

RETEX : quelle communication pour mes actions ?

*Benjamin Allec
Alice Perretta
Emmanuelle Fèvre
Louis Mathieu-Collin*

NEC Alpin

11 septembre 2025

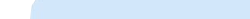


Benjamin Allec

Animateur multimédia - Planète ChampsaurValgo

benjamin@planetechampsaur.fr

Quel message, quel public, quel outil ?

 OUTIL	 OBJECTIF	 CIBLE	 AVANTAGE	 INCONVÉNIENT
Newsletter	Fidéliser		Rendez-vous simple	Régularité, risque de spam
Réseaux sociaux	Construire et/ou augmenter une communauté		Grande portée visibilité rapide	Difficile de tout contrôler
Mailing	Message ciblé plus précis		Ciblage précis	Taux d'ouverture faible
Supports	Utiliser des outils déjà existant		Toucher un public déjà engagé	Visibilité limitée
Panneau lumineux	Messages courts dynamiques et local		Attire l'œil + application	Très concis
Journaux	Gagner en crédibilité audience local		Support de confiance Bonne crédibilité	Pub = Payant Pas toujours maître
Flyers	Promouvoir évènement ou offre		Tractage ou dépôt dans des lieux cible	Conversion faible Déchets
Présence	Contact humain direct		Met un visage sur l'interlocuteur	Portée limitée Chronophage
Téléphone	Contact direct conversation individuelle		Personnalisé	Intrusif Chronophage
Chat	Service		Plusieurs conversation	Grande disponibilité



Alice Perretta

Chargée de mission animation régionale - Hub du Sud

aperretta@hubdusud.fr



Se mettre à la place de son public : partir des besoins, pas des outils

Médiateur numérique = un mix entre technique, social et pédagogie.

- Votre rôle ne se limite pas à transmettre un savoir
- Le piège : partir de ce que l'on souhaite enseigner plutôt que des besoins des usagers que l'on accompagne
- Ne parlez pas de numérique. Parlez de ce que ça permet de faire dans la vie

Mettre en valeur les RETEX : le pouvoir du storytelling

Quand on raconte une situation vécue, on **humanise la médiation numérique**. On montre que derrière chaque clic, il y a une personne, une histoire, une progression.

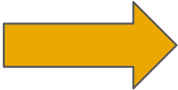
- Partager le témoignage d'un usager
- Témoigner de votre côté également pour raconter un accompagnement marquant

Plusieurs objectifs : mettre en avant votre travail auprès de partenaires, de collectivités, de financeurs, motiver d'autres usagers...

Emmanuelle Fèvre

Cheffe de projet - La Bulle Numérique

laboratoirelabulle@gmail.com



Essayer de comprendre l' écosystème > maillage partenarial

Où se rend le public?

Qui fait quoi sur mon territoire? Qui sont mes partenaires?

Prescripteurs /CCAS/ Associations de quartiers/Forums

- Mairies / services municipaux
- Médiathèques et bibliothèques
- Maisons de quartier
- Centres communaux ou intercommunaux d'action sociale (CCAS/CIAS)
- Centres sociaux associatifs
- Tiers-lieux et fablabs
- Maisons des jeunes et de la culture (MJC)
- Associations de retraités ou de seniors



Faire connaître et optimiser ses propositions de formation

Proposer des ateliers sur-mesure, adaptés aux structures et aux publics.

- Seniors
- Parents
- Jeunes

Proposer des offres alternatives, s'adapter au public

Associer le numérique à une activité non numérique

- Faire un carnet de recettes avec une activité cuisine
- Utiliser les applis sur les plantes / la météo / GPS/ étoiles avec les activités de randos
- Faire une carte postale à envoyer pendant les voyages ou pour les fêtes.

>> Le numérique c'est ludique!

https://read.bookcreator.com/60uLm0FKtUXJGRla4YNV2QbXeMz1/JHzZQn3TSYSt8u_rroB0dA

Affiches ou flyers : comment faire ?

- Connaître sa cible
- Canva (super outil à utiliser)
- Lecture (on lit un texte de gauche à droite, attention au positionnement des infos)
- Positionnement (centré oui mais pas trop, utiliser des blocs, pas justifié)
- Police (pas plus que 2, ne pas justifier à tout prix)
- Images (avec c'est mieux, picto ou photo!)
- Utiliser l'IA

<https://www.macapflag.com/blog/gardons-loeil/>
[11 points essentiels pour faire une affiche publicitaire](#)
[Réussir son affiche en 6 conseils pour créer un réel impact](#)

Ressources

Pour aller plus loin



LES NEWSLETTERS DU HUB DU SUD

Nous pouvons communiquer sur vos manifestations, événements...

- **Envoyez vos informations** à cberge@hubdusud.fr pour la partie départementale, et à aperretta@hubdusud.fr pour la partie Régionale
- Un [site internet](#) avec des agendas partagés où figurent les animations dont nous avons connaissance.



Louis Mathieu-Collin

*Chargé de mission inclusion numérique - Département des
Hautes-Alpes
louis.mathieu-collin@hautes-alpes.fr*

Ressources

[11 points essentiels pour faire une affiche publicitaire](#)

[Réussir son affiche en 6 conseils pour créer un réel impact](#)