



Je communique « En mieux » sur mon projet

Caroline Rigotti

Direction de la Gestion et de l'Animation (Secrétariat général – SPW)

Cécile Nusgens

Cible



www.enmieux.be



Cofinancé par
l'Union européenne



Wallonie

Grands principes réglementaires

❖ Règlement UE 2021/1060



CHAPITRE III

Visibilité, transparence et communication

Section I

Visibilité du soutien des Fonds

Section II

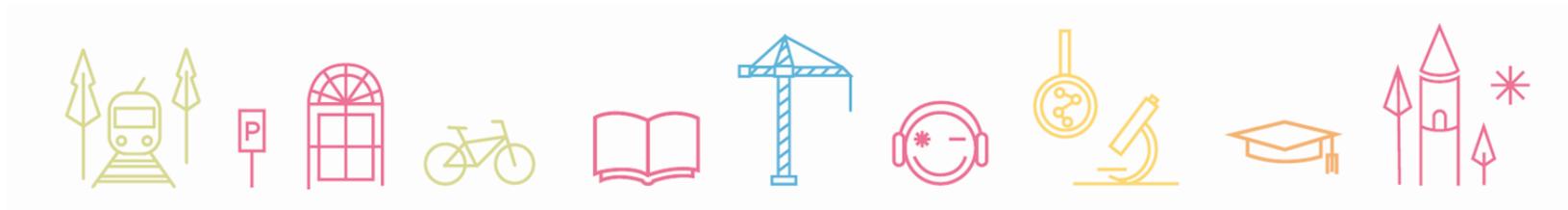
Transparence de la mise en œuvre des Fonds et communication sur les programmes

Article 50

Responsabilités des bénéficiaires

1. Les bénéficiaires et les organismes mettant en œuvre les instruments financiers font mention du soutien octroyé par les Fonds à l'opération, y compris des ressources réutilisées conformément à l'article 62:

- a) en fournissant sur le site internet officiel, si un tel site existe, et les sites de médias sociaux du bénéficiaire une description succincte de l'opération, en rapport avec le niveau du soutien, y compris sa finalité et ses résultats, qui met en lumière le soutien financier de l'Union:



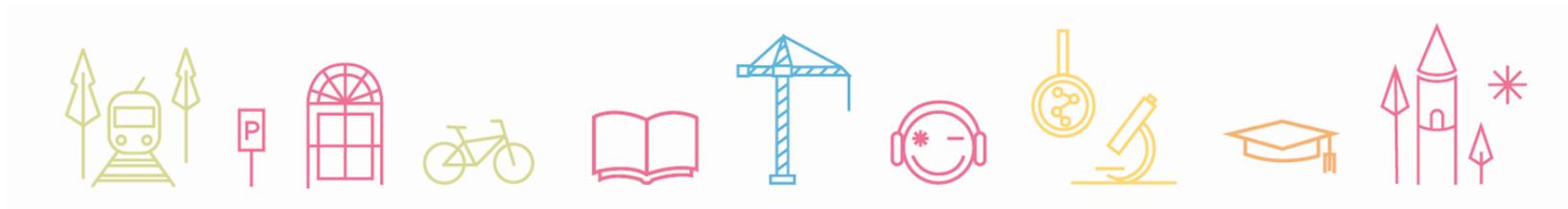
Grands principes réglementaires

❖ Arrêté de subvention

- Art. 8 : Information et publicité
 - Utilisation de la charte graphique (disponible sur Waleurope)
 - Annexe III

❖ Correction financière en cas de non-respect

- Jusqu'à 3% du budget octroyé



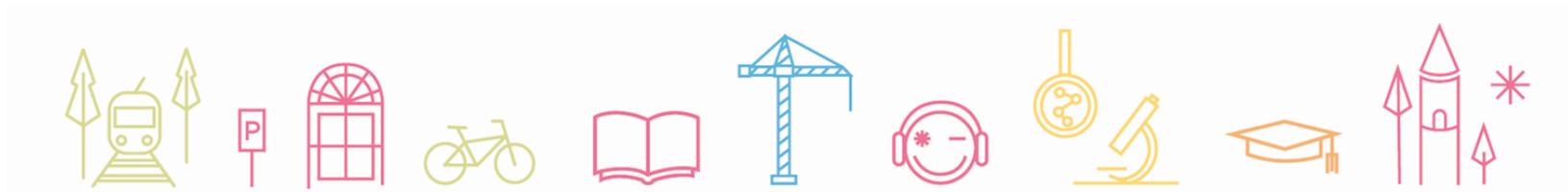
Grands principes réglementaires

❖ Charte graphique

- Disponible sur WalEurope (europe.wallonie.be)
- Formats, versions, typographie, couleurs
- Règles et principes d'utilisations
 - ✓ Tout indivisible
 - ✓ Quadrichromie
 - ✓ Taille minimale d'utilisation



EMPLOI DES
SIGNATURES



Grands principes réglementaires

❖ Annexe III

- Site web officiel ou médias sociaux
- Panneau de chantier, plaque permanente ou affiche
- Organisation d'évènement ou activité
- Charte sur publications, documents, petits objets promotionnels équipements

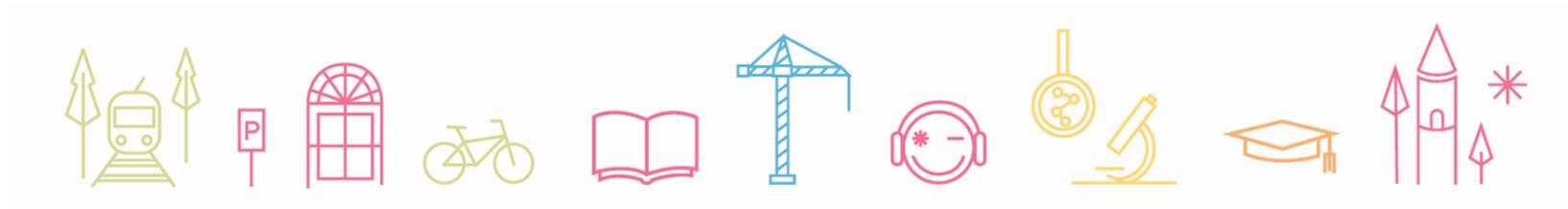
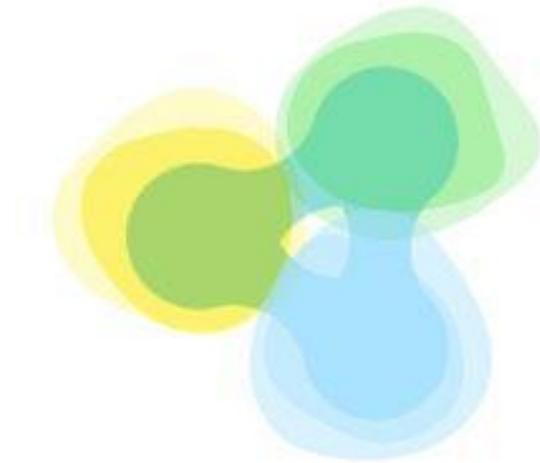
✓ Généralités

- Respect de la charte graphique et de l'emblème européenne



Grands principes réglementaires

- ❖ Autres actions menées par l'Union Européenne
 - Regiostars
 - New European Bauhaus





Comment bien parler de votre projet ?



#message

**Toujours parler aux gens
de ce qui les *intéressent*.**

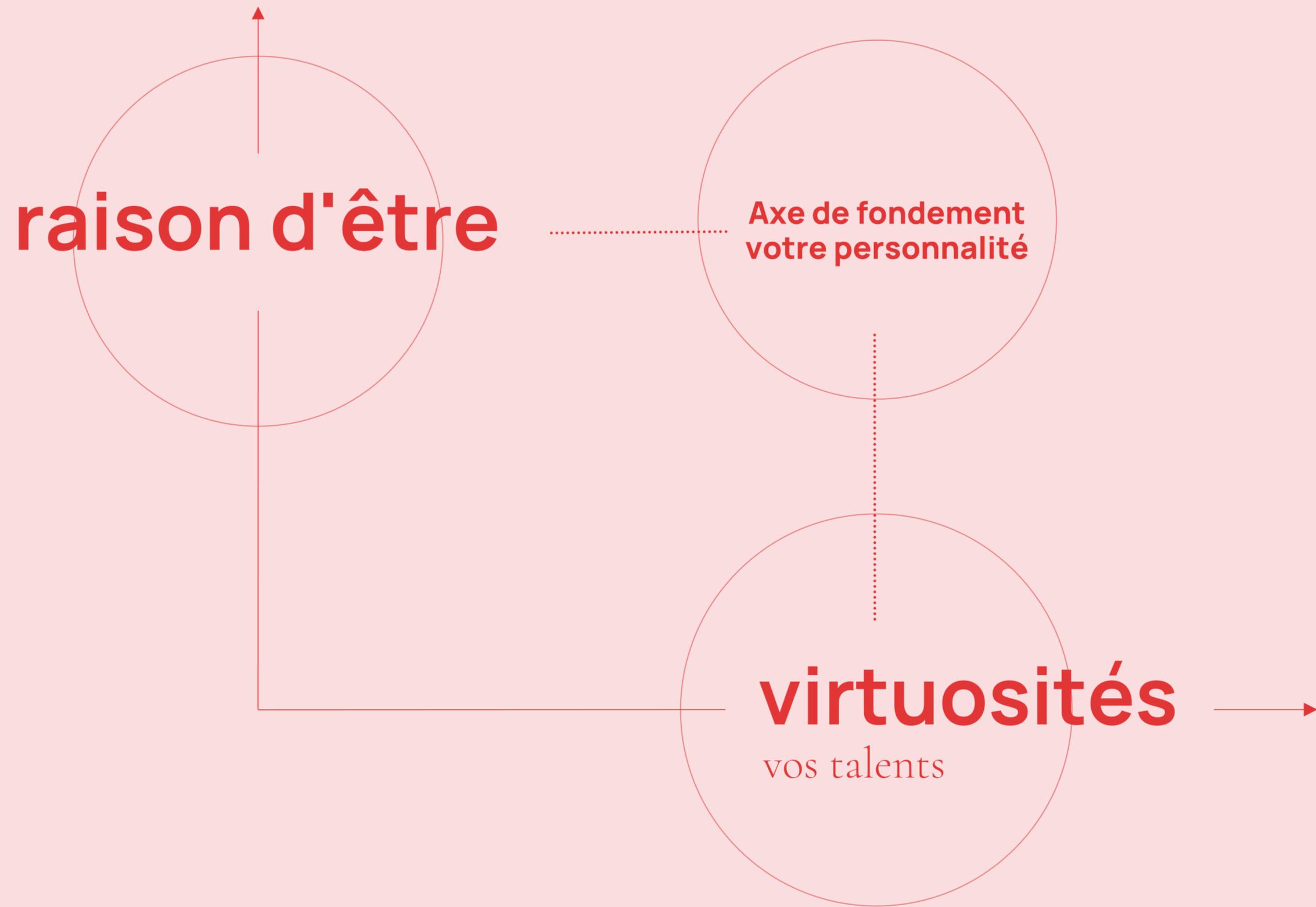
Adaptez votre contenu à votre cible.

Mettez en avant « l'avantage direct » bénéficiaires.

Humanisez votre communication.







être
paraître

Telle est la question

#message

Parler. *vrai.*

Inspirez confiance partout autour de vous.

Démontrez votre singularité en communiquant de façon authentique.

Évitez la dissonance.

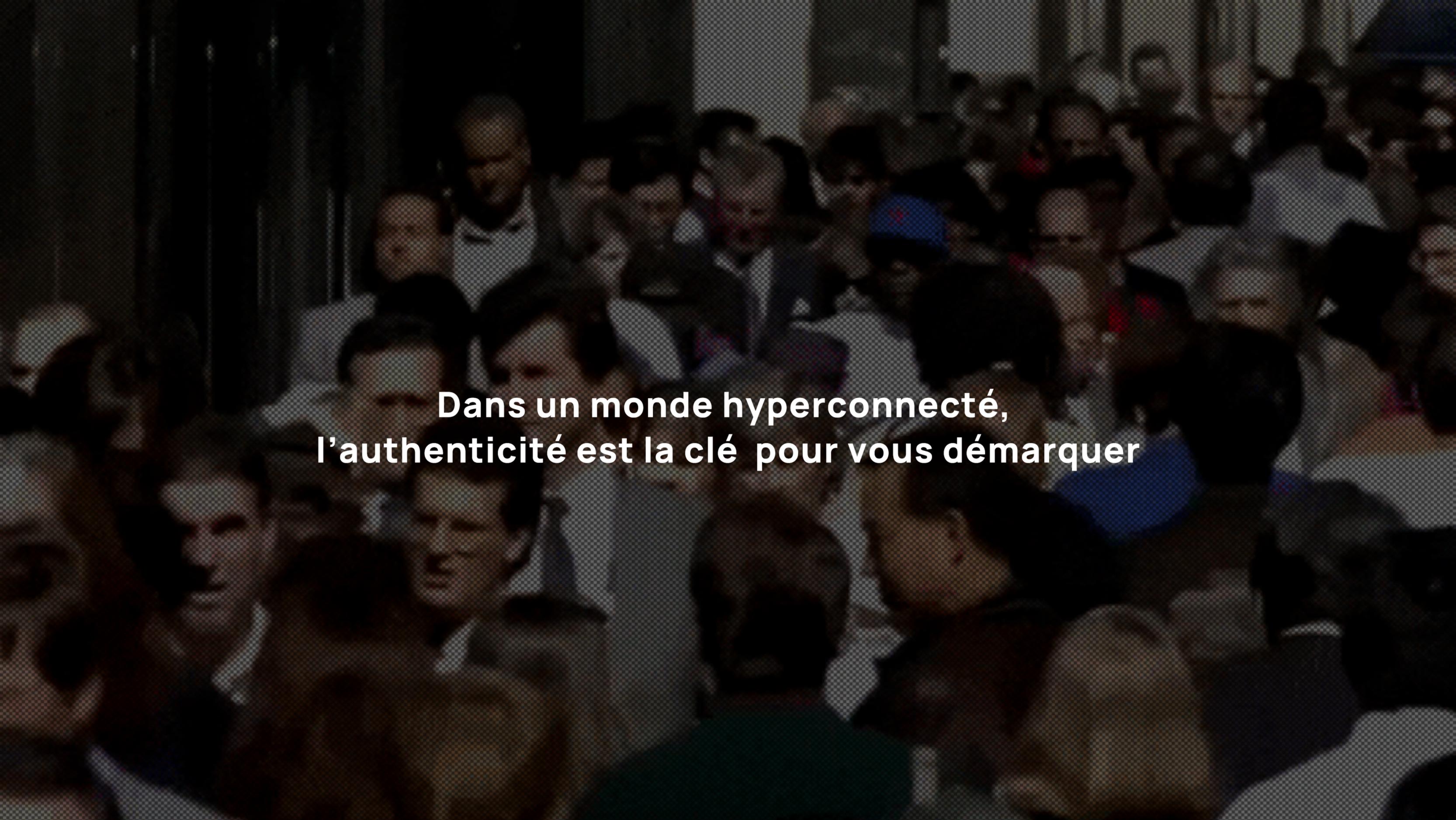
Proposez du factuel et de l'émotion.

Liège



Innovation

IRM 7 Tesla :
Un outil qui fait
avancer la recherche
scientifique

A large crowd of people is shown in a dark, dimly lit setting, possibly a concert or event. The image has a halftone texture overlay. The text is centered over the crowd.

**Dans un monde hyperconnecté,
l'authenticité est la clé pour vous démarquer**

73,25 MÈTRES



STATUE DE LA LIBERTÉ

JAN
2023

OVERVIEW OF SOCIAL MEDIA USE

HEADLINES FOR SOCIAL MEDIA ADOPTION AND USE (NOTE: USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS)



BELGIUM

NUMBER OF SOCIAL
MEDIA USERS



9.44
MILLION

SOCIAL MEDIA USERS
vs. TOTAL POPULATION



80.9%

SOCIAL MEDIA USERS AGE 18+
vs. TOTAL POPULATION AGE 18+



87.7%

SOCIAL MEDIA USERS
vs. TOTAL INTERNET USERS



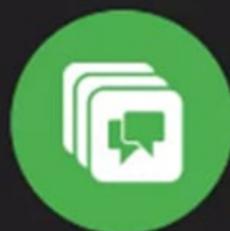
85.6%

AVERAGE TIME SPENT USING
SOCIAL MEDIA EACH DAY



1H 34M

AVERAGE NUMBER OF SOCIAL
PLATFORMS USED EACH MONTH



5.5

FEMALE SOCIAL MEDIA USERS
vs. TOTAL SOCIAL MEDIA USERS



50.8%

MALE SOCIAL MEDIA USERS
vs. TOTAL SOCIAL MEDIA USERS



49.2%

**La
plateforme
préférée des
Belges**

JAN
2023

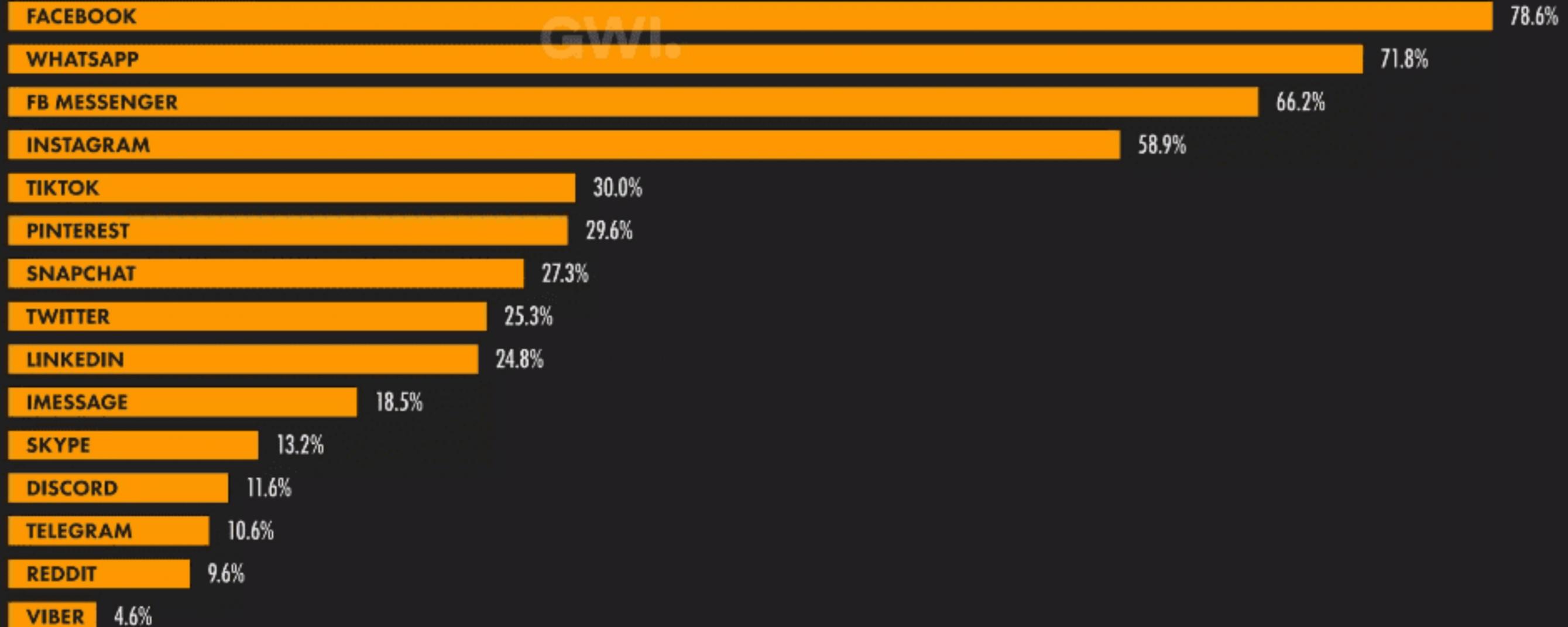
MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH

NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING



BELGIUM



Cohérence, pertinence, régularité

Importance de l'humain dans les visuels

Activation de la communauté :
invitation à commenter,
réagir aux publications



playlist, sous-titres



humain, @mentions, lieu, lien

Calendrier éditorial

Construire un calendrier éditorial vous permettra de **garder une vue globale sur les contenus publiés, à publier ainsi que sur les messages véhiculés sur vos différents réseaux sociaux.**

Important de planifier et gérer votre contenu en fonction de :

- Les journées/événements qui ont du sens par rapport à votre projet
- Vos actualités
- Laisser place à la créativité pour rebondir sur l'actualité du moment.

JANVIER 2023						
LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE
26	27	28	29	30	31	01 Jour de l'an (férié) Journée mondiale de la Paix
02	03 Rentrée scolaire (toutes zones)	04 Journée mondiale du braille	05 CES Las Vegas (jusqu'au 08/01)	06 Epiphanie	07	08 Journée internationale du bain moussant
09 Journée mondiale de la Corse	10 Journée de Tintin	11 Début des Soldes d'hiver (jusqu'au 07/02)	12 Kiss a Ginger day (journée mondiale des roux)	13 Journée mondiale sans pantalon Journée nationale de l'hypersensibilité	14 Journée mondiale de la logique	15
16 Journée de la nourriture pimentée Blue Monday	17 Journée de la cuisine italienne	18	19 Nuits de la lecture (jusqu'au 22/01) Journée internationale du Pop Corn	20	21 Journée internationale des câlins	22 Journée franco-allemande Nouvel An chinois
23 Journée des Community Managers	24 Journée internationale de l'éducation Journée Internationale du sport féminin	25	26 Festival de la BD (jusqu'au 29/01)	27 Journée internationale dédiée à la mémoire des victimes de l'Holocauste	28 Journée mondiale de la protection des données	29 Journée du Puzzle
30	31 Journée mondiale des lépreux	01	02	03	04	05

Instagram

16-24 ans

Instagram est la plateforme favorite des jeunes de 16-24 ans

évolution

Mais une cible qui se diversifie

39 % de - de 25 ans

31 % de 25-34 ans

24 % de 35-55 ans

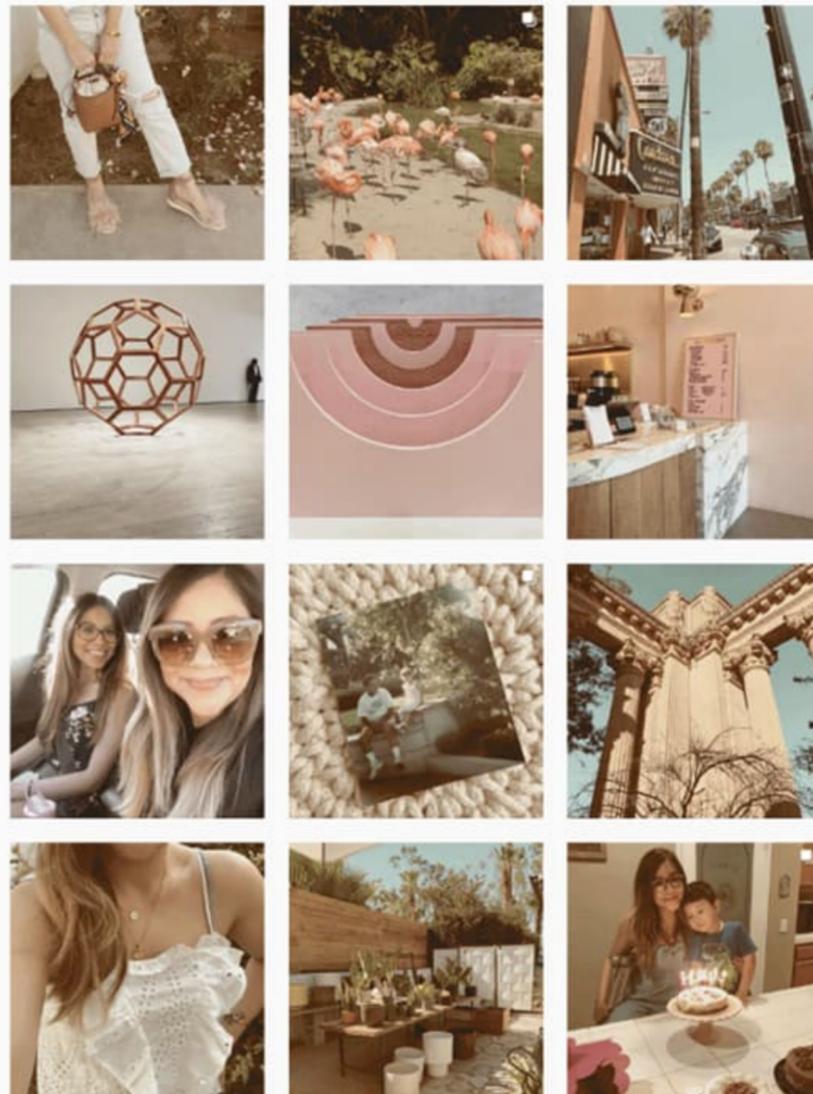
6 % de 55 ans +



Grille soignée et structurée

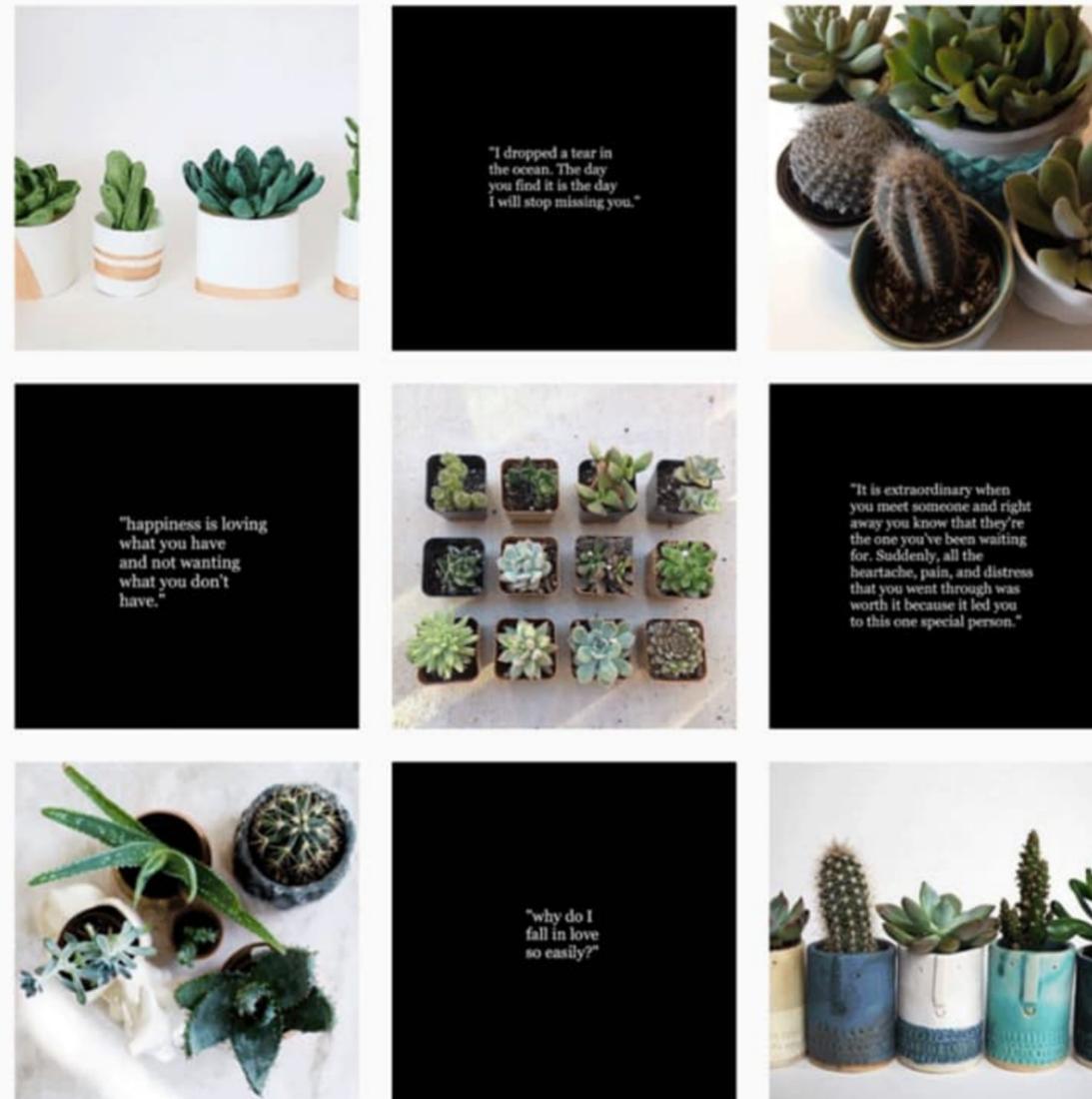
Cohérence de couleurs

Source : @mscrystalmarie_



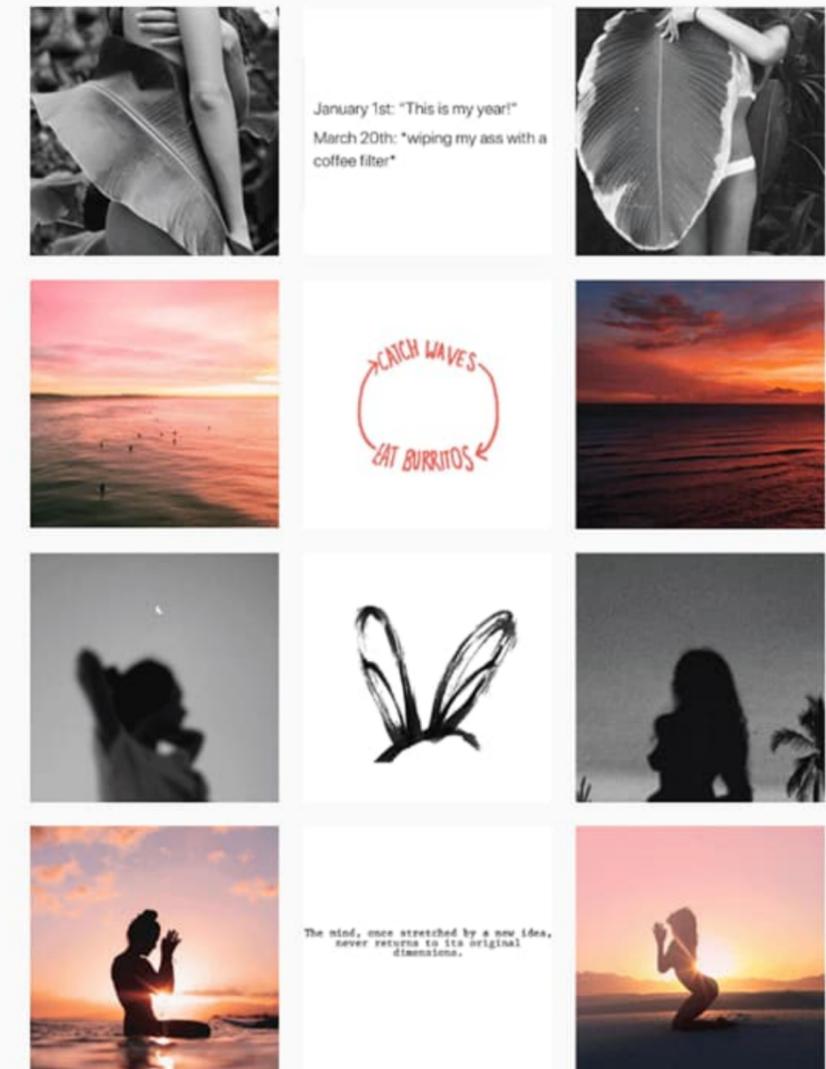
Damier

Source : @cerebralmist



Ligne du milieu

Source : @mysimplegram



Quelques tips

Tirez parti des formats et algorithmes

Feed, Stories & Réels: Instagram diversifie ses types de contenus. Il est intéressant d'en tirer profit et de les varier.

Voyez le monde en 4:5.

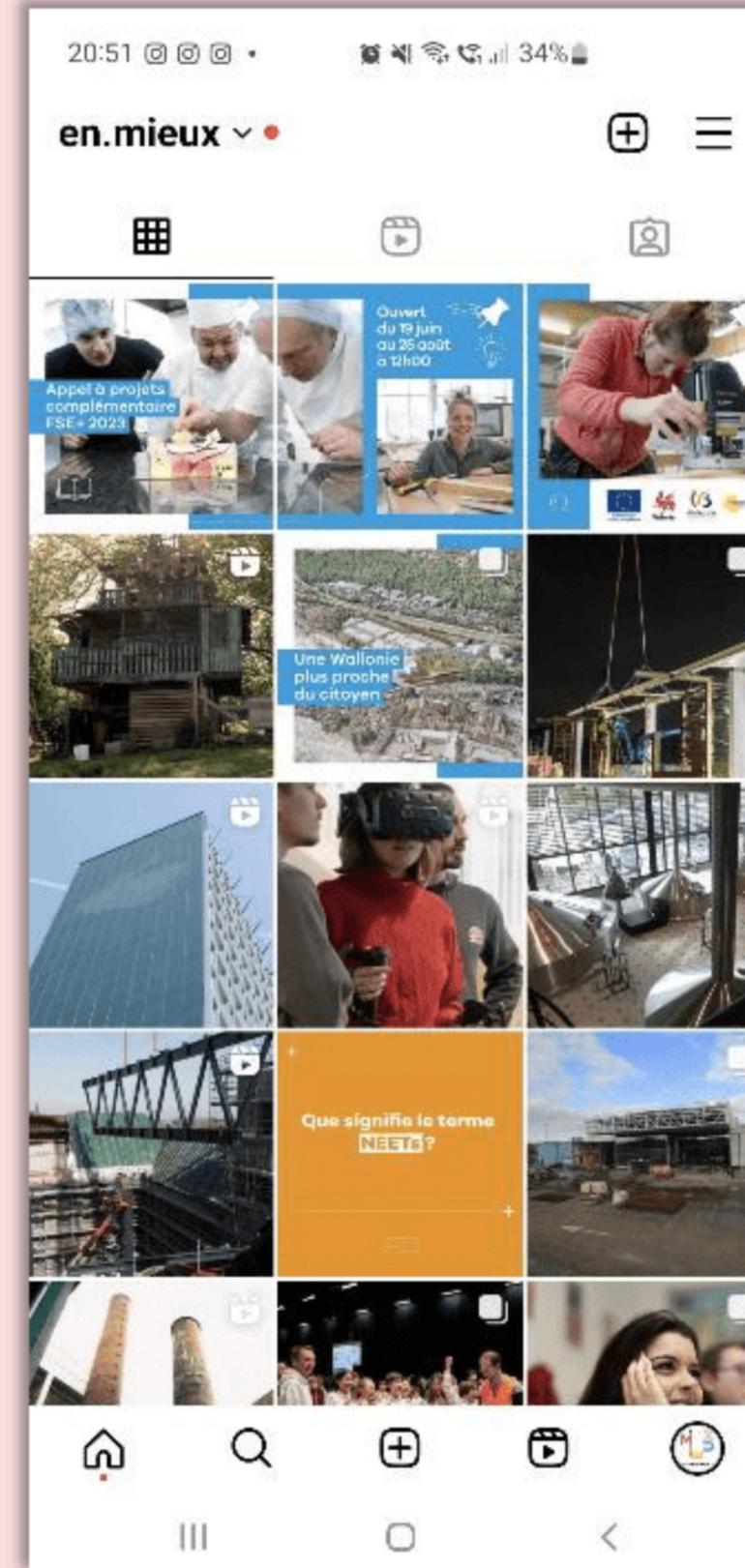
La régularité avant tout.

Quelques conseils pratiques sur les Reels :

Préférez la musique « native », propre à l'application afin d'augmenter la visibilité de vos réels (préférence de l'algorithme).

Restez à l'affût des tendances, elles évoluent rapidement.

(Re)montez votre création dans l'application, l'algorithme poussera davantage votre vidéo.





DÉFINIR LES
OBJECTIFS



CRÉER
UNE AUDIENCE



CHOISIR
LES RÉSEAUX



CRÉER LE
CONTENU



BOOSTER



ANALYSER

REPEAT

Speed of feed

1.7 secondes Mobile

2.5 secondes en desktop

la vidéo



Composition de l'image

- Bien placer l'interviewé/le sujet
- Veiller à une bonne lumière, idéalement naturelle
- Penser à faire la mise au point



Les formats



Format 9-16
Reels



Format 4-5
Meta



Format 16:9
YouTube

Les formats



Format 9-16
Reels



Format 4-5
Meta



Format 16:9
YouTube

La durée

Une vidéo courte possède un taux de rétention plus élevé

Adapter la durée selon la plateforme visée

No magic : pas de durée miracle

Indications théoriques

TikTok : 30 secondes ou moins

Instagram : 30 secondes ou moins

Snapchat : 10 secondes ou moins

YouTube : 1 > 3 minutes



Le son

Attention ça souffle !

Micro-cravate

Micro-griffe

Gain audio : decible meter / sound meter

N'oubliez pas de **sous-titrer** vos vidéos

Lisibilité

Accessibilité



L'interview

Laisser respirer l'interview : ne pas vouloir être trop rapide au risque de vous rendre le travail de montage plus compliqué. Faire l'interview en prenant votre temps vous permettra aussi de couper si nécessaire dans les paroles et petites erreurs de langage.

Poser des questions ouvertes en demandant à l'interviewé de recontextualiser la réponse.

Orienter l'interviewé au besoin : reformuler la question afin qu'il y réponde différemment.



thanks © CIBLÉ