, et d'associer chacun des résultats attendus à un public et un indicateur d'évaluation.

### **Fiches actions**

Nous avons ensuite construit des fiches actions (voir annexe : « Fiches actions ») afin de poser un cadre clair autour de chacun des axes de travail (public cible, calendrier de réalisation, partenaires potentiels, objectifs...) et de définir les tâches à réaliser pour mener à bien les différentes activités.

### **Rétro-planing**

Une fois toutes les tâches définies, nous avons établi un rétro-planing pour optimiser notre temps de travail, puis rédigé un pré-projet, que nous avons envoyé par email à Evelyne Boukera pour validation.

### **Pré-projet**

Elaboré à partir de l'ensemble des outils utilisés par notre méthodologie de projet, il nous a permis de dégrossir les étapes et tâches à réaliser.

### **Validation**

Nous avons ensuite transmis ce pré-projet à la présidente de l'association et avons pris en compte ses commentaires pour bien orienter notre action.



[http://projets.iut-info-vannes.net/wiki/\\_media/wiki/projet.jpg](http://projets.iut-info-vannes.net/wiki/_media/wiki/projet.jpg)

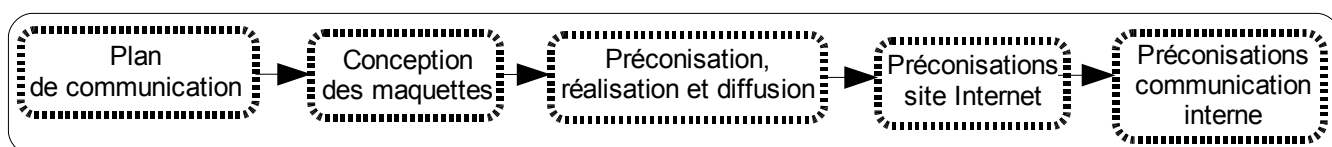
## LE PLAN D'ACTION

OBJECTIFS				
	Hypothèses ou suppositions importantes		Indicateurs Objectivement vérifiables	Sources de vérification
<b>Objectif général =</b> Impulser des modes de transports écologiques économiques et solidaires en Lozère	Position difficile face aux associations de covoiturage nationales		Nombre d'offres et de demandes de covoiturage	Site internet Statistiques de l'association
<b>Objectif spécifique =</b> Faire connaître l'association VOISINE Faire pratiquer le covoiturage par le grand public local		Covoiturage en réseaux informels	Enquête	Résultats statistiques de l'enquête
RESULTATS ATTENDUS				
Résultats attendus	Activités	Public	Indicateurs Objectivement vérifiables	Sources de vérification
R1. Les usagers du territoire sont informés sur l'association et pratiquent le covoiturage	Diffusion d'affiches, flyers et triptyques (voir fiche action °1)	Grand public local	Nombre de supports diffusés  Nombre de lieux de diffusion	Facture  Répertoire des partenaires diffuseurs
	Programmation d'une exposition itinérante (voir fiche action n °2)	Grand public local	Nombre de dates programmées pour l'exposition  Nombre de lieux d'exposition	Planning de l'exposition  Répertoire des partenaires diffuseurs
	Création d'un document d'analyse pour une meilleure lisibilité sur le site internet	Grand public local	Pourcentage d'augmentation du nombre d'utilisateurs	Statistiques de fréquentation du site internet
R2. Le nombre d'adhérents augmentent	Création d'un document d'analyse pour une meilleure communication interne	Adhérents de l'association	Pourcentage d'augmentation du nombre d'adhérents	Statistiques de l'association

## Le retro-planning

octobre		novembre		décembre		janvier		février		mars	
jeu. 1		dim. 1		mar. 1		ven. 1	1 VACANCES	lun. 1		lun. 1	
ven. 2		lun. 2		mer. 2		sam. 2	2 VACANCES	mar. 2		mar. 2	
sam. 3		mar. 3		jeu. 3		dim. 3	3 VACANCES	mer. 3		mer. 3	
dim. 4		mer. 4		ven. 4	4 Conception maquettes	lun. 4		jeu. 4		jeu. 4	
lun. 5	Analyse commande	jeu. 5		sam. 5		mar. 5		ven. 5	5 Démarchage Partenaires	ven. 5	
mar. 6		ven. 6		dim. 6		mer. 6		sam. 6		sam. 6	
mer. 7		sam. 7		lun. 7		jeu. 7		dim. 7		dim. 7	
jeu. 8		dim. 8		mar. 8		ven. 8	8 Conception maquettes	lun. 8		lun. 8	
ven. 9		lun. 9		mer. 9		sam. 9		mar. 9		mar. 9	
sam. 10		mar. 10		jeu. 10		dim. 10		mer. 10		mer. 10	
dim. 11		mer. 11		ven. 11		lun. 11		jeu. 11		jeu. 11	
lun. 12		jeu. 12		sam. 12		mar. 12	1/2 Conception maquettes	ven. 12	12 Analyse internet/interne	ven. 12	12 Préparation Soutenance
mar. 13		ven. 13	13 Travail de cohésion de groupe	dim. 13		mer. 13		sam. 13		sam. 13	
mer. 14		sam. 14		lun. 14		jeu. 14		dim. 14		dim. 14	
jeu. 15	Analyse de la commande	dim. 15		mar. 15		ven. 15	15 Conception maquettes	lun. 15		lun. 15	
ven. 16		lun. 16		mer. 16		sam. 16		mar. 16		mar. 16	
sam. 17		mar. 17		jeu. 17		dim. 17		mer. 17		mer. 17	
dim. 18		mer. 18		ven. 18	18 Conception maquettes	lun. 18		jeu. 18		jeu. 18	18 Préparation Soutenance ORAL
lun. 19		jeu. 19	19 Validation pré projet	sam. 19		mar. 19		ven. 19	19 Réalisation	ven. 19	
mar. 20		ven. 20		dim. 20		mer. 20		sam. 20		sam. 20	
mer. 21	21 Travail sur pré-projet	sam. 21		lun. 21		jeu. 21		dim. 21		dim. 21	
jeu. 22		dim. 22		mar. 22		ven. 22	22 Budget Devis	lun. 22		lun. 22	
ven. 23		lun. 23		mer. 23		sam. 23		mar. 23		mar. 23	
sam. 24		mar. 24		jeu. 24		dim. 24		mer. 24		mer. 24	
dim. 25		mer. 25		ven. 25		lun. 25		jeu. 25		jeu. 25	
lun. 26		jeu. 26		sam. 26		mar. 26		ven. 26		ven. 26	
27		ven. 27	27 Liste Partenaires et Conception maquettes	dim. 27		mer. 27		sam. 27		sam. 27	
mar. 28		sam. 28		lun. 28		jeu. 28		dim. 28		dim. 28	
29		dim. 29		mar. 29		ven. 29	29 Dossier et démarchage Partenaires			lun. 29	
mer. 30		lun. 30		mer. 30		sam. 30				mar. 30	
jeu. 30				jeu. 31		dim. 31				mer. 31	

### ● La réalisation du projet : décembre 2009- janvier-février 2010



*Vous trouverez l'ensemble des documents créés (maquettes, questionnaire...) dans les annexes : « Document de diagnostic et de préconisation de la communication externe de VOISINE » et « Document de diagnostic et de préconisation du site internet de VOISINE »*



## Plan de communication

Notre première préoccupation a été la rédaction d'un plan de communication :

- ✓Quel est le public visé ? Le grand public local.
- ✓Quels sont ses besoins? La confiance, la proximité, la praticité du covoiturage ?
- ✓Pour quels messages ? Les avantages du covoiturage.
- ✓Quels moyens ? Les supports de communication ... ( voir annexe : « Plan de communication »).

Cette étape a été le moyen de poser clairement les fondations de la refonte de la communication de VOISINE et de produire un document lisible pour les acteurs du projet. Sur cette base, nous avons entamé la conception des maquettes. Notre idée était d'inciter les usagers à proposer des trajets et à avoir confiance en l'association avec :

### Maquette du flyer



- Une voiture avec plusieurs passagers pour illustrer le covoiturage
- Un conducteur « Super Covoitreur » pour valoriser les conducteurs
- Une photo de la Lozère en arrière plan pour valoriser la proximité
- Des covoituteurs aux profils différents pour valoriser la diversité des usagers
- Les contacts de l'association mis en évidence

## Conception de maquettes

Nous avons attribué un rôle précis à chaque support : le flyer a un rôle d'accroche et diffuse un seul message percutant (l'argument économique), l'affiche a le même rôle mais diffuse trois messages (économie, environnement et solidarité), tandis que le dépliant apporte plus d'information et des données pratiques sur l'usage du covoiturage. Les panneaux de l'exposition itinérante ont un rôle d'information plus large sur l'association, la mobilité en Lozère et le covoiturage.

Nous avons utilisé les logiciels :

- Open Office Draw pour les maquettes.
- Photofiltre pour les illustrations et avons demandé les conseils de Yorick Labaume, infographiste de SupAgro.

## Préconisations pour la réalisation et la diffusion

Une fois les maquettes conçues, nous avons créé des outils pour la réalisation et la diffusion des supports :

- Un cahier des charges à destination des infographistes pour la réalisation ainsi qu'une liste de contacts des prestataires potentiels ( voir annexe « Cahier des charges »)
- Un devis type d'impression sur internet avec une estimation du nombre de supports à diffuser ainsi qu'une liste des imprimeurs de Lozère
- Un carnet de contact des points de diffusion potentiels
- Un sondage sur Google Doc sur leur implication éventuelle.

## Préconisations pour le site Internet

En parallèle, nous avons réalisé un document d'analyse du site internet. Nous nous sommes basés sur un sondage oral auprès de notre entourage, sur l'analyse d'autres sites de covoiturage existants et sur une recherche documentaire sur la conception et l'ergonomie des sites internet. Nous avons donc produit un document de diagnostic et de préconisation pour la webmaster de VOISINE

## Préconisations pour la communication interne

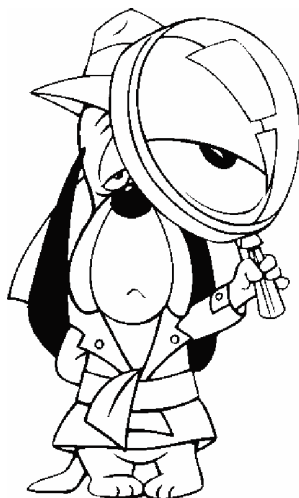
Quant à la communication interne, nous avons émis des propositions à Evelyne Boukera (...) Convaincue de la nécessité de communiquer avec ses adhérents, Madame Boukera a décidé de mettre en place un premier bulletin d'information. (voir annexe « Bulletin d'information »)

- **Évaluation du projet :**

Tout au long du projet, nous sommes régulièrement entré en contact avec Evelyne Boukera afin qu'elle évalue et valide nos activités. En fin de projet, nous avons réalisé un questionnaire (voir annexe )pour tester la pertinence d'une de nos maquettes : l'affiche. En voici le détails, les résultats et l'analyse :

Sur un échantillon de 12 personnes sondées, dont:

- 8 habitant en Lozère et 4 habitant hors de la Lozère
- 8 femmes et 4 hommes
- 8 entre 18 et 29 ans , 2 entre 30 et 60 ans et 2 de plus de 60 ans
- 6 actifs, 2 sans emploi, et 4 étudiants



<http://www.greluche.info/coloriage/droopy/droopy-avec-une-loupe.gif>

### Tableau récapitulatif du questionnaire :

Questions	Résultats en nombre de personnes	Analyse
Selon vous quel est le message véhiculé par l'affiche ?	Le covoiturage, c'est bien =5 L'association Voisine propose du covoiturage = 1 Le covoiturage c'est le développement durable = 2 Le covoiturage a plein d'avantage = 3	Le message véhiculé par l'affiche est donc l'aspect positif du covoiturage, lié à ses avantages et secondairement au développement durable. L'identité de Voisine n'apparaît pas spontanément.
Vous souhaitez pratiquer le covoiturage. Que faites vous?	Site internet = 8 Téléphone = 4	Pour pratiquer le covoiturage, les sondés pensent spontanément à contacter VOISINE, majoritairement pas le biais du site internet.
Quels arguments vous incite les plus à faire du covoiturage ?	Économique = 8 Écologique = 2 Solidarité = 2	L'argument le plus parlant est l'argument économique.
Sur une échelle de 1 à 4, avez vous facilement repérer les contacts?	Échelle 2= 1 Échelle 3 = 4 Échelle 4 = 7	Pour la majorité des sondés, les contacts sont facilement repérables. Une personne a toutefois jugé l'inverse.
Pour avoir des informations sur le covoiturage, vous aimeriez trouver cette affiche dans :	Mairies = 10 Foyers ruraux = 8 Lieu de travail ou d'étude = 12 Commerçants = 10 Bibliothèques = 8 Gares = 6 Autres =Office de tourisme (2) , Arrêts de bus (1) , Boîtes au lettres (1)	Les points de diffusion choisis par les sondés sont prioritairement : - le lieu d'étude/travail - les mairies et commerçants - les foyers ruraux et bibliothèques - les gares  Des propositions sont ressorties : Office de tourisme, arrêts de bus et boîtes aux lettres.
Quels sentiments vous inspire cette affiche ?	Attractive = 8 Sympa = 4 Amateur = 4 Claire = 2 Local = 4 Jeune = 4 Intergénérationnel = 2 Peu rassurant = 1	Le sentiment majeur dégagés par l'affiche sont son aspect attractif. Viennent ensuite les impressions de non professionnalisme, de sympathique, de proximité/localité et de jeunesse. Enfin, on constate un aspect d' intergénérationnalité et de clarté. Une personne a trouvé l'affiche peu rassurante, en raison de l'aspect « flottant » des nuages
Avez vous des remarques ?	Revoir le fond de l'affiche Préciser : dans toute la Lozère La police est trop compact Le logo ne représente pas les Lozériens.	Les remarques peuvent être prises en compte dans la finalisation de l'affiche.

Les indicateurs d'évaluation que nous avons fixés ne seront donc vérifiables qu'à moyen terme (nombre de supports diffusés, de programmation pour l'exposition, augmentation de visites du site, du nombre d'annonces déposées...).

Quand à la commanditaire, nous lui avons proposer un questionnaire d'évaluation sur notre travail. En voici les résultats : *Les réponses ont été faites sur des échelles de 1 à 6 (Echelle de Lickert).*

Quel est l'importance de la commande pour l'activité de la structure ?

1□□□/□□□6

Globalement, le travail et les résultats des étudiants a-t-il répondu à la commande ?

1□□□/□□□6

Globalement la méthodologie développée par les étudiants semble-t-elle pertinente ?

1□□□/□□□6

Les outils créés par les étudiants sont-t-il pertinents par la poursuite de l'activité de la structure ?

1□□□/□□□6

La thématique abordé a-t-elle été bien approprié par les étudiants ?

1□□□/□□□6

La communication entre le commanditaire et les étudiants a-t-elle réussie ?

1□□□/□□□6

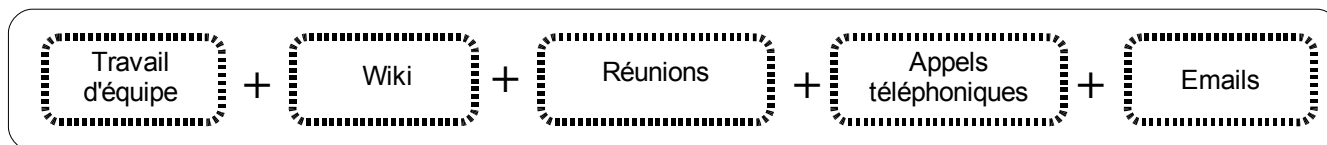
La communication entre le commanditaire et le professeur tuteur a-t-elle réussie ?

1□□□/□□□6

La formation CEEDDR des étudiants vous semble-t-elle pertinente dans votre secteur d'activité ?

1□□□/□□□6

La commanditaire a donc été satisfaite du projet dans son ensemble. On note toutefois un point négatif autour de la communication avec le tuteur professionnel et la difficulté d'usage du wiki.



### Travail d'équipe

Il nous a semblé pertinent au début du projet de travailler sur la cohésion de groupe. En effet, les membres de notre équipe d'étudiants ont des caractères, une expérience, un vécu et une façon de travailler différents. Nous avons donc consacré une demi journée à la définir les rôles et fonctions de chacun en utilisant la technique de l'animal. Elle permet au travers de l'expression libre par dessin de cerner les habiletés et rôles les plus appropriés à chacun.

Ce même jour, Dominique, une des étudiantes de la Licence qui travaillait avec nous sur le projet VOISINE, a souhaité changer de groupe, ce qui a un peu déstabilisé notre organisation dans la suite du projet. Finalement, chacun a spontanément pris les tâches qui lui convenaient le mieux. Au niveau de la répartition du travail, nous avons alterné les temps collectifs et les temps individuels.

### Wiki

Afin de favoriser la communication avec les tuteurs et autres acteurs du projet, nous avons mis en ligne un wiki (<http://www.cdrflorac.fr/FermeDeWiki/wiki42/wakka.php?wiki=PagePrincipale>). Il a permis à chacun de suivre l'avancement du travail en temps réel et d'apporter commentaires et rectifications personnelles. Cet outil a surtout été utilisé par notre groupe d'étudiants pour mutualiser les documents produits et faciliter le travail à distance.

### Réunions, appels téléphoniques, emails

Nous avons aussi régulièrement organisé des réunions avec la présidente de l'association et ponctuellement avec Colin Gril, et eu recours aux appels téléphoniques et emails pour éviter les déplacements trop fréquents.

## 2.2 Les résultats obtenus

<b>Résultat attendu n°1</b>	
Les usagers du territoire sont informés sur l'association et pratiquent le covoiturage	
<b>Activités prévues</b>	Diffusion d'affiches, de flyers et de dépliants / Programmation d'une exposition itinérante / Création d'un document d'analyse et de préconisations pour le site internet.
<b>Indicateurs</b>	Nombre de supports diffusés et de lieux de diffusion, nombre de programmation de l'exposition, augmentation des visites du site.
<b>Résultats obtenus</b>	Le résultat attendu n'a pas été atteint. En effet, nous avons surestimé nos objectifs. Concernant les supports de communication, nos activités se sont concentrées sur un travail de conception de maquettes et de préconisations pour la réalisation et la diffusion. Quant au document d'analyse du site, il a bien été créé mais n'a pas encore été exploité par la webmaster de VOISINE. Les indicateurs choisis ne seront donc utilisables qu'à moyen terme.

<b>Préconisations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Il semblerait pertinent d'investir et de financer un professionnel pour la réalisation des supports. En effet, la communication de l'association est la base de son image auprès de la population locale. Son efficacité et sa crédibilité sont donc en jeu dans la diffusion de supports.</li> <li>- Les outils proposés pour la réalisation et la diffusion peuvent faciliter et accélérer la refonte de la communication</li> <li>- Il est indispensable d'optimiser l'ergonomie du site internet, notamment la page d'accueil, l'accès aux annonces et l'arborescence. Il serait utile d'investir dans un des logiciel commun aux sites de covoiturage pour en faciliter l'utilisation et fidéliser ses usagers.</li> </ul>
-----------------------	--

<b>Résultat attendu n°2</b>	
Le nombre d'adhérents augmente.	
<b>Activités prévues</b>	Création d'un document d'analyse pour une meilleure communication interne
<b>Indicateurs</b>	Pourcentage d'augmentation du nombre d'adhérents.
<b>Résultats obtenus</b>	Nous n'avons pas conçu le document prévu à l'origine. En effet, nous avons transmis directement nos propositions à la présidente de VOISINE au cours de nos réunions et échanges. Un bulletin d'information a été mis en place suite à ces préconisations. Quant à l'indicateur, il sera exploitable par l'association à moyen terme pour juger de l'effet sur le nombre d'adhérent.
<b>Préconisations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Il semblerait judicieux de poursuivre et d'élargir l'initiative impulsée par le bulletin interne. (rencontre annuelle, page du site internet pour les adhérents...). Dans la même optique que les formations d'éco-conduite, l'idéal serait de développer les avantages pour les adhérents afin de justifier leur cotisation financière et d'assurer leur fidélité ( place de parking gratuite, autocollant pour identifier les voitures des adhérents, ....)</li> </ul>

## 2.3 Perspectives autour de la problématique

Au delà de notre travail en groupe de projet tuteuré, l'association VOISINE doit pouvoir s'approprier les différents outils mais aussi poursuivre dans notre démarche. Nous préconisons dans ce but, les points suivants :

- **Consacrer les moyens suffisants pour communiquer :**

Nous n'avons pas eu le temps de prendre contact avec des partenaires de diffusion. Si VOISINE possède déjà de nombreux contacts, nous avons proposé à la commanditaire un questionnaire à envoyer en ligne afin d'élargir ce cercle.

Ce questionnaire conçu avec Google Doc est diffusable par mail et permet une analyse rapide et concise des résultats. Il questionne la structure sur sa connaissance de l'association VOISINE, du covoiturage et de son implication éventuelle dans la diffusion des supports.

Il faudrait faire appel à un professionnel de la communication. En effet, la crédibilité de l'association dépend des supports de communication. Ils sont le premier rapport entre l'association et les usagers potentiels du covoiturage ; la qualité graphique est indispensable.

Les maquettes que nous avons créées proposent une base solide au projet de communication mais leur mise en forme est encore à approfondir. C'est le cas en particulier pour le dessin du super covoitureur qui doit être retravaillé au niveau du trait et des couleurs.

- **Toujours rester cohérent :**

Étant donné notre manque de compétences en matière d'informatique d'une part et la webmaster étant bénévole, d'autre part, il nous semble indispensable qu'un travail de fond et de forme soit fait sur le site Internet. En particulier, assurer l'identité graphique entre les nouveaux supports de communication et le site Internet. Une unité globale permettrait aux usagers de VOISINE d'avoir des repères identifiables et de fidéliser leur rapport avec l'association.

- **Ne pas négliger la communication interne :**

La communication nous semble un point primordial pour la pérennité de l'association. Si l'association désire fidéliser et élargir son cercle d'adhérents, l'élaboration d'un système de communication entre les acteurs de l'association doit être mis en place. La dimension « plaisir et partage » associatif doit être privilégiée.

L'objectif est double : générer une dynamique humaine pouvant booster l'implication des bénévoles et développer le bouche-à-oreille.

- **S'ouvrir à d'autres problématiques :**

Outre la problématique de la communication, d'autres pourraient être développées. Notamment celle concernant l'aspect pratique du site Internet. Nous sommes unanimes sur le fait que l'interface entre les propositions et les demandes de covoiturages doit gagner en facilité d'utilisation et proposer des outils d'échanges entre les usagers.

Un travail ou un investissement pourrait être fait sur un logiciel de recherche géographique des demandes et propositions plutôt qu'un simple listing.

En parallèle, les usagers devraient être encouragés à donner diverses informations sur eux pour créer un premier contact entre demande et proposition et rassurer les nouveaux utilisateurs. Cette action permettrait d'augmenter la confiance entre covoitureurs et faciliter les prises de contact par affinité.

Ces propositions et bien d'autres, sont présentes dans le Document d'analyse et de préconisation du site VOISINE.

En second lieu, la présidente nous a fait part, dès le début du projet, d'une difficulté à laquelle elle s'est confrontée rapidement après la création de l'association : elle est seule à gérer les demandes, en particulier lorsqu'elles sont téléphoniques. Madame Boukera s'occupe de l'activité associative en dilettante. Son emploi à temps plein et sa vie personnelle occupent déjà une large part de son quotidien. Elle a donc une charge de travail excessive quant à la gestion et au fonctionnement de l'association, avec une situation à double contrainte : pour assurer la pérennité de la structure, elle ne peut pas engager de frais supplémentaires, par exemple le financement d'un salarié. Mais pour que l'activité de l'association se développe, il est indispensable d'augmenter la capacité d'accueil et d'écoute de futurs usagers. Il faudrait donc envisager une action visant à « recruter » un ou des bénévoles qui assureraient l'accueil téléphoniques, les mises en lien entre usagers, les diverses propositions de mobilité sur le territoire, l'écriture des différentes communications internes (type journal de l'association, etc...).



*Le coeur du projet a été étudié en détail, en même temps que la méthodologie employée pour le traiter. Sont apparues, inhérentes au travail de groupe, quelques difficultés de gestion relationnelle et de rapport au temps, traitées avec un outil de communication en écoute créative qui a permis de mieux cerner les fonctions de chacun, et une réorganisation de l'équipe, avec le départ de l'un de ses membres. Pourtant, une analyse plus approfondie semble nécessaire, que nous vous proposons dans le chapitre suivant*



[http://www.covoiturage16.com/covoiturage/covoiturage\\_image/covoiturage-fleur.gif](http://www.covoiturage16.com/covoiturage/covoiturage_image/covoiturage-fleur.gif)

# TROISIEME PARTIE

*Au cours du pilotage de notre projet, nous avons décelé des failles dans la démarche que nous avons menée. En effet, bien que nous ayons fait appel à des outils variés et à une méthodologie typique de conduite de projet, nous avons constaté des écarts entre notre travail « théorique » et « pratique ». Aussi, nous proposons ici de détailler dans un tableau chaque point de notre démarche en y précisant les points négatifs et positifs dégagés, ainsi que les remédiations possibles pour ce type d'expérience dans notre future vie professionnelle.*

## 3.1 Analyse de notre démarche

Tableau synthétique de l'analyse de notre démarche :

Démarche	Points positifs	Points négatifs	Et si c'était à refaire
La prise en compte de la commande	La fréquence des réunions en début de projet pour valider nos propositions en fonction des attentes de VOISINE  L'emploi d'un arbre à problème pour cerner les problèmes, causes et effets.	Le manque d'un recueil initial d'informations claires et complètes sur l'association  La difficulté à déterminer un objectif de travail précis  La disparité entre une commande de « communication » et notre formation de « CEEDDR », induisant un sentiment de frustration et un frein à la motivation	Bien prendre connaissance du commanditaire  Proposer une problématique plus en phase avec l'EEDD ou apprendre à gérer la cohésion entre les valeurs personnelles, de la structure, de l'EEDD, de la société...
Prise en compte du contexte territorial	Une démarche de recherche d'information sur la mobilité et le covoiturage sur le territoire (étude du CBE, internet, papiers...)  La validation du projet par le CBE pour une cohérence avec le projet global de mobilité du territoire	Une étude centrée sur le Sud Lozère et non sur l'ensemble du territoire	Proposer sur une enquête sur l'ensemble de la Lozère pour cerner les besoins réels en covoiturage du territoire
Prise en compte du public	Le grand public local ciblé pour la communication	Une difficulté à cerner les caractéristiques d'un public aussi large  Un public « fourre tout »	Différencier le grand public des publics spécifiques : étudiants, collectivités, entreprises...
La définition des objectifs	Une structuration claire des objectifs généraux et	Des objectifs surestimés par rapport au temps disponible	Projeter des étapes et objectifs intermédiaires

	spécifiques dès le début L'emploi d'un arbre à objectifs	Un manque d'expérience dans la définition des objectifs d'un projet de ce type	dans le projet Séparer diagnostic, conception, préconisation et réalisation
La planification du projet	L'emploi d'outils pertinents et structurants (méthodologie de projet)  Un découpage du projet en étapes progressives  Une vue d'ensemble du travail à réaliser	Un écart entre le projet prévu et le projet réalisé	Prendre conscience qu'un projet évolue et change en permanence
La gestion du temps	L'emploi d'un rétro planning  La mise en ligne d'un carnet de route pour suivre en temps réel de l'avancement du projet	Une phase de diagnostic et de projection très longue  Une évaluation trop courte	Mieux équilibrer les temps de travail en privilégiant un laps suffisant pour l'évaluation
La communication avec les tuteurs	La fréquence des contacts (réunions, téléphone, emails)  La mise en place d'un wiki	L'insuffisance des réunions avec le tuteur enseignant  La faible utilisation du wiki par les tuteurs	Prévoir des réunions régulières avec les deux tuteurs  Prévoir une phase d'appropriation du wiki en début de projet
La communication entre les étudiants	L'emploi d'un outil pour la répartition des rôles de chacun (technique de l'animal)  La mise en place d'un wiki pour la mutualisation du travail	La non application des résultats du travail de cohésion suite au départ de Dominique  La difficulté dans la répartition du travail et la cohésion des méthodes de chacun	Bien répartir les rôles de chacun en fonction des compétences  Poser des règles claires de travail dès le début  Prévoir des réunions régulières sur la cohésion de l'équipe
L'évaluation	L'emploi d'un questionnaire d'évaluation sur les maquettes  La définition d'indicateurs d'évaluations	Un faible échantillon de personnes sondées  La non représentativité de l'échantillon par rapport à la population locale  Une évaluation trop rapide et trop tardive en fin de projet  Des indicateurs d'évaluation basés sur le moyen ou long terme (augmentation du nombre d'adhérents ...)	Prendre le temps et les moyens pour un questionnaire pertinent  Définir des indicateurs intermédiaires sur le court terme à tester en fin de projet (nombre de maquettes proposées...)

## 3.2 Enseignements retirés

Globalement, cette expérience nous a permis de cerner les points essentiels à prendre en considération pour une prochaine expérience professionnelle de ce type :

- Partir sur les bases d'une connaissance claire de la (ou les) structure(s) dans lequel le projet s'insère
- Prendre en considération et tenter d'harmoniser les valeurs des différents acteurs du projet (la structure, le coordinateur, l'EEDD, la société...)
- Préconiser un travail d'enquête et de diagnostic des usages et représentations au lieu de passer directement à l'action
- Définir avec précision les différents publics visés et leurs caractéristiques et besoins
- Baser le projet sur des étapes, objectifs et indicateurs d'évaluation intermédiaires afin de gérer les éventuels ajustements
- Prévoir et animer des réunions efficaces avec l'ensemble des acteurs du projet
- En cas de mise en place d'outils de communication collaboratif (wiki..), veiller à organiser un temps d'information et d'appropriation de l'outil par l'ensemble des acteurs
- Planifier la gestion du temps et respecter les échéances pour assurer un temps suffisant à chaque étape : diagnostic, projections, conception, réalisation et évaluation.
- Prendre un temps de travail au démarrage du projet sur la cohésion de groupe pour définir les rôles de chacun et les règles et méthodes de travail adoptées.

*En bref, cette expérience a été à plusieurs reprise une source de déstabilisation pour notre groupe (ciblage de la commande, cohésion du groupe, non atteinte des résultats prévus, frustration de ne faire que de la « communication »...), mais ces obstacles nous ont finalement appris à mieux gérer le projet et ses imprévus dans sa globalité. Au cours de ce projet, nous avons pris conscience de l'omniprésence de la dimension communicationnelle dans le monde actuel. C'est pourquoi nous pouvons conclure que cette expérience a été non seulement utile, mais sera aussi nécessaire pour notre future vie professionnelle, tant au niveau des connaissances que des savoirs faire que nous en avons retirés.*



[http://www.location-tourisme-martinique.com/images/dessin\\_voiture.jpg](http://www.location-tourisme-martinique.com/images/dessin_voiture.jpg)

# CONCLUSION

Nous avons découvert ensemble, tout au long de ce dossier, l'existence de l'association de covoiturage VOISINE. Nous avons étudié dans le détail son fonctionnement interne, ses contraintes matérielles, pratiques, géographiques, humaines. Nous nous sommes penchés sur l'usage qui en est fait, et nous avons fait des propositions quant à ce qu'elle pourrait devenir.

Basée en Lozère, l'association VOISINE est principalement axée sur un service de covoiturage local, mais pas seulement. Elle assure également une fonction informative sur les thèmes de la sécurité routière, de l'écoconduite et de ses pratiques avec des propositions de stage. Elle est aussi une ressource documentaire importante sur tous les textes de lois inhérents aux pratiques routières, les nouveautés dans le domaine du déplacement en entreprise. Elle assure un relai sérieux et attentif pour toute personne désirant se déplacer sur ce territoire si particulier de la Lozère, du fait de son enclavement géographique et de la rareté de ses services de transport en commun.

En septembre dernier, au démarrage de notre projet tutoré, Evelyne Boukera, présidente de l'association, nous a transmis un dossier exhaustif concernant la commande qu'elle a passé auprès de SupAgro Florac. Elle a passé cette commande dans un objectif défini, et pour des raisons précises. Il s'agissait pour elle d'avoir un regard extérieur (a priori plus neutre donc plus efficace) concernant le fonctionnement de son association. Elle est convaincue à ce moment-là de la nécessité de développer l'activité de ladite association, mais ne parvient pas à faire des choix quant aux actions à mener, dans quel ordre les mener, et sur quoi se baser pour le faire.



Quand elle nous remet ce dossier, il foisonne d'informations, de documents légaux, d'articles divers et variés, mais aussi d'idées à mettre en place, de choses déjà en cours, d'autres à développer.

Notre premier travail a donc consisté à « débrouiller tout ça », la richesse du tout en faisant aussi sa difficulté. Nous nous rendons compte rapidement que le premier obstacle vient de la formulation de ses supports de communication. Ils sont trop « complets », donnent trop d'informations et perdent l'utilisateur, tant dans le regard que dans la compréhension du contenu. Le deuxième obstacle concerne le site internet, support multimédia central pour le bon fonctionnement des échanges de covoiturage. Là encore, l'immense bonne volonté des bénévoles de l'association se « retourne » contre eux: ils veulent si bien faire qu'ils en font trop. Le site est complexe à utiliser, le regard se perd, les chemins à prendre pour aboutir sont trop longs et donnent lieu à trop d'égarement. Troisième obstacle : l'adhérent de l'association se voit chargé d'un certain nombre d'obligations (Acceptation de la charte, versement du montant de la cotisation,...), sans avoir réellement d'avantages « plaisants » à ladite adhésion. Notre société de consommation, forte de ses techniques de marketing, nous a appris à réclamer davantage. Si la pratique marketing en elle-même est sujette à caution, il n'en est pas moins vrai que l'utilisateur s'en réclame, et qu'une des motivations premières pour adhérer à une pratique, est d'y trouver un minimum d'avantages et de plaisir.

Face à ces divers constats, nous avons fait diverses propositions :

1) la refonte complète du plan de communication, avec la fabrication de quatre prototypes.

Un flyer, axé sur un message principal et offrant les coordonnées de l'association, destiné aux comptoirs des commerçants et aux halls des lieux culturels, idéal également à glisser dans les boîtes aux lettres.

un triptyque, plus complet que le flyer, destiné aux mairies, écoles, centres de formation, centres sociaux, écoles de conduite.

Une affiche, à mettre dans tous les lieux de passage, les offices de tourisme, les gares, les mairies, repérable de loin et offrant toutes les informations de base.

Trois panneaux d'exposition, beaucoup plus complets et ludiques, imprimés sur des toiles à dérouler et équipés de pieds télescopiques, prévue pour des foires, des journées d'information, des salons, les offices de tourisme ou les halls des mairies

2) Un ensemble de préconisations concernant le site internet, mises au point à la suite d'un travail rigoureux et minutieux de visites et d'analyses d'autres sites existants, et d'enquêtes auprès des usagers pratiquant le covoiturage avec le support d'internet. Nous n'avons pas pu dépasser le stade des préconisations, le travail de construction sur un site internet demandant les compétences d'un professionnel type webmaster. Actuellement, l'association bénéficie des compétences d'une bénévole dans ce domaine. Il sera du ressort de la présidente de décider comment elle souhaite mettre en œuvre ces préconisations.

3) Pour ce qui est de la communication interne, des liens à construire entre usagers adhérents, et donc du plaisir que ces derniers peuvent retirer du fait de participer à ces actions de covoiturage, Madame Boukera, dès que lui en avons parlé, a mis en place un système de journal interne, traitant de la vie de l'association, des événements en cours et à venir, avec des photos, des informations, des couleurs vives et beaucoup d'énergie dans le propos. A suivre...

Au fil de ce « voyage » avec VOISINE, nous avons découvert l'univers des trajets partagés, du souci de réduire notre impact environnemental en réduisant nos émissions de gaz à effet de serre, des pratiques d'écoconduite. Mais aussi le plaisir d'une vie sociale plus riche et diversifiée, l'enthousiasme et l'investissement spontané de groupes de personnes désireuses de changer leurs habitudes quotidiennes en développant des pratiques et des usages plus responsables.

Pourtant, bien des difficultés sont à prendre en compte pour obtenir des résultats probants en matière de réduction de trajets et de voitures utilisées pour les faire :

Les habitudes, très fortement ancrées, de propriété (cette voiture m'appartient, j'ai beaucoup travaillé pour l'avoir...), de liberté de mouvements (je ne veux pas avoir à attendre je ne sais pas combien de temps pour pouvoir rentrer chez moi...), de sécurité (je ne connais pas cette personne, je ne sais pas d'où elle vient...), de confort personnel (hors de question de faire monter un chien dans ma voiture...), ou d'habitudes (j'ai besoin de fumer à sept heure sur mon trajet de travail...).

Ajouté à tous ces éléments, la configuration géographique très particulière de la Lozère oppose des difficultés bien spécifiques d'enclavement géographique et de disparition des transports en commun sur ces dix dernières années.

Pour faire face à cet éventail d'obstacles, des gens inventifs et motivés, en Lozère comme ailleurs, commencent à mettre en place des systèmes ingénieux qui répondent à leurs exigences en matière de protection environnementale, de liens sociaux et d'économies financières. Nous tenions, pour conclure ce dossier, à vous les présenter de manière succincte. Toutes ces actions et projets nous semblent en effet porteurs de valeurs qui nous sont chères, et aptes à répondre aux défis éducatifs et environnementaux auxquels nous et nos enfants sommes confrontés de plus en plus.



Les Carapattes et Pédibus : des bénévoles, parents, grands-parents, amis, cousins, etc..., s'engagent à travers une charte et un contrat d'assurance spécifique, à faire un « ramassage » scolaire matin et soir, pour aller et revenir de l'école. Ce ramassage a ceci de particulier qu'il se fait...à pied, les adultes étant là pour assurer la sécurité et le bon déroulement du trajet. Il va de soi que ce système n'est utilisable qu'en milieu urbanisé, à une distance proche des écoles.



L'auto-partage : il n'y a plus de propriétaire attiré d'un véhicule, mais plusieurs propriétaires qui s'organisent entre eux pour leurs différents besoins en trajet. Ou alors une entreprise, ou une commune, par exemple, mettent à disposition des habitants un parc de véhicules, moyennant une adhésion et un tarif mensuel. Là encore, les zones rurales ne sont pas concernées, puisqu'il faut aller prendre un véhicule à un endroit donné, soit à pied soit en vélo.

Êtes vous certain  
d'avoir besoin de  
votre voiture  
en permanence ?



Tout est encore à inventer et à partager, pour que changent nos pratiques polluantes, et que nous fassions cette transition nécessaire vers un monde moins dépendant du roi pétrole. A vos plumes, à vos idées et à votre enthousiasme, VOISINE vous accompagne vers la planète de demain!



[http://carapattes.org/files/MaterieL\\_carteMembre2\\_20080529201452\\_20080529201512.jpg](http://carapattes.org/files/MaterieL_carteMembre2_20080529201452_20080529201512.jpg)  
[http://www.aix-marseille-ter.com/img/Tridion/Autopartage1\\_tcm53-57418.JPG](http://www.aix-marseille-ter.com/img/Tridion/Autopartage1_tcm53-57418.JPG)  
<http://a33.idata.over-blog.com/1/62/92/03/dddddddddddd/van-hippie-copie-1.jpg>



# BIBLIOGRAPHIE

## ● Bibliographie :

1. TRAUB Carline et BENARD Delphine, Octobre 2009, *Améliorer la mobilité en Sud Lozère : analyse des besoins et propositions*, Florac, CBE Cèvennes.
2. ADRET, Février 2009, *Quels outils pour développer le covoiturage sur votre territoire ?*, Actes de la journée « Covoiturage et territoire », Gap, ADRET.

## ● Sitographie :

1. "123envoiture.com, le site leader du covoiturage," <http://www.123envoiture.com/>.
2. "CBE - Cévennes | Accueil," <http://www.cbecevennes.org/>.
3. "Co voiturage avec LaRoueVerte : covoiturage régulier domicile travail," <http://www.laroueverte.com/>.
4. "Conseil général de la Lozère -," <http://www.lozere.fr/>.
5. "Covoiturage avec Covoiturage.fr - Le site du covoiturage en Europe," <http://www.covoiturage.fr/>.
6. "cp-covoiturage-.pdf (Objet application/pdf)," <http://www.comite21.org/docs/actualites-adherents/actu-entreprises/cp-covoiturage-.pdf>.
7. "La « mobilité durable : quelques statistiques « Covoituredynamique's Blog," <http://dynamique-covoiturage.com/2010/02/03/la-mobilite-durable-quelques-statistiques/>.
8. "Le covoiturage en France et en Europe: Management de la mobilité: Club innovations transports des collectivités," <http://www.innovations-transports.fr/Le-covoiturage-en-France-et-en?lang=fr>.
9. "Le covoiturage, une étude exploratoire du CERTU," <http://www.arer.org/grandsenjeux/article.php?article=124>.
10. "Le plan de communication," <http://www.doc-etudiant.fr/Commerce/Communication/Cours-Le-plan-de-communication-502.html>.
11. "Mobilité - Wikipédia," <http://fr.wikipedia.org/wiki/Mobilit%C3%A9>.
12. "Mobilite-durable.org - Page d'accueil," <http://www.mobilite-durable.org/>.
13. "Rédiger un bon plan de communication," [http://www.ogmacom.net/asso\\_plan\\_communication.php](http://www.ogmacom.net/asso_plan_communication.php).
14. "Statistiques - COVOITURAGE en FRANCE et à l'ETRANGER - Allostop France Covoiturage - BONSITES, les Bons Sites du Web Francophone," <http://www.bonsites.info/fr/index.php?a=stats&u=99>.
15. "Transports & mobilité durable," <http://www.fne.asso.fr/fr/themes/category.html?cid=21>.
16. "Voisine Covoiturage," <http://www.voisine48.fr/>.
17. "vuedocpdf (Objet application/pdf)," <http://urbamet.documentation.developpement-durable.gouv.fr/urbamet/vuedocpdf?id=Urbamet-0288499&print=true>.

# RESUME

Sur le département de la Lozère, au pays des Cévennes, serpentant à travers les plateaux et les gorges, les routes bitumeuses sont parcourues sans cesse par les appareils motorisés. Supplantant le rail et le train, devenus les principaux axes de déplacements en Lozère, la route a donc permis le développement massif de la voiture. C'est ainsi que la voiture est devenue en quelques décennies le moyen de transport indispensable à tous les Lozériens. Malheureusement loin de n'être qu'une solution la voiture révèle aussi de nombreux défauts : coûteuse, polluante, individualiste, etc.

Dynamique et sensible à ces problèmes, l'association VOISINE est née en 2008 du désir de quelques amis de travailler pour le développement d'une mobilité durable sur leur département et d'encourager une pratique alternative de déplacement : le covoiturage. Le covoiturage consiste à partager son véhicule avec d'autres voyageurs ; ne plus voyager seul. Cependant si l'association multiplie ses actions et partenariats elle a pour l'instant forgé une timide communication auprès du grand public. C'est pourquoi la présidente de VOISINE, Evelyne Boukera, a proposé une commande de projet tuteuré à SupAgro Florac. En effet, dans le cadre de sa formation de « Coordinateur de Projet d'Education à l'Environnement vers un Développement Durable », SupAgro demande à ses étudiants de travailler durant six mois sur un projet tuteuré répondant à une commande d'un acteur local du Développement Durable.

Ainsi, nous les étudiants, avons proposé une refonte du plan de communication avec différents prototypes et outils pour optimiser la communication externe et interne de l'association VOISINE.

En se concentrant sur la communication de l'association vers le grand public nous avons alors bâti conjointement avec Evelyne Boukera une affiche, un flyer, un triptyque et une exposition, ainsi qu'un panel d'outils pouvant faciliter leur réalisation et leur diffusion. Riche de ses nouveaux outils porteur d'un message qui nous semble innovant et prometteur l'association devrait pouvoir optimiser sa communication sur le territoire. C'est ce projet qui est présenté exhaustivement dans ce rapport et qui s'articule autour d'une problématique : *Comment optimiser la communication de l'association de covoiturage VOISINE ?*

## English version :

In the department of Lozère, more precisely in the Cévennes, between plateaus and gorges, the roads are permanently used by cars. Replacing railway and train, they became the most important mobility's lines and increased the massive development of car. It's why car became in a few decades the essential way of transport for everybody. Unfortunately, car have a lot of failing : expensive, polluting, individualistic...etc

Dynamic and sensitive to this problème, the association VOISINE was created in 2008 by some friends who wanted to work for a durable mobility in the department et to encourage a new way of transport : the carpool. The carpool suggest to share our car with other person. If the association made a lot of action and partner ship, her communication is insufficient.

It's why the president of VOISINE, Evelyne Boukera commission SupAgro to make a communication project. Indeed, in the training « Coordinator of Project Education to the Environment for a Sustainable Development », SupAgro ask to students to work during six month on a tutoring projetc wich answer to a commission from a local actor of Sustainable Development. We decided to suggest a new communication with different prototypes and tools to improve the external and internal communication. We created a poster, a flyer, a leaflet, an exhibition and tools to make easier the achievement and the diffusion. With this news tools, carrying a new message, the association could improve her communication on the department. This project is presented exhaustively in this report, around this problematic : *How to optimize the communication of the carpool association VOISINE?*

Allart Rachel, Ferragne Esther et Hoestelle Baptiste



# Annexes du projet tuteuré VOISINE !



## Communication et covoiturage font bon ménage !

**Rachel Allart, Esther Ferragne, Baptiste Hozelle**  
**Licence professionnelle CEEDDR SupAgro Florac**  
**Coordination de Projet en Education à l'Environnement vers un Développement Durable**  
**Promotion 2009-2010**

# ANNEXES

<b>1. Fiches actions.....</b>	<b>p2</b>
<b>2. Le plan de communication.....</b>	<b>p5</b>
<b>3. Cahier des charges Infographistes.....</b>	<b>p7</b>
<b>4. Listes des infographistes et imprimeurs.....</b>	<b>p16</b>
<b>5. Bulletin d'information interne.....</b>	<b>p18</b>
<b>6. Questionnaire d'évaluation de l'affiche.....</b>	<b>p20</b>
<b>7. Document de diagnostic et de préconisation de la communication externe de VOISINE.....</b>	<b>p21</b>
<b>8. Document de diagnostic et de préconisation de la communication interne de VOISINE.....</b>	<b>p35</b>
<b>9. Document de diagnostic et de préconisation du site internet de VOISINE.....</b>	<b>p41</b>

# FICHES ACTIONS

- FICHE ACTION N°1  
AFFICHES et FLYERS et TRIPTYQUES

<b>Intitulé de l'opération</b>	Affiches « Covoiturons en Lozère » Flyers « Triptyques « Covoiturer en Lozère c'est possible »
<b>Maitre d'ouvrage potentiel</b>	Association Voisine
<b>Public cible</b>	Grand public local
<b>Calendrier de réalisation</b>	Janvier : conception / recherche de partenaires Février : budgétisation
<b>Partenaires potentiels</b>	Partenaires financiers : Voisine Partenaires techniques: Sup'Agro, Imprimeries, Points de diffusion (collectivités, associations...), Graphiste

<b>Contexte/diagnostic</b>	Maitre d'ouvrage = Sup'Agro - Difficulté de communication de l'association Voisine autour du covoiturage sur le territoire.
<b>Objectifs du projet</b>	Savoirs: Connaître le covoiturage. Savoirs faire : Savoir contacter Voisine et des covoitureurs potentiels sur le site Internet ou par téléphone. Savoir être : Adhérer à des modes de transports écologiques, économiques et solidaires.

<b>Contenu</b>	= Diffusion de supports affiches d'information et de sensibilisation à destination du grand public. <b>TACHE 0 :</b> <b>Mise en place de l'équipe.</b> 0.1. Mobilisation de l'équipe projet tuteuré : étudiants Sup'Agro, tuteur Sup'Agro, tuteur professionnel. 0.2. Définition des rôles de chacun. <b>TACHE 1 :</b> <b>Conception des support</b> 1.1. Réalisation de maquette graphique 1.2. Recherche de documentaire et iconographique (droits) 1.3. Analyse des contraintes pédagogiques: public, messages et objectifs 1.4. Rédaction du contenu 1.5. Finalisation des maquettes <b>TACHE 2:</b> <b>Identification des moyens</b> 2.1. Définition des moyens humains, matériels et financiers
----------------	---

	(devis) 2.2. Réalisation d'un budget prévisionnel 2.3. Recherche des partenaires potentiels 2. Montage d'un dossier mail de présentation et démarchage <b>TACHE 3 :</b> <b>Distribution des affiches et flyers</b> 3.1. Détermination des lieux où les affiches seront exposées (mairies, foyers ruraux, association, bibliothèque, gare...) 3.2. Détermination du moyen de distribution des affiches et flyers (courriers, portes à portes...).
<b>Coût de l'opération</b>	<b>Budget provisoire:</b> Temps de travail conception = 3 jours = 750€ (ou valorisation temps de travail étudiant bénévolat?) Droits sur l'image: en attente Impression (3000 flyers/100 affiches) = 180 € (Voir imprimerie des 4 Mende) Temps de travail diffusion = 2 jours = 500 € (ou temps de travail étudiant bénévolat) Frais de diffusion: en attente <b>BUDGET TOTAL:</b> en attente
<b>Plan de financement prévisionnel</b>	2010: VOISINE 2011: demande subvention collectivités, entreprises, associations...
<b>Indicateurs de réalisation et d'évaluation</b>	Nombre d'affiches et de flyers et triptyques distribués

## ● FICHE ACTION N°2

### EXPOSITION

<b>Intitulé de l'opération</b>	Exposition « Covoiturage en Lozère »
<b>Maitre d'ouvrage potentiel</b>	Association Voisine
<b>Public cible</b>	Grand public local
<b>Calendrier de réalisation</b>	Janvier : conception / recherche de partenaires Février : budgétisation
<b>Partenaires potentiels</b>	Partenaires financiers : Voisine Partenaires techniques: Sup'Agro, Imprimeries, Points de diffusion (collectivités, associations...), Graphiste
<b>Contexte/diagnostic</b>	Maitre d'ouvrage = Sup'Agro - Difficulté de communication de l'association Voisine autour du covoiturage sur le territoire.
<b>Objectifs du projet</b>	Savoirs: Connaître le covoiturage et l'association (association, principe, avantages, assurance, aspect pratique...) Savoirs faire : Savoir contacter Voisine et des covoitureurs

	<p>potentiels sur le site Internet ou par téléphone. Savoir être : Adhérer à des modes de transports écologiques, économiques et solidaires.</p>
--	--

<b>Contenu</b>	<p>= Diffusion d'une exposition itinérante d'information et de sensibilisation à destination du grand public sur le territoire</p> <p><b>TACHE 0 :</b> <b>Mise en place de l'équipe.</b> 0.1. Mobilisation de l'équipe projet tuteuré : étudiants Sup'Agro, tuteur Sup'Agro, tuteur professionnel. 0.2. Définition des rôles de chacun.</p> <p><b>TACHE 1 :</b> <b>Conception des support</b> 1.1. Réalisation de maquette graphique 1.2. Recherche de documentaire et iconographique (droits) 1.3. Analyse des contraintes pédagogiques: public, messages et objectifs 1.4. Rédaction du contenu 1.5. Finalisation des maquettes</p> <p><b>TACHE 2:</b> <b>Identification des moyens</b> 2.1. Définition des moyens humains, matériels et financiers (devis) 2.2. Réalisation d'un budget prévisionnel 2.3. Recherche des partenaires de diffusion potentiels 2. Montage d'un dossier mail de présentation et démarchage</p> <p><b>TACHE 3 :</b> <b>Programmation de l'exposition itinérante</b> 3.1. Détermination des lieux d'exposition (mairies, foyers ruraux, association, bibliothèque... ). 3.2. Détermination des modes de stockage et mise en place 3.3. Réalisation d'un planning d'exposition</p>
<b>Coût de l'opération</b>	<p><b>Budget provisoire:</b> Temps de travail conception = 3jours= 750€ ( ou valorisation temps de travail étudiant bénévole?) Droits sur l'image: en attente Impression (3 panneaux) = 300 € Temps de travail diffusion =2 jours = 500 € (ou temps de travail étudiant bénévole ) <b>BUDGET TOTAL:</b> en attente</p>
<b>Plan de financement prévisionnel</b>	2010: VOISINE
<b>Indicateurs de réalisation et d'évaluation</b>	Nombre de lieux d'exposition programmés



# LE PLAN DE COMMUNICATION

## QUEL MESSAGE?

### **Pour qui?**

Les particuliers

### **Sous quelle forme?**

Plaquettes de présentation (triolet)

Affiche (A3)

Flyers

Panneaux d'exposition

site internet

### **A quel moment?**

Plaquettes, flyers, affiches: toute l'année

Panneaux d'exposition: en exposition permanentes et à l'occasion d'événements particuliers (par exemple la semaine de la mobilité)

### **A quel endroit?**

Mairies

commerces

maisons de retraités

écoles

foyers ruraux

cafés

## QUELLES ACTIONS ?

### **Inventaire des ressources disponibles**

Connaissances et compétences des membres du bureau: webmaster à consulter

Dossiers thématiques, documents

Logiciel informatique (Open Office Draw; PhotoFiltre)

### **Conception et réalisation d'un journal interne**

Journal interne: mis en place sur internet

Quel coût pour les gens qui n'ont pas internet?

nombre de pages

périodicité

tirage

### **Conception des messages**

travailler sur les supports papier affiche, flyer, triiolet, panneaux d'exposition

### **Planification des étapes**

échéancier par opération

définition et répartition des tâches

### **Budgétisation**

panneaux d'affichage (pieds + toiles déroulantes)  
flyers, triptyques, affiches: impression + distribution  
travail sur le site internet

### **QUELLES FINALITES?**

Un prototype d'affiche  
Un prototype de triptyque  
Un prototype de flyer  
La réalisation de trois panneaux d'exposition  
Des préconisations pour la diffusion et la réalisation  
Une liste de propositions pour améliorer le site internet

# CAHIER DES CHARGES INFOGRAPHISTES



Le .../.../.....

## Conception de supports de communication

### *CAHIER DES CHARGES*

Association Voisine  
[voisine.asso48@yahoo.fr](mailto:voisine.asso48@yahoo.fr)  
voisine48.fr  
Evelyne Boukera  
Le Couffinet  
48000 CHASTEL NOUVEL  
04 66 49 2607 – 06 22 00 84 67

#### *1 – Contexte*

L'association de covoiturage Voisine en Lozère désire améliorer sa communication pour faire

connaître l'association, diffuser le concept de covoiturage auprès de la population locale, augmenter le nombre d'offres en covoiturage et la fréquentation de son site internet. Une équipe de 3 étudiants en Coordination de projet d'Education à l'environnement et au Développement durable de Supa Agro à Florac (48) encadre le projet.

## **2 – Commande**

Conception de 4 illustrations à intégrer dans des documents de communication à intégrer dans l'affiche, le fly, le triptyque et l'exposition (voir annexe)

### Illustration 1:

Une voiture avec un conducteur en costume de super héros ( pour valoriser ceux qui proposent des trajets) et d'autres passagers de caractères différents (age, sexe, profession...) pour valoriser l'accessibilité à tous et la notion de confiance entre usagers

### Illustration 2:

Un personnage qui s'adresse au lecteur

### Illustration 3:

Des voitures de covoitureurs / thème assez libre

### Illustration 4:

Illustration libre sur le thème covoiturage mettant en avant les bénéfices écologiques, économiques et sociaux

L'association souhaiterait des illustrations inspirées des supports des sites de covoiturage suivants:

<http://www.covoiturage-grandlyon.com/kitComm.do>

<http://www.laroueverte.com/kitComm.do>

Les couleurs sont libres mais doivent correspondre à l'esprit coloré de l'association.

Penser au format pour l'impression en haute résolution.

## **4– Calendrier**

Il est demandé l'envoi d'un devis et d'un croquis (ou ancienne production) avant le ...../...../.....

A définir: par mail ou courrier

## **5 - Informations et contact:**

Pour plus d'information sur l'association et le plan de communication

<http://www.cdrflorac.fr/FermeDeWiki/wiki42/wakka.php?wiki=PagePrincipale>

- Présidente de l'association:

**Evelyne Boukera**

Association de coVOIturage Solidaire Intégré à l'Environnement

Association VOISINE

Le Couffinet  
48000 LE CHASTEL-NOUVEL

mobile : 06.22.00.84.67  
fixe : 04.66.49.26.07 (après 18 heures)  
voisine.asso48@yahoo.fr  
<http://www.voisine48.fr/>

# **ANNEXES**

## **du cahier des charges**

## Affiche

**Partager mon Véhicule, c'est...**

**Faire des économies !**  
Je covoiture 3 fois par semaine : j'économise 1000 € /an\*.

**Plus de solidarité !**  
Je rencontre d'autres Lozériens : je participe à la vie de mon département.

**Moins de CO2 !**  
Je covoiture 3 fois par semaine : j'économise 750 kg de CO2/an\*.

**Illustration 1**

\*30 kms aller-retour, source ADEME 2009

Pour covoiturer en Lozère  
Contacter l'association  
**VOISINE**  
[www.voisine48.fr](http://www.voisine48.fr)  
06 22 00 84 57

## Flyer

**En Lozère,  
je covoiture  
3 fois/semaine  
j'économise  
1000 euros/an\* !**

**Illustration 1**

\*30 kms aller-retour, source ADEME 2009

Pour plus d'information  
Contacter l'association  
**VOISINE**  
[www.voisine48.fr](http://www.voisine48.fr)  
06 22 00 84 67



## Triptyque

### Des inquiétudes ?

**Voisine vous offre des garanties !**

#### Confidentialité :

L'inscription de vos coordonnées sur la plateforme de covoiturage est strictement confidentielle.

#### Assurance :

Toutes les personnes transportées sont couvertes par la garantie obligatoire de responsabilité civile en cas d'accident.

#### Confort :

Vous pouvez indiquer vos habitudes (fumeur/non fumeur, volume de bagage, type de conduite...) : pour voyager tranquille, faites concorder vos profils !

### Qui est Voisine ?

Une association 100% Lozère qui propose une plateforme d'échanges et d'informations pour les covoitureurs.



*Une association en pleine évolution qui gagne à être connue !*

#### ADHEREZ !

Des avantages sont proposés aux adhérents : journal d'infos, stage d'éco-conduite...

« Ensemble, dynamisons notre département ! »

#### CONTACT :

Le Couffinet  
48000 LE CHASTEL NOUVEL  
[www.voisine48.fr](http://www.voisine48.fr)  
06.22.00.84.67  
voisine.asso48@yahoo.fr

## Avec VOISINE

### Illustration 1

Covoiturer en Lozère,  
**C'EST POSSIBLE !**



### Qu'est-ce que le covoiturage ?

#### Covoiturer c'est :

Utiliser une seule voiture pour faire un trajet à plusieurs et partager les frais.



### Illustration 1

### Covoiturer en Lozère ?

#### Voisine vous guide !

#### Etape 1

Je m'inscris sur le site internet [www.voisine48.fr](http://www.voisine48.fr)  
Ou par téléphone  
06 22 00 84 67

#### Etape 2

Je propose ou je demande un trajet.

#### Etape 3

Un trajet m'intéresse :  
Je prends contact ou  
Je suis contacté

**C'est simple**  
**C'est gratuit**  
**C'est VOISINE !!!**

### Pourquoi covoiturer ?

#### En covoiturant trois fois par semaine\* :

J'économise  
**1000 euros/an.**  
(Selon la base d'un prix de revient kilométrique de 0,2 euros / km)

J'économise  
**750 kg de CO2/an.**  
(Selon la base de 160 g de Co2 rejetés par km)

**Je fait des rencontres** dans mon village et mon département.

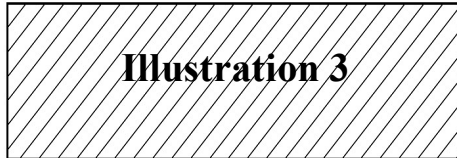
C'est quand je veux avec qui je veux !

### Illustration 2

\* 30 kms aller-retour  
Source ADEME 2009

# Panneau exposition 1

## 1. La mobilité en Lozère



### Mobilité: Quésaco ?

La mobilité représente les besoins et la capacité de déplacements et de transports des habitants. En Lozère, où les transports collectifs sont peu présents, les déplacements sont difficiles et dépendants de la voiture personnelle.

### Les types de déplacement en Lozère

Type de déplacement	Fréquence	Destination	Public
Travail domicile	Régulier quotidien	Communes proches	Actifs et salariés
Services (soin, école, commerces...)	Régulier hebdomadaire	Bourg centre	Tous
Sport, loisir, culture	Régulier hebdomadaire	Communes proches	Jeunes, club, association



Source : Rapport sur la Mobilité du Comité Basca d'Emploi (Pays Gerges, Cassac et Crémant)

### Un territoire qui a perdu sa mobilité

Au cours des années la diversité des transports a fortement diminuée au profit d'un seul... la voiture.

Le chemin de fer a disparu à Florac, les transports par bus se sont peu développés, bref la voiture est devenue indispensable.

Paradoxalement le développement durable du territoire demande que les habitants utilisent moins la voiture, véritable gouffre économique et énergétique, et principale source de pollution.

### Quelle solution pour rester mobile en Lozère ?

Face à l'absence ou la rareté des transports publics en Lozère, nous devons nous adapter.

Le covoiturage est l'une des solutions les plus efficaces pour continuer à se déplacer en voiture tout en réduisant nos dépenses et notre impact sur la planète.

### Une bonne mobilité c'est :

- Choisir des modes de déplacement respectueux de l'environnement.
- Réduire les frais liés à la voiture et aux infrastructures pour les particuliers, les entreprises et les collectivités.
- Respecter le droit à la mobilité et le droit à l'accès à l'emploi et aux services pour les personnes isolées.
- Préserver la santé publique et la sécurité routière.
- Améliorer la qualité de vie en disant stop à la saturation des véhicules individuels dans les zones péri-urbaines.



**Quiz**

Sur l'arrondissement de Florac, quel est le pourcentage d'utilisation de la voiture ?

Quel pourcentage de la population de l'arrondissement de Florac connaît le covoiturage ?

- Moins de 50 %  
- Entre 50 et 65 %  
- Plus de 65 % ?

- Moins de 10 %  
- Entre 10 et 20 %  
- Plus de 20 %

Réponses sur la page 10 du questionnaire



Illustration 1

## Panneau exposition 2

### 2. Le covoiturage



#### Illustration 3

##### Definition officielle

"Le covoiturage est l'utilisation d'un véhicule par un conducteur non professionnel et des passagers, dans le but d'effectuer ensemble tout ou partie d'un trajet commun."  
L'oi d'association des Transports, 1982

##### Le concept

L'idée de covoiturer a été encouragée et pratiquée après la première crise pétrolière en 1970. Depuis, le prix du carburant n'a cessé d'augmenter et le covoiturage se révèle l'un des meilleurs moyens pour faire des économies.

Certains gouvernements comme l'Allemagne et les Etats-Unis ont encouragé la pratique, par exemple avec des infrastructures spéciales et du soutien financier, alors qu'en France, le covoiturage a toujours du mal à être reconnu.

##### Le covoiturage et le XXIème siècle

Actuellement, 80% des français roulent seuls dans une voiture.

Le secteur des transports est celui qui génère le plus de CO2 !

Même si aujourd'hui certaines voitures consomment moins, le prix du carburant va continuer à augmenter, et le CO2 à envahir notre air.

N'attendons pas une loi ou une directive ! Prenons les devants : c'est à nous d'initier des actions individuelles ou collectives !

##### Que des avantages !

Les intérêts du covoiturage sont très nombreux :

- Économie d'argent
- Réduction de la pollution
- Renforcement des liens sociaux
- Diminution des embouteillages, de la saturation des parkings
- Adaptation à un nouveau mode de déplacement indispensable pour un développement durable.

##### Calculatrice de l'ADEME

Si je covoiture pour me rendre à mon lieu de travail (30 km ; 5 fois par semaine)

J'économise **3105 €** / an

J'évite **1944 kg éq. CO2** / an

Je consomme **759 litres éq. Pétrole** en moins / an

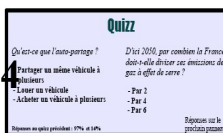
[www.ademe.fr/eeco-deplacements/calculatrice/](http://www.ademe.fr/eeco-deplacements/calculatrice/)

##### Ça s'organise !

Avec le développement d'Internet, l'organisation du covoiturage s'est améliorée.

En France il existe ainsi plus de 80 sites Internet de covoiturage fonctionnant sur différentes échelles géographiques : nationale, régionale et départementale.

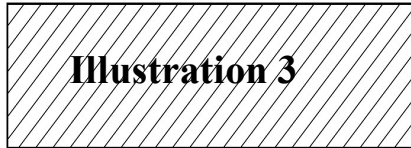
Ainsi l'association VOISINE intervient au niveau du département de la Lozère et vous aide à pratiquer le covoiturage.



# Panneau exposition 3

## 3. L'association VOISINE

Association de coVoyage Solidaire Intégrée à l'Environnement



### Une association 100 % Lozère

VOISINE initie, accompagne, promeut et déploie le covoiturage et la mobilité durable en Lozère, dans une démarche éco-responsable et solidaire.

Ses objectifs s'inscrivent dans une démarche de Développement Durable. Ils sont :

**Économiques** : baisse des coûts de transport sur les trajets quotidiens.

**Sociaux** : Créer du lien et lutter contre l'inégalité face à la mobilité et au travail.

**Environnementaux** : Réduction des gaz à effet de serres.

### Confiance et sécurité

VOISINE apporte toutes les garanties pour covoiturer en toute tranquillité (confidentialité, conseils, appui à la recherche...).

Elle offre une solution de mise en relation sécurisée, tout en sensibilisant une population qui partage, sans le savoir, des valeurs similaires (solidarité, partage, respect de l'autre...).

« Mettez tous les atouts sécurité de votre côté avec VOISINE. »

### Ça bouge !

VOISINE initie et accompagne d'autres actions de mobilité :

#### Carapattes :

Emmener les enfants à l'école à pied et en toute sécurité et intervenir autour de l'éco-mobilité à l'école.

#### Formation à l'éco-conduite :

Apprendre à éco-conduire c'est réduire sa consommation de carburant de 25% et diminuer le risque d'accidents.

#### Accompagnement des Plans de Déplacement Entreprise

Organisation de la semaine de la mobilité à Mende (du 16 au 22 Septembre)

### Comment faire ?

#### Etape 1

Je m'inscris sur le site internet,

[www.voisine48.fr](http://www.voisine48.fr)

Par Mail,

[voisine.asso48@yahoo.fr](mailto:voisine.asso48@yahoo.fr)

Ou par téléphone,

06 22 00 84 67

#### Etape 2

Je propose ou je demande un trajet.

#### Etape 3

Un trajet m'intéresse ?  
Je prends contact ou je suis contacté.

**C'est simple !**

**C'est gratuit !**

**C'est VOISINE !**

### L'ÉCOMOBILITÉ

C'est la possibilité de se déplacer en silence, sans polluer l'atmosphère, et de façon économe et durable.  
C'est imaginer, et, autant que faire se peut, réaliser et concrétiser cette possibilité.



## Illustration 4

Quiz	
En adhérant à VOISINE, vous bénéficiez de quels avantages ?	Quel est le prix en Allemagne venant par train pour aller aux Landes (économique lorsqu'il y a partage des frais) ?
- Journal d'abonnement	- 0,825 €
- Formation à l'éco-conduite	- 0,800 €
- Goûters : crac-croûte	- 0,975 €
Réponses sur le site Internet de VOISINE	



## Illustration 1



# LISTES DES INFOGRAFISTES ET IMPRIMEURS

## Graphistes:

- IMAGO design  
Val lib, 8 Rue de Wunsiedel, 48000 Mende  
04 66 31 95 45
- Fugazi Communication  
Avenue Lamouroux, Village Est, 30940 Saint andré de Valborgne  
04 66 56 84 71  
[fugazi.fr](http://fugazi.fr)  
contact@fugazi.fr
- [bonjour@heureuxlescailloux.com](mailto:bonjour@heureuxlescailloux.com)  
04 75 37 29 25  
Les Gras de Naves  
07140 Les Vans
- Graphic Repro  
31 Avenue de la République,  
48200 Saint Chély d'Apcher  
04 66 31 49 03
- Chenaud Sébastien  
Les Pélégris, 30450 Génolhac  
04 66 61 17 30
- Morel Gilles  
La Rougerie, 12230 Sauclières  
05 65 58 12 37
- Lhuisset Christian  
Hameau Esparron, 30120 Bez et Esparon  
04 67 81 92 67

## Imprimeurs :

- **O'buro**  
04 66 65 01 80  
Fax : 04 66 65 13 44  
48 avenue du 11 Novembre  
48000 MENDE  
Mail: [o-buro@orange.fr](mailto:o-buro@orange.fr)
  
- **Graphic repro**  
31 av République 48200 SAINT CHÉLY D'APCHER  
Mail : [graphic.repro@orange.fr](mailto:graphic.repro@orange.fr)  
04 66 31 49 03  
fax : .04 66 31 29 17
  
- **Imprimerie des 4**  
rte Antrenas 48100 MARVEJOLS  
Mail : [imprimerie-des-4@wanadoo.fr](mailto:imprimerie-des-4@wanadoo.fr)  
.04 66 32 10 48  
fax : .04 66 32 48 78
  
- **IMPRIMERIE DU GEVAUDAN**  
za rte Malzieu 48200 SAINT CHELY D'APCHER  
04 66 31 12 03  
fax : 04 66 31 13 29
  
- **Imprimerie Graphicouleur Brient**  
81 av Mar Foch 48300 LANGOGNE  
**04 66 69 28 29**
  
- **Service Repro**  
12 Bis av Mar Foch 48000 MENDE  
04 66 65 09 51  
fax : 04 66 65 91 84
  
- **Imprimerie des 4**  
• 48 av 11 Novembre 48000 MENDE  
Mail : [imprimerie-des-4@wanadoo.fr](mailto:imprimerie-des-4@wanadoo.fr)  
**.04 66 32 10 48**

# BULLETIN D'INFORMATION INTERNE



## La Feuille de Route de VOISINE

### *Le petit mot de la Présidente*

*Il me semblait important que votre association vous informe régulièrement de ses actions, tant pour vous montrer qu'elle vit, que pour vous donner envie d'en parler autour de vous.*

*Depuis sa création, VOISINE a posé des jalons pour être connue et reconnue auprès des élus, des collectivités, des associations, des particuliers. Il reste encore beaucoup de travail à faire.*

*Grâce à vous et à votre adhésion, nous commençons à avoir du poids et de l'écoute.*

*Grâce à votre confiance, le covoiturage sera bientôt un mode de pensée incontournable vers plus d'économie et un environnement plus sain.*

*Ce journal est le vôtre.*

*Il vous sera envoyé régulièrement pour vous informer sur notre travail, nos progrès, nos projets. A tout moment, si vous souhaitez participer à une action, diffuser notre dépliant, distribuer notre carte de visite, ou réagir par rapport à un article, n'hésitez pas à nous contacter.*

*Merci de votre confiance.*

*La meilleure publicité, c'est vous qui la faite.*

*Amitiés.*

*Evelyne*

Créée en juillet 2008, l'association VOISINE compte aujourd'hui  
38 adhérents actifs et/ou usagers.



Un site internet "voisine48.fr" et un logiciel, accessible par ce même site, sont à la disposition de tous (adhérents, intéressés, curieux...) pour présenter VOISINE et pour répondre aux attentes et aux besoins de chacun.

On y trouve de tout : présentation de l'association, fonctionnement, des infos à télécharger, et quelques bons plans animations sur le département (avec bien sûr un lien covoiturage culturel pour s'y rendre à plusieurs).

Le logiciel de covoiturage permet de s'inscrire gratuitement, et de proposer ou de rechercher un trajet régulier ou occasionnel.

Aujourd'hui : 1 100 visiteurs, 85 inscrits, 79 trajets.

Se faire connaître, communiquer autour du covoiturage et de la mobilité durable, c'est assez difficile, et cela

demande surtout du savoir-faire et une grande disponibilité.

Aussi, 4 étudiants en licence professionnelle "coordinateur de projet d'éducation à l'environnement pour un développement durable" de SupAgro Florac conduisent actuellement un projet tutoré pour VOISINE. Leur travail consiste en la création d'un plan de communication qui nous permettra, à terme, d'être connus, reconnus et appréciés de tous.

Les propositions attendues, et nous espérons qu'elles seront nombreuses, devront tout à la fois être réalisables, ambitieuses, productives, et bien sûr associées à un budget moindre.

Les stagiaires sont accompagnés et encadrés par la Présidente pendant toute la durée de leur stage.

Nous leur souhaitons pleine réussite dans leur travail, et pouvons dores et déjà les remercier pour leur implication.



La Feuille de Route de VOISINE - Numéro 1 - Novembre 2009



A l'occasion de la semaine européenne de la mobilité qui s'est déroulée du 16 au 22 septembre derniers, VOISINE s'est mobilisée en organisant une journée événementielle le 19 septembre à Mende.

Des animations et activités autour de la mobilité et des déplacements doux ont été proposés à tous, petits et grands, jeunes et moins jeunes, valides et handicapés.

Vélo, marche, skate, rollers, spectacle de vélos rigolos, pistes d'essais, stands et expositions...



Quelques commentaires :

*"Merci pour cette super initiative et surtout pour cette conviction autour de laquelle nous nous sommes tous retrouvés, un moment sympa et convivial, sans en oublier l'importance de l'action."*

*"Merci pour cette journée et pour votre engagement tenace. Pour une première, c'était très bien."*

*"Beaucoup d'informations auprès des stands et une belle unanimité pour défendre les couleurs de la mobilité."*

Un vrai succès pour l'association, qui songe déjà à l'année prochaine.

A suivre....

BOGBOGBOGBOG



Voisine s'organise pour mettre en place des actions de carapattes en Lozère.

Le carapattes, c'est quoi ? C'est un ramassage scolaire à pied, encadré par des parents. Les groupes d'enfants se forment à des arrêts déterminés et à des horaires précis, tout comme un bus. Ce mode de transport vise à limiter l'utilisation de la voiture et sécuriser les trajets piétonniers des enfants sur les parcours domicile – école.

VOISINE est l'association relais d'APIEU Languedoc-Roussillon, c'est à dire que 5 bénévoles ont été formés pour l'accompagnement à la mise en place de projets d'écomobilité scolaire en Lozère. VOISINE est donc reconnue et soutenue par l'ADEME (Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie).

Les premières actions seront conduites sur Mende, auprès de l'ensemble des écoles primaires de la commune.

VOISINE accompagne les parents ou associations de parents, les enseignants, les collectivités pour animer et organiser les projets carapatte (animation de réunions, constitution des équipes, réalisation de documents, communication), grâce à ses 3 animatrices en éducation pour l'environnement.

L'association intervient également dans les écoles, dans le cadre des projets pédagogiques autour de la mobilité.

La Feuille de Route de VOISINE - Numéro 1 – Novembre 2009



# QUESTIONNAIRE D'EVALUATION DE L'AFFICHE

## QUESTIONNAIRE

### Affiche de l'association de covoiturage en Lozère VOISINE

1) Habitez vous en Lozère?

- oui       non

2) Vous êtes:

- une femme       un homme

3) Vous avez :

- entre 18 et 29       entre 30 et 60       plus de 60 ans

4) Vous êtes:

- actif       étudiant       sans emploi       à la retraite  
 autre:

5) D'après vous quel est le message véhiculé par l'affiche?

Incite au covoiturage avec argument a l'ap^pui

6) Vous souhaitez pratiquer le covoiturage. Que faites vous?

site

7) Quel argument vous incite le plus à pratiquer le covoiturage?

- faire des économies       moins de CO2       plus de solidarité  
 autre:

8) Sur une échelle de 1 à 4, avez vous facilement repérer les contacts de l'association?

4

--	--	--	--

9) Pour avoir des informations sur le covoiturage, vous aimeriez trouver cette affiche dans

- les mairies       les foyers ruraux       votre lieu de travail ou d'étude  
 les commerçants       les bibliothèques       les gares  
 autre: PARTOUT

10) Quels sentiments ou impressions vous inspire cette affiche? (dessin, couleur, texte...)

## CONFIANCE ENVIE

11) Avez vous des remarques?

**DOCUMENT DE DIAGNOSTIC ET DE PRECONISATION  
SUR LA COMMUNICATION EXTERNE**

# Optimiser la communication externe de l'association VOISINE

*Document d'analyse et de  
préconisations*



# SOMMAIRE

<b>1° La communication externe de VOISINE.....</b>	<b>3</b>
<b>2° Le plan de communication.....</b>	<b>4</b>
<b>3° Les maquettes de supports</b>	
L'affiche.....	5
Les flyers.....	6
Le triptyque.....	7
L'exposition.....	8
<b>4° Outils pour la réalisation</b>	
Le cahier des charges infographie .....	10
Le carnet de contact « Infographistes en Lozère ».....	10
Un devis d'impression.....	11
Le carnet de contact « Imprimeurs en Lozère ».....	12
<b>5° Outils pour la diffusion</b>	
Un outil d'enquête auprès des points de diffusion .....	13
Le carnet de contacts « Points de diffusion potentiels en Lozère ».....	14

# 1° LA COMMUNICATION DE VOISINE :

## L'objectif :

Après une analyse personnelle et une enquête informelle auprès de notre entourage sur les outils de communication de l'association, nous en avons conclu qu'ils n'étaient pas adaptés au grand public.

En effet, le triptyque et l'affiche, qui sont purement des supports d'accroche, sont ici, deviennent ici des supports d'informations exhaustifs. L'importance du volume du texte en atteste. Ce n'est pourtant pas le but de ces outils dont la tâche principale est de retenir l'œil et l'attention du public.

Dans l'objectif de retenir l'attention du public, les supports sont très colorés. Nous sommes d'accord avec ce choix mais nous pensons que dans ce cas il est poussé à l'extrême. En effet, trop de couleur dé-crédibilise les supports qui sont alors souvent caractérisés « d'enfantin » pour reprendre l'un des résultats de l'enquête informelle. Selon nous, l'usage de couleurs doit être fait avec précaution. Des couleurs chaudes et rassurantes récurrentes sur chaque support doivent être privilégiées sur les couleurs très vives réservées (peut-être à tort) au public enfantin.

Le défaut principal de ces supports est selon nous l'absence d'une image et d'un message conducteur. Ainsi, seul le logo de l'association est présent dans les deux supports. Pourtant le message qu'il véhicule est assez flou et selon nous n'est pas adapté au covoiturage et au grand public. Nous proposons que ce logo reste un logo et qu'une autre image soit insérée pour être porteuse d'un message simple et redondant, pertinent sur le sujet du covoiturage.

**L'association VOISINE a pour but de mettre en relation ses adhérents en vue de déployer le covoiturage sur le département de la Lozère, dans une démarche d'écoresponsabilité et de solidarité.**

**C'est à dire :**

- d'initier, d'organiser et de déployer le covoiturage sur le département de la Lozère ;
- de mettre en relation toutes personnes désireuses de participer au covoiturage, dans le cadre de leurs trajets domicile/travail ;
- de créer une synergie entre voisins de toutes générations pour faciliter la mobilité des personnes isolées, en recherche d'emploi ou démunies de moyen de transport ;
- de développer l'échange et le partage en mettant en relation les personnes intéressées par un même déplacement dans le cadre de leurs études, de leurs loisirs ou de leur vie quotidienne.

Les objectifs de l'association s'inscrivent dans une démarche éco-responsable dont les bénéfices attendus seront à la fois économiques (baisse des coûts imputés aux transports par 2, 3 voire 4 sur le trajet domicile/travail), sociaux (amélioration des conditions de travail et du dialogue social), tissage d'un lien social dans les communes et les quartiers, lutte contre l'isolement face à la mobilité et au travail) et environnementaux (limitation des nuisances sonores, des gaz à effet de serre, réduction de la demande énergétique, réduction des besoins en espace de stationnement).

**VOISINE se propose de répondre à tous vos besoins de déplacement dans un climat de confiance et d'amitié.**

**Fonctionnement de l'association**

Soit l'association enregistre les offres et/ou les besoins de covoiturage à partir d'un questionnaire joint à la demande d'adhésion. Soit vous inscrivez et recherchez vous-même vos trajets sur notre site internet.

VOISINE anime le site, coordonne le suivi des équipages et offre à ses adhérents des formations et des services.

Les covoituteurs peuvent choisir :

- de prendre leur voiture personnelle à tour de rôle pour effectuer leurs trajets, par exemple 1 jour par semaine ou une semaine sur deux...
- de covoiturer chaque jour un (des) adhérents qui ne peuvent pas utiliser leur propre véhicule moyennant une indemnité kilométrique calculée sur la base d'un barème arrêté par l'association.
- les lieux et heures de rendez-vous,
- de covoiturer certains jours et pas d'autres, seulement le matin ou le soir, seulement à certains heures...



**Association de coVOITURAGE Solidaire  
Intégré à l'Environnement**

+ de convivialité

+ d'économie

- de fatigue

+ de mobilité

+ d'espace en ville

- de sécurité

- de pollution

**Pour en savoir plus sur l'offre de covoiturage VOISINE**

Présidente : Evelyne BOURERA  
Siège social : Le Couffray  
48000 LE CHASTEL NOUVEAU  
Tél. : 04.66.49.26.07  
Portable : 06.22.00.04.07  
Mail : voisine.asso48@yahoo.fr  
Site : voisine48.fr



Impulsé par nos voisins—Ne pas jeter sur la voie publique.

**JOURNÉE MONDIALE DE L'ENVIRONNEMENT 2009**  
L'environnement est fête à CHIRAC, le vendredi 5 juin 2009 de 14 h à 19 h - place du souvenir

**OBJECTIFS**

- Sensibiliser sur la protection de l'environnement
- Donner un visage humain aux problèmes environnementaux
- Renforcer l'animation et l'action politiques
- Appeler les citoyens à devenir des agents actifs du développement durable et équitable

**La lutte contre le changement climatique et pour la préservation des écosystèmes est un problème pour chacun de nous. Tous les citoyens, individuellement, si petits soient-ils, peuvent contribuer au développement durable de nos systèmes économiques et des communautés à travers le monde.**

Chaque de nous, individuellement ou collectivement, pouvons agir contre les changements climatiques, en réduisant nos émissions de gaz à effet de serre. Réduire l'usage de la voiture, marcher, faire du vélo, acquiescer un véhicule électrique, prendre les transports en commun quand ils existent, connaître, avec des actions telles que l'emploi-Éco-citoyen, l'achat réduit le nombre de voitures sur les routes, le tri et les émissions de gaz à effet de serre.

**La sécurité des transports, quand consommateur d'énergie, constitue en France, la première source d'émission de gaz à effet de serre (GES) (49 % de tonnes équivalentes CO2 en 2005). Réduire de la moitié grandement des personnes et des marchandises se peut déduire le quart des émissions en France (21 % des GES et 31 % de CO2). Ce secteur est aussi celui qui montre la plus forte croissance (+ 13% entre 1990 et 2005).**

Les seuls véhicules motorisés, malgré des progrès notables en matière de motorisation, sont à l'origine de 66 % des émissions de GES du mode routier. Les émissions de GES liées personnel de la circulation des véhicules (+ 49%) en 2 ans croissent également un septième.

**Covoiturer, c'est plus de convivialité, d'économie, d'espace, de sécurité, de mobilité, et moins d'endossement, de fatigue, de bruit, de pollution... C'est agir !**

**Ne pas jeter à la poubelle sa voiture. Alors, covoiturer avec les changements climatiques !**

Agissez avec VOISINE



Le Couffray - 48000 LE CHASTEL NOUVEAU - 06.22.00.04.07 - Mail : voisine.asso48@yahoo.fr - Site : voisine48.fr

## 2° LE PLAN DE COMMUNICATION ;

### L'objectif :

#### MESSAGE :

##### Pour qui ?

Les particuliers (grand public)

##### Sous quelle forme ?

Triptyque de présentation

Affiche d'accroche

Flyer d'accroche

Panneaux d'exposition itinérante

Site Internet

##### A quel moment ?

Toute l'année : triptyque, affiche, flyer, site Internet

En déplacement : exposition

#### A quel endroit ?

Mairie

Commerces

Office de tourisme

Foyers ruraux

Bibliothèques

Gares...

#### Fichiers d'adresse ?

Partenaires d'exposition et communication

Partenaires prestataires

#### ACTIONS :

>Inventaire des ressources disponibles

>Inventaire et classement des destinataires

>Inventaire et classement des partenaires potentiels

>Conception d'un document de propositions pour le site Internet

>Conception d'un message

>Conception de prototypes

>Enquête sur l'un des supports

>Budgétisation

### 3° LES MAQUETTES DE SUPPORTS :

#### L'affiche :

L'affiche est un support de communication en exposition permanente sur différents lieux. Elle doit pouvoir toucher un maximum de public, le plus efficacement possible. Pour cela, elle doit en premier lieu attirer le regard puis susciter la curiosité et l'intérêt et enfin conduire à informer d'avantage les personnes particulièrement intéressées. Dans tout les cas elle doit être lue rapidement et pouvoir laisser une trace dans la mémoire du lecteur (en suscitant émotion, interrogation, etc.)

L'affiche que nous proposons est composée de plusieurs éléments principaux :

- › Titre clair dont la suite demande d'avantage de lecture.
- › Image caractéristique du covoiturage mettant en valeur le conducteur et représentant plusieurs publics.
- › Fond typique du paysage du département concerné.
- › Bulles d'informations avec les avantages du covoiturage illustrés par des exemples concrets et sûrs.
- › Logo et nom de l'association pour identifier le concepteur.
- › Contact Internet et téléphonique en gros.
- › Trame de couleurs bleue et orange (opposées)

**Partager mon Véhicule, c'est...**

**Faire des économies !**  
Je covoiture 3 fois par semaine : j'économise 1000 € / an\*.

**Moins de CO2 !**  
Je covoiture 3 fois par semaine : j'économise 750 kg de CO2 / an\*.

**Plus de solidarité !**  
Je rencontre d'autres Lozériens : je participe à la vie de mon département.

**Super covoitureur**

30 km aller-retour, source ADEME 2009

**Pour covoiturer en Lozère  
Contacter l'association VOISINE !**

**www.voisine48.fr**  
**06 22 00 84 57**



## Le Flyer

Le flyer est un outil de communication éphémère. Il se présente sous la forme d'un A2 et se diffuse largement dans les lieux publics, les commerces et les boîtes aux lettres. Son message doit être clair et court, c'est à dire le plus efficace possible.

Pour le flyer de VOISINE seul l'argument économique a été mis en valeur. En effet, c'est selon nous (et le questionnaire de l'affiche appuie ce raisonnement), l'argument qui interpelle et intéresse le plus les usagers actuellement.

Le flyer ressemble donc beaucoup à l'affiche afin de garder la même ligne conductrice. Le covoitureur est une fois de plus mis en avant car c'est lui qui affirme faire des économies même si celles-ci concernent tout les usagers du covoiturage.



**En Lozère,  
je covoiture  
3 fois/semaine  
j'économise  
1000 euros/an\* !**

**Super covoitureur**

\*30 km aller-retour, source ADEME 2009

**Pour covoiturer en Lozère  
Contacter l'association VOISINE !  
www.voisine48.fr  
06 22 00 84 57**



## Le triptyque :

Le triptyque est un support de communication en format A4 plié en trois. Cela permet de faire apparaître trois volets. Largement diffusable et facile à mettre dans la poche, le triptyque est un outil de communication à la fois excellent pour accrocher le public et l'informer qualitativement.

L'association VOISINE possédait déjà un triptyque mais il nous a semblé essentiel de l'alléger en information. Nous nous sommes donc concentrés sur l'essentiel : chaque volet doit pouvoir répondre aux questions que se pose le public lecteur. C'est pourquoi les titres sont représentés par des questions (Qui, Quoi, Comment, Pourquoi). Nous avons aussi repris couleurs et polices des outils précédents pour que l'ensemble soit cohérent.

Le triptyque demande une image supplémentaire représentée par un visage. Ce sera au graphiste de créer un personnage. Bien entendu d'autres illustrations peuvent rajoutées tel que des voitures.

<p><b>Des inquiétudes ?</b></p> <p><b>Voisine vous offre des garanties !</b></p> <p><b>Confidentialité :</b> L'inscription de vos coordonnées sur la plateforme de covoiturage est strictement confidentielle.</p> <p><b>Assurance :</b> Toutes les personnes transportées sont couvertes par la garantie obligatoire de responsabilité civile en cas d'accident.</p> <p><b>Confort :</b> Vous pouvez indiquer vos habitudes (fumeur/non fumeur, volume de bagage, type de conduite...) : pour voyager tranquille, faites concorder vos profils !</p>	<p><b>Qui est Voisine ?</b></p> <p>Une association 100% Lozère qui propose une plateforme d'échanges et d'informations pour les covoitureurs.</p> <p><i>Une association en pleine évolution qui gagne à être connue !</i></p> <p><b>ADHEREZ !</b></p> <p>Des avantages sont proposés aux adhérents : journal d'infos, stage d'éco-conduite...</p> <p>« Ensemble, dynamisons notre département ! »</p> <p><b>CONTACT :</b> Le Couffinet 48000 LE CHASTEL NOUVEL <a href="http://www.voisine48.fr">www.voisine48.fr</a> <b>06.22.00.84.67</b> <a href="mailto:voisine.asso48@yahoo.fr">voisine.asso48@yahoo.fr</a></p>	<p><b>Avec VOISINE</b></p>  <p><b>Covoiturer en Lozère, C'EST POSSIBLE !</b></p> 	<p><b>Qu'est-ce que le covoiturage ?</b></p> <p><b>Covoiturer c'est :</b></p> <p>Utiliser une seule voiture pour faire un trajet à plusieurs et partager les frais.</p> <p>Je profite du trajet de quelqu'un d'autre</p> <p>Je propose de prendre quelqu'un dans ma voiture</p> 	<p><b>Covoiturer en Lozère ?</b></p> <p><b>Voisine vous guide !</b></p> <p><b>Etape 1</b></p> <p>Je m'inscris sur le site internet <a href="http://www.voisine48.fr">www.voisine48.fr</a> Ou par téléphone 06 22 00 84 67</p> <p><b>Etape 2</b></p> <p>Je propose ou je demande un trajet.</p> <p><b>Etape 3</b></p> <p>Un trajet m'intéresse : Je prends contact ou Je suis contacté</p> <p><b>C'est simple</b> <b>C'est gratuit</b> <b>C'est VOISINE !!!</b></p>	<p><b>Pourquoi covoiturer ?</b></p> <p><b>En covoiturant trois fois par semaine* :</b></p> <p>J'économise <b>1000 euros/an.</b> (Selon la base d'un prix de revient kilométrique de 0,2 euros / km)</p> <p>J'économise <b>750 kg de CO2/an.</b> (Selon la base de 160 g de Co2 rejetés par km)</p> <p><b>Je fait des rencontres</b> dans mon village et mon département.</p> <p>C'est quand je veux avec qui je veux !</p>  <p>* 30 kms aller-retour Source ADEME 2009</p>
---	--	---	---	--	---

## L'exposition :

L'exposition est un support de communication idéale pour informer un public intéressé. S'il peut faire office d'outil d'accroche, il sera efficace surtout sur des publics sensibilisés.

La conception d'une exposition pour l'association nous a donné l'occasion d'approfondir certains domaines. Nous en avons choisi un par panneau :

### >La mobilité en Lozère :

Ce panneau est consacré au département. Il pose le contexte de la difficulté de se déplacer en Lozère, et introduit une solution à ce problème : le covoiturage.

### >Le covoiturage :

Ce panneau est consacré à l'activité covoiturage. Il reprend les arguments encourageant la pratique mais approfondit aussi sur son histoire, sa pratique en France. Il introduit enfin l'association.

### >L'association VOISINE :

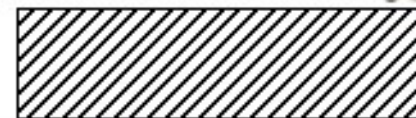
Ce panneau présente sommairement l'association avec ses objectifs et actions. Il présente aussi la démarche pour covoiturer.

Chaque panneau possède un questionnaire dont les réponses sont présentes sur le panneau suivant. Ceci permet de susciter la curiosité des lecteurs pour qu'ils s'intéressent au panneau suivant. Le dernier questionnaire reporte au site Internet.

L'exposition VOISINE pourra être itinérante dans différents lieux publics (mairie, foyers ruraux...) et accompagner la présidente lorsqu'elle tient un stand, etc...

## Panneau 1

### 1. La mobilité en Lozère



#### Qu'est-ce que la mobilité ?

La mobilité représente les besoins et le respect de déplacements et de transports des habitants de Lozère, en les transportant culturellement par exemple, les déplacements aux différents et divers lieux de la culture par exemple.

#### Les types de déplacements en Lozère

Type de déplacement	Transport	Problèmes	Péage
Transport individuel	Voiture particulière	Circulation problématique	Coût élevé
Transport collectif	Autobus	Éloignement	Coût
Transport individuel	Voiture particulière	Circulation problématique	Coût élevé



#### Un territoire qui a perdu sa mobilité

Après avoir vu les besoins et les transports et les déplacements des habitants de Lozère, nous devons nous interroger sur la mobilité.

Le réseau de bus a disparu à l'échelle de Lozère, les transports par bus ne sont plus développés, les villages sont devenus isolés.

Par conséquent, les déplacements des habitants de Lozère sont devenus plus difficiles, surtout les personnes âgées, les personnes à mobilité réduite, les personnes handicapées.

Par conséquent, les déplacements des habitants de Lozère sont devenus plus difficiles, surtout les personnes âgées, les personnes à mobilité réduite, les personnes handicapées.

Face à l'absence de services de transports publics en Lozère, nous devons nous interroger sur la mobilité.

Le covoiturage est l'un des solutions les plus efficaces pour maintenir et développer les transports de personnes en Lozère.

#### Qu'est-ce que la mobilité ?

La mobilité représente les besoins et le respect de déplacements et de transports des habitants de Lozère, en les transportant culturellement par exemple, les déplacements aux différents et divers lieux de la culture par exemple.

Par conséquent, les déplacements des habitants de Lozère sont devenus plus difficiles, surtout les personnes âgées, les personnes à mobilité réduite, les personnes handicapées.

Par conséquent, les déplacements des habitants de Lozère sont devenus plus difficiles, surtout les personnes âgées, les personnes à mobilité réduite, les personnes handicapées.

Face à l'absence de services de transports publics en Lozère, nous devons nous interroger sur la mobilité.

Le covoiturage est l'un des solutions les plus efficaces pour maintenir et développer les transports de personnes en Lozère.



QUESTION	QUESTION
Qu'est-ce que la mobilité ?	Qu'est-ce que la mobilité ?
Qu'est-ce que la mobilité ?	Qu'est-ce que la mobilité ?
Qu'est-ce que la mobilité ?	Qu'est-ce que la mobilité ?
Qu'est-ce que la mobilité ?	Qu'est-ce que la mobilité ?



## Panneau 2

### 2. Le covoiturage



Et voilà où vous

"Le covoiturage est l'usage d'un véhicule par un conducteur accompagnant un ou plusieurs autres personnes pour se déplacer vers un ou plusieurs lieux communs."

#### Le covoiturage

C'est de partager à la fois un voyage et profité par la présence des passagers en 2024. Depuis, le prix du carburant a à nouveau augmenté et le covoiturage est de plus en plus apprécié pour l'un des avantages.

Certes, les gouvernements encouragent le covoiturage et les États-Unis ont encouragé le partage par exemple avec des réductions fiscales et des services fiscaux, alors qu'en France, le covoiturage a toujours du mal à faire ses preuves.

#### Le covoiturage et la CO2 des véhicules

Avec l'annonce, 20% des Français ont déclaré avoir utilisé un véhicule. Ce nombre, qui ne mesure pas l'usage qui est fait du CO2. Mais il est important de connaître ces données car elles, le prix du carburant ou même le logement, se le CO2 à savoir mieux.

Voilà, mais pas sans les autres détails ! Prenez les données ci-dessous et vous saurez d'avance quel est votre impact carbone en covoiturant :

#### Quels sont les avantages ?

Les avantages du covoiturage sont nombreux :

- 1. Economie d'argent
- 2. Réduction de la pollution
- 3. Renforcement des liens sociaux
- 4. Diminution des embouteillages, de la congestion, du bruit, etc.
- 5. Adaptation à un environnement de déplacement toujours plus en développement durable.

Calculateur de l'AVANCE	
Une voiture pour un trajet de 100 km (à vitesse moyenne)	Émissions 2000 CO2 / an
Une 1000 kg de CO2 / an	
Un covoiturage 700 litres de gasoil	Émissions 1000 CO2 / an
	Émissions 1000 CO2 / an

#### Qu'est-ce que ça change ?

Avec la réglementation de la France, l'organisation de covoiturage est simplifiée. En France il existe plus de 100 sites de covoiturage (certains sur différentes villes géographiques) et cela facilite grandement la recherche de covoiturage. Avec l'annonce de VOISINE, les sites de covoiturage de la France ont vu leur trafic augmenter de manière significative.



CO2	
Quel est votre impact ?	CO2 par véhicule (litres)
Quel est votre impact ?	CO2 par véhicule (litres)
Quel est votre impact ?	CO2 par véhicule (litres)
Quel est votre impact ?	CO2 par véhicule (litres)



## Panneau 3

### 3. L'association VOISINE



#### Une association 100% locale

VOISINE, association créée en 2014, a pour but de promouvoir et de faciliter le covoiturage et la mobilité durable en France. Elle est une association à but non lucratif.

Les objectifs de l'association sont de promouvoir le covoiturage durable, de soutenir les initiatives locales de covoiturage et de développer des services innovants.

**Économiques :** la mise en place de services pour les citoyens.

**Sociaux :** Créer de nouveaux liens entre les citoyens et les services.

**Environnementaux :** Réduire l'usage de la voiture.

#### Services et activités

VOISINE propose des services pour faciliter le covoiturage et la mobilité durable, tels que des plateformes de mise en relation, des ateliers de covoiturage, etc.

Elle offre une variété de services et d'activités innovantes, telles que des ateliers de covoiturage, des ateliers de partage, des ateliers de mobilité durable, etc. (ateliers, partage, support de l'usage...)

#### Qu'est-ce que ça change ?

VOISINE agit en covoiturage à travers ses ateliers de mobilité.

#### Coopération

Recevoir les services de la France et de la France, c'est un défi et un défi pour nous de France. Nous sommes à l'écoute de vos besoins et de vos attentes.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

#### Comment faire ?

**Étape 1**  
Avec VOISINE, c'est gratuit !  
www.voisine.fr  
Par Mail,  
voisine.asso@voisine.fr  
Ou par téléphone,  
06 22 00 54 57

#### Étape 2

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

#### Étape 3

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.

Apprendre à la mobilité et à la mobilité est un défi et un défi pour nous de France.



CO2	
Quel est votre impact ?	CO2 par véhicule (litres)
Quel est votre impact ?	CO2 par véhicule (litres)
Quel est votre impact ?	CO2 par véhicule (litres)
Quel est votre impact ?	CO2 par véhicule (litres)





## 4° OUTILS POUR LA REALISATION :

### **Le cahier des charges infographistes**

Nous avons conçu un cahier des charges à l'intention des infographistes pour qu'ils se réapproprient les outils de communication créés. Le document détaille l'ensemble de la commande pour l'infographiste.

Le rôle de l'infographiste est d'autant plus important que nous avons conçu les outils avec des logiciels non professionnels (Open Office), que les outils ne sont pas au bon format (A3...) et que l'image à besoin d'être retouchée afin de pouvoir d'être bien professionnelle.

### **Les infographistes en Lozère**

Nous avons recensé les différents graphistes présents dans la Lozère afin de pouvoir leur envoyer rapidement le cahier des charges si l'association désire améliorer ses supports. Cette liste est le plus exhaustif possible selon nous.



### Préconisations pour l'impression (exemple) :

Désignation	Format	Nombre d'exemplaire	Un exemple de devis sur: <a href="http://www.veoprint.com">http://www.veoprint.com</a>
<b>Flyer A6</b>	105x148	¼ du nombre d'habitants du territoire. Ex: Florac, 2000 habitants = 500 flyers	<b>Critères:</b> -Papier : Couché Brillant supérieur 135g/m <sup>2</sup> -Recto : Quadrichromie  <b>Prix: 161,10 euros HT</b> pour 20 000 exemplaires
<b>Affiche A2</b>	420x594	1 par point de diffusion	<b>Critères:</b> -Papier : Couché Brillant supérieur 115g/m <sup>2</sup> Recto : -Quadrichromie  <b>Prix:179 euros HT</b> pour 1000 exemplaires
<b>Triptyque A4</b>	Format ouvert 297x210 / format fini 100x210 / 2 plis	1/5 du nombre de flyers Ex: Florac = 100 tryptiques	<b>Critères:</b> -Papier : Couché Brillant supérieur 135g/m <sup>2</sup> -Recto : Quadrichromie -Verso : Quadrichromie  <b>Prix: 228 euros HT</b> pour 5000 exemplaires
<b>Enrouleur exposition</b>	850x2000	3	<b>Critères:</b> -Enrouleur deluxe 1 face -Papier : Bâche vinyl 450 g/m <sup>2</sup> -Recto : Quadrichromie  <b>Prix: 548 euros HT</b> pour 3 exemplaires

## **Listing des imprimeurs :**

Nous avons cherché à recenser les imprimeurs de la Lozère. Ce petit document permet de connaître d'autres potentiels imprimeurs afin de de comparer leurs prix et offres.

L'association VOISINE à déjà recouru au services de l'imprimerie des 4 de Marvejols. Cependant, afin d'offrir à l'association un plus large panel de choix nous lui proposons ce document.

## Le questionnaire Google Doc :

Le questionnaire Google Doc que nous avons conçu est prêt à l'emploi pour être envoyé aux potentiels partenaires diffuseurs des outils de communication.

La méthode d'utilisation est un peu complexe mais permet d'envoyer ces questionnaires par emails et d'obtenir les résultats en direct.

Voici la méthode :

- › Aller sur « Google Doc » (en le recherchant sur un moteur de recherche ou cliquant sur l'onglet plus en haut à gauche de la page du moteur de recherche Google).
- › Rentrer son adresse compte gmail associé :  
Adresse : voisine.asso48@gmail.com  
Mot de passe : googledoc48
- › Cliquer sur le fichier « COMMUNICATION COVOITURAGE »
- › Le questionnaire est affiché en tableur, les informations peuvent être ici récupérées. Dans l'onglet « Formulaire » cliquer sur « Modifier le formulaire ».
- › Des modifications peuvent être effectuées ici.
- › En cliquant sur « Envoyer ce formulaire par email »
- › Les adresses peuvent être copiées dans la liste (penser à mettre une virgule et un espace entre chaque adresse

Google Doc traite en direct les réponses, elles sont directement mises dans le tableur et des graphiques peuvent être créés automatiquement.

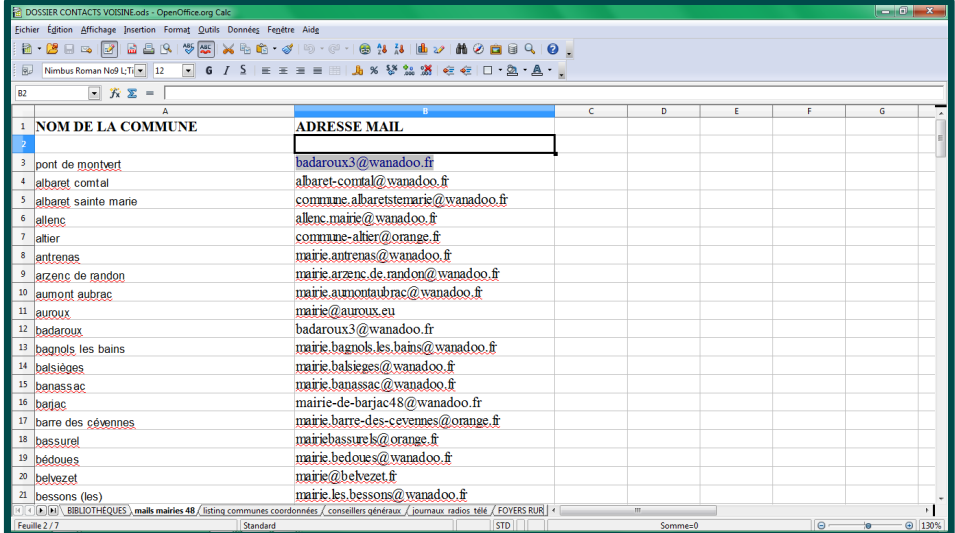
The screenshot shows a Google Forms interface in a web browser. The browser's address bar displays the URL: `dsheets.google.com/viewform?formkey=dGpTSmdiSTgzdkVOZ2dJT2pkRHNC`. The browser's title bar shows "Le Blog des LP CEEDDR" and "Google scholar". The browser's tab bar shows "Google Documents - Tous les élém..." and "COMMUNICATION". The form itself is titled "COMMUNICATION COVOITURAGE" and features a decorative header with gingerbread men. The form content includes a title "COMMUNICATION COVOITURAGE", a subtitle "L'association Voisine 48 de la Seine, spécialisée dans le service à la mobilité durable, vous propose de répondre à une petite enquête. La méthode est simple avec une liste pré-remplie avec des noms d'adhésifs Voisine. Si la liste n'est pas à jour, il est possible de saisir un nom.", a question "Avez-vous une question ou une suggestion à nous soumettre ?", and several multiple-choice questions with radio buttons. The questions are: "Avez-vous réservé le service ?", "Avez-vous réservé le service ?", "Avez-vous réservé le service ?", "Avez-vous réservé le service ?", "Avez-vous réservé le service ?", "Avez-vous réservé le service ?", "Avez-vous réservé le service ?", "Avez-vous réservé le service ?". The form also includes a "Envoyer" button at the bottom.

## Carnet de contact pour les diffuseurs potentiels :

Ce carnet recense les différents partenaires diffuseurs potentiels sur le département de la Lozère :

- > Bibliothèques
- > Mairies
- > Collectivités
- > Conseillers généraux
- > Journaux
- > Radios
- > Télé
- > Foyers ruraux
- > Auto-écoles

Reprenant adresses postales et mails, elle est utile pour l'envoi des questionnaires Google Doc. Le format tableur permet une utilisation simple et pratique de chaque donnée, mais peut être améliorée avec d'autres outils informatiques plus performants.



The screenshot shows a spreadsheet titled "DOSSIER CONTACTS VOISINE.odt" in OpenOffice.org Calc. The spreadsheet has two columns: "NOM DE LA COMMUNE" and "ADRESSE MAIL". The data is as follows:

NOM DE LA COMMUNE	ADRESSE MAIL
pont de montvert	badaroux3@wanadoo.fr
albare comtal	albare-comtal@wanadoo.fr
albare sainte marie	commune.albarestmarie@wanadoo.fr
allenc	allenc.mairie@wanadoo.fr
alhier	commune-alhier@orange.fr
antrenas	mairie.antrenas@wanadoo.fr
arzenc de randon	mairie.arzenc.de.randon@wanadoo.fr
aumont aubrac	mairie.aumontaubrac@wanadoo.fr
auroux	mairie@auroux.eu
badaroux	badaroux3@wanadoo.fr
bagnols les bains	mairie.bagnols.les.bains@wanadoo.fr
balsièges	mairie.balsieges@wanadoo.fr
banassac	mairie.banassac@wanadoo.fr
barjac	mairie-de-barjac48@wanadoo.fr
barre des cévennes	mairie.barre-des-cevennes@orange.fr
bassurel	mairiebassurels@orange.fr
bédoues	mairie.bedoues@wanadoo.fr
belvezet	mairie@belvezet.fr
bessons (les)	mairie.les.bessons@wanadoo.fr



**DOCUMENT DE DIAGNOSTIC ET DE PRECONISATION  
SUR LA COMMUNICATION INTERNE**

# Optimiser la communication interne de VOISINE

*Document d'analyse et de  
préconisations*



# SOMMAIRE

1° La communication interne de VOISINE.....3

2° Les propositions

Le journal interne.....4

Les goûters.....5

L'autocollant.....6

## 1° LA COMMUNICATION INTERNE DE VOISINE :

### **L'objectif :**

La communication interne a très peu sollicité notre attention... Nous nous sommes surtout concentrés sur la documentation externe. Cependant c'est un point qu'il ne faut pas négliger et c'est pour cela que nous reprenons dans ce petit document trois propositions, que nous pensons pertinentes à développer, pour améliorer celle-ci.

## 2° PROPOSITIONS :

### Le journal interne

Après que nous ayons fait une proposition de mise en place d'un journal interne pour tenir les adhérents au courant des activités de l'association VOISINE, la présidente a rapidement construit un petit journal appelé « La Feuille de Route de VOISINE ».

Il propose quatre items :

Mot de la présidente

Communication de VOISINE et projet tuteuré.

Semaine de la mobilité durable

Projet Carapatte

Le journal est très bien fait. Il reprend un certain nombre d'informations sans être trop complet. Il est agrémenté d'illustrations qui procurent de l'espace dans l'ensemble des deux pages.

De petites corrections pourraient être apportées, comme par exemple l'absence de titre pour les rubriques et la création d'une trame générale pour tous les prochains numéros (avec un code couleur cohérent avec le site Internet). Mais l'ensemble est très positif et pourra de toute façon évoluer grâce aux commentaires des adhérents s'ils en font.

Un point intéressant à développer pourra être l'interactivité du journal. Des petits questionnaires, jeux, informations ludiques...

Il faudra cependant veiller à se donner une certaine régularité pour l'envoi du journal (par exemple, un journal tous les 3 mois).

**La Feuille de Route de VOISINE**

*Le petit mot de la Présidente*  
Il me semblait important que votre association vous informe régulièrement de ses actions tant pour vous montrer qu'elle vit, que pour vous donner envie d'en parler autour de vous. Depuis sa création, VOISINE a posé des jalons pour être connue et reconnue auprès des élus, des collectivités, des associations, des particuliers. Il reste encore beaucoup de travail à faire. Grâce à vous et à votre adhésion, nous commençons à avoir du poids et de l'écho.  
Grâce à votre confiance, le covoiturage sera bientôt un mode de pensée incontournable vers plus d'économie et un environnement plus sain.  
Ce journal est le vôtre.  
Il vous sera envoyé régulièrement pour vous informer sur notre travail, nos progrès, nos projets. A tout moment, si vous souhaitez participer à une action, diffuser notre dépliant, distribuer notre carte de visite, ou réagir par rapport à un article, n'hésitez pas à nous contacter.  
Merci de votre confiance.  
La meilleure publicité, c'est vous qui la faite.  
Amities,  
Evelyne

Créée en juillet 2008, l'association VOISINE compte aujourd'hui 38 adhérents actifs et/ou usagers.

Un site internet "voisine.fr" et un logiciel, accessible par ce même site, sont à la disposition de tous (adhérents, intéressés, curieux...) pour présenter VOISINE et pour répondre aux attentes et aux besoins de chacun.  
On y trouve de tout : présentation de l'association, fonctionnement, des listes à télécharger, et quelques bons plans animations sur le département (avec bien sûr un lien covoiturage culturel pour s'y rendre à plusieurs).  
Le logiciel de covoiturage permet de s'inscrire gratuitement, et de proposer ou de rechercher un trajet régulier ou occasionnel.  
Aujourd'hui : 1 100 visiteurs, 85 inscrits, 79 trajets.  
Se faire connaître, communiquer autour du covoiturage et de la mobilité durable, c'est assez difficile, et cela demande surtout du savoir-faire et une grande disponibilité.  
Aussi, 4 étudiants en licence professionnelle "coordonnateur de projet d'éducation à l'environnement pour un développement durable" de SupAgro Florac conduisent actuellement un projet tuteuré pour VOISINE. Leur travail consiste en la création d'un plan de communication qui nous permettra, à terme, d'être connus, reconnus et appréciés de tous.  
Les propositions attendues, et nous espérons qu'elles seront nombreuses, devront tout à la fois être réalisables, ambitieuses, productives, et bien sûr associées à un budget moindre.  
Les stagiaires sont accompagnés et encadrés par la Présidente pendant toute la durée de leur stage.  
Nous leur souhaitons pleine réussite dans leur travail, et pouvons dire et déjà les remercier pour leur implication.

de la mobilité qui derniers, VOISINE les événementielle  
la mobilité et des à tous, petits et et handicapés.  
de vélos rigolos,

Quelques commentaires :  
"Merci pour cette super initiative et surtout pour cette conviction autour de laquelle nous nous sommes tous retrouvés, un moment sympa et convivial, sans en oublier l'importance de l'action."  
"Merci pour cette journée et pour votre engagement envers. Pour une prochaine, c'était très bien."  
"Beaucoup d'informations auprès des stands et une belle unité pour défendre les couleurs de la mobilité."  
Un vrai succès pour l'association, qui songe déjà à l'année prochaine.  
A suivre....

La Feuille de Route de VOISINE - Numéro 1 - Novembre 2009

La Feuille de Route de VOISINE - Numéro 1 - Novembre 2009

## Les goûters

Des goûters-rencontres sont prévus dans les actions de l'association, inscrits sur le site internet.

Un goûter ou une autre manifestation similaire permettrait aux adhérents de se rencontrer physiquement et de pouvoir échanger.

C'est là un des objectifs principaux de VOISINE : la proximité avec ses usagers.



## L'autocollant

L'idée d'un autocollant avait déjà été retenue par Evelyne Boukera. Mais elle a choisi de consacrer en premier lieu son budget à l'impression de cartes de visites dans le but de communiquer plus largement autour de ses adhérents et partenaires.

Nous pensons que l'idée d'un autocollant doit être gardée en mémoire car en plus d'être un cadeau sympathique pour les adhérents (un argument de plus pour encourager l'adhésion), s'ils en font usages en le collant sur leur véhicule, l'autocollant pourra être un autre support de communication externe.

Exemple d'autocollant :



**DOCUMENT DE DIAGNOSTIC ET DE PRECONISATION  
SUR LE SITE INTERNET**





# Optimiser le site internet de l'association VOISINE

*Document d'analyse et de  
préconisations*



# SOMMAIRE

1° Le site internet.....	2
2° La page d'accueil.....	3
Le diagnostic.....	4
Les préconisations.....	5
3° L'arborescence du site.....	6
L'arborescence actuelle du site VOISINE.....	7
Les préconisations.....	8
4° La mise en page.....	9
Le zoning.....	9
Les articles.....	10
Des pistes à explorer.....	11
5° Les propositions d'outils.....	15
Sitographie.....	16

# 1° LE SITE INTERNET :

## POURQUOI UNE ANALYSE ?

Le site internet est un outil privilégié par les structures dont l'objectif est de développer le covoiturage. Plateformes d'informations et de contact entre covoitureurs, on les trouve aussi bien à l'échelle locale ou nationale.

Après un an d'existence du site de l'association VOISINE en Lozère (48), le nombre de visites et d'annonces déposées sur le site reste limité.

Afin de connaître les raisons de cette stagnation, nous avons procédé de deux manières :

- la réalisation d'un sondage informel auprès d'habitants de Florac sur l'utilisation du site
- l'exploration d'autres sites de covoiturage

Voici les grandes lignes qui sont sorties de cette démarche:

- Difficulté à trouver comment s'inscrire pour covoiturer
- Navigation difficile et lente dans le panel d'onglets existants
- Afflux d'informations trop denses dans certaines pages
- Absence d'outils de facilitation de l'usage des sites de covoiturage

## OBJECTIF GENERAL :

Augmenter quantitativement et qualitativement la fréquentation du site internet.



## MOYENS:

- Optimiser la page d'accueil du site
- Simplifier l'arborescence du site et la navigation
  - Optimiser la mise en page du site
  - Proposer de nouveaux outils



## INDICATEURS A MOYEN TERME:

- Pourcentage d'augmentation du nombre de visites
- Pourcentage d'augmentation du nombre de pages visitées
  - Pourcentage d'augmentation du nombre d'inscriptions
- Pourcentage d'augmentation du nombre d'annonces déposées
- Pourcentage d'augmentation du nombre d'emails ou d'appels téléphoniques reçus par l'association

## 2° LA PAGE D'ACCEUIL :

### USAGES :

C'est le point d'entrée fréquent du site internet. Elle permet à l'utilisateur de

- **savoir rapidement sur quel site il se trouve** (thème général et propriétaire)
- **à quoi il va lui servir** ( trouver des trajets de covoiturages, des informations...)
- **où se diriger en priorité** (mise en valeur de certaines rubriques en fonction des attentes de l'utilisateur).

Statistiquement, la page d'accueil est très visitée mais souvent les utilisateurs consultent uniquement cette page d'accueil, par manque de lisibilité sur le contenu du site.

Aujourd'hui les gens sont pressés: ils veulent accéder à l'information et aux services qu'ils cherchent sur un site internet rapidement.

Selon le centre de formation Web Arkantos, le temps disponible pour capter l'attention d'un usager potentiel se situe entre 10 et 30 secondes.

### Quelques moyens pour optimiser la clarté de cette page :

N°	Moyens	Propositions
1	Le logo: il permet l'identification du propriétaire du site	Augmenter la lisibilité du logo
2	La baseline: elle permet de décrire brièvement le thème du site	Quelques mots descriptifs sur le covoiturage/ Slogan
3	Le texte d'accueil: il met en avant l'intérêt du site pour l'utilisateur	Aller à l'essentiel / Alléger le texte Orienté l'utilisateur vers les informations prioritaires
4	Outil de recherche: il permet de guider l'utilisateur dans ses recherches	Le mettre en évidence (place conventionnelle: en haut à droite)
5	Menu: il facilite la navigation de l'utilisateur	Alléger le nombre de chapitres / Mettre en valeur certaines rubriques/ Restructurer l'information
6	Informations récentes: montre les mises à jours du site, son actualité	Derniers trajets publiés / Derniers messages publiés/ Agenda ....
7	Pied de page : regroupe les infos utiles	la date de mise à jour, un lien vers un formulaire de contact, FAQ etc.

# DIAGNOSTIC

## Les points positifs

## Les points négatifs

● La présence du logo

● Le format du logo

● L'affichage de la barre de navigation

● Le menu trop chargé

● La présence du moteur de recherche

The screenshot shows the homepage of the Voisine website. At the top, there is a green header with a car illustration and the 'Voisine' logo. Below the header, the page is divided into two main columns. The left column contains a 'Menu' with various categories such as 'Accueil', 'News', 'L'association', 'Participer', 'Bouger autrement', 'Informations à télécharger', 'Covoiturage culturel', 'Nous contacter', and 'Liens'. The right column features an 'Accueil' section with a welcome message, a quote about carpooling, and several paragraphs explaining the benefits of carpooling, such as cost reduction and environmental impact. At the bottom, there is a search bar and logos of partner organizations.

● L'absence de baseline

● La présence du message d'accueil

● Le manque de clarté sur l'utilité du site pour l'internaute

● L'absence d'informations récentes

● L'absence de pied de page

# PRECONISATIONS

Un logo clair

Un menu simplifié

Des titres hiérarchisés en fonction des attentes de l'internaute

Un pied de page

**VOISINE** Exemple: **Le covoiturage: plus d'économie, plus de convivialité, moins de CO2!**

**Menu**

- **Accueil**
- **Qui sommes nous?**
  - » Notre association
  - » Nos actions
  - » Nos outils de communication
  - » On parle de nous
  - » Adhérez!
- **Trouver un trajet**
  - » Sur le site
  - » Par courrier
  - » La charte
  - » Le barème kilométrique
- **En savoir plus sur le covoiturage...**
  - » Qu'est ce que c'est?
  - » Assurance et impôts
  - » Quel covoitureur êtes vous?
  - » Bouger autrement, bouger vert!
  - » Liens utiles
- **Entreprises et collectivités**
  - » Avantages
  - » Partenariat et services
- **Évènements en Lozère**
  - » Agenda culturel
  - » Semaine de la mobilité
- **Nous contacter**

**Accueil**

Vous cherchez un trajet ou des conseils sur le covoiturage en Lozère?

L'association **VOISINE** vous propose un service gratuit et rapide!

- **Étape 1:** Je m'inscris en quelques clic.
- **Étape 2:** J'ajoute une proposition ou une demande de trajet.
- **Étape 3:** Je contacte ou je suis contacté par un co-voitureur.
- **Étape 4:** ... En voiture!

**TROUVEZ UN TRAJET**

**Les derniers trajets publiés:**

PROPOSITIONS	DEMANDES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Montpellier =&gt; Florac/ Espagnac/ Mende à variable régulier</li><li>• Florac =&gt; Montpellier à variable régulier</li><li>• Espagnac =&gt; Mende à 0830 régulier</li><li>• Mende =&gt; Espagnac à 1730 régulier</li><li>• marvejols =&gt; mende à 0730 régulier</li></ul> <small>Les autres propositions</small>	<ul style="list-style-type: none"><li>• MENDE =&gt; MARVEJOLS à 0825 régulier</li><li>• Le Buisson =&gt; Marvejols à 0630 régulier</li><li>• Marvejols =&gt; Le Buisson à 1040 régulier</li><li>• FLORAC =&gt; COLLET DE DEZE à 1700 le j/mm/5eaa</li><li>• mende =&gt; paris à 0630 le j/mm/5eaa</li></ul> <small>Les autres demandes</small>

FAQ - Contact - Date du jour

Une baseline

Un moteur de recherche mis en évidence

Un message d'accueil simple et pratique

Une mise en page aérée et des éléments mis en valeur

L'accès direct aux services du site pour l'internaute

Des informations récentes

### 3° L'ARBORESCENCE DU SITE :

#### OBJECTIFS :

Elle est l'architecture du site, transcrite au travers du menu. Elle hiérarchise l'information du site en onglets et sous onglets correspondant à des pages.

Pour être optimale, elle doit permettre à l'utilisateur :

- **une navigation simple** et fluide par une information claire et organisée dans le menu

- **une réponse rapide** à la recherche de l'utilisateur: Elle tend donc vers la satisfaction **des attentes et besoins de l'utilisateur**

- **une vue d'ensemble** du site et des informations générales qu'il contient

Les visiteurs ne passent en moyenne que 10 secondes à essayer de comprendre l'architecture du site avant de le quitter.

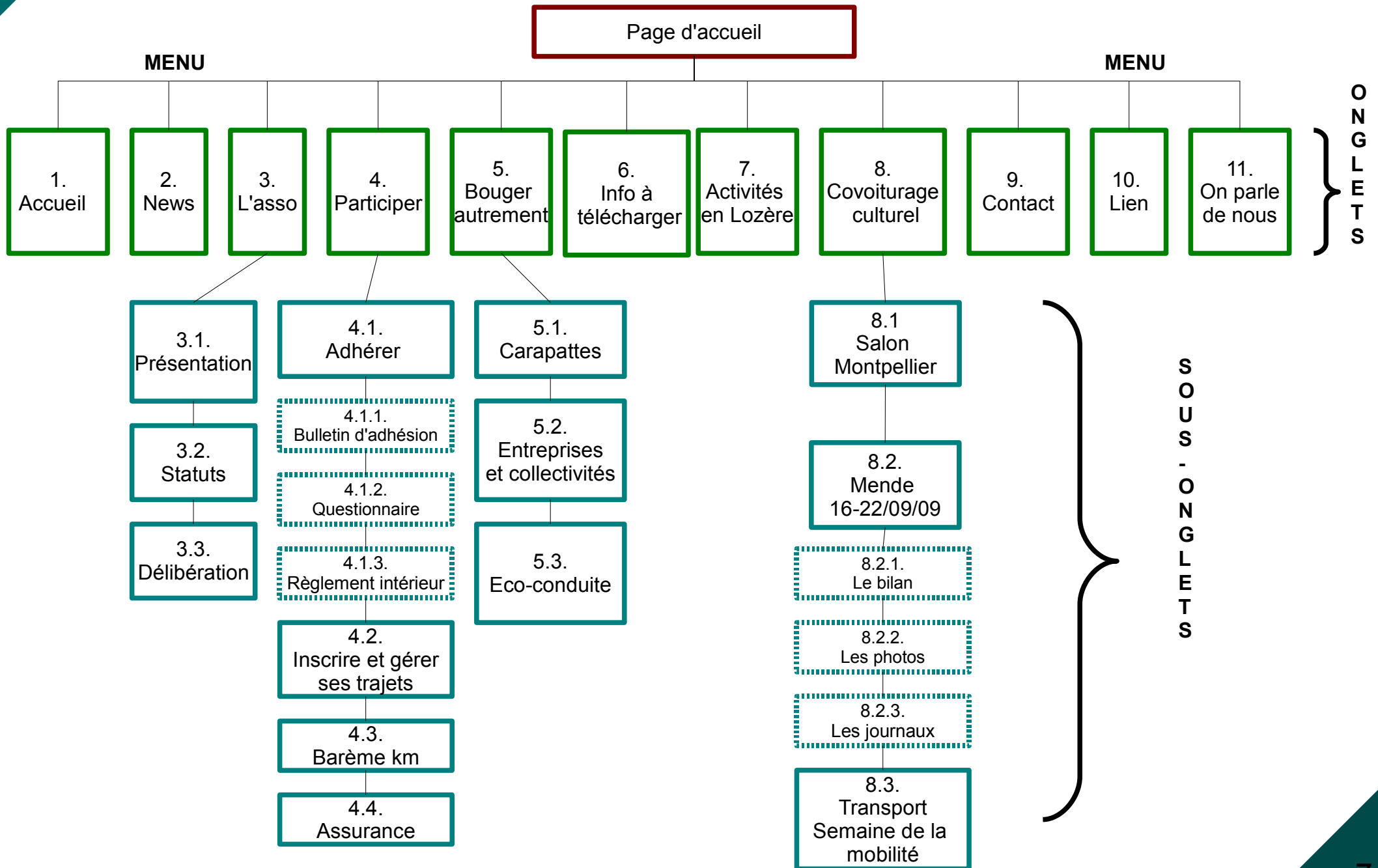
#### Les questions à se poser pour hiérarchiser l'information:

- A qui est destiné le site?
- Pour quel usage?
- Que mettre en valeur?

Public cible	Objectif de l'utilisateur	Questions prioritaires	Titres à mettre en valeur
Grand public de Lozère	Trouver des informations et des trajets en covoiturage	Qui est le propriétaire du site?	Qui sommes nous? (L'association)
		Comment trouver un covoitureur?	Trouver un trajet
		Comment répondre à mes questions sur le covoiturage	En savoir plus sur le covoiturage
Entreprises et collectivités	Trouver des informations et des services liés au covoiturage	Comment trouver des informations et services spécifique à ma structure?	Entreprises et collectivités



# Arborescence actuelle du site de VOISINE

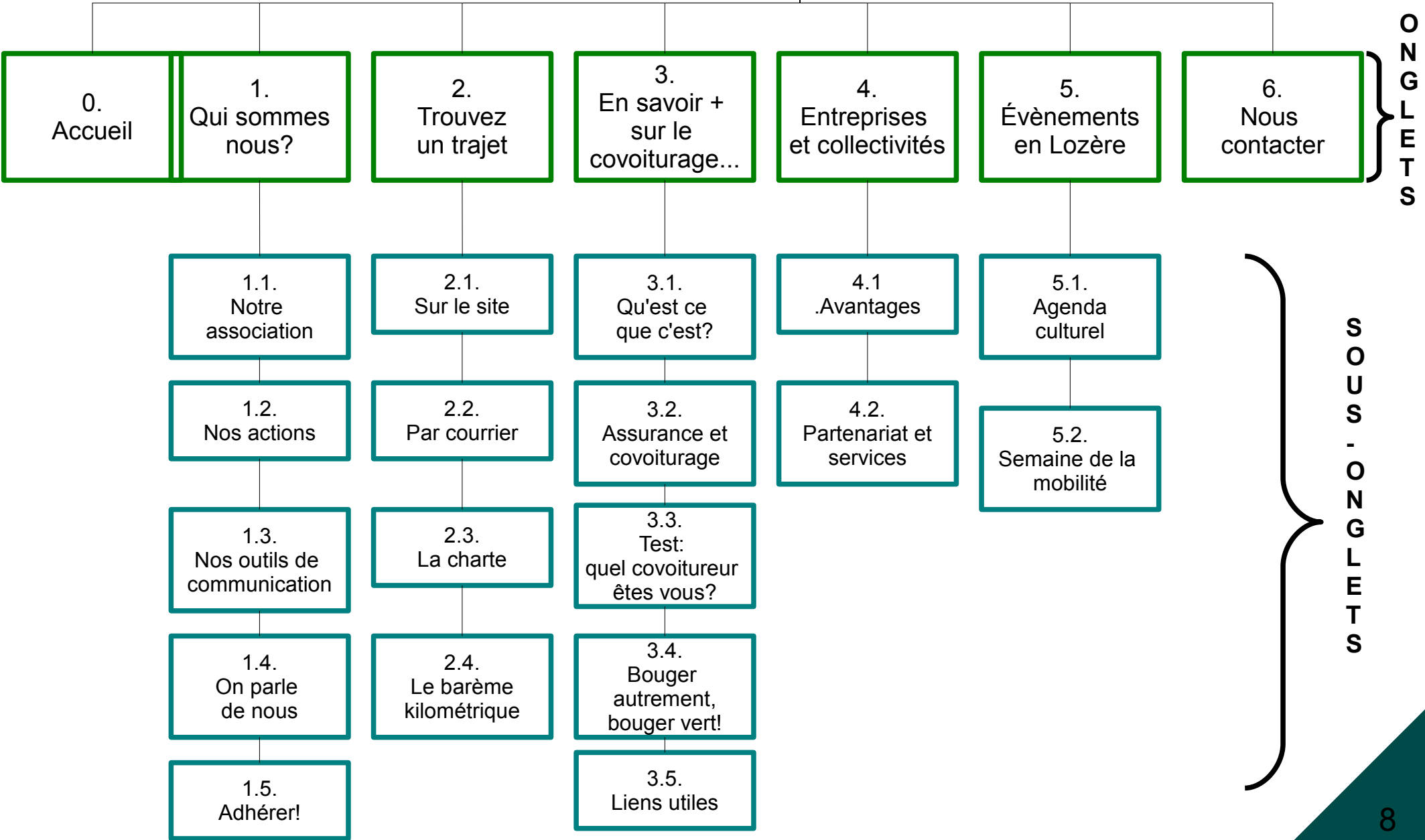


# PRECONISATIONS

Page d'accueil

MENU

MENU



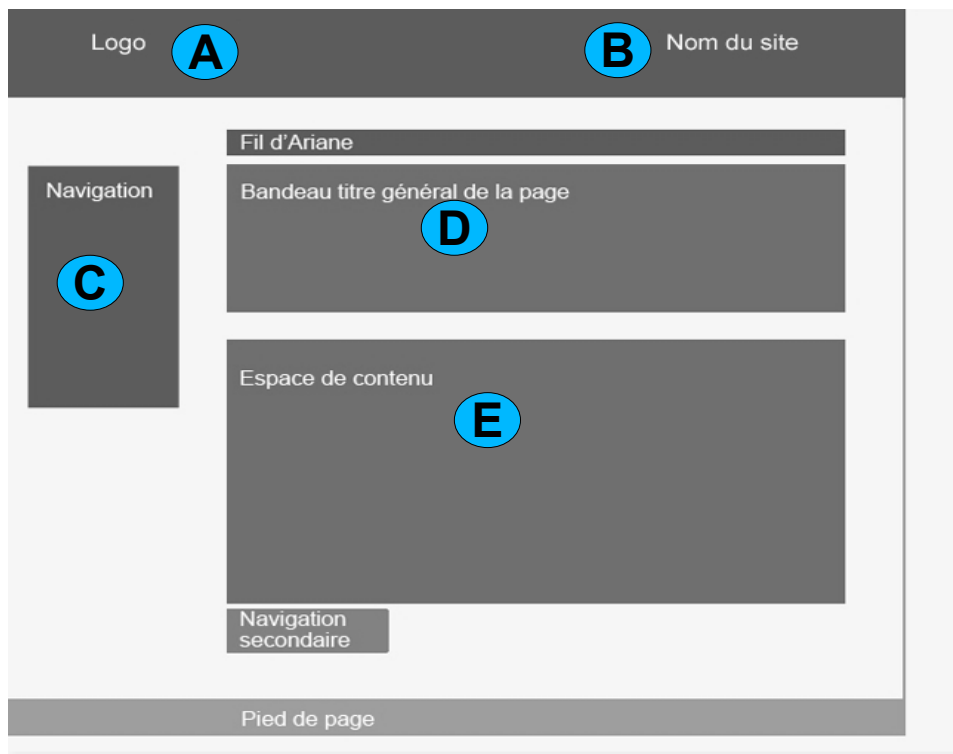
## 4° LA MISE EN PAGE :

### LE ZONING:

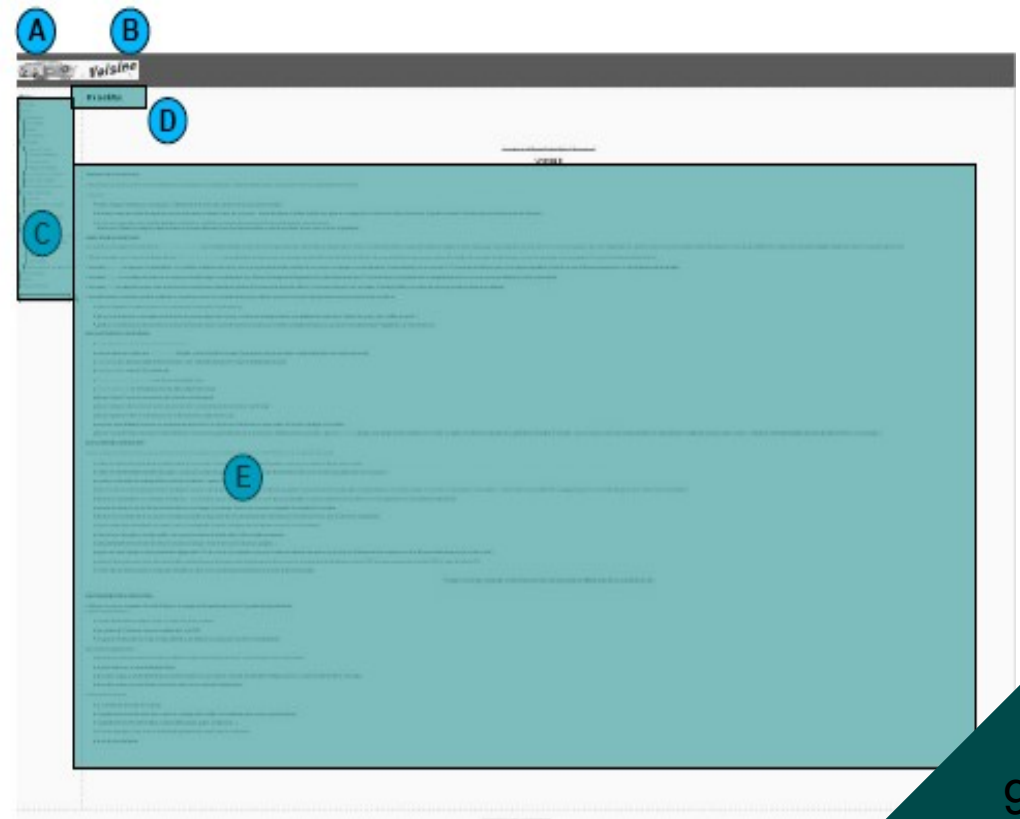
Le zoning permet de **découper la page** en autant de zones que nécessaire. Cela permet de positionner les zones de navigation, les contenus, le logo, le pied de page, le moteur de recherche, ou le fil d'Ariane...

Les visiteurs sont habitués à certains mécanismes, ne les perturbons pas. Ils doivent se sentir comme chez eux ! Il y a un phénomène d'apprentissage de la part de l'utilisateur qui a des **points de repères** vis-à-vis d'Internet. En respectant certains standards visibles sur Internet, l'utilisateur retrouvera **un environnement familier**.

#### Le zoning classique:



#### Le zoning voisine:



## LES ARTICLES :

L'objectif de la mise en page des articles est de captiver le lecteur et maintenir son attention. Pour cela il existe diverses techniques:

- Favoriser des **pages légères et aérées** ne pas contenant trop de texte. Dans le cas contraire, le lecteur ira rarement jusqu'au bout de l'article. Si l'information est dense, mieux vaut alors **créer des sous-pages ou des dossiers en lien ou en téléchargement**.

- L'article doit être conçu comme **une pyramide**, un entonnoir qui va « aspirer » les lecteurs dans la page. Les éléments importants doivent se situer au début de l'article.

- **Le titre** doit être court, explicatif et mis en valeur: 50 % des lecteurs quitteront la page si le titre est absent ou non visible (selon le site web « rankspirit »)

- **Le chapeau** présente en quelques mots le contenu de l'article et permet ainsi au lecteur de savoir si il l'intéresse.

- **Les paragraphes** ne doivent contenir qu' une seule idée et être annoncés par des **sous-titres** afin de conserver l'attention du lecteur.



### Les question à se poser pour optimiser la clarté et la mise en page des articles:

- L'information est-elle bien triée et regroupée selon les attentes de l'utilisateur ? Ne faut-il pas déplacer certains contenus vers d'autres rubriques?
- Toutes les informations contenues dans une page sont elles utiles ? Ne peut on pas en mettre une partie en lien ? N'est il pas préférable de créer une nouvelle rubrique?
- Les pages sont elles aérées et agréables à lire? Sont-elles structurées par des titres, chapeaux et sous titres mis en valeur?



▶ *Des pistes ci- après...*

# DES PISTES A EXPLORER

## 1. Qui sommes nous?

### 1.1. Notre association

Hiérarchiser par des sous titres

**-Quand?** historique  
**-Qui?** Voisine, Bureau, Membres  
**-Quoi?**  
Objectif principal  
**-Pourquoi?**  
Enjeux du covoiturage en Lozère  
**-Comment?**  
Fonctionnement

**En lien:**  
Les statuts  
Les délibérations

*contenu: voir page  
« Présentation » du site*

### 1.2. Nos actions

Séparer chronologiquement les actions par des sous titres

**- Actions présentes**  
**- Actions passées**  
**- Actions en projet**

*contenu: voir page  
« Présentation » du site*

### 1.3. Nos outils de communication

Insérer un texte de proposition et modalités de dépôts de support ou de prêt de l'exposition

**En lien:**  
- Le flyer  
- L'affiche  
- Le triptyque  
- L'exposition

*contenu: voir page  
« Information à télécharger » du site*

### 1.4. On parle de nous

**En lien:**  
Les articles

*contenu: voir page  
« On parle de nous » du site*

### 1.5. Adhérer!

Hiérarchiser par des sous titres

**-Pourquoi?**

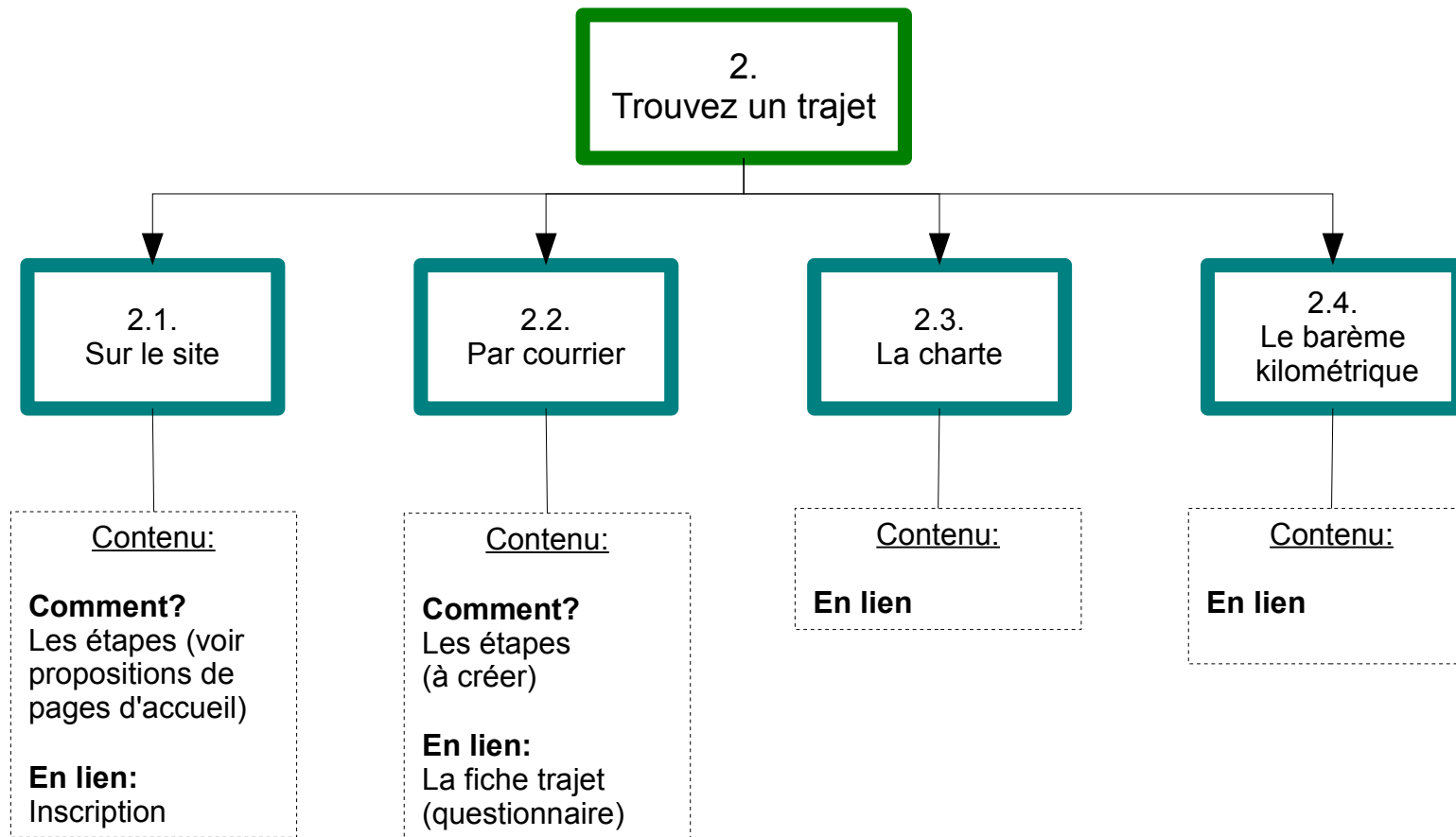
*( contenu: voir page  
« Participer » du site)*

**-Comment?**

*(contenu: voir page  
« Adhérez » du site)*

**En lien:**

-Le bulletin d'adhésion  
-La charte (*règlement intérieur*)



### 3. En savoir plus sur le covoiturage

3.1.  
Qu'est ce  
que c'est?

Hiérarchiser par  
des sous titres  
**- Définition**  
**-Avantages du  
covoiturage**  
(voir page  
« *Présentation* »  
du site)

3.2.  
Assurance et  
covoiturage

voir page  
« *Covoiturage et  
assurance* » du  
site

3.3.  
Test: Quel  
covoitureur êtes vous?

Reformuler  
sous forme de  
questions/ test  
  
Résultat  
Je suis plutôt  
solidaire, écolo,  
ou économe...

3.4.  
Bouger autrement  
Bouger vert!

3.4.1.  
Carapattes  
voir page  
« *Carapattes* » du  
site

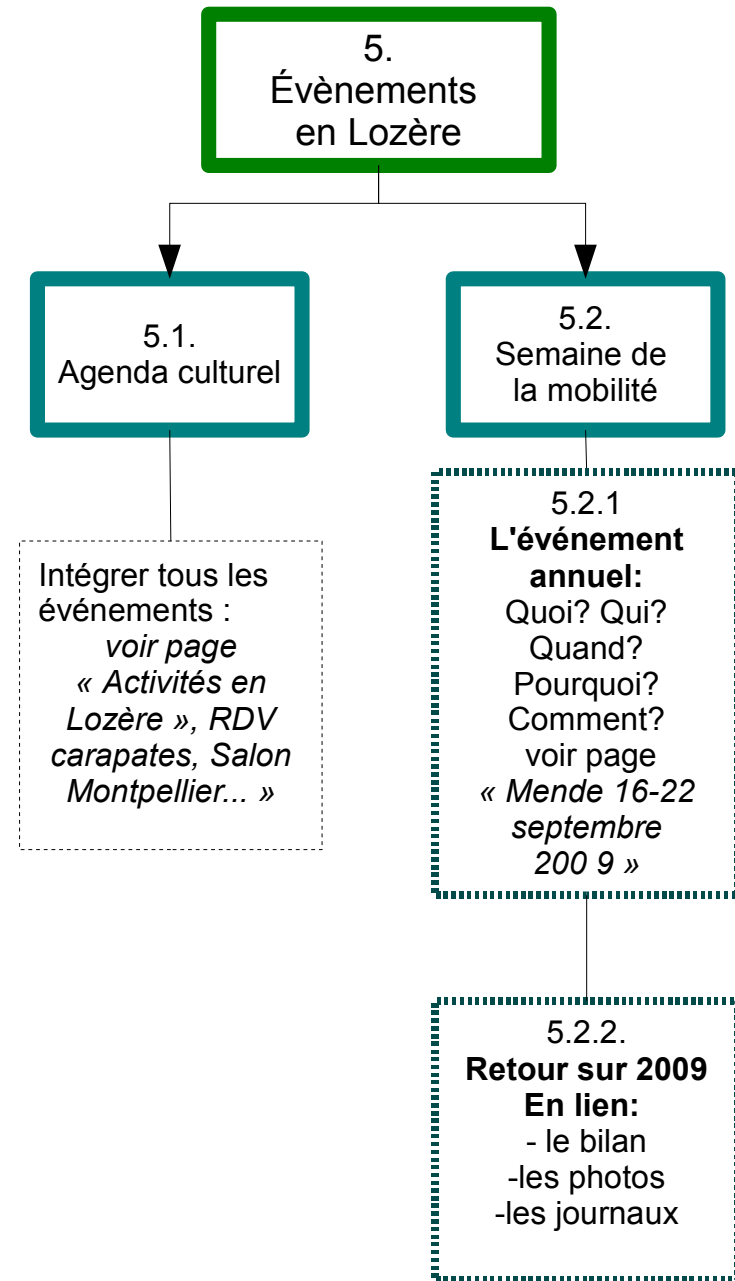
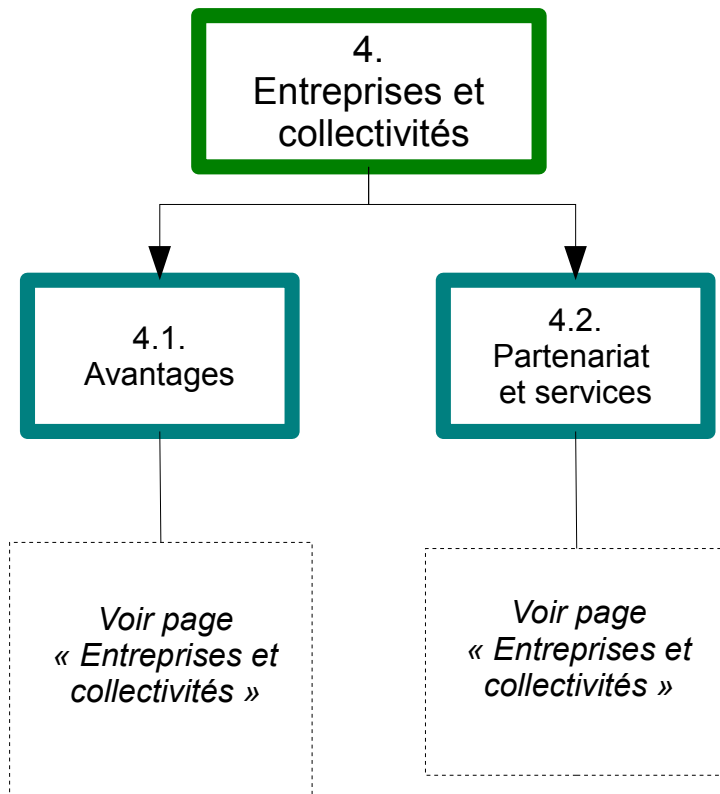
3.4.2.  
Eco-conduite  
  
voir page « *Eco  
conduite* » du site

3.4.3.  
Auto-partage  
à créer

3.5.  
Liens utiles

voir page  
« *Liens* » du site





## 5° LES PROPOSITIONS D'OUTILS:

Outils	Détails	Remarques
<b>Fiche de présentation des covoitureurs</b>	Photo, âge, sexe, professions, contact mail et téléphone commentaire...	Augmente la confiance entre covoitureurs, permet des rencontres par affinité, facilite la prise de contact...
<b>Fiche de trajets</b>	Le trajet détaillé avec horaire, le tarif, l'heure de départ, d'arrivée, les préférences ( chiens, fumeurs, discussion, bagages, enfants, musique...)	Offre des données pratiques complètes, permet de trier les offres selon ses attentes, évite les imprévus ou indésirables de dernières minutes
<b>Carte</b>	Carte avec le trajet (Google map)	Facilite la visualisation des points de RDV ou d'arrivée possibles sur un trajet
<b>Moteur de recherche par ville</b>	Avec options « à moins de 10, 30, 50 kilomètre », « à 1,2,3 jours de différence » ...	Facilite la recherche de trajet pertinent, évite le tache laborieuse de lire toute la liste d'annonces
<b>Témoignage</b>	Expérience de covoitureurs de profils différents	Augmente la confiance, assure de la sécurité...
<b>Géolocalisation interactive</b>	Carte qui permet de voir tous les trajets proposés dans une zone donnée	Permet de choisir des trajets au plus près de chez soi
<b>Indice de fiabilité des covoitureurs</b>	Pourcentage de vote des covoitureurs ayant réaliser un trajet: avec quelqu'un: cette personne était présente ou absente au RDV....	Augmente la confiance, évite les personnes non respectueuses de la charte de l'association
<b>Plateforme d'expression</b>	Par exemple: forum, sondage en ligne...	Permet de déceler les problèmes et attentes des usagers du site

# Sitographie

1. “Arkantos © 8 étapes simples pour améliorer son site internet,”  
<http://www.arkantos-consulting.com/articles-marketing-internet/strategie-webmarketing/20051230-8-etapes-simples-pour>
2. “Cinq conseils pour améliorer l’ergonomie de son site,” <http://www.journaldunet.com/0510/051007ergonomie.shtml>
3. “Créer un site beau, dynamique et respectueux des standards,”  
<http://www.commentcamarche.net/faq/1073-creer-un-site-beau-dynamique-et-respectueux-des-standards>.
4. “Créer un site Internet avec Front page express,”  
<http://netia62.ac-lille.fr/liev/propeda/propeda/fichiers/infor/pages/ref.htm>.
5. “Design et ergonomie d’un site Web,” <http://www.rankspirit.com/design-site-web.php>.
6. “Ergonomie de la page d'accueil - Ergolab,” <http://www.ergolab.net/articles/ergonomie-page-accueil.php>.
7. “Les 6 dimensions de l’efficacité d’un site internet par CRM Matrix | DigitalMixMarketing,”  
<http://www.digitalmixmarketing.com/les-6-dimensions-de-lefficacite-dun-site-internet-par-crm-matrix/>.
8. “Covoiturage Voisine,” <http://www.voisine48.fr/accueil-association-voisine>.
9. “Site Internet : mesurer son efficacité - Comptanoo.com,”  
[http://www.comptanoo.com/\\_Publication/Dossier/D966/site\\_internet\\_\\_mesurer\\_son\\_efficacite.asp](http://www.comptanoo.com/_Publication/Dossier/D966/site_internet__mesurer_son_efficacite.asp).