



DÉVELOPPEMENT
LOCAL ET VIE SOCIALE
Faire vivre le territoire



Guide pratique

**Familiales
rurales** **la RuChe**
Vivre mieux !



Guide pratique

Animer une communauté dans un tiers-lieu

Comprendre ce qu'est l'animation de communauté	3
Définir une communauté (une communauté a un cycle de vie)	3
Une communauté dans un tiers-lieu de l'ESS	4
L'animation de communauté	4
Pratiques	5
Les repères et les unifiants	5
L'intégration	6
La programmation	7
Initier de nouvelles pratiques - l'expérimentation	8
Outils	8
Communication	8
Newsletter	10
Logistique	10
Suivi	10
Les process et les passations	
La mesure d'impact	11

Comprendre ce qu'est l'animation de communauté

Définir une communauté (une communauté a un cycle de vie)

Les « communautés » désignent les « groupes qui cherchent à articuler leurs singularités avec une vie sociale collective marquée par des relations de proximité et la recherche du commun. »

Plusieurs dénominations existent pour qualifier une communauté : communauté d'apprentissage, communauté de savoir, communauté de réseaux, *etc.* Pour une même définition, il existe une multitude de réalités où celle-ci s'applique. Trois tendances majeures se distinguent – toutefois aucune de ces réalités n'est catégorisable :

- Une communauté de pratiques ; pour apprendre/gagner en compétences. Le profil des membres est homogène.
- Une communauté épistémique ; pour produire et diffuser des connaissances à travers des projets multiples. C'est une communauté de réussite et d'expertise.
- Une communauté stratégique ; à la fois pratique et épistémique, afin d'apprendre au profit de l'organisation. Elle est composée d'experts aux profils hétérogènes, les rapports entre eux sont hiérarchisés et contractuels.

les communautés de pratiques sont les plus répandues dans l'ESS

Elles traduisent, dans un sens large, des variantes de la notion de **communauté de pratiques**¹ : Ainsi, elles ont trois caractéristiques principales :

- un intérêt commun,
- une volonté de partager et d'apprendre,
- des interactions possibles, régulières et durables.

Une communauté a un cycle de vie. Comme toute personne, comme tout projet, une communauté se forme par une interaction, se développe, s'entretient et finit par disparaître. Le temps donné à chaque phase de sa vie, tout comme les aléas qui feront ses moments prospères et ses moments de déclin ne sont pas prévisibles. La "survie" de la communauté peut (et doit) cependant être assurée par la transmission de son patrimoine, ce que l'on nomme le bien commun, à travers les membres.

¹ Wenger, McDermott & Snyder, 2002

Une communauté ne peut pas reposer exclusivement sur l'activité de ses membres. Une communauté vit à travers ses membres, et ceux-ci doivent y être attentifs.

Il existe une pluralité de communautés : elles ont donc des points convergents et divergents. Parmi les convergences, il y a celle d'un socle de **biens communs**, ou patrimoine commun. Celui-ci se fonde au cours de la vie de la communauté qui, elle, se fonde sur des valeurs, des principes et une structuration des différents aspects de la vie. Les individus s'identifient à une même communauté lorsqu'ils partagent ces caractéristiques.

Est-ce qu'une communauté est nécessaire ? Dans l'économie sociale et solidaire, c'est très probablement le cas. Ce secteur particulier est ambivalent car il s'organise dans un modèle d'activité économique à finalité sociale : l'activité d'une association, d'un site, d'une entreprise de l'ESS est aussi importante que les personnes qui font vivre cette activité, en sont les usagers ou les bénéficiaires. C'est particulièrement le cas des tiers-lieux.

Une communauté dans un tiers-lieu de l'ESS

Les tiers-lieux sont des lieux de vie "nouveaux" dans le sens où ils ne ressemblent à aucun autre dans la vie d'un individu, et parce que ses utilisateurs font vivre ce lieu de vie en partageant des objectifs, des activités et des valeurs.

D'un point de vue humain, un tiers-lieu ne serait qu'un simple lieu sans la communauté qui le fait vivre. L'un et l'autre sont donc complémentaires et dépendants. Dans l'ESS, les communautés sont particulièrement valorisées car au-delà de leur raison d'exister, elles testent, inventent, réinventent : elles innovent. Le facteur d'innovation est la garantie, pour un tiers-lieu, de se développer.

L'animation de communauté

Chaque tiers-lieu étant particulier, il y a autant de communautés que de tiers-lieux, et autant d'animation de communautés que de communautés. Ce guide de pratiques de La Ruche ne saurait donc pas vous donner les trames exactes pour gérer la vôtre, mais un ensemble générique et global qu'il vous faudra vous approprier. Le modèle de La Ruche a permis, dans le développement du réseau des Ruches, d'ajuster les pratiques communautaires - donc d'animation de communauté - tout en enrichissant le catalogue d'actions et de réflexions sur près d'une dizaine d'années de pratique.

Ce sont ces repères que ce guide vous fournit, afin de trouver vos propres marques.

Quelle posture doit-avoir un.e animateur.rice de communauté ?

- connaître sa communauté
- être à l'écoute et accueillant.e
- savoir anticiper et prendre du recul

Quels sont les rôles d'un.e animateur.rice de communauté ?

- garantir le bien-être de chaque membre
- fédérer la communauté
- initier les interactions entre les membres
- garantir le partage des compétences et des informations
- soutenir les initiatives individuelles et collectives

A la Ruche, la mission de l'animateur de communauté consiste en la gestion quotidienne des activités et des interactions entre les membres, mais aussi en une réflexion fondamentale destinée à améliorer leur quotidien par rapport leurs objectifs et aux acteurs externes à la communauté.

Pratiques

Les repères et les unifiants

Pour qu'une communauté se développe, elle a besoin de repères : des éléments qui vivront à travers le passage des membres. Il ne faut jamais oublier que la communauté de pratiques est le résultat des contributions de ses membres, et non de leur seule présence.

- **la raison d'être** : une modélisation qui fait office de "stratégie de fonctionnement". Une communauté se construit à partir d'une charte – explicite ou implicite – qui en précise le sens des termes employés pour la définir. Une charte trace également la philosophie de la communauté, en expliquant sa raison d'être, son cadre d'existence/d'action, ses moyens et sa gouvernance.
- **les repères et les rituels**
 - *un repère* permet de trouver ses marques et de reconnaître la communauté et ses membres,
 - un rituel permet de faire évoluer les repères.

Sans repères, il n'y a donc pas de communauté. Toutefois, sans rituels, il n'y a pas d'évolution dans les repères - ils sont alors destinés à décliner, puis disparaître.

Le nombre, le type et la récurrence des rituels dépendent de chaque communauté et de son fonctionnement. Toutefois, certains sont assez répandus : déjeuners, apéros, retours d'expériences, fêtes de fin d'année... Il est à noter que **plus les rituels sont spécifiques à la communauté, plus ils sont fédérateurs.**

Exemple de rituel : l'apéruche. Un apéro mensuel où les coworkers peuvent donner de leurs nouvelles, se rencontrer (ou se re-rencontrer). L'apéruche répond au besoin des coworkers, qui ne se croisent pas aussi souvent qu'ils le voudraient dans les lieux aux moments informels.



A la Ruche, le repère le plus connu est le BUZZ. C'est un événement hebdomadaire depuis plusieurs années et présents dans toutes les Ruches de France, qui permet à n'importe quel curieux de pouvoir venir découvrir La Ruche et ses entrepreneurs. C'est un moment d'écoute où tout le monde peut "buzzer" ce qu'il veut. Un projet, une question, une astuce, un événement, un bon plan culturel, une blague... Tout peut être buzzé à condition que ça reste bienveillant.

L'intégration

Le processus d'intégration est primordial pour trouver l'équilibre entre autonomie et accompagnement :

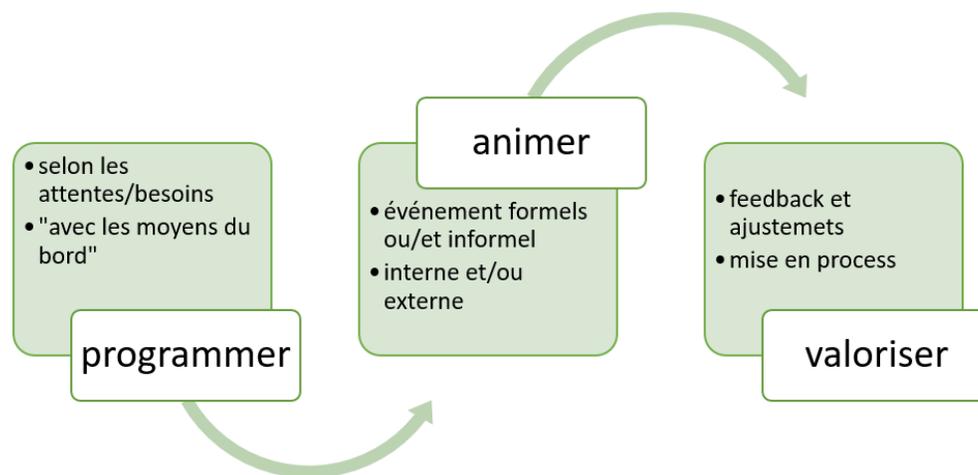
Les événements à La Ruche mêlent toolboxes/boîtes à outils (2-3 par mois), événements conviviaux (1 apéruche mensuel, 2 petits déjeuners mensuels, 1 buzz hebdomadaire), activités bien-être (2-4 par mois), activités sportives (yoga hebdomadaire, boxe bimensuelle) et activités culturelles. Il faut trouver le bon équilibre entre une offre dynamique et variée et des événements remplis : prévoir en moyenne 2 événements

par semaine (hors boxe et yoga qui sont pérennisés). En cas de doute sur la pertinence d'une activité, ne pas hésiter à sonder les co-workers (groupe facebook ou buzz).

La programmation

La programmation désigne l'activité principale de l'animateur de communauté. C'est à travers elle qu'on anticipe les attentes et répond aux besoins. Une bonne programmation se décline comme un projet :

- elle doit être préparée et structurée,
- la communication y est transcendante (avant-pendant-après),
- elle doit être co-construite avec les membres de la communauté.



Il faut trouver le bon équilibre entre une offre dynamique, variée et pertinente.

	Hebdomadaire	<u>Bi-mensuel</u>	Mensuel	Tous les deux mois	Trimestriel	Semestriel	Annuel
Equipe salariée	CR du Buzz Gazette		Article de blog : capitaliser sur les retours / compilation		Newsletter Réseau	Check-up Minute / Mesure Impact	Baromètre du moral des entrepreneurs sociaux
	Réunion d'équipe		Newsletter chaque Ruche				
			Programmation				
Réservé aux entrepreneurs			ApéRuche	Potluck = repas partagé	Grosse Teuf		Fête des <u>alumnis</u>
			Atelier animé par des partenaires (compta, juridique...)		Buzz Off - Notre Coloc		Mardi gras
			<u>HappyMorning</u>				Fête de l'été
			Bee Happy				Journée Plage
			<u>Toolbox</u>				Fête de Noël
Ouvert à l'extérieur	Buzz,	Ateliers proposés par l'extérieur	Happy Ruche : Evènement <u>co-brandé</u>			Evènements simultanés	
			Projection, conférence			Un évènement hors les murs	

exemple :

Initier de nouvelles pratiques - l'expérimentation

Dans le cas d'un tiers-lieu, la particularité de la programmation d'animation de communauté est la suivante : **il faut prévoir l'imprévisible**. C'est la marge d'expérimentation, où celle qui permet aux membres d'innover dans la communauté - que ce soit en rapport avec l'activité du tiers-lieu ou non. L'innovation est souvent négligée dans cette partie de la gestion de communauté, pourtant elle ouvre la voie à des solutions nouvelles en faveur de l'inclusion et de la mixité - pour ne citer que des exemples.

Les évènements à La Ruche mêlent toolboxes (2-3 par mois), évènements conviviaux (1 apéruche mensuel, 2 petit-déjeuners mensuels, 1 buzz hebdomadaire), activités bien-être (2-4 par mois), activités sportives (yoga hebdomadaire, boxe bimensuelle) et activités culturelles.

Outils

Communication

Les réseaux sociaux permettent de partager du contenu qui reflète la communauté, les événements et les actions des partenaires du tiers-lieu. C'est un excellent moyen de se faire connaître et attirer du public d'une part, et de renforcer les interactions entre les membres d'autre part.

A la Ruche, nous utilisons les outils qui correspondent aux habitudes d'usage des coworkers : Facebook, Instagram, newsletter et affichage visuel. La présence d'une plateforme interne, « Les Relayeurs », donne un sentiment d'appartenance - au-delà de toutes les fonctionnalités qu'elle propose.

Facebook est adapté pour des échanges formels ou informels, sa gestion peut être redistribuée : donc le groupe peut être co-animé. Le réseau est hiérarchisé (membres, administrateurs et modérateurs) mais très facile d'utilisation, il est très répandu. L'inconvénient est la création de profils, ou le partage de son profil, qui peut potentiellement ne pas convenir

Selon la taille, l'activité et les habitudes des membres de la communauté, mais aussi selon vos objectifs (fédérer, fidéliser et/ou ouvrir), **plusieurs autres réseaux sociaux s'offrent à vous** : Instagram, Twitter, Discord, Reddit, Slack, Pinterest...

Comment faire participer la communauté ?

- identifiez ce qui les attire le plus, et créez du contenu à partir de ces éléments (animations, vidéos courtes, emojis... tout est dans le détail).
- postez à intervalles réguliers, pour que les membres fassent de ce moyen de communication un repère. Rien n'est plus inutile qu'un groupe facebook inactif.
- utilisez les ressources de la plateforme : sondage, vote, recommandations...
- identifiez/citez au maximum les membres présents (ou non !) dans le groupe, pour attirer leur regard et les inviter à communiquer - en plus de souligner leur présence et leur engagement.
- ayez un ton adapté, ce qui s'applique à toute communication interne et externe. Le ton utilisé en dit bien plus qu'on ne l'imagine sur l'ambiance de la communauté et sa perspective (professionnelle, conviviale...).

Concernant l'affichage visuel, les portraits sont indispensables pour la communauté. Ils permettent aux utilisateurs du lieu de mieux découvrir quelqu'un, de mettre en avant les compétences transférables à la communauté, de connecter des acteurs et aussi de présenter nos ressources humaines à l'extérieur.



Exemple : un affichage pour un événement programmé - concis et ajusté au public qu'il cible.

Newsletter

Les newsletters sont courantes pour la communication de tout type de structure : institution, entreprise, association, etc. Elles sont un outil infailible, une extension de l'animation de communauté (ce n'est évidemment pas leur seul rôle). Une newsletter est un exemple de la communauté, une image qui reflète son caractère, ses idées... bref, sa raison d'être.

A la Ruche, nous utilisons principalement Mailchimp pour communiquer via newsletter. Le service reste abordable et la plateforme est très facile d'utilisation. Pour en savoir plus sur Mailchimp, cliquez ici : www.mailchimp.com

Logistique

L'animateur ou l'animatrice de communauté n'est pas un prestataire de service. En ce sens, il est toujours dans une démarche de co-construction avec les membres de la communauté : **le développement du tiers-lieu et le développement de la communauté doivent être parallèles.**

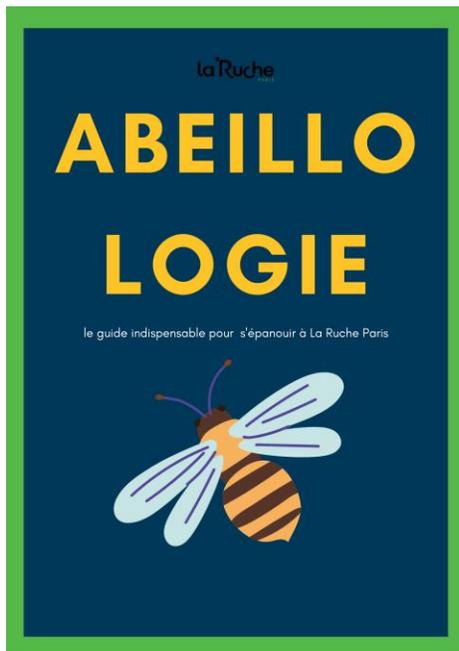
Suivi

Les process et les passations

Une communauté se développe de manière efficiente si elle est indépendante des projets individuels de ses membres. C'est pourquoi il est indispensable de créer des mécanismes qui dureront à travers le temps.

Les passations : d'un.e animateur.rice de communauté à l'autre, il n'y a pas qu'un rôle qui se transmet. L'animation de communauté fait appel aux qualités humaines en priorité, et il est souvent inévitable qu'une partie de l'animation se dissipe avec un changement de poste, par exemple. C'est un mécanisme similaire à celui rencontré avec les membres des communautés (et ce n'est pas un hasard). Pour autant, ce n'est pas une perte : chaque regard neuf, qu'il s'agisse de l'animateur.rice ou non, améliore la communauté. Les passations doivent donc être progressives, et surtout structurées.

Les process : ce sont des modes d'emploi, des indications et/ou des exemples à suivre pour effectuer certaines tâches quotidiennes en autonomie. Plus ils sont complets, plus ils sont efficaces. Les process sont le meilleur allié de l'intégration des nouveaux membres. Ils allègent également le travail de l'animateur de communauté, en invitant à la prise d'initiative. Enfin, ce sont des repères qui résistent au temps. Mais n'oubliez pas de les mettre à jour !



A quoi ressemble un process ?

Il peut prendre une multitude de formes. A la Ruche Paris, les process sont majoritairement numérisés. Toutefois, ce ne fut pas toujours le cas : certains sont sous forme physique : guide, cahiers, affichage, *etc.* Ils sont les témoins de l'évolution de la communauté. Ici, l'exemple du guide des process accessible à tou.tes les personnes de la communauté

La mesure d'impact

Pourquoi est-ce important de mesurer le développement de sa communauté ?

D'une part, **une communauté est vivante**, elle évolue. Si les mécanismes mis en place pour l'accompagner dans son développement ne sont pas effectifs, alors elle disparaîtra rapidement. D'autre part, un.e **animateur ne peut pas avoir son attention sur tout**. Sa posture ne le lui permettra pas (*i.e* "savoir ce que cela fait d'être animé"). C'est pourquoi la mesure d'impact de vos actions est essentielle : c'est un gain de temps, un gage d'attention et un outil d'amélioration. Entre autres, cela vous permettra de déterminer à quelle stade d'évolution votre communauté se trouve, si cela concorde avec le stade d'évolution de votre lieu, et enfin d'anticiper les besoins ou les éventuels changements d'échelle !

Quels outils pour mesurer ?

- **les questionnaires** : en laissant un maximum de champ libre et des questions ouvertes, il permet de libérer la parole et de souligner les détails favorables ou défavorables que vous n'auriez pas encore détectés.
- **les feedbacks** : après une action, une information, ou une intervention par exemple, vous pouvez demander le ressenti "à chaud", puis quelque temps après, auprès de votre communauté. Après tout, même le plus évident des besoins peut être mal interprété par l'animateur.ice de communauté.
- **les entretiens** : sous forme informelle, s'entretenir avec les membres de votre communauté (seul.e ou à plusieurs) vous permettra également de traduire ce que les mots ne peuvent pas décrire.
- **l'œil et l'oreille** : restez attentifs et à l'écoute des membres de votre communauté. Le plus souvent, c'est dans les interactions quotidiennes que se cachent les pistes d'amélioration. N'hésitez pas à entreprendre des conversations avec elles et eux, et à écouter leurs retours d'expériences, pour en savoir plus sur leur perception du lieu et de la communauté. Egalement, vous pouvez laisser la parole libre avec, par exemple, un carnet d'opinion à disposition. De cette façon, il y aura toujours un moyen d'exprimer son avis, même pour les plus timides.

Attention ! Sachez accepter la critique constructive.

La recette parfaite pour animer une communauté ou pour la développer n'existe pas. L'animateur.ice est constamment en train de tester et d'apprendre de ses actions, qu'elles aient eu l'effet escompté ou non.

Vous disposez désormais des principales clés pour développer et animer votre communauté. Encore quelques questions ? Ne vous inquiétez pas : vous n'êtes jamais seule ! Pour toute question, contactez-nous à paris@la-ruche.net ou au 01 83 64 59 04.



QUI SOMMES-NOUS ?

Familles Rurales, réseau de 2200 associations locales, innove depuis des décennies pour animer les territoires et répondre aux besoins sociaux avec des activités d'utilité sociale et des services d'intérêt général, dans la proximité, de l'accueil des tout-petits au soutien aux personnes âgées. Il dispose d'un réseau de lieux d'accueil depuis les années 1990, d'abord avec ses Relais Familles, espaces pour accueillir, informer et agir, puis sous d'autres formes : espaces de vie sociale (avec l'agrément de la CAF), accueils pour les parents ou les jeunes, permanences consommation, points conseil budget... Parce que le monde change, que de nouveaux défis se présentent (révolution numérique, émergence de nouvelles formes de travail : télétravail, entrepreneuriat), Familles Rurales s'intéresse et s'empare de la dynamique des tiers-lieux en 2016, avec de premières réflexions lancées en Nouvelle Aquitaine, région pionnière en la matière.

LE PROJET PORT@IL

En janvier 2018, l'opportunité de l'appel à projets « Mobilisation collective pour le développement rural » dans le cadre du Réseau rural français, financé par l'Europe/ FEADER, le ministère de l'Agriculture et le CGET (devenu ANCT) a permis de lancer le projet Port@il (Pôle Rural Télétravail @nimation intergénération Loisirs). Familles Rurales a réuni des acteurs d'horizons variés (La Ruche, MRJC, Croix rouge, CNAF, MSA, AMF, AdCF, RTES, Nouvelles ruralités, Régions Grand Est, Normandie, Nouvelle Aquitaine, Pays de la Loire) intéressés par le phénomène des tiers-lieux, les territoires, la ruralité et l'innovation. L'objectif est de capitaliser autour de 25 expérimentations Familles Rurales sur 12 départements, 4 régions et d'autres expériences locales au MRJC et à la Croix rouge. Depuis septembre 2018, un programme national d'activités se met en œuvre au service des territoires et des projets : formations, séminaires, regroupements, études...

