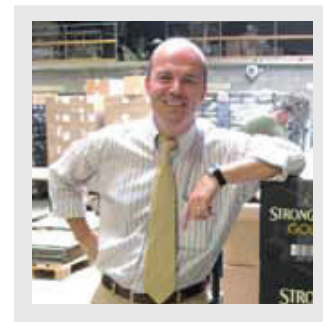


Les associations d'entreprises : ces patrons qui collaborent

Le Plénesses Club, générateur de dynamisme



Marc TOUSSAINT
Président



LES ASSOCIATIONS D'ENTREPRISES : ACTEURS ESSENTIELS DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL DE LA WALLONIE, LES ASSOCIATIONS D'ENTREPRISES SONT ENCORE TROP PEU CONNUES AUJOURD'HUI. VIA CETTE RUBRIQUE, LA CELLULE «PARCS D'ACTIVITÉ DURABLES» DE L'UWE SOUHAITE LEUR AMENER UNE PLUS GRANDE VISIBILITÉ. FOCUS SUR L'UNE D'ENTRE ELLES.

■ par Gaëlle HERMANS, CPAD

"Générateur de dynamisme" : voici la première maxime du Plénesses Club. Depuis sa création en 1996, l'association

d'entreprises du parc d'activité économique des Plénesses, en province de Liège, a intégré cette devise dans tous les projets qu'elle a entrepris. Mais aujourd'hui le club souhaite faire plus que simplement l'appliquer, il veut également le faire savoir. C'est pourquoi depuis 2013, le Plénesses Club investit fortement dans sa communication : nouveau visuel, nouveaux outils et nouveaux partenariats pour soutenir des projets ambitieux et dynamisants pour l'ensemble de ses membres ainsi que la zone d'activité économique.

Le Plénesses club existe depuis bientôt 19 ans, soit autant d'années d'expérience mises au service de l'amélioration continue du fonctionnement et des projets de l'association. Aujourd'hui, le club fonctionne avec une direction «light» mais régulièrement renouvelée et structurée en commissions de travail spécifiques. Le renouvellement du comité et les interactions entre les commissions ont pour objectif de favoriser l'émergence d'idées neuves et, bien entendu, d'apporter toujours plus de dynamisme au groupement.

Votre association en trois mots ?

"Dynamisme, local et partenariat"

La communication, un poste transversal ?

La stratégie de communication mise en place par le Plénesses Club a incontestablement pour objectif global d'améliorer la visibilité de l'association et de l'ensemble de ses actions, mais pas seulement... En effet, comme l'évoque son nouveau président, Marc Toussaint, "la communication ce n'est pas juste créer ou redessiner un logo et gérer sporadiquement un site internet vitrine".

Le président, ainsi que le comité du club, y voient plutôt une merveilleuse opportunité de développer des outils et des canaux de communication originaux. Ceux-ci permettent de favoriser les échanges directs entre toutes les personnes qui composent le groupement qu'ils soient membres actifs ou sympathisants, directeurs ou salariés, partenaires réguliers ou occasionnels.

C'est le cas par exemple du concours photo organisé en 2014. Pendant plusieurs mois, toute personne (ou groupement de personnes) intéressée par la vie du parc d'activité pouvait proposer une photo originale prise dans le zoning et représentative, selon elle, de celui-ci. Ce projet poursuivait donc un double objectif : d'une part générer du contenu et créer

du visuel pour le club et, d'autre part, favoriser l'implication dans un projet d'ordre artistique plutôt que sportif comme cela se fait traditionnellement. Le concours photo a ainsi entraîné des débats d'idées, la mise en avant de points de vue originaux et l'intégration de nouveaux visages dynamiques dans la vie du Plénesses Club.





1^{er} Prix : Alain ENGELSKIRCHEN - Ortmans Inox

2^e Prix : Dominique DEFRANCE – Woodenergy



Province de Liège

Créé en 1996

70 membres

www.plenesses.be

La communication, un poste à externaliser ?

Vouloir travailler sa communication est une bonne chose mais la question centrale reste de savoir comment le faire et par où commencer. Doit-on notamment externaliser cette compétence ou la conserver en interne ? Le Plénesses Club a choisi de faire le pari de la professionnalisation de sa communication en s'associant avec une société de communication spécialisée dans l'apport de contenu éditoriaux, LABOITEACOM. En signant une convention de collaboration avec cette société, le club souhaitait optimiser l'équation «effort consenti / impact attendu» de ses actions en matière de communication. En 2014, ce sont notamment 20 newsletters qui ont été rédigées, 10 focus sur des membres et nouveaux arrivants qui ont été réalisés, une couverture vidéo prévue pour tous les petits déjeuners d'information organisés par le club ou encore, la gestion et l'alimentation des réseaux sociaux qui est formellement organisée.

Grâce à l'énergie des membres du Plénesses Club et à l'implication de LABOITEACOM dans le projet global, la commission communication possède,

Ce dont manque votre association ?

"Une implication accrue des grandes entreprises, une visibilité plus large et régulière et des relations plus fortes avec les clubs d'entreprises voisins"

en 2015, une réelle maîtrise de ses outils et adapte sa stratégie avec une grande réactivité.

De plus, la professionnalisation de la communication a permis de dégager du temps à consacrer aux différents projets de fonds : sécurité, environnement, signalisation, convivialité, etc.

Le Plénesses Club ne se contente donc plus seulement d'être dynamique, désormais il le fait également savoir. Voilà qui devrait inciter plus d'un porteur de projet qu'il soit privé, entrepreneurial ou public à aller dans ce sens. ■



CELLULE «PARCS D'ACTIVITÉ DURABLES» DE L'UNION WALLONNE DES ENTREPRISES

010/47.19.43 - www.environnement-entreprise.be
(onglet «Parcs d'Activité Durables»)