

■ L'inauguration d'un nouvel établissement ou d'un nouveau service peut être un réel faire-valoir pour l'association.

■ Pour en tirer des bénéfices, elle doit fixer les objectifs auxquels l'événement doit répondre et veiller à l'organiser dans ce sens.

ÉTABLISSEMENTS
ET SERVICESL'INAUGURATION :
UN ÉVÉNEMENT
COUTEAU SUISSE ?

Les associations gestionnaires qui se développent en ouvrant de nouveaux établissements ou services sont amenées à organiser des inaugurations officielles aux retombées bien souvent décevantes. Face à cet exercice imposé, elles ont parfois du mal à prendre de la hauteur pour optimiser l'événement.



AUTEUR Fabienne Dubosq
TITRE Vice-présidente de l'Adéma,
consultante secteur associatif
du cabinet Gain de causes

Comment transformer une inauguration en véritable bénéfice pour l'établissement et l'association ? Quels objectifs pouvez-vous viser en vous lançant dans l'organisation de l'inauguration de votre établissement ou d'un nouveau service ? Pas de précipitation, posez-vous d'abord les bonnes questions !

SORTIR DU CADRE POUR FIXER LES BONS OBJECTIFS

L'établissement mais aussi l'association gestionnaire peuvent dresser un inventaire des besoins, indépendamment de l'événement « inauguration ». Quelles sont les problématiques liées à l'ouverture ou au

déménagement de l'établissement ? Ou, plus généralement, quels sont les sujets « chauds » de l'association qui mobilisent les équipes, le conseil d'administration, voire les médias ? L'inauguration ne peut pas répondre à tous les besoins, mais il est dommage de ne pas s'en saisir pour débloquer une situation ou faire valoir les compétences remarquables de l'association.

Les associations gestionnaires, qu'elles soient nationales ou implantées sur un territoire plus restreint, ont de plus en plus de difficulté à recruter des administrateurs. Une inauguration peut être une bonne occasion pour inviter des administrateurs potentiels et les « acculer », mais aussi pour repérer des personnes intéressées par l'association.

Une association peut aussi connaître un décalage entre les acteurs du siège et ceux du terrain, qu'ils soient salariés ou bénévoles. L'inauguration peut être un outil de management particulièrement efficace et un vecteur clé pour valoriser les pratiques et les forces vives.

Des associations peuvent être amenées à faire face à des articles de presse mettant en doute les pratiques professionnelles ou relatant un incident tragique. Sortie de la crise, l'association fait souvent une pause en matière de communication.

L'inauguration d'un établissement peut marquer un retour en douceur sur un sujet dont elle aura la maîtrise. Les associations peuvent aussi avoir besoin d'une vitrine pour consolider les liens avec les financeurs publics ou construire de nouvelles alliances... Nombreux sont les sujets que l'association peut identifier : surtout, ne pas se censurer !

Les nouveaux établissements peuvent être implantés sur un territoire encore inexploré par l'association et avoir un besoin de reconnaissance important pour exercer l'activité dans les meilleures conditions. Cet enjeu peut être considéré comme décisif dans le montage du projet d'inauguration. Également, une asso- ●●●

●●● ciation connue et reconnue localement peut être amenée à lancer une nouvelle activité qui peut susciter des inquiétudes du voisinage du fait de sa méconnaissance du secteur. On a ainsi vu des riverains s'inquiéter de l'ouverture d'un institut thérapeutique éducatif et pédagogique (ITEP)¹ ou encore d'un centre de réinsertion d'anciens détenus. L'inauguration doit alors avoir un objectif pédagogique et permettre de désamorcer les tensions. Au plan de l'établissement, il arrive que les partenariats soient difficiles à consolider, que les ressources soient difficiles à diversifier, ce qui engendre un retard dans l'ouverture ou une ouverture partielle.

Enfin, il peut y avoir des enjeux de pénurie de ressources humaines sur un territoire ou pour une fonction précise, au sein de l'établissement ou d'un groupement d'établissements. L'inauguration peut se révéler un point d'appui efficace pour capter de nouvelles recrues. Les objectifs pour l'établissement ne seront pas de même nature que ceux de l'association, mais ce n'est pas antinomique : c'est le format de l'événement qui pourra permettre ou non de les atteindre.

CONSTRUIRE L'ÉVÉNEMENT QUI RÉPONDRA AUX OBJECTIFS

Une fois l'objectif principal et les objectifs secondaires fixés, il revient à l'organisation de choisir le bon format d'événement. Couper un ruban ou dévoiler une plaque peut faire partie du protocole, mais c'est rarement suffisant pour faire d'une inauguration un moment fort de l'association.

Le choix des cibles. Il y a bien évidemment les cibles incontournables (élu, financeurs, partenaires, etc.). En fonction des objectifs, il conviendra d'élargir le cercle aux parents, aux riverains, aux salariés du siège ou encore aux entreprises locales.

La date. Elle est déterminante et il faut bien garder en tête les objectifs. Une inauguration peut être réalisée un an après l'ouverture sans que cela pose problème : il n'est pas forcément utile de se précipiter. Si l'inauguration est l'occasion de sensibiliser les mécènes, il faut à la fois que l'activité ait bien démarré pour montrer les savoir-faire et les forces de l'association et en même temps que les travaux de la

nouvelle infrastructure ne soient pas achevés pour que les besoins soient visibles. Par exemple, inaugurer un établissement alors que l'aménagement extérieur est encore en chantier peut être très percutant pour un mécène qui voit concrètement comment il peut contribuer. Si l'objectif est d'avoir des élus, il vaut mieux éviter les périodes de réserve électorale. Il peut être également judicieux de se caler sur une journée nationale en lien avec le secteur. Par exemple, une association gestionnaire d'un établissement d'hébergement pour personnes âgées dépendantes (Ehpad) peut avoir intérêt à organiser l'inauguration d'une nouvelle unité pour malades d'Alzheimer à la date de la journée mondiale Alzheimer.

Les horaires. Ils se déterminent en fonction des habitudes et contraintes des cibles. Si l'on cherche à sensibiliser les voisins, il vaut mieux organiser l'inauguration en dehors des horaires de bureau. Si l'on veut mobiliser prioritairement les politiques, on organise l'événement en fonction de l'agenda du président de région ou du ministre attendu. Pour capter les chefs d'entreprise, on mise plutôt sur le début ou la fin de journée.

Le format de l'événement. Il doit correspondre à l'objectif visé. Une inauguration peut revêtir de nombreuses formes. On peut avoir l'ambition d'un événement à portée nationale, qui positionne l'association comme un expert dans un domaine. Le colloque national est alors la bonne formule. S'il est organisé à l'occasion d'une journée nationale thématique, c'est encore mieux. On invite ses convives à un colloque inaugural, dans les nouveaux locaux lorsque c'est possible ou sous une tente à l'extérieur. Quand on souhaite sensibiliser les voisins ou s'adresser aux parents des usagers, l'événement festif est de mise ainsi que les événements de type portes ouvertes. Dans ce cas, les usagers des établissements sont mobilisés pour faire découvrir leur établissement en guidant les visiteurs ou en participant aux festivités (concert, exposition, etc.). Dès lors qu'on s'adresse aux entreprises, il est préférable d'organiser un événement répondant aux codes de celles-ci : un petit-déjeuner avec un expert ou une visite guidée en début ou fin de journée. Il n'est pas rare de voir des associations organiser plusieurs micro-événements d'inauguration pour pouvoir s'adresser à l'ensemble de leurs cibles.

1. L'ITEP est une structure médico-sociale accueillant des enfants et adolescents qui présentent des difficultés psychologiques, notamment des troubles du comportement qui perturbent gravement la socialisation et l'accès aux apprentissages.



© ronstik

Le choix des intervenants. On a souvent plus d'intervenants que nécessaire dans une inauguration et bien trop de discours. Là encore, c'est l'objectif visé qui permet d'argumenter le recours à d'autres types d'intervention. L'inauguration est la vitrine de l'activité. Les personnes accompagnées, les salariés, les bénévoles sont souvent le mieux placés pour intervenir. Il faut aussi veiller à valoriser les partenariats, qu'ils soient institutionnels ou avec des entreprises. C'est donc une question de dosage. Par exemple, lorsqu'on cherche des mécènes, c'est bien plus efficace de donner la parole à un enfant qui expose un dessin sur lequel il a représenté le terrain de sport de ses rêves que de faire un descriptif du projet sur fond de PowerPoint. C'est également plus motivant pour un candidat au conseil d'administration de l'association d'écouter un expert du secteur qui souligne la qualité d'intervention de l'association.

Les outils de l'événement. Quelle que soit la typologie d'événement choisie, il est recommandé de constituer un dossier de présentation pour la presse mais aussi pour tous les officiels. Même si l'on tente de limiter les discours, certains sont incontournables. Plus on donne d'informations au cabinet qui prépare l'intervention, plus on s'assure de la transmission des messages et éléments de langage dont on a besoin. Quand c'est possible, une vidéo ou une plaquette peut être utile pour valoriser l'activité. Pour des raisons d'économie, les invitations sont de moins en moins souvent imprimées sous forme de carton, mais cela reste indispensable pour certaines cibles. Parfois, un simple courrier peut suffire. En revanche, s'agissant des réseaux sociaux, il faut y consacrer du temps pour s'assurer d'une diffusion adaptée des informations en lien avec l'inauguration. Si une invitation parvient à la mauvaise cible et qu'elle est repartagée, l'équilibre entier d'une inauguration peut vaciller. Enfin, la presse doit être invitée. La presse quotidienne régionale (PQR) certes,

mais aussi la presse spécialisée quand c'est pertinent, voire la presse nationale quand l'angle choisi pour l'inauguration répond à un sujet d'actualité. Enfin, ce n'est pas déplacé d'éditer des bulletins de dons à mettre à disposition le jour J. Des parents ravis de la qualité de prise en charge de leurs enfants et qui pourraient soutenir l'association ne savent pas toujours que cela est possible...

CULTIVER LES RETOMBÉES

Le jour J mobilisera l'association et, bien souvent, comme pour tout événement, il y a une phase de décompression les jours suivants. Mais il ne faut rien lâcher : ce qui suit l'inauguration est également très important !

D'abord, les remerciements. Les intervenants doivent recevoir dès le lendemain un courrier ou un mail personnalisé. Il est aussi préconisé de rédiger un rapide communiqué pour la presse, les partenaires, les bénéficiaires et même les salariés dans lequel l'association remercie toutes les personnes qui se sont mobilisées. Le communiqué peut être aussi l'occasion d'annoncer une suite, par exemple prendre date pour un événement annuel tel qu'un colloque ou des journées portes ouvertes.

Les personnes qui n'ont pas pu se déplacer et sur lesquelles l'association comptait doivent être recontactées (envoi du dossier, proposition d'une visite privée, etc.). Les contacts prospectifs prometteurs pris lors de l'inauguration doivent également être renoués rapidement pour enclencher des partenariats et alliances par exemple. Attention, le soufflé retombe vite !

Enfin, si un film a été réalisé ou que des photos ont été prises, ces supports doivent être valorisés et diffusés au sein de l'association et en dehors, à travers notamment les réseaux sociaux.

CONCLUSION

L'événement organisé dans le cadre d'une inauguration doit être considéré comme un véritable couteau suisse. Il est un bon prétexte pour faire venir à soi des politiques, des entreprises, des partenaires, des journalistes. Alors, il ne faut pas se priver et inaugurer tout ce qui peut l'être : un nouveau terrain de sport, une exposition des œuvres d'usagers ou encore un nouvel équipement ! ■