



## **RÈGLEMENT INTÉRIEUR**

### **Club de la Presse et de la Communication du Gard**

#### **Article 1 – OBJET**

Conformément à l'article 10.3 des statuts du Club de la presse et de la communication du Gard, le présent règlement intérieur, dit RI, a pour objet de préciser et compléter les dispositions contenues dans lesdits statuts. Il contient des règles de fonctionnement qui, si elles n'ont pas de caractère obligatoire au regard de la loi de 1901 sur les associations, sont de nature à faciliter la vie de l'association.

#### **Article 2 – COMPOSITION DE L'ASSOCIATION**

Comme indiqué dans l'article 4 des statuts, l'association est composée de différents types de membres actifs, ou associés, dont la nature est précisée ci-après.

##### **Article 2.1 : définition des membres actifs, communicants et journalistes**

Journaliste : on entend par journaliste toute personne titulaire ou stagiaire détenteur·rice de la carte d'identité professionnelle délivrée par la commission nationale des journalistes professionnel·les, ou toute personne sans cette carte mais ayant une collaboration régulière avec une entreprise de presse reconnue par la commission paritaire nationale, ou un média de forme association loi 1901.

Communicant : on entend par communicant tout professionnel de la communication et de l'information, salarié du secteur privé, public ou associatif, consultant indépendant, dirigeant, assurant des missions de communication pour leur structure.

##### **Article 2.2 : statut spécifique des membres associés**

Toute personne n'étant ni journaliste ni communicant.e au sens défini à l'article 2.1 du présent RI peut adhérer en tant que membre associé. Les membres associés bénéficient des actions du club, sont valorisés sur l'annuaire, mais ne prennent pas part aux votes et ne peuvent prétendre être membre du Conseil d'Administration. Ils peuvent s'investir dans les commissions de travail et apporter une contribution dans le fonctionnement du club, au même titre que les autres membres.

### **Article 3 – ENGAGEMENT DES MEMBRES**

Tous les membres s'engagent à participer aux rencontres et actions, sans prosélytisme, sans valoriser une attache politique, philosophique ou religieuse, et en respectant les valeurs du club qui sont : la convivialité, la confraternité, le partage, le respect, la mixité et la proximité.

### **Article 4 - PARTICIPATIONS FINANCIÈRES**

#### **Article 4.1. Montant de l'adhésion**

Les membres doivent s'acquitter d'une cotisation annuelle valable pour 12 mois à partir de la date d'adhésion.

Le montant de cette cotisation annuelle est validé en Assemblée Générale sur proposition des membres du Conseil d'Administration. Il peut évoluer en fonction des besoins de l'association. Toute évolution fait l'objet d'une mise à jour du règlement intérieur qui en fait état.

Le montant des cotisations annuelles, de mois à mois, tel qu'il a été défini aux termes de l'AG du 10 avril 2025 et jusqu'à prochaine évolution, dépend du profil des membres, et s'applique de la manière suivante :

\* Pour les Journalistes et communicants :

Adhésion simple : 55€/an étant entendu qu'une participation complémentaire aux coûts de réception pour chaque rencontre pourra être facturée.

Adhésion dite "Premium" : 170€/an donnant droit à la participation à tous les rencontres et événements, sans contribution complémentaire demandée, sauf pour les frais de réception aux formations.

\* Pour les membres associés :

Adhésion simple : 80€ / an étant entendu qu'une participation complémentaire aux coûts de réception pour chaque rencontre pourra être facturée

Adhésion dite "Premium" : 250€/an donnant droit à la participation à tous les rencontres et événements, sans contribution complémentaire demandée, sauf pour les frais de réception aux formations.

Conditions particulières : un tarif d'adhésion solidaire est proposé pour des personnes, membres actifs communicants, journalistes, ou associés, en situation de recherche d'emploi, au RSA, ou étudiants, s'élevant à 25€ pour une adhésion simple.

#### **Article 4.2. Actions du club et contributions financières aux actions**

L'association organise :

- des rencontres mensuelles appelées "Pot du club" ouvertes aux membres et non membres, dont l'objectif est de permettre la découverte divers lieux dans le Gard et de diffuser des actualités susceptibles d'intéresser journalistes et communicants,
- des formations ouvertes seulement aux membres du club, visant la montée en compétences des membres dans leurs différents domaines d'intervention,
- une soirée de remise de trophées dont l'objectif est de valoriser des productions médiatiques et des actions de communication réalisées sur le territoire du Gard, ouverte aux membres et non membres,
- des événements ponctuels fonction de l'actualité, généralement ouverts aux membres et non membres.

Pour chaque action du club une participation financière aux frais de réception est demandée, sauf aux membres "Prémium". Elle est fixée à :

- 10€/adhérent, 15€/non adhérent pour les événements mensuels appelés "Pot du club"
- pour la soirée de remise des trophées : la montant de la participation tiendra compte du coût de l'opération, et déterminé en accord avec le CA
- au coût réel des frais de réception, étant entendu qu'hormis les coûts de réception les formations sont gratuites pour tous les membres.

Le montant de ces participations peut évoluer et être modifié par un vote des membres du CA, à n'importe quel moment de l'année, entraînant une mise à jour du RI associée.

Conditions spécifiques à une annulation suite à inscription à un événement ou une formation : toute annulation moins de 72h avant la date de l'événement, ne pourra pas faire l'objet d'un remboursement.

## **Article 5 - RÈGLES DE GOUVERNANCE**

### **5.1 Conseil d'Administration, composition et missions**

Le nombre de membres composant le CA est compris entre 7 min et 31 personnes maximum. Le CA décide des grandes orientations et des principales actions menées par l'association, et notamment des lieux et dates des pots mensuels, de l'organisation des trophées et de la soirée de remise des prix, d'autres événements ponctuels. Il peut déléguer certaines décisions relatives à l'organisation des actions de l'association aux membres du bureau et à des commissions ou groupes de travail.

Il veille au respect des bonnes pratiques de gestion et à la prévention des conflits d'intérêts, ainsi qu'au respect du présent RI.

Pour le bon fonctionnement du club, le CA se réunit au moins une fois par an, et si possible tous les mois. Un ordre du jour est établi et envoyé à tous les membres du CA au moins 48h avant la réunion. Après la réunion, un procès-verbal de séance est transmis au plus tôt à l'ensemble des membres du CA.

Un membre du CA absent pourra être représenté par le biais d'un pouvoir écrit. Chaque membre présent ne peut être détenteur de plus d'un pouvoir.

Les membres élus au CA s'engagent de fait à participer régulièrement aux réunions et à contribuer aux actions du club. En cas d'absence régulière d'un membre aux réunions du CA, une discussion collective peut être engagée sur la légitimité de maintenir ce même membre au sein du CA.

### **5-2 Bureau, missions et délégations**

Le bureau peut se voir confier par le CA certaines missions liées à la gestion des affaires courantes. Il doit rendre compte régulièrement de cette gestion aux membres du CA, à l'occasion de chaque réunion et par tous les moyens nécessaires entre les réunions.

Le Bureau se réunit à la demande du Président.

Lors d'un vote au sein du Bureau, en cas d'égalité des suffrages, la voix du ou de la Président(e) est prépondérante.

Le Président peut déléguer certaines missions liées à la gestion des affaires courantes à des membres du bureau ou du CA. Le Président peut déléguer la gestion courante des dépenses à son ou ses trésoriers, dès lors qu'elles s'inscrivent dans le cadre des décisions prises en CA. Si, pour quelque raison que ce soit, la-le président-e ne peut plus assurer ses fonctions, les modalités de son remplacement sont décidées à l'occasion d'un conseil d'administration dédié.

### **5.3 Groupes de travail, rôle et missions**

Des groupes de travail ponctuels (action, création, événement,...) ou permanents (communication, partenariat, formations, éducation aux médias et à l'information, gestion statuts et RI...) sont mis en place pour faciliter l'organisation des actions du club et la réalisation de missions inhérentes au fonctionnement de l'association.

Chaque groupe de travail a un pouvoir d'action et de décisions dans un cadre défini par le CA, et selon le cahier des charges associé.

Composés de membres du club volontaires, ils doivent :

- compter au minimum un membre du Conseil d'Administration qui pourra rendre compte à chaque réunion du CA de leur avancée
- désigner en leur sein un "réfèrent" qui aura pour mission de prendre l'initiative des réunions de travail, de veiller à la bonne réalisation des travaux et à leurs retours aux membres du CA. Il veille au respect par le groupe du RI et des décisions du CA.

### **5.4 Gestion désintéressée des membres**

La fonction de membre, y compris du Conseil d'administration du Club, du Bureau ou d'une commission ou groupe de travail n'est pas rémunérée. Chaque membre de l'association est toutefois éligible au remboursement de ses frais de déplacement consécutifs à l'exercice d'une mission dédiée à la gestion ou à la représentation du club, sur accord du CA.

## **Article 6 - DÉLÉGATION DE LA COORDINATION À UN TIERS**

La coordination du club peut être confiée à un tiers, prestataire ou salarié, sous l'autorité du Président.e. Les missions confiées sont définies par le CA. Parmi elles on retrouve notamment : la gestion administrative, l'organisation des événements, l'édition de supports et le pilotage des actions de communication (annuaire, site...), la coordination des commissions et des groupes de travail, l'animation du réseau, le suivi des partenariats, la gestion d'un local le cas échéant.

## **Article 7 - RÈGLES DE CONDUITE POUR L'APPEL À DES PRESTATAIRES MEMBRES DU CLUB**

Lorsque l'association doit faire appel à une prestation dont un ou plusieurs membres ont la compétence pour la mise en place de ses actions (créations graphique, digital, print, vidéo, photos, formation, animation...), elle priorise l'appel à ses membres en organisant une consultation la plus objective possible, avec notamment :

- une information à l'ensemble des membres d'un appel à prestation
- la réception et l'évaluation des propositions par les membres du CA

Un membre du CA ne peut être prestataire rémunéré par le club.

Si l'appel à prestation est initié par un groupe de travail ou une commission thématique, les membres de ce même groupe ou de cette même commission s'engagent à ne pas se porter candidats à ladite prestation.

Dans le cas où la mission répond aux besoins d'un partenariat du club avec une structure extérieure, priorité sera donnée au bénévolat. Dans le cadre de l'appel à prestation, aucun membre du CA ne pourra prétendre à une rémunération, au-delà de la prise en charge des frais.

## **Article 8 - REVISION DU REGLEMENT INTERIEUR**

Le règlement intérieur du Club de la Presse et de la Communication du Gard est adopté par le CA à la majorité absolue des présents ou représentés.

Afin d'améliorer le fonctionnement du club et de ses instances élues, des modifications du règlement intérieur peuvent intervenir (à l'exception du montant des cotisations), sur proposition du Bureau ou de la majorité des membres du CA. Un débat sera alors organisé en réunion de CA, lequel entérine ou non la/les modifications(s) au terme d'un vote à la majorité absolue.

Règlement intérieur adopté par le Conseil d'Administration en date du 16/4/2026

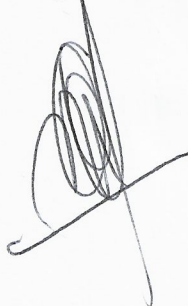
Signature du Président

Mathieu Dejax



Le Secrétaire Général

Jacques Furet



The first part of the book is devoted to a general introduction to the theory of the firm. It begins with a discussion of the basic concepts of the firm, such as the firm's objective function, the firm's production function, and the firm's cost function. It then discusses the firm's behavior in a competitive market, and the firm's behavior in a market with imperfect competition.

The second part of the book is devoted to a detailed analysis of the firm's behavior in a competitive market. It begins with a discussion of the firm's profit maximization problem, and the firm's response to changes in the market price. It then discusses the firm's response to changes in the market price of its inputs, and the firm's response to changes in the market price of its output.

The third part of the book is devoted to a detailed analysis of the firm's behavior in a market with imperfect competition. It begins with a discussion of the firm's profit maximization problem, and the firm's response to changes in the market price. It then discusses the firm's response to changes in the market price of its inputs, and the firm's response to changes in the market price of its output.

The fourth part of the book is devoted to a detailed analysis of the firm's behavior in a market with imperfect competition. It begins with a discussion of the firm's profit maximization problem, and the firm's response to changes in the market price. It then discusses the firm's response to changes in the market price of its inputs, and the firm's response to changes in the market price of its output.

The fifth part of the book is devoted to a detailed analysis of the firm's behavior in a market with imperfect competition. It begins with a discussion of the firm's profit maximization problem, and the firm's response to changes in the market price. It then discusses the firm's response to changes in the market price of its inputs, and the firm's response to changes in the market price of its output.

The sixth part of the book is devoted to a detailed analysis of the firm's behavior in a market with imperfect competition. It begins with a discussion of the firm's profit maximization problem, and the firm's response to changes in the market price. It then discusses the firm's response to changes in the market price of its inputs, and the firm's response to changes in the market price of its output.

The seventh part of the book is devoted to a detailed analysis of the firm's behavior in a market with imperfect competition. It begins with a discussion of the firm's profit maximization problem, and the firm's response to changes in the market price. It then discusses the firm's response to changes in the market price of its inputs, and the firm's response to changes in the market price of its output.

The eighth part of the book is devoted to a detailed analysis of the firm's behavior in a market with imperfect competition. It begins with a discussion of the firm's profit maximization problem, and the firm's response to changes in the market price. It then discusses the firm's response to changes in the market price of its inputs, and the firm's response to changes in the market price of its output.

The ninth part of the book is devoted to a detailed analysis of the firm's behavior in a market with imperfect competition. It begins with a discussion of the firm's profit maximization problem, and the firm's response to changes in the market price. It then discusses the firm's response to changes in the market price of its inputs, and the firm's response to changes in the market price of its output.

The tenth part of the book is devoted to a detailed analysis of the firm's behavior in a market with imperfect competition. It begins with a discussion of the firm's profit maximization problem, and the firm's response to changes in the market price. It then discusses the firm's response to changes in the market price of its inputs, and the firm's response to changes in the market price of its output.