



Le compte Instagram de l'Agglo Seine-Eure : le cabinet de curiosités du territoire

1 Le concept

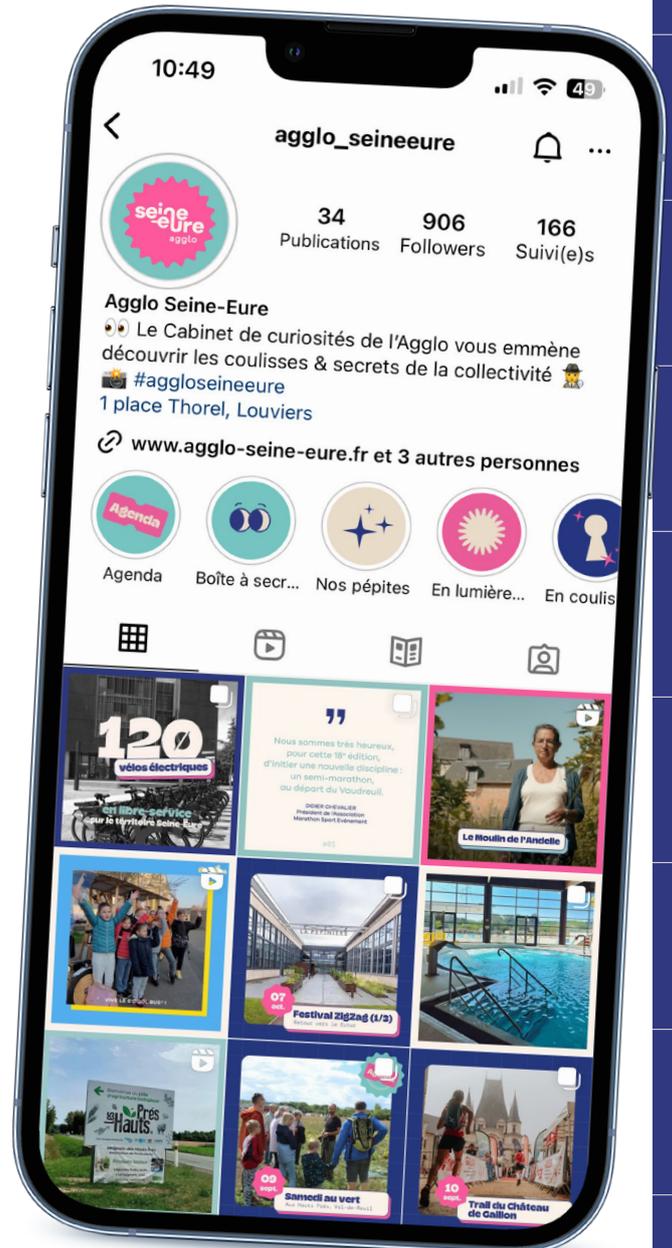
« **Comment rendre fiers les habitants du territoire Seine-Eure** » ? C'est la problématique qui nous a conduit à réfléchir sur les tendances liées à la communication digitale.

En nous inspirant des meilleures pratiques des collectivités et communes en France via un benchmark, nous avons affiné notre stratégie. Déjà présent sur un certain nombre de réseaux sociaux (Facebook, X, LinkedIn), nous avons pris conscience que nous avions une carte à jouer sur Instagram. Sous un autre angle, nous pourrions proposer des informations exclusives et inédites qui apportent une curiosité supplémentaire, non abordée sur nos autres canaux de communication. **C'est ainsi que nous avons lancé notre compte Instagram @agglo_seineeure le 15 mai 2023, véritable cabinet de curiosités du territoire !**

2 L'idée / La promesse

Le compte Instagram de l'Agglo Seine-Eure a pour objectif de faire découvrir aux habitants du territoire des **informations inédites**, en proposant un **accès direct aux coulisses des projets**, aux **rouages des décisions** lors des conseils communautaires, mais pas seulement ! Ce compte leur révèle également les **secrets inavoués du territoire** à travers des histoires insolites (mais vraies !) et permet la découverte d'endroits bien gardés, le tout **pour satisfaire au mieux la curiosité des habitants**.

En abordant des thématiques diverses et variées, **notre compte Instagram devient le cabinet de curiosités de l'Agglo Seine-Eure**. Un cabinet de curiosités est, par définition, un lieu d'exposition où sont regroupés des objets originaux, hétéroclites et inédits. Mis en scène et classés dans un meuble que l'on appelle cabinet, ces collections de curiosités deviennent accessibles au plus grand nombre pour leur faire découvrir le monde et mieux l'appréhender.



@agglo_seineeure

3 Stratégie de communication

Notre positionnement

Nous avons souhaité nous démarquer en proposant différemment l'information tout en expliquant aux habitants ce que les projets de l'Agglo changent pour eux, quels en sont les avantages ou inconvénients et les conséquences sur leur quotidien. C'est ainsi que nous avons défini **3 objectifs : révéler les coulisses de l'Agglo, donner de l'information simple, pratique et valoriser ce qu'offre notre beau territoire**. Pour y répondre au mieux, nous avons défini **6 thématiques**. Les noms des rubriques ont été choisis pour répondre à l'univers du cabinet de curiosités :



Agenda : Les différents événements de l'Agglo sont annoncés tout en donnant une information VIP ou en présentant les backstages, la préparation, l'organisation etc.



Nos pépites : Mise en avant des lieux secrets, insolites, méconnus ou nouveaux du territoire.



En coulisses : Explication de certains projets de l'Agglo afin que les habitants comprennent les étapes de réalisation mais également les potentielles difficultés liées au projet.



Boîte à secrets : Cette thématique nous permet de transmettre des anecdotes et histoires mystérieuses sur le territoire mais aussi de valoriser le travail effectué par nos équipes du pôle Archives.



« **Lumière sur** » : L'idée ici est de vulgariser les délibérations votées lors des conseils communautaires ainsi que le fonctionnement interne de la collectivité : conseil et bureau communautaire par exemple. Ainsi les décisions votées par les élus, sont expliquées de manière pédagogique, simple et ludique.



« **Curiosité du jour** » : Pour mettre en avant d'autres sujets, nous avons ajouté cette rubrique. Comme son nom l'indique, il s'agit d'une bonne nouvelle ou d'une information « flash ».

Notre cible

Les **habitants du territoire Seine-Eure**, âgés de 25 à 34 ans sont notre cible prioritaire. Ils manifestent un intérêt pour les bons plans (lieux, événements, commerces locaux, nouveautés...) et ont envie de comprendre ce qu'il se passe autour d'eux. Les 35-45 ans sont notre cible secondaire puisqu'ils ont un intérêt particulier pour les rouages de l'Agglo (conseils, délibérations, projets) et sont avares de savoir sur l'histoire du territoire. Nous avons décidé d'adopter une ligne éditoriale et un **ton plutôt « jeune » et accessibles**, tout en utilisant quelques **éléments de langage liés au cabinet de curiosités**.

4 Les actions mises en place

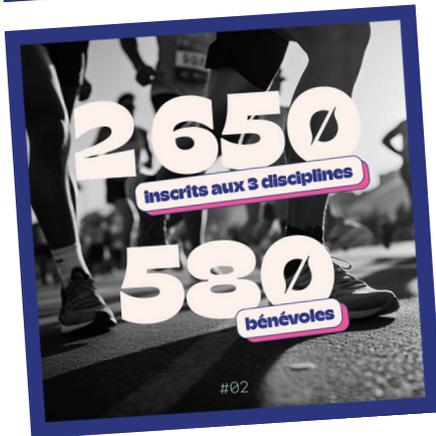
Charte graphique

Graphiquement, le cabinet de curiosités de l'Agglo Seine-Eure se révèle aux habitants avec des couleurs fortes et contrastées. On y retrouve le rose associé à deux nuances de bleu, en référence à la charte graphique de l'Agglo. Pour la partie typographique, notre choix s'est arrêté sur un caractère marqué, le « Champ Black » qui donne une **image à la fois contemporaine et vintage** grâce aux courbes des caractères.



Abc ABC #01

Avec cette charte graphique impactante et colorée, le compte Instagram de l'Agglo se différencie nettement des autres collectivités en **modernisant le concept du cabinet de curiosités**. Différentes pastilles colorées ont été développées pour permettre aux habitants et usagers d'identifier rapidement chaque thématique. La présentation en fenêtres qui se multiplient fait référence à l'accumulation et au principe de collection. En fond, la grille est une nouvelle fois un clin d'œil à cette organisation historique du cabinet de curiosités, tout comme l'alternance des photos couleurs et noir et blanc, faisant écho aux différentes temporalités.



Les formats

Nous avons choisi d'exploiter les possibilités offertes par Instagram en utilisant tous les formats disponibles : **photos, vidéos, réels et guides**. Nous avons également fait le choix de proposer des chiffres clés ainsi que des citations. Il était important de bien distinguer le compte de l'Agglo de celui de l'office de tourisme qui montrent essentiellement de beaux paysages alors que le compte de la collectivité renvoie plutôt aux institutions et aux services.

Calendrier éditorial

Afin d'avoir la meilleure visibilité possible, de planifier en amont les publications et travailler avec les graphistes sur certains visuels, nous avons créé un calendrier éditorial. Cet outil nous aide à tenir le rythme de publication que nous avons fixé à **1 ou 2 posts par semaine**. Il nous permet également d'anticiper si certaines de nos thématiques ne sont pas assez mises en avant.

Création & lancement du compte

En amont, nous avons effectué 8 posts qui présentent aux habitants notre concept et le type de contenu qu'ils pourront y trouver. Nous avons également effectué un **travail communautaire** en nous abonnant à différents comptes (associations, commerces et entreprises locales), en allant liker d'autres posts et en sollicitant nos différents équipements afin qu'ils incitent leurs abonnés à nous suivre.

Le lancement s'est fait officiellement sur les réseaux sociaux par le biais d'un **motion design** qui explore les différents thèmes abordés et présente la ligne éditoriale. Un large plan de communication a été mis en place afin de véhiculer l'information sur nos **réseaux sociaux, site internet, newsletter, magazine de l'Agglo** ainsi que dans le **journal interne**. Une communication plus ciblée a permis d'informer l'ensemble des élus ainsi que la presse locale. Le lancement a également fait l'objet d'une campagne sur notre réseau d'affichage abris-voyageur diffusée au mois d'octobre dernier afin de toucher plus largement les habitants du territoire.



Au quotidien

Une **«réunion réseaux sociaux»** hebdomadaire, entre la chargée de communication digitale et les chargées de communication, permet à l'équipe de travailler au mieux pour nourrir le planning éditorial. Il est donc mis à jour chaque semaine avec de nouvelles idées. La **création de contenus** est un travail qui se fait **au quotidien**, tout comme la **veille**, afin de suivre, aimer, relayer les infos de l'Agglo et de ses partenaires, principalement via les stories.