



## Tips de communication

Vous n'êtes pas expert en communication ? Pas d'inquiétude !

Ce document vous donne quelques conseils simples pour diffuser l'information autour de votre action et toucher un maximum de participants et la valoriser auprès de vos partenaires.

Un plan de communication a été mis en place. Au niveau national plusieurs partenariats médias sont mis en place.

Au niveau régional,

- un partenariat avec ICI (spots)
- un kit communication numérique et envoi de quelques affiches
- un relai sur les médias Région Grand Est
- Un relai sur la plateforme Echosciences à partir des informations du site FDS
- Un dossier de presse global est transmis aux principaux médias régionaux
- un compte Instagram annonce et relaie l'avancée des actions

### Utiliser le kit de communication :

- utilisez les visuels fournis (affiches repiquable), bandeaux web et réseaux sociaux
- Ne modifiez pas les logos et couleurs
- Écrivez uniquement sur la partie dédiée (sur le côté gauche dans la partie blanche)
- Vos logos doivent se situer dans le bandeau blanc inférieur, en respectant l'échelle des logos déjà présents.

Un visuel officiel = une action facilement identifiable sur tout le territoire.

De votre côté, vous communiquez autour de votre action auprès des publics et de vos partenaires locaux. Ce document vous accompagne pour valoriser au mieux votre projet.



## [Auprès de qui communiquer ?](#)

### **Votre cible :**

En fonction de la cible que vous visez (âge, groupes, individuels, usagers de votre structure, passionnés par un sujet particulier), vous préférez certains formats, médias et pourrez actionner des relais ou partenaires.

### **Les relais**

Incitez vos partenaires à relayer l'information dans leurs propres réseaux.

### **Les partenaires presse :**

*La presse écrite généraliste* (Marne : Union, L'hebdo du vendredi, Aube : l'Est-Eclair, Ardennes : L'Ardennais, Le semaine des Ardennes et Haute-Marne : JHM, La voix de la Haute-Marne) ou presse professionnelle

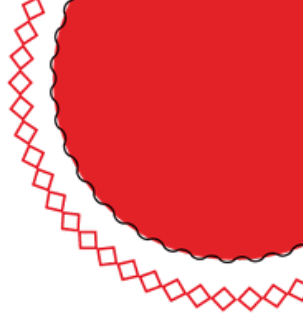
*La Radio* : NRJ Reims et Troyes, ICI Champagne-Ardenne, Champagne FM, Aube : Troyes Aube Radio, RJR, RCF, RVM, Chérie FM, Magnum, Radio Campus Troyes...

*Télévision* : Canal 32, ICI Champagne-Ardenne  
Pass Culture

## [Canaux préférentiels selon votre cible et les spécificités de votre action ?](#)

| Type de public                        | Médias à favoriser                                                                                            |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Grand public (famille)                | Facebook, Instagram, agenda des collectivités, presse locale, affichage municipal, flyers, office de tourisme |
| Enfants (primaire)                    | Écoles, enseignants, associations périscolaires, centres de loisirs, communication aux parents                |
| Collégiens et lycéens                 | Établissements scolaires, ENT, réseaux sociaux (Instagram, TikTok), CPE, documentalistes                      |
| Étudiants                             | Instagram, LinkedIn, newsletters universitaires, affichage campus, BDE, associations étudiantes               |
| Enseignants                           | Rectorat, newsletters professionnelles, LinkedIn                                                              |
| Chercheurs et personnels de recherche | LinkedIn, intranet universitaire, newsletters des laboratoires                                                |





## Quand communiquer ?

- Février mars, demandez des panneaux d'affichage Decaux (numériques) à votre mairie (grandes communes)
- Fin juin, informez la presse de collectivité (mairie, EPCI, département, région)
- 3 à 2 semaines avant : annoncer l'événement sur tous les canaux de communication.
- J-15, envoyer le communiqué de presse à vos contacts
- 1 semaine avant : rappeler la date, le lieu et la thématique de l'animation sur les réseaux sociaux et groupes Facebook locaux
- J-5, la veille et le Jour J : dernier rappel sur les réseaux sociaux
- Après l'événement : remercier les participants et partenaires

Répéter l'information est essentiel : **tout le monde ne voit pas le message la première fois ou oublie.**

## Où communiquer ?

- Affichage chez les structures que vous connaissez (maisons de quartiers, écoles, mairies, maisons de santé, commerces de proximité...)  
Dépôt de flyers/affiches dans les lieux fréquentés par votre public.  
Mieux vaut 5 lieux bien choisis que 20 flyers/affiches déposées au hasard.
- Publier sur les réseaux sociaux de la structure (Facebook, Instagram, LinkedIn)  
Un message simple avec une image attire plus l'attention qu'un long texte.  
Pensez à bien indiquer date, lieu, heure et modalités de réservation s'il y en a (QR code par exemple pour les formulaires)
- Publier sur les groupes Facebook locaux (du style sortir à Reims)
- Mettre votre action sur votre site internet
- Si vous êtes en lien avec votre mairie, pensez à lui demander de relayer via l'appli panneau pocket (plutôt petites communes).

## Que dire ?

Essayez de commencer la publication sur les réseaux sociaux avec une phrase d'accroche.

Les canaux de communication doivent répondre aux questions : Quoi ? Où ? Quand ? Pour qui ? Par qui ?

Pensez à rappeler la gratuité de votre événement 😊





## Comment ?

Voici quelques outils simples et gratuits

- Canva pour modifier les visuels et la vidéo (affiches, flyers) : <https://www.canva.com/>
- Montage vidéo simple sur Capcut : <https://www.capcut.com>
- Pour transformer le format de vos documents : I Love PDF : <https://www.ilovepdf.com/fr>
- Envoyer vos dossiers de presse en PDF

Pour la prise de photos vous devez faire signer une autorisation de droit à l'image. Pour les mineurs il faut l'autorisation signée des 2 parents (pour les mineurs).

Sans autorisation, prenez des photos où on voit pas le visage de la personne (photos de dos, vues du dessus, détails sur les mains).

## Parlez de l'événement et de votre action autour de vous :

Ne pas oublier la communication orale :

- En parler aux personnes qui se rendent dans vos structures.
- En parler à vos partenaires.
- Relayer l'info lors de vos réunions.

Le bouche-à-oreille reste l'un des moyens les plus efficaces.

## Relayer et partager :

- Partager les publications d'Accustica ou des autres porteurs.
- Identifier Accustica, la région Grand Est, la Fête la science sur les réseaux sociaux.
- Comptes insta : @Fête de la Science Grand-Est, @Région Grand Est
- Compte Facebook : @Accustica, @Région Grand Est @Fête de la Science

Utilisez le hashtag #FêteDeLaScience

Taguez les personnes qui vous semblent cohérentes et actives.

Plus l'information est partagée, plus l'événement/action gagne en visibilité.

