Charte éditoriale et animation réseaux sociaux - REAAP 05
Facebook/reaap05

Positionnement éditorial :

- **Réseau : REAAP 05**
    - expertise : informer, mettre en réseau les parents, acteurs pro et bénévoles de la parentalité des Hautes-Alpes, proposer des échanges sur cette thématique
    - avantages pour le public : ressources (actus, documentations diverses, personnes...) autour de la parentalité, accompagnement d'initiatives parentales, lieu d'échange, financement de projets de soutien à la parentalité, communication plus large..
    - pourquoi faire : dispositif institutionnel pour apporter aide et appui aux parents et pro,

- **Objectifs de communication** : s'adresser/ toucher tous les parents des Hautes-Alpes ; les sensibiliser sur certains thèmes, informer parents et acteurs sur des problématiques et sujets liées à la parentalité et des événements dans le département
    - supports de com : liste de discussion, mails, site, flyer, FB, presse, Le p'tit journal
    - événementiels ("Journées des familles", actions ponctuelles ou régulières dans les territoires), affiche, prog, FB, site

    - indicateurs : nombre de parents touchés sur événementiels, nombre de messages diffusés sur liste de discussion, publications sur site, participation aux réunions, relais dans la presse, portée et engagement sur FB…

- **Ecosystème :**
    - public : parents, partenaires institutionnels et associatifs, acteurs bénévoles et professionnels
    - persona : futurs parents et parents d'enfants de 0 à …., grands parents, et acteurs parentalité
        - niveau de langage : grand public (pour les parents), + technique (pour pro), neutre, objectif (éviter l'émotionnel, attention aux jugements d'opinion), attention ne pas s'identifier/être identifié/compte perso ou même pro, se relire, aérer, majuscule au début. Phrases courtes, avec !, [ ]... Structurer, viser clarté visuelle, accrochez l'oeil... très peu d'infos
        - besoins : s'informer, se rassurer, échanger, sur la parentalité, être accompagné, aidé, écouté…
        - Cartographie :
            - partenaires extérieurs : médias locaux et nationaux, réseaux régionaux et nationaux

Dispositif éditorial :

- Rappels des Supports du réseau 05 : liste discussion, site, page FB, Petit Journal
- **Gabarit page FB** : texte 5 lignes max (éviter “lire la suite”), visuel image ou vidéo
- **Ligne éditoriale FB :**
    - ***Objectifs, sources de publications sur*** :
        - 1 - les actions financées dans le cadre du REAAP
        - 2 - les actions collectives des autres acteurs sur parentalité (non financées)
        - 3 - l’information des sources institutionnelles sur la parentalité (organismes publics, grandes associations ou fédérations nationales)
        - 4 - l’information des sources médiatiques validées
        - 5 - l’information partagée par des pages aimées (dont ils ne sont pas la source directe)

- indicateurs de mesure : entre 1 et 5 publications par semaine et 3 max par jour, aux horaires d’affluence de la journée (7-9h ; 14h ; ap 20h)
- indicateurs de portée, sur FB : nombre de fans pour une page, portée des publications (nombre de fois vue), engagement dans publication (commenter, aimer, partager)
- Droits d’auteur, droits à l’image : respecter législation

Structurer et planifier

- vérifier les post précédents pour s’assurer qu’info n’a pas déjà été postée
- planifier : pas de publications en même temps (attention voir prog et horaires des publications en attente et des créneaux avec meilleures audiences)
- principes de mise à jour : sur gros événements (ex JdF) peut être annoncé 1 mois avant, actions ponctuelles REAAP jusqu’à 3 fois 10j-3j-la veille, actions autres parentalité 3j avant seulement ou J-1 peut suffire

S’organiser avec ses contributeurs

- cf ligne éditoriale, règles indicateurs de mesure, gabarit, droits
- infos /territoire, info ressources en fonction actus (et selon règles et objectifs déterminés)
- réponses aux commentaires : celui qui voit le commentaire répond si possible ou questionne l’émetteur(s), penser à vérifier les notifications toujours en se connectant à la page pour voir s’il y a des commentaires, si réponse a déjà été faite et si convient, solliciter le groupe si besoin pour étoffer la réponse