

☐☐ Caractéristiques technique des Réseaux Sociaux

La liste ci-dessous présente les Réseaux Sociaux généralement utilisés par le mouvement suivie de leurs caractéristiques techniques.

☐☐ **Notez que pour chaque réseau, il est conseillé de :**

- **Associer un visuel aux publications / posts pour une meilleure accroche** ⚓
- **Utiliser (avec parcimonie) les [emojis](#), [smileys](#) ou [émoticônes](#)** ☐☐
- **Terminer les publications par un « Appel à Action »** ☐☐

☐☐ Facebook

C'est le réseau social qui permet le partage de contenus les plus divers (texte, visuels, agenda, textes longs etc.). Au niveau de Extinction Rebellion France, ce réseau reste celui qui a la meilleure visibilité (en termes de « chiffres » / vues / partages...) auprès du grand public.

Nombre de caractères maximum dans un post : 63 206 (ça c'est précis)

- ☐☐ Images

Formats recommandés

.JPG ou .PNG (.GIF si animé)

Dimensions en pixels (px)

☐☐ Image de profil : 180x180 px (maximum)

☐☐ Image de couverture de page Facebook : 851x315 px (web) ou 570x315 px (phone)



BANNIÈRE FACEBOOK

851 X 315

TEXTE DANS LA ZONE VIOLETTE
(ENVIRON 570 X 315)

☐ Image de couverture de groupe Facebook : 820x428 px

☐ Photos dans post « Classique » : 1200 x 630 px (max), 940x788 (optimal si 1 seule photo)



POST FACEBOOK

(PAS EVENT)

1200 X 630

(RECOMMANDÉ)

MENTION «LIEN EN BIO» INUTILE

☐ Photos dans post « Carrousel » : 1080x1080 px

☐ Photos dans les « story » Facebook : 1080x1920 px

☐ Événement : 500x262 px (minimum) à 1920x1080 px (maximum)



EVENT FACEBOOK

1900 X 1005

(TAILLE MAX)

TEXTE DANS LA ZONE VIOLETTE
(1360 X 1005)

Poids du fichier

Facebook compresse automatiquement les fichiers visuels importés

• 📺 Vidéos

Formats recommandés

.MP4 ou .MOV

Ratios acceptés

16:9 (écran large) - 1 :1 (carré) - 4:5 (vertical) - 2:3 (vertical) - 9:16 (portrait complet)

Poids du fichier

4 Go maximum

Texte associé à la vidéo

Nombre de caractères dans une description de vidéo : 2 200 (910 recommandés)

Nombre de caractères dans le titre de la vidéo : 30

• Autres caractéristiques

Album photo et « playlist » vidéo 📁

Il y a possibilité de stocker / ranger vos photos d'actions ou événements dans des albums ou de trier vos vidéos par « playlist » ou liste de lecture.

Ceci permet de laisser accessibles des visuels d'événements passés auprès des personnes passant sur votre page ou groupe car les photos associées à une **publication sont «** perdues » dans le fil d'actualités, la création d'un album ou d'une playlist permettant de les retrouver plus facilement.

Lors de la création d'un album, il est proposé une option "masquer du fil d'actualité" pour ne pas forcément associer sa mise en ligne (et ses mises à jour) à une publication sur le « fil d'actualité de la page ». Ceci permet de publier par la suite l'album dans le fil d'actualité une fois que celui-ci est complet (toutes les photos + description adéquate).

Notez qu'un visuel mis en ligne sur Facebook peut librement et légalement être utilisé par Facebook (c'est dans les conditions d'utilisation), choisissez donc avec soin les visuels que vous relayez, surtout s'ils présentent des informations sensibles.

Groupe Facebook

A l'inverse de la page Facebook, le groupe Facebook n'est accessible que par les personnes inscrites sur la plateforme, voire que les membres dudit groupe si ce dernier est défini comme « fermé » (fermé des utilisateur-trice-s... pas des administrateur-trice-s de Facebook).

Là où une page Facebook ne publie que du contenu créé par les administrateur-trice-s ou éditeur-trice-s de la page, les publications d'un groupe sont créées par les membres de ce groupe. Il est quand même possible de modérer les publications via les administrateur-trice-s / modérateur-trice-s.

Agenda

Pages comme Groupes peuvent avoir un agenda où sont référencés les événements sur un calendrier.

Bien que chaque événement permette à des personnes de s'inscrire à une action, un atelier, une formation, etc., il est rare que le nombre de participant-e-s sur Facebook corresponde au nombre de personnes y assistant réellement.

Il est donc conseillé de « doubler » à un événement Facebook sur l'agenda, une inscription plus complète (via [framaform](https://framaforms.org/content/creez-et-diffusez-vos-formulaires-facilement) par exemple) pour s'assurer de la participation réelle des sympathisant-e-s (surtout dans le cas d'une action).

Les lives

Le live est un bon moyen d'interpeller et d'impliquer nos "followers" lors de nos actions. Cependant, et contrairement à ce qu'on pourrait penser, cet exercice demande un minimum de préparation :

- technique pour savoir comment utiliser l'outil,
- du sujet de fond (préparer son discours pendant le live etc.).

 Pour plus d'infos, consultez donc [l'information dédiée aux lives](#).

Diaspora

C'est un des pendants « libre » ou « non publicitaire » de Facebook. Si comme ce dernier, il permet la diffusion de contenus longs et de photos, il ne permet pas de publier des vidéos (mais des liens vers des plateformes de vidéo).

L'interface de Diaspora permet (contrairement à Facebook) de mettre en forme son texte (**gras**, *italique*, etc.).

Pour en savoir plus, consultez le tutoriel par [ici](#).

Diaspora fait partie du [Fediverse](#) soit une fédération de Réseaux Sociaux « auto-hébergés » sur plusieurs serveurs et non publicitaires ([ressource en anglais sur le sujet](#)).

La plupart des comptes Diaspora de Extinction Rebellion en France sont sur l'instance / serveur « [diaspora-fr](#) ».

Retrouvez la liste des comptes Diaspora des Groupe Locaux par [ici](#).

Instagram

Ce réseau social est particulièrement adapté à la diffusion de contenus visuels et peut facilement faire le pont (lien) avec Facebook grâce au format « story ».

Si [Instagram](#) ne permet pas d'aussi bien diffuser des formats de textes longs, il permettra de valoriser l'aspect graphique des communications, et les petits textes percutants.

L'équipe Instagram de XR France propose un [document plus complet sur le sujet de la charte graphique](#) suggérée pour ce Réseau Social.

??Instagram, pour les publications "permanentes" / carrées, **ne supporte pas les "hyperliens"** ?

Il est donc d'usage d'associer un lien "[Linktree](#)" dans la description du compte dit la "bio". Les descriptions des posts dits "permanents" pourront ainsi indiquer la mention "lien en bio".

Nombre de caractères maximum : 2200

• 🖼 Images

Formats recommandés

.JPG ou .PNG (.GIF si animé)

Tailles / Dimensions (en pixels / px)

🖼 Image de profil : 150x150 px (maximum)

📄 Post : 1080x1080 px (carré) ou 1080x1350 px (verticale) ou 1050x560 px (horizontal)



POST INSTAGRAM PERMANENT

1080 X 1080

MENTION «LIEN EN BIO»

□ Story : 750x1334 px (minimum) ou 1920x1080 px



POST INSTAGRAM STORY

1080 X 1920

PAS DE TEXTE «TROP EN BAS»

Poids du fichier

Instagram compresse automatiquement les fichiers visuels importés.

• 📺 Vidéos

Formats recommandés

.MP4 ou .MOV

Ratios acceptés

16:9 (écran large) – 1 :1 (carré) - 4:5 (vertical) - 2:3 (vertical) - 9:16 (portrait complet)

Poids du fichier

4 Go maximum

• Autres caractéristiques

Les lives 📺

Comme pour Facebook, le live est un bon moyen d'interpeller et d'impliquer nos "followers" lors des nos actions.

Cet exercice demande un minimum de préparation :

- technique pour savoir comment utiliser l'outil,
- du sujet de fond (préparer son discours pendant le live etc.).

📺 Pour plus d'infos, consultez donc [l'information dédiée aux lives](#).

? TikTok

?? À compléter

Un lien peut-être crée entre TikTok et Instagram permettant un partage des publications sur ces deux réseaux simultanément.

Twitter

Twitter privilégie les contenus textuels, s'écrivant vite et pouvant être démultipliés au cours d'une journée.

Ces derniers sont idéaux pour les suivis d'action où l'on remplit des suites de petits messages informels se répondant (ou « [thread](#) »), et où le rythme de publication doit être élevé.

S'il est possible de diffuser des visuels avec ce réseau, l'interface de diffusion la rend moins pertinente que Facebook, Diaspora et surtout Instagram (taille et nombre des images plus contraintes, pas de possibilité de faire un album, etc.).

A notez que dans le cas de Twitter, ce réseau est particulièrement suivi par les journalistes, les rédactions, les personnages politiques et autres « personnalités ». Twitter en devient donc une vitrine intéressante pour toucher un autre type de public, et pour interpeller des personnes ayant un rôle public.

Nombre de caractères maximum dans un post : 280


-  Images (4 par Tweet maximum)

Formats recommandés

.JPG ou .PNG (.GIF si animé)

Dimensions en pixels (px)

 Image de profil : 200x200 px (maximum)

 Image de couverture du profil Twitter : 1500x500 px



☐ Photos dans post « Classique » : 1054 x 512

Poids du fichier

☐ Image de profil < 100 Ko

☐ Image bannière < 10 Mo

☐ Photos en ligne < 5 Mo (pour les formats jpg ou png) et < 3 Mo pour le format gif

- ☐ Vidéos (2min20 maximum)

Formats recommandés

.MP4 ou .MOV

Ratios acceptés

Tout format avec un maximum de 1920x1200 pixels - Format 1 :1 (carré) ou 2:1 (vertical) plus adaptés

Poids du fichier

521 Mo maximum

- Autres caractéristiques

Tweet, Retweet et réponse ☐

Plusieurs types de publications avec des objectifs différents sont possibles chez Twitter :

- Le Tweet ☐ publication « native » classique avec du contenu original
- Le Retweet simple ☐ partage de publication n'étant pas comptabilisé comme une de vos publications, pouvant montrer son soutien à un propos ou une organisation amie
- Le Retweet avec commentaire (« citer le retweet ») qui est compté comme un Tweet natif mais ayant en miniature (visuel) le retweet qu'il mentionne
- La réponse à un Tweet ☐ elle n'apparaît pas dans la case « Tweet » sur votre profil et aura moins de poids par rapport à vos contenus « natifs » (il est possible de la retweeter pour lui donner plus de poids) mais elle peut servir à créer un espace de débat ou répondre à une question.

Fréquence de publication ☐

Hors cadre d'une action, laisser un peu de temps entre chaque "Tweet" et privilégiez les [Thread] pour un suivi sur un sujet précis.

#☐ Hashtags et @tags

De par sa structure, Twitter est le réseau social le plus adapté à l'utilisation des #Hashtags, pensez à voir le paragraphe sur les #Hashtags plus haut.

Côté @tag, afin de préserver le nombre de caractères de vos publications, sachez que vous pouvez « tagguer » des utilisateur-trice-s dans les photos associées à un Tweet (jusqu'à 10).

Un compte Twitter « taggué » dans un Tweet ou sur une photo sera notifié de chaque interaction avec ce Tweet ce qui peut être intéressant dans le cadre d'une interpellation.

Les lives ☐☐

Comme pour Facebook, le live est un bon moyen d'interpeller et d'impliquer nos "followers" lors des nos actions.

Cet exercice demande un minimum de préparation :

- technique pour savoir comment utiliser l'outil,
- du sujet de fond (préparer son discours pendant le live etc.)

☐☐ Pour plus d'infos, consultez donc [l'information dédiée aux lives](#).

☐ Mastodon

C'est un des pendants « libre » ou « non publicitaire » de Twitter : Mastodon est un réseau non publicitaire privilégiant les contenus textuels, s'écrivant vite et pouvant être démultipliés au cours d'une journée.

Il présente à peu près les mêmes caractéristiques que Twitter sauf qu'il possède une audience moins large (donc moins de « @tags ») et un nombre de caractères par message plus important.

On parle chez Mastodon de Pouet et de Re-Pouet (au lieu de Tweet).

Nombre de caractères maximum dans un post : 500 (ça c'est précis)

- 🖼️ Images (4 par Pouet maximum)

Formats recommandés

.JPG ou .PNG (.GIF si animé)

Dimensions en pixels (px)

🖼️ Image de profil : 120x120 px (maximum)>

🖼️ Image de couverture du profil Mastodon : 700x335 px

Poids du fichier

🖼️ Image de profil < 2 Mo

🖼️ Image bannière < 2 Mo

🖼️ Photos en ligne < 4 Mo (pour les formats jpg ou png) et < 3 Mo pour le format gif

- 🎥 Vidéos

Formats recommandé

.MP4 ou .webm

Ratios acceptés

Tout format avec un maximum de 1920x1200 pixels - Format 1 :1 (carré) ou 2:1 (vertical) plus adaptés

Poids du fichier

40 Mo maximum

? LinkedIn

?? **À compléter**

Mobilizon

Mobilizon est un réseau social non publicitaire qui permet la création d'agendas et d'événements. Cet outil sorti en 2021 est encore en développement mais un guide complet et bonifiable de cette plateforme est à retrouver [ici](#).

/ Les Réseaux Sociaux vidéos

Les plateformes vidéos en ligne peuvent également être considérées comme des Réseaux Sociaux car générant une communauté et permettant les échanges entre utilisateur-trice-s via les commentaires ou échanges par discussions instantanées / « chats » lors des « directs » / « lives ».

A ce jour, Extinction Rebellion France est sur 3 plateformes différentes :

- ? YouTube

?? de nombreux sites recommandent **70 caractères pour le titre et 5.000 pour décrire la vidéo**. Notez qu'au-delà de 50 caractères le titre ne sera pas affiché dans son entièreté lorsque la vidéo est affichée comme miniature.

? Lorsque vous ajoutez une vidéo sur la chaîne **vous devez cocher "Pas conçue pour les enfants"**.

En effet, nos vidéos sont considérées comme "tout public", et non "spécifiquement produites pour les enfants" ([explications ??](#)).

? Youtube offre la possibilité d'ajouter une **miniature personnalisée** pour votre vidéo (elle sera affichée comme vignette dans les résultats de recherche par exemple). YouTube recommande pour cette miniature ***une résolution minimum 1280x720 et un format 16:9** ([plus d'infos ??](#)).

? [Guide de publication dédié](#)

Formats recommandés : MP4, MPEG4, MOV, AVI

- ? [PeerTube](#)

? [Guide d'utilisation dédié](#)

Formats recommandés : MP4

- ?? [Twitch](#)

?? **À compléter**

☐☐ Les messageries sécurisées

Les rebelles d'Extinction Rebellion ou dans les Groupes Locaux, Groupes Affinitaires ou lors des actions peuvent être amené-e-s à utiliser des messageries sécurisées du type [Telegram](#), [Signal](#), [Wire](#) etc.

Ces messageries permettent d'envoyer des communications chiffrées : seul-e-s vous et vos correspondant-e-s sont en mesure de déchiffrer ces messages donc de les voir.

Ces messageries peuvent aussi servir de boucle de diffusion de messages et d'informations plus ou moins ouvertes et participent donc à la diffusion des messages du mouvement :

[Telegram de XR France](#)

Point de vigilance sur la sécurisation de message :

Si elles sont évidemment à privilégier pour les échanges lors d'actions (évitez les SMS), toute avancée soit elle, aucune messagerie sécurisée n'est sans faille, et n'est donc pas un rempart contre la fuite d'informations sensibles, assurez-vous donc de savoir à qui vous envoyez les messages via ces applications ☐☐

Autres types de Réseaux Sociaux

[Mattermost](#) est aussi un réseau social que vous connaissez bien (à priori) pour son usage en interne. Vous pouvez faire un tour sur [ce sujet](#) pour en voir les bonnes pratiques notamment en termes de sécurité.

Bien d'autres types de RS existent et ne sont pas encore utilisés dans le cadre du mouvement, mais cela peut être amené à évoluer ☐☐

Quelques exemples :

- [Discord](#) (« salons » d'échanges vocaux et de « chat »)

- etc.

Révision #2

Créé 13 septembre 2022 17:04:14 par tobao

Mis à jour 8 juin 2023 11:54:51 par tobao