Sycodem
Sud-Vendée

LIGNE ÉDITORIALE

FACEBOOK

INSTAGRAM

LINKEDIN

Table des matières

1. Définir les objectifs 2
2. Définir la cible 2
3. Les administrateurs 2
4. Les idées de thématiques 2
5. Le ton à employer 3
6. Les contenus de communication 3
a. Les publications 3
b. Les validations 4
7. La fréquence de publication 4
8. La charte de modération 4
9. Le calendrier éditorial 4

.....

Les réseaux sociaux sur internet apparaissent comme un nouveau moyen important de communication. Depuis plusieurs années ils connaissent un grand essor.

Les réseaux sociaux se sont transformés en nouveaux espaces de diffusion de l'information afin de créer du lien et de relayer l'information de façon instantané entre les internautes.

Pour une meilleure visibilité, les entreprises s'implantent sur les réseaux sociaux et deviennent de véritables médias. Les collectivités territoriales s'inscrivent aussi dans cet élan pour mieux faire connaitre et comprendre le service public ; et conserver du lien avec la population desservie.

Elles s'en servent comme un support d'information interactif et ludique en complément du site internet qui permet de transmettre des messages plus institutionnels.

Enfin, la ligne éditoriale permet de définir l'usage et la direction des réseaux sociaux pour le Sycodem. Elle sera le "règlement intérieur", le fil rouge de ce moyen de communication.

De plus, les résultats démographiques de l'INSEE en 2020 présentent un équilibre entre les différentes catégories d'âge sur le territoire du Sycodem. Ces résultats encouragent une communication à la fois écrite et digitale.

1. Définir les objectifs

- Communiquer de façon réactive et interactive ;
- Fédérer et fidéliser la communauté ;
- Dynamiser la collectivité ;
- Sensibiliser les usagers sur la gestion et la prévention des déchets ;
- Informer les usagers sur le Sycodem ;
- Relayer les initiatives et les évènements en lien avec le Sycodem et le territoire.

2. Définir la cible

En définition le public cible est un groupe de personnes que l'on cherche à atteindre. Car à chaque diffusion d'une information sur le réseau social en visant un profil spécifique, on renforce ses chances d'atteindre l'objectif voulu par cette communication. Les publications devront donc s'adapter à cette cible, dans le ton, le contenu et le visuel adoptés.

3. Les administrateurs

Les administrateurs sont autorisés à :

- Utiliser l'application, ils détiennent les coordonnées et mots de passe des réseaux sociaux du Sycodem ;
- Rédiger les contenus ;
- Rassembler des informations dans les différents services ;
- Diffuser et mettre en ligne.

Les administrateurs du Sycodem sont :

- Le(la) Directeur/Directrice du service Communication et Prévention des déchets,
- Le(la) Animateur/Animatrice du service,
- L'alternant(e) en communication,
- Le(la) Directeur/Directrice Général(e) des Services du Sycodem.

4. Les idées de thématiques

Les différents sujets abordés afin de remplir les objectifs et répondre aux publics cibles sont les suivants :

- L'environnement ;
- Les métiers du Sycodem ;
- La gestion des déchets ;
- Le zéro déchet ;
- Les gestes de prévention : compostage, éco-consommation, etc

- Les évènements en lien avec le Sycodem ;
- Des solutions pour le quotidien ;
- Des statistiques, des sondages.

5. Le ton à employer

Le ton sera plutôt simple et respectueux. Les pronoms employés seront les 1éres et 2èmes personnes du pluriel, c'est-à-dire « nous » et « vous ». Les phrases seront courtes et directes pour obtenir une information efficace et accrocheuse.

Une attention particulière sera apportée à l'orthographe et la politesse.

6. Les contenus de communication

Sur Facebook, il existe 6 grandes catégories de contenus différents : les publications sur le fil d'actualité, les vidéos, les stories, les liens, les sondages et les évènements.

Sur Instagram, il existe 6 grandes catégories de contenus différents : les publications sur le fil d'actualité, les réels, les stories, les lives, les guides, et l'Instagram shop.

Sur LinkedIn : les publications sur le fil d'actualité.

Ainsi, le Sycodem se laisse le choix d'employer l'un ou l'autre des contenus.

a. Les publications

La publication des contenus choisis et rédigés se présentera comme suit :

- Un seul message ;
- Répondre à un besoin du public cible ;
- Un texte clair et aéré, ponctué par des émoticônes ;
- Pas de fautes d'orthographe ;
- Identifier les pages, les entreprises ou les personnes avec des @ ;
- Selon les cas, ajouter un lieu afin de géolocaliser les publications ;
- Insérer des hashtags connus.

Reposter une publication issue d'une page privée, ou autre que communes, communautés de communes, partenaires reconnu(e)s, collectivités publiques, n'est pas autorisé.

b. Les validations

De manière générale, les administrateurs peuvent publier, reposter et répondre aux commentaires sans validation préalable. Toutefois, les cas suivants demanderont une validation de la Direction Générale des Services et/ou des élu(e)s du Sycodem :

- incertitude sur le contenu à publier,
- réponse nécessaire à un propos discriminant ou diffamatoire.

Dans les cas suivants, les administrateurs, en l'absence de Direction, pourront prendre l'initiative de supprimer le commentaire : propos injurieux, raciste, discriminant, ou diffamatoire.

Dans les autres cas, il sera apporté une réponse argumentée et informative au commentaire de l'internaute, dans le respect de la forme indiquée à l'article 5.

7. La fréquence de publication

Afin de renforcer la visibilité et la dynamique de la collectivité, les administrateurs publieront sur le compte Facebook/Instagram/LinkedIn du Sycodem au minimum tous les 15 jours afin d'afficher 2 publications par mois différentes par le contenu et le message à faire passer.

8. La charte de modération

Afin d'encadrer l'utilisation des pages des réseaux sociaux du Sycodem par les administrateurs et les internautes souhaitant publier sur cette page des commentaires en réagissant aux articles diffusés ou en souhaitant les relayer, il est nécessaire d'établir une charte de modération et qu'elle soit portée à leur connaissance. La charte de modération sera partagée sur le compte Facebook/Instagram du Sycodem à travers une story à la Une afin qu'elle soit directement accessible par la communauté. **Annexe 1**

9. Le calendrier éditorial

Un calendrier éditorial, permettant de planifier les contenus sur une année par leurs types, leurs objectifs, leurs dates et leurs fréquences de publication, sera rédigé. Il permettra de prévoir la rédaction en amont des publications.

Mise-à-jour de la Ligne éditoriale : novembre 2026.

ANNEXE 1

Charte de modération

FACEBOOK / INSTAGRAM / LINKEDIN du SYCODEM

La page Facebook / Instagram / LinkedIn du Sycodem est un lieu d'échanges et d'interactions entre les usagers et le Sycodem. Toutes les interventions sont les bienvenues à la condition qu'elles respectent les règles élémentaires de courtoisie.

Le Sycodem vous invite à suivre les recommandations suivantes pour un bon usage de sa page Facebook :

- N'oubliez pas que les publications de cette page sont publiques et que vos commentaires sont visibles par tous ;
- Soyez tolérant(e) dans vos échanges ;
- Vérifiez vos informations et citez vos sources pour plus de compréhension ;
- Prenez le temps de réfléchir et de vous relire avant de publier ou de réagir ;
- N'écrivez pas ce que vous ne diriez pas à l'oral ;
- N'écrivez pas en majuscule : LES MAJUSCULES DONNENT L'IMPRESSION QUE VOUS CRIEZ ;

Les messages à caractère publicitaire, les petites annonces ou les messages contenant des coordonnées téléphoniques ou postales, les messages apparentés aux spams, les contenus portant atteinte à l'image ou à la réputation du Sycodem, les contenus à caractère politique ou partisan, les propos racistes, diffamatoires et injurieux, seront supprimés par les administrateurs de la page.

L'ensemble des lois et règlements en vigueur en France est applicable lorsque vous utilisez internet tout autant que sur la page Facebook du Sycodem. Les administrateurs supprimeront toutes les publications contraires à l'ordre public ou aux bonnes mœurs, contraires aux droits d'auteurs ou droits voisins, au droit applicable aux bases de données, au droit des marques, au droit à l'image, au droit au respect de la vie privée ou qui enfreindraient toute autre disposition législative ou règlementaire en vigueur.

Merci pour votre attention à ces dispositions.