

LE QUARTIER BLATIN

Clermont-Ferrand

CHARTRE DE COMMUNICATION — RÉSEAUX SOCIAUX



Ce document définit les règles, les responsabilités et les bonnes pratiques encadrant la communication de l'association Le Quartier Blatin sur Instagram et LinkedIn. Il engage la personne en charge de la communication et constitue le référentiel officiel approuvé par le bureau.

FICHE D'IDENTITÉ DU DOCUMENT

Association	Le Quartier Blatin — Clermont-Ferrand
Version	1.0
Réseaux concernés	Instagram @quartierblatin LinkedIn Le Quartier Blatin

1. PRÉAMBULE ET OBJECTIFS

L'association Le Quartier Blatin regroupe les commerçants de la rue Blatin et de ses rues adjacentes à Clermont-Ferrand. Née après deux ans de travaux intenses, elle a pour vocation de redonner vie et attractivité à ce quartier emblématique du centre-ville.

La communication sur les réseaux sociaux est un levier essentiel pour atteindre cet objectif. Elle permet de valoriser les commerces membres, d'informer les Clermontois et de bâtir une communauté fidèle autour du quartier.

La présente charte a été adoptée afin de :

- Garantir une communication cohérente avec les valeurs de l'association
- Protéger l'image collective de tous les commerçants membres
- Clarifier les responsabilités entre le président et le/la responsable communication
- Prévenir tout risque juridique ou de réputation
- Offrir un cadre de travail serein et professionnel au/à la responsable communication

i Cette charte s'applique à tous les comptes officiels de l'association. Elle ne régit pas les comptes personnels des membres, mais les invite à respecter son esprit.

2. PÉRIMÈTRE ET COMPTES OFFICIELS

Sont considérés comme comptes officiels de l'association :

Réseau	Identifiant	Usage principal
Instagram	@quartierblatin (à confirmer)	Grand public, clients, animations, vie du quartier
LinkedIn	Le Quartier Blatin (à confirmer)	Partenaires, institutionnels, professionnels, presse

 *Tout nouveau compte créé au nom de l'association doit être préalablement validé par le président et intégré à cette charte.*

3. RÔLES ET RESPONSABILITÉS

3.1 Le Président

- Détient l'autorité éditoriale finale sur tous les contenus publiés
- Valide la charte et ses révisions
- Peut suspendre ou modifier la délégation à tout moment
- Détient obligatoirement un accès administrateur à tous les comptes officiels
- Est le directeur de publication légal au sens du droit de la presse en ligne

3.2 Le/La Responsable Communication

- Assure la gestion quotidienne des comptes selon les règles de cette charte
- Prépare et publie les contenus validés
- Soumet à validation préalable tout contenu sensible ou inhabituel
- Remonte au président tout commentaire problématique dans les 24h
- Partage les identifiants avec le président — aucun compte ne doit être détenu en solo
- Ne peut engager l'association sur un sujet non prévu par la charte sans accord

⚠ En cas de départ du/de la responsable communication, les accès doivent être transférés au président avant le dernier jour d'activité. Les mots de passe sont obligatoirement changés lors de tout changement de responsable.

4. LIGNE ÉDITORIALE

4.1 Valeurs et ton

La communication du Quartier Blatin incarne les valeurs fondatrices de l'association :

- Convivialité : un ton chaleureux, humain, ancré dans la vie de quartier
- Authenticité : mettre en valeur les vraies personnes et les vraies boutiques
- Fierté locale : défendre l'attractivité du centre-ville clermontois
- Professionnalisme : une communication soignée qui reflète la qualité des commerces

Le registre est enthousiaste et positif, sans être artificiel. On parle de « nous », on célèbre les réussites collectives, on valorise les commerçants individuellement avec leur accord.

4.2 Thématiques autorisées

- Événements organisés par ou avec l'association (braderies, animations, temps forts)
- Portraits et mises en lumière de commerçants membres (avec accord écrit ou oral confirmé)
- Actualités du quartier : nouvelles enseignes, réouvertures, travaux terminés...
- Informations pratiques : horaires, stationnement, accès
- Partenariats officiels validés par le bureau
- Informations institutionnelles : vie de l'association, AG, nouvelles adhésions

4.3 Thématiques interdites

- Toute prise de position politique partisane, électorale ou syndicale
- Tout commentaire sur un commerçant non-membre ou sur un commerce concurrent
- Les conflits internes à l'association
- Les prix et promotions individuelles sans accord du commerçant concerné
- Tout contenu à caractère discriminatoire, offensant ou polémique
- Les données personnelles de tiers sans leur consentement

⚠ En cas de doute sur la pertinence d'un sujet, la règle est simple : contacter le président avant de publier.

5. RÈGLES PAR PLATEFORME

5.1 Instagram

Objectif : toucher les habitants, clients et visiteurs du quartier.

- Format prioritaire : photos soignées (lumière naturelle, cadrage propre), Reels courts (15-30s), Stories pour l'actualité chaude
- Fréquence recommandée : 3 à 5 publications par semaine — régularité plutôt que volume
- Hashtags officiels à utiliser systématiquement : #LeQuartierBlatin #Blatin63 #ClermontFerrand #CentreVilleClermontois
- Les photos de personnes reconnaissables nécessitent leur accord préalable
- Répondre aux commentaires et messages dans un délai de 48h ouvrées
- Ne pas supprimer les commentaires négatifs sauf s'ils sont injurieux ou diffamatoires — dans ce cas, signaler ET informer le président

5.2 LinkedIn

Objectif : renforcer la crédibilité de l'association auprès des partenaires, institutions et médias.

- Ton plus professionnel et factuel que sur Instagram
- Fréquence recommandée : 1 à 2 publications par semaine
- Contenus adaptés : bilans d'événements avec chiffres, partenariats officiels, prises de parole du président, appels à adhésion
- Toujours mentionner les partenaires institutionnels (Clermont Auvergne Métropole, CCI, Clermont Commerce...) lorsque pertinent
- Éviter les contenus trop festifs ou informels — LinkedIn est la vitrine professionnelle de l'association

6. CIRCUIT DE VALIDATION

Selon la nature du contenu, le circuit de validation diffère :

Type de contenu	Validation	Délai recommandé
Publication courante (événement, portrait, actu quartier)	Responsable communication autonome	Dès que prêt
Prise de position officielle, communiqué de l'asso	Validation président requise	Soumettre 48h avant publication
Réponse à un commentaire négatif ou crise	Validation président requise	Avant toute réponse publique
Partenariat ou collaboration avec une marque / institution	Validation conseil d'administration requise	Soumettre avant tout engagement

7. GESTION DES ACCÈS ET SÉCURITÉ

- Le Président nommera comme administrateur les personnes en charge de la communication sur les différentes pages des comptes à gérer
- Le Président doit toujours disposer du rang « Administrateur » sur chaque compte
- Interdiction de connecter les comptes officiels à des applications tierces sans accord préalable du président

⚠ *En cas de départ conflictuel ou non anticipé du/de la responsable communication, le président doit immédiatement réinitialiser tous les mots de passe et révoquer les accès tiers.*

8. LOGO, MARQUE & SITE INTERNET

- Le nom, le logo et l'identité visuelle de l'association sont régis par l'article 5 des statuts de l'association
- L'association dispose d'un site internet nommé lequartierblatin.com

9. DROIT À L'IMAGE ET RGPD

L'association est soumise au Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) et à la loi du 17 juillet 1970 sur le droit à l'image.

- Toute photo publiée montrant une personne reconnaissable (commerçant, client, passant) nécessite son accord préalable, exprès ou tacite (présence consentie lors d'un événement photographié)
- Un formulaire de consentement à l'image peut être proposé lors des événements — contacter le bureau pour obtenir le modèle
- Les photos de mineurs sont strictement interdites sans accord parental écrit
- Ne jamais publier d'adresse personnelle, de numéro de téléphone privé ou d'informations personnelles d'un tiers
- Les données collectées via les pages (abonnés, messages) ne peuvent être utilisées à d'autres fins que la communication de l'association

⚠ *Une infraction au RGPD peut exposer l'association à des sanctions pouvant atteindre des dizaines de milliers d'euros. En cas de doute sur une image, ne pas publier.*

10. GESTION DES CRISES ET COMMENTAIRES NÉGATIFS

Les réseaux sociaux exposent l'association à des réactions publiques parfois critiques. La procédure suivante s'applique :

1. **Ne jamais répondre impulsivement à un commentaire agressif ou négatif.**
2. Signaler le commentaire au président dans les 24h avec une capture d'écran.
3. Définir ensemble la réponse à apporter (réponse publique, message privé, ou absence de réponse).
4. Supprimer uniquement les contenus injurieux, diffamatoires ou à caractère discriminatoire — toujours après accord du président.
5. En cas de crise médiatique, aucune déclaration publique n'est faite sans accord du bureau. Le président est le seul porte-parole officiel.

i Un contenu illicite (injure, diffamation, appel à la haine) peut être signalé directement auprès de la plateforme. La plateforme est tenue de le retirer si le signalement est fondé.

11. DISPOSITIONS JURIDIQUES

Le président de l'association est le directeur de publication légal des comptes officiels. À ce titre, sa responsabilité peut être engagée pour tout contenu publié, même par délégation.

Les publications doivent respecter notamment :

- La loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse (diffamation, injure)
- La loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique
- Le RGPD (Règlement UE 2016/679) sur la protection des données personnelles
- Le droit à l'image et le droit d'auteur (ne pas republier un contenu sans l'accord de son auteur)

⚠ *Jurisprudence de référence : Conseil d'État, 25 nov. 2020, n° 445774 — des publications sur les réseaux sociaux d'une association peuvent entraîner la dissolution de celle-ci si elles provoquent à la haine ou à la discrimination.*

12. RÉVISION ET ENTRÉE EN VIGUEUR

- La présente charte entre en vigueur à la date de sa signature par le président et le/la responsable communication
- Elle est révisée au minimum une fois par an, ou immédiatement en cas de changement de responsable communication, d'évolution significative des plateformes, ou de tout incident ayant conduit à une situation non prévue
- Toute révision est approuvée par le bureau et notifiée à l'ensemble des membres
- Le responsable communication reçoit un exemplaire signé de cette charte avant de prendre ses fonctions

SIGNATURES

Le Président	Le/La Responsable Communication
Nom : FIALIP MARC	Nom : DEVESAT LAURENCE & VIALAT MICHAEL
Date : _____	Date : _____
Signature :	Signature :

Le Quartier Blatin — Association de commerçants — Clermont-Ferrand