

Master Directeur Artistique & Marketing

Manon Vaugeois

Projet 2019



LES TIERS LIEUX

Jardin partagé pédagogique



CHALLENGES CHARGES





Cahier des charges

1. CONTEXTE P08
· Annonceur

2. OBJECTIFS P09
· De la communication
· Du lieu

3. ENJEUX ET CONTRAINTES P10
· Définir ses cibles
· Définir son budget
· Définir son délai
· Définir son image
· Définir ses contraintes

4. SUPPORTS PRÉCONISÉS P11
· Logotype et identité
· Supports papier
· Signalétique
· Supports web

C ONTEXTE

L'association L'UNIVERT a créé un jardin partagé pédagogique au cœur de la ville de Limoges en juillet 2018. L'association compte maintenant quarante-sept adhérents enthousiastes à l'idée de développer ce nouveau lieu.

La philosophie de L'UNIVERT est de créer du lien entre les habitants de Limoges, ainsi que de partager des savoirs au travers du jardinage, de l'animation culturelle et artistique.

Ce lieu favorise l'échange et le partage. Ses deux notions sont très souvent oubliées dans notre société considérée comme trop individualiste. La transmission de connaissances est au cœur du projet, par le biais du jardinage, de la cuisine, du bricolage, etc.

Effectivement, c'est un jardin collectif qui prône la solidarité, l'intergénérationnel, l'interculturel et l'éducation populaire.

Ce jardin permet également à de nombreux habitants Limougeaux vivant dans des appartements d'avoir un lieu où s'échapper et s'investir pour s'approprier un nouveau cadre de vie. Le jardin est le lieu idéal pour les passionnés du jardinage et de créations.

Un point fort pour L'UNIVERT est que la créatrice du lieu Laura Lignac s'est associée à de nombreux partenaires qui sont intéressés pour s'impliquer dans cette aventure, soit parce que l'association leur offre un lieu naturel pour exercer des activités (centre de loisirs, écoles...), soit parce qu'elle leur permet de promouvoir leurs activités (lycée agricole, lycée hôtelier, la bibliothèque...).

Ce projet est bénéfique pour la ville de Limoges. En effet, il permet à la ville de respecter la loi de 2015 incitant les communes à s'inscrire dans la « transition énergétique pour la croissance verte ». Le Conseil municipal adhère également à ce projet parce qu'il le trouve bénéfique pour la cohésion sociale de leurs administrés.

Le jardin se trouve à côté de la Vienne, dans la rue de Soudanas, sur un terrain de 5000 m², prêté par la commune. On y trouve, outre les parcelles consacrées à la culture des légumes, des petits fruits et des fleurs :

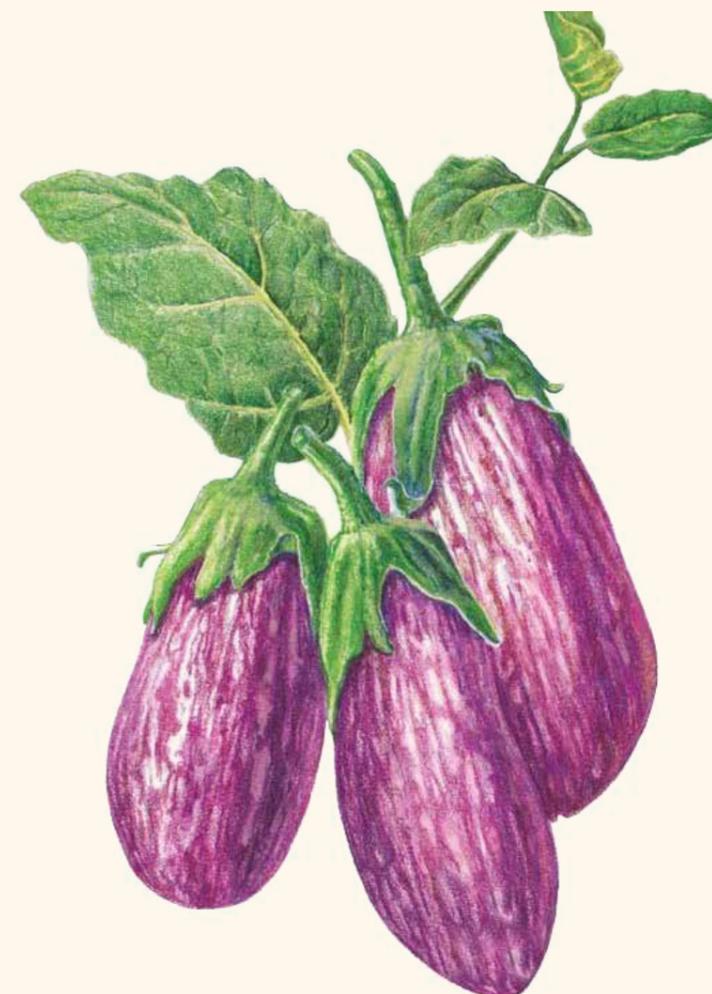
- un terrain dédié à l'implantation d'un verger commun,
- un espace de jeux pour les enfants,
- des tables de pique-nique,
- un coin détente avec un « livre service » (boîte à lire),
- un abri commun (avec un coin pour cuisiner et un comptoir pour vendre),
- une cabane à outils,
- des toilettes sèches,
- des cabanes à oiseaux et à insectes.



O BJECTIFS

L'objectif est de créer l'identité visuelle du jardin partagé pédagogique. En découlera alors une communication reconnaissable et attirante, qui permettra de faire connaître l'existence du lieu et promouvoir le lancement du jardin, incitant ainsi indirectement à l'adhésion des Limougeaux.

La création de ce jardin a pour objectif de renouer avec la nature, de redécouvrir le partage en favorisant les échanges et la transmission de connaissances. Le jardin permet de passer un moment agréable à construire ensemble et à s'inscrire dans le collectif.





E

NJEUX ET CONTRAINTES

→ Cibles visées

Les cibles principales sont les habitants de Limoges ne possédant pas de jardin ou de terrain. Plus précisément, le jardin vise les amateurs de jardinage, de bricolage, ainsi que les personnes aimant partager et tisser des liens avec les autres.

→ Budget

Reste encore à définir.

→ Délais

Le projet a débuté le 27 février et devra être livré le 19 Juin 2019.

→ L'image souhaitée

L'UNIVERT veut promouvoir une image écologique qui s'inscrit dans le développement durable. Mais l'association souhaite surtout donner un ton festif à sa communication, tout en conservant le côté nature où l'on peut s'évader.

Le ton est donc joyeux, il faut que le côté intergénérationnel et interculturel ressorte.

→ Contraintes graphiques

Étant donné que le lieu est nouveau, il n'y a pas de charte graphique, il va donc falloir l'établir à partir des demandes et besoins.

Il n'y a pas de contraintes graphiques strictes, il faut tout de même que la charte graphique respecte l'image souhaitée par l'UNIVERT.

S

UPPORTS PRÉCONISÉS

Logotype & identité

— Un logotype est le socle de la communication visuelle. Il est donc essentiel pour le jardin d'avoir un logo et une identité visuelle afin de se démarquer des autres jardins et d'être reconnaissable.

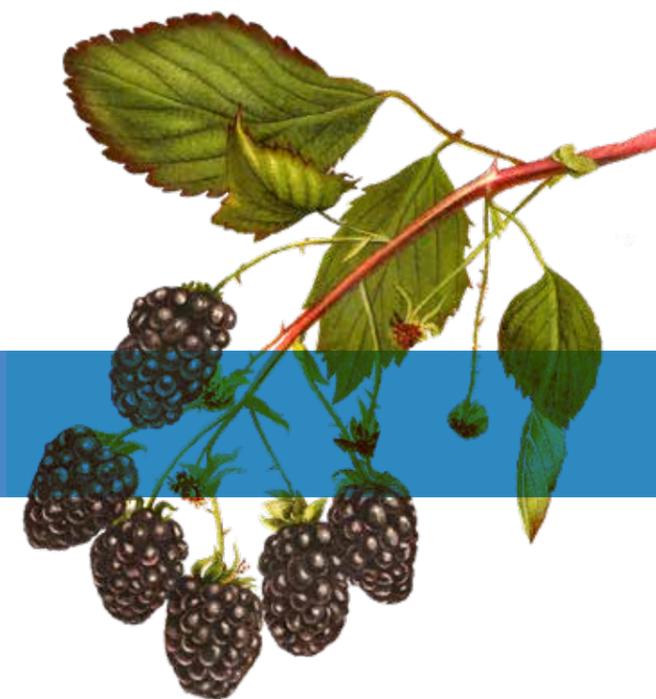
Supports papier

— Des affiches pour annoncer la journée d'inauguration.
— Des flyers permettant la présentation de ce nouveau lieu.

Support web

— Un site internet

- Page d'accueil
- Page présentant l'UNIVERT
- Page avec les fruits et légumes de la saison
- Page des événements
- Page Blog
- Page contact et Infos pratiques





STRATÉGIE DE COMMUNICATION

2

Stratégie de communication

1. ANALYSE DE LA SITUATION P16 À P21
· Annonceur

2. OBJET DE LA COMMUNICATION P22 À 39
· Analyse de l'association
· concurrence

3. STRATÉGIE DE COMMUNICATION P40 À P45
· Diagnostic et problématique
· Définir son positionnement
· Définir ses objectifs
· Définir ses cibles

4. STRATÉGIE DE CRÉATION P46 À P51
· Plan de création
· Les contraintes
· Choix des moyens
· Planification des moyens

FACTURE P52 À P55
· Création
· Impression - Affichage - Distribution

ANALYSE DE LA SITUATION

ANNONCEUR

L'annonceur est une association, loi 1901, à but non lucratif avec une équipe de bénévoles et d'adhérents jardiniers et/ou artistes.

L'association se nomme UNIVERT. Son domaine de prédilection est le jardin partagé pédagogique.

Pour être adhérent au jardin, il faut payer une cotisation à l'année. Le prix n'est pas excessif, il est de 15 € par foyer. Cet argent couvre une partie des frais liés au jardinage (graines, plants, outils...).

C'est un jardin collectif qui prône la solidarité, l'intergénérationnel, l'interculturel et l'éducation populaire.

La philosophie de L'UNIVERT est de créer du lien entre les habitants, ainsi que de partager des savoirs au travers du jardinage, de l'animation culturelle et artistique.



DOMAINES

- L'agriculture, l'exploitation commune avec le potager et le verger.
- Le développement durable et la culture écologique.
- L'intergénérationnel, l'interculturel, la collectivité et le partage qui est un point essentiel pour l'association.
- La solidarité entre les adhérents.
- L'événementiel et la culture avec les festivités (concert, exposition, conférence, la boîte à lire, etc.).
- L'animation avec les ateliers loisirs.
- La détente, la découverte et le jeu.
- L'échange de savoir, l'éducation et la pédagogie par les ateliers jardinage, cuisine et bricolage.



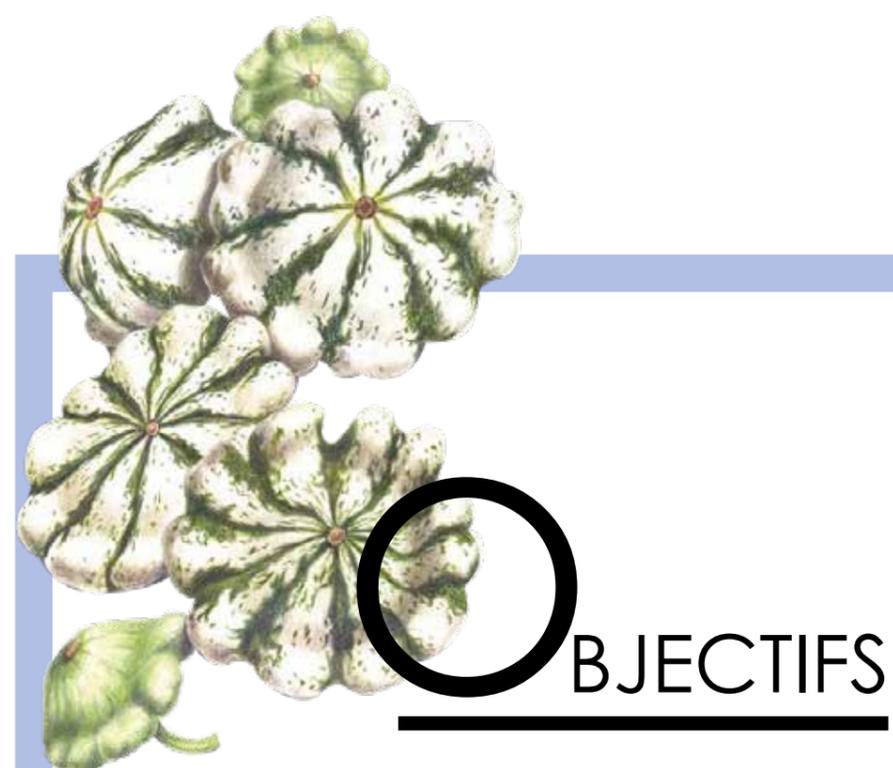
HISTOIRE

Mme Laura LIGNAC, une plasticienne du Limousin d'une trentaine d'années, mère de deux enfants, n'avait pas les moyens d'avoir un jardin et souhaitait pourtant s'adonner à ses passions : le jardinage et les rencontres. Sa grand-mère Lucie, septuagénaire, passionnée elle aussi de jardinage, s'est associée à sa petite fille pour monter un projet de jardin partagé.

Elles ont donc eu la bonne idée de créer une association, après avoir fait des démarches auprès du maire de la ville de Limoges, pour s'assurer qu'un terrain exploitable pourrait être mis gracieusement à la disposition de jardiniers passionnés et bénévoles.

Le maire a accédé à leur demande afin de créer un espace dans la ville consacré à un jardin partagé pédagogique. Le Conseil municipal adhère à ce projet qu'il trouve bénéfique pour la cohésion sociale de ses administrés. Une convention a été signée entre la mairie et l'UNIVERT.

Lucie et Laura ont tenu à mettre le projet en place avec l'équipe de bénévoles qui les entoure et ses premiers adhérents jardiniers afin que tous se l'approprient. L'association compte maintenant quarante-sept adhérents enthousiastes à l'idée de développer ce nouveau lieu.



OBJECTIFS

L'UNIVERT veut promouvoir l'écologie et le partage autour de la culture de fruits et légumes. Dans le jardin, il n'y a pas de pesticide ni d'insecticide. La culture est donc dite « biologique ».

Les bénévoles souhaitent rassembler les habitants, casser l'individualisme, renouer avec les échanges, le troc, retrouver la convivialité que l'on a tendance à perdre de vue aujourd'hui, vivre des choses réelles avec les autres. Ces valeurs se véhiculent autour du jardinage et tous les événements qui ont lieu sur le site.

Les légumes sont uniquement consommés dans le cadre des festivités organisées dans le jardin. En cas de surproduction par rapport aux besoins des préparations culinaires, le surplus pourra être distribué à des foyers dans le besoin, à des personnes défavorisées.

Une dernière chose semble importante pour l'association : l'intergénérationnel et l'interculturel. Le jardin peut permettre de lutter contre l'isolement et favoriser la transmission des savoirs.

Le jardin partagé n'est pas une fin en soi, mais cette idée permettrait de résoudre certains problèmes sociaux tels que l'individualisme et les problèmes environnementaux. Le jardin partagé est un lieu qui combine la cohésion, ainsi que l'écologie, afin de retrouver les racines qui font de nous des êtres humains.



PARTENAIRES

L'association prend des contacts avec des partenaires présents à Limoges :

- Le maire qui fournit le terrain à l'*UNIVERT* et des subventions,
- Les écuries de Cordelas qui donnent le fumier,
- La bibliothèque Francophone Multimédia qui approvisionne la boîte à lire,
- Les artistes et artisans du coin seront sollicités pour des temps festifs qui seront organisés au cours de l'année (la chasse aux œufs, la fête des voisins, la fête de la musique, la fête des jardins, Halloween, concert, expositions, etc.).
- Les élèves du lycée Jean Monnet sont invités à partager leurs savoirs sur des préparations culinaires avec les produits du jardin pour les occasions.
- Les élèves du lycée d'enseignement général et technologique agricole du Lycée des Vaseix transmettent leur savoir-faire et donnent des conseils ou prêtent du matériel.
- Le centre de loisirs peut organiser des animations socioculturelles sur le site : des ateliers de land art, de fabrication de cabanes à oiseaux et à insectes, d'épouvantails...

→ L'association reçoit aussi des subventions du conseil départemental du Limousin ainsi que du conseil régional Nouvelle-Aquitaine.

STRUCTURE

→ Dans le bureau de l' *UNIVERT*, il y a une présidente, un trésorier et une secrétaire.

- La présidente : Mme Laura LIGNAC, plasticienne.
- Le trésorier : Mr Olivier BALL, professeur au lycée agricole.
- La secrétaire : Mme Valérie JOIE, fleuriste.

→ Les bénévoles organisent et gèrent le jardin pendant leur temps libre, suivant leur disponibilité.

→ Sur le terrain prêté par la commune, on y trouve, outre les parcelles consacrées à la culture des légumes, des petits fruits et des fleurs :

- un terrain dédié à l'implantation d'un verger commun,
- un espace de jeux pour les enfants,
- des tables de pique-nique,
- un coin détente avec un « livre service » (boîte à lire),
- un abri commun (avec un coin pour cuisiner et un comptoir pour vendre),
- une cabane à outils,
- des toilettes sèches,
- des cabanes à oiseaux et à insectes.

→ Sur l'ensemble du terrain sont installés des récupérateurs d'eau et des composts. L'association a la chance d'avoir obtenu des terrains en bordure de l'eau. Cela facilite l'arrosage si besoin.

→ La superficie du jardin est de 5000 m². Un ancien jardin partagé fermé et abandonné il y a un an est à présent disponible pour créer le nouveau lieu l'*UNIVERT*. Le terrain en friche se trouve à côté de la Vienne dans la rue de Soudanas.

→ Le jardin potager est clôturé et fermé. Il est à disposition des adhérents 7 jours sur 7, de 8 h à 20 h, de mars à septembre. D'octobre à février, il est ouvert du vendredi au dimanche de 14 h à 17 h.

Un planning de roulement est mis en place chaque mois afin de désigner les responsables de l'ouverture et de la fermeture du jardin.

Le reste du site (coin détente, espace de jeux, coin pique-nique...) est accessible librement.



2 OBJET DE LA COMMUNICATION

P OINTS

FORTS

Ce jardin a permis dans un premier temps à de nombreux habitants Limougeauds vivant dans des appartements d'avoir un lieu naturel où s'échapper et d'investir pour s'approprier un nouveau cadre de vie.

Ce lieu favorise l'échange et le partage. Ses deux notions sont très souvent oubliées dans notre société individualiste. La transmission de connaissances est au cœur du projet, par le biais du jardinage, de la cuisine, du bricolage, etc.

Ce jardin donne lieu à des rencontres entre les habitants, des liens sociaux se nouent. C'est aussi une façon de regrouper toutes les générations ; ce lieu est intergénérationnel et interculturel.

Les méthodes de culture de ce jardin s'inscrivent dans le développement durable de la ville.

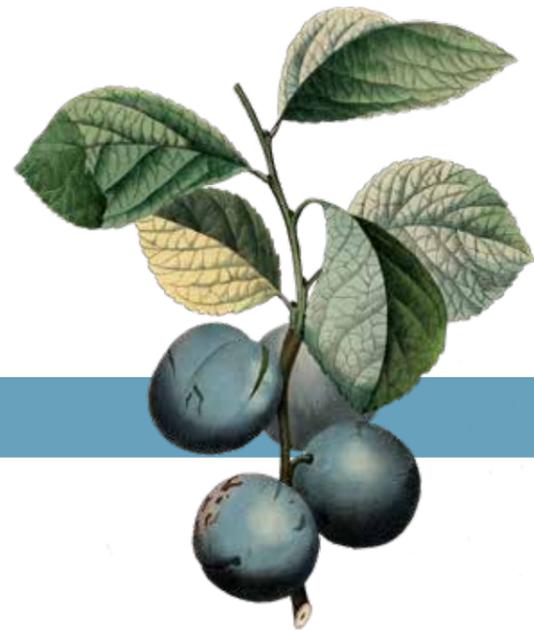
Un point positif pour ce jardin ressort également : il est en ville ! Donc pas besoin pour les habitants de Limoges de prendre leur voiture pour s'y rendre.

D'AMÉLIORATION

L'activité peut être restreinte parce qu'elle est tributaire des saisons et des conditions météorologiques.

La production peut s'avérer faible, voire insuffisante.

La réussite de ce projet repose sur une équipe de bénévoles dynamique, réactive et disponible.



S ERVICES

- Lieu de rencontre et de partage de savoir.
- Apprentissage et pratique du jardinage, de la cuisine et d'ateliers créatifs.
- Lieu culturel grâce aux expositions, aux conférences, aux boîtes à lire.
- Lieu de festivités grâce aux concerts et aux fêtes diverses.

GAMME DE PRIX

Pour les événements où il est nécessaire de payer l'intervenant, une participation financière est demandée à l'entrée. Celle-ci est minorée pour les adhérents.

Les légumes et les fruits de saison produits par l'association sont cuisinés pour les festivités et vendus à petits prix (2 € la barquette de légumes ou de fruits cuisinés).

L'UNIVERT met en place, tous les ans, un concours photo de la faune et de la flore du jardin afin de créer un calendrier qui est mis en vente chaque année en décembre. Le prix de ce calendrier est de 10 €.

MODE DE CONSOMMATION

Le mode de consommation de ce jardin est écologique et basé sur le respect de l'environnement ainsi que le développement durable.

La notion de partage est essentielle pour l'association. C'est après le travail de jardinage qui aboutit à la production de fruits et légumes et leurs préparations culinaires que les produits sont consommés collectivement.



POSITIONNEMENT

L'image souhaitée par l'UNIVERT est une image écologique. L'association veut promouvoir une image de développement durable.

Mais l'association souhaite également renvoyer une image festive, en effet, le site est un lieu de rencontre, de partage intergénérationnel et interculturel, qui propose des activités socioculturelles.



ACTUEL
& SOUHAITÉ

CONCURRENCE DIRECTE

*Rue de la Roche au Go
sur les bords de Vienne
à Limoges (87)*

« JARDINONS ENSEMBLE À LIMOGES »

L'association est ouverte à toutes les personnes désireuses de jardiner dans la convivialité.

Depuis quelques années, l'association désormais présidée par Yveline Vétillard regroupe différents passionnés qui cultivent de manière collective un grand terrain sur les bords de Vienne.

Ici, le jardinage est un plaisir qui se décline de façon plurielle. Après avoir patiemment défriché quatre parcelles surplombant le quai Salvador Allende, la quinzaine de membres de l'association s'attache désormais à développer un véritable jardin partagé écologique.

Ce terrain en pente de près de 400 m² leur a été gracieusement prêté par le propriétaire des lieux. L'alimentation en eau est plus ou moins assurée par un tuyau raccordé à une source. Question organisation, un conseil de jardiniers se réunit deux à trois fois par trimestre pour planifier les tâches. Les membres échangent aussi régulièrement par internet. Si certains peuvent être rebutés par l'idée de voir le fruit de leur travail être accaparé par d'autres, ce n'est pas le cas ici. Certains fruits ou légumes finissent même par pourrir sur pied faute d'avoir été ramassés !



CONCURRENCE DIRECTE

Université de Limoges,
Faculté des Lettres et des
Sciences Humaines
à Limoges (87)

« CAMPUS À CULTIVER »

« Campus à cultiver » est une association installée depuis 3 ans sur les campus de Lettres et de Sciences, qui permet à des bénévoles de cultiver toutes sortes de plantes en permaculture. Les étudiants ont pu être formés à la permaculture lors d'un atelier avec une spécialiste.

En moyenne, la petite dizaine de bénévoles de « campus à cultiver » interviennent 2 à 3 fois par mois pour maintenir tout cela en bonne forme et planter tout au long de l'année.

L'objectif de l'association est d'apprendre à vivre de la terre, mais aussi faire vivre la terre, une chouette initiative écologique en pleine ville !

Une majorité d'entre eux n'avait pas d'expérience du tout dans le jardinage, le jardin a aussi un but pédagogique : apprendre à vivre de la terre et faire vivre la terre.

L'association est soutenue par les institutions locales, comme le CROUS qui prête le terrain.

Pour ceux qui veulent profiter des bienfaits d'une agriculture raisonnée sans passer par la case bêche et râteau, « Campus à cultiver » a mis en place des paniers paysans avec un budget étudiant proposé régulièrement grâce à leur collaboration avec la ferme de la Tournerie.

Dans la même optique que l'association « Campus à cultiver », la ferme de la Tournerie est un collectif de 11 jeunes, issus pour la plupart de l'institut d'agriculture Lillois, menant une agriculture raisonnée sur 80 ha du Limousin.



CONCURRENCE INDIRECTE

Quatres lieux
aux quatre coins
de Limoges (87)



JARDINS FAMILIAUX & OUVRIERS



Les jardins familiaux ou ouvriers font partie du paysage de Limoges.
À Limoges, ces jardins permettent de conserver des espaces verts dans
les quartiers, mais ce sont aussi des lieux de détente.

Limoges compte 283 parcelles cultivables réparties
sur 4 sites aménagés :

- 68 au val de l'Auzette
- 61 à La Bastide
- 42 au Val de l'Aurence
- 112 à Beaubreuil

Au goût du jardinage, s'ajoute un aspect social propice à la convivia-
lité et au partage, contribuant ainsi à l'amélioration des conditions et
du cadre de vie des quartiers.



CONCURRENCE
INDIRECTE

13 Allée de Coyal
à Couzeix
à 15mn environ de Limoges (87)

« JARDIN
DE COCAGNE
À LIMOGES »

Le jardin de Cocagne est une ferme basée à Couzeix, au milieu des champs. On y cultive des légumes bios toute l'année, mais aussi l'emploi !

Effectivement, depuis 1995, l'association aide progressivement des hommes et des femmes à retourner sur le chemin du travail, en les employant par le biais de contrats d'insertion, mais aussi en les aidant à élaborer un projet professionnel précis.

Actuellement, 36 personnes (chômeurs longue durée ou bénéficiaires des minima sociaux), sont employées en contrat d'insertion au sein de deux chantiers :

- le premier, porte sur le travail de la terre et la production de légumes bio de saison, vendus en panier aux adhérents ;
- le second, Ocealim, est axé sur l'entretien des espaces verts.

Les légumes produits à la ferme nourrissent plus de 350 adhérents, qui viennent soit chercher leur panier à la ferme, soit dans l'un des points de distribution mis en place dans le département. Une petite liste d'attente a même été constituée.



37 Rue Sébastien Gryphe
7e arrondissement
à Lyon (69)

« L'ÎLOT
D'AMARANTHES »

Créé en 2003, le jardin de l'îlot d'Amaranthes est un projet artistique situé au cœur du quartier de la Guillotière sur une place publique très fréquentée.

Depuis 2007, il est géré par l'association Brin d'Guill', il propose des actions d'éducation à l'environnement aux partenaires locaux et reste largement ouvert à tous.

Par la présence qualifiée d'une animatrice jardinière, les riverains peuvent venir partager les secrets d'un coin de verdure en ville. Les jardiniers leur feront découvrir fleurs et plantes potagères qui poussent aussi bien sur le jardin que dans les jardinières de trottoirs dans les rues proches.

L'îlot d'Amaranthes est un lieu incontournable du quartier, espace de rencontre et de partage autour du jardinage.

Le jardin compte aujourd'hui 50 familles adhérentes.



JARDIN
DE RÉFÉRENCE

65 Rue de Bellevue
Jardin de Châteaubernard
à Cognac (16)

« POTE' ÂGÉ
DE LA
CAGUILLE »

Le jardin respectueux de Châteaubernard est devenu avec le temps un véritable outil pédagogique dans l'éducation et la sensibilisation à l'environnement et à la biodiversité.

Il héberge le jardin pédagogique permanent de l'association : « Le Pote' Agé de la cagouille », lieu de déroulement de divers ateliers ou événements programmés tout au long de l'année et ouverts à un public large (adultes, enfants, familles, jeunes etc.).

Conçu comme un jeu de l'oie grandeur Nature, il s'inspire de l'architecture et des règles du célèbre jeu de société de notre enfance, pour permettre à un large public d'aborder de manière ludique les méthodes de jardinage écologique : les pratiques de nos anciens, les plantes compagnes, les insectes auxiliaires, le compostage, la biodiversité dans le potager, la rotation des cultures font partie des notions mises en scène dans ce fantastique jardin.



JARDIN DE RÉFÉRENCE

34 rue de l'Ancienne Forge
Ecole de Celles
à Celles (17)

« LE JARDIN RESPECTUEUX »

Seul jardin d'école en France labellisé « Jardin Remarquable » par le ministère de la culture, il est le fruit d'un incroyable travail porté par un enseignant de maternelle (Christophe DROUINAUD) et ses élèves avec la collaboration de Rémi MARCOTTE et de l'association.

Ce jardin sert de fil conducteur tout au long de l'année au maître d'école et aux enfants dans le cadre de différents projets et fonctionne comme un véritable outil pédagogique. Le thème retenu a été celui du Jardin de Vie.

Mais ce jardin est surtout le lieu d'un apprentissage permanent. Au fil de l'année, les interventions de l'association « Les Jardins Respectueux » d'artistes ou encore des parents d'élèves permettent à ce lieu de vivre et d'aborder les thématiques de la biodiversité au jardin, de la création artistique, etc.

Un jardin des 5 sens comme lieu d'apprentissage.

Ce jardin est à l'origine de la création de l'association « les Jardins Respectueux » et du réseau de jardins pédagogiques développés dans les écoles.



DIAGNOSTIC

L'association L'UNIVERT a créé un jardin partagé pédagogique au cœur de la ville de Limoges. C'est un projet innovant parce qu'il n'existe pas de lieu semblable dans Limoges et ses alentours. L'opportunité pour L'UNIVERT est que la ville propose un terrain adéquat pour le jardin sans aucune participation financière.

Un point fort pour L'UNIVERT est qu'elle s'est associée à de nombreux partenaires qui sont intéressés pour s'impliquer dans cette aventure, soit parce que l'association leur offre un lieu naturel pour exercer des activités (centre de loisirs, écoles...), soit parce qu'elle leur permet de promouvoir leurs activités (lycée agricole, lycée hôtelier, la bibliothèque...).

Ce projet est bénéfique pour la ville de Limoges. En effet, il permet à la ville de respecter la loi de 2015 incitant les communes à s'inscrire dans la « transition énergétique pour la croissance verte ». L'UNIVERT permet également à la ville de développer la cohésion sociale.

La principale menace de ce projet est la présence de jardins partagés déjà installés sur Limoges ou aux alentours. Certes, ils ne proposent pas les mêmes services, mais il faut que l'association arrive à se distinguer de tous les existants.

Les objectifs du jardin sont de renouer avec la nature, de redécouvrir le partage et favoriser les échanges, de passer du temps à l'extérieur à jardiner, à se détendre, mais aussi de tisser des liens sociaux avec les autres Limougeauds. Les différentes activités proposées dans le jardin permettent la transmission de connaissances. Le jardin permet de passer un moment agréable à construire ensemble et à s'inscrire dans le collectif.



**COMMENT RÉUSSIR À
ATTIRER DU MONDE
DANS UN LIEU DE
PARTAGE ÉCOLOGIQUE
ALORS QUE LA
SOCIÉTÉ TEND VERS
L'INDIVIDUALISME ET LA
SURCONSOMMATION
?**

POSITIONNEMENT



IL EXISTE TROIS TYPES DE POSITIONNEMENT

- **Le positionnement est objectif**, Nous aurons ici une information très explicite, nous jouerons sur la valeur d'usage du produit. Nous supposons ici que c'est un réel élément de différenciation.

Exemple

Les positionnements de la marque Tefal qui est parvenue à inscrire ses poêles, au moment de leurs lancements, comme la seule poêle qui n'attache pas.

- **Le positionnement est psychologique**, la communication est plus suggestive : ce n'est pas la valeur d'usage du produit qui est valorisée mais sa fonction imaginaire.

Exemple

Le positionnement du parfum «J'adore» de Dior ancre de façon évidente son positionnement dans le domaine du divin, du luxe.

- **Le positionnement est symbolique**, par sa consommation, le client affirme son appartenance à un groupe, le produit lui permet de développer une valeur signe, lui permet de se différencier socialement.

Exemple

Le positionnement de la marque de bière Leffe qui est parvenue à construire une communication forte en promouvant Leffe comme étant la référence des bières d'abbaye.

Le positionnement qui correspond le plus au jardin partagé est le **positionnement symbolique**.

En effet, les adhérents s'affirment socialement à travers la philosophie que véhicule le jardin.

La communication va développer les valeurs souhaitées par l'UNIVERT, c'est-à-dire le développement durable, la culture, l'éducation populaire, l'intergénérationnel et l'interculturel, la solidarité, le partage des savoirs.

→ **Attractif** : C'est un lieu nouveau et jamais vu dans le Limousin. Ce lieu permet d'apprendre et de pratiquer le jardinage, de faire de nouvelles rencontres et de partager des savoirs. Le jardin est à la fois un lieu culturel et festif. Un des points forts du jardin est qu'il permet aussi aux habitants Limougeauds ne possédant pas de jardins d'avoir un lieu naturel où s'évader et passer du temps lorsqu'ils veulent s'aérer.

→ **Distinctif** : C'est le seul jardin partagé pédagogique de Limoges et des environs.

En effet, il y a uniquement des jardins familiaux avec des parcelles individuelles et un jardin d'insertion.

→ **Crédible** : La mairie a accepté de prêter gracieusement à l'association un terrain.

Une convention a été signée entre le maire et l'association.

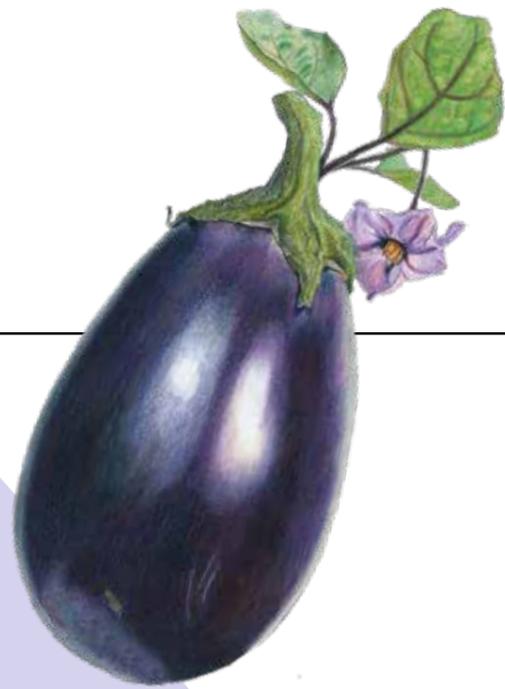
L'UNIVERT reçoit des subventions de la commune, du conseil départemental et du conseil régional.

De plus, depuis sa création, l'association compte de plus en plus d'adhérents et de bénévoles.

→ **Durable** : Ce projet de jardin partagé pédagogique s'inscrit dans le développement durable, ce qui de nos jours est primordial. L'éducation populaire que veut transmettre l'UNIVERT a aussi une valeur intemporelle.

De plus, la mairie ne souhaite pas que le terrain mis à disposition de l'association ait une autre utilisation que celle d'un espace naturel. En effet, il n'est pas constructible.

Le jardin est un lieu nouveau qui, grâce à ses adhérents et partenaires, tend vers le long terme.



Objectif cognitif (faire connaître) :

- faire connaître l'existence du nouveau lieu
- Promouvoir le lancement du jardin.

Objectifs affectifs (faire aimer) :

- promouvoir l'écologie et le partage
- Prôner le développement durable, l'intergénérationnel et l'interculturel.
- Favoriser la culture dite biologique.
- Instituer une image festive.

Objectif conatif (faire agir) :

- avoir un lieu où s'échapper
- S'approprier un nouveau cadre de vie
- Favoriser l'échange et le partage.
- Transmettre des connaissances.
- Donner lieu à des rencontres.
- Nouer des liens sociaux.
- Donner envie d'y adhérer et attirer du monde.

OBJECTIFS DE COMMUNICATION

CIBLES

→ **Cible principale :**

Les cibles principales sont les habitants de Limoges ne possédant pas de jardins ou de terrains. C'est un lieu intergénérationnel et interculturel, tout le monde peut venir, peu importe l'âge et sa classe sociale.

→ **Coeur de cible :**

Le jardin vise tout de même les amateurs de jardinage et de bricolage, ainsi que les personnes aimant partager et tisser des liens avec les autres.

→ **Cible secondaire :**

Les partenaires : Mairie, haras, bibliothèques, artistes, artisans, élèves des écoles environnantes, centres de loisirs, etc.

4 STRATÉGIE DE CRÉATION

P LAN DE CRÉATION

- **Promesse** : un lieu naturel et écologique afin de s'approprier un nouveau cadre de vie avec les autres.

- **La preuve** : la promesse est bien respectée, puisque tout dans ce jardin est écologique et basé sur le respect de l'environnement.

Tous les produits du jardin, légumes, fruits, petits fruits et fleurs sont plantés, entretenus et cueillis par les adhérents.

La notion de partage se retrouve partout dans le jardin, dans la plantation des produits, dans les récoltes des légumes et des fruits, dans la cuisine des plats et dans la consommation de ceux-ci. En effet, les productions de fruits et légumes sont cuisinées et consommées collectivement.

→ Le jardin est un lieu écologique et naturel. La notion de partage est essentielle.

- **Le bénéfice consommateur** : l'avantage pour les adhérents au jardin est de se détendre dans un lieu naturel par la pratique du jardinage et/ou d'un atelier créatif.

Ce jardin partagé est un lieu culturel où de nombreuses festivités sont organisées, ce qui offre aux adhérents l'opportunité de faire des rencontres, des découvertes, et de se cultiver.

Se rendre régulièrement dans ce lieu permet de tisser des liens sociaux avec les autres.

Le jardin renoue avec les fondamentaux d'une vie simple loin de la technologie. Les adhérents ont la possibilité de passer un après-midi loin de leurs habitudes quotidiennes pour profiter de la nature qui offre un apaisement.

→ Par la détente, la pratique du jardinage et du bricolage, les festivités, les rencontres, les découvertes et la culture, l'UNIVERT est un lieu extraordinaire qui offre une parenthèse dans notre quotidien.

- **Le ton** : Le jardinage est primordial. S'ensuivent les notions d'intergénérationnel et d'interculturel et enfin de partage.

→ Le ton de la communication est joyeux.



C ONTRAINTES

- **Contraintes graphiques** : Étant donné que le lieu est nouveau, il n'y a pas de charte graphique, il va donc falloir l'établir à partir de des demandes et besoins de l'association.

Il n'y a pas de contraintes graphiques strictes, il faut tout de même que la charte graphique respecte l'image souhaitée par l'UNIVERT.



- **Contraintes temporelles** :

La communication la plus importante est la campagne « One-shot », qui est indispensable pour faire connaître le jardin auprès de la population, ainsi que donner envie de devenir adhérent.

Par la suite il y aura des campagnes d'insertion irrégulières. Effectivement, le jardin va organiser des événements. Il faut donc faire une communication afin de promouvoir les festivités et attirer un maximum de personnes.

- **Contraintes financières** : Le budget pour la communication est de 5700 €.

CHOIX DES MOYENS

MÉDIA PRINCIPAL	JUSTIFICATION DES CHOIX
Logotype	Un logotype est le socle de la communication visuelle. Il est donc essentiel pour le jardin d'avoir un logo et une identité visuelle afin de se démarquer des concurrents et d'être reconnaissable.
Carte adhérents	La carte d'adhésion sera donnée lors de l'inscription au jardin. Ces cartes permettront lors des journées portes ouvertes de différencier les adhérents des non adhérents pour établir les tarifs.
Affiche	Campagne One Shot : Des affiches permettront de faire connaître le jardin et d'annoncer la journée d'inauguration. Campagne d'insertion irrégulière : Des affiches annonçant les prochains événements de l'association seront à envisager pour la suite. Leur but étant de faire connaître les événements mis en place dans le jardin aux adhérents, mais aussi aux non adhérents.
Flyers	Campagne One Shot : Des Flyers pourront également être créés afin de compléter les informations de l'affiche. L'avantage d'un flyer est d'emporter ces informations chez soi et de les communiquer à ses proches. On pourrait retrouver les objectifs, les valeurs, les services, les prix de l'UNIVERT, etc. Ce support permettra aux Limougeauds de bien comprendre le fonctionnement et la philosophie de ce nouveau lieu. Campagne d'insertion irrégulière : Des flyers pourront être distribués pour fournir plus d'informations sur les événements : les activités proposées, les horaires, les tarifs, etc.

Carton d'invitation E-mail	Il est indispensable d'envoyer des invitations papier ou web aux partenaires, aux élus (maire de Limoges, conseil municipal, présidents du conseil départemental et régional), à la presse et aux artistes, animateurs, etc, que l'on souhaite convier à l'occasion de l'inauguration du jardin.
Communiqué et presse écrite Radio et télévision locales Journaux locaux : — La Montagne, avec les articles du piéton qui sont très lus, appréciés et écoutés. — L'écho du Centre, — Le populaire du Centre. Chaines radio locale : — France Bleu Limousin — Flash FM — BeaubFM Chaines télé locale : — France 3 Limousin — 7ALimoges	Campagne One Shot : Un article dans le journal pourra annoncer l'ouverture du nouveau lieu et donner des informations telles que : comment on y adhère? comment est née l'association? sa philosophie, ce qu'elle propose, etc. Lors de la journée d'inauguration, la presse sera invitée, un article dans le journal sera le bienvenu ! Campagne d'insertion irrégulière : Des articles pourront paraître dans les journaux locaux pour annoncer les événements du jardin. Cela permettra de toucher un public plus large. La radio et la chaîne télé du Limousin pourront venir à l'UNIVERT afin de faire un reportage. Cela permettra de faire connaître le jardin et de parler de ses activités, etc.
Site Internet Réseaux sociaux	Un site internet pourrait être créé afin d'informer ses adhérents, ses partenaires, ses financeurs, etc, de ses activités. Un site web permettrait également à l'UNIVERT d'avoir une e-réputation et donc de se faire connaître par un plus grand nombre. Un Facebook et un Instagram vont être créés pour poster des photos, relayer les événements futurs, diffuser les informations, etc.

P LANIFICATION DES MOYENS



Campagne « one shot » : ponctuelle, mais marquante. Cette campagne sera indispensable pour le lancement de l'association, le temps de la faire connaître et d'attirer du monde. Les affiches, Flyers, invitations, articles de journaux, mais aussi internet, les radios et la télévision locales serviront à faire découvrir l'existence du jardin et de donner envie aux habitants d'y adhérer. Le but de cette campagne est d'augmenter le nombre d'adhérents !

Les affiches vont permettre d'être vu par un grand nombre de personnes.

Elles seront disposées dans des points phares de la ville, dans des lieux stratégiques tels que l'office du tourisme, la mairie, la bibliothèque, le théâtre, etc, mais aussi dans certaines boutiques de Limoges.

Les flyers seront distribués à un maximum de personnes. Ceux-ci seront distribués en ville ou dans les boîtes aux lettres des habitants de Limoges vivant dans des appartements.

Les flyers seront aussi à disposition à l'office du tourisme et dans certains commerces de Limoges. Il ne faudra pas oublier de viser les cafés associatifs, les magasins d'artisans et artistes, les centres sociaux, etc.

Des envois d'invitation ou d' emailing seront mis en place mais toujours dans un souci de préservation de la nature, ses envois seront limités aux partenaires, aux acteurs politiques, à la presse et aux invités (artistes, artisans, animateurs, scientifiques, etc).

Pour le site internet, l' aspect sûrement le plus intéressant serait d'avoir un site « interactif ». C'est-à-dire qu'il offrirait la possibilité d'échanger, de créer un lien entre les adhérents et non adhérents également.



Campagne d'insertion irrégulière :

Ensuite, la campagne deviendra irrégulière, car la communication ne sera utilisée que pour des événements particuliers.

Par exemple :

- À la rentrée en septembre pour intégrer des nouveaux étudiants ou habitants
- À Halloween.
- À la chasse aux œufs
- À la fête des voisins.
- À la fête de la musique.
- À la fête des jardins.
- En été pour organiser des pique-niques partagés.
- Aux concerts, aux expositions ainsi qu'aux conférences...



L'UNIVERT

Jardin partagé
pédagogique