

Communication

Le pôle communication est le pôle responsable de communiquer les différents événements ou informations pertinents aux étudiants de la Faculté IC. Pour ce faire, le/la responsable communication dispose de divers moyens de communication qui seront décrits plus bas. Le rôle de communication est important dans la mise en oeuvre d'une clarté sur les différentes activités organisés par le comité de la CLIC.

- [Quickstart](#)
- [Moyens de communication](#)
 - [Instagram](#)
 - [Telegram](#)
 - [Mails](#)
 - [Affiches](#)
 - [Polynex](#)
 - [Site web](#)
 - [Linkedin](#)
 - [Page Alumni](#)

Quickstart

Setup

Pour donner tout les outils et accès aux réseaux de la CLIC à un·e nouveau·elle responsable communication :

- Donnez les accès bitwarden pour les réseaux Twitter, Instagram, Giphy et pour le Linktree
- Donnez les droits pour les channels Telegram CLIC et LinkedIn
- Demander les accéditations EPFL Campus
- Boite mail communication.clic@epfl.ch
- Nextcloud CLIC
- Mattermost CLIC
- Demander au respo IT de setup le github du site pour permettre la création de news. Faire cloner le repos en local et créer une branche spéciale 130-PRENOM-news.

Conseils d'organisation

- mettez tout vos réseaux et outils dans un dossier de raccourcis
- prenez l'habitude de mettre le document source de vos designs sur le Drive
- préparez un document par défaut avec les formats des visuels pour les différents médias de communication (instagram, polynex, affiches A3, ...) avec les dimmensions suivantes:
 - Post instagram : **1350x1080** pixels
 - Bannière GForm : **1600x400** pixels
 - News Site : **1200x630** pixels
 - Polynex : **1920x1080** pixels
 - Affiche : A3 ou A2 (faites-les dans des fichiers à part configurés pour l'impression)
- Si vous êtes plusieurs dans le pôle, séparez-vous les tâches : chacun.e sur un événement, l'un.e s'occupe des design, l'autre de la rédaction... trouvez votre propre workflow de roi.
- Faites vous relire ! Sur Mattermost, demandez aux autres responsables de valider votre texte avant de le publier.

Outils de travail

Pour la bonne rédaction des textes et mails:

- Pour l'orthographe et la syntaxe: [Reverso](#).
- Pour l'écriture du texte en anglais: [Deepl](#) (N'oubliez pas de relire et modifier certaines reformulations: utile uniquement pour le squelette).

Pour créer des visuels:

- Vectoriels: [Inkscape](#) qui est gratuit et libre.
- Posts réseaux sociaux: [Affinity Designer](#) très complet, équivalent à la suite Adobe et payement en une seule fois.
- Pour des stories insta ou des animations: [Canva](#)
- Illustration: [Krita](#) libre et open source, complet et simple d'utilisation (bien documenté)

Moyens de communication

Instagram

La [insta page Instagram CLIC](#) se doit de contenir un historique des événements ayant eu lieu tout au long de l'année académique dont vous êtes responsable. C'est pourquoi vous devez de publier chaque événement et information nécessaire afin de viser un grand nombre d'étudiants. Les stories vous permettront de rappeler de nombreuses informations utiles ou intéressantes pour les étudiants.



Gestion du profil

- Maintenez un **linktree** efficace et actualisé ainsi qu'une courte description de l'association
- Ayez une image de profil représentatif de l'association
- Comme dit plus bas, après chaque fin d'événement et de stories, essayez de regrouper les différentes stories à "la une" de votre compte.

Gestion des posts

- Préparez une image/affiche tel que:
 - Photo: 1080x1080 pixels, selon les recommandations d'Instagram
- Rédigez un texte brève en français ET anglais ayant une limite de 2 200 caractères et contenant au moins les éléments suivants:
 - Qui: Titre de l'événement, courte explication
 - Quoi: ce qui sera prévu
 - Quand: Date et heure de l'événement
 - Où: Lieu du déroulement de l'événement
 - Pour: Qui est concerné? Qui est invité? (Qui sponsorise? - à vérifier avec le responsable sponsoring)
- Faites relire le texte à un équipier/responsable communication avant de le publier.
- N'oubliez pas les accréditations quant au design du post.
- N'oubliez pas de taguer les personnes que votre post concerne (hashtags ou @).
- Assurez vous que l'indentation du texte est correct après publication. Si ce n'est pas le cas, utilisez le lien suivant: [ici](#)
- Définissez un moment pour la publication du post (check insights sur Creator Studio)
- Après chaque fin d'événements, pensez à publier la photo galerie.

Pour un post partagé avec un collaborateur: avant de publier un post, allez dans **Identifier des personnes** puis **inviter un collaborateur**

Gestion des stories

- Format 16:9
- Amusez vous avec les nombreux gifs et illustrations pour proposer de belles stories.
- Soyez court mais efficace. Si vous avez beaucoup d'information à faire passer, faites plusieurs stories (mais pas trop non plus).
- N'oubliez pas de taguer les personnes que votre story concerne (@).
- Après chaque fin d'événement et de stories, essayez de regrouper les différentes stories à "la une" de votre compte.

Gestion du tchat

Beaucoup d'étudiants vous contacteront sur cette plateforme.

- Restez professionnel même si la personne d'en face vous manque de respect: vous représentez la CLIC dans son entièreté.
- Demandez conseil au comité si vous peinez à donner une réponse à un étudiant: on est là pour s'entraider.

Telegram

Le [canal Telegram CLIC](#) se doit de contenir un historique des événements ayant eu lieu tout au long de l'année académique dont vous êtes responsable. C'est pourquoi vous devez de publier chaque événement et information nécessaire afin de viser un grand nombre d'étudiants.

Gestion des posts

- Préparez une image/affiche tel que:
 - Photo: pas de contrainte spécifique (vous pouvez réutiliser un design fait pour instagram)
- Rédigez un texte brève en français ET anglais ayant une limite de **4 096** caractères et contenant au moins les éléments suivants:
 - Qui: Titre de l'événement, courte explication
 - Quoi: ce qui sera prévu
 - Quand: Date et heure de l'événement
 - Où: Lieu du déroulement de l'événement
 - Pour: Qui est concerné? Qui est invité? (Qui sponsorise? - à vérifier avec le responsable sponsoring)
- Faites relire le texte à un équipier/responsable communication avant de le publier.
- N'oubliez pas les accréditations quant au design du post.
- Définissez un moment pour la publication du post (check insights [ici](#))

Mails

Pour les informations spécifiques aux boîtes mails, voir [Boîtes mail](#) et [Groupes mail](#)

Groupes mail utiles

- **corps-etudiant.ic@epfl.ch** : pour les étudiant·e·s de l'EPFL
- **invitations-sdf@groupes.epfl.ch** : pour les invitations du [Souper de Faculté](#)
- **labs-ic@groupes.epfl.ch** : pour les labos de l'EPFL (à update tout les ans)

Envoi de mail HTML

- Créez un fichier HTML avec la représentation de votre mail, en suivant ces quelques règles:
 - pas de balises `<style>`
 - un unique fichier HTML sans CSS ou Javascript
 - les images doivent être hébergées en ligne (seul moyen d'ajouter des images dans un mail)
- Copiez l'intégralité du fichier HTML
- Dans EWA, créez un nouveau mail et saisissez un texte court et reconnaissable (ex: **11111** ou **test**)
- Ouvrez le code HTML de la page en appuyant sur **F12**
- Cherchez le petit texte que vous avez écrit
- Faites **modifier comme HTML** et remplacez le texte par votre HTML copié
- Le mail est prêt à être envoyé MAIS il faut penser à tester l'affichage sur plusieurs clients mail.

Affiches

Toujours bien de se référer au [manuel PAO](#) pour les histoires de fond perdu de 3mm et les formats des couleurs utilisées.

Bien penser à mettre le sigle "association reconnue par l'EPFL" sur l'affiche.

Avant d'imprimer les affiches, il faut :

- **Comité** : Demander une relecture au comité sur Mattermost ou en réunion pour s'assurer que l'affiche est OK
- **Mediacom** : Envoyer les visuels sur la demande RITM et attendre commentaires et confirmation de Mediacom

Pour imprimer des affiches, il faut demander à la [repro de l'EPFL](#) en leur envoyant leur [formulaire de commande](#) rempli avec les champs suivants :

- Centre financier n° / fonds n° : ne rien mettre
- Unité / Service : CLIC
- Posters : cocher le format, le plus souvent en A3 ou A2, et renseigner les quantités
- en général, on imprime **20 affiches par événement** en A3 et quelques A2 si c'est un gros event (attention au budget)

(Il faut envoyer aux gens du guichet, et à plusieurs si jamais les gens sont pas dispo : steeve.chevalley@epfl.ch, jade.bourret@epfl.ch, enver.kalimashi@epfl.ch)

Il faut faire une demande à mediacom events@epfl.ch pour chaque nouvelle affiche d'événement.

Placardez les affiches sur les zones d'affichages en INM, sur la diagonale, au BC et au CO s'il en reste et **TOUJOURS AU CARROSSIER**

ATTENTION : depuis novembre 2024 il faut payer au guichet directement, pas de facture avant 50.-

ATTENTION : ISS enlève les affiches des zones d'affichages tous les premiers jours ouvrables de chaque [premier jour ouvré de chaque mois](#).

Maitrise du carrossier

Ne jamais carrosser **PAR-DESSUS** l'affiche. C'est absolument moche, et ça rend l'affiche difficilement récupérable (pour les collectionneur·se·s).

Voici les deux techniques, rangées par ordre de difficulté et par efficacité croissants.

1. **Technique du rouleau du guerrier dragon.**

Elle consiste à enrouler sur lui-même un bout de carrossier, de sorte à le transformer en "carrossier double-faces". Puis de le coller dans un des coins. Puis de faire la même chose pour chacun des coins.

Ça tient pas de ouf de ouf mais ça suffit pour tenir deux semaines s'il n'y a pas trop de vent.

2. **Technique du tigre à dent de sabre, méticuleuse, mais la plus efficace.**

Véritable technique de guerre, il faudra enlever le mur pour désafficher. Voir l'image pour le pattern de carrossier.



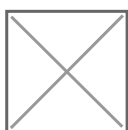
Moyens de communication

Polynex

L'EPFL dispose de plusieurs écrans dispersés sur la plupart du campus: les écrans polynex. Tout le monde peut faire une demande d'affichage sur tout ces écrans et l'affiche sera affichée périodiquement pendant plusieurs jours.

Pour les grosses annonces, vous pouvez faire une demande au Service Desk pour afficher une affiche sur les écrans Polynex de l'EPFL via [ce lien](#).

Attention: Le fichier doit être un jpg.



Site web

Le [site web](#) se doit de contenir un historique des événements ayant eu lieu tout au long de l'année académique dont vous êtes responsable. C'est pourquoi la section "News" doit être mise à jour constamment et dans le respect du plan académique de la communication.

News

Les news apparaissent sur la page principale du site et ici : <https://clic.epfl.ch/news>

Nous allons vous expliquer étape par étape comment procéder pour créer une news sur le site web CLIC.

1. Allez sur <https://clic.epfl.ch/directus/admin/content/news>.
2. Créez une nouvelle news (bouton + en haut à droite)
3. Renseignez tous les champs obligatoires, et pensez aux traductions EN/FR !
4. Une fois que ça vous semble bon, sauvegardez la news. Elle n'apparaîtra pas tant que le status n'est pas "**published**"
5. Si tout vous semble correcte, alors il suffit de modifier le champ **status** en **Published** et la news est disponible sur le site hehe

Il est possible de preview la news en cliquant sur le bouton "Enable Preview" en forme d'œil une fois la news sauvegardée, même si elle n'est pas encore publiée.

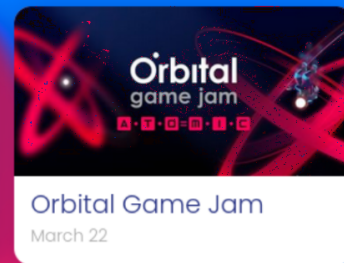
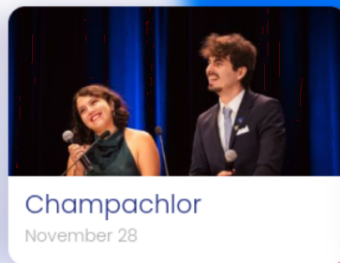
Pensez bien à choisir une image dans le dossier directus "public" ou l'un de ses sous-dossiers. Télécharger une image la rajoute (à chaque fois) dans le dossier public/news.

Pour modifier une image, le bouton "replace file" remplace le fichier source, si l'image est utilisée ailleurs, elle sera remplacée partout ! Si ce n'est pas souhaité, désélectionné l'image et choisissez-en une autre

Galleries

Galleries

2025



La page <https://clic.epfl.ch/galleries> est une sorte de hub vers les différents folders de galleries des événements CLIC.

Pour rajouter une galerie :

1. Allez sur <https://clic.epfl.ch/directus/admin/content/galleries>
2. Créez une nouvelle entrée (bouton + en haut à droite)
3. Renseignez tous les champs obligatoires
4. Sauvegardez... et c'est tout !

Pensez à vérifier que le lien est bien accessible au public, et qu'il ne s'agit pas d'un lien d'édition.

Moyens de communication

LinkedIn

[LinkedIn](#)

Utilisez LinkedIn pour montrer une image destinées aux potentiels sponsors de la CLIC intervenants extérieurs lors d'événements ou de professeurs, etc. Ne poster que l'annonces d'événements qui ne concernent pas que les étudiants (pulls de Faculté, présentation du comité CLIC, Souper de Faculté, ICBD...).

Moyens de communication

Page Alumni

La plateforme [EPFL Alumni](#) est une sorte de LinkedIn pour les alumni EPFL. On a une page là-dessus et ça permet de keep avec les ancien.ne.s comités de l'assos !

Il faut qu'un alumni de la CLIC s'en charge pour pouvoir poster du contenu cependant... Peut-être un problème à voir avec l'équipe d'EPFL Alumni.