

Guide des réseaux sociaux

Le but de ce guide est de construire et renforcer la communication des associations.

1. Pourquoi communiquer via les réseaux ?

Informez vos adhérents et offrez un moyen facile de participer au débat.

Être visibles du grand public, qui connaît peu ou pas votre mission et votre mode de fonctionnement.

Influencer vos élus en faisant connaître vos actions, et en interpellant ces mêmes personnes publiquement pour les tenir responsables face à leurs engagements.

2. Communiquer sur quoi et à quel moment ?

Quelques exemples de sujets sur lesquels chaque association peut communiquer sur les réseaux sociaux :

- les **actions de terrain** qu'elle met en place : organisation d'un atelier de réparation, balade, foire au vélo, marquage,... etc. En amont, pour annoncer l'événement ; pendant, pour le documenter ; après, pour en faire le bilan.

- les **actualités vélo dans sa commune** : création d'une nouvelle infrastructure, d'une station de réparation en libre-service,...
- son **travail de plaidoyer** : avant et suite à une rencontre avec ses élus, après des déclarations en faveur du vélo,...etc.
- la **sécurité des cyclistes** (infrastructures, GCUM, deux-roues motorisés,...)
- **l'actu des autres assos vélo et du Collectif.**
- **réagir une prise de position d'un élu.**

Attention : vous cherchez à devenir des partenaires de travail pour votre mairie. Il faut pour cela adopter une position constructive : vos élu-e-s ne vous considéreront pas comme des interlocuteurs privilégiés si vous leur "taper dessus" sans réserve sur les réseaux sociaux.

3. S'organiser pour une bonne communication

Suivre les comptes qui vous semblent pertinents : les élus du territoire, les associations vélo, les spécialistes, les médias qui traitent des sujets vélo... Faites une sélection des comptes qui vous paraissent les plus pertinents sur le sujet, pour garder une information lisible et restreinte à votre domaine.

Faire une veille : connectez-vous plusieurs fois par semaine pour suivre les actualités vélo en France, dans la région, le département

et dans votre commune. Vous pouvez relayer les informations utiles à vos abonnés, en y ajoutant le contexte local.

Exemple : le coup de pouce vélo peut vous pousser à vous investir plus activement dans la réparation de vélos ; une publication du Cerema peut modifier les demandes que vous faites à vos élus en termes d'infrastructures,... etc.

Être régulier : un compte perçu comme « vivant » publie plusieurs fois par semaine.

Être organisé : le compte peut être géré par un ou plusieurs responsable(s) de communication. Un groupe Whatsapp permet de se concerter sur certains tweets avant de les envoyer, notamment les interactions avec les élus.

Être cohérent : déterminez une ligne éditoriale et veillez à une certaine cohérence de style et de contenu des messages.

4. Quels réseaux utiliser ?

i. Twitter

Un média "chaud" de l'instantané : Twitter est beaucoup plus réactif qu'un réseau social comme Facebook ou LinkedIn. Il permet par exemple de couvrir en direct un événement via un livetweet. Il

n'est pas du tout choquant sur ce média de publier plusieurs posts par jour, contrairement à Facebook et LinkedIn.

Pour communiquer avec qui ? Twitter est avant tout une plateforme politique et d'opinion. Vous pouvez l'utiliser pour toucher les élus, les journalistes, et la cyclosphère des militants vélo particulièrement active sur Twitter.

Comment l'utiliser ?

- 280 caractères max, donc soyez concis et allez droit au but !
- Abonnez-vous à d'autres comptes pour suivre leurs actualités.
- Si un compte vous suit en retour, vous pouvez communiquer via « MD » (message direct), même avec des politiques de haut niveau !
- Pour partager des messages pertinents : soit les « retweeter » directement, soit ajouter un commentaire (icône du petit stylo).
- Il est possible de mentionner quelqu'un dans un tweet en utilisant @nom. *Exemple : @VeloldF, le compte du Collectif.* Il sera alors notifié.
- Il est aussi possible d'identifier quelqu'un sur une photo en le « taguant » : en ajoutant son @nom à la photo.

Attention :

Un like (j'aime) vaut approbation.

Un retweet sans commentaire vaut approbation.

Un retweet avec un commentaire permet de donner votre avis sur le tweet et d'ajouter des éléments contextuels. C'est l'option privilégiée pour valoriser votre association et sa ligne éditoriale.

Comment faire une bonne publication ?

- Ne jamais écrire « je », mais toujours « **nous** » ! N'oubliez pas que vous pilotez le compte de toute l'association.
- **Toujours un visuel** : une photo, une vidéo, une image, un lien vers un article où une photo apparaît, etc.
- Rendez vos tweets **attractifs** : ajoutez des émojis, en utilisant des énumérations, en espaçant les phrases, etc.
- Toujours **identifier** les personnes concernées par leur @nom. Attention : ne pas commencer directement par une identification (@) mais mettre d'abord un « . » (sinon vos abonnés ne verront pas le tweet).
- Utiliser des **hashtags** connus. *Par exemple, pour les pistes cyclables temporaires : #coronapistes, #JAimeMaPiste, pour les comptages : #ComptageVeloldF, etc.*
- Racontez **une histoire** : un changement, un évènement, une rencontre, une émotion, etc. Pour raconter des séquences :

répondez à votre propre tweet en créant un « thread » (fil de discussion).

Attention : l'écrit peut parfois passer très crûment. Les smileys (sourire, clin d'œil) aident à adoucir le ton.



ii. Facebook

Pour communiquer avec qui ? Facebook est une plate-forme plus informelle que Twitter, que vous pouvez utiliser pour communiquer avant tout avec vos sympathisants et vos adhérents.

À moins de mettre en place un live, Facebook se prête à des communications plus espacées que sur Twitter.

Comment l'utiliser ?

- Créez une Page Facebook en cliquant sur le bouton + à droite de votre nom, et en sélectionnant "Page". Vous pouvez alors lui donner le nom de votre association et commencer à y publier. Veillez à ce que votre page soit publique pour que tous puissent suivre votre actualité !
- Votre Page Facebook est votre vitrine, vous y partagez les activités de votre association quasiment sans limite de caractères contrairement à Twitter. Attention, une publication trop longue vous fera perdre l'attention de vos lecteurs : restez directs et concis !
- Vous pouvez y publier les articles de votre site web, et partager les publications d'autres usagers si elles sont intéressantes en utilisant la fonction "partager sur une page".
- Il est possible de mentionner quelqu'un en utilisant @nom. *Exemple : @VeloldF, le compte du Collectif.*
- Il est aussi possible d'identifier quelqu'un sur une photo en utilisant @nom.

- Attention : un like (j'aime) vaut approbation. Il existe différentes réactions possibles sur Facebook, joie, tristesse, choc, colère, amusement,...
- Enfin, vous pouvez inviter de nouvelles personnes à liker votre page en cliquant sur le nombre de personnes qui ont liké vos posts, puis sur "Inviter".

Comment faire une bonne publication ?

- Voir comme pour twitter

