



Du bon usage d'internet et des réseaux sociaux

(août 2019)

Les outils numériques ont bouleversé les manières de construire une stratégie de communication. Devenus incontournables, ils représentent surtout une véritable opportunité pour les associations.

Quelques chiffres clés

En juillet 2019, 4,33 milliards de personnes disposent d'un accès à internet, soit 56 % de la population mondiale.

Dans le monde, parmi les réseaux sociaux les plus populaires, Facebook arrive en tête (2,375 milliards d'utilisateurs actifs), suivi par YouTube (2 milliards), WhatsApp (1,6 milliard), Instagram (1 milliard), Twitter (330 millions) et Snapchat (188 millions).

En France : Facebook compte 31 millions d'utilisateurs actifs, Instagram : 16 millions, Twitter : 5,745 millions, Snapchat : 20 millions, LinkedIn : 18 millions.

Les enjeux

Avec le numérique et les réseaux sociaux, les échanges sont devenus instantanés entre les personnes et les organisations. Les stratégies de communication se sont adaptées à ces changements, car elles ne peuvent plus considérer internet comme un simple accessoire à leurs supports traditionnels.

Pour les associations, c'est encore plus vrai puisqu'elles ont cette faculté originale de fédérer des personnes autour d'un projet commun. Les enjeux sont multiples :

- mobiliser la communauté, accroître le réseau de bénévoles et aller à la rencontre de nouvelles compétences ;
- susciter ou favoriser les dons ;
- nourrir le projet associatif par l'esprit participatif et communautaire qui anime les réseaux sociaux.

La pièce centrale : le site internet ou le blog

Il joue le rôle de support de référence de la communication de l'association.

Le site internet ou la page de blog constitue souvent le premier contact de l'internaute avec l'association. Il doit donner un aperçu rapide et clair de ses activités dès la page d'accueil. Dans le détail, il doit aussi constituer une source d'information complète sur le projet de l'association, ses réalisations, sa structuration, ses engagements, ses partenaires, ses perspectives, ses projets, ou encore son équipe.

Pourquoi est-ce important de soigner le site internet ?

Pour les personnes investies dans l'association, le site internet constitue une vitrine de leur travail et doit être à la hauteur de leurs engagements. Pour les personnes extérieures, il sera une carte de visite, une première image qui doit donner envie d'adhérer au projet associatif.

Une fois que le site est mis en place, il faut l'animer, le mettre à jour régulièrement. Verser du contenu relayé par d'autres réseaux ou reprendre les contenus des autres réseaux sur lesquels l'association est présente constitue la base. Mais il peut aussi être alimenté par des reportages, des articles de fond, des photos, des chroniques, etc. La vie de l'association peut être racontée dans des billets et/ou des newsletters.

Newsletter et réseaux sociaux, les outils de la diffusion web

Une fois que l'association a son site internet, actualisé, référencé régulièrement, cela ne suffit pas : elle doit également être visible pour toucher les publics qu'elle a choisis. Ce sont ses adhérents mais aussi tous ceux susceptibles de le devenir.

➤ La newsletter

Elle permet de fidéliser une audience. Elle reste un outil incontournable : il suffit d'une adresse mail pour s'y abonner et tout internaute en possède obligatoirement une.

Attention au RGPD !

Il est contraire à la loi d'envoyer une newsletter aux internautes qui ne se sont pas volontairement inscrits pour la recevoir. Le site peut proposer l'inscription, mais en aucun cas la newsletter ne doit être envoyée à une personne qui ne l'a pas réclamée.

➤ Les réseaux sociaux

Avant de se lancer sur un réseau, il faut l'étudier et bien le connaître car il est inutile d'ouvrir un compte et de le laisser en désuétude. Il est donc nécessaire de choisir avec soin le ou les réseaux sur lesquels l'association va se positionner.

- **Quel rôle ?** Les réseaux peuvent être un relais de l'information donnée par le site, mais peuvent aussi évoquer des sujets qui ne seront pas dans le site, en complément. L'avantage des réseaux est leur instantanéité ; ils permettent de faire réagir les internautes avec les contenus postés.
- **Quels contenus ?** Cela dépend beaucoup du projet associatif. Le contenu doit permettre de raconter une histoire, de partager des émotions, de susciter des commentaires, pour faire connaître l'association à des publics qu'elle n'aurait pas pensé toucher.
- **Quelle stratégie ?** Il n'y a pas une stratégie type pour animer une page Facebook ou un compte Twitter, chacun doit trouver la sienne, en accord avec son image et ses valeurs. Ce qui compte, c'est la présence sur les réseaux, l'échange avec les internautes et le partage. Plus le contenu sera vivant et authentique, plus il sera apprécié.

Bon à savoir

La vidéo est le format le plus consommé sur les réseaux sociaux (74 % du trafic internet en 2017). Chaque français passe, en moyenne, 20 minutes par jour à regarder des vidéos, dont plus de la moitié sont visionnées sur mobile.

Pour aller plus loin :

- Le guide pratique « [La communication des associations](#) », dont sa [partie dédiée aux réseaux sociaux \(conseils et outils à télécharger\)](#)
- Le [RGPD](#)

Juris associations pour le Crédit Mutuel