



Charte de gouvernance et de Code de bonne conduite de RCF sur les réseaux sociaux

Charte de gouvernance

- **Présence digitale et principes de base**

- Ces réseaux (facebook, twitter, linkedin, google/youtube) sont le vecteur privilégié pour l'interaction et l'identification des auditeurs. Basés sur des fils d'actualité éphémères, ces réseaux sont avant tout des espaces de promotion et de développement de communautés. Une grande partie des auditeurs de RCF, de tous âges, y sont présents. 60% ont plus de 35 ans.
- Les réseaux sociaux sont actuellement le premier canal de renvoi d'audience vers les sites internet des media
- Chaque radio se doit d'avoir une page facebook et un compte twitter, même passif, car il est opportun de protéger la marque, c'est-à-dire d'éviter qu'un tiers ne « prenne » le nom
- La page de la radio et de l'émission ou le profil facebook « RCF » ou le compte twitter « RCF » appartiennent à la radio RCF, comme les droits d'auteurs. Les collaborateurs signent cette charte, annexe au contrat de travail ou à la charte des bénévoles.
- « Co-administration » ou « droits d'administration partagé » de la page avec la direction, webmasters et collègues de la région. Favoriser la collaboration et l'initiative, confiance dans l'auto-contrôle, ADN du web

- **Ligne éditoriale**

- Respect de la ligne générale et de la charte graphique de RCF
- Promotion des émissions et publication des podcasts et des photos d'invités
- Partage d'actualités religieuses de media associés, des diocèses et services diocésains
- Promotion de la radio en général, « la radio ne vit que de vos dons »
- Renvoi vers les autres pages RCF, région ou nationale
- Radio de proximité, RCF partage des services ou infos pratiques de proximité (météo, avis de recherche, évènement exceptionnel dans la ville, ..)

- **Participation au groupe fermé sur facebook « RCF Union Digital Community Managers »,**

- Qui ? les directeurs, webmasters et community managers au sein d'union RCF, pas de définition trop restrictive, c'est un groupe de partage de bonnes pratiques et de croissance
- Chaque membre peut inviter d'autres et les nouveaux membres doivent être approuvés par un des administrateurs.
- Le groupe est administré par la Comité Digital issu du CA de l'Union
- Adresse : www.facebook.com/groups/264702213874132

- **Créativité dans le développement de la présence sur les réseaux sociaux**

- Promouvoir la page facebook à l'antenne,
- Renvoi vers la page pour des places à gagner et des sondages
- Petits jeux et publications ludiques sur facebook, car les « chrétiens sont cool »

Bonnes pratiques pour la page facebook d'une radio

- Cohérence du format de la page d'une radio
 - o Nom : « RCF + nom de la radio »
 - o Forte visibilité du logo RCF et respect de la charte graphique
 - o Description : exemple : RCF, Radio Chrétienne Francophone, est [mission statement]... Le réseau des 60+ radios couvre la France et la Belgique. La joie se partage. Contact : RCF Locale, rue, mail @rcf.fr, 0033 (2) ____ . www.rcf.fr et podcasts sur www.rcf.fr/...
- Fréquence
 - o Max 5 publications par jour, de minimum 2 contributeurs pour assurer la diversité, notamment partager les publications des producteurs et la vie de la radio
 - o Minimum 3 publications propres par semaine
 - o Partager 1x par jour une publication tierce
 - d'une autre RCF (locale ou nationale) pour illustrer la force du réseau, p.ex. le saint du jour, émission spéciale Angels Music Awards, présence de RCF au lancement d'une course transatlantique,
 - diocésaine ou de media chrétien partenaires, illustrer notre ancrage, p.ex. la-croix, radio vatican, aleteia, info chrétienne
 - infos de proximité (infos d'intérêt général, météo, travaux publics etc), en veillant au côté positif et aux bonnes nouvelles de la région
- Contenu
 - o Promotion des émissions à venir et renvoi vers les pages d'émissions
 - o Assurer la diversité des publications : thèmes, animateurs, vie de la radio
 - o Accompagner les grands temps liturgiques et sociétaux : Avent, Noël, Pâques, Encyclique papale, Cop21, élections nationales, PrayForBrussels,.. pour être en lien avec la vie des auditeurs
- Sponsoriser la page pour toucher des groupes cibles, ex. 100 EUR pendant 7 jours sur cibles événementielles ou media complémentaires
- Travailler sur le délai de réponse

Bonnes pratiques pour une page facebook d'émission

- Cohérence du format de la page d'une émission
 - o Nom : « RCF + nom de l'émission (option : nom de la radio) »
 - o Forte visibilité du logo RCF et respect de la charte graphique
 - o Description : RCF émission aborde ... L'émission est produite par Untel..., membre de RCF unetelle. RCF, Radio Chrétienne Francophone, est [mission statement]... Le réseau des 60+ radios couvre la France et la Belgique. La joie se partage. Contact : RCF Locale, rue, mail @rcf.fr, 0033 (2) ____ . www.rcf.fr et podcasts sur www.rcf.fr/... et podcasts sur www.rcf.fr/.... Contact du producteur : ... @rcf.fr ou@gmail.com
- Annoncer les invités et communiquer les modes d'écoute FM et rcf.fr
- Publier le compte-rendu de l'émission avec lien vers le podcast
- Partager des publications des invités ou des événements de partenaires, développement des communautés thématiques, p.ex. écologie humaine, doctrine sociale de l'Eglise, exégèse, le saint du jour

Bonnes pratiques d'une publication sur une page

- Brève. Max 140 caractères, comme Twitter
- L'incarnation ou la primeur de l'info
 - o Principe : la source est RCF, pas les individus
 - o Facebook : sur la page de la radio plutôt que la page du profil de l'animateur.
 - o Twitter : aussi bien sur le compte de la radio que sur celui de l'animateur.
- Photos / images
 - o Ajouter une photo de qualité avec logo RCF de préférence.
 - o Un album ou plusieurs photos ont plus d'impact qu'une seule.
 - o Attention aux droits à l'image et aux prises de vue par les invités. L'idéal est que RCF prenne l'initiative de la publication et invite les invités à partager dans un second temps.
 - o Identifier les personnes photographiées, avec leur accord, pour favoriser le partage
- Une vidéo a encore plus d'impact
- Lien podcast : copier l'URL complet ou mieux, publier un shortener du type goo.gl ou bit.ly, qui permet de suivre les statistiques
- Créer les conditions de partage et d'engagement de la publication
- Répondre et animer les commentaires
- Une publication facebook a une porte d'entrée sur Twitter

Charte composée par le Comité RCF Digital,

Notamment :

Pierrick Muller, pierrick.muller@rcf.fr

Jacques Galloy, jacques.galloy@rcf.be

N'hésitez pas à faire part de vos commentaires.

Fait à Lyon, Séminaire stratégique, Atelier Facebook, le 10 mai 2016

Nom, prénom, fonction, date et lieu :

Signature du permanent, ou du bénévole
