

QUELLES STRATÉGIES POUR VALORISER SES JARDINS AUPRÈS D'UN LARGE PUBLIC ?

LA COMMUNICATION ET SES
SUPPORTS : DES OUTILS
INDISPENSABLES POUR METTRE
EN VALEUR VOS JARDINS

NOUVEAU
MODULE

DATES DE LA FORMATION

> 27 au 29 mars 2019

PRIX DE LA FORMATION

> 570 € net [pour les trois jours]

Forfait global*

> 766 € net [pour les trois jours]

* Le forfait global comprend le prix de la formation, l'hébergement en chambre simple et la pension complète pour la durée de la formation.

Pour les arrivées la veille du début du stage, une liste d'hôtels ou sera remise. Si vous souhaitez inscrire une ou plusieurs personnes à cette formation, n'hésitez pas à nous demander un devis et à poser une option. Vous nous confirmerez l'inscription définitive ultérieurement.

INFORMATION ET INSCRIPTION

Hervé Bertrix
Tél. : 02 54 20 99 07 - Fax : 02 54 33 90 35
formation@domaine-chaumont.fr

L'idée d'un jardin comme lieu d'échange et de mixité sociale revient en force. Des artistes, des jardiniers, des botanistes, des enfants, du grand public et des curieux s'y croisent. Les modalités et les possibilités d'accueil de ces différents publics sont très nombreuses.

Au cours de ce stage, seront abordés et développés le montage, la consultation des partenaires et la communication autour d'événements divers. La dernière partie du stage sera consacrée à la préparation de la visite du jury des villes et villages fleuris.

INTERVENANT

Patrick CHAROY

Ancien responsable de secteurs aux Espaces Verts de la Ville de Créteil [médaille d'or européenne du fleurissement 1987] et ancien directeur des Espaces Verts de la ville de Cahors [4 fleurs, Grand Prix, Médaille d'or Européenne du fleurissement pour la ville et à titre personnel, Grand Prix de la Créativité midi Pyrénées, Grand prix de la mise en valeur du patrimoine...].

Créateur des "Jardins Secrets de Cahors", jardins remarquables. Membre du jury départemental, régional, national et européen des villes et villages fleuris, du jury DRAC Occitanie, pour l'attribution du label "Jardin Remarquable".

Rédacteur de nombreux articles pour la presse horticole et auteur de l'ouvrage "Et la fleur se met en scène, fleurir aujourd'hui et demain" édition du Bionnay.



QUELLES STRATÉGIES POUR VALORISER SES JARDINS AUPRÈS D'UN LARGE PUBLIC ?

PROGRAMME DE LA FORMATION

Cette formation se divise en cinq parties :

- > Le montage du projet pour qu'il devienne l'affaire de tous.
- > La communication qui a pour objectif d'attirer le visiteur, le touriste mais aussi l'habitant, (le premier touriste d'une ville ou d'un village est bien souvent l'habitant), à admirer vos réalisations et vos créations.
- > L'information, quant à elle, accompagne et guide ce visiteur dans sa découverte, lui donnant au passage des informations sur les plantes, sur la conception du jardin, mais aussi parfois des conseils ou des activités ludiques, jeux découvertes pour les plus jeunes.
- > Et enfin la synthèse de ces deux vecteurs du "Faire savoir" dans "Comment préparer et accompagner la visite d'un jury de fleurissement".
- > Exercice pratique à partir d'un cas concret.

27 MARS

MATIN

Le montage du projet

- > Recherche d'intérêts convergents auprès du monde associatif (comité de jumelage, clubs de 3^{ème} âge, associations culturelles...), des commerçants et des artisans, du monde scolaire...
- > Recherche de relais de communication.
- > Recherche de partenariats financiers publics et privés.
- > Au sein de votre collectivité, faire de votre projet un axe de développement transversal en impliquant un maximum de services (propreté, bâtiments, patrimoine, affaires scolaires, communication...).

APRÈS-MIDI

La communication : qui dit quoi, avec qui, comment, où, quand, à qui...

- > Comment rédiger un dossier de presse, une brochure, un plan de visite ?
- > Trac, flyer, clés USB...
- > Site internet, réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn...

- > Autres moyens de communication : cartes postales, marque page, autocollants...
- > Affiches, kakémonos...

28 MARS

MATIN :

Information et signalétique - présentation des différents supports

- > Les étiquettes personnalisées ou détournées
- > Totems et lutrins (bois, métal, verre, béton, lave émaillée, plastique, autres...)
- > Signalétiques informatives et directionnelles parcs et jardins
- > Autres : insolites, ludique, tissus, tags, détournement de panneaux de signalisation...
- > QR code...

APRÈS-MIDI : préparer une visite d'un jury

- > Rédiger le dossier de présentation
- > Choisir son parcours, comment véhiculer le jury...

29 MARS

MATIN : préparer une visite d'un jury (suite)

- > Préparer l'accueil : dossier de presse, petit déjeuner, repas, cadeaux...
- > Qui parle, quand, où...
- > Qui inviter, presse locale, personnalités...
- > Organiser la visite...
- > Bilan de la visite

En fin de matinée (début de l'exercice pratique)

- > À partir d'un cas concret, choisi en début de formation, les stagiaires seront amenés à dérouler un projet, à penser sa communication, à trouver des relais et des partenariats, à réfléchir à la signalétique...

APRÈS-MIDI

- > Fin de l'exercice pratique
- > Présentation des projets par chaque groupe
- Bilan, synthèse et évaluation de la formation.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Pédagogie active, participative, opérationnelle utilisant : apports théoriques et méthodologiques, échanges et réflexion, études de cas, mises en situation, ateliers. Remise d'une clé USB à chaque participant reprenant l'ensemble des données visualisées durant la formation.

MÉTHODE D'ÉVALUATION

Questionnaire d'évaluation en fin de formation et enquête de satisfaction 4 mois après.

PUBLIC VISÉ

Responsables de service, techniciens et agents des secteurs publics et privés souhaitant réaliser des décors originaux et économiques pour dynamiser l'image de son fleurissement estival.

