



FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CYCLOTOURISME

# LES RÉSEAUX SOCIAUX

TOUR D'HORIZON ET PRISE EN MAIN



## LES RÉSEAUX SOCIAUX



- Esprit communautaire
- Réseau social le plus fréquenté au monde
- B2B, B2C, collectivités
- Marque employeur
- Service support
- Divertissement
- Contenu à valeur ajoutée
- Publicité très ciblée



- Pools de l'actualité
- Partage d'expertise B2B
- Conversations pro et perso
- Outil de veille toutes activités
- Forte viralité, effet de levier de trafic
- SAV, réponses clients, social selling
- Peu d'intérêt pour les jeunes
- Identifier les médias et les influenceurs
- Suivre les tendances du marché



- Recherche de jobs
- Personal branding et employabilité
- Partage d'expertise
- Employee advocacy et social selling
- Stratégie B2B
- Recherche de partenaires business
- Page entreprise : marque employeur et recrutement



- Tous secteurs activités
- Possibilité de créer une vidéothèque
- Entretenir une chaîne
- Vidéos plus longues 2min à 15min
- Story telling / épisodes
- «How to» vidéo
- Témoignages clients, interviews
- Démonstrations de produits

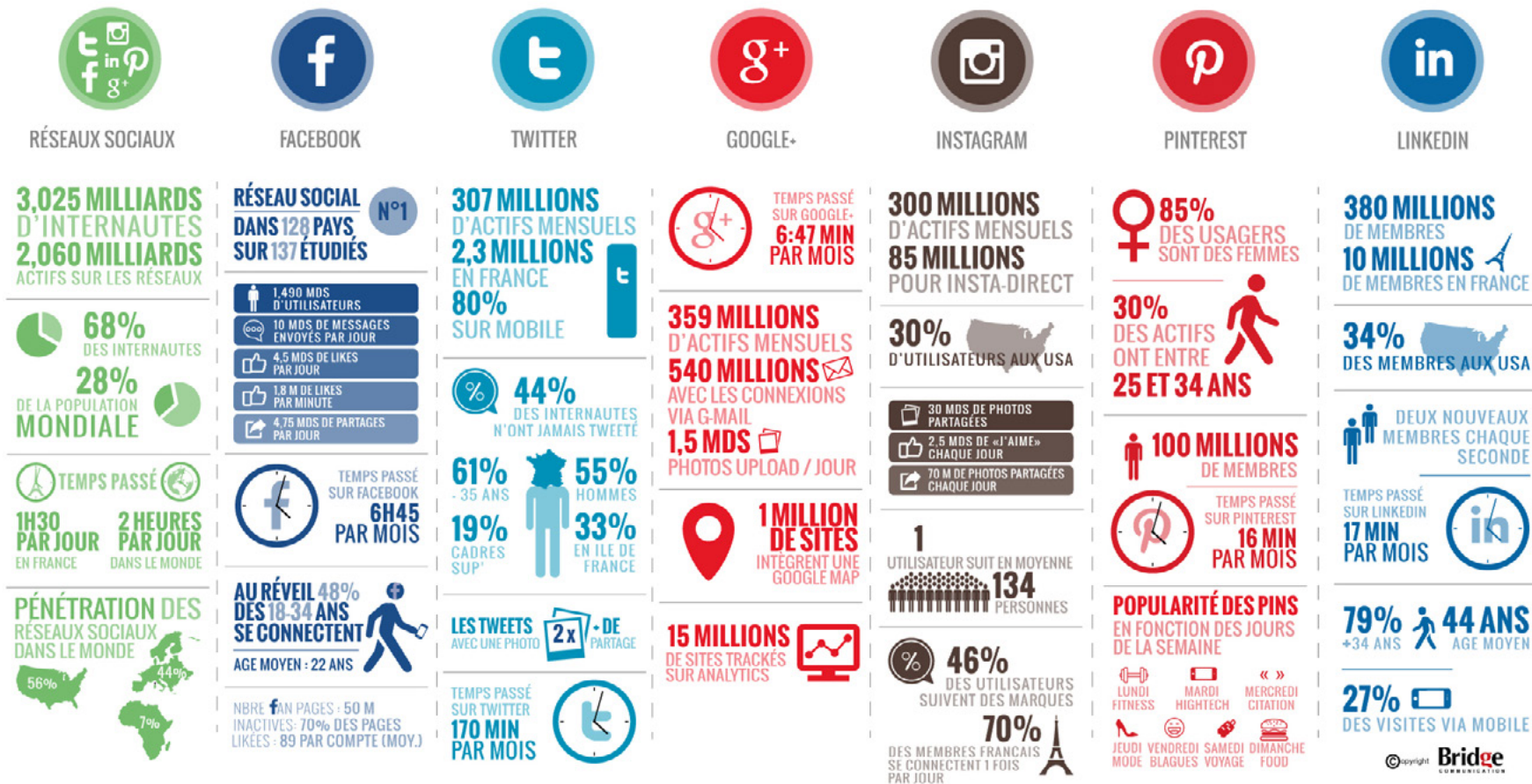


- Vidéos courtes de 15s à 30s
- Vidéos et photos live
- Visuels stylés avec filtre
- Engagement + fort que sur Facebook
- Forte utilisation d'hashtags
- Très prisé par les jeunes
- Peu enclin aux images banales
- Nouveaux influenceurs














- L'appli mobile des 12-21 ans
- Partage de vidéos musicales
- Recherche de vidéos par hashtag
- Créativité et humour
- Très peu utilisé par les entreprises
- Fort concurrent à Instagram sur le plan des "Réels"
- Influenceurs adulés par les jeunes

## LES RÉSEAUX SOCIAUX





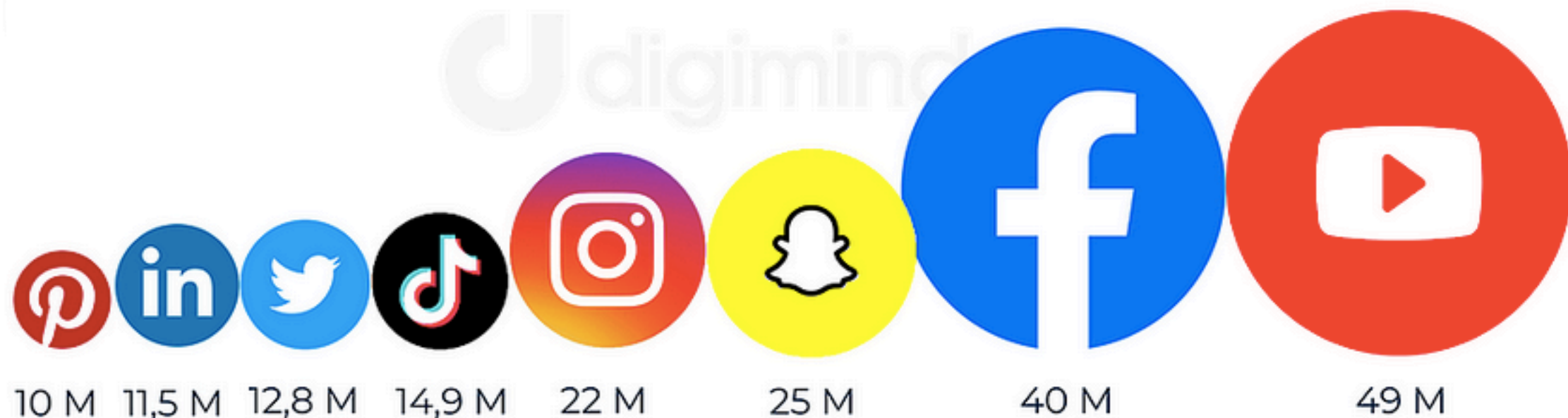
## LES RÉSEAUX SOCIAUX

	 <b>BÉNÉFICES UTILISATEURS</b>	 <b>LIMITES UTILISATEURS</b>	 <b>OBJECTIFS MARQUES</b>	 <b>CODE PLATFORME</b>	 <b>TONALITÉ ÉDITORIALE</b>
	+ Convivialité + Libre expression + Partage	- Contenu - Contrôle	<b>PUISSANCE</b> : notoriété, acquisition, génération de trafic, Social CRM... Conversation, insights consommateurs	<b>CONVERSATIONNEL</b>	convivialité
	+ Consommation de contenus + Plaisir et divertissement	- Expression - Partage	<b>IMPACT VIDÉO</b> : storytelling, viralité publicitaire Collaboration avec les Youtubeurs/euses	Divertissant Pratique ("how to")	authenticité
	+ Diversité d'usages + Aide à l'achat + User centric	- Expression - Partage	<b>GÉNÉRATION DE TRAFIC</b> Social Commerce	<b>COMMUNAUTAIRE</b>	proximité
	+ Actualité en live + Libre expression + Relation marques	- Partage - User centric - Contrôle	<b>SOCIAL CRM</b> : service clients RP : célébrités, leaders d'opinion Corporate, B-to-B : Social Selling	«Live» Public	empathie
	+ Infos et relations professionnelles + Statutaire, contrôle	- Expression - Partage	<b>RH</b> : valoriser sa marque employeur (recrutement, employee advocacy) Corporate, B-to-B : Social Selling	Professionnel Sérieux	professionnalisme
	+ Échanges instantanés + Partage + Libre expression	- Contenu - User centric - Contrôle	<b>CIBLE JEUNE</b> : acquisition, rajeunissement de son image	Décomplexé Éphémère	spontanéité
	+ Valorisation personnelle + Partage de contenu + Esthétique et divertissant	- Contenu - Contrôle	<b>PRÉFÉRENCE DE MARQUE</b> : mettre en scène ses produits, s'appuyer sur les instagrameurs, l'UGC	Esthétique "Off"	émotion
	+ Nouveautés et tendances + Contenu exclusif et personnalisé + Anonymat et contrôle	- Expression - Partage	<b>SOCIAL COMMERCE</b> : susciter l'achat Social Listening : détecter les tendances	Découverte Aspirationnel	désirabilité



## Internautes actifs sur les réseaux sociaux en France en 2022

digimind



Nombre d'internautes France : 53,5 millions, 84,7% des français (Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings –Audience Internet Global – France – février 2022)

Nombre d'internautes actifs réseaux sociaux jour : 35,6 millions (Médiamétrie – février 2022)

\*\* Sources : Plateformes sociales Facebook, Snapchat, YouTube, Facebook, Harris Interactive Social Life, Médiamétrie



## POURQUOI CRÉER UNE PAGE FACEBOOK ?



**Près de 3 milliards** d'utilisateurs actifs à travers le monde dont **40 millions** en France.



Fidéliser vos licenciés en leur proposant du **contenu exclusif** et régulier.



Mieux connaître vos licenciés, leurs **attentes** et **habitudes**.



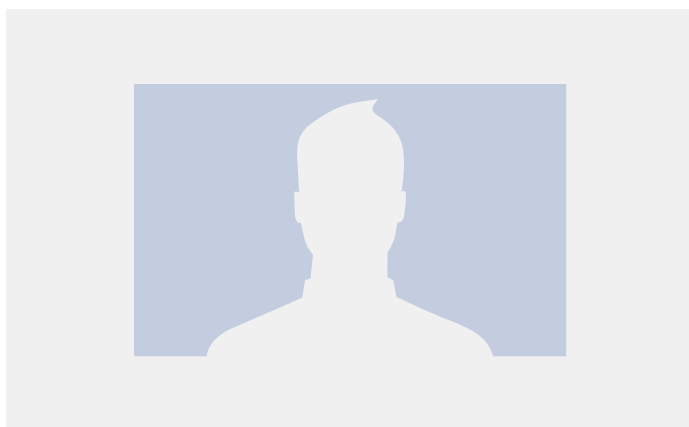
**Faire connaître** votre club, la marque et **agrandir** votre communauté !



Profiter d'un outil de communication **gratuit** !

## DIFFÉRENCE ENTRE PROFIL ET PAGE FACEBOOK

La première chose à savoir avant de commencer est de bien différencier un profil d'une page Facebook.



### LE PROFIL

Représente une **personne physique** et doit être destiné à un usage personnel (partage de renseignements et de vos centres d'intérêts).

C'est d'ailleurs la première chose que vous créez en vous inscrivant sur Facebook.



### LA PAGE

Représente une **entité**, comme une **entreprise**, un **organisme**, un **artiste** ou un **club**.

Elle est là pour votre **présence professionnelle / institutionnelle** sur Facebook et propose des **outils pour communiquer avec vos licenciés**.

## LE LEXIQUE DE FACEBOOK



Afin de ne pas vous perdre en cours de route, voici un lexique du jargon de Facebook que vous devez connaître.

- ✓ **Ami** : quelqu'un avec qui vous êtes connecté sur votre profil personnel.
- ✓ **Application** : un programme que vous pouvez ajouter sur votre page qui va ajouter diverses fonctionnalités.
- ✓ **Fan** : personne qui aime votre page facebook et qui peut voir les nouveaux contenus partagés.
- ✓ **Flux d'actualités** : le flux qui regroupe toutes les publications et activités de vos amis/pages/groupes.
- ✓ **« Post » / Publication** : contenu (article, photos, vidéos) que vous publiez sur votre profil ou votre page.
- ✓ **Groupe** : un regroupement de plusieurs utilisateurs sur Facebook.  
Les groupes ont des thèmes précis et peuvent être publics ou privés.
- ✓ **Journal** : le flux de publications et activités d'un profil.
- ✓ **Mention J'aime** : aimer une page, un commentaire ou une publication.
- ✓ **Le Tag** : permet de mentionner une personne ou une page sur Facebook.
- ✓ **Hashtag** : le hashtag est un mot/expression/locution précédé du symbole "#".



## COMMENT CRÉER UN COMPTE FACEBOOK ?

### Créer un compte

C'est gratuit (et ça le restera toujours).

Prénom
  Nom de famille

Numéro de mobile ou e-mail

Nouveau mot de passe

Date de naissance

14

sep

1993

Pourquoi indiquer ma date de naissance ?

☐ Femme
 ☐ Homme

En cliquant sur Inscription, vous acceptez nos [Conditions générales](#). Découvrez comment nous recueillons, utilisons et partageons vos données en lisant notre [Politique d'utilisation des données](#) et comment nous utilisons les cookies et autres technologies similaires en consultant notre [Politique d'utilisation des cookies](#). Vous recevrez peut-être des notifications par texto de notre part et vous pouvez à tout moment vous désabonner.

Inscription

Créer une Page pour une célébrité, un groupe ou une entreprise.

Pour créer un compte Facebook :

- Accédez à [www.facebook.com](http://www.facebook.com).
- Saisissez votre nom, votre adresse e-mail ou votre numéro de téléphone, votre mot de passe, votre date de naissance et votre sexe.
- Cliquez sur « **Créer un compte** ».
- Pour finaliser la création de votre compte, vous devez **confirmer votre adresse e-mail ou votre numéro de mobile**.

## COMMENT CRÉER UNE PAGE FACEBOOK ?

The screenshot shows the Facebook interface with the 'Pages et profils' section selected. The left sidebar contains the following items:

- Vos Pages et profils
- Quatre vents Centre nature
- Toutes à Paris
- Mexique - Amérique Centrale à vélo 2016
- FFCT - Semaine Nationale et Européenne des Jeunes 2016
- Voir tous vos profils et Pages
- + Créer une Page** (highlighted with a red arrow)
- Meta Business Suite
- Découvrir
- Pages aimées
- Invitations

The main content area displays 'Pages et profils que que vous gérez' with three cards:

- Quatre vents Centre nature**: Cette Page utilise désormais la nouvelle version des Pages. Vous pouvez basculer sur cette Page pour la gérer. [Basculer maintenant](#)
- Toutes à Paris**: Cette Page utilise désormais la nouvelle version des Pages. Vous pouvez basculer sur cette Page pour la gérer. [Basculer maintenant](#)
- Mexique - Amérique Centrale à vélo 2016**: Cette Page utilise désormais la nouvelle version des Pages. Vous pouvez basculer sur cette Page pour la gérer. [Basculer maintenant](#)

On the right, there is a section 'Pages non publiées' with the text 'Les publier pour les rendre visibles publiquement.' and a card for 'Test\_FFVelo' with a 'Publier' button and a trash icon.

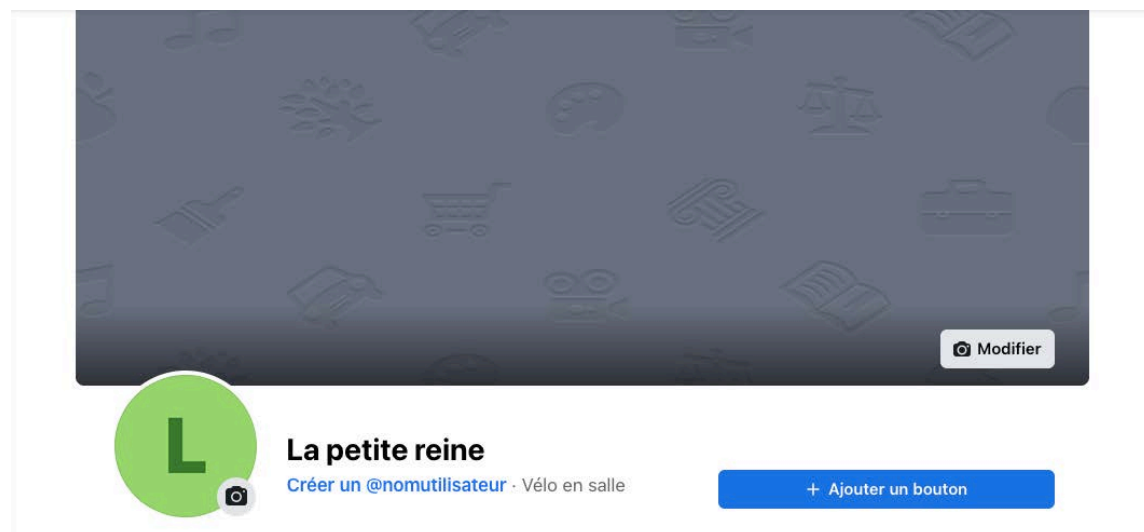
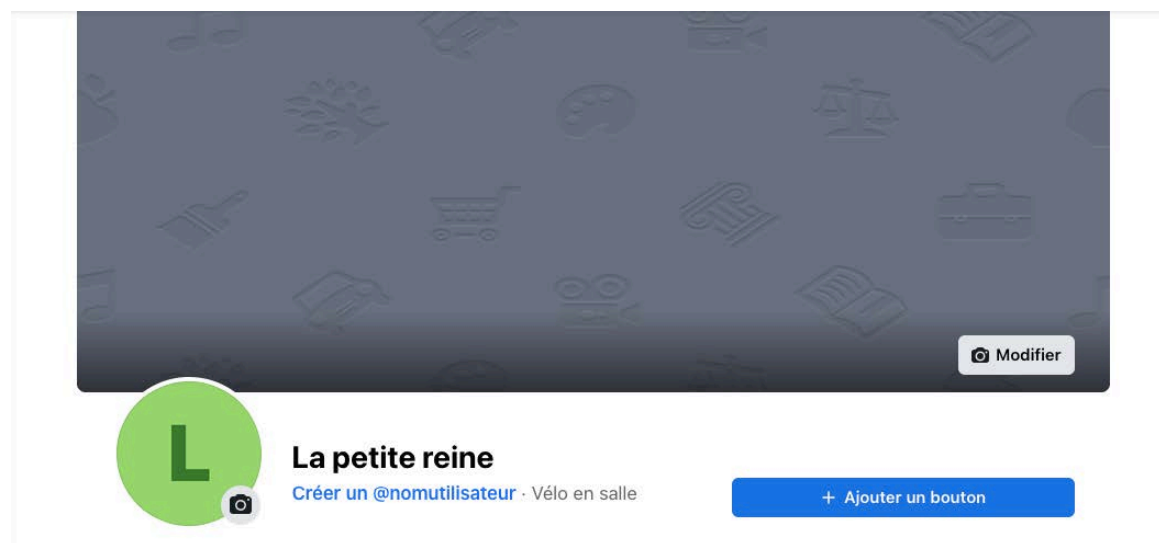
- Cliquez sur créer une page

<https://www.facebook.com/100064083845809>

Cliquez sur « **Créer une page** ».

## AJOUTER UNE PHOTO DE PROFIL

Cliquez sur l'icône de l'appareil photo dans le rond à gauche ou est inscrit la lettre "L" puis « **Importer une photo** ». Sélectionnez votre image, puis recadrez-la.



## AJOUTER UNE PHOTO DE COUVERTURE

Cliquez sur l'icône de l'appareil photo dans l'encadré « **Modifier** » puis « **Importer une photo** », sélectionnez votre image, puis recadrez-la.

## Comment créer un nom d'utilisateur

Cliquez à gauche de la photo de profil « **Créer un nom d'utilisateur de Page @** », vous pouvez également cliquer sur « **Gérer votre page** » qui se situe en dessous du menu, c'est ici que vous pourrez modifier les informations de votre page !

The screenshot shows the Facebook Page Manager interface for a page named "La petite reine". On the left, the "Gérer la Page" (Manage Page) menu is visible, including options like "Meta Business Suite", "Messagerie", "Agenda", "Outils de publication", "Statistiques", and "Applications professionnelles". The main content area shows the page's cover photo, profile picture (a green circle with a white 'L'), and the name "La petite reine". Below the name, there is a link to "Créer un @nomutilisateur" (Create a @username) and a button to "Ajouter un bouton" (Add a button). The page is currently in the "Accueil" (Home) tab, with other tabs like "Services", "Avis", "Boutique", and "Plus" available. A notification banner at the bottom of the main content area says "Gérez votre Page et votre compte Instagram avec la Meta Business Suite." with an "Ouvrir" (Open) button. Below this, there is a section titled "Préparez la réussite de votre Page" (Prepare the success of your Page) with a progress bar showing "3 étapes sur 13 terminées" (3 steps out of 13 completed). On the right, there is a "Créer une publication" (Create a post) button and a "Recevoir des messages" (Receive messages) button. At the bottom, there are buttons for "Créer" (Create), "En direct" (Live), "Évènement" (Event), "Offre" (Offer), and a "..." menu.



À noter que votre nom d'utilisateur ne peut contenir **que des caractères alphanumériques** (A-Z, 0-9) ou un point (.), **au moins 5 caractères et ne doit pas comporter de termes génériques ni d'extensions** (par exemple .com, .net).

Attention, choisissez bien votre nom d'utilisateur, puisque vous vous en servirez pour promouvoir votre page, il aide les personnes à vous trouver et à se souvenir de vous, il doit donc être facile à retenir ! Idéalement, il faut choisir un nom d'utilisateur qui corresponde au nom de votre club.

Créer un nom d'utilisateur de Page
×

Votre Page est plus facile à trouver si elle a un nom d'utilisateur unique. Les Pages avec des noms d'utilisateur peuvent aussi créer des URL personnalisées qui permettent aux gens d'y accéder et de les contacter rapidement.

L

**La petite reine**

@nom d'utilisateur

**Nom d'utilisateur**
0 / 50

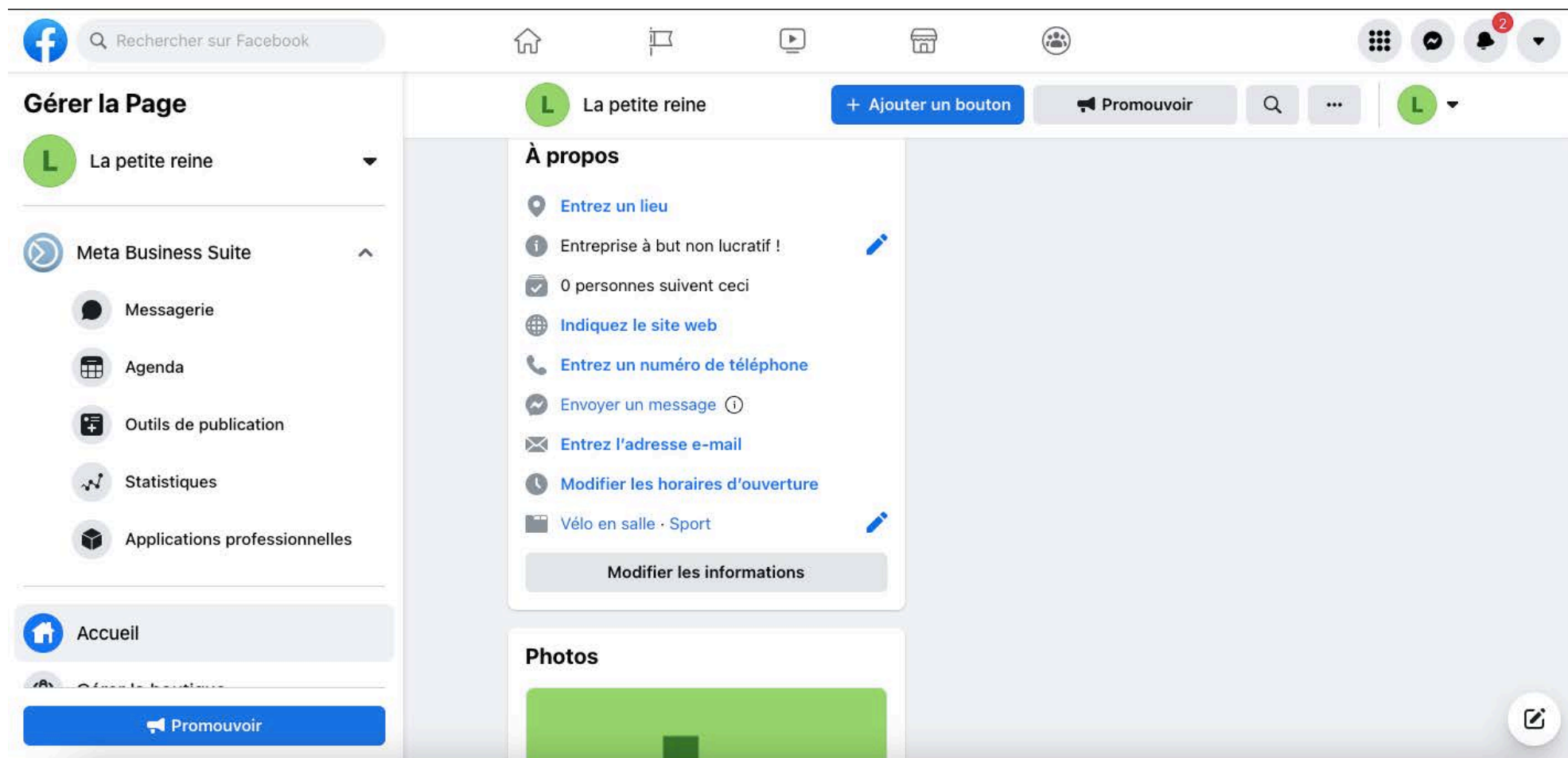
Nom d'utilisateur

Besoin d'aide ? Voici quelques conseils pour [choisir un nom d'utilisateur](#).

Annuler
Créer un nom d'utilisateur

Pour ajouter des renseignements, cliquez sur «**À propos**», puis sélectionnez «**Modifier les informations**».

**Saisir les informations de la page** est très important, afin que les gens puissent se renseigner sur ce que vous proposez. Cela permet de faire apparaître la page dans les résultats de recherche lorsque des personnes vous recherchent en ligne.



## Comment attribuer les rôles de la page

En tant que créateur de la page, vous êtes automatiquement nommé « **administrateur** ».

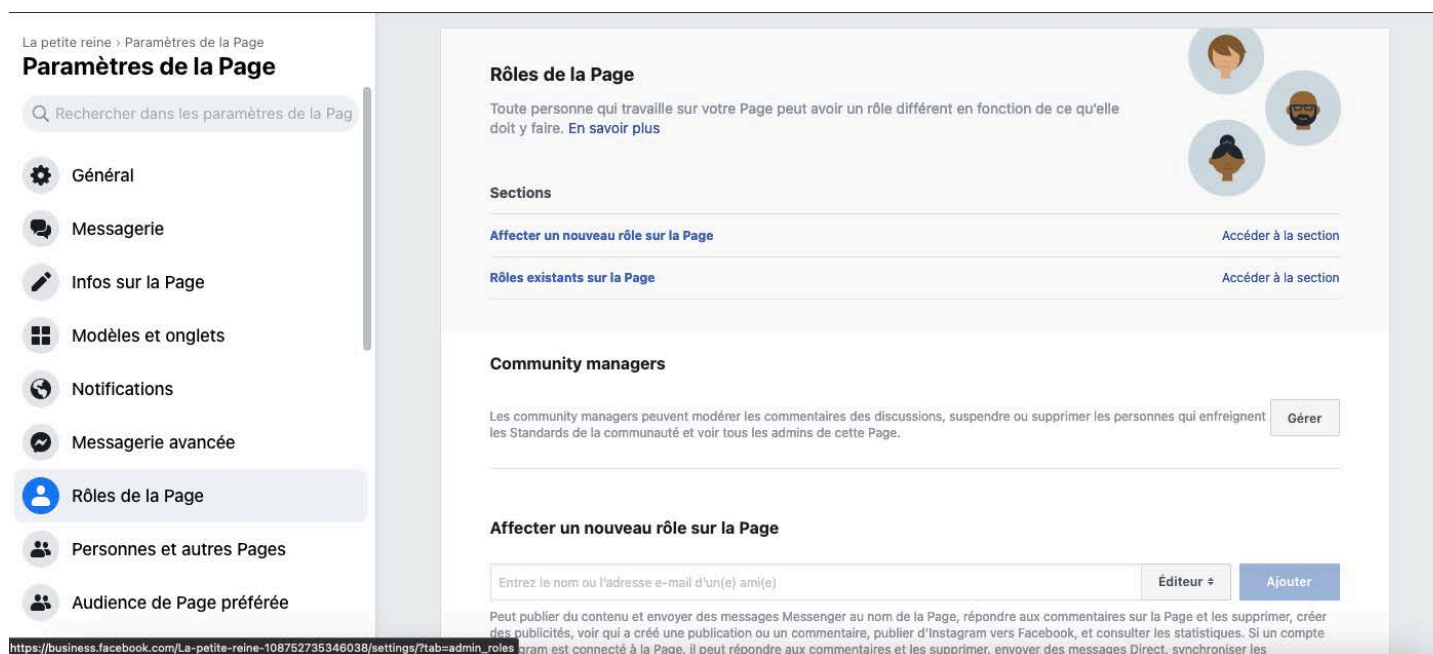
Si vous travaillez à plusieurs sur la Page, profitez-en pour nommer les différents administrateurs. Cliquez sur « **Meta Business Suite** » puis sur

« **Paramètres de la page** ». Ensuite il faudra cliquer sur "**Rôles de la page**" afin d'affecter les différentes fonctions aux personnes travaillant sur votre page.

**Administrateur** : gère les rôles d'administration, envoie des messages, crée des publications et des publicités.

**Éditeur** : modifie la Page, envoie des messages, crée des publications et des publicités.

**Modérateur** : répond ou supprime des commentaires, envoie des messages, crée des publicités.



## POURQUOI CRÉER UN GROUPE FACEBOOK ?

- ✓ Possibilité de créer des **groupes privés, secrets** ou **publics**.
- ✓ **Lien direct** entre un groupe et une page Facebook.
- ✓ Échanges centrés autour de **thématiques spécifiques**.
- ✓ Véritable **intérêt** des membres du groupe pour le sujet.
- ✓ **Relation authentique** avec les membres du groupe.
- ✓ Création d'**ambassadeurs de marques**.
- ✓ Outil de notification important permettant une **bonne portée organique**.
- ✓ Créer une communauté .

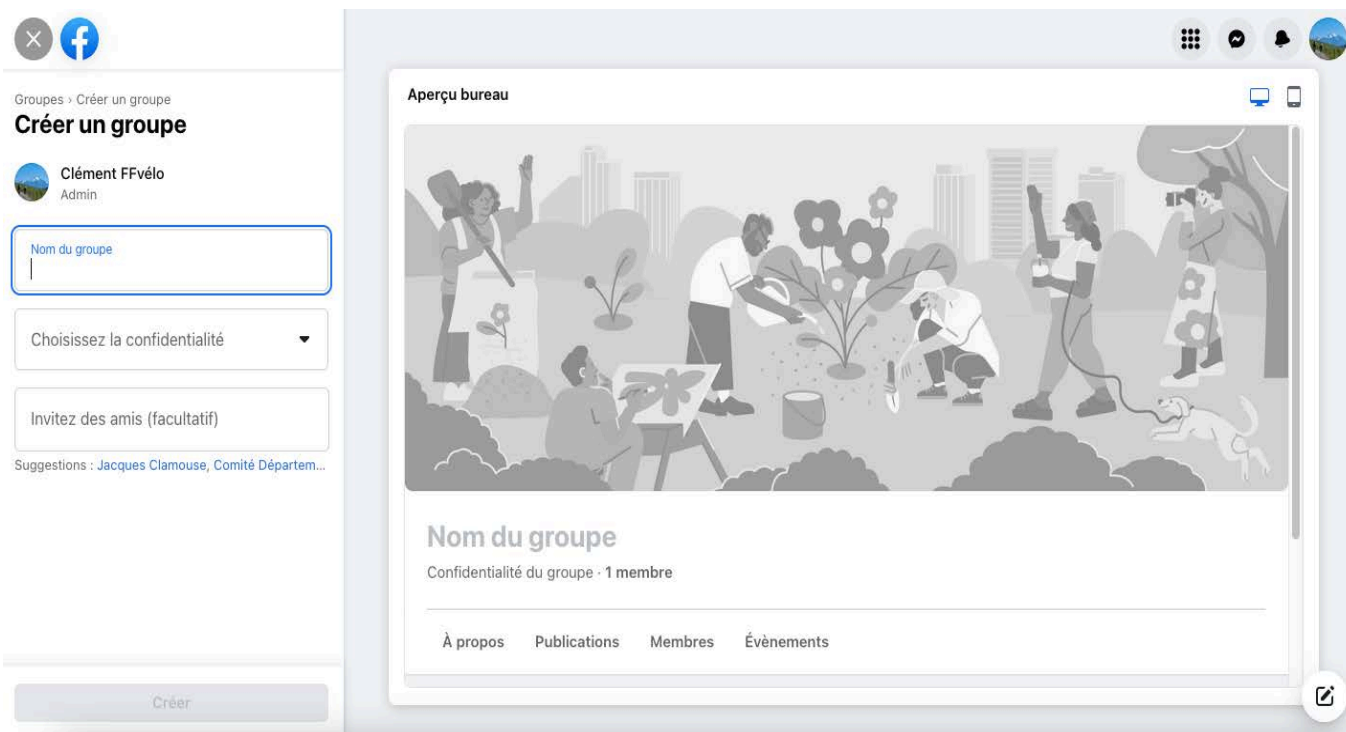
## COMMENT CRÉER UN GROUPE FACEBOOK ?

Vous pouvez cliquer sur la "gauffre" qui s'affiche tout en haut à droite puis sur « Créer un Groupe ».

The screenshot shows the Facebook desktop interface. At the top right, a downward arrow points to the 'Gaufre' (Hamburger menu) icon, which is a blue square with a white grid of dots. Below this, the 'Menu' is visible, featuring a search bar 'Rechercher dans le menu' and several categories: Social, Événements, Amis, Groupes, Fil d'actualité, Favoris, and Plus récentes. On the right side, the 'Créer' (Create) menu is open, listing options: Publication, Story, Événement marquant, Page, Publicité, Groupe, Évènement, Petite annonce Marketplace, and Collecte de dons. The 'Groupe' option is highlighted. The main content area shows a profile for 'La petite reine' with a green profile picture and a bio that says 'Créer un @nomutilisateur'. The left sidebar contains 'Gérer la Page' (Manage Page) options like Agenda, Outils de publication, Statistiques, and Applications professionnelles, as well as a navigation menu with Accueil, Gérer la boutique, Outils Messenger, Ressources et outils, and Rendez-vous. At the bottom left, there is a blue button labeled 'Promouvoir' and a URL: [https://www.facebook.com/ads/create\\_ad/](https://www.facebook.com/ads/create_ad/).



## COMMENT CRÉER UN GROUPE FACEBOOK ?



Donnez ensuite **un nom** à votre groupe, ajoutez des membres et enfin **paramétrez la confidentialité**.

### 3 possibilités :

- **Groupe Public** : tout le monde peut voir le groupe, ses membres ainsi que ses publications.
- **Groupe Privé** : tout le monde peut trouver le groupe et voir les membres qui l'on rejoint, en revanche seuls les membres peuvent voir les publications.
- **Groupe Secret** : il n'apparaît pas dans les recherches Facebook. La seule façon de le rejoindre est donc d'être invité par un membre actuel.

Sélectionnez ensuite « **Créer** ».

## LE LEXIQUE D'INSTAGRAM



Afin de ne pas vous perdre en cours de route, voici un lexique du jargon d'Instagram que vous devez connaître.

- ✓ **AD** : photo à contenu sponsorisé et payé par une marque. Peut être remplacé par #collab #collaboration.
- ✓ **Réels** : un instant de vie du club ou un résumé des sorties !
- ✓ **Followers** : personne qui aime votre page instagram et qui peut voir les nouveaux contenus partagés.
- ✓ **Stories** : parler des activités, donner des habitudes, elles doivent donner envie de rejoindre le club.
- ✓ « **Post** » / **Publication** : contenu (article, photos, vidéos) que vous publiez sur votre profil ou votre page.
- ✓ **Commenter** : adresser un commentaire à la suite d'une publication ou d'une story.
- ✓ **Like** : aimer une page, un commentaire ou une publication.
- ✓ **Le Tag** : permet de mentionner une personne ou une page sur instagram.
- ✓ **Hastag** : le hashtag est un mot/expression/locution précédé du symbole "#".



## COMMENT CRÉER UN COMPTE INSTAGRAM ?

The image shows the Instagram sign-up interface. At the top is the Instagram logo. Below it, the text reads 'Inscrivez-vous pour voir les photos et vidéos de vos amis.' There is a blue button with the Facebook logo and the text 'Se connecter avec Facebook'. Below this is a horizontal line with the word 'OU' in the center. Underneath are four input fields: 'Numéro de mobile ou e-mail', 'Nom complet', 'Nom d'utilisateur', and 'Mot de passe'. Below the input fields, there is a line of text: 'Les personnes qui utilisent notre service ont pu importer vos coordonnées sur Instagram. En savoir plus'. At the bottom, there is a blue button labeled 'Suivant'.

Saisissez votre adresse e-mail ou votre numéro de téléphone (code de confirmation requis) et cliquez sur "**Suivant**".

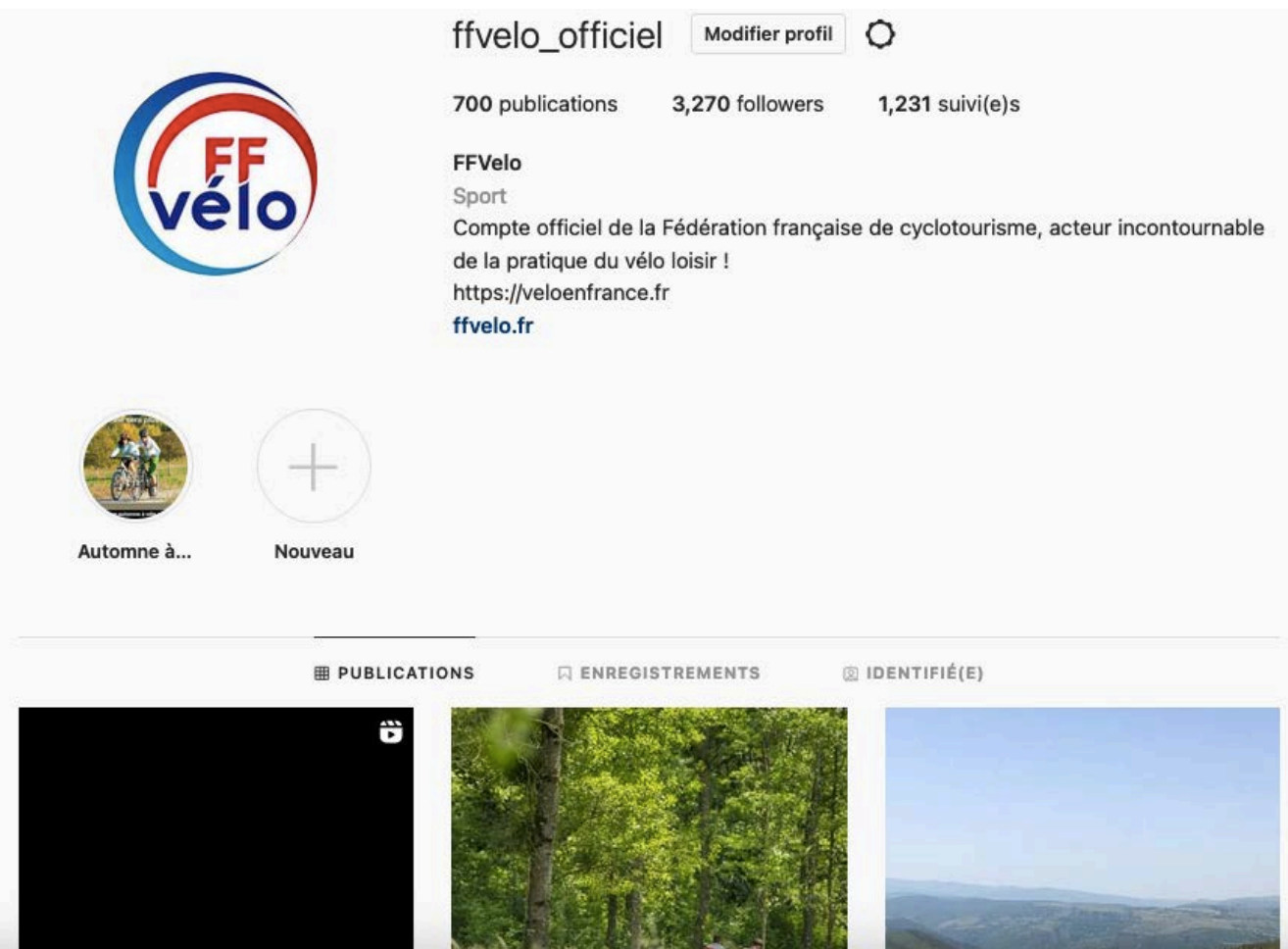
Vous pouvez aussi cliquer sur "**Se connecter avec Facebook**" pour vous inscrire via votre compte Facebook.

- Si vous décidez de vous inscrire avec votre adresse e-mail ou votre numéro de téléphone, créez un nom d'utilisateur et un mot de passe, renseignez vos informations de profil, puis cliquez sur "**Suivant**".
- Si vous vous inscrivez avec Facebook, vous serez invité(e) à vous connecter à votre compte Facebook si vous êtes déconnecté(e) à ce moment-là.

Votre nom d'utilisateur doit être :

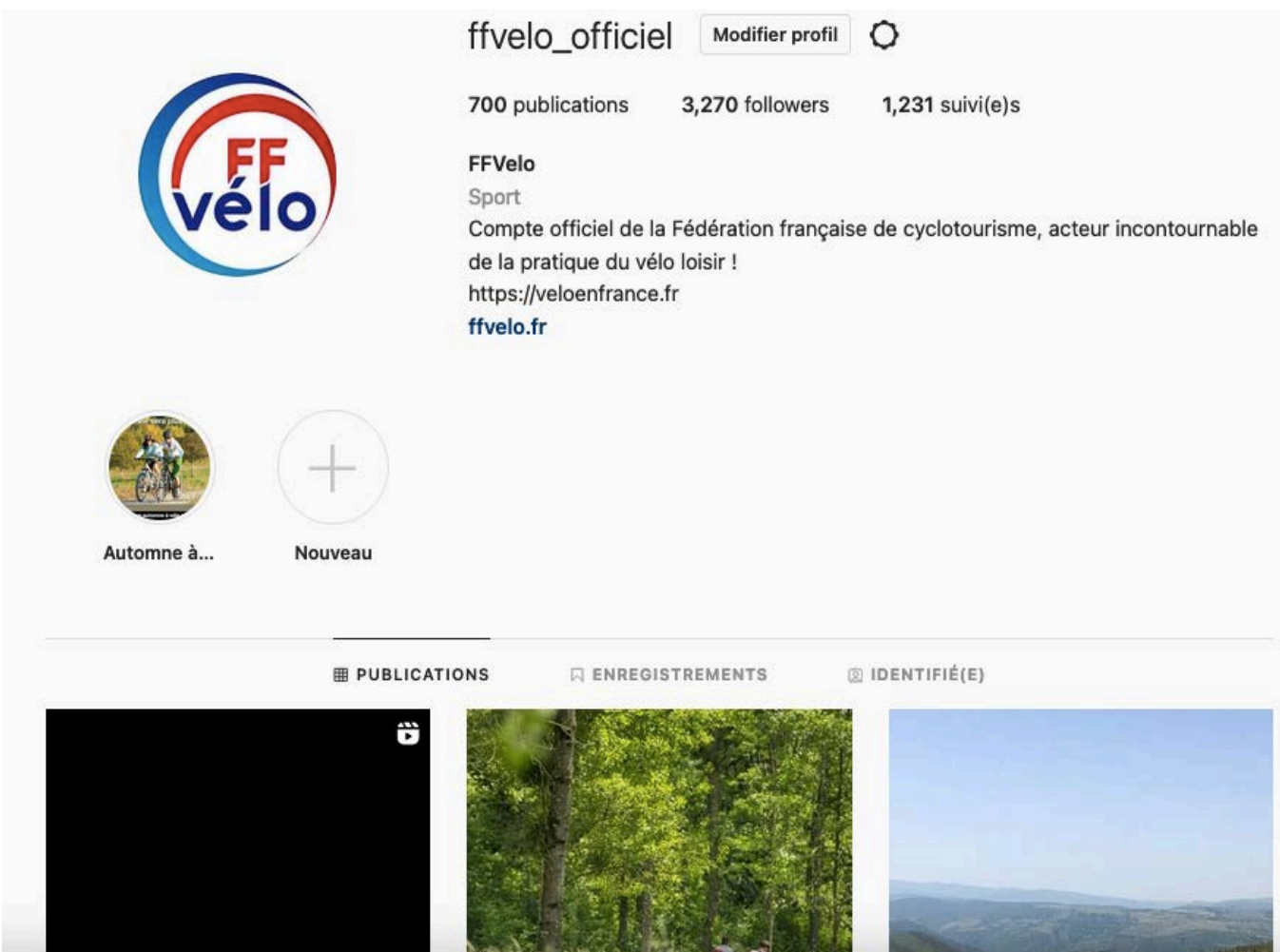
- simple et mémorisable facilement,
- clair et lisible,
- pertinent,
- cohérent avec vos réseaux sociaux.

## METTRE À JOUR LES INFORMATIONS DU PROFIL INSTAGRAM



1. Cliquez sur "**Modifier le profil**"
2. Saisissez vos informations, puis cliquez sur "**Envoyer**"
3. Certaines informations de profil ne sont visibles que par vous-même. C'est notamment le cas de l'adresse e-mail, du numéro de téléphone et du genre.

## COMMENT ANIMER UN COMPTE INSTAGRAM ?

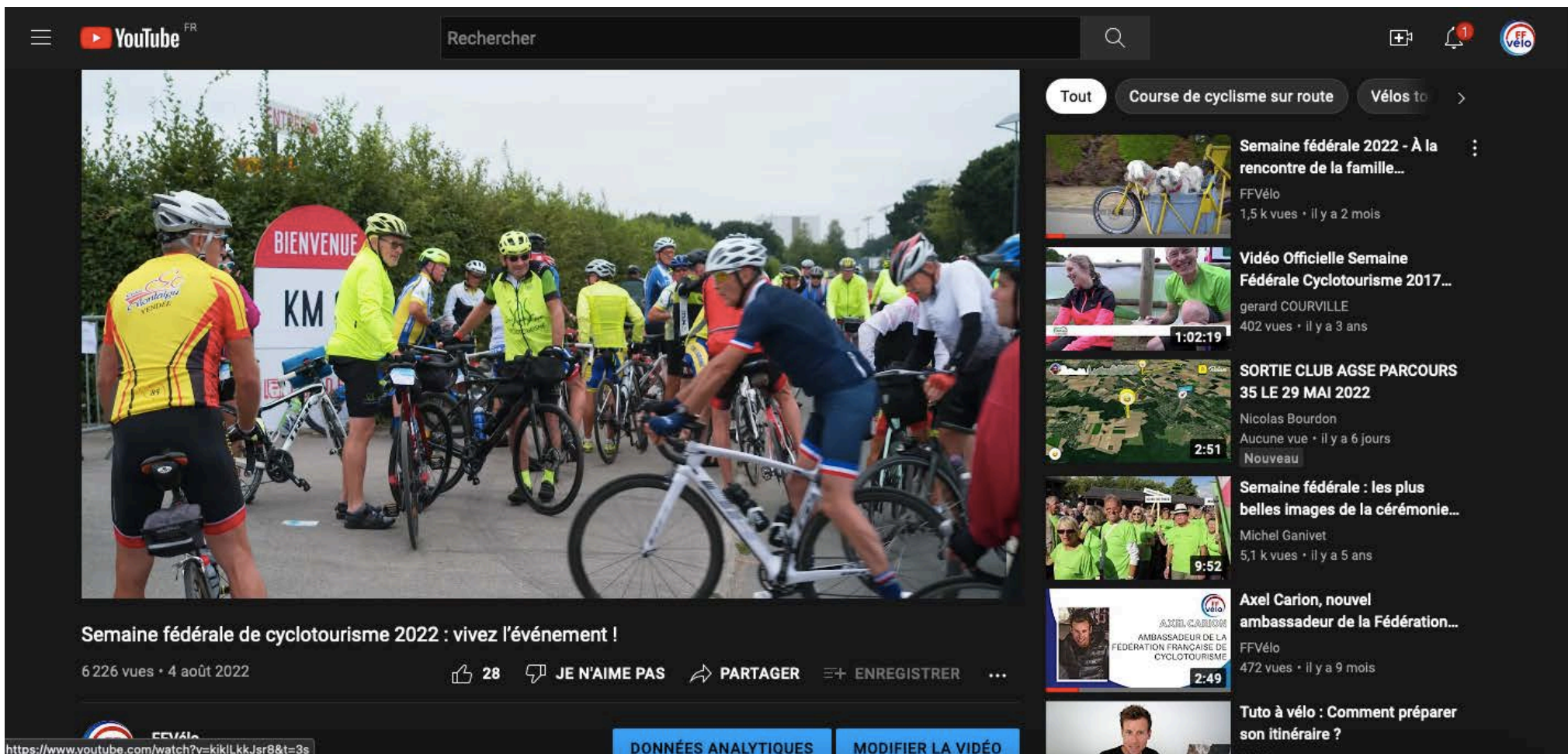


Voici 5 idées pour animer votre compte Instagram quotidiennement :

- **Bien écrire la légende de votre post :** il s'agit du texte se trouvant sous la photo. Il est primordial afin de transmettre un message aux internautes et bien décrire votre image !
- **Harmoniser vos photos :** il vous faut attirer l'attention avec une belle image. Tout est basé sur de belles photos et des vidéos particulières.
- **Établir une relation avec vos abonnés :** vous pouvez organiser des émissions en direct avec vos abonnés. Il est essentiel de maintenir le contact avec vos fidèles via des "Live" lors d'un événement par exemple !
- **Utilisation des stories :** parler des activités, donner des habitudes, elles doivent être originales et donner envie de rejoindre le club.
- **Utilisation des réels :** un instant de vie du club ou un résumé des sorties !



## COMMENT PARTAGER LES VIDÉOS YOUTUBE DE LA FÉDÉRATION ?



YouTube FR

Rechercher

Tout Course de cyclisme sur route Vélos to >

**Semaine fédérale de cyclotourisme 2022 : vivez l'événement !**

6 226 vues • 4 août 2022

28 JE N'AIME PAS PARTAGER ENREGISTRER ...

https://www.youtube.com/watch?v=kiklLkkJsr8&t=3s

DONNÉES ANALYTIQUES MODIFIER LA VIDÉO

**Semaine fédérale 2022 - À la rencontre de la famille...**

FFVélo  
1,5 k vues • il y a 2 mois

**Vidéo Officielle Semaine Fédérale Cyclotourisme 2017...**

gerard COURVILLE  
402 vues • il y a 3 ans  
1:02:19

**SORTIE CLUB AGSE PARCOURS 35 LE 29 MAI 2022**

Nicolas Bourdon  
Aucune vue • il y a 6 jours  
2:51 Nouveau

**Semaine fédérale : les plus belles images de la cérémonie...**

Michel Ganivet  
5,1 k vues • il y a 5 ans  
9:52

**Axel Carion, nouvel ambassadeur de la Fédération...**

FFVélo  
472 vues • il y a 9 mois  
2:49

**Tuto à vélo : Comment préparer son itinéraire ?**

- Partagez les vidéos de la Fédération sur vos réseaux sociaux ou sur votre site Internet !
- Pour cela rien de plus simple, cliquez sur "Partager", copiez le lien et intégrez-le sur d'autres réseaux.

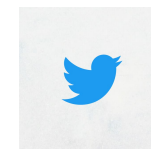
## LE LEXIQUE DE TWITTER



Afin de ne pas vous perdre en cours de route, voici un lexique du jargon de Twitter que vous devez connaître.

- ✓ **Tweet** : message publié sur twitter qui peut contenir du texte, des photos, des vidéos.
- ✓ **Retweet** : vous voyez dans votre fil un Tweet que vous aimez et que vous voulez montrer à toutes les personnes qui vous suivent ? Appuyez simplement sur le bouton Retweeter.
- ✓ **Abonnés** : personne qui aime votre page Twitter et qui peut voir les nouveaux contenus partagés.
- ✓ **Mentionner** : utilisez @ pour citer des noms d'utilisateur dans les Tweets (mentions), pour envoyer des messages ou pour créer un lien vers un profil.
- ✓ **Hastag** : le hashtag est un mot/expression/locution précédé du symbole "#".

## COMMENT CRÉER UN COMPTE TWITTER ?



× **Étape 1/5**

## Créer votre compte

Nom et prénom 0 / 50

Téléphone

[Utiliser un email](#)

**Date de naissance**

Cette information ne sera pas affichée publiquement. Confirmez votre âge, même si ce compte est pour une entreprise, un animal de compagnie ou autre chose.

Mois ▼ Jour ▼ Année ▼

**Suivant**

- Saisissez votre nom et prénom puis votre numéro de téléphone (ou bien votre e-mail).
- Saisissez votre date de naissance et cliquez sur **Suivant** pour accéder au réseau social du petit oiseau bleu !
- Ce réseau est destiné notamment aux institutionnels, aux militants et à vos relations avec la presse.

## COMMENT ANIMER VOTRE COMPTE TWITTER ?



- Publiez un contenu court et percutant : les textes sont limités à 280 caractères, # inclus !
- Sous peine de passer pour un compte « mort », il faut tweeter régulièrement.
- Utiliser des images et des vidéos pour donner envie de lire vos Tweets.
- N'oublier pas les Hashtags afin de catégoriser vos publications !
- N'hésitez pas à retweeter le contenu lié à votre domaine d'activité, il y a de grandes chances que cela intéresse vos followers.
- Rien de mieux qu'un peu d'animation pour faire vivre son compte. Vous pouvez par exemple poser des questions à vos followers, leur demander leur avis. Il est possible d'aller encore plus loin en lançant un concours !



***POUR EN SAVOIR PLUS***

<https://www.facebook.com/help/104002523024878>



## LES BONNES PRATIQUES POUR UN RÉSEAU SOCIAL ATTRACTIF !



Prenez en **considération** votre communauté et prenez le temps de **répondre aux commentaires**.



**Gardez le rythme** : il est essentiel de publier fréquemment sur Facebook, de manière à ce que l'on ne vous oublie pas. Pour un club de petite ou moyenne taille, 2 ou 3 posts par semaine est un bon équilibre.



**Définissez votre ligne éditoriale** : il est essentiel de se poser les bonnes questions afin de déterminer la ligne éditoriale de votre réseau : instantané, actu, infos pratiques, conseils, expériences.



Réalisez des **jeux-concours** pour **récompenser** vos abonnés de leur **fidélité**.



**Faites de la veille** des autres clubs, des Fédérations pour voir les pratiques et types de contenus qui fonctionnent.



**Variez vos contenus** : vous pouvez mettre en ligne des vidéos, des photos, des articles, des événements, des actualités, des liens, des questions, partager le contenu de votre site Internet ou d'autres réseaux tels la Fédération, les structures fédérales.



FÉDÉRATION FRANÇAISE DE CYCLOTOURISME

## VOS CONTACTS

**Keawin Henry** • *Chargé des relations presses / Community manager*  
presse@ffvelo.fr - 01 56 20 88 78

**Bertrand Houillon** • *Directeur de la communication*  
b.houillon@ffvelo.fr - 01 56 20 88 73