

Recommandations Facebook

pour les EPENC



Vice-rectorat de la Nouvelle-Calédonie – oct 2018

Destiné à vous accompagner dans le développement de votre présence sur facebook, ce guide vous donne quelques conseils pour paramétrer et administrer votre page Facebook.

LES POINTS FORTS DE FACEBOOK

Facebook permet de :

- **assurer une mission de service public** en fournissant des informations pratiques
- **porter votre parole officielle**, apporter l'information de référence au bon moment
- **promouvoir les contenus** de votre site
- **relayer les actions académiques**
- **effectuer une veille** sur des sujets liés à l'éducation au niveau local
- **interagir avec votre communauté**, apporter des réponses efficaces aux interrogations des internautes et ajuster la communication en fonction des réactions ;
- **soutenir et promouvoir** l'organisation d'événements de votre établissement (salon, journée portes ouvertes)
- **s'adresser directement** aux parents d'élèves, ainsi qu'aux élèves.

ASSURER SA PRÉSENCE SUR FACEBOOK

La présence sur Facebook suppose :

- se donner les moyens d'animer le compte
- prendre le temps d'adapter les contenus au réseau social
- se mettre en position d'échange et d'ouverture

PAGE OU PROFIL ?

Un PROFIL (ou un compte) facebook représente une personne. Il est donc associé à un nom et prénom. Les relations du profil s'appellent des amis. Toute nouvelle demande de relation d'amitié peut être acceptée ou ignorée.

Une PAGE Facebook représente une entreprise, une association, une organisation. Tout le monde peut voir le contenu de la Page. Même les internautes qui n'ont pas de compte Facebook. La Page n'a pas d'ami, mais des **abonnés**. Les relations des Pages Facebook sont des J'AIME.

Dans le cas des EPENC, il faudra donc créer une PAGE Facebook.

Pour cela, vous devez avoir au préalable un compte personnel facebook. Votre compte et la Page EPENC sont complètement séparés. Par défaut, ce que vous faites dans l'un n'apparaît aucunement dans l'autre.

Conseil : Ne soyez pas le seul admin de la PAGE

OUVERTURE D'UNE PAGE FACEBOOK

Le directeur d'établissement doit avertir le service communication du vice-rectorat (communication@ac-noumea.nc) de l'ouverture d'une page facebook en précisant le nom de la ou des personnes qui seront gestionnaires de la page.

Toute page Facebook nécessite une animation active. Dès lors que votre page n'est plus active, elle doit être supprimée (ou mise en mode « privé »).

CONSEILS POUR LA CRÉATION DE PAGE FACEBOOK

- Nommez obligatoirement votre page : « Collège de ... », « Lycée de ... » ou « ALP de ... »
- Utilisez seulement et obligatoirement le logo officiel de votre établissement pour illustrer la photo de profil. Publiez un logo qui ne sera pas tronqué (dimensions du visuel : 180 px X 180 px).
- Pour la photo de couverture, choisissez une photo de bonne qualité suffisamment grande pour ne pas apparaître étirée ou pixellisée (dimensions : 820 px X 310 px).
- Complétez l'onglet « À propos » en renseignant l'adresse, le numéro de téléphone, les horaires d'ouverture de votre établissement ainsi que l'adresse du site Internet (site internet officiel, hébergé sur le serveur du vice-rectorat)
- Rajoutez, si nécessaire, des applications à la page (et notamment une application « Charte »
- Rendez-vous sur l'onglet « Rôles d'administration » pour définir les accès d'autres profils Facebook à la page.

Attention les dimensions des visuels, logo, etc. sur Facebook changent régulièrement.

PILOTER VOTRE LIGNE EDITORIALE

- Le gestionnaire du compte Facebook doit toujours adopter un **ton institutionnel et neutre**. L'obligation de réserve « interdit de faire de sa fonction l'instrument d'une propagande quelconque ».
- Beaucoup de données partagées sur les réseaux sociaux (photos, vidéos, musiques de fond, documents etc.) sont soumises aux **droits d'auteur** (propriété intellectuelle). Il convient également de respecter les règles liées à la vie privée (droit à l'image pour les personnes mineures...). **Assurez-vous d'avoir les droits sur les images publiées.**
- Toute page Facebook nécessite une animation active, dès lors qu'elle n'est plus active, la page doit être supprimée ou mise en mode « privé ».

MODERATION

Sur Facebook, il est possible de modérer des contenus et de supprimer le post d'un autre utilisateur sur sa page (contrairement à Twitter).

- Il faut assurer un suivi des commentaires. Si vous constatez des critiques non argumentées et systématiques, des propos outranciers, voire racistes, il faut les supprimer et si nécessaire empêcher l'internaute concerné d'intervenir à l'avenir en le radiant de la liste des fans.
- Il est également possible d'utiliser la **fonction « Filtre à injures »** qui permet d'ajuster le degré du filtre. Nous vous recommandons d'utiliser le degré « Élevé ».

BIEN ÉCRIRE VOS *POSTS*

- Privilégiez l'écriture en minuscules : écrire ses *posts* en majuscules revient à « crier des informations », ce qui est jugé désagréable par les utilisateurs.
- Simplifiez la ponctuation.
- Veillez à éviter les fautes d'orthographe : si vous voulez paraître crédible, évitez-les à tout prix et surveillez votre style.
- N'hésitez pas à intégrer des émoticônes. Ils sont proposés directement par Facebook pour enrichir ou appuyer votre message.
- Soyez vigilant à faire des liens uniquement vers des contenus vérifiés (sources officielles) et accessibles gratuitement. L'internaute doit être dirigé vers une page qui ne nécessite pas d'abonnement payant (ceci est souvent le cas pour les sites de presse).
- Pensez à raccourcir vos liens avec des outils comme <http://bit.ly> ou goo.gl, etc. **Vérifiez immédiatement les liens. En cas de lien inactif, modifiez le *post*.**

LES FORMATS DES IMAGES

Les principaux formats d'image sont les suivants :

- couverture : 820 X 312 px ;
- photo de profil : 180 X 180 px ;
- visuels : 1200 X 630.

Attention, ces formats évoluent régulièrement et sont publiés chaque année sur <https://www.blogdumoderateur.com/guide-taille-images-reseaux-sociaux/>

L'ACCESSIBILITÉ : DESCRIPTION D'IMAGE POUR LES MALVOYANTS

Dans un souci d'accessibilité à l'information auprès de tous, Facebook a développé un outil permettant de rédiger une description des images que vous publiez afin que leur contenu soit accessible aux personnes malvoyantes. Cette description, qui doit être rédigée en détaillant au maximum le contenu de l'image, sera ensuite lue par un logiciel spécifique appelé lecteur d'écran — dont les personnes concernées peuvent être équipées —, afin de leur rendre compte de ce qu'illustre votre image.

Précision importante, cette description n'apparaîtra pas dans votre publication, c'est en fait une sorte de balise, similaire aux balises ALT de description d'image sur le web. Bien que peu utilisées par les particuliers, les EPENC, dans une démarche de service public, doivent inclure cet aspect dans leur communication pour répondre aux enjeux d'accessibilité à l'information de l'ensemble de la population et améliorer l'accès aux réseaux sociaux.

- Activez la rédaction de descriptions d'image.
- Ajoutez des descriptions d'image dans les *posts*.