



 **SÉMINAIRE RP - 2025**



DOSSIER ÉCRIT

Marie Alves, Billie Binet, Cloé Demory, Charlotte Durieu & Laure Leroy

Sommaire

Présentation de l'entreprise	3
Notre équipe	4
Analyse SWOT	6
Analyse de la communication existante	8
Analyse du site internet	10
Stratégie de communication digitale	13
Projets réalisés	16
Conclusion	31

L'ENTREPRISE

Environnement et Découvertes



La structure dispose de plusieurs **endroits idéaux pour partir à la découverte de la nature : jardin, espaces verts, terrier et zones naturelles proches**. Ceux-ci offrent un terrain parfait pour comprendre **l'écosystème local**.

L'équipe, composée d'animatrices formées et passionnées, accompagne les enfants dans des activités créatives, scientifiques ou d'aventure, en veillant toujours à la sécurité, au plaisir d'apprendre et à la curiosité.

Reconnue pour la qualité de son approche pédagogique et l'engagement de son équipe, l'ASBL participe activement à la valorisation du **patrimoine naturel** de la région de Mons. À travers chaque projet, elle poursuit la mission initiée par Anne : mettre la nature à portée de tous et encourager une relation durable, sensible et consciente avec l'environnement.

Située à Ciply, dans la commune de Mons, l'ASBL Environnement et Découvertes se trouve dans l'ancienne maison communale de Ciply. Fondée par Anne François, cette structure vise à **sensibiliser les enfants aux enjeux environnementaux** à travers des activités ludiques, pédagogiques et immersives.

L'ASBL propose un **large choix d'activités pédagogiques** : animations scolaires, stages durant les congés, ateliers thématiques, expositions interactives et projets autour de la biodiversité locale. Chaque activité est pensée pour être à la fois ludique, éducative et accessible, dans une démarche favorisant la découverte active, l'observation et l'expérimentation.



PRÉSENTATION

séminaire de relations publiques

Dans le cadre de notre troisième année de bachelier, nous avons eu l'occasion de vivre une deuxième semaine de séminaire professionnel, cette fois centrée sur l'approfondissement de nos **compétences en stratégie digitale**.

Après une première immersion enrichissante, cette nouvelle semaine nous a permis de poursuivre notre travail pour l'ASBL Environnement & Découvertes, en allant plus loin dans l'analyse de leurs besoins et dans la conception d'outils concrets au service de leur communication.

Nous avons pu **affiner nos réflexions, ajuster nos propositions** et **développer des solutions**, notamment en intégrant les retours reçus lors de la première phase du projet. Cette démarche nous a offert une véritable mise en situation professionnelle, où réflexion stratégique et créativité devaient s'équilibrer.

Au-delà des productions finales, cette seconde immersion nous a permis de **renforcer notre capacité à travailler en équipe**, à **gérer des délais serrés** et à **adopter une posture professionnelle**. Elle a également consolidé notre compréhension des enjeux du terrain et confirmé l'importance d'une communication adaptée, cohérente et pensée en fonction des réalités de l'entreprise.

PRÉSENTATION

de notre équipe



LAURE
LEROY



BILLIE
BINET



MARIE
ALVES DOS
SANTOS



CHARLOTTE
DURIEU



CLOÉ
DEMORY

Pentacom, c'est notre équipe de communication ! Cinq profils complémentaires réunis pour créer, valoriser et connecter. Nous mettons nos compétences en commun pour créer des messages clairs, cohérents et engageants au service de nos projets.

CHARTE

graphique



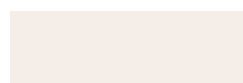
#96aa96



#02755b



#fece20



#f4ede8

Cette identité visuelle a constitué la base de l'ensemble de nos créations. Nous avons choisi des couleurs douces, cohérentes. Elles sont en lien avec l'environnement, les activités et les valeurs de l'entreprise. Nous avons également choisi d'utiliser deux polices sur l'ensemble des supports : *Montserrat & Joshico*.

Liste de vocabulaire

Call to action (CTA)	Un message qui incite l'utilisateur à réaliser une action précise, comme cliquer, s'inscrire ou acheter.
Footer	La partie inférieure d'un site web où l'on retrouve généralement des informations utiles comme les contacts, les liens légaux ou les réseaux sociaux.
Méthode SMART	Un outil de définition d'objectifs qui vise à formuler des buts Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporellement définis.
Indicateurs Clés de Performance (KPI)	Le KPI consiste à utiliser des indicateurs clés de performance pour mesurer l'efficacité d'une action, d'un projet ou d'une stratégie et évaluer l'atteinte des objectifs.
Tone of voice	C'est l'ensemble des choix de langage qui donnent une personnalité reconnaissable : • niveau de formalité • vocabulaire utilisé • rythme des phrases • émotions transmises • attitude (chaleureuse, experte, joueuse, inspirante, directe, etc.)
Taux de complétion	Indicateur mesurant le pourcentage de personnes qui regardent une vidéo jusqu'à la fin.

ANALYSE

SWOT

FORCES

- Multiples reconnaissances renforçant la crédibilité de l'ASBL (comme la SPW, la Ville de Mons, l'ONE, etc.)
 - Bonne relation avec Argyro Gyparakis (échevine de l'enseignement)
- Engagement sociétal et environnemental fort
- ASBL familiale
- Nombreuses ressources de qualité (jardin, matériels sensoriels, livres, etc.)
- Bonne réputation auprès des familles : l'association a établi un climat de confiance qui se reflète dans la fidélité des enfants, nombreux à revenir chaque année
- Ancrage territoriale et image positive
- Visibilité grâce à Facebook : l'ASBL bénéficie d'une présence en ligne avec des publications régulières, ce qui lui offre une certaine visibilité
- Facile d'accès (parking, arrêt de bus)
- Cadre sécurisant car très peu de passage aux alentours
- Tarification alignée sur les offres de stages de la région
- Organisation flexible permettant de scinder la semaine de stage (possibilité pour l'enfant d'effectuer 2,3 ou 5 jours de stage)
- Mobilité : l'ASBL peut se déplacer pour des animations dans des écoles
- Grande capacité d'adaptation aux publics, aux activités et aux besoins spécifiques
- Présence d'un comité scientifique au sein de l'ASBL

FAIBLESSES

- Manque de temps et de compétences en communication
- Communication interne limitée : Vincent et Julie n'ont pas toujours le temps de se coordonner, notamment pour la publication des posts Facebook
- Absence de présence sur Instagram
- Site internet à améliorer en raison de plusieurs incohérences
- Aucune réduction pour les stages n'est proposée pour les familles nombreuses.

OPPORTUNITÉS

- Hausse de la demande liée aux préoccupations environnementales
- Possibilité de développer des partenariats stratégiques (maisons de la culture, maisons de jeunes, centres culturels, centres nature, guichets de l'énergie, experts,...)
- Développement de la visibilité digitale

MENACES

- Concurrence importante : de nombreux organismes similaires sont actifs dans la région Mons-Borinage (L'Enfant-Phare, Jeunesses Musicales, Solea, Solidaris, etc.)
- Contexte économique difficile, marqué notamment par un manque de subsides
- Évolutions récentes du rythme scolaire
- Charge administrative lourde liée aux démarches de reconnaissance
- Contraintes législatives

ANALYSE

de la communication existante

- Une **page Facebook**, utilisée pour partager des actualités, des photos et des informations pratiques
- Un **site internet**, à améliorer en raison des certaines incohérences
- Des **supports physiques**, tels que des flyers et affiches
- Un **mailing**

Ces outils montrent la volonté de l'ASBL d'être présente tant sur le plan numérique que sur le terrain local. Toutefois, **leur cohérence et leur efficacité pourraient être renforcées afin d'améliorer sa visibilité.**

Analyse de la cohérence

Il y a un **manque de cohérence** entre les différents supports de communication (flyers, site internet, Facebook, affiches, mails). L'ASBL **n'a pas de vraie charte graphique ni de ligne directrice**. Les flyers, par exemple, n'ont pas du tout la même identité visuelle : les tailles de police changent, les couleurs aussi et les titres ne sont pas présentés de la même façon (certains sont plus petits, d'autres sont soulignés...). De plus, les couleurs du logo ne se retrouvent pas sur l'ensemble des canaux, tout comme la mention "ASBL". Nous notons également un manque de cohérence dans les adresses mail : celle figurant sur la clé USB ne correspond pas à celle affichée sur le site internet, où deux adresses différentes apparaissent selon les pages.

De manière générale, les choix de communication sont bons, mais la manière de les utiliser devrait être revue pour que tout soit plus clair et cohérent.

Analyse de la pertinence

L'ensemble des supports de communication de l'ASBL est globalement **pertinent par rapport à sa mission éducative**. La page Facebook compte plus de 3 000 abonnés et suscite de nombreuses interactions. Les stages connaissent un réel succès au vu du nombre d'enfants inscrits. En revanche, le **site internet est moins efficace**. Les informations sur les activités proposées aux enfants telles que les stages, ateliers et expositions, sont présentes mais difficiles à trouver. La navigation ne respecte pas **la règle des trois clics** ce qui réduit la pertinence du site. De plus, les flyers contiennent trop d'informations ce qui les rend désordonnés et empêche de mettre en avant l'essentiel. Il serait judicieux de les mettre en version PDF, au travers d'un bouton, plutôt que "directement" sur les pages du site.



Critique de Facebook

La page Facebook de l'ASBL présente plusieurs points positifs. **Le logo est bien visible et les informations importantes sont mises en avant**, ce qui facilite la compréhension pour les visiteurs. Les **publications sont régulières** et les photos sont de **bonne qualité**.

Cependant, certains éléments **pourraient être améliorés** :

- **Réels**, à revoir, car peu convaincants : pas de photos, pas de musique, etc.
- L'utilisation des **hashtags**, pour le bon référencement des publications
- **Mots en gras**, pour faire ressortir l'idée principale de la publication
- **Emojis**, pour dynamiser les descriptions (attention à ne pas exagérer)

Critique du logo

La place du terme "ASBL" pourrait être repensée, par exemple en le réduisant dans le carré ou en le supprimant. Les éléments naturels (feuilles et vagues) du logo sont cohérents avec leurs activités et l'ensemble reste facilement reconnaissable. En revanche, l'encadré vert fluo autour du logo n'est pas très esthétique et mériterait d'être retravaillé. En fait, quand on cherche sur internet, c'est directement cette version qui apparaît. **Plusieurs versions du logo** sont donc trouvables, ce qui **crée une incohérence** et rend difficile l'identification de la structure.



ANALYSE

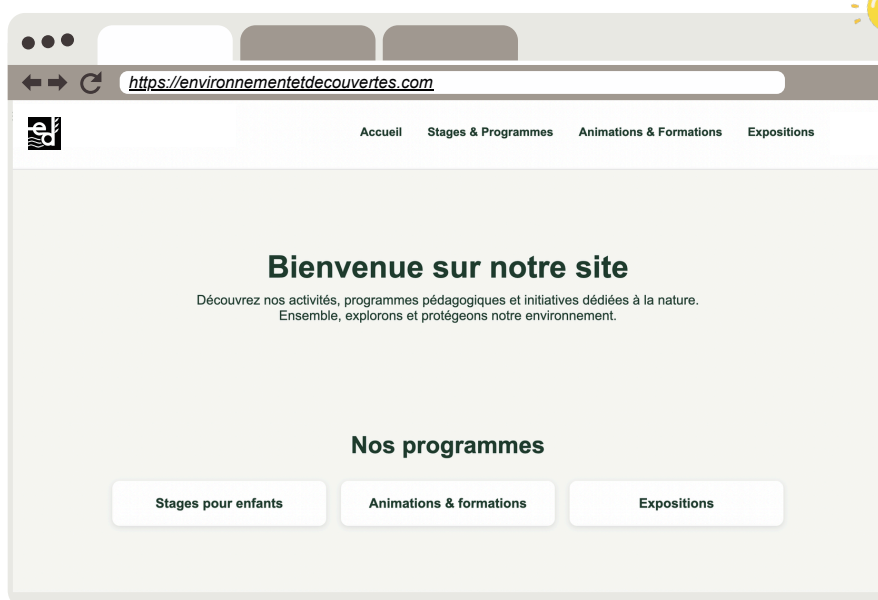
& critique du site internet

Le site présente de nombreux éléments à améliorer afin d'offrir une expérience utilisateur cohérente, professionnelle et conforme aux standards actuels du web.

L'un des premiers problèmes remarqués est sa **mauvaise configuration**. La mention « wordpress.com » est présente dans l'URL en plus du nom du site. Cela renvoie une image peu professionnelle et fragilise la crédibilité de la structure. Il est indispensable d'acheter un nom de domaine propre, afin de renforcer l'identité du projet et améliorer le référencement.

Avec WordPress, un nom de domaine coûte environ 13€ par an, la première année étant gratuite.

La navigation générale manque également de clarté. Le **menu est trop chargé**, rendant l'accès à l'**information confus** et décourageant pour l'utilisateur. De plus, **le site n'est pas responsive** ce qui signifie qu'il ne s'adapte pas correctement aux mobiles et tablettes. La barre de recherche, quant à elle, devrait être repositionnée en haut du site, là où les utilisateurs s'attendent à la trouver. Les **onglets sont mal organisés** et certains titres sont trop longs ce qui **complique la hiérarchisation de l'information**.



Un autre problème majeur se trouve dans le fait que **l'internaute ne ne saisit pas immédiatement le sujet du site**. L'absence d'une page d'accueil structurée présentant la mission, les objectifs et la structure en elle même rend la compréhension difficile. Cette confusion est marquée par un manque de hiérarchisation de l'information, une présentation peu segmentée et des textes parfois trop longs ou répétitifs, qui gagneraient à être condensés.

Sur le plan visuel, le site **manque d'une charte graphique** claire et cohérente. Le choix des couleurs semble hasardeux : le rose apparaît sans justification, le noir est très présent et ne reflète pas forcément les valeurs de la structure. De manière générale, on observe une incohérence graphique, notamment dans les polices d'écriture, les tailles de titres (certains sont soulignés, d'autres en gras, etc.) ou encore la disposition des éléments. De plus, le fond blanc omniprésent accentue la sensation de vide et manque de dynamisme.

Les problèmes de disposition sont nombreux : certains textes cliquables ne sont pas identifiables, l'**absence de call to action** (CTA) nuit à la navigation et la première image affichée lorsqu'on arrive sur le site est peu représentative et manque d'impact.



Comment bien utiliser un call to action (CTA) ?

- Le CTA doit être repérable immédiatement
- Il doit avoir une couleur contrastée afin d'attirer l'œil en un instant
- Il faut privilégier des verbes clairs : *Découvrir, Télécharger, S'inscrire, Voir plus*, etc.
- Il doit être placé juste après une information importante, au moment où l'utilisateur est convaincu
- Beaucoup de CTA sur une page brouillent le message
- Si quelqu'un comprend tout de suite où cliquer et pourquoi, le CTA est efficace

La galerie photo, bien que pertinente, mérite **une mise en page plus attrayante et mieux structurée**. De manière plus générale, **le site manque de photos et d'images** ce qui limite son attractivité et sa capacité à capter l'attention.

Certaines sections nécessitent également une **révision de fond**. La présence de partenaires sans explications manque de contextualisation et la page de contact pourrait être optimisée pour être plus complète et accessible. Le footer mérite d'être retravaillé pour y intégrer des informations utiles et structurées (coordonnées, liens importants, adresse...). On note d'ailleurs l'**absence de liens vers les réseaux sociaux**.

D'autres aspects techniques mériteraient également d'être améliorés : notamment **en supprimant ou en répondant au commentaire négatif** sur la fiche Google Business, qui est le plus récent et apparaît en premier, afin de préserver l'image en ligne de l'ASBL.

Concernant les contenus téléchargeables, il serait plus efficace de proposer des liens directs vers des documents (PDF, fiches pédagogiques, etc.), plutôt que de renvoyer vers des pages secondaires. Cela réduirait le temps de chargement et améliorerait la clarté. En revanche, on peut souligner un point positif : le **référencement est plutôt bon**, car l'ASBL apparaît dans les premiers résultats pour les recherches « stage nature Mons » ou « ASBL Nature Mons ».

STRATÉGIE

de communication digitale

			
Objectif SMART	Augmenter de 20% l'engagement en 3 mois	Augmenter de 15% le trafic vers le site/les événements en 6 mois	Atteindre 10 vidéos à +1 000 vues en 3 mois
Cible	18-35 ans	30-55 ans	15-30 ans
Besoins & attentes	Contenus inspirants, visuels, coulisses	Infos claires, actualités, événements	Vidéos courtes, authentiques, dynamiques
Audiences	Étudiants et jeunes adultes	Parents, familles et partenaires institutionnels	Jeunes, ados et jeunes parents
Meilleurs moments de publication	17h-19h + week-end matin	12h-14h ou 18h-21h	18h-22h + week-end
Message & tone of voice	Inspirant, humain, visuel	Informateur, rassurant, communautaire	Authentique, spontané, dynamique
Planification	2 posts/sem. (Reels, stories, carrousels)	2 posts/sem. (infos, photos, événements)	1-2 vidéos/sem. (coulisses, trends)
Formats	Reels, carrousels, stories interactives	Photos, vidéos courtes, événements, liens	Vidéos verticales, challenges, tendances
KPI (suivi statistique)	Taux d'engagement, portée, abonnés	Clics, interactions, portée	Vues, taux de complétion, interaction

AVANTAGES & INCONVÉNIENTS

de chaque réseau social

	Avantages	Inconvénients
	• Plateforme très visuelle : idéale pour les photos, les vidéos esthétiques, l'image de marque et la créativité • Audience jeune et engagée • Fonctions créatives nombreuses (filtres, reels, carrousels, etc.) • Excellents outils marketing et publicitaires • Ciblage performant	• Algorithme exigeant : la visibilité dépend fortement de la régularité et de la qualité • Pression sociale et esthétique forte • Moins adapté aux textes longs • Contenu parfois fort commercial • Difficile d'ajouter des liens dans les publications classiques
	• Public large et intergénérationnel • Facilité d'organisation : idéal pour créer des événements, des groupes thématiques, des concours, etc. • Plateforme polyvalente • Publicité très ciblée	• Moins attractif pour les jeunes • Moins axé sur la créativité et la spontanéité • Image vieillissante & perçue comme moins "tendance" • Algorithme complexe

	Avantages	Inconvénients
	• Très viral : l'algorithme favorise le contenu et l'engagement • Pas besoin d'abonnés pour être vu • Taux d'engagement très fort : réseau social connu pour sa capacité à "capter l'attention" et à engager les utilisateurs • Plateforme idéale pour les vidéos courtes et créatives	• Production chronophage • Durée de vie des contenus courte • Polémique sur la sécurité des données • Algorithme complexe • Contenu majoritairement divertissant (<i>snack content</i>*) • Plateforme addictive • Evolutions constantes

**Le snack content désigne des contenus très courts, simples et rapides à consommer, pensés pour capter l'attention immédiatement sur les réseaux sociaux.*

PROJETS RÉALISÉS



CRÉATION DE CINQ PUBLICATIONS FACEBOOK

Sur les traces des animaux...

Sur la neige ou dans la boue, la nature raconte des histoires !
Grâce à leurs empreintes, **les animaux nous révèlent leur passage.** 

Et si vous partiez ce week-end en famille à la recherche de leurs traces ?
Ouvrez l'œil, observez, émerveillez-vous... 

#nature #biodiversité #empreintes #animaux #Environnement

POST

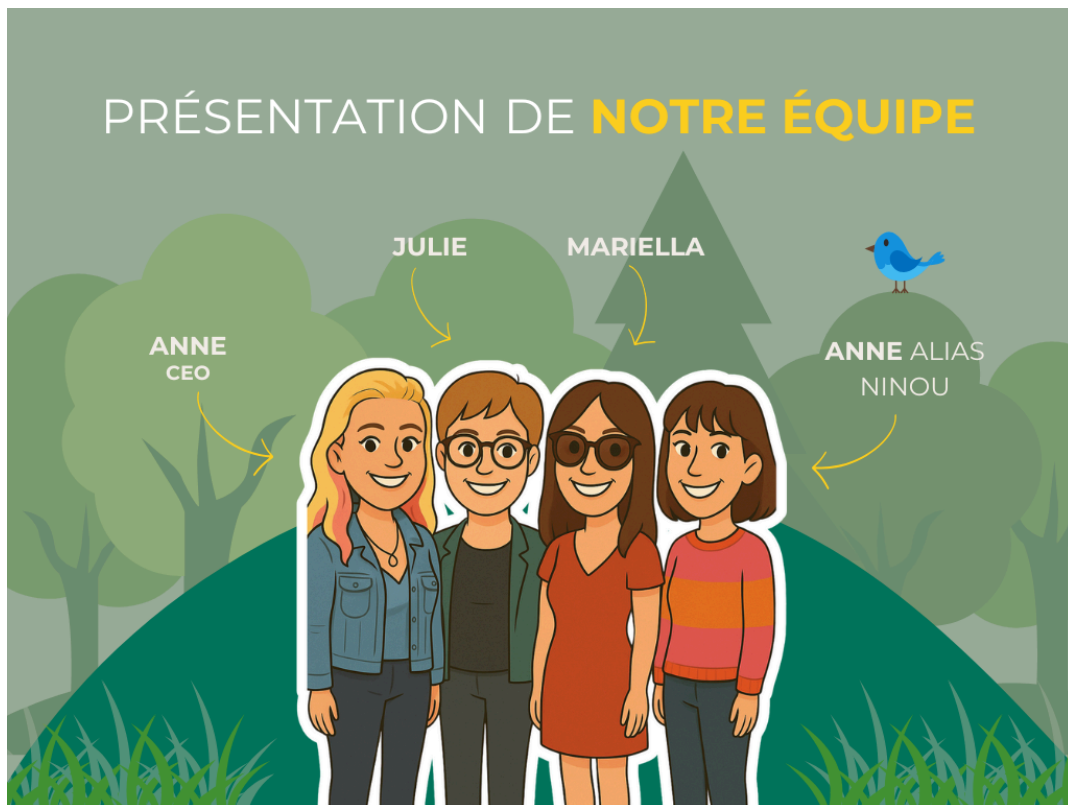


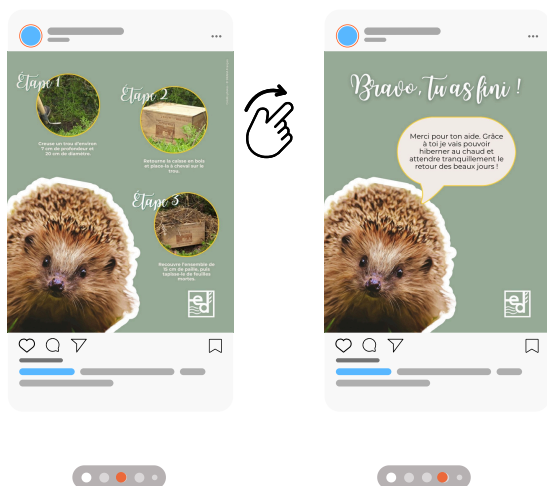
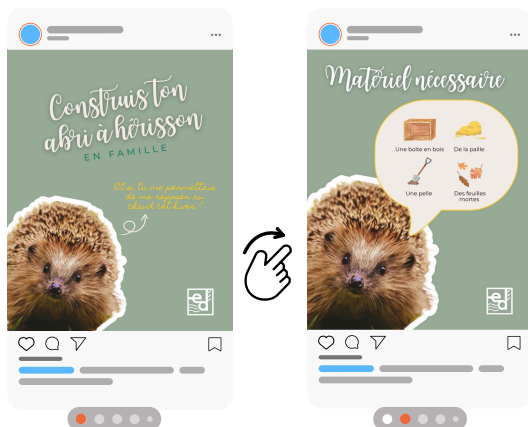
Aujourd'hui, on vous présente l'équipe d'Environnement & Découvertes ! ✨

Au cœur du projet : Anne, fondatrice passionnée, qui a imaginé et construit cette structure avec l'envie de transmettre l'amour de la nature. 🌿

À ses côtés, une équipe engagée et dynamique qui met son savoir-faire au service de **découvertes enrichissantes pour tous**.

#nature #biodiversité #ASBL #Mons #Environnement





CARROUSEL

✨ Vous cherchez une idée d'activité à faire cet après-midi avec votre enfant ?

Et si vous fabriquiez ensemble... un abri à hérisson ! 🦔

De novembre à mars, ces petits animaux ont besoin d'un refuge pour se protéger et hiberner. Une activité simple, ludique et pleine de sens à faire en famille ! 🏠

#Nature #Biodiversité #ASBL
#Mons #Environnement

Aide les oiseaux cet hiver ! ✨

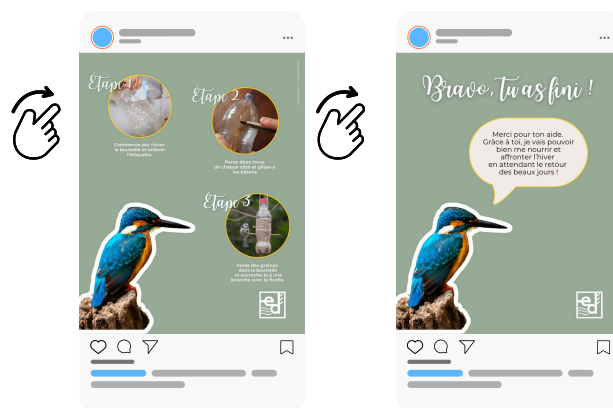
Avec une simple bouteille en plastique, tu peux leur donner un vrai coup de pouce.

Nous avons testé pour toi comment créer une mangeoire en 5 étapes faciles avec ce que tu as déjà chez toi. Un geste simple et écologique... qui fait toute la différence quand la nourriture se fait rare. 🌱❄️

N'hésite pas à partager ta création en commentaire !

#DIY#EnvironnementEtDécouvertes

CARROUSEL



📸 La galerie **photo du stage** est enfin **disponible** !

Vos enfants ont vécu une semaine pleine de découvertes, de rires et d'aventures... et on a capturé tout ça en images 😊

👉 La galerie complète est maintenant **disponible via le lien en bio** !

Merci aux petits explorateurs pour leur énergie... et aux parents pour leur confiance ❤️

#StageEnfants #SouvenirsDeStage #GaleriePhoto
#EnvironnementEtDécouvertes #MomentsMagiques



CRÉATION D'UN MAILING

Le mailing a été conçu pour présenter clairement et de manière attractive les expositions itinérantes d'Environnement & Découvertes ASBL, tout en s'adressant directement aux structures éducatives et culturelles susceptibles de les accueillir.

Choix graphiques

- Palette de couleurs naturelles en lien avec notre charte graphique : elles évoquent l'environnement, apportent dynamisme et assurent une excellente lisibilité.
- Visuels pédagogiques et cohérents, représentant oiseaux, fleurs, abeilles et ateliers : ils rendent les thématiques immédiatement compréhensibles, créent de l'émotion et montrent la dimension ludique.
- Mise en page structurée, avec sections bien délimitées et répétition des mêmes blocs pour chaque exposition : cela facilite la lecture rapide, la comparaison et le repérage des informations importantes.
- Boutons arrondis et contrastés ("Notre site web", "En savoir plus", "Je réserve !") : renforcent la lisibilité, guident le regard et optimisent le taux de clic.

Choix éditoriaux

- Ton pédagogique, clair et bienveillant, adapté au public éducatif.
- Textes synthétiques, permettant au lecteur de comprendre l'essentiel en quelques secondes.
- Structure logique : présentation de l'ASBL → expositions → aspects pratiques → réservation. Cette organisation suit un parcours utilisateur intuitif.

Cohérence globale

Tous les éléments (couleurs, visuels, ton, hiérarchie) concourent à créer un mailing professionnel, attractif et facile à lire, qui met en valeur :

- la qualité pédagogique des expositions,
- la simplicité logistique ("nous nous chargeons de tout"),
- et la facilité de réservation grâce aux appels à l'action clairs.

Nous avons choisi de réaliser un mailing entièrement dédié aux expositions itinérantes car nous avons identifié qu'il s'agissait d'un **axe important à revaloriser** et à relancer pour l'ASBL. Ces expositions représentent un véritable atout pour l'organisation : **elles incarnent son savoir-faire pédagogique**, son ancrage dans l'éducation à l'environnement et sa capacité à proposer des outils concrets aux écoles et structures culturelles.

Le mailing peut être diffusé directement auprès des associations, bibliothèques et centres culturels via leur adresse mail, ainsi que via les réseaux de partenaires, afin d'**informer rapidement et efficacement sur l'offre d'expositions et encourager les réservations**.

CRÉATION D'UN FLYER A6

Le flyer A6 de l'ASBL "Environnement & Découvertes" a pour objectif de **promouvoir la location d'expositions interactives** pour les enfants de 5 à 12 ans. La distribution doit impérativement s'étendre aux zones géographiques avoisinantes ainsi qu'à tous les lieux stratégiques fréquentés par le public souhaité : lieux d'attente, commerces, événements, structures culturelles, établissements scolaires, clubs sportifs...

CRÉATION D'UNE AFFICHE A3

Nous avons également réalisé une affiche A3 dédiée aux stages, car ceux-ci constituent un autre axe essentiel de l'activité de l'ASBL et méritent d'être mis en avant de manière attractive. Les stages représentent non seulement une **source importante de revenus**, mais aussi un **vecteur fort de visibilité locale**. Ils permettent aux familles, aux écoles et aux centres culturels de découvrir les activités globales de l'ASBL.

La création de cette affiche répond à un double objectif. D'une part, elle permet de **structurer la communication autour des stages** en proposant un support clair, facilement imprimable et affichable dans les établissements locaux. D'autre part, elle contribue à **renforcer l'image professionnelle** et cohérente de l'ASBL.

Ce support vise donc non seulement à informer, mais aussi à **inciter les familles et les structures à inscrire les enfants**, grâce à une mise en page lisible, des visuels attrayants et une présentation synthétique des thématiques proposées.

Cette affiche A3 est conçue pour être affichée dans les écoles, centres culturels, bibliothèques, maisons de jeunes ou tout autre lieu fréquenté par les familles et les jeunes afin de promouvoir efficacement les stages.

CRÉATION DE CINQ PUBLICATIONS INSTAGRAM

CARROUSEL

🐾 **Envie d'un stage pour découvrir les animaux du froid ?**

Environnement & Découvertes ASBL propose un **stage éducatif et passionnant** pour les enfants de 4 à 12 ans ! 🌱

- Dates : du lundi 22 au mercredi 24 décembre 2025
- Horaires : 9h → 16h
- Garderie gratuite 7h45 → 9h & 16h 17h30
- Lieu : Rue des Robinier 48D-7024 Ciplu (Mons)

Places limitées ! Réservez vite, le lien est en bio 🔗

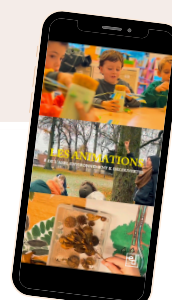
Pour plus d'infos, contactez-nous :
+32 493/48 67 97 (Julie LEENS, Directrice)

REEL

Journée pleine de **découvertes** pour les enfants de l'école communale d'Hyon !

Entre **exploration** de la nature, collecte de feuilles et **activités** en classe pour mieux comprendre **les fleurs et les abeilles**, ils ont pu **apprendre tout en s'amusant** et développer leur curiosité pour le monde qui les entoure. 🌈🐝

#Nature #Animation #Mons #Environnement

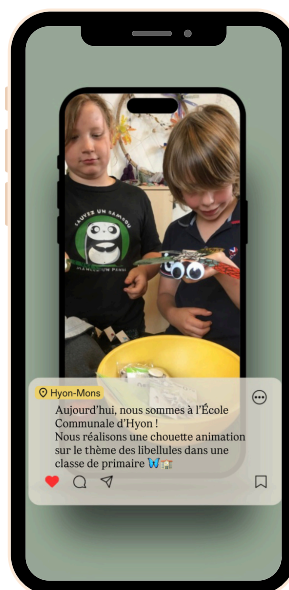


Une journée pas comme les autres à l'école communale d'Hyon !
Observer, toucher, apprendre... et surtout s'amuser dans la nature 🌱💛

#Éducation #Nature #ASBL #Hyon #Découverte



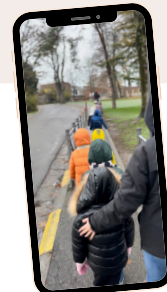
STORIES



CRÉATION DE 3 PUBLICATIONS TIKTOK

POV : tu es en 3e maternelle et tu as une activité dehors 🥰
La meilleure journée de la semaine ! 💛

#Maternelle #Nature #Découverte

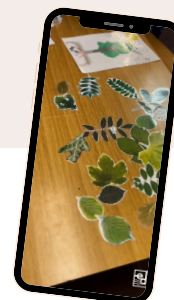


REEL

Envie de rendre vos **cours plus dynamiques et engageants** ? Découvrez comment nos animations sensorielles transforment la classe et **stimulent l'apprentissage**. 🌿

😊 Envie d'offrir cette expérience à vos élèves ? Notre ASBL se déplace dans votre école.

👉 Contactez le **+32 493 486 797** (Julie LEENS, Directrice)



REEL

🌿 À la découverte de la nature !

Les élèves de l'École Communale ont vécu une belle aventure sensorielle lors d'activités ludiques autour des arbres et des feuilles. Ils ont touché, observé et créé tout en développant leur curiosité et leur connaissance de l'environnement. 🌳

#Animation #Fôret #ASBL #Hyon #Mons #Belgique



CALENDRIER ÉDITORIAL TRIMESTRIEL

Date	Plateforme	Thème	Message
3/12/25	Story Facebook & Instagram	J-3 Saint-Nicolas	“Cette année, pour la Saint-Nicolas, pensez aussi à notre planète ! Privilégiez les cadeaux durables, de seconde main...”
10/12/25	Post Facebook & Instagram	Promotion des stages d’hiver 2025	“Vous n’avez pas encore trouvé de stage pour votre enfant ? Nous vous proposons une semaine ludique...”
17/12/25	Post carrousel Facebook	Activité ludique	“Vous ne savez pas quoi faire avec votre enfant cette après-midi ? Nous vous proposons une activité ludique et utile ! Construisez une mangeoire...”
24/12/25	Post Facebook & Post Instagram	Réveillon de Noël	“Nous vous souhaitons de belles fêtes de fin d’année, en famille ou entre amis...”
01/01/26	Post Facebook & Post Instagram	Jour de l’an	“Nous vous souhaitons une bonne année!”
06/01/26	Post Facebook & Post Instagram	Epiphanie	“Pour l’épiphanie, pensez local & durable !” Donner des alternatives aux supermarchés, soutenir les producteurs locaux pour l’achat des ingrédients...
14/01/26	Story Facebook & Instagram	Animation à l’école	“Aujourd’hui nous sommes à et nous réalisons une chouette animation sur ...”

Date	Plateforme	Thème	Message
21/01/26	Post carrousel Facebook	Activité ludique	“Vous ne savez pas quoi faire avec votre enfant cette après-midi ? Nous vous proposons une activité ludique et utile ! Construisez un abri à hérisson...”
28/01/26	Post carrousel Instagram et Facebook	Fin janvier : traces & animaux en hiver	“Sur la neige ou dans la boue, les animaux nous laissent des indices. Et si vous partiez ce weekend à la recherche de leurs traces ?”
02/02/26	Post Facebook et story Instagram	Journée Mondiale des Zones Humides	« Aujourd’hui, c’est la Journée mondiale des zones humides! Ces milieux discrets abritent une richesse incroyable : batraciens, libellules, oiseaux d’eau, plantes rares... Dans notre mare, de nombreux animaux y logent...”
11/02/26	Post Facebook et Instagram	Journée internationale des femmes et des filles de science	“Aujourd’hui nous avons réalisé une activité autour de 3 femmes scientifiques inspirantes”
18/02/26	Story Facebook & Instagram	Fin de l’hiver : premiers signes du printemps	« Vous les avez vus ? Les premiers signes du printemps arrivent ! Les mésanges chantent plus fort, les bourgeons gonflent, les perce-neige pointent le bout du nez...”
25/02/26	Post Facebook & Instagram	Les nichoirs	“Fin février, c’est LE moment idéal pour installer un nichoir! Les oiseaux commencent à chercher des sites de nidification...”

Tips communication

INSPIRATIONS

Regardez le contenu des ASBL similaires sur :

- Facebook
- Instagram
- Site web



POUR CIBLER QUI ? POUR SÉDUIRE LES JEUNES

Séduire les adolescents et
les jeunes professeurs



POUR CIBLER QUI ? POUR FAIRE CONNAITRE AUX FAMILLES ET PARENTS

Plus efficace pour informer
sur les événements à venir.

Typologie de publications

- Il est important de varier les formats ! Pensez par exemple à :
 - Créer de réels pour les stages ou après-midi "boîte à outils"
 - Réaliser des quizz ou sondages en story, afin de répondre aux questions et/ou susciter l'intérêt
 - Montrer les coulisses des stages ou de la préparation des fromages
 - Répondre aux commentaires
 - Prendre la parole face caméra
 - ...

Nos conseils

- N'oubliez pas les légendes sous les réels et publications
- Choisissez des # qui ont du sens (maximum 5)
- Mettez des titres parlants (qui décrivent réellement l'activité proposée) sur vos posts, ils doivent attirer l'oeil !
- Soyez réguliers afin de fidéliser le public : postez chaque semaine

Réels VS Stories



RÉELS

- **Objectif** : attirer de nouveaux abonnés et augmenter la visibilité grâce à leur potentiel viral.
- **Visibilité** : Ils apparaissent dans le flux d'exploration et sur l'onglet reels (en plus du fil d'actualité), touchant des utilisateurs qui ne vous suivent pas encore.
- **Durée** : Ils peuvent durer jusqu'à 90 secondes et restent en permanence sur le profil
- **Contenu** : Souvent plus créatifs, travaillés et préparés, conçus pour captiver et divertir sur le long terme.
- **Permanent** : Ils restent sur votre profil de manière permanente, tout comme un post classique.



STORIES

- **Objectif** : Interagir avec votre communauté existante et partager des moments du quotidien ou des informations en temps réel.
- **Visibilité** : Elles apparaissent en haut du fil d'actualité de vos abonnés et ne sont visibles que par eux (sauf si elles sont partagées).
- **Durée** : Elles disparaissent après 24 heures et peuvent être utilisées pour les stories à la une
- **Contenu** : Souvent plus spontanées, informelles et interactives, avec des éléments comme des sondages, des questions ou des quiz.
- **Éphémères** : Elles ne sont pas permanentes, car elles disparaissent après un jour.

CONCLUSION



Au cours de cette deuxième semaine de séminaire professionnel, nous avons eu l'opportunité de nous immerger dans une structure engagée, porteuse de sens et particulièrement inspirante. Environnement & Découvertes ASBL nous a impressionnées par la diversité de ses actions, la passion de son équipe et son implication durable en matière d'éducation à l'environnement.

Cette semaine riche et intense nous a permis de **mobiliser pleinement les compétences acquises durant notre bachelier** : analyse, créativité, gestion de projet, travail collaboratif, conception de supports variés et cohérents.

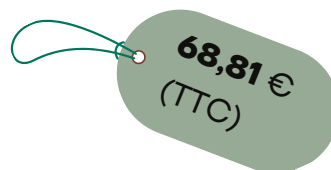
De la compréhension des besoins de l'ASBL à la mise en place d'outils concrets pour valoriser ses activités, nous avons su **conjuguer méthode et sensibilité** afin de proposer des solutions adaptées et immédiatement utiles.

Grâce à un esprit d'équipe solide, nous avons abouti à une série de réalisations et de recommandations tangibles : identité visuelle revisitée, supports, publications destinées aux réseaux sociaux, affiches informatives, ainsi qu'un calendrier éditorial structuré. Autant d'outils pensés pour renforcer la visibilité de l'ASBL et soutenir sa mission éducative auprès de ses différents publics.

Ce projet nous a permis de **mesurer l'impact d'une communication réfléchie et accessible**, mais aussi de comprendre qu'au cœur de chaque organisation engagée se trouve une histoire à mettre en lumière.

Nous concluons cette expérience avec une **vision renforcée de notre métier** : une communication stratégique, humaine et tournée vers l'action. Et avec la conviction que, même en tant qu'étudiantes, nous avons la capacité de contribuer à des projets qui comptent, de tisser du lien et de faire rayonner des initiatives porteuses d'avenir.

Chez Print24, le devis pour une impression de 1000 unités en A6 s'élève à 31,90 euros (TTC). Voici tous les paramètres à encoder :



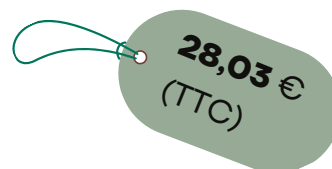
Flyer DIN A6

- Recto & Verso
- 105 x 148 mm A6 Format portrait
- 115 g/m² Papier d'impression Brillant
- 4/4 couleurs CMJN
- Découper
- Sans conditionnement
- 1000 Unités
- 1 Modèle
- Livraison dans jours Belgique
- Livraison estimée le Jeudi, 27.II.2025
- Télécharger les données d'impression plus tard
- Vérification gratuite des données d'impression

26,36 € | 31,90 €

HT | TTC y compris Expédition

Celui pour une impression de 50 unités en A3 s'élève à 28,03 euros (TTC). Voici tous les paramètres à encoder :



Affiches

- Recto
- 297 x 420 mm DIN A3 Format portrait
- 135 g/m² Papier d'impression Mat
- 4/0 couleurs CMJN
- Découper
- 50 Unités
- Vernis protecteur (recommandé)
- Recto
- À plat
- 1 Modèle
- Livraison dans jours Belgique
- Livraison estimée le Jeudi, 27.II.2025
- Télécharger les données d'impression plus tard
- Vérification gratuite des données d'impression

23,17 € | 28,03 €

HT | TTC y compris Expédition

- **Publication Facebook “Sur les traces des animaux” :**
https://www.canva.com/design/DAG5IP456IY/lwDkCspKvIPcw5xp_39PSg/edit?utm_content=DAG5IP456IY&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton
- **Affiche A3 “Stages” :** https://www.canva.com/design/DAG5JetjeDM/gN-875nMsndJ_LjZYkdHFw/edit?utm_content=DAG5JetjeDM&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton
- **Flyer A6 “Expositions itinérantes” :**
https://www.canva.com/design/DAG5D-B86RA/kMoUzCk-oRPoBbdETx5WA/edit?utm_content=DAG5D-B86RA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton
- **Mailing “Expositions itinérantes” :**
https://www.canva.com/design/DAG5CCqZDRg/e8l7iFdqYSVQeUomQakXZw/edit?utm_content=DAG5CCqZDRg&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton
- **Story “Saint-Nicolas durable” :**
https://www.canva.com/design/DAG5llKEyJg/PjYts44jggifHaHxFSeufg/edit?utm_content=DAG5llKEyJg&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton
- **Calendrier éditorial :**
https://www.canva.com/design/DAG5DohyPaA/80QTS1ncVZvyIQBi8Ny8A/edit?utm_content=DAG5DohyPaA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton
- **Publication “Abri hérissons et mangeoire” :**
https://www.canva.com/design/DAG5lrcPeYg/eji47CXAk4_KaeLtBvaflg/edit?utm_content=DAG5lrcPeYg&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton
- **Publication Instagram “Carrousel - Stages animaux de froid” :**
https://www.canva.com/design/DAG5KDeIPQQ/zCT2unEq-GUAEGFWKdbQFQ/edit?utm_content=DAG5KDeIPQQ&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

- **Carrousel TikTok :**

[https://www.canva.com/design/DAG5OxMB9M4/JPHlITczkj009tJByHDNvQ/edit?](https://www.canva.com/design/DAG5OxMB9M4/JPHlITczkj009tJByHDNvQ/edit?utm_content=DAG5OxMB9M4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

[utm_content=DAG5OxMB9M4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAG5OxMB9M4/JPHlITczkj009tJByHDNvQ/edit?utm_content=DAG5OxMB9M4&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

- **Story Instagram “Animation école” :**

[https://www.canva.com/design/DAG5lsDLXzw/Dpqlw-1JgyAoT_Vhe7Ab0A/edit?](https://www.canva.com/design/DAG5lsDLXzw/Dpqlw-1JgyAoT_Vhe7Ab0A/edit?utm_content=DAG5lsDLXzw&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

[utm_content=DAG5lsDLXzw&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAG5lsDLXzw/Dpqlw-1JgyAoT_Vhe7Ab0A/edit?utm_content=DAG5lsDLXzw&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

- **Publication Facebook “Présentation de l'équipe”**

[https://www.canva.com/design/DAG5lYjVa9U/GJy8rkem_GzRCIXLi1-Glg/view?](https://www.canva.com/design/DAG5lYjVa9U/GJy8rkem_GzRCIXLi1-Glg/view?utm_content=DAG5lYjVa9U&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utlId=h1ae8f04876)

[utm_content=DAG5lYjVa9U&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utlId=h1ae8f04876](https://www.canva.com/design/DAG5lYjVa9U/GJy8rkem_GzRCIXLi1-Glg/view?utm_content=DAG5lYjVa9U&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utlId=h1ae8f04876)