

COMMUNICATION

Mars 2019 – Malette renforcement échelon départemental



CHARTRE GRAPHIQUE	2
OPERATIONS NATIONALES ET PARTENARIALES	3
RESEAUX SOCIAUX	4
Twitter	5
Facebook	6
DROIT A L'IMAGE	6

USEP

3, rue Récamier

75341 PARIS cedex 07

Tél : 01 43 58 97 90

www.usep.org

@usepnationale

Association régie par la loi du 1^{er} juillet 1901

SIRET N° 420 857 278 000 14 – Code APE 9312Z

Union Sportive de l'Enseignement du Premier Degré

Fédération sportive scolaire de

la ligue de
l'enseignement

un avenir par l'éducation populaire

CHARTRE GRAPHIQUE

La charte graphique correspond à l'ensemble des éléments qui définissent l'**identité visuelle** d'une organisation. C'est un document qui rassemble toutes les règles à suivre par les différents intervenants, qui parlent au nom de la structure représentée.

La charte graphique est instaurée pour que tous les documents émis restent fidèles aux principes graphiques, ce qui permet de maintenir une **cohérence visuelle** dans l'ensemble de la communication : logo, typographie, couleurs, slogans, etc. Il s'agit donc d'une sorte de cahier de normes à respecter, afin que la structure représentée soit toujours bien identifiée. Tous les éléments de la charte graphique sont disponibles [sur l'intranet du site](#) et régulièrement mis à jour :

- Document word portrait
- Document word paysage
- Diaporama Powerpoint
- Signature mail
- Les logos départementaux
- Les logos régionaux
- Les logos sportifs
- Les logos associatifs
- Les visuels USEP
- Les visuels du PND 2016-2020
- Habillage pour les vidéos

OPERATIONS NATIONALES ET PARTENARIALES

La charte graphique USEP nationale reste le document de référence pour la mise en forme des documents. Un paragraphe « Communication » dans le cahier des charges des opérations précise généralement l'application de la charte graphique.

Sur tout document de communication doivent figurer :

- 1- Le logo et le slogan USEP qui doivent être systématiquement mis en avant. Le logo de la Ligue de l'enseignement trouve sa place en bas de page à gauche.
- 2- Le logo de la fédération sportive partenaire, le cas échéant, au même niveau que celui de l'USEP (dans le cas d'une opération partenariale FF-USEP, le logo de la Ligue n'est pas obligatoire).
- 3- Le visuel de l'opération fourni par l'USEP nationale. Le nom de l'opération nationale doit être conservé.
- 4- Les logos des partenaires de l'opération doivent figurer en bas de page.
- 5- Les logos de nos partenaires économiques peuvent figurer en bas de page.

Le comité veillera à transmettre les éléments suivants à ses partenaires locaux et à l'USEP nationale :

- 1- Un communiqué de presse de présentation de l'opération. Un document type et personnalisable est généralement fourni aux comités par l'USEP nationale. NB : il s'agit d'un document synthétique, qui va à l'essentiel pour prendre contact avec la presse. Une partie reste libre et est à compléter par le comité avec les éléments structurants (nombres d'associations, de licenciés, de rencontres sportives, ...) et ceux liés à l'évènement locale (jour, lieux, nombre d'enfants, enseignants, adultes, spécificité de la journée...).
- 2- Une invitation pour assister à l'évènement phare de l'opération au nom du président et du comité (date(s), lieu(x), nature de l'évènement, contact du délégué...).
- 3- Une revue de presse de l'opération réalisée.
- 4- Si disponible, transmettre des supports multimédias de l'évènement (photos, vidéos...). Chaque montage intègre la charte graphique.
- 5- Inviter le réseau à inscrire leurs actions sur les sites nationaux dédiés (ex : JNSS, Semaine de la marche et du vélo à l'école, journée olympique et paralympique etc...).
- 6- Identifier si possible une marraine ou un parrain de l'opération et le mettre en avant sur tous les documents ci-dessus.

RESEAUX SOCIAUX

Des éléments fondamentaux

- 1- Créer sa ligne éditoriale, en cohérence avec la stratégie de communication nationale de l'USEP (définir un calendrier de publication, créer ses contenus...). Cf. [kits com p'tit tour](#) ou [congrès des enfants](#).
- 2- Se créer un réseau (suivre les autres comités USEP, les institutions locales : IA, DDJS, Département, Région, Préfet, ESPE, CDOS, les IA-IPR EPS souvent identifiés avec leur nom personnel, commune où se déroule l'événement, etc...).
- 3- Associer les partenaires habituels, ou ponctuels sur l'action.
- 4- Mettre en place une veille active sur @usepnationale et votre propre compte ainsi que sur #usep.

Des enjeux de communication pour l'USEP sur les réseaux sociaux

- Des messages qui servent le recrutement de nouveaux adhérents.
- Valoriser une approche engagée de la pratique du sport, qui fasse le lien avec l'apprentissage de la citoyenneté et la santé, et l'accessibilité pour tous.
- Donner des éléments de cohésion à la fédération et développer le sentiment d'appartenance des membres.

Exemples de messages à proposer (j'ai essayé de donner une cohérence dans tes exemples qui n'étaient pas du même ordre mais je ne sais pas si j'y suis arrivée...)

- L'USEP un espace d'épanouissement, une passion
 - L'engagement ça coule de source quand on aime un sport /ses élèves / ses enfants...
 - L'USEP, l'association de ceux qui transmettent leur passion sportive dans un esprit éducatif et bienveillant
 - Etre bénévole avec l'USEP c'est développer un autre rapport au monde : sens du partage, plaisir d'agir pour la société, lien intergénérationnel, relation éducative enrichie...
- Le sport scolaire, c'est bien plus que du sport
 - L'USEP propose un sport éducatif, l'USEP s'attache à partager les valeurs sportives, l'USEP permet la rencontre entre tous les enfants...
 - Organiser un évènement avec l'USEP : c'est donner aux enfants et élèves un espace d'apprentissage qui les rend heureux
 - L'utilité sociale de l'USEP, c'est valoriser les pratiques sportives ayant un impact fort d'apprentissage de la citoyenneté, à la santé, de réponse à des enjeux territoriaux, sociaux...
- L'USEP, une équipe sportive de 800 000 personnes
 - L'USEP, des évènements sportifs et associatifs fédérateurs – valorisation de la taille de leur public
 - L'USEP, une force qui répond à des enjeux nationaux (santé publique, préparation des jeux olympiques...) grâce à des milliers d'animateur-trice-s.
 - L'USEP milite pour une génération sportive : le sport dès le plus jeune âge est nécessaire à tous et toutes, il faut donc le rendre accessible à toute une génération.

TWITTER

Caractéristiques

- Réseau social d'influence
- Pas de limite de fréquence
- Contenus bref, incisifs

Cibles

- Influenceurs et institutionnels
- Grand Public
- Communauté enseignante

Définitions

Le profil : compte d'un individu ou d'une entité. Contrairement à Facebook, il n'y a pas de page ou de groupe. Cependant, les tweets sont visibles en temps réel par tous les utilisateurs.

La mention : c'est l'utilisation du caractère @ pour interpeller/nommer des comptes. L'utilisateur nommé recevra une notification de votre tweet.

Le hashtag : C'est un mot-clé précédé d'un dièse, exemple #SportScolaire. Il s'insère dans les tweets et permettra à tout intéressé par le sujet de retrouver votre tweet via le moteur de recherche interne (ne mettez pas d'espace après).

Quelques principes

- 1- Utilisez les # (2 / 3 max. pour ne pas être identifié comme spam).
- 2- Mentionnez les comptes liés à votre message dans votre tweet (avec le « @pseudo » – astuce : ciblez la visibilité de votre tweet en utilisant le « .@pseudo » pour que le tweet soit visible de vos abonnés et des abonnés du compte cité.). Ex : .@usepnationale
- 3- Taguez les comptes officiels dans vos visuels (une fois la photo ajoutée, identifiez les comptes avec le « @pseudo »). NB : ces tags ne sont pas comptés dans les 280 caractères du tweet !
- 4- 280 caractères : allez à l'essentiel, utilisez des abréviations si nécessaire.
- 5- Limitez-vous à une publication par jour maximum.
- 6- Assurez une veille régulière.

Exemple de publication

300 basketteurs réunis cette semaine à @Ivry avec l'Usep : ce sont 300 enfants qui apprennent à se dépasser et à #grandir, avec le sourire ! #basket #SportScolaire @CDOS94 @valdemarne @ivryville @DSDEN94 #OBE

On le sait depuis des années : le sport améliore la santé des enfants. C'est désormais prouvé l'activité physique à l'école et avec l'USEP améliore la #santé osseuse des élèves #EPS, #SportScolaire, #SportSanté @usepnationale @Eduscol @CNOSF

FACEBOOK

Caractéristiques

- Réseau des communautés
- Fort degré émotionnel

Cibles

- Adhérents
- Associations
- Comités

Quelques principes

- 1- Il ne faut pas créer de profil FB USEPXX mais une page USEPXX gérée par un ou plusieurs administrateurs.
- 2- Utilisez les # (2 / 3 max. pour ne pas être identifié comme spam). Ex : #USEP #Athlé #Santé
- 3- Mentionnez les pages officielles dans vos posts (avec le « @ » puis le nom de la page. Ex : @usepnationale).
- 4- Soyez visuels (photos et vidéos sont recommandées pour augmenter la portée de vos posts). NB : privilégiez des acteurs en mouvement plutôt qu'une photo de groupe inactif.
- 5- Utilisez stratégiquement votre photo de couverture (en lien avec un événement...).
- 6- Activez la messagerie de la page pour faciliter la prise de contact d'autres utilisateurs (personnalisez un message automatique de bienvenue).
- 7- « Humanisez » votre façon de communiquer (proximité – authenticité), incitez les autres utilisateurs à commenter vos posts. Ex : en fin de post, « Et vous ? vous vous rappelez de votre dernière rencontre USEP athlé? ».
- 8- Limitez-vous à une publication par jour maximum.

Exemple de publication

Quand les CM2 du Puy-en-Velay marquent leur premier but de l'année, cela donne ça (photo ou vidéo) : bravo l'équipe ! @Puy-en-Velay @CDOS42 @Region-Aura @DSDEN42

Vous avez participé à une rencontre sportive avec l'Usep ce weekend ? Envoyez-nous la photo de votre équipe et quelques lignes pour nous raconter ce que vous avez vécu ! @FCPE @usepnationale @education

DROIT A L'IMAGE ET AU SON

Les formulaires de droit à l'image adaptés à chaque âge à faire impérativement remplir en début d'année [sont disponibles sur le site Eduscol](#) et régulièrement mis à jour.