



UNIGE | RÉSEAUX SOCIAUX

Conseils d'utilisation



INSTAGRAM

Premiers pas sur Instagram

L'Université de Genève possède un compte Instagram <https://www.instagram.com/unigeneve>.

Vous pouvez créer un compte Instagram pour votre Faculté, Service, Département...

Tenez compte du fait que **la modération d'un réseau social demande un suivi quotidien**.

Vous gérez librement le contenu de votre compte. Cependant, lors de sa création, il vous faut intégrer quelques éléments pour garder une cohérence institutionnelle:

- 1 à 2 Création d'un profil
- 3 à 4 Faire connaître son compte
- 5 Dynamiser ses publications
- 6 Story Instagram
- 7 Photos et vidéos
- 8 Droit à l'image
- 9 Copyright
- 10 à 11 Publicité et Algorithmes

Nous vous rendons attentif/ve au fait que vous êtes responsable du contenu de votre compte ainsi que de sa mise à jour.

Le compte doit rester un **lieu de courtoisie** où les règles du savoir-vivre s'appliquent comme partout ailleurs. L'usage d'Instagram doit se faire dans les limites de la **légalité**, de l'**éthique**, des principes et des valeurs qui donnent un contenu à la liberté académique.


Quel que soit le type de message posté, il doit être conforme à la loi, aux bonnes mœurs, à la dignité et à la réputation de l'Université et de ses membres. Sont notamment à éliminer les messages à caractère calomnieux, diffamatoire, injurieux, raciste, sexiste, pornographique.



① Création d'un profil

Choisissez un titre pour votre profil Instagram, cela peut être votre acronyme (FTI, ISE, etc.). Ajoutez l'acronyme de l'UNIGE à votre nom d'utilisateur: [@egaliteunige](#); [@culture.unige](#).

Complétez votre profil avec une biographie, votre site web, un email et/ou téléphone.

<p>Modifier profil</p> <p>Changer de mot de passe</p> <p>Apps et sites web</p> <p>E-mail ou texto</p> <p>Notifications push</p> <p>Gérer les contacts</p> <p>Sécurité et confidentialité</p> <p>Activité de connexion</p> <p>E-mails d'Instagram</p>	<div style="text-align: center;">  <p>unigeneve Modifier la photo de profil</p> </div> <p>Nom <input type="text" value="Université de Genève (UNIGE)"/></p> <p><small>Aidez les gens à trouver votre compte à l'aide de votre nom le plus connu, que ce soit votre nom complet, votre surnom ou votre nom d'entreprise.</small></p> <p><small>Vous pouvez uniquement changer votre nom deux fois tous les 14 jours.</small></p> <p>Nom d'utilisateur <input type="text" value="unigeneve"/></p> <p>Site web <input type="text" value="https://www.unige.ch/"/></p> <p>Bio <input type="text" value="Partagez votre quotidien à l'UNIGE et taguez nous sur vos photos ou stories avec @unigeneve"/></p> <p>Informations personnelles <small>Fournissez vos informations personnelles, même si le compte est utilisé pour une entreprise, un animal, ou autre chose. Elles n'apparaîtront pas sur votre profil public.</small></p> <p>Adresse e-mail <input type="text" value="socialmedia@unige.ch"/></p> <p>Numéro de téléphone <input type="text" value="0041 22 379 71 11"/></p>
---	---

② Les photos de profil

Afin de bien identifier votre Faculté, Département, Service, Institut... utilisez un logo UNIGE personnalisé. Vous pouvez en faire la demande aux graphistes par email: graphistes@unige.ch. Choisissez ensuite une photo de couverture.



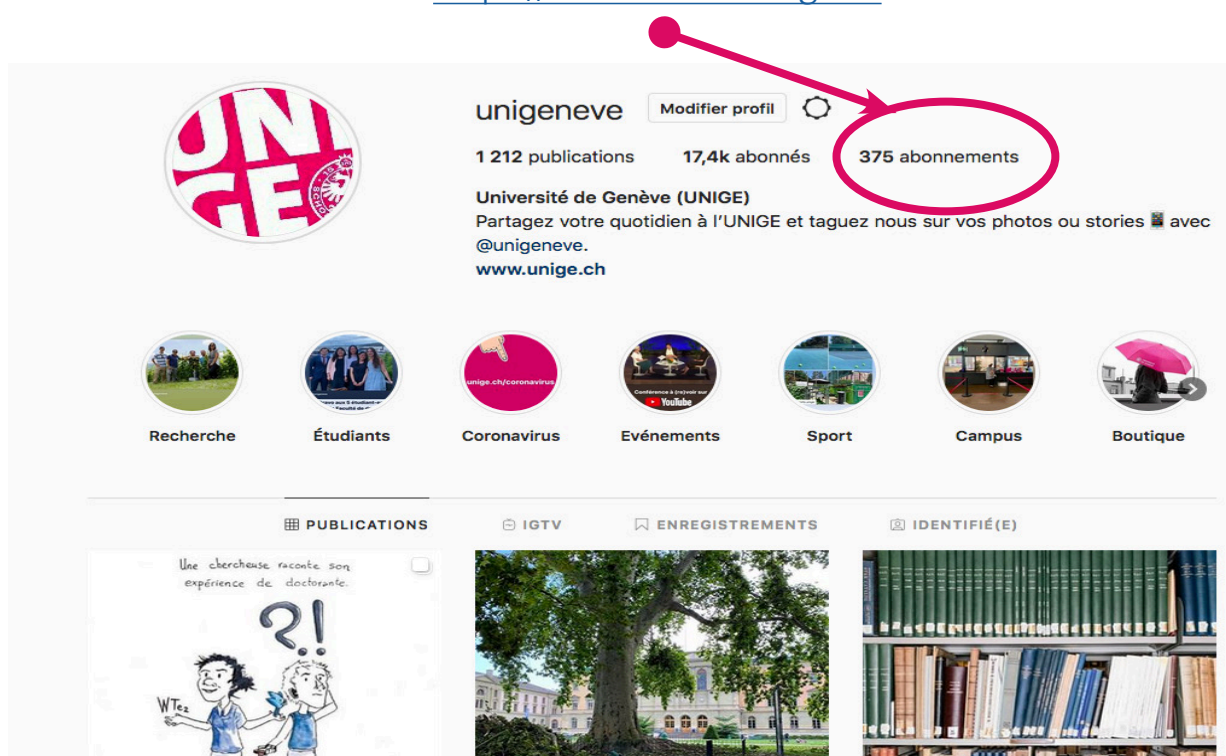
③ Connectez votre compte aux autres comptes de l'institution

Cela offrira une plus grande visibilité à l'institution auprès des visiteurs/euses, un plus grand nombre de visites de chaque compte et donc potentiellement plus d'abonnements à votre compte.

Comment faire?

Lorsque votre compte est fait, allez sur <https://www.instagram.com/unigeneve/> et cliquez sur le bouton **S'abonner**.

Faites de même avec les autres comptes Instagram de l'UNIGE. Vous les trouverez dans la section **Abonnements** ou sur <https://socialmedia.unige.ch>



④ Faites connaître votre compte

Informez le [service communication](#), les collaborateurs/trices, les étudiant-es et le public de l'existence de votre compte. Partagez-le sur votre site web, sur vos autres réseaux sociaux, dans votre newsletter ou encore dans votre signature d'e-mail.

5 Publications

Instagram est le réseau social pour partager vos photos et vos vidéos. N'hésitez pas à valoriser les réalisations, les distinctions et les recherches de vos collaboratrices et collaborateurs, étudiantes et étudiants. Partagez également les nouveautés de votre structure.

Comment faire?

Utilisez des **hashtags** en lien avec votre photo (ex: #science, #etudiant, #studentlife, #phdlife, #laboratoire, #unigeneve, #geneve, etc.)

Afin de créer des synergies, il est important de **taguer** les personnes ainsi que les services et les institutions partenaires dans vos publications. Votre contenu aura alors plus de chance d'être partagé. → Un tag se fait avec un **@** avant devant le nom du compte en question.

Pour vous aider, une [liste des différents comptes institutionnels](#) est disponible en ligne.

N'hésitez pas à taguer l'UNIGE **@unigeneve** pour que vos publications soient publiées sur le compte institutionnel! Vous pouvez également utiliser les hastags **#unigeneve** ou **#universitedegeneve**. Mentionnez également les comptes de vos éventuels partenaires. Cela vous fera gagner en visibilité et peut-être acquérir des abonné-es. Utilisez la **géolocalisation** dans les bâtiments universitaires.



6 Story Instagram

Les stories, **publications éphémères de 24h** sous forme de photo ou de vidéo, sont très populaires sur les réseaux sociaux. Les photos ou vidéos doivent être prises en **format vertical**. Elles vous permettent de dévoiler par exemple les coulisses d'un événement ou de vous adresser directement à votre audience, de manière plus spontanée.

La story vous donne la possibilité d'ajouter des tags (émoticônes, géolocalisation, heure, animations, etc.) ou encore de créer des sondages.

ATTENTION : Pour que vos stories puissent être partagées par d'autres comptes, n'oubliez pas de mentionner les comptes choisis (@XXX) dans votre publication. Vos partenaires seront ainsi notifiés et pourront ajouter automatiquement cela à leur story.

Il est possible de rendre vos stories visibles de façon permanente si vous les **ajoutez à la une**. Vous pourrez alors créer des dossiers sur différents thèmes (étudiant-es, événements, cours, etc.).



7 Photos et vidéos

Photos

Partagez des photos de votre quotidien en mettant en avant vos collaborateurs/trices, vos étudiant-es, votre environnement de travail ou encore vos événements. Vos abonné-es aiment mettre un visage sur une institution et savoir ce qui se passe dans les coulisses.

Recommandations

Faites attention à l'esthétique de vos photos et soyez créatifs. La qualité des photos est cruciale pour faire connaître votre compte. Veillez à définir une ligne éditoriale.



Vidéos

Si vous produisez des vidéos, téléchargez-les directement sur Instagram et pensez à informer le service de communication et vos partenaires avant publication sur les réseaux sociaux. Renseignez-vous sur les différents formats et durées de vidéos possibles selon votre canal de diffusion (sur le fil, en story ou sur Instagram TV).

8 Droit à l'image

Veillez à avoir l'accord des personnes figurant sur les photos (reconnaisables et plan rapproché) avant de les partager sur vos réseaux sociaux.

Partager une photo sans leur consentement peut être considéré comme une atteinte illicite à la personnalité.

Nuance: si la ou les personnes sont considérées comme «accessoires» ou en arrière plan ≠ atteinte illicite à la personnalité

Le consentement n'est pas nécessaire:

- Si l'image porte sur une personnalité publique ou un-e sportif/ve
- Lors de manifestations publiques car les personnes sont conscientes qu'il peut y avoir des photographes. **Remarque:** Les photos prises dans ce cadre ne doivent pas cibler une personne et être utilisées pour illustrer l'événement et à des fins informatives uniquement.

Pensez à avertir les participant-es si des photos sont prises dans le cadre d'un événement.

9 Copyright

Veillez à respecter le droit d'auteur-e sur une image (droits de la propriété intellectuelle). Assurez-vous que les images ou les visuels utilisés sont libres de droit.

Attention: Une image trouvée sur internet ≠ libre de droit

Gardez à l'esprit que certaines images ou photos ne peuvent pas être utilisées à des fins commerciales.



10 Publicité

Les campagnes de [publicité sur Instagram](#) vous permettront d'atteindre un public précis, en dehors de vos abonné-es. Si vous souhaitez promouvoir un contenu sur Instagram et que vous avez besoin de conseils, contactez la responsable réseaux sociaux socialmedia@unige.ch

Vous pouvez sponsoriser une publication ou une vidéo déjà existantes. Vous pouvez également créer du contenu dédié uniquement à la publicité et qui ne sera pas visible sur votre page.

ATTENTION: Pour toute publicité, il est crucial de définir vos objectifs et votre public cible.

11 Algorithme

Tous les réseaux sociaux disposent d'un **algorithme** qui détermine la visibilité des publications sur le fil d'actualité en les hiérarchisant, aussi bien pour les profils que pour les pages. Cet algorithme a pour but de montrer aux utilisateurs du contenu de qualité susceptible de les intéresser en priorité dans leur fil d'actualité.

À chaque publication, l'algorithme juge en premier lieu la qualité du contenu. Les images et vidéos sont-elles «native»? La publication est-elle inédite? Ne comporte-t-elle pas de piège à clics ou d'incitations aux partages et aux likes?

Plus le contenu est qualitatif, plus le logiciel-robot mettra en avant vos publications!

La publication est ensuite montrée à seulement 1 % de vos abonné-es. L'algorithme juge alors la réaction des utilisateurs/trices soumis à la publication:

La publication suscite-t-elle des likes, des commentaires, des partages? Les vidéos ont-elles un temps de visionnage minimum? Ou au contraire, ma publication récolte-t-elle des commentaires négatifs, signalements, etc.?

Plus les réactions sont rapides et positives, plus Facebook diffusera une publication, et inversement.

La publicité est une solution pour que vos contenus soient montrés à un plus grand nombre de personnes, parfois même à vos propres abonné-es à qui les réseaux sociaux n'auraient pas montré vos publications dans leur fil d'actualité.
