



# KIT D'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

## #LausanneLaSportive

# Plan de présentation

1. Comptes du Service des sports
2. Quelques définitions
3. Promouvoir vos activités sur les réseaux sociaux
4. Communiquer avec le Service des sports
5. Quelques outils
6. Guide des visuels
7. Pour aller plus loin
8. Sites utiles
9. Contact

# 1. Comptes du Service des sports



[@Lausannelasportive](#)



[@Lausannelasportive](#)



[Lausanne La Sportive](#)



## 2. Quelques définitions

### Un post, c'est quoi?

Un post est une publication d'une ou plusieurs photos ou d'une vidéo que l'on publie sur un réseau social.

### Une story, c'est quoi?

Une story (pluriel: stories) est un post éphémère qui disparaît automatiquement au bout de 24h. À l'inverse d'une publication qui reste sur votre profil une fois publiée.

### Un tag @, c'est quoi?

Les tags de noms d'utilisateur·trice (c'est-à-dire avec un @ au début) identifient le compte d'une personne ou d'une société qui apparaît sur la photo/vidéo. Cela n'a pas la même fonction qu'un hashtag.

→ **n'hésitez pas à utiliser le tag @LausanneLaSportive dans vos publications et stories pour que l'on puisse les repartager.**



### Un Fil Facebook, c'est quoi?

Le Fil Facebook est la liste d'actualités constamment mise à jour située au milieu de votre page d'accueil.

### Un emoji, c'est quoi?

Un emoji est un terme issu du japonais pour désigner les pictogrammes/smiley utilisés sur le web. Nous les connaissons souvent sous forme de visage ronds et jaunes qui expriment diverses expressions.



### Un Hashtag #, c'est quoi?

Un hashtag (c'est-à-dire le symbole # suivi d'un mot-clé ex. #sport) permet aux autres internautes d'accéder au contenu qui contient ledit mot-clé, sans nécessairement être «ami-e» ou «follower» de la personne qui en fait usage.

→ **n'hésitez pas à insérer dans vos publications le hashtag #LausanneLaSportive.**

### Un Feed Instagram, c'est quoi?

Un Feed Instagram, parfois appelé flux, grille ou galerie de photos, désigne l'enchaînement de photos publiées sur votre compte Instagram.

## 2. Quelques définitions

### Un Linktr.ee, c'est quoi?

Un Linktr.ee est un outil qui permet de créer une page internet simple qui héberge plusieurs liens et vous permet de regrouper tous les liens utiles pour votre communauté ex. votre site internet, le formulaire d'inscription à votre club, votre page youtube etc.

### Un Reel, c'est quoi?

Un Reel désigne un format spécifique de vidéo courte et divertissante (de 3 à 30 secondes), qui s'affiche en plein écran (9:16), avec de la musique et parfois des effets.



### Le cross-posting, c'est quoi?

Le cross-posting c'est le fait de partager le même contenu sur plusieurs réseaux sociaux ou comptes en même temps. On parle aussi de collaboration ou de publication croisée.

### Les stories à la une, c'est quoi?

Les stories à la une sur Instagram sont une fonctionnalité qui permet de conserver et de mettre en avant vos stories au-delà de leur durée de vie standard de 24h.

Placées de manière permanente en haut du profil, elles offrent à votre communauté **un accès continu à vos contenus les plus importants ou préférés**. Elles peuvent être regroupées dans des albums thématiques, que vous pouvez personnaliser avec des titres et des couvertures spécifiques.



### 3. Promouvoir vos activités sur les réseaux sociaux



#### Pourquoi est-ce utile pour votre club?

**C'est un moyen direct de promouvoir votre club et de mettre en lumière vos activités et de communiquer avec vos membres. Cela vous permet notamment de:**

- Présenter la vie de votre association et promouvoir vos activités ou vos événements
- Communiquer à l'externe de votre club et à plus large échelle → toucher un public plus large peut permettre d'attirer l'attention de nouveaux membres
- Rester en contact avec vos membres, souvent les plus jeunes, qui sont très dynamiques sur les réseaux sociaux → un moyen de renforcer le sentiment d'appartenance à votre club
- Renforcer la visibilité et la notoriété de votre club → utile pour attirer des sponsors et partenaires

# 3. Promouvoir vos activités sur les réseaux sociaux



## Quel contenu partager sur vos réseaux sociaux?

- Les activités de votre club/association (entraînements, compétitions, camps d'entraînement, repas de soutien, portes-ouvertes, activités sociales etc.)
- Les résultats de vos athlètes ou de vos équipes
- Les manifestations à venir
- Les coulisses du club: séances d'entraînements et préparations, lieux de pratique, témoignages
- Le comité, les monitrices et moniteurs, les athlètes et les bénévoles
- Les sponsors et partenaires de votre club: mise en avant et remerciements
- Des anecdotes et histoires inspirantes
- Des contenus éducatifs: conseils sportifs, astuces d'entraînement, préventions des blessures, les bons plans, etc.
- Appels à nouveaux membres
- Contenus divertissants et engageants: concours, quizz, défis sportifs, etc.

## 4. Communiquer avec le Service des sports



**Pourquoi est-ce utile pour votre club?**

**Cela nous permet d'être au courant des activités et résultats de votre club**

- *LausanneLaSportive* est une vitrine du sport lausannois
- La communauté qui suit *LausanneLaSportive* n'est pas la même que celle de votre club, cela permet de communiquer auprès d'un autre public
- *LausanneLaSportive* est un compte officiel de l'administration publique, cela permet d'être éventuellement repartagé par des comptes et médias plus influents tels que [Ville de Lausanne](#), [The Lausanner](#) (Lausanne Tourisme), [The Lausanne Guide](#), etc.

## 4. Communiquer avec le Service des sports



### Quel contenu le Service des sports peut repartager?

- **Promouvoir votre club et les résultats sportifs réalisés** (ex. un club qui reçoit une distinction, athlètes classé-e-s dans un top 5 sur un événement international, performances extraordinaires, qualifications aux JO, etc.)
- **Les offres d'activités sportives gratuites ou à bas coût** (ex. journée portes ouvertes, initiations, nouvelles offres de sport loisir, etc.)
- **Les rendez-vous sportifs** (manifestations sportives de masse ou de sport spectacle niveau national ou international) auxquels la Ville est associée et qui se déroulent sur le territoire lausannois (ex. Athletissima, Marathon de Lausanne, 24 Heures de Natation, Championnats suisses etc.)



## 4. Communiquer avec le Service des sports



### Comment nous atteindre?

- Identifier *LausanneLaSportive* sur les réseaux sociaux sur vos posts et stories
  - À l'aide du tag @
  - À l'aide du hashtag #
- Ecrire un message privé sur les réseaux
- Transmettre votre communiqué de presse par email
- Envoyer un email à [sports@lausanne.ch](mailto:sports@lausanne.ch)



La politique de communication de la Ville de Lausanne ne nous permet pas de poster des photos de personnes mineures sur les réseaux sociaux si celles-ci sont reconnaissables.

## 5. Quelques outils



### Pour les publications

#### Emojis en ligne

- Si vous postez depuis un ordinateur, certains sites gratuits permettent de chercher et copier facilement des emojis, par exemple <https://www.emojicopy.com/> ou <https://emojipedia.org/>.

#### Variation de polices

- Certains sites gratuits permettent de modifier la police de vos textes, par exemple <https://yaytext.com/fr/>. À utiliser toutefois avec parcimonie pour garder une bonne lisibilité.

#### Canva

- L'application «Canva» ([Android](#) / [Apple](#)) et le site Canva, tous deux gratuits, offrent de nombreuses fonctionnalités pour améliorer le graphisme de vos publications et stories. Elles peuvent ensuite être importées et publiées sur vos réseaux sociaux.

## 5. Quelques outils



### Pour les stories

#### Marche à suivre

- Une FAQ sur les stories est disponible sur le [centre d'aide d'Instagram](#).

#### Astuces

- [Ce blog](#) donne quelques astuces utiles pour publier des stories plus travaillées directement depuis Instagram.

#### Canva

- L'application «Canva» ([Android](#) / [Apple](#)) et le site Canva, tous deux gratuits, offrent de nombreuses fonctionnalités pour améliorer le graphisme de vos publications et stories. Elles peuvent ensuite être importées et publiées sur vos réseaux sociaux.

## 5. Quelques outils



### Communication inclusive

- «Bonne compétition aux sportifs du club!» Oups, reformulons: «Bonne compétition aux athlètes du club!». La rédaction inclusive et non-genrée cherche à réduire la discrimination dans les écrits et vise une représentation égale de toutes les personnes. La Ville de Lausanne s'engage pour l'égalité entre les femmes et les hommes et encourage à utiliser une rédaction inclusive pour une reconnaissance des différentes orientations sexuelles et affectives, des identités de genre, et des familles arc-en-ciel.

#### Guides pour la communication inclusive

- La Ville de Lausanne met à disposition [plusieurs guides pratiques](#) pour aider à communiquer à l'écrit et visuellement de manière inclusive, ainsi qu'à organiser des événements dénués de biais de genre.

- Environ 85% des vidéos sont visionnées sans son sur les réseaux sociaux. Ainsi, il convient de sous-titrer vos vidéos dès que possible. De plus, les sous-titres permettent également de rendre votre contenu vidéo accessible au plus grand nombre. Les personnes sourdes et malentendantes notamment peuvent ainsi se référer aux sous-titres pour mieux comprendre le sens des images.

#### Sous-titrer une vidéo

- [YouTube Studio](#) offre une fonctionnalité qui permet de générer automatiquement et gratuitement les sous-titres d'une vidéo. Attention, une vérification des sous-titres avant publication reste toutefois nécessaire.
- La plateforme gratuite [CapCut](#) peut aussi vous aider à éditer et sous-titrer vos vidéos.



Vous souhaitez en apprendre davantage sur la rédaction inclusive? Vous trouverez [ICI](#) une vidéo explicative réalisée par le professeur Pascal Gygax.

## 5. Quelques outils



### Statistiques

- Les statistiques de vos comptes réseaux sociaux vous permettent d'en apprendre davantage sur votre audience, le contenu qui génère le plus d'intérêt, le nombre de visites sur votre page, la portée de vos stories et publications etc.

Facebook

- [Centre d'aide Facebook](#) pour les statistiques

Instagram

- [Centre d'aide Instagram](#) pour les statistiques

## 5. Quelques outils



### Calendrier éditorial et programmation

- Un calendrier éditorial est un outil de pilotage qui sert à planifier et anticiper le contenu à créer/produire et programmer pour une période donnée. Cela peut vous permettre de structurer votre communication et maximiser l'impact des messages auprès de votre communauté.
- Programmer vos publications peut être pratique pour gérer son temps efficacement, maintenir une présence constante en ligne, gérer les activités de communication de manière plus efficace, et préparer/anticiper la promotion d'événements ou d'annonces importantes.

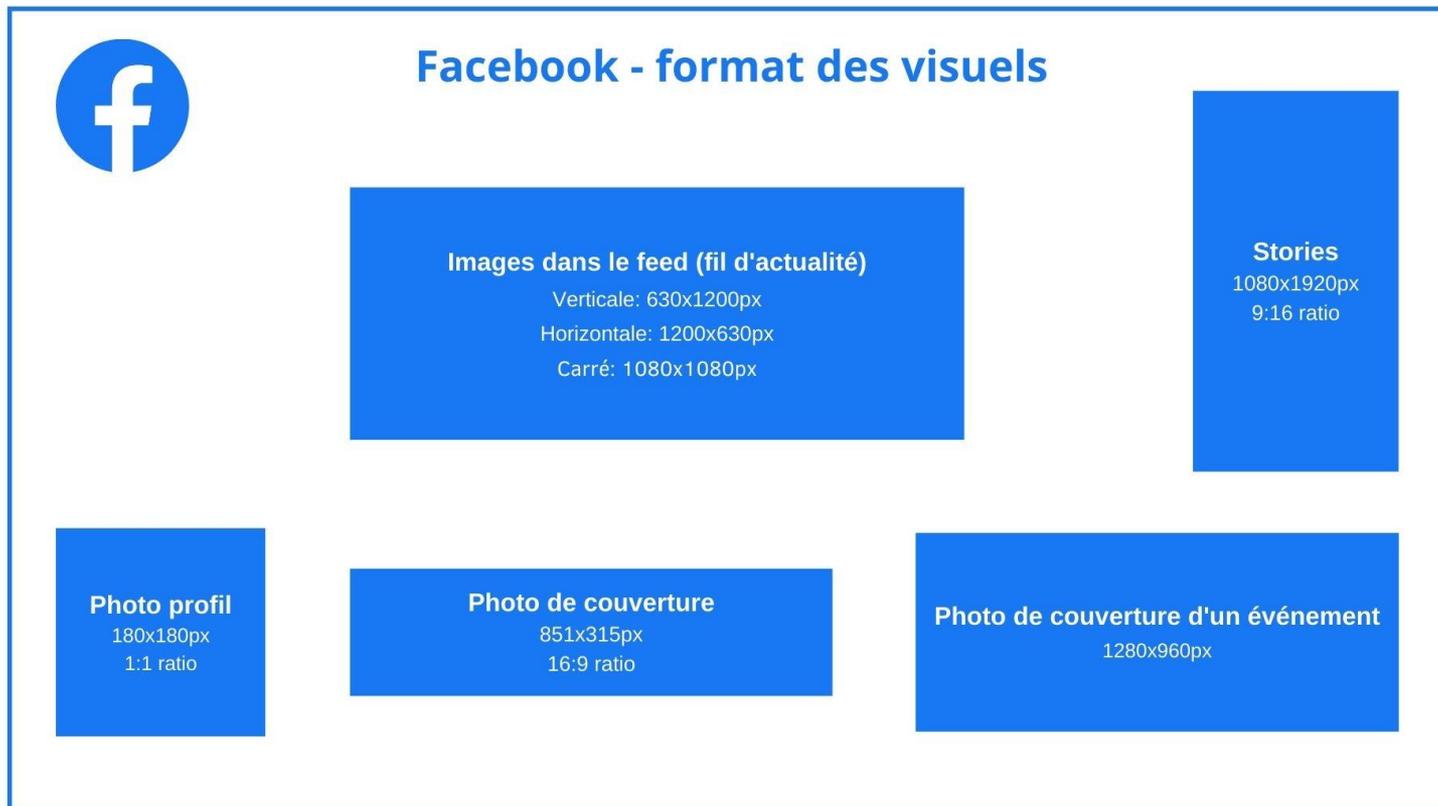
#### Calendrier

- Le logiciel gratuit [Notion](#) peut vous aider à organiser votre communication.

#### Programmer

- La plateforme gratuite [Meta Business Suite](#) peut vous permettre de gérer votre communication sur Instagram et Facebook notamment en programmant vos publications.

## 6. Guide des visuels - Facebook



## 6. Guide des visuels - Facebook



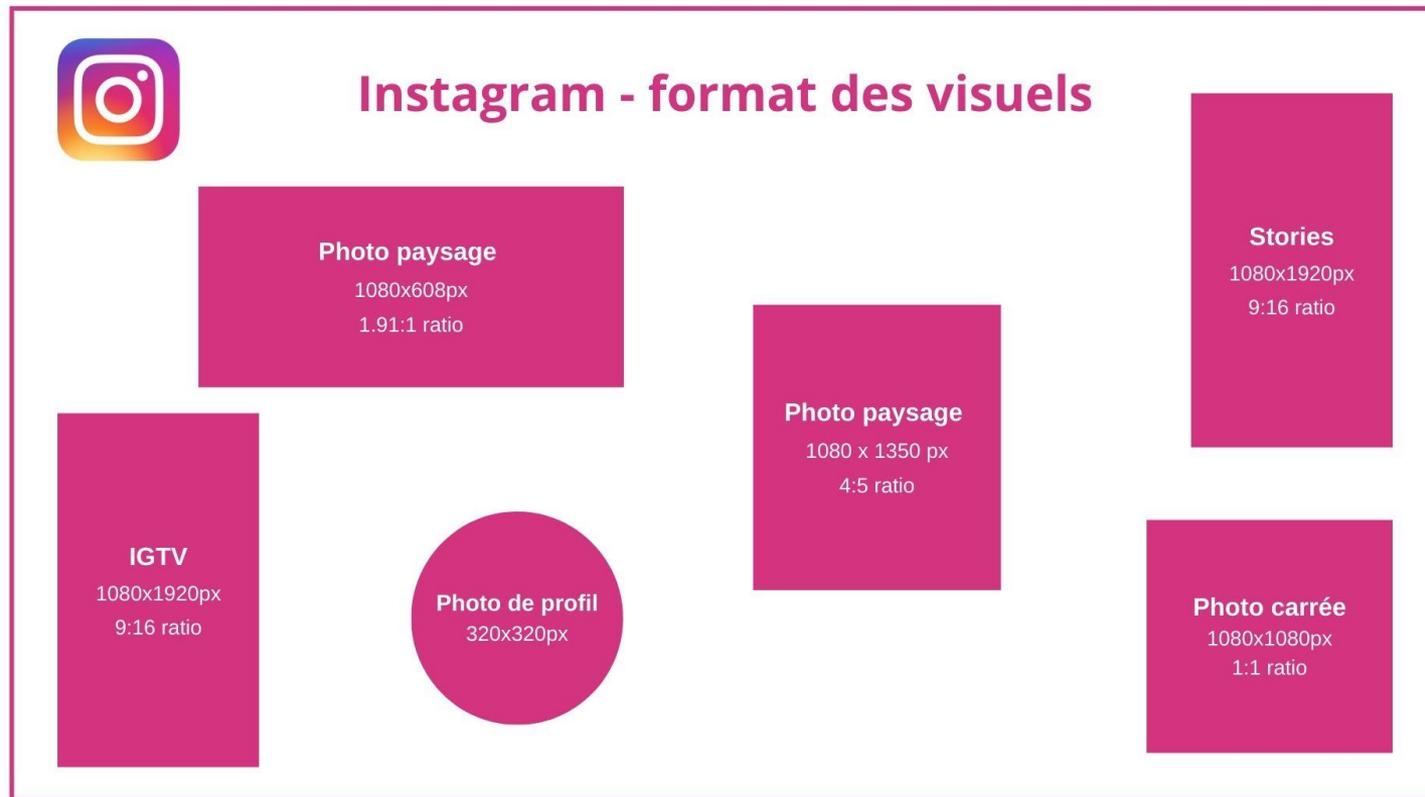
### Facebook - format des vidéos

Types de vidéos		Dimensions et durée
<b>Fil</b>	Les posts vidéos dans le fil d'actualité sont les vidéos les plus courantes et les plus partageables sur Facebook. Ces vidéos sont vues par les personnes qui vous suivent, et peuvent être à la fois au format paysage et vertical.	1280x720px (paysage) - 16:9 ratio 720x1280px (verticale) - 9:16 ratio Durée 4h max
<b>360°</b>	La vidéo 360° permet d'offrir à vos abonné-e-s une vue à 360 degrés d'une scène. Ce format interactif permet à l'utilisateur-trice de vivre un moment immersif et ludique.	5120x2560px (monoscopique) 5120x5120 (stéréoscopique) Durée 30minutes max



La grande majorité des vidéos sur les réseaux sociaux sont visionnées sans le son. Il convient ainsi d'ajouter des sous-titres le plus souvent possible, lors d'interviews notamment.

## 6. Guide des visuels - Instagram



## 6. Guide des visuels - Instagram



### Instagram - format des vidéos

	Types de vidéos	Dimensions et durée
<b>Feed</b>	Les vidéos dans le Feed sont publiées directement sur votre profil et apparaissent dans le flux d'activité de vos abonné.e.s.	2052x1080 (paysage) 1080x1080 (carrée) 864x1080 (verticale) Durée 2 minutes max
<b>Reel</b>	Le Reel est le format vidéo le plus créatif d'Instagram. Les clips durent maximum 30 secondes et vous pouvez ajouter du son, des effets et d'autres éléments créatifs.	1080x1920 Durée 30secondes max
<b>IGTV</b>	La vidéo IGTV (ou Instagram TV) n'est pas éphémère comme la Story et permet de proposer un contenu très long.	1080x1920 Durée 1h max



La grande majorité des vidéos sur les réseaux sociaux sont visionnées sans le son. Il convient ainsi d'ajouter des sous-titres le plus souvent possible, lors d'interviews notamment.

## 7. Pour aller plus loin



**Ce document se concentre sur les réseaux sociaux *Instagram* et *Facebook* car ce sont sur ces canaux que le Service des sports communique. Toutefois, il existe d'autres réseaux qui peuvent être utiles pour votre association sportive, par exemple:**

- **LinkedIn**: LinkedIn est une **plateforme professionnelle** où vous pouvez accroître la visibilité et la notoriété de votre club. Cela peut vous permettre de mettre en avant la dimension professionnelle de votre club par exemple la formation, le recrutement, des labels obtenus ou des partenariats réalisés etc. Cela peut également permettre aux membres du comité, monitrices et moniteurs de mentionner qu'elles et ils s'engagent au sein de votre club et créer une communauté de personnes professionnelles.
- **X (anciennement Twitter)**: X est un réseaux social qui permet de poster de courts messages en temps réel. Cela peut vous permettre de communiquer rapidement sur des résultats ou des performances d'athlètes/équipes, d'interagir avec vos fans et d'entretenir une image de marque.
- **TikTok**: TikTok est une plateforme qui permet de publier de courtes vidéos. Ce réseau est principalement utilisé par un public jeune et peut vous permettre de dynamiser votre image en créant du contenu engageant et de créer une communauté jeune autour de votre club. Cela peut aussi être l'occasion de proposer à vos athlètes de créer du contenu pour votre club.

## 7. Pour aller plus loin



Ce document se concentre sur les réseaux sociaux *Instagram* et *Facebook* car ce sont sur ces canaux que le Service des sports communique. Toutefois, il existe d'autres réseaux qui peuvent être utiles pour votre association sportive, par exemple:

- **WhatsApp**: WhatsApp est une application de messagerie instantanée qui peut vous permettre d'envoyer des messages texte, des images, des vidéos, des fichiers audio etc. Cela peut également vous permettre de créer une communauté de votre club. Cette fonctionnalité permet de regrouper plusieurs groupes de discussion sous une seule entité, appelée communauté. Cela facilite la gestion et la communication dans des structures plus larges qui nécessitent des sous-groupes spécialisés, tout en maintenant une connexion globale. [En savoir plus sur la fonctionnalité de communauté](#)
- **WhatsApp Business**: WhatsApp Business offre plusieurs avantages spécifiques pour les entreprises et organisations comme les clubs sportifs ou les associations. Cela vous permet de créer un profil professionnel qui inclut des informations clés comme l'adresse de l'entreprise, les horaires d'ouverture, le site web etc. Cela vous permet aussi de mettre une messagerie automatique permettant de ne pas être submergé-e par les messages des membres et de faciliter la gestion de votre communication. [En savoir plus sur WhatsApp Business](#)
- **Google Business**: Google Business est une plateforme gratuite qui permet la gestion des fiches d'établissement/club/entreprise dans les recherches locales Google et Google Maps. Les profils Google Business renseignent sur l'activité de l'entreprise, sa localisation et ses horaires d'ouverture. Cela peut permettre à un club de rendre ses informations pratiques facilement accessibles, d'accroître sa notoriété locale, et d'attirer de nouveaux membres. Cela améliore également l'engagement avec la communauté tout en renforçant la crédibilité du club.

## 8. Sites utiles



[Portail du Service des sports](#)

[Outils en ligne pour redimensionner  
vos photos](#)

[Agenda des manifestations  
sportives lausannoises](#)

[Recueil de rédaction non-générée](#)

[Portail du Service des sports du  
Canton de Vaud](#)

[Linktr.ee du Service des sports](#)

## 9. Contact



Service des sports – Lausanne La Sportive



Lausanne La Sportive



[www.lausanne.ch/sports](http://www.lausanne.ch/sports) et [www.lausanne.ch/agenda](http://www.lausanne.ch/agenda)



[sports@lausanne.ch](mailto:sports@lausanne.ch)



**Elisa Marclay**

Chargée de projets & communication

[Elisa.marclay@lausanne.ch](mailto:Elisa.marclay@lausanne.ch)

021 315 49 56