

Sujet de campagne 2013

PRECONISATION

En réponse à l'appel d'offre de Rigolo Comme La Vie

rigolo
comme
la vie !



Sommaire



1/ Analyse et Diagnostic	3 à 13
• Présentation de Ricolo Comme La Vie	4 à 6
• Analyse interne	7 à 8
• Analyse externe	9 à 12
• Diagnostic	13
2/ Problématique	14 à 15
3/ Stratégie de communication	16 à 21
• Positionnement	18
• Cibles	19
• Objectifs	20
4/ Stratégie de création	21 à 32
5/ Stratégie des moyens	33 à 54
A/ Communiquer envers les partenaires et potentiels partenaires de Rigolo Comme La Vie pour permettre le développement de nouvelles structures	
- Média	35 à 38
- Hors-média	39 à 45
B/ Renforcer la visibilité et la crédibilité de Rigolo Comme La Vie en tant qu'employeur auprès des centres de formation de la petite enfance	
- Média	46 à 51
- Hors-média	52 à 54
6/ Calendrier d'actions	55 à 56
7/ Budget	57 à 59
8/ Contact	60 à 61

1 / Analyse & Diagnostic

- Présentation de Rigolo Comme La Vie
- Analyse interne
- Analyse externe
- Diagnostic

Présentation de Rigolo Comme La Vie



Rigolo Comme La Vie est une **association**, créée en **Janvier 2005** par Okworld, la fondation d'entreprise **Idgroup**. Idgroup est une entreprise leader dans le monde des enfants, regroupant 6 marques : Obaïbi, Okaïdi, Oxybul, Jacadi, Véronique Delachaux et idkids. Elle place **l'enfant** au cœur de ses préoccupations et assure une **présence internationale**, animant un réseau comptant plus de **1 000 magasins**. Idgroup réalise un chiffre d'affaires annuel de **770 millions d'euros**.



Actuellement : l'association Rigolo Comme la vie gère **12 structures** implantées à Roubaix, Tourcoing, Hem, Croix et Rennes, permettant l'accueil de **252 enfants**. Parmi celles-ci : 9 multi-accueils, 1 accueil de loisirs, et 2 micro-crèches.

Des places sont réservées, au sein de ces structures, pour les **familles des quartiers** ainsi que pour les **salariés des entreprises partenaires**. Quelques places sont aussi prévues en cas d'**urgence**. Au sein de certaines structures, un certain nombre de places peut être acheté par des entreprises, organismes publics, ou associations intéressés.

SES ENGAGEMENTS

Rigolo Comme La Vie s'engage à répondre aux besoins et demandes des parents en proposant les meilleures conditions de développement aux enfants et une aide quotidienne auprès des parents. Elle mise sur les compétences et la pédagogie de ses équipes, en proposant des services de qualité.

Rigolo Comme La vie a pour base son engagement « **Vivre et grandir ensemble** ». Elle se démarque cependant en menant les projets pédagogiques suivant :

- L'association accueille des **enfants porteurs de polyhandicaps** au sein du multi accueil Noemi de Roubaix.
- Au sein des multi-accueils Jardin des Orchidées de Tourcoing et Saint-Hélier de Rennes, les **rencontres intergénérationnelles** sont favorisées et facilitées.
- Enfin, un projet pédagogique basé sur l'**éco-citoyenneté** est développé au sein du multi-accueil Sésame implanté à Roubaix.

Présentation de Rigolo Comme La Vie



SES METIERS

Divers métiers sont présents au sein des structures de Rigolo Comme La Vie: éducateurs, puéricultrices, auxiliaires de puéricultrices, médecins, agents d'entretien, psychologues, directeurs de centres, ou encore animateurs. Les domaines de l'éducation et du développement, de la santé et du sanitaire, ainsi que de l'animation y sont donc présents.

SES PARTENAIRES

L'association a développé différents types de partenariats (privés et publics) depuis sa création :

• **Les partenaires financiers**

- Institutionnels : La Caisse d'Allocations Familiales, le Conseil Général du Nord, le Conseil Général d'Ille et Vilaine
- Entreprises : Okaïdi, Happy Chic, Mobilis, Association Hospitalière Saint-Hélier
- Collectivités locales : Villes de Roubaix, de Hem et de Tourcoing

• **Les partenaires sociaux**

La Ville de Roubaix, l'association Noemi, la Protection Maternelle et Infantile (PMI), le Centre Montfort, le Centre de la petite enfance de Hem et le Centre d'Action Médico- Social Précoce (CAMSP)

• **Les partenaires privés**

- Professionnels médicaux et paramédicaux : psychothérapeute, pédiatre, psychomotricien.
- Bénévoles (contes, couture, cuisine)

Présentation de Rigolo Comme La Vie



SON ACTUALITE

L'actualité de Rigolo Comme La Vie est marquée par de grands événements, comme la **visite de Roselyne Bachelot**, la ministre des solidarités et de la cohésion sociale, au sein de la crèche Noemi.

Elle s'est également vue remettre le **trophée « Environnement du travail et RSE » de l'ARSEG** pour la récompenser de ses actions favorisant l'accueil d'enfants porteurs d'un handicap au sein de ses structures.

La **démarche citoyenne** de Rigolo Comme La Vie est ainsi **reconnue**.



Analyse interne: ses forces et faiblesses

LES ACTIVITES, SERVICES ET COMPETENCES DE RIGOLO COMME LA VIE

- Créer, gérer et manager des structures d'accueil (multi-accueils, micro-crèche, accueil de loisirs) pour les enfants de 3 mois à 5 ans
- Permettre les meilleures conditions de développement aux enfants, en répondant aux besoins et aux demandes des parents.
- Pour les entreprises et les collectivités : Les accompagner dans leur projet de développement de structure d'accueil (création ou reprise d'une structure). Voici ce qu'elle propose dans cet accompagnement: étude de faisabilité et de financement, montage des dossiers, création de la structure et management de cette dernière.
- Soutenir et favoriser la pérennisation des structures existantes
- Coordonner les relations entre les différents partenaires
- Former les collaborateurs pour faire évoluer leurs compétences en leur proposant 45 modules basés sur diverses thématiques

SA POLITIQUE DE PRIX



Rigolo Comme La Vie est en partie financée par la Prestation de Service Unique, versée par la **Caisse d'Allocation Familiale**. En partenariat avec cette dernière, l'association propose des tarifs suivant un barème national et tenant compte des ressources de la famille et du nombre d'enfants à charge. Se voulant accessible, l'association favorise donc l'accès à ses services. Sur son site internet, elle met également à disposition un lien permettant aux parents de calculer le montant qu'ils auraient à régler si leur(s) enfant(s) étai(en)t accueilli(s) en structure collective.

Analyse interne: ses forces et faiblesses



SON RAYONNEMENT

Rayonnement plutôt local de Rigolo comme la vie : présence fortement marquée **à proximité de la métropole Lilloise**, dans les villes de Roubaix, Hem, Croix et Tourcoing.

Cependant, l'association a aussi ouvert une crèche à **Rennes**, en Bretagne, en 2012.

SA COMMUNICATION

Au niveau de sa promotion, Rigolo comme la vie communique auprès de **différentes cibles** : les familles, mais aussi ses propres collaborateurs, les entreprises, les collectivités, les jeunes diplômés... etc. Elle doit donc s'adapter à ces dernières en utilisant **divers outils de communication** (par exemple: son site internet, sa page facebook...).

Cependant, il est actuellement nécessaire d'**améliorer sa communication auprès de ses partenaires économiques** en vue de développer l'ouverture de nouvelles structures, mais également **auprès des centres de formation des métiers de la petite enfance** pour renforcer sa visibilité et sa crédibilité en tant qu'employeur.

Analyse externe: opportunités et menaces



MARCHE

Le développement de l'offre d'accueil répond à un **enjeu de société global**. En effet, selon le Baromètre 2011 (volet Salariés) de la conciliation entre vie professionnelle et vie familiale de l'Observatoire de la Parentalité en Entreprise (Ope), 97% des salariés-parents estiment que l'**équilibre entre vie professionnelle et vie familiale constitue un sujet de préoccupation majeur**. Cependant, seulement 8% des salariés affirment avoir à leur disposition des solutions de garde pour leurs enfants, qu'elles soient ponctuelles ou permanentes. La demande en terme d'accueil est donc un besoin grandissant au sein de la société actuelle, pour les parents d'enfants.

Au niveau du marché, Rigolo comme la vie a donc « toutes ses chances » pour évoluer dans un milieu où elle a sa place. Il faut cependant continuellement se développer pour pouvoir ouvrir de nouvelles structures en vue d'accueillir des enfants qui ne peuvent l'être actuellement.

DEMANDE

Aujourd'hui : **l'offre de structures d'accueil est insuffisante par rapport à la demande**. Cette situation représente donc une force pour Rigolo comme la vie, car elle peut prétendre à répondre à un réel besoin.

Analyse externe: opportunités et menaces



CONCURRENCE

En tant qu'association proposant des structures d'accueil d'enfants, Rigolo Comme La Vie doit faire face à **divers concurrents**. Parmi ces derniers : les autres crèches présentes dans la Métropole Lilloise et à Rennes, les organisations faisant partie de la Fondation Française des Entreprises de Crèches, les associations et entreprises proposant ce même service d'accueil d'enfants, mais également les assistant(e)s maternel(le)s, les baby-sitters, ainsi que toutes personnes susceptibles d'utiliser un autre mode de garde.

Plus concrètement, voici un exemple de concurrents face à Rigolo Comme La Vie : **Babilou**, le plus important réseau privé de structures d'accueil possède en effet 9 crèches dans le Nord, mais est reconnu dans le monde de la petite enfance au rang national. L'organisme **1,2,3 Soleil Crèches** peut également être considéré comme un concurrent, s'intéressant, comme Rigolo Comme La Vie, à l'écologie et à l'accueil d'enfants handicapés. D'un point de vue local, d'autres crèches sont implantées autour de la Métropole Lilloise. Les ouvertures de ces dernières ne cessent de s'accroître. On peut citer, par exemple, le réseau de **Crèches et Malices**, possédant 8 structures d'accueil à proximité de Lille. **La Maison Bleue** envisage aussi d'ouvrir de nouvelles crèches dans le Nord. Ce réseau se démarque par son intérêt pour le développement durable.

Etant donné que la demande d'accueil reste forte, Rigolo Comme La Vie n'est pas directement « menacée » par ces concurrents. Elle pourrait cependant le devenir si elle ne continue pas de se développer, par rapport à ces divers autres acteurs qui marquent leur présence dans le domaine de la petite enfance. L'association doit donc **renforcer sa communication, notamment auprès de ses partenaires et de potentiels futurs partenaires, en vue de permettre l'ouverture de nouvelles structures d'accueil**.

Rigolo Comme La Vie doit aussi faire face à une **concurrence en tant que formateur et employeur**, car sa visibilité est actuellement faiblement développée. Les jeunes ne vont donc pas forcément se tourner vers Rigolo Comme La Vie, et risquent de favoriser d'autres structures plus connues, comme Babilou par exemple, citée ci-dessus, qui propose aussi des formations pour ses collaborateurs. Il est donc important pour l'association d'asseoir sa légitimité et sa crédibilité en tant qu'employeur et formateur face aux centres de formation aux métiers de la petite enfance, aux professionnels, ainsi qu'aux jeunes diplômés.

Analyse externe: opportunités et menaces

ENVIRONNEMENT

• Politique

Les gouvernements considèrent actuellement le développement d'une politique en faveur de l'accueil de l'enfant nécessaire. Cela représente un engagement qu'ils souhaitent défendre, au sein de leur politique familiale.

En partenariat avec des collectivités, Rigolo Comme La Vie tente donc de répondre à ce besoin global de développer des structures d'accueil.

• Économique

La société française actuelle est marquée par une crise économique. Cette dernière comporte un éventuel risque que les subventions diminuent de la part des acteurs économiques finançant les structures d'accueil comme Rigolo Comme La Vie. Il y a donc ce risque que l'ouverture de nouvelles structures d'accueil soit freinée par ce manque de moyens financiers, étant donné que l'association est subventionnée par divers acteurs économiques comme la CAF pour ce qui concerne l'investissement et le fonctionnement, ou encore le Conseil Général pour les travaux et l'équipement de ses structures.

Rigolo Comme La Vie permet également une réduction des coûts grâce aux avantages fiscaux qu'elle offre à l'employeur.

• Social

Rigolo Comme La Vie évolue dans une démarche citoyenne ce qui démontre sa réelle préoccupation de prendre en compte les évolutions de la société actuelle.

L'association s'efforce également de donner une image de proximité, notamment dans les liens qu'elle entretient avec les parents des enfants qu'elle accueille.

Analyse externe: opportunités et menaces

• Technologique

Rigolo Comme La Vie utilise beaucoup la technologie, notamment dans sa communication. Proposant un site clair et complet sur son association, elle met également à disposition des parents des fiches conseils à télécharger, ainsi que d'autres documents comme, par exemple, ses rapports d'activité des années antérieures. Elle utilise aussi le réseau social Facebook pour communiquer sur son actualité.

L'accès à ces fichiers requiert donc certains moyens, en terme de compétences mais également d'un point de vue financier. Les nouvelles technologies sont aussi très utilisées dans la communication interne de Rigolo Comme La Vie, marquant sa modernité.

• Écologique

Rigolo Comme La Vie développe une démarche citoyenne, marquée par son projet écologique mis en place au sein de la crèche Sésame, implantée à Roubaix. Ce projet s'inspire des bâtiments de la structure, une ancienne bonneterie possédant des qualités bioclimatiques. Il s'inscrit également dans le projet de la mairie de Roubaix ; le « corridor écologique » basé sur le développement des espaces verts et de la nature en ville. Rigolo Comme La Vie se présente donc comme une association responsable et soucieuse de la protection de l'environnement, en phase avec les enjeux de la société actuelle.

• Législatif

L'article R. 2324-17 du Code de la Santé Publique définit les missions d'une crèche d'entreprise comme suit : « Les établissements et les services d'accueil non permanent d'enfants veillent à la santé, à la sécurité, au bien-être et au développement des enfants qui leur sont confiés. Dans le respect de l'autorité parentale, ils contribuent à leur éducation. Ils concourent à l'intégration des enfants présentant un handicap ou atteints d'une maladie chronique qu'ils accueillent. Ils apportent leur aide aux parents pour favoriser la conciliation de leur vie professionnelle et de leur vie familiale. ». Rigolo Comme La Vie fait tout son possible pour correspondre à cette définition.

En 2004, une loi a permis de mettre en place un dispositif d'aide financière au secteur privé, pour favoriser l'ouverture de nouvelles structures d'accueil. Les Caisses d'Allocations Familiales ont dès lors pu soutenir financièrement les entreprises qui souhaitent créer ou développer une crèche en vue d'accueillir les enfants de leurs salariés. Rigolo Comme La Vie a ainsi pu continuer de se développer grâce à la mise en place de cette loi.

Diagnostic

Depuis 2005, l'association Rigolo Comme La Vie ne cesse d'évoluer, en proposant de multiples services. Parmi ces derniers : la création et la gestion de structures d'accueil pour les enfants de 3 mois à 5 ans en offrant des conditions d'accueil adaptées pour permettre le développement des enfants en prenant en compte les demandes des parents. Elle accompagne également les entreprises et collectivités dans leurs projets de création ou de reprises de structures d'accueil. Enfin, l'association forme ses collaborateurs aux métiers de la petite enfance en vue de faire évoluer leurs compétences et d'offrir ainsi un service de qualité. Pour mener à bien ces diverses prestations, Rigolo comme la vie est en partenariat avec de nombreuses organisations. Cependant, l'association ressent actuellement le besoin de développer sa communication auprès de ses partenaires économiques pour assurer l'ouverture de nouvelles structures, mais également auprès des centres de formation des métiers de la petite enfance en vue de renforcer sa visibilité et de se présenter comme un « employeur » crédible.

Rigolo comme la vie marque sa présence à proximité de la Métropole Lilloise, mais elle a aussi permis l'ouverture récente d'une structure d'accueil à Rennes. Elle évolue dans un environnement favorable à son développement. En effet, au niveau national, un besoin se fait ressentir de la part des parents d'enfants, qui ne disposent pas forcément de structures d'accueil dans lesquelles laisser leurs enfants. Elle répond donc à une réelle demande, malgré l'augmentation constante de structures d'accueil dans le Nord.

Rigolo Comme La Vie se démarque cependant par son ambition de continuer à se développer dans une démarche citoyenne. Elle prend en effet en compte les préoccupations de la société actuelle comme l'écologie ou le fait d'accueillir des enfants porteurs d'un handicap au sein de ses structures, mais elle s'efforce également de favoriser les rencontres intergénérationnelles.

2/ Problématique

Problématique



Comment renforcer la visibilité de Rigolo Comme La Vie auprès des partenaires économiques en vue de développer des structures d'accueil d'enfants et crédibiliser l'association en tant qu'employeur alors que celle-ci n'est pas encore perçue comme un acteur majeur dans ce domaine ?

3/ Stratégie de communication

- Positionnement
- Cibles
- Objectifs

Stratégie de communication



En vue de répondre à la problématique exprimée précédemment, il est nécessaire de définir une stratégie de communication, en définissant le positionnement de Rigolo Comme La Vie, les cibles visées, ainsi ses objectifs de communication.

Cette stratégie de communication va aussi permettre d'orienter la stratégie des moyens vers le développement d'actions cohérentes avec Rigolo Comme La Vie, son contexte, et ses besoins actuels en terme de communication.

Positionnement

- **Axe de référence, d'identification :**

- Création et gestion de structures d'accueil
- Favoriser le développement de l'enfant

- **Axe de différenciation :**

- Accompagnement des entreprises et collectivités à créer ou reprendre des structures d'accueil
- Formation aux métiers de la petite enfance et recrutement de jeunes diplômés: sens de la pédagogie
- S'inscrit dans une démarche citoyenne en menant des projets liés à des enjeux de la société actuelle : développer l'éco-responsabilité, favoriser les rencontres intergénérationnelles, et permettre l'accueil d'enfants en situation de handicap

A travers son positionnement, Rigolo Comme La Vie répond également à des objectifs:

- **Objectif fonctionnel par rapport aux services qu'elle propose**

L'association propose des services utiles aux parents, elle met en œuvre ses compétences pour répondre à leurs demandes et prendre en compte leurs besoins.

Rigolo comme la vie forme également aux métiers de la petite enfance, en vue de développer les savoirs-faire des collaborateurs. Cette mise en place concrète et rationnelle démontre son ambition de faire évoluer les salariés. Une prestation «fonctionnelle» qui va permettre d'accroître les compétences de ses salariés.

- **Objectif symbolique, sociologique, par rapport aux valeurs qu'elle véhicule**

Rigolo Comme La Vie place l'enfant au cœur de ses préoccupations.

Elle souhaite également répondre à des enjeux de la société actuelle en s'efforçant de mener des projets citoyens.

Voici quelques axes permettant de préciser le positionnement de Rigolo Comme La Vie :

- **Attractif** : Les prestations de l'association correspondent à un besoin des parents : l'accueil de leurs enfants au sein de structures adaptées, encadrés par une équipe compétente. Ses partenariats lui offrent aussi la possibilité de proposer une politique de prix permettant aux parents de réduire les coûts liés à la garde de leur(s) enfant(s).

- **Crédible** : Rigolo Comme La Vie répond à une demande qui se fait ressentir au niveau national. Sa création, émanant d'ID-group ainsi que ses multiples collaborations renforcent sa crédibilité, soulignée par les récompenses qu'elle a reçu.

- **Durable** : L'association répond à un besoin quotidien depuis 2005. Ses partenariats sont aussi voués à durer dans le temps. L'accompagnement qu'elle propose aux structures porteuses de projet s'inscrit également dans la durée.

- **Distinctif** : Rigolo Comme La Vie ne fait pas que proposer l'accueil d'enfants au sein de structures existantes ; elle accompagne également les entreprises et collectivités dans leurs projets de développement de structures d'accueil.

Cibles

Rigolo Comme La Vie se tourne avant tout vers des personnes et acteurs économiques vivant à proximité de la Métropole Lilloise et de Rennes, lieux dans lesquelles sont implantées ses structures.

Pour répondre à la problématique citée précédemment tout en respectant le budget fixé, il est important pour l'association de continuer de se développer à proximité de ces zones géographiques avant d'accroître sa visibilité au rang national.

Plus précisément, voici les cibles visées par l'association, par rapport aux deux objectifs qu'elle souhaite atteindre:

- Pour développer une meilleure communication auprès de ses partenaires économiques:
 - **Coeur de cible** : les acteurs économiques de la région Nord-Pas-de-Calais et de Rennes, potentiels partenaires de Rigolo Comme La Vie.
 - **Cible principale** : les partenaires déjà en collaboration avec Rigolo Comme La Vie.
- Pour crédibiliser et assurer une meilleure visibilité de l'association en tant qu'« employeur »:
 - **Coeur de cible** : les centres de formation aux métiers de la petite enfance, de l'éducation et du développement, de la santé et du sanitaire, ou encore de l'animation.
 - **Cible principale** : les jeunes diplômés souhaitant entrer dans le monde du travail ainsi que les professionnels de la petite enfance (ceux qui travaillent déjà, ceux en formation, les professeurs...).

Des **cibles relais** vont aussi permettre à Rigolo Comme La Vie d'atteindre ses objectifs de communication BtoB. Celles-ci vont regrouper toutes les personnes ou organisations déjà en relation avec l'association, ainsi que les médias:

- les parents d'enfants accueillis au sein des structures Rigolo Comme La Vie
- les partenaires: les entreprises et collectivités déjà en collaboration avec l'association
- les collaborateurs de l'association
- les journalistes

Objectifs

Ci-dessous, veuillez trouver les objectifs de communication de Rigolo Comme La Vie en terme de notoriété, d'image, ainsi que d'action; hiérarchisées selon les priorités actuelles de l'association :

- **Conatif**

Permettre l'ouverture de nouvelles structures d'accueil en développant de nouveaux partenariats en «fidélisant» les structures déjà en collaboration avec Rigolo Comme La Vie.

- **Cognitif**

(Continuer de) se faire connaître en tant qu'employeur auprès des centres de formation des métiers de la petite enfance, ainsi qu'auprès de potentiels partenaires économiques.

- **Affectif**

Être référencée comme une structure proposant des emplois liés au domaine de la petite enfance auprès des centres de formation, tout en reflétant une image de crédibilité.

Être perçue comme une association répondant à des enjeux de la société actuelle auprès de potentiels partenaires.

4/ Stratégie de création

Stratégie de création



Au niveau de la stratégie de création, deux axes seront développés étant donné les deux objectifs que souhaite développer Rigolo Comme La Vie, associés à des cibles différentes. Voici donc l'axe correspondant au premier objectif;

1 / Communiquer envers les partenaires économiques de Rigolo Comme La Vie pour permettre le développement de nouvelles structures

Axe : Développer un partenariat avec Rigolo Comme La Vie comporte de nombreux avantages et permet de répondre à des enjeux de la société actuelle.

Pour cet objectif, voici les créations réalisées:

- une insertion presse
- un panneau d'exposition présentant l'association Rigolo Comme La Vie dans les salons
- un onglet testimonial sur le site internet actuel de Rigolo Comme La Vie, avec un exemple de témoignage fictif d'une collectivité partenaire de l'association

Veuillez trouver, ci-après, des visuels de ces créations, ainsi que les concepts et thèmes affiliés.

Stratégie de création



L'INSERTION PRESSE

Rigolo Comme La Vie
Vivre et Grandir Ensemble



VOUS ACCOMPAGNE

dans votre projet de
développement
de structure d'accueil

- Étude de faisabilité et de financement
 - Montage des dossiers
 - Création de la structure
 - Management de la structure

NOTRE EXPERTISE A VOTRE SERVICE



L'INSERTION PRESSE

Le concept

Utilisation de la charte graphique de Rigolo Comme La Vie pour être visuellement reconnaissable et fidèle à son image. Le texte est plutôt privilégié sur cette insertion presse, pour mettre en valeur les notions d'accompagnement et d'expertise de Rigolo Comme La Vie. Une photo d'enfant est également présente sur ce support de communication, pour comprendre, au premier coup d'oeil, sur quelle thématique porte cette insertion presse; soit la petite enfance.

Le thème

Le ton de cette affiche est institutionnel et reflète le sérieux de Rigolo Comme La Vie.

Stratégie de création

rigolo
comme
la vie !



LE PANNEAU D'EXPOSITION PRESENTANT L'ASSOCIATION RIGOLO COMME LA VIE DANS LES SALONS

Rigolo Comme La Vie

Vivre et Grandir Ensemble

Roubaix
Croix
Tourcoing
Rennes

Association créée en Janvier 2005 par
Okworld, la fondation d'entreprise Idgroup



Idgroup est une entreprise leader dans le monde des enfants, regroupant 6 marques : Obaïbi, Okaïdi, Oxybul, Jacadi, Véronique Delachaux et idkids. Il place l'enfant au cœur de ses préoccupations et assure une présence internationale.

12 STRUCTURES D'ACCUEIL

pour les enfants de 3 mois à 5 ans

Des places réservées pour les familles des quartiers et les salariés des entreprises partenaires

- 9 multi-accueils
- 1 accueil de loisirs
- 2 micro-crèches



DES SERVICES DIVERSES

Permettre les meilleures conditions de développement aux enfants

Former les collaborateurs en leur proposant 45 modules basés sur diverses thématiques

Répondre aux besoins et aux demandes des parents

Coordonner les relations entre les différents partenaires

Accompagner les entreprises et les collectivités dans leur projet de développement de structure d'accueil

Soutenir et favoriser la pérennisation des structures existantes

DEMARCHE CITOYENNE

3 projets :

éco-citoyenneté
rencontres intergénérationnelles
accueil d'enfants porteurs d'un handicap

LE PANNEAU D'EXPOSITION PRESENTANT L'ASSOCIATION RIGOLO COMME LA VIE DANS LES SALONS

Le concept

C'est toujours en reprenant la charte graphique de Rigolo Comme La Vie que ce panneau se veut être reconnaissable et fidèle à son image. Dans un design clair et épuré, l'utilisation des couleurs de sa charte graphique permet de structurer ce panneau en présentant l'association sous différents aspects. Ses structures d'accueil, la diversité de ses services ainsi que sa démarche sont ainsi mises en valeur. Les images utilisées dans ce panneau sont des visuels que l'on peut retrouver sur le site internet de l'association, permettant de donner la thématique aux personnes ne connaissant pas la structure, mais aussi de rappeler son site web pour celles s'étant renseignées sur Rigolo Comme La Vie avant de venir au salon.

Ce panneau d'exposition permet ainsi aux visiteurs du salon de comprendre directement ce qu'est Rigolo Comme La Vie.

Le thème

Le ton de ce panneau est également institutionnel. Il se veut être informatif et pratique.

Stratégie de création

rigolo
comme
la vie !



L'ONGLET TESTIMONIAL SUR LE SITE ACTUEL DE RIGOLO COMME LA VIE



rigolo
comme
la vie !



Origine Témoignage Pédagogie Structures Prestations Rejoignez-nous Presse

Vous êtes

[une entreprise](#)

[une collectivité](#)

[une famille](#)

Accédez à
l'espace parents

[, identifiez-vous](#)

Actualités

[Toutes les
actualités](#)

Restons en contact

Recevez l'actualité de
l'association

votre email

Devenez fan
sur Facebook

Rechercher

La Ville de Roubaix



"Être en partenariat avec Rigolo Comme La Vie nous permet de répondre à un enjeu de la société actuelle. En effet, de nombreux parents peuvent témoigner il est actuellement difficile de trouver des moyens de garde pour ses enfants.

C'est dans l'optique de répondre à ce besoin constant que nous nous sommes engagés à aider financièrement l'association Rigolo Comme La Vie. Cette collaboration est également en adéquation avec notre politique familiale et nos valeurs. En effet, la Ville de Roubaix souhaite contribuer quotidiennement à la amélioration du bien-être et au développement de tous les enfants, sous leurs aspects matériel, cognitif, mais également émotionnel, comme notre politique Petite Enfance le montre. Nous souhaitons donc mettre à profit toutes les compétences de la Ville pour participer aux projets de Rigolo Comme La Vie. Grâce à ce partenariat, le nombre de places en structures d'accueil progresse constamment. Cette évolution se justifie aussi par le soutien d'autres pouvoirs publics, comme la Caisse d'Allocations Familiales ou encore le Conseil Général du Nord. La collaboration entre la vie familiale et la vie professionnelle ainsi que le soutien à l'emploi soulignent les engagements de chacun.

La Ville de Roubaix est donc très heureuse d'avoir contribué à l'ouverture de 6 structures multi-accueil dans différents quartiers de Roubaix, ainsi que d'un accueil de loisirs. Cela nous permet d'obtenir un quota de places étant réservé à la population Roubaisienne pour mettre en garde leurs enfants. Nous avons aussi pu participer à deux projets innovants dans une démarche citoyenne. L'un portant sur l'accueil d'enfants porteurs d'un handicap, l'autre sur l'éco-citoyenneté, rejoignant le projet de Corridor écologique de la Mairie de Roubaix.

Nous percevons donc ce partenariat avec l'association Rigolo Comme La Vie comme un enrichissement constant et un moyen de développer notre politique tout en répondant à un enjeu de la société actuelle."



Pierre Dubois, Maire de Roubaix

Stratégie de création



Zoom sur le témoignage de cet onglet

La Ville de Roubaix

«Être en partenariat avec Rigolo Comme La Vie nous permet de répondre à un **enjeu de la société actuelle**. En effet, de nombreux parents peuvent en témoigner, il est actuellement difficile de trouver des moyens de garde pour ses enfants.

C'est dans l'optique de répondre à ce besoin constant que nous nous sommes engagés à aider financièrement l'association Rigolo Comme La Vie. Cette collaboration est également **en adéquation avec notre politique familiale et nos valeurs**. En effet, la Ville de Roubaix souhaite contribuer quotidiennement à l'amélioration du bien-être et au développement de tous les enfants, sous leurs aspects matériel, cognitif, mais également émotionnel, comme notre politique Petite Enfance le montre. Nous souhaitons donc mettre à profit toutes les compétences de la Ville pour **participer aux projets de Rigolo Comme La Vie**. Grâce à ce partenariat, le nombre de places en structures d'accueil progresse constamment. Cette évolution se justifie aussi par le soutien d'autres pouvoirs publics, comme la Caisse d'Allocations Familiales ou encore le Conseil Général du Nord. La conciliation entre la vie familiale et la vie professionnelle ainsi que le soutien à l'emploi soulignent les engagements de chacun.

La Ville de Roubaix est donc très heureuse d'avoir **contribué à l'ouverture de 6 structures multi-accueil dans différents quartiers de Roubaix, ainsi que d'un accueil de loisirs**. Cela nous permet d'obtenir un quota de places étant réservé à la population Roubaisienne pour mettre en garde leurs enfants. Nous avons aussi pu participer à deux projets s'inscrivant dans une démarche citoyenne. L'un portant sur l'accueil d'enfants porteurs d'un handicap, l'autre sur l'éco-citoyenneté; rejoignant le projet de Corridor écologique de la Mairie de Roubaix.

Nous percevons donc ce partenariat avec l'association Rigolo Comme La Vie comme un **enrichissement constant** et un moyen de développer notre politique tout en répondant à un enjeu de la société actuelle.»

Pierre Dubois, Maire de Roubaix

L'ONGLET TESTIMONIAL SUR LE SITE ACTUEL DE RIGOLO COMME LA VIE

Le concept

On peut trouver, au sein de cet onglet, des témoignages des partenaires de Rigolo Comme La Vie. En voici un exemple avec la Ville de Roubaix, fortement engagée dans les projets de l'association. Le nom de la structure et son logo sont mis en valeur, disposés avant le témoignage sur un fond blanc en vue de conserver un design épuré. On peut également retrouver la photo de la personne ayant témoigné en bas de page. Le gras est utilisé pour mettre en valeur les notions importantes ressortant des témoignages.

Le thème

Le ton de cet onglet est institutionnel et sérieux.

Voici maintenant la stratégie de création du deuxième objectif.

2/ Renforcer la visibilité de Rigolo Comme La Vie et présenter l'association comme un employeur crédible auprès des centres de formation de la petite enfance

Axe : Rigolo Comme La Vie recrute dans les métiers de la petite enfance

Pour cet objectif, voici la création réalisée et présentée ci-après:

- une affiche diffusée dans les centres de formation aux métiers de la petite enfance

Le panneau d'exposition présenté pour l'objectif précédent est cependant réutilisable pour répondre à celui-ci.

Stratégie de création



L’AFFICHE DIFFUSEE DANS LES CENTRES DE FORMATION AUX METIERS DE LA PETITE ENFANCE

Rigolo Comme La Vie

Vivre et Grandir Ensemble

RECRUTE



Dans les métiers

de l’**EDUCATION** et du **DEVELOPPEMENT**
de la **SANTE** et du **SANITAIRE**
de l’**ANIMATION**

PARTAGE • RESPECT • PROGRES



Retrouvez nos offres d’emploi en ligne



L’AFFICHE DIFFUSEE DANS LES CENTRES DE FORMATION AUX METIERS DE LA PETITE ENFANCE

Le concept

Cette affiche reprend l’identité graphique de Rigolo Comme La Vie. On y retrouve les informations principales que l’on souhaite faire passer, rejoignant l’axe de l’objectif: présenter l’association comme un employeur crédible auprès des centres de formation aux métiers de la petite enfance. Au centre de l’affiche, le mot «recrute» est mis en valeur par sa couleur et sa disposition. Puis, le bandeau orangé reprend les types de métiers dans lesquels Rigolo Comme La Vie recrute. Les mots «partage», «respect» et «progrès» sont également valorisés dans cette affiche et permettent de donner une information sur les valeurs de la structure, pour les personnes qui ne la connaissent pas. Enfin, le QR code menant à la page «Offre d’emplois» de l’association offre la possibilité d’avoir un contact direct et rapide avec le site de Rigolo Comme La Vie.

Le thème

Cette affiche se veut être informative et institutionnelle, tout en restant relativement «simple», pour ne pas submerger d’informations les personnes qui la verront.

5/ Stratégie des moyens

- A/ Communiquer envers les partenaires et potentiels partenaires de Rigolo Comme La Vie pour permettre le développement de nouvelles structures
- B/ Renforcer la visibilité et la crédibilité de Rigolo Comme La Vie en tant qu'employeur auprès des centres de formation de la petite enfance

Stratégie des moyens

En vue de développer la communication Business to Business de Rigolo Comme La Vie, il est nécessaire de mettre en place un plan de communication. Celui-ci aura pour objectif de favoriser la communication envers les potentiels partenaires économiques de Rigolo Comme La Vie mais aussi envers ceux déjà en collaboration avec l'association pour permettre de développer de nouvelles structures au service de l'accueil des enfants. Il aura aussi pour but celui de présenter l'association Rigolo Comme La Vie comme un « employeur » actif et crédible auprès des centres de formation des métiers de la petite enfance. Ces actions de communication seront développées à proximité de la métropole Lilloise et plus largement dans la région Nord-Pas-de-Calais, ainsi qu'à proximité de Rennes.

Ci-dessous, veuillez donc trouver une recommandation pour l'année à venir, répondant au besoin de Rigolo Comme La Vie de développer sa communication Business to Business. Celle-ci sera présentée par objectifs, puis par type de communication. Voici un plan de cette préconisation:

A/ Communiquer envers les partenaires et potentiels partenaires de Rigolo Comme La Vie pour permettre le développement de nouvelles structures

MEDIA

- Presse
 - une insertion presse dans les journaux locaux
 - une fiche entreprise dans le Guide Entreprises 2014
 - envoi de communiqués de presse

HORS-MEDIA

- Web
 - création d'un onglet testimonial sur le site actuel
 - mise en place d'un extranet pour les partenaires
- Evenementiel
 - participation au salon Petit 1 de Lille
- Print
 - conception d'un panneau d'exposition
- Emailing
 - démarchage de potentiels partenaires

B/ Renforcer la visibilité et la crédibilité de Rigolo Comme La Vie en tant qu'employeur auprès des centres de formation de la petite enfance

MEDIA

- Web
 - opération de netlinking
- Presse
 - envoi de communiqués de presse
- Affiche
 - affiche pour le recrutement de jeunes diplômés

HORS-MEDIA

- Evenementiel
 - participation aux salons de l'Etudiant de Lille et Rennes
- Emailing
 - démarchage de potentiels partenaires

Stratégie des moyens

A/ Communiquer envers les partenaires et potentiels partenaires de Rigolo Comme La Vie pour permettre le développement de nouvelles structures

MEDIA

PRESSE

• Une insertion presse (format A5) dans les journaux locaux

Objectif

Cette insertion presse a pour objectif d'intéresser des entreprises de la région Nord-Pas-de-Calais qui pourraient trouver des avantages dans le développement d'un partenariat avec Rigolo Comme La Vie.

Moyens

Elle sera diffusée dans la presse quotidienne régionale. Ce type de presse possède en effet quelques avantages. Elle permet une bonne sélectivité géographique et une certaine proximité avec la cible. De plus, son lectorat est relativement fidèle.

La diffusion : date et durée, coûts, et journaux concernés

Cette insertion presse sera diffusée durant deux mois dans les éditions locales Métropole La Voix du Nord et Nord éclair, en Novembre et Décembre. Les entreprises réévaluent généralement la répartition de leur budget en fin d'année, d'où le fait de faire paraître cette insertion presse en fin d'année. En vue d'assurer sa visibilité, cette insertion presse sera diffusée en quadri, avec un format d'une demi-page, du lundi au jeudi.

Son canal de distribution sera celui de la Métropole Lilloise; incluant Lille, Roubaix, Tourcoing, Villeneuve d'Ascq, Marcq-en-Baroeul, Lambersart, Seclin, Armentières, Loos ainsi que Hauboudin.

La diffusion de cette insertion presse coûte 4 859€ pour un mois dans les deux éditions, ce qui revient à 9 718€ pour sa diffusion les deux mois, selon Offremedia.com.

Rigolo Comme La Vie
Vivre et Grandir Ensemble



VOUS ACCOMPAGNE

dans votre projet de
développement
de structure d'accueil

- Étude de faisabilité et de financement
- Montage des dossiers
- Création de la structure
- Management de la structure

NOTRE EXPERTISE A VOTRE SERVICE



Stratégie des moyens

A/ Communiquer envers les partenaires et potentiels partenaires de Rigolo Comme La Vie pour permettre le développement de nouvelles structures

Voici deux journaux régionaux, issus du groupe La Voix, dans lesquels il serait intéressant de publier l'insertion presse évoqué ci-dessus :

- **La Voix du Nord**

(<http://www.lavoixdunord.fr/>)

La Voix du Nord est un quotidien régional diffusé dans le Nord-Pas-de-Calais. D'après Audipresse One 2012, c'est le deuxième quotidien régional en terme d'audience, avec environ 1 158 000 lecteurs chaque jour en 2012. Ses éditions en format papier sont donc très lues, et possèdent l'avantage d'être également accessibles sur le site internet du journal. Il serait bénéfique pour Rigolo Comme La Vie de diffuser l'insertion presse au sein de la rubrique « Région » de La Voix du Nord.

- **Nord Eclair**

(<http://www.nordeclair.fr/>)

Nord Eclair est un quotidien régional diffusé dans la Métropole Lilloise. Au niveau de son audience, on peut compter environ 139 000 lecteurs chaque jour, selon EPIQ 2008-2010.

Stratégie des moyens

A/ Communiquer envers les partenaires et potentiels partenaires de Rigolo Comme La Vie pour permettre le développement de nouvelles structures

• Une fiche entreprise dans Le Guide Entreprises 2014

Le Guide Entreprises est un ouvrage édité chaque année, qui permet aux entreprises d'être visibles et connues des autres entreprises du territoire géographique concerné. Ses 150 pages présentent les acteurs économiques de la région ainsi que les secteurs d'activité émergents.

Objectifs

En créant une fiche entreprise dans ce Guide Entreprise 2014, Rigolo Comme La Vie pourrait affirmer son positionnement, présenter ses activités, ses services, les prestations qu'elle propose, mais également mettre en avant ses projets citoyens, susceptibles d'intéresser les entreprises de la région. La création de cette fiche entreprise peut aussi lui permettre d'évoquer ses partenariats en précisant les avantages que ces collaborations entraînent, pour chacune des parties. Enfin, l'association s'assurera d'une certaine visibilité auprès de 155 000 dirigeants économiques du Nord-Pas-de-Calais. Diffusé fin Novembre, ce guide s'adresse aux catégories socio-professionnelles supérieures et aux dirigeants de la région.



Coûts

En terme de coûts, l'Offre Access proposée par le groupe La Voix est relativement intéressante. Pour 5 400€, Rigolo Comme La Vie pourra faire apparaître une fiche sur son association dans les éditions du Nord et du Pas-de-Calais et disposera également d'un espace sur l'annuaire du site [lavoixeco.com/business](http://www.lavoixeco.com/business), lui permettant d'être également visible sur internet, dans un site connu et visité des professionnels.

Stratégie des moyens

A/ Communiquer envers les partenaires et potentiels partenaires de Rigolo Comme La Vie pour permettre le développement de nouvelles structures

• Envoi de communiqués de presse

Pour continuer de répondre à ce besoin d'intéresser de potentiels partenaires en vue de développer de nouvelles collaborations, l'envoi de communiqués de presse est préconisé dans les magazines suivant:

- **Le Mag' de la Chambre de Commerce et d'Industrie, édition Grand Lille**
(<http://www.grand-lille.cci.fr/2012/01/30/cci-le-mag/>)



Le magazine de la CCI de Lille est édité chaque mois et présente l'actualité économique du territoire, de ses enjeux de développement ainsi que les actions du CCI. Principalement lue par des dirigeants d'entreprises, cadres, salariés mais également élus, cette revue a pour avantage de faire le lien entre près de 100 000 entreprises du Nord Pas de Calais.

Envoyer des communiqués de presse à la CCI de Lille tout au long de l'année va permettre d'accroître la visibilité de Rigolo Comme La Vie au niveau régional et au sein d'un lectorat professionnel et « institutionnel », mais également d'évoquer les avantages à devenir partenaire avec l'association. Les entreprises ou collectivités intéressées par cette éventuelle collaboration vont ainsi pouvoir contacter Rigolo Comme La Vie après la lecture des articles à son sujet.

- **Nordway Magazine**
(<http://www.nordwaymagazine.com/>)



Nordway magazine est un mensuel régional et urbain. Il cible particulièrement les actifs urbains et décideurs du Nord-Pas-de-Calais et diffuse environ 10 000 exemplaires de son édition par mois, dans 1 100 magasins de presse répartis dans la région. L'équipe de rédaction de cette revue se proclame ouverte aux nouveautés et soucieuse de parler de ceux qui entreprennent et osent. Il pourrait donc être avantageux pour Rigolo Comme La Vie d'envoyer des communiqués de presse à ce magazine, en vue de présenter ses projets citoyens ainsi que sa prestation d'accompagnement au projet de développement de structures d'accueil.

Stratégie des moyens

A/ Communiquer envers les partenaires et potentiels partenaires de Rigolo Comme La Vie pour permettre le développement de nouvelles structures

HORS-MEDIA

WEB

• Création d'un onglet testimonial sur le site actuel

<http://pedago.iut.univ-lille3.fr/~justine.gourdon/Pageweb/index.html> -> à ouvrir sur Mozilla Firefox

Objectifs

En vue de fidéliser les partenaires de Rigolo Comme La Vie et de valoriser les collaborations avec ces derniers, il est essentiel de leur permettre de s'exprimer. Cette action aura aussi pour avantage, pour les structures potentiellement intéressées par l'accompagnement proposé par Rigolo Comme La Vie, d'avoir accès à des témoignages d'organisations déjà en collaboration avec l'association. Elles pourront ainsi percevoir les divers avantages et intérêts de ces partenariats.

Moyens

Des représentants de chaque organisation partenaire de Rigolo Comme La Vie vont pouvoir témoigner en évoquant ce que le partenariat leur a apporté. Un onglet sera créé pour centraliser ces témoignages et les rendre accessible à tous sur le site actuel de Rigolo Comme La Vie. Un email sera envoyé à chaque partenaire de Rigolo Comme La Vie pour expliquer cette démarche et la mettre en œuvre.

Coût

L'ajout de cet onglet au site web actuel de Rigolo Comme La Vie est estimé à 300€.



Stratégie des moyens

A/ Communiquer envers les partenaires et potentiels partenaires de Rigolo Comme La Vie pour permettre le développement de nouvelles structures

• Mise en place d'un extranet pour les partenaires de Rigolo Comme La Vie

Avantages, objectifs et contenu de cet extranet

A la différence d'un intranet, un extranet est un outils de travail interne permettant de communiquer envers plusieurs structures. Il nécessite de fournir un identifiant aux partenaires de Rigolo Comme La Vie ainsi qu'un mot de passe pour qu'ils puissent accéder à cette interface leur étant réservée. Cet extranet va permettre de mettre à disposition des partenaires diverses informations sur l'association, et de faciliter les échanges avec ces derniers, en les tenant au courant des actualités de Rigolo Comme La Vie, par le biais d'une messagerie électronique interne à cet extranet. Un annuaire du personnel de l'association sera intégré à cet extranet. Ce dernier représentera également des avantages en terme d'efficacité pour faire passer un message rapidement et à moindres coûts. L'échange d'informations sera sécurisé, et l'accès à cet extranet nécessitera seulement une connexion internet. Voici quelques exemples de ce que les partenaires pourront y trouver : les actualités de Rigolo Comme La Vie (par exemple, l'ouverture d'une nouvelle structure), les rapports d'activité, des invitations à des événements... etc.

Coût

La mise en place de cet outils professionnel possède donc de nombreux avantages en terme de communication ciblée vers des acteurs définis, et n'engendre pas de coûts excessifs. En effet, ces derniers sont estimés à 1000€.

Communication

Pour informer les partenaires de la mise en place de ce nouvel outils, un courrier leur sera envoyé, ainsi qu'un email, présentant les avantages de cette interface et leur donnant leur identifiant. Un guide d'utilisation sera aussi joint à ces courriers et emails. Ce dernier renseignera de l'utilisation de cet extranet.

Stratégie des moyens

A/ Communiquer envers les partenaires et potentiels partenaires de Rigolo Comme La Vie pour permettre le développement de nouvelles structures

EVENEMENTIEL

- Participation au salon Petit 1 de Lille (<http://www.petit1.fr/>)

Présentation du salon

Pour sa 6ème édition, ce salon prendra place le 4 Décembre 2013 à Lille Grand Palais. Organisé par C Inédit, une société Lilloise, il a également lieu dans d'autres grandes villes françaises durant l'année, comme Paris, Toulouse, Lyon, ou encore Nantes. Il a pour thématique la rencontre institutionnelle et professionnelle de la petite enfance.

Ce salon est ouvert aux élus du secteur social, décideurs, dirigeants, acheteurs, cadres administratifs et personnel concerné des communes, intercommunalités, communautés urbaines, etc; des C.C.A.S, C.A.F, Conseils Généraux, Éducation nationale, jeunesse et sports, des établissements d'accueil du jeune enfant, relais assistantes maternelles, écoles maternelles, classes et dispositifs passerelles; du personnel médical, para-médical et médico-social, et des entreprises de plus de 150 salariés (pour crèches intégrées ou en création).

Environ 50 professionnels participent à ce salon, considéré comme une occasion de promouvoir ses activités, ses équipements, ses services... etc. Ci-dessous, veuillez trouver le programme prévu lors de cette journée. A noter que ce dernier est en cours d'élaboration et qu'il peut donc être modifié.

8h30-9h30 : Accueil café en zone exposition

9h30-10h30 : Conférence introductive

10h30-11h30 : Pause en zone d'exposition

11h30-12h45 : Conférence en zone d'exposition

12h45-14h15 : Apéritif et buffet déjeunatoire, en zone d'exposition

14h15-15h : Plénière exposé

15h-15h45 : Pause cocktail

15h45-16h30 : Plénière, Témoignages et débats

Stratégie des moyens

A/ Communiquer envers les partenaires et potentiels partenaires de Rigolo Comme La Vie pour permettre le développement de nouvelles structures



Objectifs

Pour Rigolo Comme La Vie, la participation à ce salon lui permettra de renforcer sa visibilité auprès de potentiels partenaires économiques, mais également envers ses partenaires actuels. Tenir un stand lors de cet événement annuel offrira à l'association la possibilité de mettre en valeur ce qui la différencie d'autres structures d'accueil. Cette action permet également d'entrer en contact avec divers acteurs du même secteur d'activité, ce qui peut par la suite mener à la création de nouveaux partenariats.

Visibilité

Pour maximiser sa visibilité sur place, il est important pour Rigolo Comme La Vie de choisir un emplacement de stand situé sur un axe de passage, pour être remarqué mais également visité. En vue d'être reconnu par ses partenaires ou d'autres acteurs de la petite enfance s'intéressant aux projets de Rigolo Comme La Vie, il est nécessaire de reprendre la charte graphique de l'association. Conserver les typographies et couleurs utilisées habituellement permettent de rester fidèle et cohérent à son image.

Stratégie des moyens

A/ Communiquer envers les partenaires et potentiels partenaires de Rigolo Comme La Vie pour permettre le développement de nouvelles structures

Communication

En terme de communication précédant l'événement, proposer aux partenaires de Rigolo Comme La Vie de visiter le salon, en leur envoyant une invitation personnalisée par email, va leur permettre de se sentir privilégiés et va retenir leur attention. Ces envois sont à prévoir environ 1 mois avant la date du salon. L'association pourra également prévenir de sa participation au salon dans les actualités de son site web ainsi que sur sa page Facebook. Enfin, envoyer des communiqués de presse aux journalistes professionnels, les deux mois précédant le salon, va permettre d'accroître la visibilité de Rigolo Comme La Vie, et de la présenter comme une association active. Ces communiqués pourront être envoyés au magazine de la CCI de Lille, à Nordway Magazine, ainsi qu'à la presse magazine spécialisée dans le domaine de la petite enfance décrits et cités ci-après: Métiers de la petite enfance, Le Journal professionnel de la petite enfance, nosbambins.com (pages 48 et 49).

Coûts

La participation à un salon représente des coûts directs et indirects. Parmi ces derniers : les frais liés à la manifestation comme l'aménagement du stand, le mobilier, la décoration, ainsi que des frais d'édition, de déplacements, ou encore du personnel. Pour minorer les coûts, il est important de miser sur l'efficacité et la clarté des informations que l'on souhaite partager. Prévoir des supports de communication réutilisables (comme le panneau d'exposition présentant Rigolo Comme La Vie) et utiliser du mobilier dont l'association dispose déjà permet, par exemple, de ne pas multiplier les frais. Les coûts s'élèveront alors à 800€.

Stratégie des moyens

A/ Communiquer envers les partenaires et potentiels partenaires de Rigolo Comme La Vie pour permettre le développement de nouvelles structures

PRINT

• Conception d'un panneau d'exposition destiné à la présentation de Rigolo comme la vie dans les salons

Objectifs

En vue de développer la visibilité de Rigolo Comme La Vie pour se faire connaître auprès de potentiels partenaires économiques et permettre ainsi de développer de nouvelles structures d'accueil de l'enfant, l'association va participer au salon professionnel Petit 1 de Lille, comme expliqué ci-dessus.

Cette présence va ainsi renforcer sa visibilité, mais il reste important d'être visuellement attractif, ainsi que reconnaissable au sein de ce salon, pour pouvoir entrer en contact avec de potentiels futurs partenaires. Pour cela, la conception d'un panneau d'exposition est nécessaire. Ce dernier sera ainsi créé dans l'objectif de présenter l'association à destination de personnes ou organismes ne connaissant pas du tout Rigolo Comme La Vie. Il reprendra l'identité graphique de l'association et donnera les informations principales sur l'association, dans un design clair et épuré. L'avantage de ce support de communication est qu'il sera réutilisable lors de divers événements dans lesquels une présentation de Rigolo Comme La Vie sera nécessaire. Il faudra cependant penser à le mettre à jour et le réimprimer en cas de « nouveautés » pour l'association.

Coûts

Le coût de ce panneau d'exposition prend en compte la prestation de notre agence pour sa conception et son impression. On peut ainsi l'estimer à 300 euros.



Rigolo Comme La Vie
Vivre et Grandir Ensemble

Roubaix
Croix
Tourcoing
Rennes

Association créée en Janvier 2005 par
Okworld, la fondation d'entreprise Idgroup

Idgroup est une entreprise leader dans le monde des enfants, regroupant 6 marques : Obaibi, Okadi, Oxybul, Jacadi, Véronique Delachaux et Idkids. Il place l'enfant au cœur de ses préoccupations et assure une présence internationale.

DES SERVICES DIVERSES

- Permettre les meilleures conditions de développement aux enfants
- Accompagner les entreprises et les collectivités dans leur projet de développement de structure d'accueil
- Former les collaborateurs en leur proposant 45 modules basés sur diverses thématiques
- Répondre aux besoins et aux demandes des parents
- Soutenir et favoriser la pérennisation des structures existantes
- Coordonner les relations entre les différents partenaires

12 STRUCTURES D'ACCUEIL

- 9 multi-accueils
- 1 accueil de loisirs
- 2 micro-crèches

pour les enfants de 3 mois à 5 ans

Des places réservées pour les familles des quartiers et les salariés des entreprises partenaires

3 projets :
éco-citoyenneté
rencontres intergénérationnelles
accueil d'enfants porteurs d'un handicap

DEMARCHES CITOYENNES

Stratégie des moyens

A/ Communiquer envers les partenaires et potentiels partenaires de Rigolo Comme La Vie pour permettre le développement de nouvelles structures

EMAILING

- Envoi d'e-mails institutionnels pour démarcher de nouveaux partenaires

Objectifs

L'objectif direct de cet envoi d'emails est de développer de nouveaux partenariats. L'objectif indirect est de développer de nouvelles structures grâce à ces nouvelles collaborations.

Moyens

Il est nécessaire de s'intéresser aux divers acteurs économiques susceptibles de voir en cette potentielle collaboration des avantages à tirer. Pour démarcher de potentiels partenaires, il faut préalablement effectuer des recherches précises sur ces derniers, et trouver en eux des points communs avec Rigolo Comme La Vie, à mettre en valeur. Cela va permettre de justifier l'intérêt que l'association porte à ces structures.

L'envoi d'email peut ensuite être utilisé pour entrer en contact, en y joignant un document en pièce jointe, expliquant la démarche ainsi qu'une présentation de Rigolo Comme La Vie sur un document type powerpoint. Pour démarcher de potentiels partenaires, Rigolo Comme La Vie se doit de mettre en valeur des arguments qui pourraient intéresser ces organismes. Parmi ces derniers : les projets de l'association autour de l'éco-citoyenneté, de l'accueil d'enfants en situation de handicap, ou encore des rencontres intergénérationnelles. Les avantages fiscaux représentent également un argument à citer. Enfin, sa proposition d'accompagnement est à détailler. Suite à l'envoi de cet email permettant une première approche, il serait bénéfique pour chacun d'organiser un rendez-vous pour pouvoir échanger directement sur cette éventuelle collaboration. Les représentants de Rigolo Comme La Vie devront alors mettre en valeur les avantages que ce partenariat offrirait à chacune des parties.

Il reviendrait à l'équipe de communication de Rigolo Comme La Vie d'effectuer ce démarchage de potentiels partenaires. Cette action pourrait s'étendre tout au long de l'année.

Stratégie des moyens

B/ Renforcer la visibilité et la crédibilité de Rigolo Comme La Vie en tant qu'employeur auprès des centres de formation de la petite enfance

MEDIA

WEB

- **Opération de netlinking : assurer sa présence sur les annuaires en ligne liés aux offres d'emploi dans le domaine de la petite enfance**

Le netlinking peut être défini comme un ensemble d'actions ayant pour but d'augmenter le nombre et la qualité des liens pointant vers une page web. Il est une composante essentielle du référencement d'un site et a pour objectif d'accroître la visibilité de ce dernier. Possédant un site web quotidiennement actualisé et donnant de nombreuses informations, il pourrait être bénéfique pour Rigolo Comme La Vie de rendre son site web davantage visible sur la toile. Une action efficace du netlinking pour renforcer cette visibilité est le fait d'inscrire manuellement Rigolo Comme La Vie dans des annuaires en ligne recensant diverses structures sur une même thématique.

Voici un exemple d'annuaire en ligne, recensant les différentes crèches du Nord : <http://www.aladom.fr/creche/59-nord/annuaire.html>. Au sein de cet annuaire, les internautes peuvent trouver une longue liste des crèches présentes dans le département Nord. Certaines des structures d'accueil de Rigolo Comme La Vie y figurent, mais on peut voir qu'elles n'y sont pas toutes. Voici un autre exemple d'annuaires en ligne, présentant, cette fois-ci, les offres d'emploi liées aux métiers de la petite enfance, dans la région Nord Pas de Calais : <http://www.optioncarriere.com/emploi-petite-enfance/nord-pas-de-calais-24115.html>. Cette fois-ci, on peut voir que Rigolo Comme La Vie n'est pas présente dans cette liste.

Stratégie des moyens

B/ Renforcer la visibilité et la crédibilité de Rigolo Comme La Vie en tant qu'employeur auprès des centres de formation de la petite enfance

Objectifs et avantages

Lors de recherches d'un emploi en ligne, par exemple, les internautes vont souvent « tomber » sur des annuaires présentant la liste de ce qui pourraient les intéresser, compte tenu des mots clés tapés dans le moteur de recherche. Dans le cas où un jeune diplômé dans le domaine de la petite enfance, habitant dans le Nord-Pas-de-Calais, souhaiterait entrer dans le monde du travail, il est possible que ce dernier tape des mots clés comme « offres emplois petite enfance Nord-Pas-de-Calais ». Il y a alors de grandes chances pour que cette personne tombe sur des annuaires reprenant les offres d'emploi liées à la petite enfance dans la région. Il devient alors important pour Rigolo Comme La Vie d'assurer sa présence sur ces annuaires. Cela va lui permettre d'être mieux référencée en tant qu'employeur sur internet. Elle sera ainsi davantage visible sur la toile, ce qui renforcera sa crédibilité et permettra d'accroître sa popularité en tant qu'employeur, auprès des internautes en recherche d'emploi. Il pourrait ainsi être bénéfique pour Rigolo Comme La Vie de rechercher des annuaires locaux dans lesquels apparaître, basés sur les offres d'emploi dans la région Nord-Pas-de-Calais, ainsi qu'à Rennes.

Moyens et coûts

Les coûts, pour une opération de netlinking s'élèvent à 200€ l'année.

Mise en place

Étant donné que cette opération de Netlinking nécessite de nombreuses recherches, deux périodes de trois mois pourraient être prévues pendant lesquelles les effectuer. Il serait ainsi plus avantageux pour Rigolo Comme La Vie que celles-ci soient réalisées de Mai à Juillet 2013, pour assurer sa présence dans les annuaires en ligne avant la rentrée scolaire, ainsi que de Novembre 2013 à Janvier 2014 pour vérifier sa présence dans les annuaires convoités, juste avant la période pendant laquelle les étudiants s'interrogent sur leur devenir de l'année suivante.

Stratégie des moyens

B/ Renforcer la visibilité et la crédibilité de Rigolo Comme La Vie en tant qu'employeur auprès des centres de formation de la petite enfance

PRESSE

- **Envoi de communiqués de presse aux magazines spécialisés**

L'envoi de communiqués de presse à ces magazines spécialisés dans le domaine de la petite enfance est fortement recommandé, pour permettre à Rigolo Comme La Vie de renforcer sa visibilité et sa crédibilité en tant qu'employeur auprès des centres de formation de la petite enfance.

- **Métiers de la petite enfance**

(http://www.info-presse.fr/fiches/metiers-petite-enfance_3325_pro.htm)

Métiers de la petite enfance est un magazine présentant des pistes de réflexion autour du développement de l'enfant. Cette revue s'adresse aux éducateurs de jeunes enfants, auxiliaires de puériculture, puéricultrices, assistantes maternelles, infirmières, médecins, pédiatres, psychologues, ainsi qu'aux étudiant(e)s. Elle est donc lue par des professionnels de la petite enfance. Métiers de la petite enfance comporte diverses rubriques : actualités, psychologie, dossier, pratique, guide ou encore animation.

- **Le Journal Professionnel de la petite enfance**

(<http://jdpe.fr/>)

Ce magazine propose aux professionnels, ainsi qu'aux parents, de nombreuses informations concernant les enfants de 0 à 6 ans. Il s'interroge notamment sur la place de la petite enfance au sein de la société actuelle et répertorie ainsi les débats liés à ce sujet. Une édition de cette revue sort tous les deux mois, au prix de 31€.



Stratégie des moyens

B/ Renforcer la visibilité et la crédibilité de Rigolo Comme La Vie en tant qu'employeur auprès des centres de formation de la petite enfance

- **www.nosbambins.com Magazine en ligne de la petite enfance**

Nosbambins.com est un site s'adressant aux professionnels de l'enfance. Son lectorat se compose de professionnels dans les domaines de l'enfance et de la petite enfance, de familles, mais également d'organismes ou de personnes intéressés par ce domaine. Ce magazine en ligne propose aux acteurs de la petite enfance d'alimenter le site dans le cas où les contenus proposés sont en adéquation avec le thème du site. L'envoi du communiqué de presse par email est nécessaire pour que ce dernier soit pris en compte et lu par l'équipe éditoriale de ce magazine en ligne.

Objectifs

Ces magazines sont spécialisés dans le domaine de la petite enfance. Ils s'adressent aux professionnels de ce domaine, ce qui permet d'atteindre une cible visée par Rigolo Comme La Vie. En vue de développer sa visibilité ainsi que sa crédibilité en tant qu'association proposant des emplois dans le domaine de la petite enfance, il serait bénéfique pour cette dernière d'envoyer, tout au long de l'année, des communiqués de presse à ces magazines. Peu coûteux, ce moyen de communication va permettre d'accroître la présence de Rigolo Comme La Vie dans l'univers professionnel de la petite enfance. L'association pourra donc mettre en valeur ses projets liés à l'éco-citoyenneté, à l'intergénérationnel, ainsi qu'à l'accueil d'enfants porteurs d'un handicap, étant donné que ces projets rappellent des enjeux de la société actuelle, ce que les professionnels ont tendance à prendre en considération. Mais elle pourra surtout asseoir sa légitimité et sa crédibilité en tant que recruteur dans le domaine de la petite enfance.

Cibles

Étant donné que ces revues ont une portée nationale et s'étendent donc à un vaste lectorat en terme de situation géographique, leur envoyer des communiqués de presse va surtout permettre de « faire parler » de Rigolo Comme La Vie, avec l'éventualité que la structure intéresse des étudiants de toute la France. La mobilité des jeunes diplômés concernant les emplois étant courante dans la société actuelle, elle en devient envisageable. Malgré le fait que la cible première reste les diplômés ou futurs diplômés dans le domaine de la petite enfance vivant à proximité de la métropole Lilloise et de Rennes, ce moyen de communication peut toucher des personnes excentrées par rapport à ces zones géographiques, mais prêtes à se déplacer pour un emploi. Elles sont aussi susceptibles de se trouver dans les espaces documentation des centres de formation aux métiers de la petite enfance, étant donné leur thématique.

Stratégie des moyens

B/ Renforcer la visibilité et la crédibilité de Rigolo Comme La Vie en tant qu'employeur auprès des centres de formation de la petite enfance

AFFICHAGE

- Diffusion d'une affiche pour le recrutement de jeunes diplômés à destination des écoles spécialisées dans la petite enfance

Objectifs

En vue de recruter de jeunes diplômés, il est nécessaire de lancer une campagne d'affichage au sein des écoles spécialisées dans la petite enfance. Le fait de diffuser cette campagne dans ce milieu va permettre de cibler directement les étudiants potentiellement intéressés par les emplois proposés par Rigolo Comme La Vie. Cela va également renforcer la visibilité et la crédibilité de l'association en tant qu'employeur.

Diffusion

Cette campagne d'affichage ciblera des écoles formant aux métiers de l'éducation et du développement, de la santé et du sanitaire ainsi que de l'animation, dans le Nord et à Rennes. En voici quelques exemples:

Ecoles proposant un CAP petite enfance :

- Dans le Nord :

Lycée professionnel Ile de FlandreMFREO à Armentières

Maison familiale d'éducation et d'orientation le Clos fleuri à Avesnes-sur-Helpe

Lycée privé Fondation Depoorter à Hazebrouck

Lycée professionnel Valentine Labbé à La Madeleine

Ecole Kienz à Marcq-en-Baroeul

GRETA Lille Métropole à Seclin

Lycée privé Jehanne d'Arc à Tourcoing

Lycée privé la Sagesse à Valenciennes

- A Rennes :

Lycée Jeanne d'Arc à l'AREP de Rennes

Stratégie des moyens

rigolo
comme
la vie !



B/ Renforcer la visibilité et la crédibilité de Rigolo Comme La Vie en tant qu'employeur auprès des centres de formation de la petite enfance

Ecoles formant au métier de puéricultrice :

- Dans le Nord :

Université Catholique Campus Saint Raphaël à Lille

Institut Gernez Rieux du CHR de Lille

Centre Hospitalier de Valenciennes : Section puéricultrices à Valenciennes

- A Rennes :

CHU de Rennes

Cette liste reste cependant exhaustive et est ici donnée à titre d'exemples. Il est possible de la compléter et d'élargir les écoles visées au Pas-de-Calais.

Cette campagne d'affichage sera diffusée en Février 2014, étant donné que c'est la période de l'année où les étudiants s'interrogent sur l'année suivante et sont ainsi passibles de rechercher un emploi.

Rigolo Comme La Vie

Vivre et Grandir Ensemble

RECRUTE



Dans les métiers

de l'**EDUCATION** et du **DEVELOPPEMENT**
de la **SANTE** et du **SANITAIRE**
de l'**ANIMATION**

PARTAGE • RESPECT • PROGRES



rigolo
comme
la vie !

Retrouvez nos offres d'emploi en ligne



Stratégie des moyens

B/ Renforcer la visibilité et la crédibilité de Rigolo Comme La Vie en tant qu'employeur auprès des centres de formation de la petite enfance

HORS-MEDIA

EVENEMENTIEL

- **Participation aux salons de l'étudiant et du lycéen de Lille et Rennes**

Du 9 au 11 Janvier 2014 à Rennes

Du 16 au 18 Janvier 2014 à Lille



Objectifs et cibles

Comme son intitulé l'indique, ce salon se tourne vers les étudiants et lycéens, vivant à proximité de Lille et Rennes, lieux proches de ceux des implantations des structures d'accueil de Rigolo Comme La Vie. En vue de crédibiliser l'association en tant qu'employeur, sa présence dans ces salons ne peut que lui être bénéfique. En effet, la participation à ces derniers dans les villes de Lille et Rennes va lui permettre d'assurer une certaine visibilité auprès des personnes susceptibles d'être intéressées par les formations et métiers qu'elle propose, mais également auprès des autres centres de formation des métiers de la petite enfance. Les exposants de ces salons sont généralement regroupés par domaines. Ainsi, les autres centres de formation des métiers de la petite enfance pourront percevoir l'Association Rigolo Comme La Vie comme un employeur à part entière.

Stratégie des moyens

B/ Renforcer la visibilité et la crédibilité de Rigolo Comme La Vie en tant qu'employeur auprès des centres de formation de la petite enfance

Communication

Pour s'assurer une forte visibilité, il sera nécessaire de créer des supports de communication et une signalétique efficaces. Le panneau présentant l'association, évoqué précédemment (page 44), pourra être réutilisé, étant donné qu'il ne vise pas une cible précise, mais a plutôt pour vocation de donner les informations principales concernant Rigolo Comme La Vie, et de présenter la structure d'un point de vue général.

Pour communiquer sur la participation de Rigolo Comme La Vie à ce salon, l'envoi de communiqués de presse à des journalistes (des quotidiens régionaux et magazines spécialisés dans le domaine de la petite enfance) reste une action efficace et peu coûteuse. L'annoncer sur le site web et la page Facebook de l'association est un autre moyen de communication simple à mettre en place pour affirmer sa présence à ces salons, environ deux semaines avant les événements. Très connu des jeunes, ces salons sont également annoncés sur Letudiant.fr, le n°1 des sites d'information sur l'orientation, les études et le premier emploi. Cela garantit ainsi une certaine visibilité pour Rigolo Comme La Vie.

Coûts

Les droits d'inscription pour ces salons s'élèvent à 450€ par salon, soit 900€ au total.

La location d'un stand nu coûte 345€ par salon, soit 690€ au total.

Les coûts de participation à ces deux salons reviennent donc à 1590€.

Stratégie des moyens

B/ Renforcer la visibilité et la crédibilité de Rigolo Comme La Vie en tant qu'employeur auprès des centres de formation de la petite enfance

EMAILING

- Développer des partenariats avec des écoles spécialisées dans la petite enfance

Pour permettre à Rigolo Comme La Vie de se crédibiliser en tant qu'employeur dans le domaine de la petite enfance, il est nécessaire de développer des partenariats avec des écoles spécialisées dans ce même domaine. Les écoles visées seront celles implantées dans le département Nord, ainsi qu'à proximité de Rennes étant donné que les structures de Rigolo Comme La Vie sont situées dans ces zones géographiques. L'emailing sera ainsi utilisé pour ce démarchage de partenaires.

Les écoles visées sont celles formant aux métiers de l'éducation et du développement, de la santé et du sanitaire ainsi que de l'animation, dans le Nord et à Rennes, évoquées précédemment (pages 50 et 51) et également ciblées pour la campagne d'affichage.

6/ Calendrier d'actions

Calendrier d'actions

Fin 2013 – Début 2014	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	oct.	nov.	déc.	janv.	février	mars
Communiquer envers les partenaires économiques												
MEDIA												
• Presse												
Insertion presse dans les journaux locaux												
Fiche entreprise dans Le Guide Entreprises 2014												
Envoi de communiqués de presse												
HORS-MEDIA												
• Web												
Onglet testimonial												
Extranet												
• Événementiel												
Participation au salon Petit 1												
• Print												
Panneau d'exposition pour présenter Rigolo Comme La Vie												
• Emailing												
Envoi d'emails institutionnels pour démarcher de nouveaux partenaires												
Renforcer la visibilité et la crédibilité de Rigolo Comme La Vie employeur												
MEDIA												
• Web												
Opération de Netlinking												
• Presse												
Envoi de communiqués de presse dans les magazines spécialisés												
• Affichage												
Affiche pour le recrutement de jeunes diplômés												
HORS-MEDIA												
• Événementiel												
Participation aux salons de l'étudiant et du lycéen de Lille et Rennes												
• Emailing												
Envoi d'emails pour développer des partenariats avec des écoles												

7 / Budget

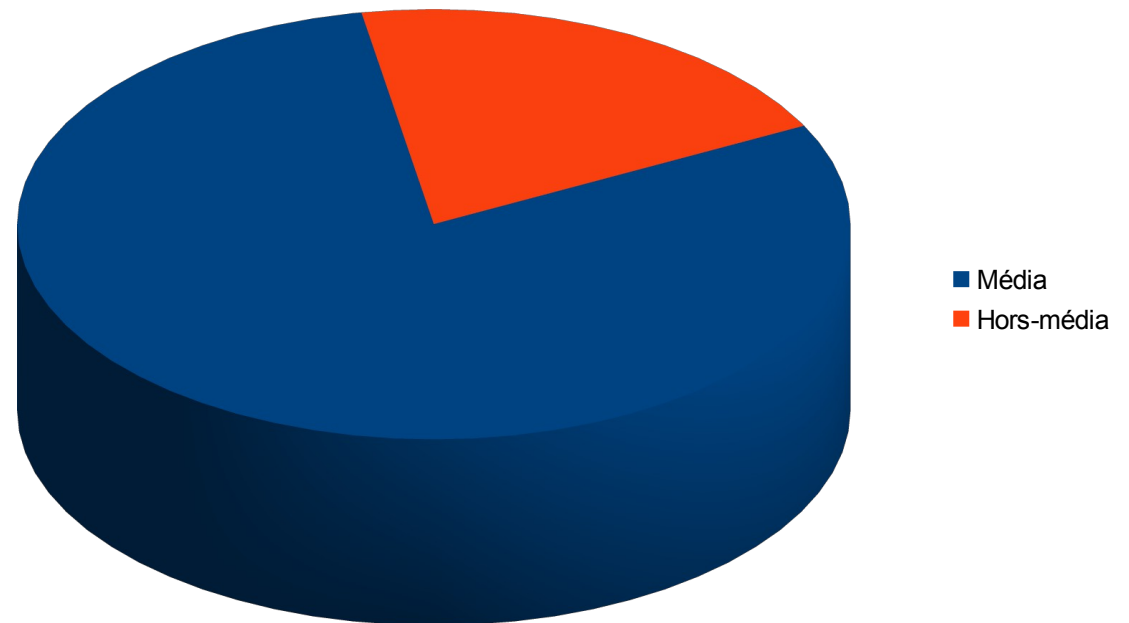
Budget

Voici la répartition du budget en pourcentage:

- Média : 79,8%
(soit 15 818€)
- Hors-média : 20,2%
(soit 3 990€)

Pour un budget total de 19 808€

Ci-contre, veuillez trouver un graphique illustrant cette répartition:



Budget

rigolo
comme
la vie !



Répartition du budget média:

Médias / Supports	Caractéristiques	Tarifs
• PRESSE		
- Insertion Presse La Voix du Nord et Nord Éclair	Format A5. Quadri Diffusion dans la Métropole Lilloise Novembre et Décembre, du lundi au jeudi Éditions du Nord et du Pas-de-Calais	Prix pour un mois dans les deux journaux : 4 859€ Donc : 9 718€
- Fiche Entreprise dans le Guide Entreprises 2014 (et espace sur l'annuaire du site lavoixecobusiness)		5 400,00 €
- Envoi de communiqués de presse Magazine de la CCI édition Grand Lille et Nordway Magazine Magazines spécialisés dans la petite enfance : Métiers de la petite enfance, Journal Professionnel de la petite enfance, nosbambins.com	Tout au long de l'année	
		TOTAL : 15 118€
• WEB		
- Opération de Netlinking	Référencement de Rigolo Comme La Vie dans les annuaires recensant les offres d'emploi dans le domaine de la petite enfance	200,00 €
		TOTAL : 200€
• AFFICHAGE		
- Affiche pour le recrutement de jeunes diplômés dans les écoles spécialisées dans le domaine de la petite enfance	A3 Quadri recto. Quantité : 600 exemplaires	Impression de 600 affiches : 140€ Conception et diffusion : 360€
		TOTAL : 500€
		TOTAL BUDGET MEDIA : 15 818€

8/ Contact

Contact



Contact à joindre en cas de besoin de compléments d'informations sur cette préconisation:

Justine Gourdon
06-45-75-68-22
justine-gourdon@hotmail.fr