

Bilan d'une animation commerciale

nom de l'animation :

thème :

objectifs :

date du début de la réalisation :

durée :

description de l'animation :

budget de l'animation

recettes	dépenses

organisation et répartition :

moyens mis en œuvre :

*(matériels, animateurs,
tickets, cartes, lots...)*

bilan de l'opération :

aspects positifs	aspects négatifs

Création d'une Union Commerciale

Pour vous aider à mettre en place et à gérer vos tâches, cochez au fur et à mesure les actions que vous avez effectuées.

Avant l'Assemblée Générale Constitutive

- Fixer une **date** pour la tenue de l'Assemblée Générale Constitutive et réserver une salle
- 15 jours avant cette date procéder à l'envoi des **courriers d'invitation** signés par la ou les personnes à l'origine de la création
- Prévoir pour le jour de l'Assemblée **2 ou 3 noms** pour la future Association
- Organiser, au cas où il y ait peu de retours, une **relance téléphonique**

Pièces à envoyer

- Courrier à l'ensemble des commerçants, artisans et prestataires de services contenant :
 - une lettre d'invitation à l'Assemblée Constitutive avec un coupon-réponse
 - un acte de candidature
 - le projet de statuts
 - un pouvoir
- Lettre **d'invitation** à l'ensemble des institutionnels

Pièces à préparer pour le jour de l'Assemblée

- Feuille d'émargement avec le nom et l'enseigne de chaque commerçant, artisan et prestataire de services
- Feuille d'émargement vierge pour les Institutionnels
- Actes de candidature
- Feuilles demi-format avec le nom des personnes qui ont déjà fait acte de candidature en prévoyant de la place pour de nouveaux inscrits (autant de feuilles que de personnes prévues)
- Une urne pour le vote
- Les statuts en plusieurs exemplaires pour ceux qui souhaitent suivre la lecture de ces derniers
- Une feuille d'identification pour les futurs membres du bureau

Prévoir des stylos et du papier

Pour l'Assemblée Générale Constitutive

- Se rendre une heure avant la réunion sur les lieux de l'Assemblée pour la mise en place et se munir de l'ensemble des documents nécessaires
- Faire émarger les participants à l'arrivée
- Présenter le projet
- Lire les statuts

Les personnes présentes seront sollicitées sur :

- le choix du nom de l'association
 - la localisation du siège social
 - la durée du mandat à la présidence
 - le montant de la cotisation
 - les observations diverses sur le contenu des statuts
- Demander, une fois la lecture terminée, s'il y a d'autres candidatures, auquel cas faire remplir des actes de candidatures
 - Voir les modalités du vote (à main levée ou vote secret), dans le second cas, il faut ajouter les noms des nouveaux candidats sur les listes préalablement établies
 - Présenter les candidats, puis effectuer le vote du Conseil d'Administration
 - Faire se retirer, une fois le vote effectué, les personnes élues pour qu'elles décident des fonctions de chacun au sein du bureau
 - Faire remplir la fiche d'identification aux membres du bureau lorsque la décision est prise
 - Terminer sur une note conviviale

Après l'Assemblée Constitutive

Constituer le dossier que le Président de l'association devra déposer à la Préfecture. Il sera composé :

- du compte-rendu de l'Assemblée Constitutive,
 - des statuts dûment remplis en deux exemplaires et de la liste des membres du bureau (avec l'ensemble des informations nécessaires à la Préfecture), le tout paraphé et signé par le Président et un autre membre du bureau.
- Demander l'inscription au Journal Officiel
 - Se doter d'un registre numéroté à conserver au siège social afin d'y inscrire les comptes-rendus de chaque assemblée et le récépissé des déclarations en Préfecture.
 - Ouvrir un compte bancaire qui nécessitera un exemplaire du Journal Officiel dans lequel a été publié la déclaration de constitution, un exemplaire des statuts certifiés conformes par le Président de l'association et une copie des délibérations désignant les personnes habilitées à agir au nom de l'association
 - Se faire connaître de la Poste pour pouvoir retirer le courrier recommandé
 - Si l'association emploie des salariés, déclarer l'association à l'URSSAF (Centre de formalités des Entreprises - CFE - Compétent)
 - Si l'association est soumise aux impôts commerciaux ou bénéficie de la franchise des recettes commerciales accessoires, déclarer l'association au Centre des Impôts dont dépend l'association
 - Prévoir :
 - un courrier pour les commerçants leur faisant part "de la naissance" de l'association,
 - un courrier pour les institutionnels (avec statuts joints),
 - un courrier à la presse local

Conducteur de réunion pour vos Assemblées Générales et Conseils d'Administration

réunion

thème

date

lieu

heure

animateur

participants	oui	Documents préparatoires	oui

ordre du jour	responsable	délais	résultats

Commentaire

.....

prochaine réunion le

ATELIERS THEMATIQUES UNIONS COMMERCIALES

ATELIER GESTION ET CONDUITE DE PROJET
CONCEVOIR – STRUCTURER - GERER

Synthèse de l'atelier du 21&28 janvier 2013 à la CCI Bayonne Pays Basque



Le défi à relever dans la gestion d'un projet s'organise autour de l'arbitrage de trois variables :
les objectifs – les ressources mobilisées – le temps.

Quelques chiffres :

- 30% des projets n'aboutissent pas
- 30% des projets dépassent le délai
- 50% des projets dépassent leur budget initial
- 12% des projets réussissent en respectant les délais et le budget prévus.

LE POSITIONNEMENT DE « L'UNION COMMERCIALE »

Pour délimiter les contours de « l'union commerciale » et son positionnement, il est *nécessaire d'identifier sa raison d'être* par rapport aux adhérents (actuels et potentiels), aux partenaires économiques (les entreprises de la zone d'influence), aux partenaires politiques, sociaux, culturels..., aux consommateurs visés.

Ce travail d'interrogation doit être fait de manière régulière, il permet de dissiper les malentendus et d'éclaircir les attentes des adhérents vis-à-vis de l'union commerciale.

Les enjeux sur la zone d'influence de l'association (pôle commercial) permettent de sélectionner et de hiérarchiser les projets à mener en fonction des ressources mobilisables par celle-ci.

DES PROJETS

Les projets internes : il s'agit de concevoir et de mettre en place des projets permettant de partager un vécu, des moyens, des méthodologies...

Les projets externes :

- pour promouvoir, dynamiser, animer le pôle commercial,
- pour proposer et défendre des intérêts communs ; faire pression, être des interlocuteurs crédibles et incontournables...

PLAN D'ANIMATION ET OPERATIONS COMMERCIALES

Par souci de performance au niveau de l'organisation, de la maîtrise des coûts, il est préférable d'*élaborer un plan d'animation sur un an* minimum. Disposer d'un calendrier de l'ensemble des activités à mener sur l'année permet d'anticiper et de se mobiliser au plus tôt.

EXEMPLE DE FICHE PLAN D'OPERATIONS COMMERCIALES / ANIMATION POUR L'ANNEE

Descriptif	Opération commerciale/animation 1	Opération commerciale/animation 2	Opération commerciale/animation N
Objectifs			
Cibles			
Axes de communication			
Temps (date, durée...)			
Espace (site, bâtiment...)			
Budget			
Acteurs à mobiliser			

LE CYCLE DE VIE DU PROJET

1) Phase de conception et de définition du projet

Il s'agit de définir la finalité du projet, les buts poursuivis, d'identifier la cible visée, de formuler les objectifs (résultats quantitatifs et qualitatifs, coût, délai), d'identifier les ressources et contraintes.

Cette phase de gestation donne lieu à la rédaction d'une « fiche projet » plus ou moins détaillée qui débouche, en cas de légitimation, sur la phase d'organisation du projet.

C'est dans cette phase qu'il faut constituer l'équipe projet.

MODELE FICHE SIGNALÉTIQUE SYNTHÉTIQUE DESCRIPTIF DU PROJET (à compléter selon les besoins)

NOM DU PROJET :	
FINALITES/BUTS	
OBJECTIFS POURSUIVIS	
LA CIBLE PRINCIPALE VISEE	
LE PROGRAMME	
PERIODE DE REALISATION PREVUE	
DUREE	
ESTIMATIF BUDGET	
PARTENAIRES PRESSENTIS	

Lorsque le projet mobilise des ressources importantes et des partenaires multiples, on ne peut faire l'économie de rédiger un dossier de présentation qui servira à informer et convaincre les différents interlocuteurs.

MODELE FICHE PROJET DEVELOPPEE DOSSIER DE PRESENTATION

TITRE PROJET : baptiser le projet au plus tôt
OBJET DU PROJET : le quoi du projet ? résumer son objet en quelques mots
MOTIFS / ENJEUX : le pourquoi du projet ? qu'est-ce qui justifie ce projet ?
OBJECTIFS ET CIBLE : le quoi, le combien ? pour quand, pour qui ? (objectifs de résultats)
RESSOURCES A PREVOIR ET CONTRAINTES : le comment, le avec quoi et avec qui ?
LE TIMING / PLANNING : quoi à quel moment ?
LES PARTENAIRES ET LEURS RÔLES : les acteurs, leurs compétences, leurs engagements et responsabilités
RESISTANCES / DIFFICULTES / OBSTACLES / GESTION DES RISQUES : quelles sont les contraintes ?
AJUSTEMENTS / VARIANTES : quelles solutions de rechange ?
PLAN DE COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE : comment faire circuler l'information en interne et promouvoir le projet en externe ?
BUDGET EQUILIBRE : quel montant ?, quelles sources de financement ?
DISPOSITIF DE SUIVI / BILAN / CAPITALISATION : quels rendez vous ?, quelles étapes clés ?, quels modes d'archivage et de retour d'expériences ?

2) Phase d'organisation du projet

Il s'agit :

- de consolider l'équipe projet,
- d'identifier toutes les activités à mener pour atteindre les objectifs et les ventiler dans le temps,
- de confier les tâches à réaliser à des personnes motivées et compétentes.
- de budgétiser

Cartographier les compétences mobilisables

La bonne connaissance des compétences mobilisables au sein de l'union commerciale, et des différents partenaires permet de pouvoir confier aux bonnes personnes les activités à réaliser. En interne, cela permet de solliciter et de mobiliser les personnes qui n'osent pas se mettre en avant tout en limitant le risque de voir une seule personne s'accaparer toutes les activités. Le croisement des activités à mener et des compétences disponibles permet d'identifier au plus tôt les ressources manquantes que l'on devra chercher auprès de prestataires extérieurs.

NB : il est utile au sein de l'union commerciale de cartographier et d'enregistrer les compétences disponibles parmi les adhérents.

La recherche et la mobilisation des partenaires

Les partenaires peuvent être impliqués à plusieurs titres : Comme financeurs, experts, décideurs, intervenants, apporteurs de moyens, prescripteurs...

Soit il s'agit de partenaires incontournables (mairie, assureurs, pompiers, polices...), soit de prestataires extérieurs qui vont gracieusement et/ou moyennant finances s'impliquer dans le projet.

FICHE METHODE MOBILISATION DES PARTENAIRES/PRESTATAIRES

<p>1° Listez tous les partenaires/prestataires indispensables et utiles pour mener à bien l'opération en fonction des besoins identifiés. Profitez-en pour créer ou remettre à jour votre fichier partenaires !</p>
<p>2° Définir la stratégie et les moyens pour solliciter les catégories de partenaires.</p>
<p>3° Partenaires institutionnels et donateurs définir les contreparties et les différents supports de médiatisation du partenariat : <ul style="list-style-type: none"> Identité visuelle à décliner sur les différents supports, Remerciements et citation du nom des partenaires Cadeaux symboliques remis aux partenaires Distribution de supports publicitaires des partenaires... Prestataires Négocier aux mieux et contractualiser !</p>
<p>4° définir éventuellement, les modalités de prise en charge des partenaires pendant le déroulement de l'opération (VIP)</p>
<p>5° prévoir un retour d'information / bilan à la fin de l'opération.</p>

Représenter et planifier le projet

Selon l'expérience et le type de projet on peut procéder de plusieurs manières :

- Soit on identifie directement les différentes étapes à mettre en œuvre en procédant de manière chronologique et/ou anti chronologique.
- Soit on liste toutes les tâches à réaliser puis on les regroupe par thèmes, ce qui permet de construire le diagramme des travaux (WBS = Work Breakdown Structure = structure de découpage du projet).

Le WBS a pour but d'aider à organiser le projet, à établir la planification de référence et le budget prévisionnel. Il permet également de déléguer et de contractualiser la mission confiée à chaque acteur.

Exemple de fiche de travail sous forme de listing
FICHE ACTION
ORGANISATION D'UNE OPERATION COMMERCIALE
(à compléter en fonction de l'opération)

PRINCIPAUX THEMES DE TRAVAIL A PREVOIR	ACTEURS CONCERNES	PERIODES/DATES BUTOIR
LES DECLARATIONS ET AUTORISATIONS		
LES LOCAUX / SITES		
LES RESSOURCES HUMAINES / TECHNIQUES, PARTENAIRES		
EQUIPEMENTS MATERIELS...		
PRESTATAIRES		
LA COMMUNICATION EXTERNE		
LA COMMUNICATION INTERNE		
BUDGET /RECHERCHE DE FINANCEURS		
BILAN / SUIVI		

Exemple de tableau de découpage des activités - WBS (à finaliser)

ANIMATION « Nocturne »			
1 COMMUNICATION	2 PROMOTION	3 LOGISTIQUE /	4 BUDGET
1.1 Pose affiches	2.1 Cadeaux	DEPLACEMENT	4.1 sponsor
1.2 Articles presse	2.2 Loterie	3.1 Circuit	4.2 prévisionnel
1.3 Prospectus	2.3 Election	3.2 Transport	4.3 xxxxxxxx
1.4 xxxxxxxx...	2.4 xxxxxxxx...	3.3 xxxxxxxx...	

Le regroupement des activités/tâches se fait en fonction de la lisibilité que l'on désire obtenir. Quand à la finesse de découpage, elle dépend du niveau de précision utile.

Le diagramme des responsabilités, OBS (Organisation Breakdown Structure)/RACI

Une fois les activités identifiées, soit regroupées dans un organigramme, soit directement ventilées sur un planning, il est nécessaire de confier un ensemble d'activités à un responsable qui devra les réaliser ou les confier à d'autres personnes.

Le tableau RACI est un outil qui permet de lister l'ensemble des participants d'un projet et leurs responsabilités. Le tableau RACI représente la meilleure façon de voir les rôles et d'être certain que toutes les activités sont couvertes. Cet outil de management permet de communiquer clairement sur :

- quels sont les membres opérationnels du projet et leurs tâches respectives
- qui est l'unique décideur
- quels sont les gens pouvant être sollicités comme conseils
- quels sont les personnes qui doivent être informées des évolutions du projet

Le tableau RACI peut être utilisé de différentes manières, soit on affecte un ensemble d'activités à réaliser à une personne sans préciser les rôles, soit on remplit le tableau en indiquant les différents rôles attendus.

C'est la complexité du projet d'animation/opérations et l'expérience des différents acteurs qui indiquent quel niveau de précision on doit retenir dans le tableau d'affectation des activités.

RACI mode d'emploi

- **R (Responsible) ; responsabilité – réalise** - Le ou les R (le A peut aussi jouer le rôle de R) réalisent l'action. Il y a au moins un R pour chaque action. Le A est responsable de l'organisation du travail du ou des R. Si les R ne remplissent pas leurs objectifs, le A reste responsable de la situation.
- **A (Accountable) ; autorité - approbation.**- Le A est celui qui doit rendre des comptes sur l'avancement de l'action. Il y a toujours un et un seul A pour chaque action. « Avoir le A » signifie être totalement responsable d'une action
- **C (Consulted) ; consultation.**- Le ou les C sont les participants qui doivent être consultés. Sur consultation du A et des R, ils donnent leur avis sur les sujets où ils sont experts. Les C n'ont pas autorité. C'est le A qui décide de prendre en compte ou non l'avis des C.
- **I (Informed) ; information.**- Les I sont les personnes qui doivent être informées. Elles sont classiquement indirectement impactées par le projet, comme les utilisateurs, les responsables de projets périphériques...

Tableau simplifié d'affectation des activités

On indique qui est responsable des activités à réaliser, sans se préoccuper de qui doit faire le travail, qui doit être informé, consulté. A charge pour le responsable de s'organiser et de rendre compte au chef de projet.

ETAPES/ ACTIVITES/ TACHES	XAVIER	NICOLE
Rédaction affiche	X	
Recherche sponsors		X
Demande des autorisations	X	

Tableau RACI

ETAPES/ ACTIVITES/ TACHES	XAVIER	NICOLE	CLEMENTINE
Rédaction affiche	A/R	C	C
Recherche sponsors	R	A	R
Demande des autorisations	A	R	I

NB : il est parfois préférable de ne pas faire figurer dans le tableau des personnes mais des fonctions. Exemple ; chef de projet, trésorier, responsable communication...

Le diagramme de gantt.

Il permet de visualiser d'un seul coup d'œil :

- Les différentes tâches à envisager,
- La date de début et la date de fin de chaque tâche,
- La durée estimée de chaque tâche,
- Le chevauchement éventuel des tâches, et la durée de ce chevauchement,
- La date de début et la date de fin du projet dans son ensemble.

Exemple d'un diagramme de Gantt simplifié

ETAPES /ACTIVITES/ TACHES (selon le découpage désiré)	TRIMESTRE I			TRIMESTRE II
	Janvier	Février	Mars	Avril
Préparation	XXX.....	XXX.....
Lancement/réalisationXXXXXX	XX.....
Bilan/ suiviXX	XXXX.....XXX
CommunicationXX	XXXXXXXXXX	X.....	
Charge de travail	X (h/j)	Y (h/j)	Z (/j)	W (h/j)
Durée	T0 Début			Tn Fin

Sur des projets d'animation simples, sans contraintes, on peut se contenter d'un calendrier indiquant seulement les différentes étapes, et les activités à réaliser. Si le planning de GANTT est avant tout un outil d'organisation, il est également un outil de partage et de communication important !

3) L'élaboration du budget

A partir du moment où toutes les activités ont été listées et les ressources nécessaires pour les réaliser ont été identifiées, l'élaboration du budget ne présente aucune difficulté majeure.

Cependant la présentation du budget est en soi un outil de communication, pour aller chercher des financeurs, mais aussi pour rassurer les différents acteurs, d'où l'importance de travailler sa présentation. Lors de la réalisation du budget prévisionnel, une manière pertinente de présenter les ressources est de faire apparaître les différentes sources de financement envisagées en mettant en exergue les contributions respectives des différents partenaires.

Exemple de présentation de budget « partie ressources »

RESSOURCES	%
Sponsors entreprises(10)	15%
Comité des fêtes	15%
Commerçants (30)	20%
Consommations visiteurs, ventes...	20%
Dons pour cadeaux loterie	10%
Dons, mise à disposition de locaux, matériels...	20%
Total	100%

Il est parfois utile pour convaincre des partenaires de faire apparaître le volontariat (équivalent journée homme).

4) La phase de réalisation du projet

Le chef de projet doit prévoir une organisation projet qui doit lui permettre de définir et/ou de réaliser les activités à mener dans chaque étape, mais aussi de pouvoir faire le point sur l'état d'avancement et de réalisation des différentes activités.

Ceci implique de prévoir deux types d'activités spécifiques à la gestion du projet :

- Les activités de pilotage : mise en place de réunions, de débriefing, de rencontres...,
- Les activités de communication interne : circulation de l'information avec toutes les personnes impliquées dans le projet (y compris les partenaires extérieurs) : les adhérents, les représentants locaux, les professionnels...

Ces deux types d'activités doivent apparaître en clair sur le planning ; elles sont renforcées dans la phase de déroulement de l'opération commerciale.

La communication externe

La réussite ou l'échec d'une opération commerciale dépend en grande partie de cette activité.

Les principes d'une communication efficace sont :

- Le ciblage : définir avec précision les personnes que l'on veut attirer, identifier les réseaux d'influence, les prescripteurs.
- L'axe de communication avec une offre forte : le descriptif d'un programme ne suffit pas, il faut le traduire en « rêve ».
- Le pluri média : identifier les différents médias à mobiliser pour avoir un impact auprès de la cible.
- La répétition : pour avoir un impact, la communication doit être répétée
- La période de communication : il est important de communiquer en amont de l'opération de manière à ce que les personnes réservent la date.
- Une offre exceptionnelle : il s'agit d'avantages supplémentaires que l'on peut obtenir en participant à l'opération.
- Engagement : sur certaines opérations il peut être intéressant d'encourager les personnes cibles à se préinscrire

Les différents médias et actions de communication

- L'affichage : tous supports en contact avec la cible, c'est le moins cher en termes de contacts utiles ; banderoles, affiches dans des lieux ciblés, autocollants...
- La radio et la tv : sous forme de reportages
- Le mailing, sms : nécessite d'avoir les coordonnées des personnes
- Le prospectus : prévoir plusieurs passages pour avoir des retombées
- Les annonces presse : bien choisir son journal !
- Les réseaux sociaux : trouver des relais (clubs, associations...)
- Internet via les réseaux
- Le bouche à oreille
- Les relations publiques
- Plaquette et édito...

L'utilisation de ces différents supports doit être combinée dans le temps pour avoir un impact maximum.

FICHE ACTION
REDACTION D'UN SUPPORT DE COMMUNICATION
Les 3 rubriques essentielles

LE BESOIN DE LA CIBLE	Quels sont les besoins, attentes, désirs,... ?	Faire de bonnes affaires
L'OFFRE GLOBALE	Quelles « réponses » propose-on ?	Le commerce en fête X commerçants déstockent...
L'OFFRE EXEPTIONNELLE	Quels bénéfices ?	Des promotions ponctuelles, concours.

A cela il convient de rajouter les modalités et informations pratiques ; lieu, date, horaires, conditions particulières...

5) La phase de bilan / capitalisation

Pour réellement capitaliser et avoir un véritable retour d'expériences, il faut investir du temps sur cette phase, en reprenant les différents points du projet, en identifiant les maladroites, en complétant les outils, et en procédant aux travaux d'archivage.

Ce travail est d'autant plus riche qu'au fur et à mesure du déroulement du projet un travail d'enregistrement aura été fait. Autre bénéfice secondaire non négligeable, il permet de faire un travail de régulation au niveau de l'équipe projet.

Dans le cas où on envisage de reconduire la même opération commerciale ce travail de capitalisation est indispensable ; la composition de l'équipe projet ne sera peut-être plus la même l'année suivante ! C'est alors que le projet devient programme, de ce fait, la principale préoccupation de l'équipe projet devient le pilotage.



**ATELIERS THEMATIQUES
COMMERCES
UNIONS COMMERCIALES
ATELIER CONDUITE DE REUNION
*DECIDER - CONVAINCRE – MOBILISER***

**2013 - CONCEPTION & ANIMATION
Francis FOURNIER Consultant Management**

ATELIERS THEMATIQUES
COMMERCES UNIONS COMMERCIALES
ATELIER CONDUITE DE REUNION
DECIDER - CONVAINCRE – MOBILISER

Pour être efficace le travail de mobilisation doit s'appuyer sur une démarche qui s'inscrit dans le temps pour éviter de mener des actions sporadiques qui s'avèrent au final très décevantes. En effet, la dimension relationnelle est un des facteurs clefs de la mobilisation et celle-ci s'enrichit au fil des rencontres, des échanges, des différentes opérations/ animations réalisées. Vous trouverez ci-dessous les points de méthode et outils qui permettent de s'inscrire dans cette approche.

IDENTIFIER LES BESOINS ET ATTENTES

Pour mener des actions de recrutement et de mobilisation, il est nécessaire de bien connaître les attentes des adhérents actuels et adhérents potentiels.

<p>CONNAÎTRE LES BESOINS ET ATTENTES Ce travail doit s'appuyer sur la connaissance et les possibilités du pôle commercial</p>
<p>OBJECTIF Connaître les attentes des adhérents actuels et potentiels afin d'identifier des axes de travail mobilisateurs</p>
<p>METHODOLOGIE – DEMARCHE Enquête par questionnaires (en porte à porte de préférence) Quelques thèmes utiles à aborder : Que doit être l'UI ? Quelles sont les actions prioritaires à mener ? Les attentes/insatisfactions : Sur les actions menées ou non menées ? Communication ? Animation/opération commerciale ? Aménagement de l'espace, circulation, parking... ? Information ? Négociation avec les élus ? Appréciation du niveau d'engagement (faible à fort): A quelles conditions ? Sur quels types d'actions ? Quelles formes de participation ?...</p>

DES STRATEGIES ET DES PLANS DE COMMUNICATION

Pour augmenter sa capacité à recruter l'UI doit prévoir de mettre en place des plans de communication différenciés en fonction des objectifs poursuivis.

En fonction de son stade de développement et des projets en cours la priorité sera donnée aux actions visant à fidéliser les adhérents, à en conquérir de nouveaux, à fertiliser, à en reconquérir. L'important dans cette démarche est de ne pas ignorer définitivement des adhérents potentiels aux motifs qu'ils n'ont jamais daignés se manifester !

NB : avoir des stratégies de communication différenciées ne nécessitent pas de mettre en place des supports de communication sophistiqués et coûteux.

Toujours privilégier les actions de proximité et de contacts directs.

<p>DES STRATEGIES DE COMMUNICATION DIFFERENCIEES POUR FIDELISER - CONQUERIR – FERTILISER – RECONQUERIR</p>
<p>Tout au long de l'année l'UI doit prévoir des actions de communication à destination des adhérents potentiels et actuels.</p>
<p>OBJECTIF Prévoir des actions de communication ciblées en fonction des objectifs visés.</p>
<p>METHODOLOGIE DEMARCHE</p> <p>FIDELISATION Pour cela les adhérents doivent trouver un certain niveau de satisfaction dans les actions menées (cf fiche « besoins et attentes »). La fidélisation est d'autant plus forte que les adhérents sont impliqués dans les décisions et la réalisation des différentes actions. Une source importante de fidélisation vient de la dynamique de groupe et de la qualité des relations qui existe au sein de l'UI.</p> <p>CONQUERIR Il s'agit avant tout d'un travail difficile et consommateur de ressources, pour autant celui-ci doit être réalisé si on veut que l'UI soit représentative de la profession. La mobilisation est d'autant plus aisée qu'elle prend appui sur des projets fédérateurs. L'approche réseau/prescripteurs relayée par une communication de proximité est la stratégie la plus efficace.</p> <p>FERTILISATION C'est par ses actions de communication régulière et de valorisation des actions menées que l'UI augmente sa notoriété et gagne, en visibilité et lisibilité auprès des professionnels mais aussi du public.</p> <p>RECONQUÊTE Chaque nouveau projet peut-être à l'origine de l'adhésion de nouveaux adhérents, c'est pour cela qu'il est utile de maintenir le lien avec des commerçants (sans pour autant y consacrer la majeure partie de son temps ; cf la fiche « cartographie des alliés ») qui ne désirent pas pour l'instant s'impliquer.</p>

MOBILISER EN PRIORITE SES ALLIES

Il est tout à fait normal de ne pas pouvoir faire adhérer tout le monde à un projet collectif, les attentes des acteurs sont variées, les enjeux et contraintes sont différents :

Les intérêts personnels sont parfois inconciliables avec les intérêts collectifs qui eux-mêmes peuvent être très variés.

Connaître la position des différents adhérents actuels ou potentiels par rapport à l'UI et aux opérations projetées permet de pouvoir mettre en place des stratégies de communication et de mobilisation ciblées.

CARTOGRAPHIER LES ALLIES / POSITIONNEMENT DE L'UI					
NB : même si il est facile d'identifier la place de chaque acteur par rapport au projet de l'UI, la position des acteurs est évolutive, elle dépend avant tout des projets en cours. Il faut donc redessiner la carte à chaque projet pour éviter d'écarter d'emblée un acteur.					
OBJECTIF Pour mener des actions de mobilisation et de communication efficaces il est nécessaire de connaître la position de chaque acteur par rapport aux opérations commerciales en cours.					
METHODOLOGIE DEMARCHE Identifier la position de tous les acteurs par rapport à deux axes (à réaliser sur chaque projet !). Le niveau de synergie ; jeu commun (autour d'un projet partagé) et crédit d'intention (qui permet de construire tous ensemble) Le niveau d'antagonisme ; jeu personnel (pour soi), et procès d'intention (contre les autres)					
Repérer chaque acteur sur la carte et adopter la stratégie qui convient					
ANTAGONISME		-1	-2	-3	-4
SYNERGIE					
PREND DES INITIATIVES	+ 4	ENGAGES	TRIANGLE D'OR	TRIANGLE D'OR	DECHIRES
	+ 3	ENGAGES	TRIANGLE D'OR	HESITANTS	REVOLTES
NE PREND PAS D'INITIATIVES	+ 2	PASSIFS SUIVEURS	HESITANTS	OPPOSANTS	REVOLTES
	+ 1	PASSIFS	PASSIFS GROGNONS	OPPOSANTS	REVOLTES
		CHERCHE L'ACCORD		CHERCHE A GAGNER ET A IMPOSER SA SOLUTION	

MOBILISER LES DIFFERENTS ACTEURS	
Passer au moins 2/3 de temps avec vos alliés et vos hésitants. Ne perdez pas trop de temps à essayer de convaincre vos opposants !	
OBJECTIF Définir les actions à mener pour mobiliser les alliés	
METHODOLOGIE DEMARCHE Quelques questions à se poser : Sur qui peut on s'appuyer ?, à qui va t'on demander d'agir ?, quels types d'information diffuser, à qui et à quelle fréquence ?, les personnes sont-elles en réseau ?, qui doit on encore convaincre ? qui doit faire ce travail ?, est-ce que on ne perd pas son temps à essayer de rallier certains acteurs ?	
PASSIFS	Etre directif : les impliquer, demander une contribution au contenu des réunions, demander à ce qu'ils prennent part à des groupes de travail...
HESITANTS	négocier et montrer les gains qu'ils peuvent retirer de leur implication, être en phase avec leurs préoccupations,
DECHIRES	Les neutraliser pour éviter qu'ils dénigrent les actions envisagées ou en cours
OPPOSANTS	Montrer la force de l'UI
LES ENGAGES	S'appuyer sur eux pour faire avancer vos projets, sachez les mettre en valeur mais faire attention à leur intransigeance qui fait fuir les passifs et les hésitants.
LE TRIANGLE D'OR	S'appuyer sur eux pour rallier les hésitants, passifs, opposants.
LES REVOLTES	Nos projets actuels ne sont pas les leurs ; maintenir la relation pour des projets futurs.

LA CONDUITE DE REUNION

La maîtrise de l'animation des différentes réunions est un des facteurs clefs de l'engagement et de la mobilisation des personnes aux différents projets.

A l'inverse des réunions mal gérées sont sources de désistement.

les principaux facteurs d'échec

Pas d'information préalable / réunions annulées / reportées

Absence d'objectif / d'ordre du jour

Préparation insuffisante

Dispersion / ordre du jour non adapté ou non respecté

Durée non respectée

Absence de décision / de suivi dans l'application

Les différents types de réunion

Il existe trois grands types de réunion qui peuvent se combiner et/ou se décliner :

Les réunions d'information : il s'agit de transmettre un ensemble d'information pour que les différents participants puissent prendre des décisions et /ou agir.

Les réunions de travail : on doit trouver des solutions et décider.

Les réunions de régulation : il s'agit de faire le bilan, de tirer des conclusions et de décider.

Le type de réunion induit le choix de la méthode et des outils d'animation.

Prise de décision et réunion

Ce qui fait la réussite d'une réunion c'est la capacité des participants à prendre des décisions qui seront suivies d'effets.

Toute réunion qui se clôture sans prendre de décision peut être qualifiée d'inachevée !

La préparation de l'animation par l'animateur

Préparer le début et la fin

Avant de prendre en charge le groupe l'animateur doit formuler ses intentions et identifier les décisions à prendre

DEBUT	FIN
ACCUEIL DES PARTICIPANTS	DECISIONS
PRESENTATION	EVALUATION POSITIVE
OBJECTIFS	OUVERTURE
THEMES ET TIMING	RENDEZ VOUS
OUVERTURE	SORTIE

Préparer le cœur de la réunion

Plan type d'une réunion de travail

PHASE DE MISE EN COMMUN EFFORTS DE DEFINITION DES OBJECTIFS – CHOIX DES METHODES
PHASE DE PRODUCTION PRODUIRE – PARTAGER - PROGRESSER
PHASE DE DECISION : QUI FAIT QUOI ?, OU ?, QUAND ?, COMMENT ?, POURQUOI ? COMBIEN ?, AVEC QUI ?, AVEC QUELS EFFETS ?

Plan type d'une réunion d'information

PHASE DE MISE EN COMMUN
RAPPEL DU CONTEXTE – DES OBJECTIFS – DU PLAN

PHASE DE PRODUCTION ET DE REPONSE AUX QUESTIONS
PRESENTATION ARGUMENTEE :
SOLUTIONS / AVANTAGES / BENEFICES / PREUVES
REPONSE ARGUMENTEE :
RECEPTION/ECOUTE
SOLUTIONS/AVANTAGES/BENEFICES/PREUVES

PHASE DE DECISION : QUI FAIT QUOI ?, OU ?, QUAND ?, COMMENT ?,
POURQUOI ? COMBIEN ?, AVEC QUI ?, AVEC QUELS EFFETS ?

Rôles de l'animateur et outils d'animation

L'animateur a trois fonctions à remplir :

Un rôle de facilitateur qui doit permettre à chacun de s'exprimer ;

Règles du jeu, tour de table...

Un rôle de régulateur dans les échanges de manière à maintenir un climat propice aux échanges ;

Neutralité, reformulation, écoute, adhésion

Un rôle de Producteur qui doit inciter les participants à échanger pour parvenir à :

faire des résolutions

tirer des conclusions

trouver des solutions

prendre des décisions

Les techniques de base de l'animation

Pour faire parler: appel à l'un (des participants), appel au groupe ; qu'en pensez vous ?, qu'en pense le groupe ? Accompagnés du regard et de gestes.

Pour faire taire : faire reformuler : « en un mot... ».

La séquence type : réception, reformulation/ élucidation, relance.

Le changement de phase : utilisez la reformulation synthèse.

Distribuer les rôles

Animateur: c'est à lui que revient le travail d'animer, de faire progresser, de réguler et d'atteindre les objectifs.

Secrétaire / participant : c'est la mémoire du groupe

Participants : doivent être des « experts » de la méthode et/ou des thèmes abordés dans une réunion de travail.

L'organisation

Avant : diffuser l'invitation et valider la participation 2, 3 jours avant.

Après : diffusion d'un compte rendu

Pendant : prévoir un aménagement de l'espace adapté à la réunion.

Quelques outils d'animation pour susciter la participation

Post it

Distribuer des post it et demandez aux participants d'écrire une question par post it.

Récupérez et catégorisez les questions.

Sélectionnez les thèmes prioritaires à traiter.

Traitez chaque question avec les participants.

Variante : à partir d'une question demandez à chaque participant de proposer des solutions.

(une solution par post it).

Brainstorming

Formulez une question et trouvez le maximum d'idées.

Passez en revue les différentes propositions.

Les regrouper et les exploiter.

Carte Mentale

Choisir une question et organisez la production en construisant des branches.

Exploitez chaque branche.

Tableau / Bilan

Faire travailler le groupe à partir de tableaux : avantages / inconvénients, causes conséquences etc...

Matrice De Décision

Construire une matrice en sélectionnant des critères.
Remplir la matrice et procéder à des échanges.

La Technique du vote

Cette technique ne doit être utilisée seulement s'il y a eu discussion.
Faire voter pour décider ; décider au préalable du poids respectif de chaque vote.

Méthode de comparaison par paires

Construire un tableau et comparez chaque paire.
Donnez une préférence à une des deux propositions.
Additionnez, puis discutez des résultats.

Méthode des scénarios

Construire une histoire à partir des données.

Pour les plus audacieux, les techniques oniriques

Méthode « comme si »
Métaphore
Extra terrestre...

FICHE OUTIL
« C'EST LE PREMIER PAS QUI COMPTE »
QUELLES APPROCHES VAIS-JE UTILISER POUR FAIRE S'ENGAGER & PARTICIPER ?

QUELQUES PISTES	LES MODALITES
Participation financière	
Recherche d'information	
Mise à disposition de ressources	
Adhésion à un groupe de travail	
Remise des coordonnées	
Prise en charge d'une activité...	
Inscription pour préparer...	

**FICHE OUTIL
CONSTRUIRE VOTRE ARGUMENTAIRE**

SOLUTION OU CARACTERISTIQUE	AVANTAGES/INCONVENIENTS EPARGNES - PROMESSES	BENEFICES/SATISFACTIONS	PREUVES

**FICHE OUTIL
COMMUNICATION**

LES POINTS CLEFS A ABORDER POUR VENDRE UNE IDEE ET FAIRE ADHERER
I LE CONTEXTE & ENJEUX
II LA CIBLE
III L'AXE DE COMMUNICATION
IV LES MODALITES & SUPPORTS DE COMMUNICATION
V LES ARGUMENTS & BENEFICES
VILES MODALITES D'IMPLICATION

Modèle de contrat de travail

Entre les soussignés :

L'association
social est situé
l'effet des présentes, d'une part,

régie par la loi du 1^{er} juillet 1901 dont le siège
, représentée par M. XXX ayant tous pouvoirs à

Et

M. TTT demeurant
il a été convenu ce qui suit : , d'autre part,

Article 1 **Engagement**

Par les présentes et à compter du

l'association engage en qualité de

M. TTT qui accepte, sous réserve de l'aptitude au travail proposé, qui sera confirmée par la visite médicale d'embauche. Le présent contrat sera régi par les dispositions légales, réglementaires et la convention collective applicables à l'association.

Article 2 **Date d'effet**

Le présent contrat, qui prend effet le
est conclu pour une durée indéterminée.

Article 3 **Période d'essai**

D'un commun accord, l'engagement ne sera définitivement conclu qu'à l'issue d'une période d'essai de mois.
Durant cette période, les deux parties peuvent interrompre le contrat unilatéralement.

Article 4 **Horaires**

Le présent contrat est conclu et accepté pour un horaire de travail de
heures hebdomadaires, réparties du au

Article 5 **Rémunération**

En contrepartie de l'accomplissement de ses fonctions, M. TTT percevra un salaire fixe mensuel brut de euros versé en fin de mois civil. En complément, M. TTT bénéficiera d'un 13e mois calculé proportionnellement à son temps de présence dans l'association et qui sera réglé le de chaque année.

Article 6 **Obligations professionnelles**

M. TTT s'engage :

- à se conformer aux directives qui lui seront données dans son travail
- à suivre toute formation qui lui sera indiquée par l'association
- à ne divulguer aucune information pouvant porter préjudice à l'association
- à solliciter l'autorisation de l'association pour exercer toute autre activité professionnelle

Article 7 **Frais professionnels**

Les frais engagés par M. TTT pour des raisons professionnelles lui seront remboursés selon les procédures définies au sein de l'association.

Article 8 **Résiliation du contrat de travail**

En cas de rupture du contrat de travail, hormis pour faute grave ou raison de force majeure, il sera respecté un délai de préavis pour lequel les parties déclarent se référer à la convention collective

La rupture sera notifiée par lettre recommandée avec avis de réception, la date de première présentation faisant courir le délai de congés.

Fait à _____, le _____

M. XXX

M. TTT

Déclaration de modification des statuts

Association

Adresse complète

Madame, Monsieur le Préfet (*ou sous préfet*),

Conformément aux dispositions de l'article 5 de la loi du 1^{er} juillet 1901, nous déclarons les modifications apportées par l'Assemblée Générale Extraordinaire du
aux statuts annexés à la déclaration de notre association
en date du

Ci-joints deux exemplaires du texte des modifications (ou des nouveaux statuts), dûment approuvés par nos soins.

Dans l'attente d'un récépissé de la présente déclaration, nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur le Préfet, l'assurance de notre considération distinguée.

Signature

*(en principe du Président et d'un
Administrateur membre du
bureau, en général le Secrétaire)*

Modèle de déclaration initiale

Monsieur le Préfet,

Nous avons l'honneur, conformément aux dispositions de l'article 5 de la loi du 1^{er} juillet 1901 et de l'article 1^{er} de son décret d'application du 16 août 1901, de procéder à la déclaration de l'association dite
dont le siège est à
Cette association a pour objet

Les personnes chargées de son administration sont :

- de nationalité né(e) à le
exerçant la profession de domicilié à **Président,**
- de nationalité né(e) à le
exerçant la profession de domicilié à **Vice-Président 1,**
- de nationalité né(e) à le
exerçant la profession de domicilié à **Vice-Président 2,**
- de nationalité né(e) à le
exerçant la profession de domicilié à **Trésorier,**
- de nationalité né(e) à le
exerçant la profession de domicilié à **Secrétaire.**

Ci-joint deux exemplaires, dûment approuvés par nos soins, des statuts de l'association. Nous vous demandons de bien vouloir nous délivrer récépissé de la présente déclaration.

Veillez agréer, Monsieur le Préfet, l'assurance de notre considération distinguée.

Fait à le

(Signatures)

Le Président

Le Vice-Président 1

Le Vice-Président 2

Le Trésorier

Le Secrétaire

EVALUATION DE L'ACTION

Action :

CRITERES	COMMENTAIRES	UNITE	MOYENS
TEMPS PASSE			
BUDGET			
CIBLE			
COMMUNICATION			
DVTS GENERES			

Imprimé d'insertion au Journal Officiel

- **Déclaration à la :** Préfecture (*)
ou
Sous-Préfecture (*)

(*) *Rayer la mention inutile*

- **Titre de l'association :**

- **Objet :**

- **Siège social :**

adresse

code postal

localité

- **Date de la déclaration :**

Nom et domicile du Président

nom

adresse (à remplir si différente du siège social)

code postal

localité

Signature du déclarant précédée de : “*Lu et approuvé, bon pour insertion*”

Invitation des membres à l'Assemblée Générale

Association

adresse complète

M.

adresse complète

Cher collègue,

Je vous prie de bien vouloir assister à la prochaine réunion de votre Assemblée Générale qui se tiendra au siège social de l'association le _____ à _____ h.

L'ordre du jour sera le suivant :

- bilan social de l'année écoulée (par le Président).
- bilan financier (par le Trésorier)
- thème général
- renouvellement des membres du Conseil d'Administration
- questions diverses

Vous trouverez ci-joint le procès-verbal de la séance de l'Assemblée Générale précédente. Veuillez croire, cher collègue, à l'expression de mes meilleurs sentiments.

Le Président,

Lettre d'accompagnement de votre dossier de création

Association

Lieu, date

Adresse

Monsieur le Préfet,

Nous vous transmettons ci-joint le dossier nécessaire à la création de notre association.

Celui-ci comprend :

- les statuts
- la déclaration initiale de notre association
- l'imprimé nécessaire pour la parution dans le Journal Officiel

Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Préfet, l'expression de nos salutations distinguées.

Signature

AUTORISATION DE PRELEVEMENT

N° NATIONAL D'EMETTEUR

J'autorise l'Etablissement teneur de mon compte à effectuer sur ce dernier un prélèvement trimestriel de 1 495 €uros ordonnés par prénommée de la Cité Internationale, le 10 du deuxième mois de chaque trimestre à compter de

N'OUBLIEZ PAS DE JOINDRE VOTRE RELEVÉ D'IDENTITÉ BANCAIRE OU POSTAL

A.C.I. LYON
CITE INTERNATIONALE
69006 LYON

Nom et adresse postale de votre banque, Caisse d'Épargne ou Centre de Chèques Postaux :

Banque :

Adresse.....

Code Postal

Localité

Nom et prénom du débiteur.....

Adresse

Code Postal

Localité.....

COMPTE A DEBITER

CODE ETABLISSEMENT

CODE GUICHET

N° DE COMPTE

CLE RIB

DATE

SIGNATURE

Le procès-verbal

association

adresse complète

Procès-verbal de la séance du Conseil d'Administration en date du

de l'an deux mil _____ à _____ heures,
le Conseil d'Administration de l'association _____ s'est réuni à son siège social.

Étaient présents :

MM.	A	Président	MM. G	Commissaire aux comptes
	B	Membre association	J	Secrétaire de l'association
	C		K	Trésorier de l'association
	Z	Administrateurs		

Absents excusés :

Mme	E	
M.	F	Administrateurs

Procès-verbal

Le procès-verbal de la séance du Conseil d'Administration en date du _____ est lu et adopté.

Comptes de l'exercice clos

M. le Président A commente les différents postes du bilan et du compte de résultat en date du _____, puis lecture est donnée de l'Annexe.

M. G, Commissaire aux comptes, présente au Conseil ses observations.

Après délibération, le Conseil arrête les comptes sociaux de l'exercice 20 _____ tels qu'ils sont présentés.

Rapport annuel

Lecture est donnée du projet de texte du Rapport annuel et des résolutions à présenter à l'Assemblée Générale annuelle.

Démission et cooptation d'un administrateur

Monsieur le Président A informe le Conseil que M. Z, étant appelé à d'autres fonctions, a demandé à être déchargé de son mandat d'administrateur.

Le Conseil prend acte de cette démission et exprime à M. Z ses remerciements pour la collaboration qu'il a apportée à l'association.

Sur proposition de M. A, le Conseil coopte M. Y en qualité d'administrateur en remplacement de M. Z, sous réserve de la ratification de cette nomination par la prochaine Assemblée Générale des membres de l'association. M. Y exercera ses fonctions pour la durée restant à courir du mandat de M. Z, soit jusqu'à l'Assemblée annuelle réunie en 20 _____

M. Y déclare accepter ce mandat et remercie le Conseil de la confiance qu'il lui a témoignée en le nommant à ces fonctions. Il déclare en outre n'être frappé d'aucune incompatibilité, interdiction ou déchéance susceptible de lui interdire l'accès et l'exercice de ses fonctions.

Assemblée Générale annuelle

Le conseil arrête l'ordre du jour de l'Assemblée Générale annuelle comme suit :

- rapport de gestion du Conseil d'Administration sur les activités et les comptes de l'association durant l'exercice clôturé.
- rapport du Commissaire aux comptes sur les comptes de cet exercice.
- approbation des dits comptes et rapports.
- démission d'un administrateur et remplacement de celui-ci.

L'Assemblée sera convoquée le _____ à _____ heures au siège social.

Situation générale

Monsieur A expose les événements importants survenus depuis le dernier Conseil :

- l'attribution d'une subvention de 3000 euros par la commune a été renouvelée
- l'opération commerciale réalisée lors des fêtes de fin d'année a connu un vif succès. Les chiffres relatifs à cette manifestation seront communiqués au Conseil lors de sa prochaine réunion.

Rien n'étant plus à l'ordre du jour, la séance est levée.

date

Signature du Président

Signature du Secrétaire

REGLEMENT JEU CONCOURS

ARTICLE 1 :

L'union commerciale XXXXXXXXXXXX, dont le siège se situe XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX organisent un jeu avec un tirage au sort gratuit et sans obligation d'achat dans le cadre de l'opération « LE COMMERCE EN FETE » qui se déroulera du 17 au 21 OCTOBRE 2006.

ARTICLE 2 :

Ce jeu est organisé chez les commerçants participants à l'opération « Le Commerce en Fête » sur les départements XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX mais est ouvert à toute personne domiciliée à titre habituel et permanent en France, à l'exclusion du personnel XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX et de leurs familles.

ARTICLE 3 :

Pour participer à ce jeu, il suffit de compléter un bulletin de participation mis à disposition chez tous les commerçants des départements XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX participants à l'opération, identifiés par une affiche « Le Commerce en Fête » apposée sur leur vitrine.

Ces bulletins de participation, comprenant deux parties, devront être complétés à la fois pour la partie commerçant et à la fois pour la partie client par les noms, prénoms, adresse, téléphone et adresse email et seront ensuite déposés dans les urnes situées chez les commerçants participants. Tout bulletin incomplet ou illisible ne participera pas au tirage au sort.

Les commerçants participants s'engagent à renvoyer à XXXXXXXXXXXX tous les bulletins de participation recueillis dans leurs urnes et les bulletins seront centralisés ensuite avant le tirage au sort qui aura lieu le LUNDI 13 NOVEMBRE 2006 à XX H où ? en la présence d'un huissier de justice.

Ce tirage au sort est limité à une seule participation par foyer (même nom, même adresse) et est réservé aux personnes majeures.

Le tirage au sort permettra de faire gagner à la fois le client et le commerçant.

ARTICLE 4 :

Les lots distribués à l'occasion de ce tirage au sort sont les suivants :

LOTS POUR LES CLIENTS :

- UNE VOITURE : préciser si frais immatriculation ou pas
- UN VOYAGE en Espagne pour deux personnes en pension complète (durée 1 semaine)
- Un bon de 150€ pour un repas au Restaurant XXXXXXXXXXXX valable jusqu'au 15 décembre 2006
- Un week-end de deux nuits hors saisons estivale en appartement de résidence hôtelière pour 4 à 6 personnes à XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- Un bon pour deux nuits dans une yourte mongole pour 4 personnes au Camping XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- Deux stages moto d'une semaine en pension complète au CENTRE TOUT TERRAIN de XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- MUSEE DE L'ALAMBIC
- ARDECHE MONTGOLFIERE-

LOTS POUR LES COMMERCANTS :

- 5 campagnes radio offerts par CHERIE FM sur fréquences Annonay-Vallée du Rhône et fréquence Tournon-Vallée du Rhône
- Un encart publicitaire d'une valeur de 2 000€ dans la Tribune
- 4 encarts publicitaires d'un 1/8^{ème} de page sur Hebdo de l'Ardèche ou Drôme Hebdo
- 9 abonnements de 3, 6 et 12 mois à Hebdo de l'Ardèche et Drôme Hebdo sur chaque département
- une manchette en première page sur le Dauphiné Libéré durant 7 parutions (édition du lieu d'activité du commerçant gagnant)

ARTICLE 5 :

Les lots gagnés sont incessibles, intransmissibles et ne peuvent donner lieu à aucun échange ou remise de leur contre-valeur, totale ou partielle, en nature ou en numéraire.

ARTICLE 6 :

Chaque gagnant sera averti soit par téléphone, soit par courrier postal au vu des coordonnées fournies sur le bulletin de participation.

La remise des prix aura lieu le LUNDI 27 NOVEMBRE 2006 à 18H à la salle XXXXXXXXXXXXXXXX.

Les gagnants étant dans l'impossibilité de retirer leurs lots lors de la remise des prix auront la possibilité de les retirer ultérieurement à XXXXXXXXXXXXXXXX la plus proche de leur domicile et ce jusqu'au 31 DECEMBRE 2006.

Les lots non retirés après cette date resteront la propriété des organisateurs.

ARTICLE 7 :

Les organisateurs déclinent toute responsabilité pour tous les incidents et/ou accidents qui pourraient survenir pendant la jouissance du prix attribué et/ou du fait de son utilisation.

ARTICLE 8 :

La participation au présent jeu implique l'acceptation sans réserve du présent règlement. Toute modification fera l'objet d'un dépôt à l'étude chez Maître

Il entrera en vigueur dès le 17 octobre 2006, date de début de l'opération « Le commerce en fête » et se terminera le 21 octobre à 00H00, date de fin de l'opération.

ARTICLE 9 :

Les gagnants autorisent expressément les organisateurs à utiliser leurs noms et prénoms dans le cadre de tout message ou manifestation publicitaire ou promotionnel, sur tout support sans que cette autorisation ouvre droit à d'autre contrepartie que celle du lot offert.

ARTICLE 10 :

Le règlement complet de ce jeu est déposé chez :

Maître.....à.....

FAIT à XXXXXX, le.....

Remboursement de frais

nom
lieu
destination

lieu
date du déplacement
mission/objet

Moyen de transport utilisé

- véhicule personnel - caractéristiques du véhicule

marque
nombre de km parcourus
total dû
frais d'autoroute

puissance fiscale
forfait km
nombre km x forfait km
frais de parking

- transports en commun

SNCF
bus/métro

avion
taxi

total frais de transport

Frais d'hébergement

repas : nombre de repas
hôtel : nombre de nuits

montant
montant

total frais d'hébergement

Frais divers

stationnement
autre

montant
montant

total frais divers

total du remboursement

Liste des justificatifs *(àagrafer au dos)*

n°	intitulé	montant

Montant des justificatifs

(il doit être égal au montant total du remboursement)

Modèle de statuts

Article 1^{er}

Il est fondé entre les adhérents aux présents statuts une association régie par la loi du 1^{er} juillet 1901 et le décret du 16 août 1901, ayant pour titre

Article 2 - Objet

Cette association a pour but

Article 3 - Siège social

Le siège social est fixé à

Il pourra être transféré par simple décision du Conseil d'Administration, sous réserve d'approbation par l'Assemblée Générale.

Article 4 - Composition

L'association se compose de :

- membres d'honneur,
- membres bienfaiteurs,
- membres actifs ou adhérents.

Article 5 - Admission

Pour faire partie de l'association, il faut être agréé par le bureau qui statue lors de ses réunions sur les demandes d'admission présentées.

Article 6 - Catégories de membres

Sont membres actifs, les adhérents ayant pris l'engagement de verser la cotisation annuelle dont le montant est fixé par le règlement intérieur. Sont membres bienfaiteurs, les personnes qui versent une somme supérieure au montant fixé par le règlement intérieur. Deviennent membres d'honneur, ceux qui ayant rendu des services signalés à l'association, sont dispensés de cotisations.

Article 7 - Radiations

La qualité de membre se perd par :

- la démission
- le décès
- la radiation prononcée par le Conseil d'Administration pour motif grave, tel que le non-paiement de la cotisation ou autre, l'intéressé ayant été invité, par lettre recommandée, à se présenter devant le bureau pour fournir des explications.

Article 8 - Ressources

Les ressources de l'association comprennent :

- le montant des droits d'entrée et des cotisations,
- les sommes payées par les adhérents pour leur participation aux actions menées par l'association,

- les subventions de l'État, des départements et des communes.
- les recettes provenant de l'exercice d'activités commerciales
- les dons et legs
- les recettes provenant de la gestion du patrimoine de l'association et plus généralement toutes ressources non expressément prohibées par la loi.

Article 9 - Conseil d'Administration

L'association est dirigée par un conseil de membres élus pour... années par l'Assemblée Générale. Les membres sont rééligibles. Le Conseil d'Administration choisit parmi ses membres, au scrutin secret, un bureau composé de :

- un Président,
- un ou plusieurs Vice-Présidents,
- un Secrétaire et, s'il y a lieu, un Secrétaire adjoint,
- un Trésorier et, si besoin est, un Trésorier adjoint.

Le Conseil étant chaque année renouvelé par moitié, la première année, les membres sortants sont désignés par le sort.

En cas de vacances : le conseil pourvoit provisoirement au remplacement de ses membres. Il est procédé à leur remplacement définitif par la plus prochaine Assemblée Générale. Les pouvoirs des membres ainsi élus prennent fin à l'époque où devrait normalement expirer le mandat des membres remplacés.

Article 10 - Réunion du conseil

Le Conseil d'Administration se réunit une fois au moins tous les 6 mois, sur convocation du Président, ou sur la demande du quart de ses membres. Les décisions sont prises à la majorité des voix. En cas de partage, la voix du Président est prépondérante.

Tout membre du conseil qui, sans excuse, n'aura pas assisté à trois réunions consécutives, pourra être considéré comme démissionnaire.

Article 11 - Assemblée Générale Ordinaire

L'Assemblée Générale Ordinaire comprend tous les membres de l'association à quelque titre qu'ils y soient affiliés. L'Assemblée Générale Ordinaire se réunit chaque année au mois de

Quinze jours au moins avant la date fixée, les membres de l'association sont convoqués par les soins du Secrétaire. L'ordre du jour est indiqué sur les convocations.

Le Président, assisté des membres du comité, préside l'Assemblée et expose la situation morale de l'association. Le Trésorier rend compte de sa gestion et soumet le bilan à l'approbation de l'Assemblée. Il est procédé, après épuisement de l'ordre du jour, au remplacement, au scrutin secret, des membres du conseil sortants.

Ne devront être traitées, lors de l'Assemblée Générale, que les questions soumises à l'ordre du jour.

Article 12 - Assemblée Générale Extraordinaire

Si besoin est, ou sur la demande de la moitié plus un des membres inscrits le Président peut convoquer une Assemblée Générale Extraordinaire, suivant les formalités prévues par l'article 11.

Article 13 - Règlement intérieur

Un règlement intérieur est établi par le Conseil d'Administration qui le fait approuver par l'Assemblée Générale. Ce règlement éventuel est destiné à fixer les divers points non prévus par les statuts, notamment ceux qui ont trait à l'administration interne de l'association.

Article 14 - Dissolution

En cas de dissolution prononcée par les deux tiers au moins des membres présents à l'Assemblée Générale, un ou plusieurs liquidateurs sont nommés par celle-ci et l'actif, s'il y a lieu, est dévolu, conformément à l'article 9 de la loi du 1^{er} juillet 1901 et au décret du 16 août 1901.

Transfert du siège social

Monsieur le Préfet (ou Sous-Préfet),

Nous avons l'honneur de vous faire connaître, conformément aux dispositions de l'article 5 de la loi du 1^{er} juillet 1901 et de l'article 3 de décret d'application du 16 août 1901, que lors de la séance de son Conseil d'Administration (*ou de son Assemblée Générale*) en date du _____, l'association dont le siège est à _____, et qui a été déclarée le _____ a décidé de transférer son siège social à _____

Nous vous demandons de bien vouloir nous délivrer récépissé de la présente déclaration.

Veillez agréer, Monsieur le Préfet (*ou Sous-Préfet*), l'assurance de notre considération distinguée.

Fait à _____

le _____

Le Président,

Le vote en Assemblée Générale

Conditions de majorité

Quatre conditions de majorité peuvent être appliquées :

- la majorité simple : les voix « pour » sont supérieures aux voix « contre »
- la majorité absolue : la moitié des voix plus une
- la majorité qualifiée : un nombre de voix représentatif (exemple les 3/4 des voix)
- l'unanimité : toutes les voix

Et ces différentes majorités peuvent être déterminées par rapport à 5 critères :

- les membres présents
- les membres présents ou représentés
- l'ensemble des adhérents de l'association
- les suffrages exprimés (c'est-à-dire hors abstentions, bulletins blancs et nuls)
- les voix (hors abstentions, mais y compris les blancs et les nuls)

Le nombre de voix requises pour l'adoption d'une résolution peut donc considérablement varier selon les conditions de majorité appliquées.

Cas concret

Calculez le nombre de voix nécessaire à l'adoption d'une résolution en fonction des conditions de majorité s'appliquant lors de vos Assemblées :

Nombre d'adhérents de votre association : (N)
(supposant que chacun dispose d'une voix lors des délibérations)
Nombre de membres présents : (P)
Nombre de membres représentés : R)
Nombre d'abstentions : (A)
Nombre de blancs de nuls : (B)

Si les décisions sont prises à la majorité simple :

- majorité des membres présents : (P)/2 =
- majorité des présents ou représentés : (P)+(R)/2 =
- majorité de l'ensemble des adhérents : (N)/2 =
- majorité des suffrages exprimés : (P)+(R)-(A)-(B)/2 =
- majorité des voix : (P)+(R)-(A)/2 =

Si les décisions sont prises à la majorité absolue, 1 voix de plus est nécessaire.

Si les décisions sont prises à la majorité qualifiée, le total des voix est multiplié par le facteur retenu (exemple 3/4).