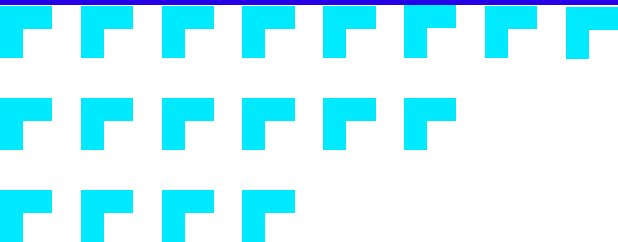
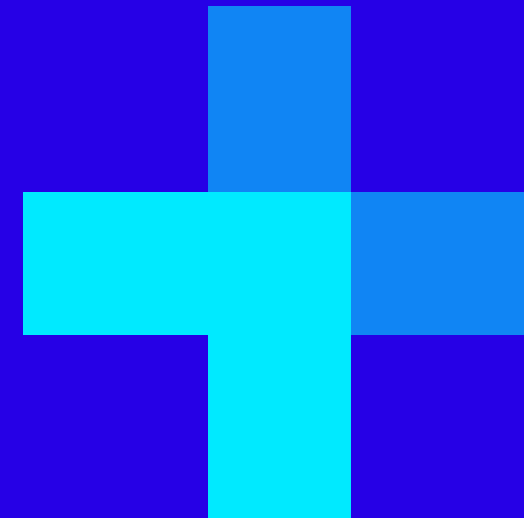

Plan de communication Programme RESET



Animé par :



Sommaire

- + [Contexte](#)
- + [Audit](#)
- + [Constat](#)
- + [Cibles](#)
- + [Objectifs](#)
- + [Organisation interne](#)
- + [Stratégie des moyens](#)
- + [Présentation du programme et règle de communication](#)
- + [Newsletters](#)
- + [LinkedIn](#)
- + [Vidéo](#)
- + [Podcast](#)
- + [Planning](#)
- + [Indicateurs de performances](#)
- + [Points de vigilances](#)
- + [Recommandation](#)

Contexte général du programme RESET

Depuis 2025, le programme connaît un tournant stratégique avec la mise en place d'une coanimation deux structures aux expertises complémentaires :

- + Le Pôle énergie Bourgogne-Franche-Comté, acteur de référence dans le domaine de la transition énergétique et de la performance environnementale des bâtiments.
- + Le RéQua (Réseau Qualité des établissements sanitaires et médico-sociaux de Bourgogne-Franche-Comté), structure spécialisée dans l'accompagnement qualité des établissements de santé et médico-sociaux.

Cette coanimation représente une réelle opportunité pour consolider le réseau RESET, enrichir ses actions et répondre de manière plus fine aux besoins des établissements de santé. Cependant, elle introduit aussi de nouveaux enjeux de communication, tant sur la cohérence du discours que sur la visibilité du programme. Deux structures, deux cultures professionnelles, deux identités... mais un seul message à transmettre au public cible. Les établissements doivent percevoir RESET comme un programme unifié, lisible, et crédible, porté d'une seule voix. La communication devient alors un levier stratégique pour garantir l'harmonisation du discours, éviter toute confusion autour de l'identité du programme, et valoriser les atouts de cette coanimation.

Équipe du programme RESET

					
David BOILEAU Coordinateur du Programme	Virginie DEMESY Chargée de mission Énergie-Santé	...	Ines BOUROTTE- LAROCHE Chargée de mission Qualité Environnement	Lucie GUERGEN Chargée de mission Qualité Environnement	...

Audit des outils de communication du programme RESET

Dans le but de comprendre au mieux le fonctionnement du programme au niveau de la communication. Un audit regroupant les outils et supports de communication utilisés a été réalisé. Cette analyse a permis d'identifier certains points forts et les axes d'amélioration pour le prochain plan de communication.

Outils / supports existants

- + **Plaquette de présentation** : Une plaquette papier et numérique existe, mais elle n'est plus à jour.
- + **Site internet** : En cours de mise à jour.
- + **Vidéos** : Une vidéo de présentation du programme est disponible (mais pas à jour), d'autres sont en préparation.
- + **Intrademe** : Plateforme pour la communauté du programme RESET (avec les membres uniquement du programme.)
- + **Mailing via BREVO**
- + **Fiches pratiques**
- + **Supports** : Le programme possède sa propre charte graphique qui est déclinée sur plusieurs supports et outils tels que PPT, site, plaquette, réalisé par des prestataires
- + **Rapport d'activité**

Piste d'outils manquants à développer

- + **Réseaux sociaux** : Absence de pages LinkedIn et YouTube.
- + **Podcast**
- + **Vidéos RS**
- + **Newsletters** : En cours de réflexion, par l'équipe.

Outils / supports a mettre à jour

- + **Roll'up**
- + **PTT**
- + **Fiches pratiques**
- + **Site internet** : Nouveau nom de domaine, mise à jour des texte et des logos
- + **Ajout des logos des partenaires**

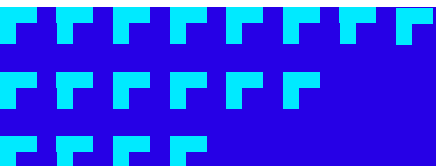
Constat sur l'organisation interne du Programme

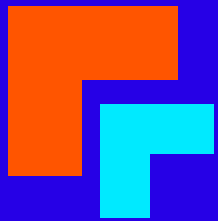
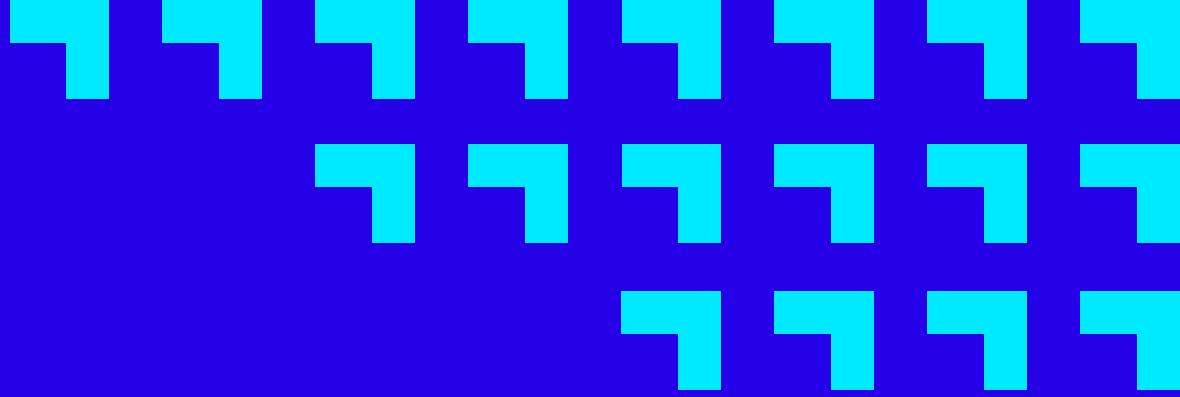
L'organisation interne du programme RESET, notamment en ce qui concerne la coanimation entre le Pôle énergie Bourgogne-Franche-Comté et le RéQua, a révélé plusieurs défis de coordination. Si la collaboration repose sur une volonté de mutualiser les compétences et d'avancer ensemble dans l'accompagnement des établissements de santé et médico-sociaux, l'absence de structuration initiale a conduit à une organisation partiellement improvisée.

Les rôles n'ayant pas été clairement définis dès le départ, certaines actions ont été lancées dans l'urgence, sous l'effet d'une volonté d'aller vite, mais au détriment parfois de la lisibilité et de la cohérence dans la répartition des tâches. Un tableau Excel de suivi des rôles a bien été amorcé, traduisant un premier effort d'organisation, mais cet outil reste incomplet et sous-utilisé, ce qui limite son efficacité pour piloter la coanimation au quotidien.

Dans ce contexte, il devient nécessaire de renforcer la structuration interne. Finaliser le tableau de répartition des tâches est une priorité, tout comme la mise en place d'un planning éditorial et d'un rétroplanning partagé pour les actions de communication. Ces outils permettraient à l'équipe RESET de mieux anticiper, de clarifier les responsabilités et de garantir une continuité d'action dans le temps. Par ailleurs, pour soutenir cette dynamique, l'utilisation de logiciels collaboratifs adaptés est fortement recommandée. Des plateformes comme Trello (gestion de tâches en tableau) ou Notion (centralisation de documents, tableaux, suivis éditoriaux) pourraient considérablement faciliter la coordination, en offrant une vision partagée et actualisée en temps réel de l'avancement des actions. L'enjeu n'est pas de complexifier les outils, mais au contraire de fluidifier les échanges et de sortir de la gestion par mail ou par fichiers épars.

Enfin, un autre facteur organisationnel important vient renforcer ce besoin de structuration : l'arrivée proche d'un troisième coanimateur, qui vient compléter l'équipe chargée d'animer le programme. À terme, un quatrième coanimateur pourrait également rejoindre le dispositif. Cette évolution rend indispensable une clarification renforcée des rôles, des outils partagés et des processus de validation, afin de maintenir une cohérence globale du message RESET et une efficacité dans l'action collective.





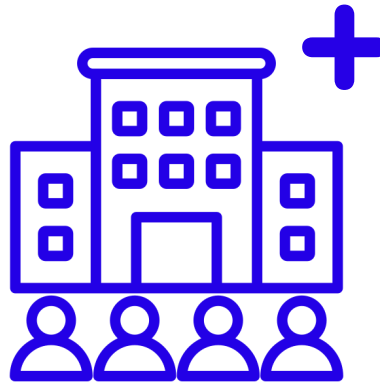
Comment un plan de communication commun peut-il garantir une cohérence de discours entre le Pôle Énergie et le RéQua tout en assurant une visibilité claire du programme RESET auprès de ses publics ?



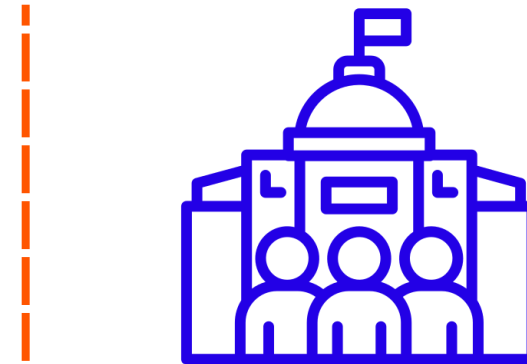
Les cibles du plan de communication RESET



Établissements
de santé et médico-sociaux
déjà membres



Établissements
de santé et médico-sociaux
potentiels



Partenaires financiers
(ARS, ADEME, Banque des territoires, L'anap)

Les objectifs du plan de communication RESET

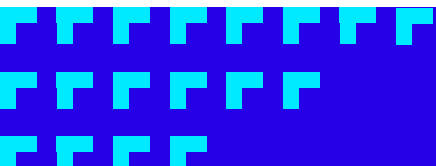
Pour répondre à la problématique de cohérence entre le Pôle énergie et le RéQua tout en valorisant le programme auprès de ses publics, les objectifs du plan sont divisés entre objectifs externes (visibilité, notoriété, engagement) et objectifs internes (cohésion, coordination, mutualisation).

Objectifs externes (visibilité et lisibilité du programme)

- + Renforcer la notoriété du programme RESET auprès des établissements sanitaires et médico-sociaux de la région.
- + Présenter de façon simple la coanimation entre le Pôle énergie et le RéQua et les futurs coanimateurs
- + Accroître le nombre d'établissements intégrés au réseau, en suscitant l'adhésion par des témoignages, retours d'expérience, formats engageants.
- + Promouvoir les ressources, formations et événements proposés, en les rendant plus accessibles et attractifs.

Objectifs internes (cohérence, fluidité et efficacité de la coanimation)

- + Harmoniser les discours et les supports de communication entre le Pôle énergie et le RéQua.
- + Clarifier les rôles et responsabilités de chaque structure pour la communication.
- + Mettre en place des outils partagés pour la création et la diffusion des contenus (charte graphique, calendrier éditorial, etc.)
- + Renforcer la collaboration entre les communicants des deux structures, via des temps d'échange, de validation croisée et de veille commune.



Organisation interne

La réussite de la stratégie de communication du programme RESET repose sur une organisation interne claire, partagée et structurée entre les différents coanimateurs. Pour répondre aux difficultés identifiées dans le constat notamment le manque de formalisation de la répartition des tâches, l'utilisation partielle des outils existants et l'arrivée de nouveaux membres dans l'équipe plusieurs solutions concrètes sont proposées.

La première priorité consiste à finaliser et utiliser pleinement le tableau de répartition des rôles en communication. Cet outil, partagé entre les structures, doit indiquer qui est responsable de chaque canal ou action (newsletter, LinkedIn, vidéos, podcast, etc.), qui est co-responsable ou en appui, et quelles tâches sont associées. Ce tableau permet à chacun de visualiser clairement son périmètre d'action et d'éviter les chevauchements ou les oublis.

Pour structurer la planification, deux outils complémentaires seront mis en place : un calendrier éditorial mensuel, qui recense tous les contenus à produire et diffuser (posts, newsletters, vidéos, etc.), et un rétroplanning semestriel, qui permet d'anticiper les actions liées aux temps forts du programme (webinaires, publications, événements RESET). Un tableau de coordination des actions de communication viendra compléter ce dispositif, en indiquant pour chaque action : son statut, ses échéances, ses responsables et les livrables associés. En parallèle, l'utilisation d'outils collaboratifs numériques est fortement recommandée pour fluidifier la coanimation à distance. Trello pourra être utilisé pour le suivi des tâches par canal (ex. : une colonne "newsletter", une colonne "LinkedIn"...). L'objectif n'est pas de multiplier les outils, mais de favoriser une culture de travail commune, fondée sur des supports simples mais utilisés collectivement.

Pour animer cette coordination, il est proposé d'instaurer une réunion mensuelle (minimum) de pilotage entre les coanimateurs, permettant de faire le point sur les productions en cours, les validations à venir et les échéances majeures. Des points de coordination thématiques peuvent également être organisés ponctuellement, à l'initiative des référents (par exemple pour la préparation d'une vidéo ou d'un podcast). Enfin, une procédure simple de validation des contenus sera définie selon leur nature : validation par un binôme pour les contenus spécifiques, validation par le référent communication pour les contenus plus courants.

Enfin, avec l'élargissement de l'équipe (arrivée d'un troisième coanimateur), il est indispensable de penser une organisation évolutive. Cela implique de documenter clairement les rôles, outils et méthodes déjà en place, afin de faciliter l'intégration de nouveaux membres. Une logique de référents par thématique (communication, animation réseau, production de ressources, événements) peut également être mise en œuvre pour renforcer l'efficacité collective et éviter les zones d'ombre.

Stratégie des moyens

Dans une dynamique de montée en puissance du programme RESET et face à la nécessité d'assurer une communication claire, cohérente et engageante entre le Pôle énergie Bourgogne-Franche-Comté et le RéQua, la mise en place d'une stratégie des moyens structurée est devenue indispensable.

L'objectif est double : s'appuyer sur les outils de communication existants, tout en développant de nouveaux formats capables de répondre aux évolutions des usages et de renforcer la visibilité du programme.

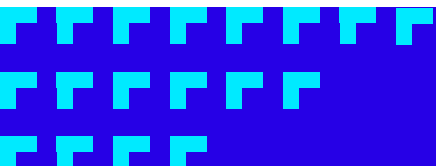
À ce jour, le programme RESET bénéficie de plusieurs outils et actions de communication qui ont contribué à sa reconnaissance régionale : une plaquette de présentation, un site internet dédié, des journées régionales d'échanges et de sensibilisation, des webinaires thématiques. Ces outils et actions traditionnels continueront d'être utilisés et valorisés, car ils jouent un rôle essentiel dans l'ancrage institutionnel et la communication directe auprès des établissements.

Cependant, pour accompagner la nouvelle étape que constitue la coanimation entre le Pôle énergie et le RéQua, et pour toucher plus largement l'ensemble des acteurs sanitaires et médico-sociaux de Bourgogne-Franche-Comté, il est nécessaire d'enrichir la stratégie par des moyens plus interactifs et accessibles. L'évolution des pratiques d'information marquée par la montée en puissance du numérique, des formats courts, et de l'audio-visuel impose d'adapter les supports pour capter et fidéliser l'attention dans un environnement saturé de messages.

La stratégie des moyens proposée vise à compléter les outils déjà utilisés par RESET :

- + Un podcast pour incarner la transition énergétique en santé à travers les voix du terrain
- + Des vidéos courtes pour donner à voir concrètement les projets portés par les établissements
- + Une newsletter régulière pour maintenir un lien direct et rythmé avec les membres du réseau
- + Un compte LinkedIn RESET pour accroître la visibilité du programme

Ils permettront d'animer le réseau tout au long de l'année, de renforcer le sentiment d'appartenance au programme RESET, et de positionner RESET comme un acteur moteur de la transition écologique dans le secteur de la santé en Bourgogne-Franche-Comté. La combinaison des outils existants et des nouveaux supports permettra de construire une communication plus complète et plus impactante, capable de soutenir durablement les ambitions du programme RESET.



Présentation du programme et règle de communication

Dans une stratégie de communication partagée entre plusieurs structures, il est essentiel de poser des règles communes pour présenter le programme de manière claire, lisible et cohérente. Cette exigence concerne à la fois la manière de parler du programme RESET, la visibilité des structures impliquées, et le fonctionnement collaboratif de l'équipe de communication.

Chaque prise de parole sur RESET qu'il s'agisse d'une publication LinkedIn, d'une présentation orale, d'une newsletter ou d'un support print doit respecter un principe de clarté, d'accessibilité et de cohérence. Le programme doit être présenté dans un langage simple, compréhensible par tous les types d'établissements. Un élément de langage commun (à rédiger en amont) pourra être proposé aux membres de l'équipe pour garantir une base identique dans la manière de présenter les objectifs, les axes de travail et l'intérêt du programme etc.

Visibilité obligatoire des coanimateurs

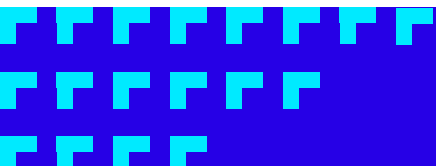
La communication autour du programme RESET doit systématiquement mentionner et valoriser la coanimation entre le Pôle Énergie Bourgogne-Franche-Comté et le RéQua et les autres prochainement. Cela implique notamment :

- + L'apposition des logos sur tous les supports de communication : newsletters, vidéos, visuels réseaux sociaux, guides, flyers, plaquettes, documents PDF, etc.
- + La mention des membre de l'équipe dans les publications LinkedIn.

Règles de fonctionnement interne à respecter

Pour assurer une coordination fluide et éviter les décalages, certaines règles internes doivent être respectées par tous les membres de l'équipe communication RESET :

- + Chaque membre de l'équipe doit être informé des actions de communication en cours ou à venir (podcast, vidéos, newsletters, événements...).
- + Les publications (posts LinkedIn, newsletters, visuels...) doivent être relues ou validées par un autre coanimateur lorsqu'elles concernent un contenu spécifique.
- + L'équipe doit veiller à une bonne circulation de l'information sur les nouveautés du programme (nouveaux établissements, ressources, événements planifiés).



Présentation du programme et règle de communication

Une vidéo de présentation dynamique du programme et de son équipe coanimatrice

Pour améliorer la visibilité du programme RESET et offrir une présentation claire et accessible de son fonctionnement, la réalisation d'une vidéo de présentation type interview, d'une durée comprise entre 5 et 10 minutes.

Cette vidéo aura pour objectif de présenter le programme, les structures coanimatrices et les membres de l'équipe, tout en valorisant le programme et les grands enjeux de la transition écologique en santé.

Le tournage, le montage et l'accompagnement éditorial seront confiés à un prestataire extérieur, afin de garantir une qualité professionnelle, tant sur le plan visuel que sonore. Cette externalisation permettra de bénéficier d'un appui sur la mise en scène, la captation, le rythme de la vidéo et l'ajout d'éléments graphiques (titres animés, mots-clés, pictogrammes, transitions visuelles...).

La vidéo s'articulera autour d'un format interview croisée ou alternée, dans lequel les membres de l'équipe coanimatrice (Pôle Énergie, RéQua, et 3e coanimateur) prendront la parole tour à tour mais également des moments d'échanges.

L'idée est de donner un visage au programme, tout en expliquant de manière simple et vivante :

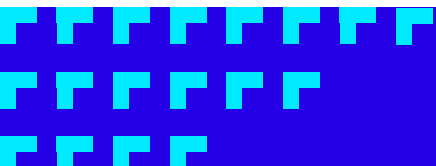
- + les origines et les objectifs de RESET,
- + les rôles respectifs des coanimateurs,
- + les grandes thématiques abordées dans le programme,
- + la manière dont les établissements peuvent s'impliquer,

La ligne directrice de la vidéo reposera sur un ton accessible, dynamique et positif. Le contenu doit être compréhensible par l'ensemble des établissements du réseau, quels que soient leur taille ou leur niveau d'implication dans la transition écologique. Il ne s'agira pas d'entrer dans des détails techniques, mais bien de poser les bases du programme.

Le rythme de la vidéo sera volontairement fluide, avec des séquences courtes, des éléments graphiques intégrés à l'image (extraits visuels du programme, chiffres-clés animés, mots-clés en surimpression), pour maintenir l'attention et favoriser la mémorisation des messages.

L'habillage graphique respectera la charte visuelle du programme RESET, incluant les logos des coanimateurs, et pourra être décliné sur d'autres formats vidéo par la suite.

Cette vidéo pourra être diffusée sur le site internet RESET, relayée dans la newsletter, projetée lors des journées régionales ou utilisée en introduction lors de webinaires ou de rencontres de réseau.



Présentation du programme et règle de communication

Le programme RESET (Réseau des Établissements de Santé en Transition), coanimé par le Pôle Énergie Bourgogne-Franche-Comté et le RéQua, souhaite réaliser une vidéo de présentation afin d'expliquer sa mission, incarner son équipe, et renforcer sa visibilité auprès des établissements sanitaires et médico-sociaux de la région.

Objectifs de la vidéo

- + Présenter de façon claire et engageante le programme RESET : origine, missions, publics cibles.
- + Donner un visage humain au programme en mettant en avant les membres de l'équipe coanimatrice.
- + Expliquer la logique de coanimation et les rôles respectifs des structures impliquées.
- + Valoriser les thématiques principales du programme.
- + Créer un support polyvalent pour une diffusion sur différents canaux (site web, LinkedIn, newsletter, événements RESET).

Format et durée

- + Durée finale souhaitée : entre 5 et 10 minutes maximum.
- + Format : vidéo type interview alternée ou croisée (face caméra), avec intégration de séquences graphiques.
- + Ton attendu : professionnel, accessible, dynamique, humain.
- + Public cible : établissements de santé et médico-sociaux, partenaires institutionnels, agents, directions.

Contenu à aborder

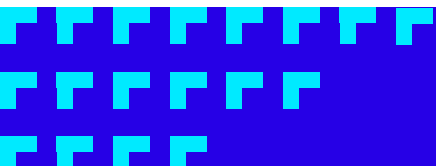
- + Présentation rapide et claire du programme RESET (pourquoi, pour qui, sur quoi).
- + Le fonctionnement en coanimation (rôle du Pôle Énergie, rôle du RéQua).
- + Les grands axes thématiques du programme (énergie, déchets, alimentation, etc.).
- + L'accompagnement proposé aux établissements.

Exigences techniques

- + Tournage multi-caméras si possible pour varier les plans (plongée/légère contre-plongée).
- + Éléments graphiques à intégrer
- + Respect de la charte graphique RESET (couleurs, polices, etc. à fournir par les commanditaires).

Livrables attendus

- + Une vidéo principale montée (5 à 10 minutes, format .mp4 en HD)
- + Une version courte (1 minute à 2 minutes max) type teaser si possible



Newsletters

Dans une logique de fidélisation et d'animation régulière de la communauté RESET, la création d'une newsletter dédiée représente un outil stratégique essentiel. Cette newsletter permettra de maintenir un lien direct, simple et régulier avec les établissements du réseau, les partenaires institutionnels et tous les acteurs intéressés par la transition écologique en santé.

Elle offrira un espace pour informer, valoriser et engager les établissements dans les différentes actions du programme.

Pensée comme un rendez-vous d'information périodique, la newsletter RESET permettra de :

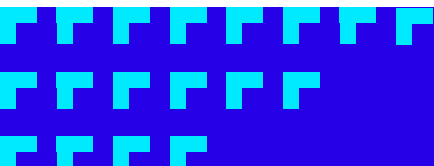
- + Relayer les actualités du programme et les évolutions majeures.
- + Promouvoir les événements organisés (webinaires, journées régionales, visites de sites).
- + Valoriser les projets exemplaires et les retours d'expérience des établissements.
- + Diffuser les nouvelles ressources mises à disposition (guides pratiques, outils de suivi, appels à projets).
- + Les différentes actualités divers ou plus ponctuelle.

Pourquoi mettre en place une newsletter pour RESET ?

Le lancement d'une newsletter s'inscrit dans la volonté de structurer la communication du programme autour de canaux propriétaires et maîtrisés. Contrairement aux réseaux sociaux, où la portée des messages dépend des algorithmes, la newsletter permet d'assurer que l'information parvienne directement aux établissements et aux acteurs concernés.

Objectifs :

- + Renforcer la visibilité des actions et ressources proposées par RESET.
- + Créer un lien de proximité avec les établissements et partenaires.
- + Valoriser les initiatives issues du terrain pour inspirer d'autres structures.
- + Favoriser la participation aux événements et aux projets portés par le programme.



Newsletters

Chaque numéro de la newsletter pourra être structuré de manière simple et attractive :

- + Une actualité RESET à la une (événement, évolution du programme, nouveauté).
- + Un zoom sur une action ou un projet exemplaire mené par un établissement.
- + Les ressources du moment (nouveaux guides, outils pratiques).
- + L'agenda des événements à venir (webinaires, ateliers, visites, appels à projet).

Le design sera cohérent avec l'identité visuelle du programme RESET (charte graphique, logo de **tous** les animateurs, couleurs). Chaque newsletter devra être optimisée pour une lecture sur ordinateur, tablette et mobile, avec un temps de lecture estimé entre 3 et 5 minutes maximum. Un lien d'inscription sera accessible via le site RESET et les réseaux sociaux, avec une gestion RGPD conforme pour le traitement des adresses email.

Bénéfices attendus

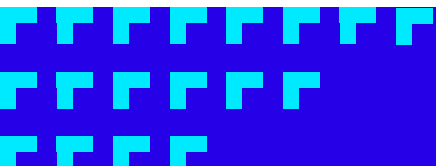
- + Accroître la fidélité des établissements et partenaires au programme RESET.
- + Maintenir une visibilité continue du programme entre deux événements majeurs.
- + Renforcer l'image d'un réseau actif et engagé dans la transition écologique en santé.
- + Augmenter la participation aux actions proposées grâce à des invitations ciblées et régulières.

Fréquence et structure de la newsletter

La fréquence bimestrielle est à privilégier pour le lancement de la newsletter. Ce choix s'explique par le volume d'informations actuelle disponible. À ce stade, il est plus pertinent de regrouper les actualités, ressources et événements dans un format complet tous les deux mois, plutôt que de risquer des envois mensuels peu fournis. Cela permet d'assurer un contenu de qualité, cohérent et utile pour les établissements.

Ce rythme laisse également le temps nécessaire à la production et à la coordination entre les partenaires.

Lorsque le programme aura du contenu plus régulier tel des actus, de nouvelles ressources ou l'organisation d'événements plus fréquents la newsletter pourra alors passer à un rythme mensuel. Cette évolution se fera naturellement, en fonction de l'enrichissement du contenu à relayer.



LinkedIn

Pour le développement de la visibilité numérique du programme RESET, la création d'un compte LinkedIn professionnel dédié apparaît comme un axe stratégique majeur. LinkedIn s'impose aujourd'hui comme la plateforme privilégiée pour communiquer auprès des professionnels, échanger avec les établissements sanitaires et médico-sociaux, valoriser les partenaires institutionnels et diffuser des contenus de qualité sur la transition énergétique et écologique en santé.

Le compte LinkedIn RESET permettra de :

- + Renforcer la notoriété du programme auprès des établissements de santé et médico-sociaux de Bourgogne-Franche-Comté.
- + Valoriser les projets exemplaires portés par les établissements du réseau.
- + Promouvoir les événements RESET (webinaires, journées régionales, formations, etc).
- + Diffuser de manière régulière les actualités, nouvelles ressources et témoignages.
- + Développer une communauté engagée autour des enjeux de transition en santé.

Pourquoi créer un compte LinkedIn pour RESET ?

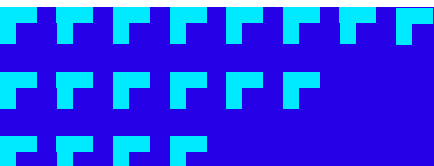
Le lancement d'un compte LinkedIn permettra d'ancrer la communication de RESET dans les usages professionnels actuels. LinkedIn représente aujourd'hui un levier essentiel pour atteindre directement les cibles. Cette présence permettra aussi d'afficher la dynamique RESET de manière officielle, cohérente et régulière. LinkedIn offrira la possibilité de mesurer l'engagement des cibles grâce à des indicateurs de performance précis (vues, interactions, partages, abonnés).

Objectifs

À travers ce compte LinkedIn, l'objectif est de :

- + Accroître la visibilité de RESET et de ses actions.
- + Soutenir les autres actions de communication (diffusion des podcasts, vidéos, annonces d'événements).

Afin de garantir la visibilité du compte dès ses débuts, il est recommandé de maintenir une activité sur le compte LinkedIn du Pôle énergie en parallèle du compte dédié au programme. Le temps que le compte gagne en notoriété et en audience, il est essentiel de mentionner RESET, de relayer ses contenus, et de publier directement certaines informations sur le compte du Pôle.



LinkedIn

Chaque publication devra être claire, concise, engageante et illustrée (visuels, infographies, vidéos courtes).

Exemples de contenu :

- + Des annonces d'événements, webinaires et d'ateliers.
- + La diffusion des podcasts et des vidéos produits par le programme.
- + La mise en avant de projets exemplaires portés par les établissements du réseau.
- + Des retours d'expérience et témoignages inspirants.
- + Des actualités sectorielles liées à la transition énergétique et écologique en santé.
- + Des liens vers des ressources pratiques (guides, outils, appels à projets, etc).

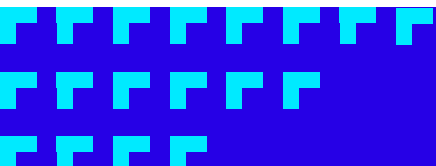
Modalités de création et de gestion :

La création du compte LinkedIn RESET devra s'accompagner de la mise en place d'outils et de règles de gestion clairs pour garantir la cohérence des publications et leur bon pilotage dans le temps.

Une charte éditoriale spécifique doit être élaborée. Elle définira notamment la fréquence de publication idéale (par exemple une à deux publications par semaine), les types de contenus à privilégier (retours d'expérience, actualités, vidéos, podcasts, annonces d'événements), la tonalité éditoriale à adopter (professionnelle et accessible).

La gestion quotidienne du compte nécessitera une organisation partagée entre le Pôle Énergie et le RéQua (et les futurs partenaires). Il faudra désigner un référent principal de publication, tout en instaurant un système de relecture croisée pour les publications plus spécifique ou commune.

Pour garantir la régularité et éviter les ruptures de communication, un calendrier éditorial mensuel doit être mis en place. Ce document partagé (type Google Sheet ou Excel) permettra de planifier les publications à venir, de répartir les tâches (rédaction, visuels, validation, diffusion).



Vidéo

Dans une logique de diversification des formats et de renforcement de la proximité avec ses publics, la production de vidéos courtes (1 à 3 minutes) représente un axe stratégique fort pour le programme RESET.

Plus qu'un simple support d'illustration, la vidéo s'impose aujourd'hui comme un outil relationnel et immersif, capable de rendre visibles les actions concrètes, de valoriser les établissements engagés.

Pensées comme des séquences visuelles rapides et impactantes, les vidéos RESET permettront de :

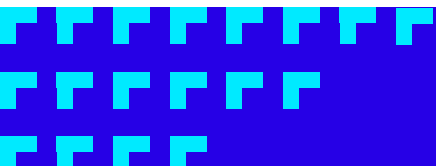
- + Mettre en lumière les initiatives de terrain en donnant la parole aux établissements, aux professionnels et aux partenaires.
- + Illustrer les thématiques clés du programme de manière vivante et accessible pour favoriser l'appropriation des enjeux.
- + Valoriser les événements RESET, en créant des supports dynamiques avant, pendant et après chaque temps fort du réseau.

Pourquoi développer un outil vidéo pour RESET ?

La vidéo répond aux nouveaux usages numériques où l'information est principalement consommée sous forme visuelle et mobile. Créer des contenus vidéo permettra à RESET d'ancrer sa communication dans des pratiques actuelles, de faciliter la compréhension des actions techniques, de humaniser son discours en donnant un visage aux projets menés, et de renforcer la visibilité du programme auprès des établissements et partenaires institutionnels. La vidéo s'impose aussi comme un support idéal pour toucher un public de professionnels souvent en mobilité, peu disponible pour lire de longs documents écrits. En adaptant ses formats aux attentes actuelles, RESET pourra ainsi élargir son audience tout en consolidant l'engagement de son réseau existant. Enfin, la vidéo permettra d'asseoir durablement la visibilité du programme RESET sur des canaux numériques comme LinkedIn, YouTube et le site internet, contribuant à son rayonnement régional.

Les objectifs :

- + Renforcer la visibilité de RESET
- + Humaniser la communication en mettant en avant les acteurs engagés
- + Faciliter la compréhension des actions RESET grâce à un support visuel
- + Augmenter l'interaction sur LinkedIn et les plateformes numériques
- + Valoriser les réussites du réseau et créer un effet d'entraînement positif auprès des établissements



Vidéo

Formats vidéo envisagés

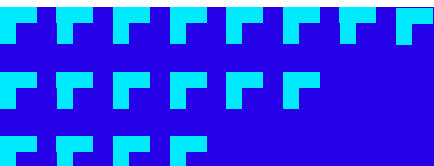
Plusieurs types de vidéos viendront enrichir la communication RESET.

- + Interventions individuelles : Témoignages d'établissements ou d'experts sur une action ou un projet précis.
- + Interviews croisées : Échanges entre deux ou trois intervenants sur une thématique ciblée.
- + Annonces d'événements : Teasers pour promouvoir les webinaires, les formations ou les journées régionales.
- + Retour sur événements : Montages courts retraçant les temps forts des visites de sites, ateliers ou inaugurations.
- + Mises en lumière de projets : Mini-reportages tournés dans les établissements pour valoriser les actions exemplaires.

Point matériel (Voir recommandation)

Pour produire les vidéos RESET dans des conditions professionnelles accessibles, le matériel suivant est recommandé :

- + L'utilisation d'un smartphone récent ou d'une caméra légère permettra une captation de qualité tout en restant mobile et réactif.
- + Un micro-cravate filaire ou Bluetooth sera indispensable pour assurer un son clair et agréable, particulièrement lors des interviews.
- + Un trépied stable garantira des images sans tremblement et des cadrages professionnels.
- + Le montage des vidéos pourra être réalisé à l'aide de logiciels simples tels que CapCut, Canva permettant de produire rapidement des séquences attractives, accompagnées d'un habillage RESET.



Podcast

Toujours dans une logique de diversification des formats et de renforcement de la proximité avec ses publics, la mise en place d'un podcast de 3 à 10 minutes dédié représente un axe stratégique fort pour le programme RESET. Plus qu'un simple outil de communication, le podcast s'impose aujourd'hui comme un média relationnel, capable de créer un lien direct.

Pensé comme une série audio à épisodes, le podcast RESET permettra de :

- + Donner la parole aux acteurs de terrain, en valorisant leurs expériences et leurs engagements.
- + Décrypter les grandes thématiques du programme, en les rendant accessibles et concrètes.
- + Apporter une voix continue et claire à la transition écologique en santé, en incarnant les valeurs du programme.

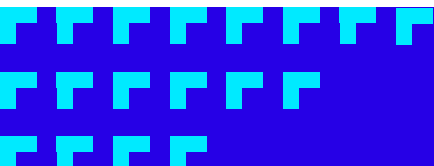
Pourquoi créer un podcast pour le programme RESET ?

Le lancement d'un podcast permettrait d'ancrer RESET dans des pratiques modernes de communication, d'incarner la transition écologique en donnant la parole aux établissements et aux experts, de renforcer la visibilité et la compréhension du programme auprès de ses cibles et de fidéliser les établissements en créant un rendez-vous audio.

Les objectifs :

- + Humaniser la communication RESET en rendant "visibles" les voix et les parcours des acteurs engagés.
- + Informer de manière souple et moderne, adaptée aux professionnels souvent en déplacement.
- + Asseoir la visibilité de RESET sur de nouveaux canaux de communication.

En intégrant ce format, RESET s'adapte aux nouvelles pratiques de consommation de l'information, de plus en plus tournées vers l'audio : écoute mobile, sans contrainte d'écran, en déplacement ou en multitâche. Le podcast constitue ainsi une alternative aux supports écrits traditionnels, souvent plus formels ou plus denses, tout en conservant une forte valeur informative et émotionnelle. Enfin, le podcast est un format souple et évolutif : sa fréquence de publication peut être adaptée aux ressources disponibles, son ton peut osciller entre institutionnel et conversationnel selon les thématiques, et sa diffusion peut s'appuyer sur des canaux variés : site RESET, newsletters, plateformes audio (Spotify, Deezer, Apple Podcasts...) et réseaux sociaux comme LinkedIn et YouTube.



Podcast

Les épisodes pourraient s'articuler autour de plusieurs formats :

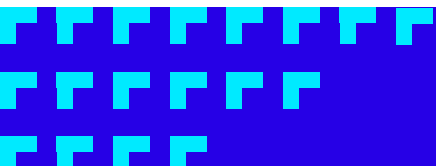
Retours d'expérience d'établissements engagés : Ces épisodes mettront en lumière des initiatives concrètes portées par des établissements de santé et médico-sociaux de la région. On pourra y entendre des responsables techniques, des cadres de santé, des agents ou des directeurs expliquer les projets qu'ils ont menés (rénovation énergétique, changement de pratiques en restauration, installation de solutions bas carbone...), avec leurs motivations, leurs obstacles et les leviers de réussite.

Interviews d'experts et d'acteurs du réseau RESET : Chaque épisode pourrait accueillir un professionnel issu du Pôle énergie ou du RéQua, un conseiller en transition énergétique, un formateur ou un représentant d'un organisme partenaire. Ces témoignages permettront de valoriser l'expertise locale, d'illustrer les métiers mobilisés dans la transition, et de mieux comprendre l'écosystème RESET.

Épisodes thématiques : Ils permettront d'approfondir un sujet clé du programme (mobilité durable, qualité de l'air, déchets, alimentation responsable, numérique écoresponsable...), en croisant plusieurs voix : témoignages, chiffres clés, bonnes pratiques. Ce format est adapté à la pédagogie et à la vulgarisation, pour rendre accessibles des notions parfois complexes.

Actualités et suivi du programme : Le podcast pourra aussi faire office de "journal de bord" du programme RESET. Il pourra relayer les évolutions du programme, les nouvelles ressources disponibles, les formations à venir, les appels à projets en cours, ou encore les dates à retenir (journées régionales, visites de sites, etc.).

Teasers ou débriefs de webinaires et événements : Ce format permettra de créer du lien entre les actions de RESET. Un épisode avant un webinaire pour introduire le thème et les intervenants, puis un autre après pour en synthétiser les échanges et orienter vers les replays ou les ressources complémentaires. C'est un excellent moyen de capitaliser sur les temps forts du réseau.



Podcast

Propositions de noms pour le podcast RESET

- + Paroles de RESET
- + Echo RESET
- + Horizon RESET
- + Le souffle RESET

Propositions visuelles de la pochette du podcast :



Exemples de premiers épisodes possibles

- + Comment un établissement a réduit de 30% sa consommation énergétique en 18 mois ?
- + Portrait : un conseiller Transition Énergétique en action
- + Ce qu'il faut retenir du dernier webinar RESET sur l'alimentation durable
- + RESET : les nouveautés 2025 et ce qui change pour les établissements

Point matériel (Voir recommandation)

Pour produire le podcast RESET dans de bonnes conditions tout en restant simple et accessible, le matériel suivant est recommandé :

- + Micro-cravate ou microphone Bluetooth pour assurer une bonne qualité sonore lors des interviews.
- + Logiciel de montage audio simple (comme Audacity) pour couper, nettoyer et finaliser les épisodes.
- + Plateforme d'enregistrement en ligne (Zoom, Teams) pour les interviews à distance.

Planning

Fréquences éditoriales par canal de communication (juillet à décembre 2025)

Podcast RESET :

- + 1 épisode par mois
- + Thématiques : retour d'expérience, discussion thématique, portrait d'acteur, teaser/débrief d'événement.
- + Format court de 5 à 10 minutes, diffusé sur site + plateformes audio + relayé sur LinkedIn.

Vidéos courtes :

- + Entre 1 et 2 vidéos par mois
- + Formats : interview, retour sur visite ou atelier, annonce d'événement, mise en avant d'une ressource RESET.
- + Durée : max 2 minutes, diffusion sur LinkedIn, YouTube et site RESET.

Publications LinkedIn :

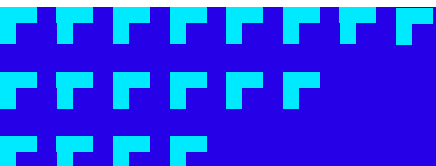
- + 5 publications par mois minimum (environ 1 à 2 par semaine)
- + Formats : actualité RESET, annonce, valorisation d'un acteur du réseau, infographie, contenu multimédia.
- + Objectif : maintenir une visibilité continue et diversifiée.

Newsletter RESET :

- + 1 envoi tous les 2 mois, soit 3 éditions sur la période (juillet, septembre, novembre)
- + Contenus : édito, retour d'expérience, actualités, ressource clé, agenda.
- + Diffusion par email via Brevo.

Site internet RESET :

- + Mises à jour au fil de l'eau, en lien avec les publications (ajout de podcasts, vidéos, guides, actualités).
- + Une vérification/actualisation globale est conseillée tous les 2 mois.



Indicateur de performances

Pour le podcast :

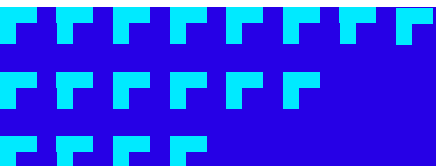
- + Nombre d'écoutes par épisode
- + Nombre d'abonnés sur les plateformes d'écoute (Spotify, Deezer, Apple Podcasts...)
- + Taux de complétion des épisodes (combien écoutent jusqu'au bout)
- + Nombre de partages
- + Nombre de commentaires ou d'avis sur les plateformes
- + Taux de clics sur les liens intégrés aux descriptions (vers site RESET, ressources complémentaires...)
- + Engagement généré sur LinkedIn (likes, partages, commentaires suite aux posts liés au podcast)

Pour les vidéos :

- + Nombre de vues par vidéo (YouTube, LinkedIn, site internet)
- + Nombre de likes, partages, commentaires sur LinkedIn et YouTube
- + Nombre de vues uniques sur les pages du site contenant les vidéos

Pour le compte LinkedIn :

- + Évolution du nombre d'abonnés (par mois)
- + Portée des publications (nombre de vues)
- + Taux d'engagement par publication (likes, commentaires, partages / vues)
- + Performances selon le type de contenu (vidéo, texte, lien...)



Points de vigilances

Points de vigilance à anticiper dans la mise en œuvre du plan de communication RESET

Coanimation et coordination

- + Manque de répartition claire des rôles entre coanimateurs (Pôle Énergie, RéQua, 3e)
- + Absence de gouvernance partagée et de circuit de validation défini
- + Il est important de documenter les rôles, les outils et les procédures pour assurer une intégration fluide.

Organisation des actions de communication

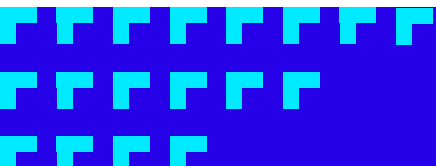
- + Fréquence trop ambitieuse des publications
- + Il est préférable de démarrer avec un rythme réaliste, évolutif selon les ressources disponibles.
- + Une validation trop longue ou mal répartie peut retarder les publications.
- + Il est important d'identifier à l'avance les responsables de validation et les délais nécessaires pour chaque type de contenu.

Contenus audio, vidéo et supports numériques

- + Qualité technique insuffisante des contenus produits
- + Une vidéo ou un podcast de mauvaise qualité peut nuire à la crédibilité du programme.
- + Il convient de choisir un matériel adapté et de prévoir un temps de test.
- + Temps de production sous-estimé
- + Produire un contenu audio ou vidéo demande plusieurs étapes (préparation, captation, montage, validation).
- + Utilisation d'images ou de témoignages libre de droits ou avec autorisation

Charte d'affichage

- + Mentionner les membre de l'équipe sur LinkedIn
- + Mettre les logos des animateurs sur les visuels (plaquette, site, vidéos, etc.)



Recommandation



Site : canva.com

Support : disponible en version web et via application mobile

Tarif : version gratuite disponible ; version Pro à partir de 27 € par mois

Canva est un outil en ligne de conception graphique.

L'outil permet de concevoir une grande variété de contenus : visuels pour les réseaux sociaux, documents imprimés (affiches, flyers, plaquettes), présentations, vidéos animées, infographies, etc. Il prend en charge les formats de publication courants (PNG, PDF, MP4...) et permet d'exporter facilement les créations selon les besoins.

Canva propose également des fonctionnalités de travail collaboratif. Les utilisateurs peuvent partager leurs créations avec une équipe, ajouter des commentaires, dupliquer des modèles ou gérer une identité visuelle centralisée (polices, couleurs, logos) dans la version Pro.

Accessible sur navigateur ou **application (recommandé)**.

Site : audacityteam.org

Support : logiciel téléchargeable sur Windows, macOS et Linux

Tarif : gratuit



Audacity est un logiciel libre de traitement et de montage audio. Il permet d'enregistrer, d'éditer, de nettoyer et d'exporter des fichiers sonores dans de nombreux formats (MP3, WAV, OGG...). Il est particulièrement adapté aux projets de création audio simples ou semi-professionnels.

L'interface d'Audacity est relativement accessible et propose les fonctionnalités essentielles : découpage, suppression des silences, normalisation du volume, réduction du bruit de fond, ajout de fondus, insertion de pistes multiples, mixage de voix et de musique, etc. Des effets intégrés ou ajoutés via des plug-ins permettent d'enrichir les productions.

Recommandation



Site : pixabay.com

Support : accessible en ligne depuis un navigateur web

Tarif : gratuit (avec création de compte pour certains téléchargements en haute définition)

Pixabay est une banque d'images, de vidéos, d'illustrations et de fichiers audio libres de droits. Elle met à disposition des milliers de contenus visuels ou sonores utilisables gratuitement pour des projets personnels ou professionnels, sans obligation de mentionner l'auteur.

Les ressources proposées sur Pixabay couvrent une grande variété de thématiques et sont disponibles en différentes résolutions. Les fichiers peuvent être utilisés pour illustrer des publications sur les réseaux sociaux, enrichir des documents de communication, créer des supports print ou agrémenter des vidéos et podcasts. L'interface de recherche est simple, avec la possibilité de filtrer les contenus par type (image, vecteur, vidéo, musique, etc.) et par orientation ou couleur dominante. Il est possible de créer un compte pour enregistrer des favoris, accéder à des formats HD.

Site : trello.com

Support : disponible en version web et application mobile

Tarif : version gratuite ; versions payantes à partir de 5 \$/mois pour des fonctionnalités avancées



Trello est un outil en ligne de gestion de projets visuel, basé sur le principe des tableaux Kanban. Il permet d'organiser le travail en colonnes (par exemple : "À faire", "En cours", "Terminé") et de suivre l'avancement des tâches à travers des cartes personnalisables.

Chaque carte peut contenir une description, une échéance, des pièces jointes, des commentaires, des étiquettes de priorité ou des checklists. Trello permet aussi d'assigner des membres à chaque tâche, ce qui en fait un outil particulièrement adapté à la collaboration en équipe, même à distance.

L'interface est simple à prendre en main et offre une vue synthétique de l'ensemble des tâches en cours. Des intégrations (calendrier, Google Drive, Slack, etc.) sont disponibles pour renforcer l'efficacité de l'outil dans un environnement de travail partagé. Il est particulièrement apprécié pour sa souplesse et sa capacité à s'adapter à des équipes de taille et d'organisation variées.

Recommandation

Le matériel de captation vidéo et son

Accueil > Tv_image_son > Accessoires Photo_Vidéo > Stabilisateur

Stabilisateur DJI OM SE - Osmo Mobile SE (Special Edition) ref. 1184310

★★★★★ 4.4/5 12 avis

78,08€
dont 0,00€ d'écot-part.

Les points clés

- Compatible avec smartphones - DJI
- Inclinaison - Orientable
- Poids maximal supporté: 250,0 g
- Le + : Nouvelle Active Track 5.0 comme sur l'OM6 et un montage vidéo facile grâce à l'appel Du3 Mimo

[Voir les caractéristiques](#)

Ajouter au panier

Produit neuf

- Garantie légale : 2 ans - [Plus d'infos](#)

Retrait en magasin

- ✓ Disponible - [Choisir mon magasin](#)

Livraison à domicile

- ✓ Dès vendredi 09 mai - [Plus d'options](#)

Livraison express offerte avec Le Club!**
10€ la 1ère année puis 4,99€/an.

comparer

 <https://www.boulanger.com/ref/1184310>

Pour produire des vidéos de qualité, notamment lors de prises en mouvement ou sur site, un stabilisateur est conseillé. Il permet d'éviter les tremblements et d'obtenir une image fluide, même avec un smartphone.

L'achat d'un stabilisateur garantit un rendu plus professionnel, réduit les besoins en retouche, et améliore l'impact visuel des contenus destinés aux réseaux sociaux ou à des supports de communication.

RODE Wireless ME
Microphone sans-fil ultra-compact avec émetteur/récepteur

☆☆☆☆ Donner votre avis | [Poser une question](#)

Le RODE Wireless ME est un système de microphone sans fil ultra-compact composé d'un émetteur et d'un récepteur. L'enregistrement audio n'a jamais été aussi efficace. Des micros sont intégrés à la fois dans l'émetteur et dans le récepteur.

Garantie 3 ans

Disponible à partir de **134€95** dans le coin des affaires

- Livraison possible le 09/05/2025 avant 13h
- Livraison possible en soirée
- Livré aujourd'hui en région lyonnaise
- Vérifier mon code postal
- Livraison possible en Chrono Relais
- Reprise de votre ancien produit
- En savoir plus

149€95
Eco-part: 0€%

Payer en 3x
SICRE x3
dont 0€ d'intérêt

Quantité: 1

AJOUTER AU PANIER

ACHETER CET ARTICLE

Être informé d'une baisse de prix

EN STOCK Choisir ma boutique

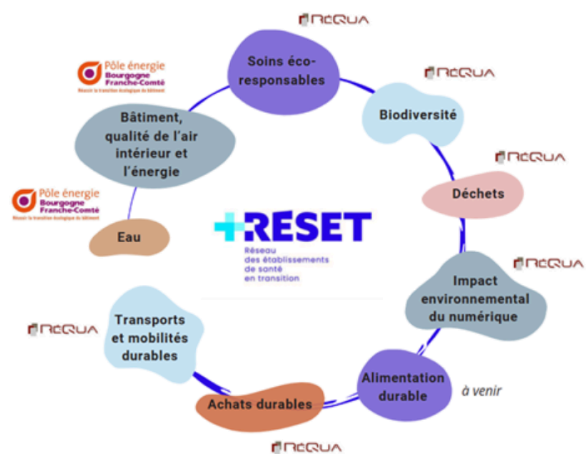
 <https://www.ldlc.com/fiche/PB00542352.html>

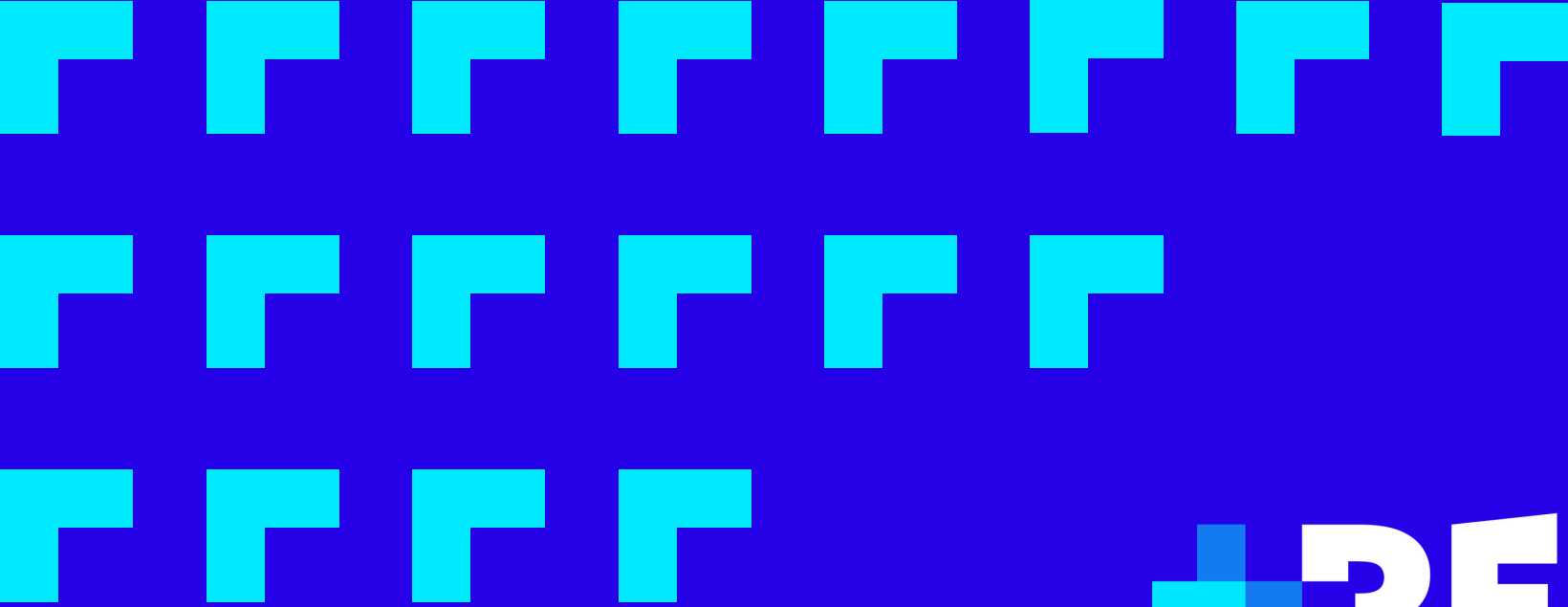
Un bon son est essentiel pour une vidéo ou un podcast. L'usage d'un micro externe, type micro-cravate ou directionnel, permet de capter une voix claire, sans bruit de fond.

L'achat d'un micro améliore immédiatement la qualité perçue des contenus audio, facilite l'écoute et renforce la crédibilité des messages diffusés.

Recommandation

Propositions de pictogrammes une nouvelle version du “schéma des thématiques du programme RESET”





+ RESET

Réseau
des établissements
de santé
en transition

Avec le soutien de



Animé par

