COMPTE RENDU – REUNION BUREAU DU 03/06/2026

UDAC SAINT DIE DES VOSGES

LES DATES A NOTER DANS VOS AGENDAS

Attention ! Aucune date retenue pour prochaine réunion

ORDRE DU JOUR - Discussions

1. Collecte d'informations – "Jeu dématérialisé"

Bilan suite test « Jardin Dans Ma Ville »

Le retour du « Jeu test » est positif. A la date du 21/06/2026 nous basculerons donc sur une formule de tirage sur 11 mois (pas décembre), en dotant 5 gagnants à 25 €

Le nom va devoir évoluer : Brainstorming demandé le 04/06/2026

Commande tablette de présentation
Création d'un nouveau visuel (Affiche sympa)
- Edition des QR code par adhérent

Distribution des QR code affiches.

2. Projet Community Manager

Présentation : Invité Nicolas Koelin 1990 Studiocom.fr

Rappel décision bureau du 04/05/2026

- Accord du bureau Oral. Demander la proposition de contrat à Nicolas.
- Démarrage au 01er septembre
- Formaliser les apports aux adhérents

* Résumé de la présentation en annexe.

A retenir : « Dans les 10 mn, il faut aimer et partagé les contenus ! Ca compte !

Utiliser nos 19/20 et nos groupes WhatsApp, pour le faire

3. Miss Saint-Dié-Des-Vosges

Premier Bilan

Le Bilan financier a été présenté.

Les retours de la soirée, côté évènement, sont très positif.

Les retombées pour les commerçants sont jugées limitées, avec peu de succès pour l'opération de coupons de réduction. Des dysfonctionnements (communication, coordination) ont été identifiés, et la nécessité de créer un lien plus fort entre l'événement et les commerçants est soulignée pour une éventuelle deuxième édition.

Continuité de l'évènement est demandée par la ville de Saint-Dié-Des-Vosges.

Il est prévu de reconduire l'événement avec les corrections appropriées, et un lien plus fort avec les commerçants.

- Attente de la date de la part d'Arnaud Cossin.
- Présentation des Miss aux membres de l'UDAC durant le 19/20 spécial, qui aura lieu le 10/06/2026 à la Salle Carbonnar.

4. Assemblée Générale Extraordinaire (AGE)

Point à date

Etude de la convention Mairie

Il n'y a pas eu d'avancé sur ce sujet. Nous avons la convention à étudier.

- **Hausse des cotisations** : Une augmentation de la cotisation annuelle (actuellement 120 €) à 150 € est discutée pour financer les nouvelles actions, justifiée par une valeur ajoutée concrète.
- **Périmètre géographique** : L'idée d'étendre la zone d'adhésion est évoquée, avec prudence pour ne pas diluer la vocation de l'association. La création de catégories de membres (bienfaiteurs, d'honneur) pour les hors-zone est une piste à explorer dans la révision des statuts.

5. Suivi du Plan d'Action

Arnaud = Projet « mode d'emploi règlement » pour les 19/20

Pour mémoire Arnaud et Ghyslaine s'occupent des 19/20.

De multiples changements interviennent régulièrement, la décision est prise de figer les décisions uniquement à Arnaud et Ghislaine.

- **Formalisation et transparence** : Pour éviter les "petits arrangements" et les changements de dernière minute, ***il est proposé de formaliser un règlement pour l'organisation des événements "19-20", en clarifiant l'ordre de passage des présentations***

.

- **Dynamisation** : Il est suggéré de trouver un nouveau format plus engageant (jeu de questions-réponses, animations préparées) pour que les participants sentent qu'ils apprennent quelque chose.

<u>Je reproduis ici la décision du CR 12/01/2026</u>

- « **Intégration :** Pour accueillir les nouveaux membres, un tour de table systématique et dynamique sera instauré lors des réunions, guidé par une trame de 4-5 questions. Le rôle "d'ambassadeur" doit être formalisé lors des événements.
  - Le principe d'un tour de table guidé pour les présentations est adopté. »

- **Événement du 10 juin** : Une invitation pour un "19/20" spécial Miss Saint-Dié-Des-Vosges le 10 juin sera envoyée le 4 juin. Une contribution de 5€ par participant est prévue. C'est une présentation aux membres de l'UDAC, accompagné des sponsors majeurs.

6. Questionnaire sur attentes des UDACIENS

Questionnaire à construire et diffuser

Système de parrainage : mettre en place un système de "parrains" pour motiver les membres et notamment aller à la rencontre des membres UDAC pour recueillir leurs attentes.

- Prévoir demande de candidature lors de la réunion du 04 juin 26.

7. Point divers

Suivi Administratif et Financier

- **Factures et fournisseurs** : Plusieurs factures sont en attente de validation ou de correction (Radio samedi, SACEM). La livraison d'un teaser vidéo doit être confirmée avant paiement.
- **Reçus fiscaux (CERFA)** : Après avoir retrouvé les informations nécessaires, il est décidé d'envoyer les factures à tous les sponsors et de ne fournir un CERFA qu'à ceux qui en font la demande.

Fin du compte rendu

Etaient Présents :

- *Eric ANTOINE (Président)*
- *Amandine JEANNEL (Vice-présidente)*
- *Arnaud GUSTIN (Trésorier)*
- *Celine JACQUES (Secretaire)*
- *Fabrice IUNG (Vice secretaire)*

**Annexe - Présentation de la fonction Community Manager.*

Audit et Stratégie de Communication sur les Réseaux Sociaux

- ***Constat initial** : La communication actuelle de l'UDAC manque de stratégie, avec des contenus mal adaptés aux formats (stories vs. fil d'actualité). Le concours de la Fête des Mères, promu via une simple photo de flyer, a généré un engagement très faible (4 "j'aime"), illustrant ce problème.*
- ***Potentiel inexploité** : La page Facebook de l'association, avec environ 1500 abonnés, souffre d'un taux d'engagement inférieur à 1%, alors qu'un bon taux se situe entre 3% et 10%. La visibilité dépend de cet engagement, pas du nombre d'abonnés. Un participant, pourtant dans la cible locale, n'avait jamais entendu parler de l'association via les réseaux, confirmant un déficit de portée.*
- ***Confusion des comptes** : Plusieurs pages et comptes Facebook liés à l'UDAC créent de la confusion. Il a été confirmé que la page "officielle" est celle à 1500 abonnés. Il est possible de signaler les anciennes pages inactives pour clarifier l'identité numérique.*
- ***Amélioration de la visibilité** : Un cas client a été présenté, montrant une augmentation de 500 à 10 000 vues mensuelles en un mois avec seulement 5 publications organiques. La sponsorisation est à utiliser avec parcimonie pour ne pas nuire à la portée naturelle favorisée par l'algorithme.*

Stratégie de Contenu et Plan de Communication

- ***Distinction des contenus** : Il est crucial de séparer les publications professionnelles des usages personnels. Les **posts** doivent servir aux annonces d'événements avec une ligne marketing claire, tandis que les **stories** permettront une communication plus directe (offres des commerçants, coulisses). Des stories "perpétuelles" peuvent créer un rendez-vous pour les utilisateurs.*
- ***Plan événementiel** : Il est recommandé de suivre un rétroplanning (ex: J-60, J-30) pour annoncer les événements, en créant des visuels dédiés et en communiquant régulièrement. Pendant l'événement, du contenu en direct sera créé, suivi d'un récapitulatif pour fidéliser l'audience.*
- ***Idées de contenu** : Mettre en avant le "commerçant du mois", publier des rétrospectives ("remember"), partager des témoignages et créer une adresse mail dédiée pour que les adhérents envoient leurs offres promotionnelles, qui seront relayées en story.*
- ***Mobilisation des adhérents** : Les 120 adhérents sont la première audience et doivent être mobilisés via un groupe (ex: WhatsApp) pour aimer et partager les publications dans les premières minutes afin de "booster" l'algorithme.*

Gouvernance, Attentes des Commerçants et Offre du Prestataire

- ***Attentes des commerçants** : Les adhérents recherchent principalement de la visibilité et du trafic en boutique. Le rôle de l'UDAC est d'organiser des animations générant du trafic (ex: "le lapin") et de les valoriser via la communication digitale. Une proposition est* faite *de créer un questionnaire pour mieux cerner leurs attentes (satisfaction, services, manques perçus).*
- ***Positionnement de la page** : La page doit se concentrer sur des informations utiles aux clients et des opérations concrètes pour les magasins, plutôt que sur des événements internes (type "BNI"), pour éviter une perte d'adhérents comme à Baccarat.*
- ***Proposition de collaboration** : Une offre de Community manager est présentée, avec trois niveaux tarifaires (240 €, ~600 €, ~1000 € HT/mois). L'offre de base à 240 € inclut environ 8 publications/mois, de courtes vidéos, la création de visuels et la gestion des réseaux. Le prestataire (Nicolas) propose un travail proactif avec un conseil marketing global.*