

Fiche de mission Communication

SEPT 2019 / JANV 2020

La mission consiste à poursuivre et développer le travail réalisé en communication cette année qui avait pour ambition de :

- Faire de Transiscope un outil incontournable dans le monde de la transition
- Faire en sorte que l'outil soit bien utilisé/ pleinement exploité par ces mêmes organisations
- Ancrer physiquement Transiscope dans ce monde de la transition (événements, print, présentations...)

Le projet n'étant pas encore mûr pour être visible d'un public plus large, il faut se concentrer à le faire connaître et à ce qu'il soit utilisé par le plus grand nombre de personnes qui s'intéressent à la transition écologique et sociale.

CONDITIONS/PROFILS

- **Freelance** qui connaît très bien le monde de la transition, a des contacts, des entrées, et peut activer son réseau pour diffuser Transiscope
- **25 jours de travail** répartis de septembre 2019 à janvier 2020.
- **Rémunération** : 3500€ (prix militant)
- **Gestion de projet** : en lien avec le groupe communication de Transiscope, co-géré par Solenne et Edouard

LA MISSION

Depuis début 2019, Transiscope cherche à gagner en notoriété dans toutes les grandes organisations publiques ou privées qui travaillent pour la transition écologique. La stratégie suit son cours, mais lentement.

Objectif : que le projet soit compris et approprié par tous les acteurs.rices de la transition en France actuellement.

Indicateurs de réussite : le plus grand nombre d'acteurs, de structures, de projets qui connaissent Transiscope, l'utilisent et partagent l'outil.

3 CIBLES, 3 OBJECTIFS :

Les structures au sens large de l'ESS : comme les ONGs, entreprises sociales et solidaires, coopératives, syndicats ou organes étatiques, comme les mairies.

Objectif : qu'ils connaissent Transiscope, qu'il l'utilise comme un outil, qu'il diffuse la carte dans leurs réseaux.

Les structures qui ont des données : des ONGs, entreprises... Celles qui ont déjà des cartographies ou des tableaux de solutions dans leur domaine.

Objectif : qu'elles partagent leurs données sur la carte et mettre en avant la carte avec les autres alternatives (relais de com aussi)

Les plus motivé-es : Les citoyens-es ou structures.

Objectif : élargir la base militante Transiscope avec des personnes qui s'engagent à son développement, pour augmenter la portée et les actions du projet

AXES / ACTIVITÉS

Relancer la com en septembre

- Campagne mail auprès des organisations
- Diffusion sur les réseaux sociaux
- Communication presse spécialisée

Planter Transiscope dans les orgas

- Prise de rendez-vous pour aller présenter physiquement le projet dans les orgas (soirées ou des petits déjeuners de présentation)
- Appels téléphoniques, rencontres...
- Proposer le kit de com aux orgas amies qui n'ont pas communiqué (spécialement les actions web mais aussi proposer d'afficher Transiscope dans leur locaux / sur leurs stands...)
- Faire parler les têtes de réseaux si ces orgas en ont (des directeurs ou portes paroles connus)

Co-organiser la soirée de rentrée

- Préparation du programme et du message avec le groupe communication
- Invitation des organisations de la transition
- Communication avant / pendant / après la soirée (vidéos, photos..)

Les organisations en démarchage

- S'assurer que les orgas communiquent bien sur l'outil
- Faire passer le message très ciblé de récupération de leurs données (en lien avec le groupe de travail données)
- Préparer une convention de partenariat qui assure une communication du Transiscope pour les bases de données/cartographies qui rejoignent le portail.
- Relancer celles qui n'ont pas communiqué par mail

INDICATEURS DE RÉUSSITE

- Se donner des objectifs en terme de nombre d'organisations à atteindre et de leur qualité et travailler dans ce sens
- Définir les indicateurs RS

CONTACTS

Edouard Marchal - edouard.marchal@gmail.com
Solenne Boiziau - solenne.boiziau@mouvementutopia.org