

JOURNÉE PRO 2019

«Un Centre culturel, une équipe, des métiers»

La journée de rencontres professionnelles de tous les métiers de l'action culturelle

Mardi 29 janvier - La Marlagne - Wépion



ATELIER 6 : Communiquez via les réseaux sociaux aujourd'hui: Quelle stratégie partagée au sein de l'équipe? L'après-facebook: quels moyens pour dire quoi à qui?

Présentation de l'initiative

Les réseaux sociaux s'imposent aujourd'hui comme moyen de communication, mais pas sans nous confronter à des interrogations de toutes sortes. Cet atelier propose de faire le point sur deux problématiques spécifiques aux pratiques de communication des Centres culturels et leurs évolutions.

Dans la matinée, on abordera la question de la recherche d'une coordination et d'une cohérence entre les actions de communication au sein d'une équipe où les réseaux sociaux permettent et encouragent que plusieurs personnes communiquent de manière rapide et spontanée sur leurs « propres » projets et activités.

L'après-midi sera l'occasion de regarder aux réseaux « successeurs » à facebook et aux alternatives. Pourquoi cibler un autre réseau social? Pour quelle communication avec qui?

Animateur : Jean-Luc Manise (CESEP)

Rapporteur : Morgan Di Salvia (CC Quaregnon)

Wery Valentin (CC Beloeil)

Van Den Eynde Thierry (CC Fosses-La-Ville)

Hennebois Raphaël (CC Sivry-Rance)

Leroy Corinne (Central - La Louvière)

D'ambrosio Céline (ACC)

Stein Didier (CC Thuin)

Browet Julien (CC Pont-A-Celles)

Delbrouck Valérie (CC Engis)

Frenay Murielle (CC Jupille-Wandre)

Coulonvaux Stéphane (CC Doische)

Di Calogero Silvana (CC Gerpennes)

Evrard Christelle (CC Remicourt)

Landenne Bernard (CC Wanze)

Desmet Emeline (CC Fosses-La-Ville)

Devriendt Ludovic (CC Ittre)

Salvador Anicée (CC Huy)

Chevalier Antoine (La Concertation - Bxl)

Goor Marie (CC Chênée)

Rousseau Baptiste (CC La Venerie)

Compte-rendu de l'atelier

Première partie

Quel est l'usage actuel des réseaux sociaux ?

Exercice pratique de géolocalisation de groupe (les participants se déplacent dans la pièce pour matérialiser leurs usages des réseaux.)

S'en suit une série de questions, ainsi qu'un tour de tables de participants. Dans leur grande majorité, ils consacrent 5 heures par semaine aux réseaux sociaux, dont 30 minutes quotidienne pour Facebook. Ce réseau domine les expériences et les impressions. J_L Manise précise que l'algorithme a changé il y a 4 ans, en conséquence le tri des informations est différent et il est très compliqué de tout voir. Il faut savoir que sur la masse de fans d'une page Facebook, seuls 5 à 6% des gens voient les publications. L'impact est donc très relatif. Mais il peut être pertinent pour un usage interne, pour documenter le travail au quotidien.

JL Manise explique que deux critères permettent d'augmenter ce pourcentage :

- Acheter de l'information poussée
- Correspondre au format privilégié de FB, soit de l'info à haute potentialité de partage (buzz, effet boule de neige). Vidéo courte, Facebook live.

Le grand principe qui nourrit le clic sur les réseaux sociaux est la captologie, qui touche le cerveau reptilien. On est soumis à la tentation d'aller sans cesse vérifier si de nouvelles notifications sont apparues.

En conclusion : il faut se formater au réseau que l'on utilise. Ce qui n'est pas toujours adéquat avec l'action d'un centre culturel.

—

Deuxième partie

Comment distinguer les types de réseaux ?

Les participants en listent une douzaine: Facebook, Instagram, Twitter, Messenger, Whatsapp, YouTube, Snapchat, Skype, Pinterest, Linkein, Google+, Viber, Flicker... Ils répondent à différentes spécificités d'espaces, de catalogue, de partage, d'échange, de communauté.

Travail en groupe pour 4 questions d'usage :

- Comment la communication des réseaux sociaux est-elle organisée ?
- L'expression à titre personnelle est-elle ouverte ?
- Qu'est-ce qui fonctionne, qu'est-ce qui ne fonctionne pas ?
- Y-a-t-il de bonnes pratiques à retenir ?

En plénière, les participants relèvent les caractéristiques et spécificités des usages dans les centres culturels :

- Il y a généralement un responsable des réseaux, et parfois d'autres administrateurs.
- Les plans de communication écrits sont plutôt rares.

- Les postes sont plutôt liés à des événements du CC. La fonction événement fidélise.
- Les publications en soirée génèrent de meilleures statistiques et interactions.
- Petit à petit une charte graphique cohérente est mise en place, ainsi que des outils visuels clairs.
- Dans l'ensemble, peu de likes, mais beaucoup de partages.
- L'usage de sous-groupe ou page pour des publics spécialisés ou événements spécifiques est encore courant.
- Il faut programmer, articuler et créer des rendez-vous avec le public pour que cela fonctionne.
- On remarque que Facebook est surtout là pour le commerce.
- La question du big data et du droit à la vie privée se pose sans cesse. Question sur les valeurs que l'on défend comme centre culturel.

En conclusion : ce n'est pas la panacée. Un nouveau modèle éditorial est en marche pour la gestion des réseaux sociaux : Collaboratif, souple et participatif. Plus en adéquation avec l'action culturelle ?

—

Troisième partie

Les réseaux sociaux alternatifs ?

JL Manise informe les participants sur des tendances émergentes pour « déGoogliser » notre communication en réseau. Pour s'éloigner des GAFAs, et revendiquer une proximité avec la communauté du libre internet, plutôt que le modèle propriétaire fermé.

- Enjeu commercial larvé pour l'Europe
- Prise de conscience de la nécessité de posséder des outils libres, sur un modèle associatif, et une éthique du traitement des données.

JL Manise cite les exemples de FRAMASOFT et sa FRAMASPHÈRE, qui permet une interconnexion des réseaux, mais en toute transparence ; et de ABELI, association pour la promotion des logiciels libres.

En conclusion, la technologie bouge vite. A ce jour, les grands enjeux des réseaux sont la géolocalisation et l'usage mobile. A ce sujet, on parle de l'initiative COMMUNECTER.ORG, une carte géographique des amis, en logiciel ouvert. Grâce à cela, une animation culturelle numérique du territoire devient possible. Le témoignage de JP Trésegnie du GAL Meuse Campagne abonde en ce sens.

—

Quatrième partie

Les réseaux sociaux alternatifs ?

Un dernier exercice de groupe est proposé. Il s'agit de se positionner pour, contre ou en expert sur le sujet de la mise en réseau numérique alternative.

Voici les principaux arguments avancés par chaque groupe/
POUR

- Respect de la vie privée et protection des données
- Ethique et valeur des CC
- Gratuité véritable
- Transparence des sujets
- Pas de pollution de contenu algorithmique
- Favoriser le tissu local et l'économie locale
- Espace coopératif d'intelligence collective
- Outil d'éducation permanente

CONTRE

- Attention à la dispersion
- Quel retour si la portée est restreinte ?
- Le réseau est saturé sur Facebook, pourquoi changer ? Travail supplémentaire pour la migration
- Des formations sont nécessaires pour le personnel
- N'est-ce pas un nouveau QueFaire.be ?
- Comment capter l'attention ?

EXPERTS

- Analyse de données, qu'en reste-t-il niveau sécurité ?
- Mise en place qui devrait être communale ? Economie d'échelle ?
- Quelle pérenité ?
- Nouveau réseau à conquérir, enthousiasme d'un « nouveau monde »
- Outil idéal dans la philosophie des centres culturels.

—

Conclusions de l'atelier

Il faut mettre en place un plan de communication pour structurer son usage des réseaux sociaux. Des alternatives au GAFSA existent, mais elles demandent du développement. Ce développement permettra de mieux défendre une ligne éditoriale, des valeurs et des projets du centre culturel. Il y a des enjeux technologiques contemporains qui doivent nourrir nos stratégies : la géolocalisation et la géocommunication.

Notes prises par Morgan Di Salvia