



Envoyé en préfecture le 12/03/2026

Reçu en préfecture le 12/03/2026

Publié le 12/03/2026

ID : 02B-200042943-20260306-2026_02_001-DE



MICRO-FOLIE

PLATEFORME CULTURELLE AU SERVICE DES TERRITOIRES

GUIDE DE COMMUNICATION

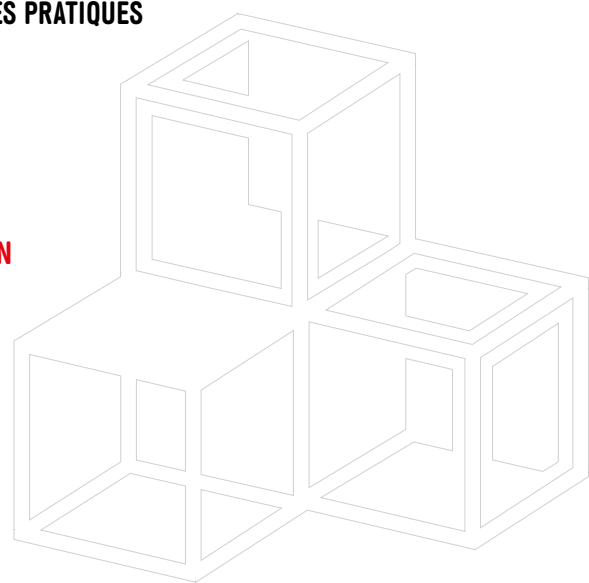


**MINISTÈRE
DE LA CULTURE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

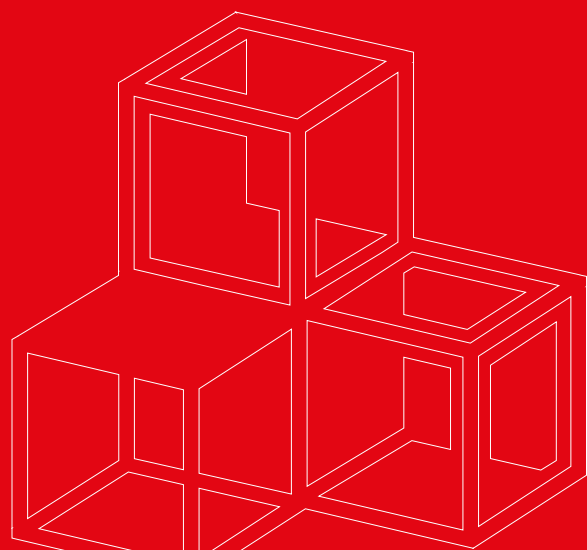
SOMMAIRE

3	01	L'IDENTITÉ VISUELLE D'UNE MICRO-FOLIE
5	02	COMMUNIQUER SUR SA MICRO-FOLIE
6	02.1	LE LOGO MICRO-FOLIE AU NOM DE VOTRE LOCALITÉ RÈGLES DE BON USAGE DE VOTRE LOGO
7	02.2	LE ROUGE MICRO-FOLIE
7	02.3	TYPOGRAPHIE GENERIKA
8	02.4	VISIBILITÉ DES ÉTABLISSEMENTS PARTENAIRES FONDATEURS
9	02.5	QUELQUES ÉLÉMENTS DE LANGAGE 02.5.1. QU'EST-CE QU'UNE MICRO-FOLIE ? 02.5.2. DÉCRIRE VOTRE MICRO-FOLIE EN QUELQUES MOTS 02.5.3. QUELQUES RÈGLES TYPOGRAPHIQUES À RESPECTER POUR CERTAINS TERMES
12	02.6	UTILISATION DES PHOTOS OU ŒUVRES SUR LES SUPPORTS DE COMMUNICATION : QUELS SONT LES BONS USAGES ? 02.6.1. PHOTOS 02.6.2. ŒUVRES ET CONTENUS 02.6.3. GÉNÉRATION D'IMAGES PAR INTELLIGENCE ARTIFICIELLE
14	03	ADAPTER SA COMMUNICATION
15	03.1	COMMUNICATION PAPIER ET SIGNALÉTIQUE 03.1.1. DÉCLINAISON ET RÉALISATION DE VOS SUPPORTS DE COMMUNICATION 03.1.2. ÉLÉMENTS GÉNÉRIQUES POUR UNE IMPRESSION IMMÉDIATE 03.1.3. ACCESSIBILITÉ
18	03.2	COMMUNICATION NUMÉRIQUE : QUELQUES BONNES PRATIQUES 03.2.1. VOS RÉSEAUX SOCIAUX 03.2.2. VOTRE NEWSLETTER 03.2.2. ACCESSIBILITÉ
26	ANNEXE	FAIRE VALIDER SES SUPPORTS DE COMMUNICATION



01

L'IDENTITÉ VISUELLE D'UNE MICRO-FOLIE



Le projet Micro-Folie s'articule autour d'un Musée numérique en collaboration avec 12 établissements culturels nationaux fondateurs. En fonction du lieu choisi pour accueillir la Micro-Folie et du projet conçu pour et avec les habitants, plusieurs modules complémentaires peuvent compléter le Musée numérique : un FabLab, un espace de Réalité Virtuelle, une scène, une bibliothèque/ludothèque ou encore un espace de convivialité. L'objectif est de créer un espace multiple d'activités accessible et chaleureux.

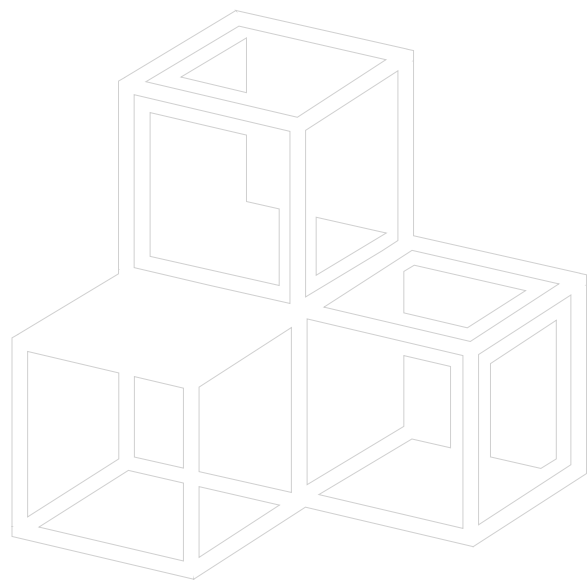
Ce réseau s'est construit autour d'une identité visuelle, mise en place par la Villette.

Elle s'inspire des Folies de Bernard Tschumi qui sont des structures rouges, de formes variées mais toujours sur une base cubique. C'est à la suite d'un grand plan de réhabilitation de cet espace du parc de la Villette en 1983, initialement un site d'abattoirs, que sont nées les Folies de Bernard Tschumi, préservant ainsi cet espace de 55 hectares d'un urbanisme immodéré et le conservant dans son écrin de verdure, où s'y mêlent culture, nature et Folies.



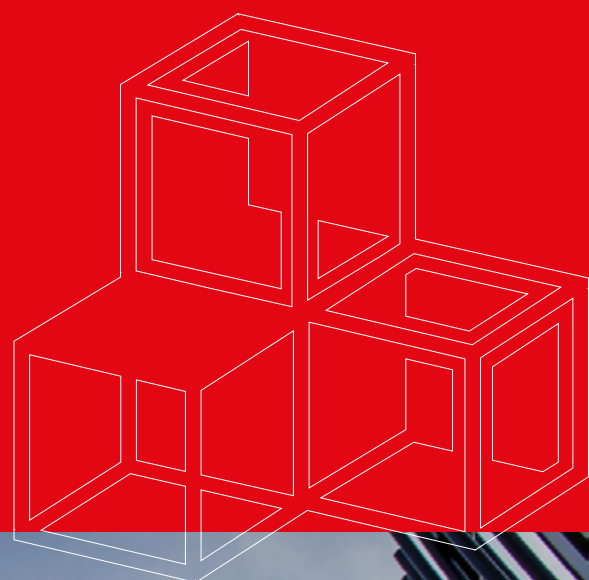


**AVEC CE GUIDE DE COMMUNICATION,
LA VILLETTE ACCOMPAGNE LES MICRO-FOLIES
DANS LA MISE EN PLACE DE LEUR COMMUNICATION
ET DE LEUR SIGNALÉTIQUE,
AUTOUR D'UNE IDENTITÉ VISUELLE
FORTE ET IDENTIFIABLE.**



02

COMMUNIQUER SUR SA MICRO-FOLIE



02.1

LE LOGO MICRO-FOLIE AU NOM DE VOTRE LOCALITÉ



Le logo Micro-Folie s'inspire des *Folies* de Bernard Tschumi. Sur ce logo figurent également le **logo du ministère de la Culture**, à l'initiative du dispositif, et celui de **La Villette**, qui en assure la coordination.

À la signature de la charte d'adhésion au réseau Micro-Folie, nous vous transmettons le **logo personnalisé au nom de votre Micro-Folie**, aux formats JPEG, PNG et PDF.

Celui-ci est en haute résolution pour vous en garantir une utilisation optimale sur vos éléments de communication et de signalétique.

RÈGLES DE BON USAGE DE VOTRE LOGO

Le logo que nous vous envoyons n'est pas déclinable et doit rester sur fond blanc avec le logo du ministère de la Culture, conformément à la charte graphique gouvernementale. Il doit apparaître sur tous vos supports de communication liés à la Micro-Folie.



CONSULTER LA CHARTE GRAPHIQUE GOUVERNEMENTALE

Le logo doit impérativement être **disposé à l'extérieur** de la structure accueillant la Micro-Folie pour signifier la présence du dispositif. Il doit être **visible** de la rue.



LOGO SUR FOND BLANC



LOGO SUR FOND DE COULEUR



LOGO SUR IMAGE



PAS DE LOGO EN TRANSPARENCE



PAS DE LOGO DÉFORMÉ OU PIXELLISÉ



PAS DE CHANGEMENT DE COULEUR



Cas particulier : en cas de demande des Architectes des Bâtiments de France, il est possible d'obtenir le logo en noir et blanc (à l'exception du logo du ministère de la Culture) pour votre enseigne.

02.2

LE ROUGE MICRO-FOLIE

POUR L'IMPRESSION

QUADRICHRONIE CO / M100 / J100 / NO

PANTONE 485U

CODE PEINTURE RAL 3020

POUR LE NUMÉRIQUE

RVB R223 / V0 / B36

WEB #df0024

02.3

TYPOGRAPHIE GENERIKA

GENERIKA est la seule typographie recommandée dans le cadre des Micro-Folies.

Celle-ci se décline en **REGULAR / REGULAR ITALIQUE** ou **BOLD / BOLD ITALIQUE** UNIQUEMENT

Generika Regular - Regular *Italique*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - *abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ - *ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

01234567890 - *01234567890*

Generika Bold - *Bold Italique*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - *abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ - *ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

01234567890 - *01234567890*

Cliquez sur le lien ci-dessous afin de l'installer sur votre ordinateur (compatible MacOS et Windows)



TÉLÉCHARGER LA TYPOGRAPHIE GENERIKA

> Effectuez un clic droit sur le dossier « document fonts »

> Cliquez sur « Télécharger »

> Une fois le document .zip téléchargé, extraire les fichiers et les installer un à un

La typo Generika Regular est utilisée principalement pour le texte courant ;

Generika Bold est conseillée pour **mettre en évidence** du **texte** ou des **mots** ;

L'*Italique* est à utiliser pour signifier un *titre d'œuvre*.

02.4

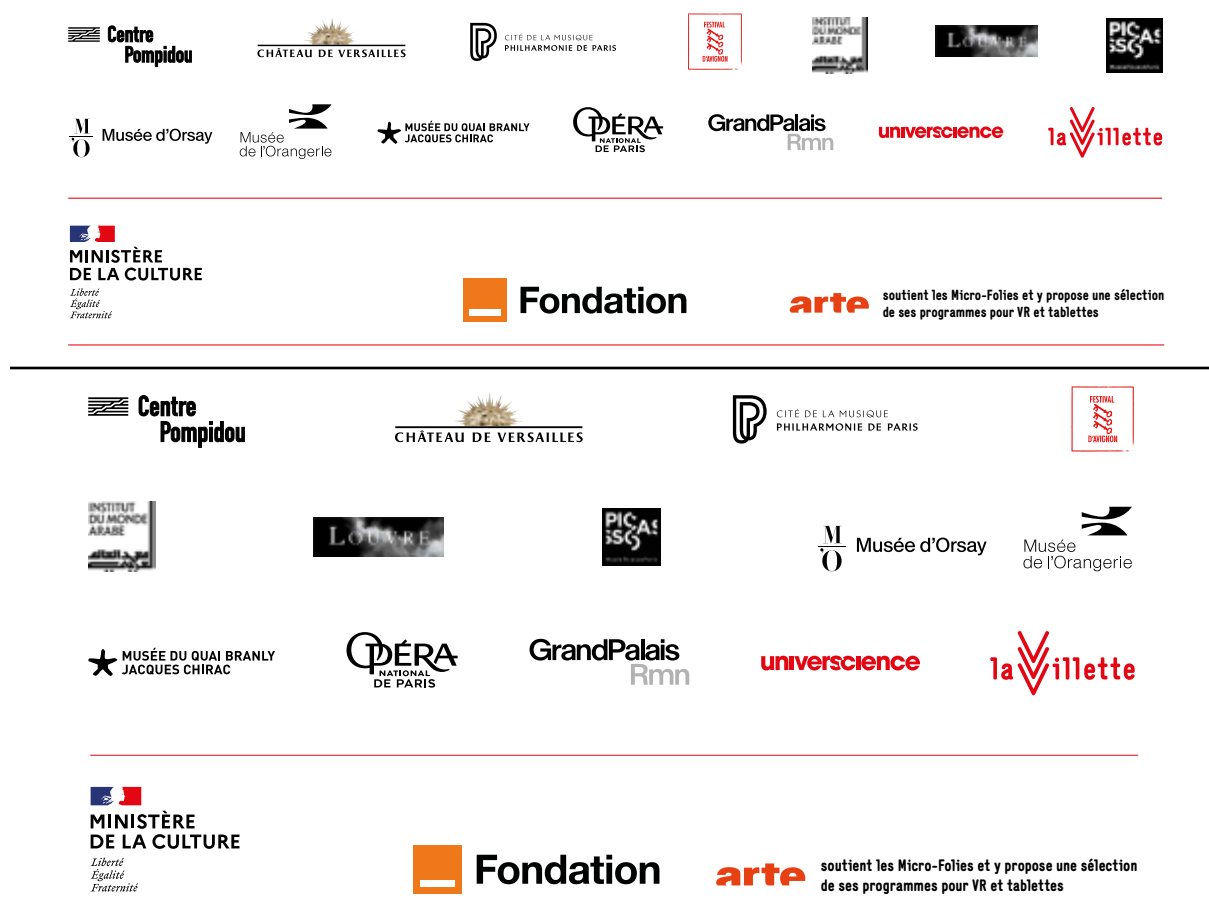
VISIBILITÉ DES ÉTABLISSEMENTS PARTENAIRES FONDATEURS

Le dispositif Micro-Folie est accompagné par **12 établissements partenaires fondateurs** :

le Centre Pompidou, le Château de Versailles, la Cité de la Musique – Philharmonie de Paris, le Festival d'Avignon, l'Institut du monde arabe, le Louvre, le musée national Picasso-Paris, le musée d'Orsay, le musée du Quai Branly-Jacques Chirac, l'Opéra national de Paris, la Réunion des musées nationaux – Grand Palais, et Universcience. Il bénéficie également du soutien de la chaîne ARTE et de la Fondation Orange.

Nous avons conçu et mis à votre disposition un **bandeau** reprenant chacun des logos des partenaires fondateurs et soutiens du dispositif dans un **ordre bien précis**. Ce bandeau doit impérativement **figurer au sein de l'espace du Musée numérique** sur l'un des supports de signalétique (par exemple sur un kakémono).

Les logos sont également téléchargeables séparément et doivent être disposés dans le même ordre que sur le bandeau.



↓ TÉLÉCHARGER LES BANDEAUX OU LES LOGOS SÉPARÉMENT

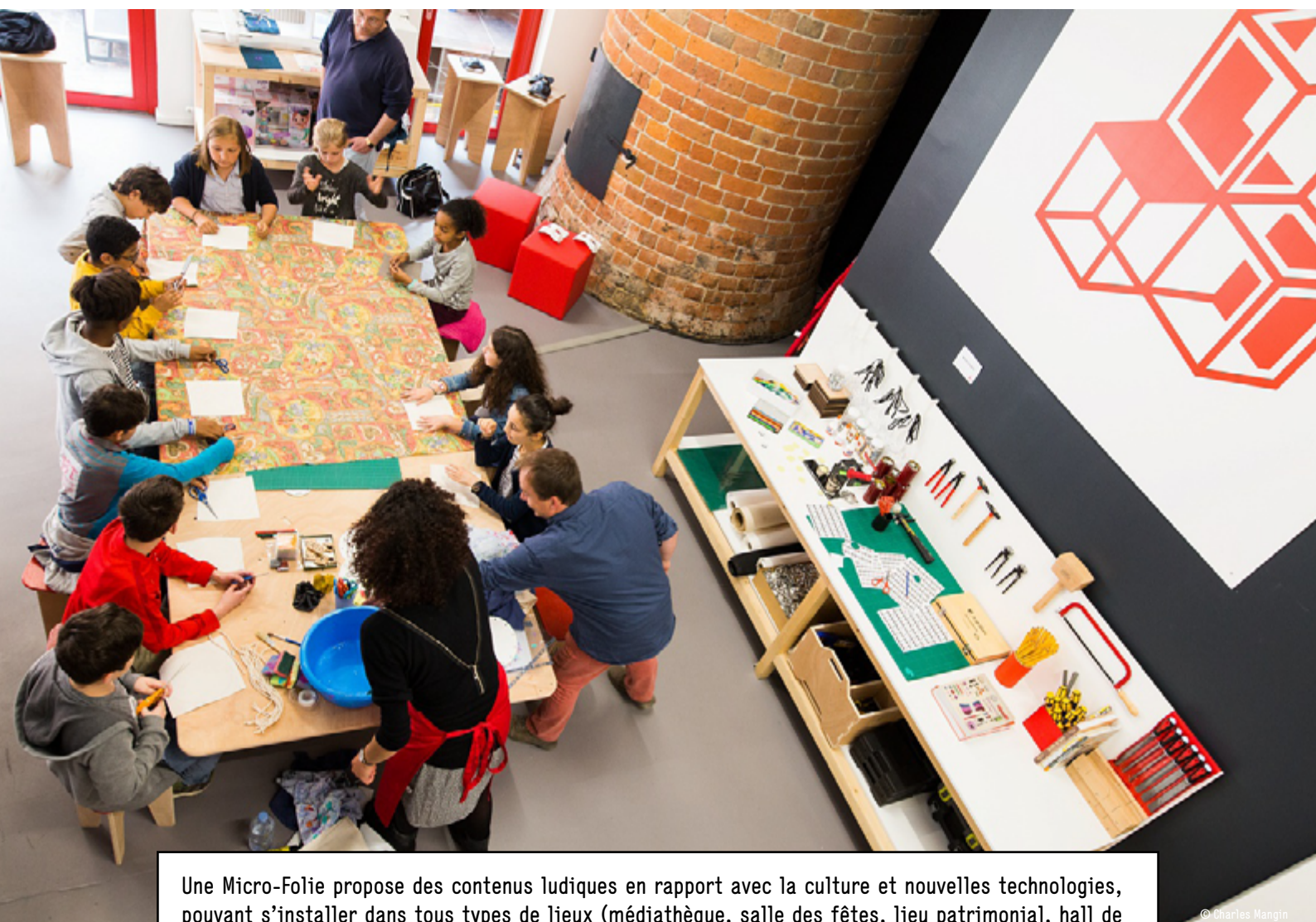
Le logo ARTE doit obligatoirement être suivi de la phrase « **soutient les Micro-Folies et y propose une sélection de ses programmes pour VR et tablettes** » comme indiqué ci-dessus.

02.5

QUELQUES ÉLÉMENTS DE LANGAGE

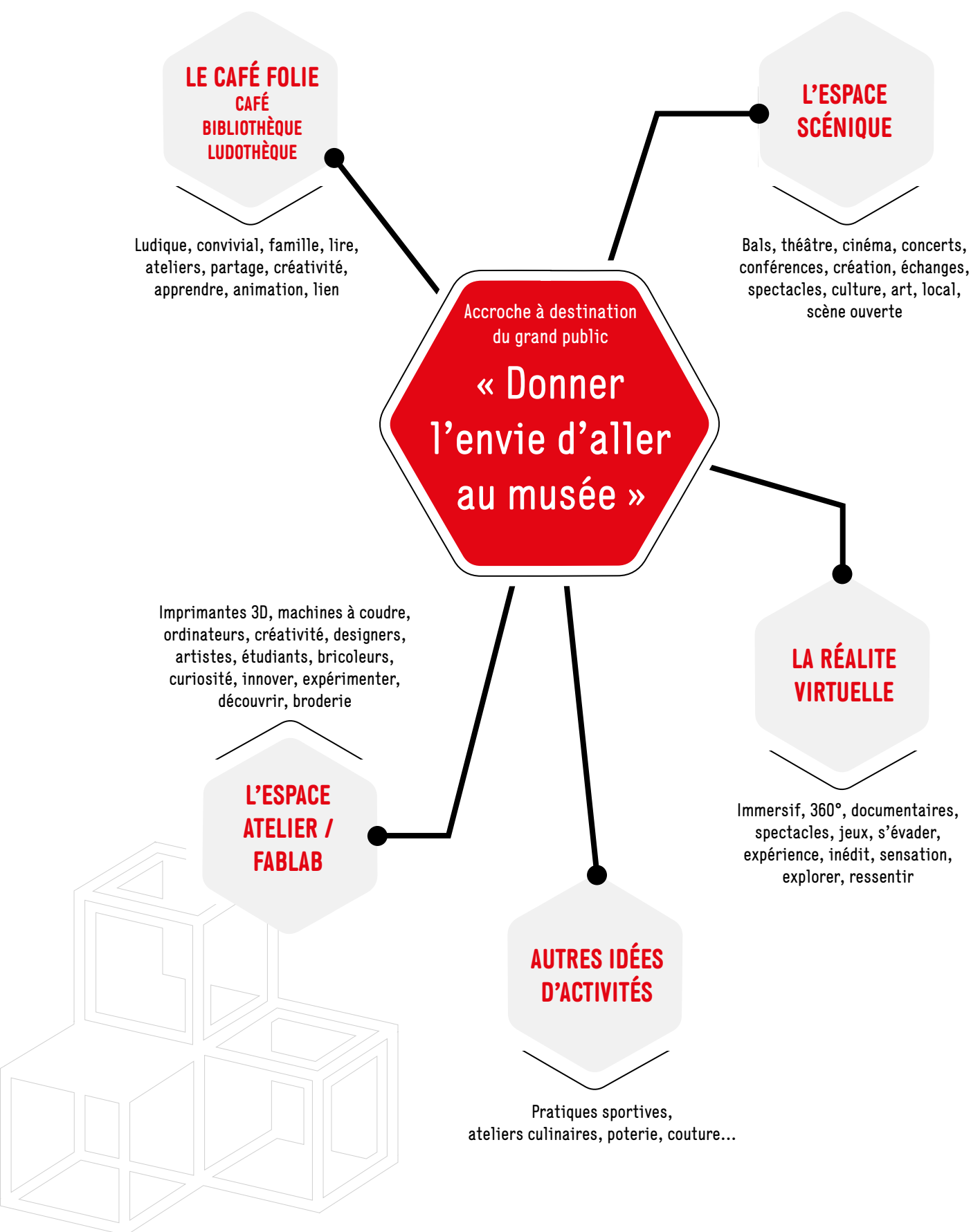
02.5.1. QU'EST-CE QU'UNE MICRO-FOLIE ?

La Micro-Folie est une plateforme culturelle au service des territoires portée par le ministère de la Culture et coordonnée par la Villette en lien avec 12 institutions : le Centre Pompidou, le Château de Versailles, la Cité de la Musique – Philharmonie de Paris, le Festival d'Avignon, l'Institut du monde arabe, le Louvre, le Musée national Picasso-Paris, le Musée d'Orsay, le musée du quai Branly - Jacques Chirac, l'Opéra national de Paris, la Réunion des musées nationaux – Grand Palais, et Universcience.



Une Micro-Folie propose des contenus ludiques en rapport avec la culture et nouvelles technologies, pouvant s'installer dans tous types de lieux (médiathèque, salle des fêtes, lieu patrimonial, hall de mairie, commerce, école, centre commercial, etc.).

02.5.2. DÉCRIRE VOTRE MICRO-FOLIE EN QUELQUES MOTS



02.5.3. QUELQUES RÈGLES TYPOGRAPHIQUES À RESPECTER POUR CERTAINS TERMES

Le min istère de la C ulture	---->	un « m » minuscule à « ministère » et « C » majuscule à « Culture »
Le M usée num érique	---->	un « M » majuscule à « Musée » et un « n » minuscule à « numérique »
La R éalité V irtuelle	---->	un « R » et un « V » majuscule

Vous avez également la possibilité de télécharger le dossier de présentation Micro-Folie pour y retrouver des éléments explicatifs sur le dispositif, les modules, les partenaires, etc. :



TÉLÉCHARGER LE DOSSIER DE PRÉSENTATION



Pour toute utilisation, cette vidéo doit être accompagnée du crédit (ou copyright) © EPPGHV



PRÉSENTATION VIDÉO DU DISPOSITIF MICRO-FOLIE

02.6

UTILISATION DES PHOTOS OU ŒUVRES SUR LES SUPPORTS DE COMMUNICATION : QUELS SONT LES BONS USAGES ?

02.6.1. PHOTOS

Une **photothèque** est à votre disposition dans le kit de communication. Nous l'alimentons régulièrement de nouvelles photos.

Cependant, l'utilisation de ces photos est exclusivement réservée à la communication faite autour de la Micro-Folie ou pour un usage presse. Chaque photo fait mention de son **crédit (ou copyright)** dans le nom du fichier, il est impératif de le faire figurer sur l'ensemble de vos supports de communication, dans les articles de presse, ainsi qu'en description de vos publications sur les réseaux sociaux.

Formats types de crédits visuels :

Micro-Folie nom de la ville © Nom du photographe

↓ CONSULTER LA PHOTOTHÈQUE

02.6.2. ŒUVRES ET CONTENUS

Attention :

Le Dashboard et le Musée numérique ne sont pas des banques d'images. Il est formellement interdit de télécharger les visuels et de les utiliser pour votre communication.

Les captures d'écran des contenus vidéos et jeux vidéos sont formellement interdites.

Formats types de crédits visuels :

Auteur, Titre de l'œuvre, date © Musée de conservation / Nom du photographe

Dans le cas où une Micro-Folie souhaiterait exploiter certaines des œuvres dans le cadre de sa communication, elle doit se procurer ses propres visuels et s'assurer d'obtenir les éventuelles autorisations nécessaires auprès des titulaires de droit d'auteur.

Toute autre exploitation pour la communication, et toute modification de visuels doivent faire l'objet d'une demande d'autorisation préalable auprès des titulaires de droit et, le cas échéant, de la prise en charge de droits.

↓ CONSULTER LES VISUELS DES COLLECTIONS

Des exemples de banques d'images vous sont donnés page 13.

Voici quelques exemples de banques d'images en ligne, où trouver des visuels d'œuvres d'art :

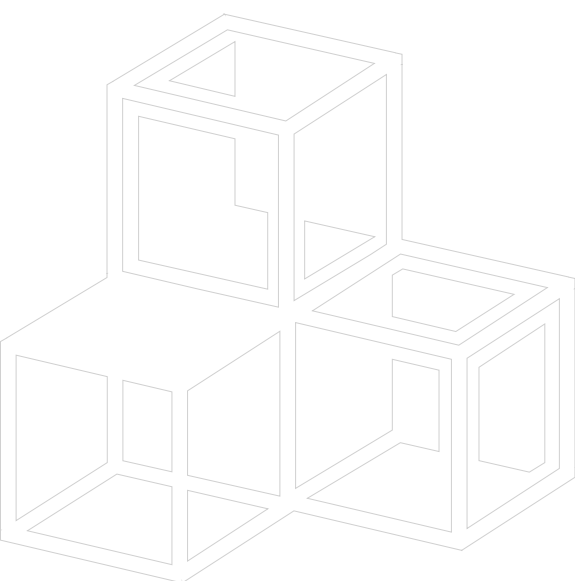
- **Photo RMN** : cette banque d'images du GrandPalaisRMN vous permet de vous procurer des visuels de nombreuses œuvres d'art en très bonne qualité. Attention : le téléchargement de ces visuels est payant. Ce site vous permet également de consulter les informations techniques des œuvres qui vous intéressent, et notamment de vérifier si une œuvre est dans le domaine public, et où elle est exposée.
- **Images d'Art** : cette banque d'images du GrandPalaisRMN vous permet de vous procurer des visuels de nombreuses œuvres d'art en très bonne qualité. Le téléchargement est gratuit, sauf pour l'usage commercial (comme la communication, par exemple).
- **ADAGP Images** : cette banque d'images de l'ADAGP vous permet de vous procurer des visuels d'œuvres d'art contemporaines. Le téléchargement est gratuit, sauf pour l'usage commercial (comme la communication, par exemple).
- **Autres banques d'images** recommandées par le Fonds Social Européen.

02.6.3. GÉNÉRATION D'IMAGES PAR INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

La génération d'image par Intelligence Artificielle (IA) n'est pas interdite, néanmoins elle doit être utilisée avec prudence, notamment pour des raisons juridiques liées aux droits d'auteur et à la propriété intellectuelle.

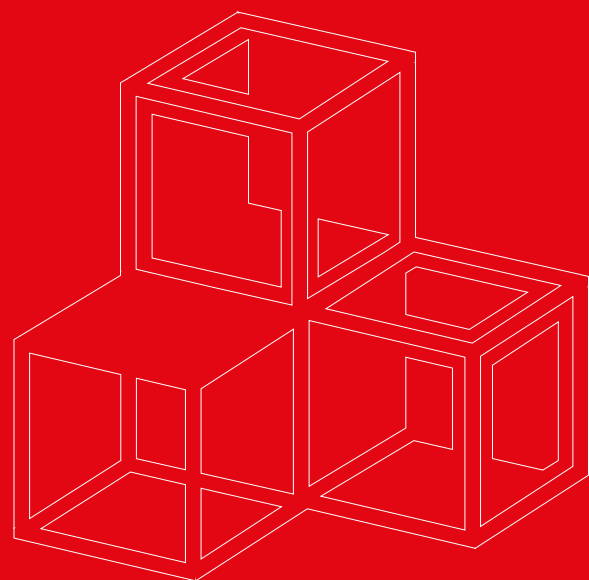
Voici quelques bonnes pratiques :

- Ne pas nourrir l'IA avec des visuels issus du Musée numérique.
- Ne pas nourrir l'IA avec du contenu n'étant pas dans le domaine public.
- Si l'image générée fait référence à une œuvre ou un auteur, respecter le droit moral de l'auteur : ne pas altérer ni modifier l'œuvre et son propos, ne pas diffamer l'auteur, ne pas l'associer à des opinions (politiques, éthiques, etc.) qu'il n'aurait pas revendiquées.
- Indiquer que l'image a été générée par IA dans le crédit.



03

ADAPTER SA COMMUNICATION



Les éléments de communication et de signalétique que nous mettons à votre disposition dans le kit de communication sont pensés pour que vous puissiez vous les approprier et les décliner à votre guise. Le kit de communication est accessible :

- via la Plateforme collaborative pour les personnes détentrices d'accès au Dashboard
- via un Google Drive pour les prestataires et services de communication extérieurs à votre Micro-Folie



03.1

COMMUNICATION PAPIER ET SIGNALÉTIQUE

03.1.1. DÉCLINAISON ET RÉALISATION DE VOS SUPPORTS DE COMMUNICATION

Attention :

Les éléments à décliner se trouvant dans le kit de communication nécessitent une licence Adobe car ils sont au format InDesign, PDF ou encore Illustrator.

Documents à décliner :



CARTON D'INVITATION



DOSSIER DE PRESSE



AFFICHE 40 X 60 CM



AFFICHE 120 X 176 CM



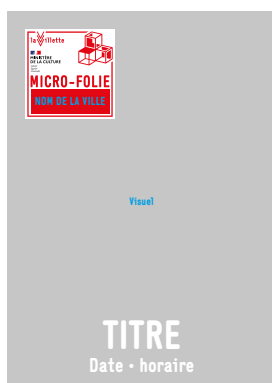
Des mentions en bleu se trouvent sur certains éléments à décliner : il s'agit du texte à modifier.
Une fois remplacées, elles doivent être remises en noir ou en blanc, comme le reste du document.



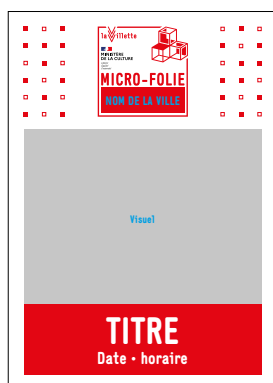
KAKÉMONO



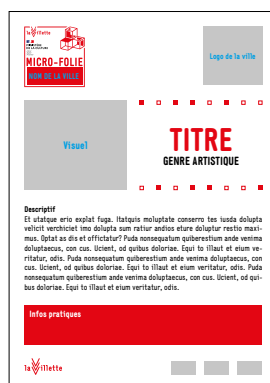
FLÈCHES SIGNALÉTIQUES



FLYER MODÈLE 1



FLYER MODÈLE 2



FLYER MODÈLE 3



FLYER MODÈLE 4

FLYER
FORMAT A5FLYER
FORMAT A6

Des mentions en bleu se trouvent sur certains éléments à décliner, il s'agit du texte à modifier.
Une fois remplacées, elles doivent être remises en noir ou en blanc, comme le reste du document.



Dans le cas où vous n'auriez pas accès à la suite Adobe, il vous est possible de décliner certains des supports de communication avec l'application Canva.

Des fichiers PDF vectorisés pour l'impression sont disponibles pour chaque élément du kit de communication. Il vous suffit de les importer sur Canva, et d'y ajouter le texte, les visuels, ainsi que votre logo personnalisé.

Attention : la police Generika n'est pas disponible sur Canva dans sa version gratuite, vous pouvez choisir une typographie similaire.

03.1.2. ÉLÉMENTS GÉNÉRIQUES POUR UNE IMPRESSION IMMÉDIATE

Nous avons conscience qu'il n'est pas toujours possible de réaliser ses propres éléments de communication et de signalétique. Nous mettons donc à votre disposition des éléments génériques ne nécessitant aucune modification.

Documents génériques :

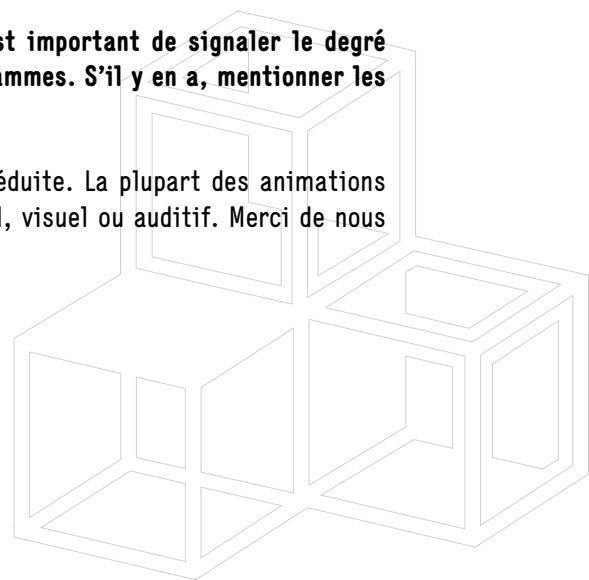


TÉLÉCHARGER UN DOCUMENT GÉNÉRIQUE

03.1.3. ACCESSIBILITÉ

Afin d'accueillir au mieux vos publics en situation de handicap, il est important de signaler le degré d'accessibilité de votre Micro-Folie par une mention et/ou des pictogrammes. S'il y en a, mentionner les outils à disposition des publics handicapés ou les animations adaptées.

Exemple : « La Micro-Folie est accessible aux personnes à mobilité réduite. La plupart des animations peuvent être adaptées aux personnes avec un handicap moteur, mental, visuel ou auditif. Merci de nous contacter à [insérer une adresse mail]. »



03.2

COMMUNICATION NUMÉRIQUE : QUELQUES BONNES PRATIQUES

03.2.1. VOS RÉSEAUX SOCIAUX

Qu'il s'agisse de communiquer à propos de votre inauguration, de votre programmation ou d'événements ponctuels, les réseaux sociaux sont désormais un outil incontournable : **rapides, faciles d'utilisation et gratuits**. Ils vous permettront d'**informer vos publics sur l'actualité de votre Micro-Folie**. C'est également un **moyen de rassembler** une communauté d'intéressés et d'utilisateurs et d'entamer un dialogue avec celle-ci. Voici quelques bases simples pour aborder votre communication sur les réseaux sociaux.

VOS COMPTES

- Avoir **le même nom et la même description en biographie** sur les différents réseaux sociaux
- Avoir **les mêmes images de profil et de bandeau** (image de couverture d'une page) sur l'ensemble des comptes
- Avoir **le même lien de renvoi** : vers un site / vers la page Micro-Folie de La Villette / vers un service type Linktree ou une solution similaire qui vous permet de renvoyer vers différentes pages

VOS PUBLICATIONS

- Adopter une **même tonalité sur l'ensemble des publications** : 1^{ère} personne ou 3^{ème} personne, institutionnelle ou plutôt chaleureuse, avec ou sans émoji
- Avoir une **phrase d'accroche** (question / fait amusant / alerte) pour attirer l'attention
- **Contextualiser vos informations** : date, événement, actualité, lieu...
- **Valoriser des contenus esthétiques et ludiques** (et en haute définition !)
- Le Hashtag à utiliser systématiquement : **#MicroFolie**
- Les tags à utiliser :
 - Sur Instagram : @microfolie
 - Sur LinkedIn : @la Villette - Établissement Public du parc et de la grande Halle de la Villette

VOS STORIES

- Nous taguer (@microfolie) : on vous reposte !
- Bien penser à relier vos comptes Facebook et Instagram pour publier sur les deux réseaux simultanément
- Privilégier les vidéos courtes, contenus interactifs (quizz, sondage ...), photos spontanées
- Poster le plus régulièrement possible, en complément des publications
- Inciter vos usagers à faire des stories des événements et à vous taguer pour reposter leur contenu

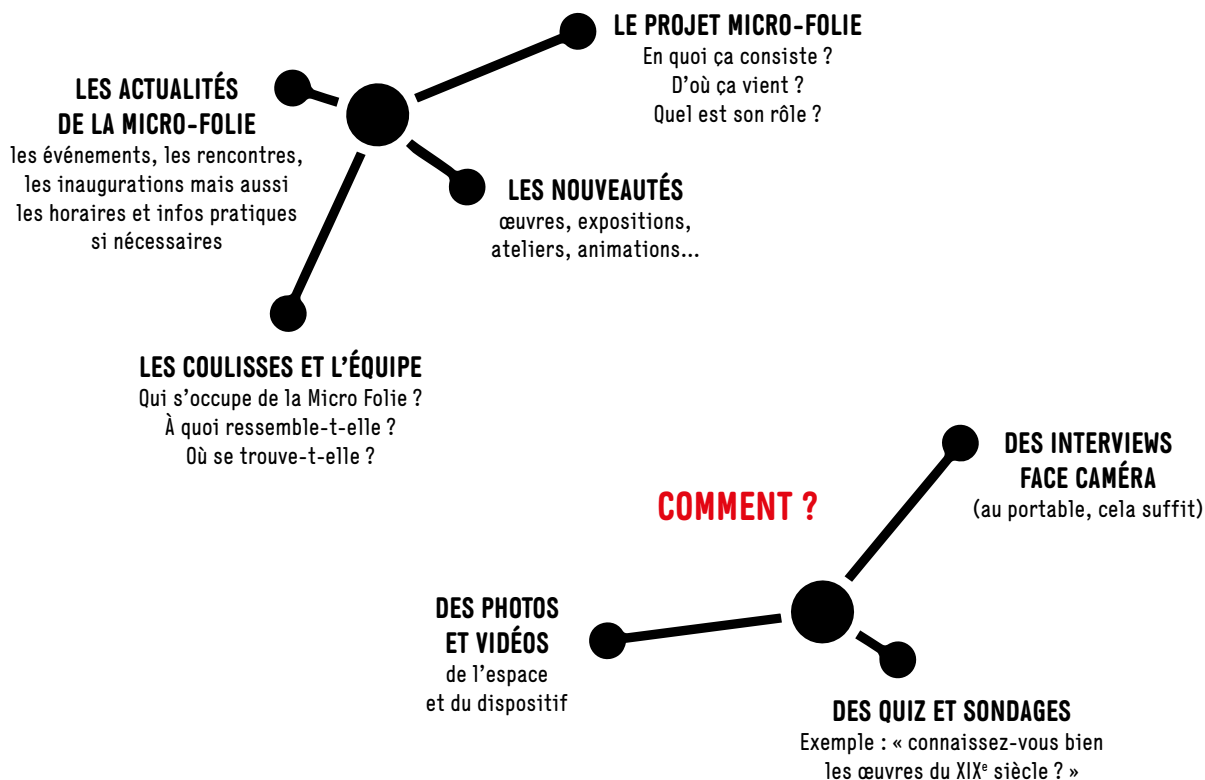
N'hésitez pas à indiquer au public votre présence sur les réseaux sociaux par le biais d'une signalétique dans votre Micro-Folie. Par exemple un simple QR code imprimé sur un tract, sticker ou affiche pourra renvoyer directement vers l'un de vos réseaux ou vers un Linktree.



TÉLÉCHARGER LE KIT RÉSEAUX SOCIAUX

QUEL CONTENU COMMUNIQUER SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

QUELLES THÉMATIQUES ?



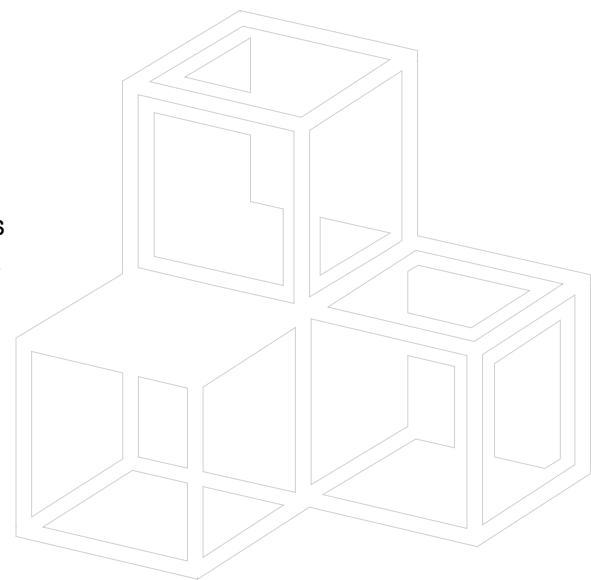
ET ENTRE MICRO-FOLIES ?

Il est possible d'imaginer des créations communes à plusieurs Micro-Folies d'un même département. Dans ce cas, sur Facebook comme sur Instagram, vous pouvez crossposter (publier sur deux comptes à la fois) un même contenu afin de cumuler les vues et interactions des deux comptes sur ce contenu.



ET LA VILLETTE DANS TOUT ÇA ?

Nous repartageons les contenus sur le compte Micro-Folie et vous solliciterons à cette occasion. Les comptes de La Villette quant à eux relaieront des actualités Micro-Folie.





SUR INSTAGRAM

@microfolie



BONNES PRATIQUES

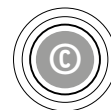
@microfolie

Mentionner la Villette
quand cela s'y prête

Publier aux horaires de connexion de vos abonnés :

Rendez-vous sur votre profil

- > tableau de bord professionnel
- > statistiques du compte - voir tout
- > Total des followers => en bas de page se trouve la répartition par jour et heure de vos abonnés



Mentionner les crédits visuels (ou copyright) en description

Formats types de crédits visuels

Micro-Folie nom de la ville
© Nom du photographe

Auteur, Titre de l'œuvre, année
© Musée / Nom du photographe



À QUELLE FRÉQUENCE ?

Les publications et les Reels :
publier régulièrement,
1 à 3 fois par semaine

Les stories sont très
importantes sur Instagram
et permettent de partager
de l'événementiel, du direct,
et d'interagir avec les abonnés.

**Publiez-en
quand vous voulez !**



LE CONTENU

Valoriser les contenus esthétiques et ludiques

Privilégier les
slideshows/carrousels
(publication avec plusieurs
images) ainsi que les vidéos
au format vertical de moins
d'une minute



Voir les recommandations
de formats pour le réseau :

[CONSULTER
LE BLOG DU MODÉRATEUR](#)

Les vidéos peuvent être
incarnées et doivent être
sous-titrées en cas de prise
de parole d'un intervenant
(la majeure partie des vidéos
est visionnée en silencieux
sur Instagram)

Utiliser des photos de bonne qualité

Utiliser des hashtags
en fin de post pour augmenter
la visibilité de la publication,
en choisissant aussi bien
des hashtags génériques
que des hashtags précis : --->

#culture
#innovation
#microfolie
#actionterritoriale
#territoire
#musée
#museenumerique
#art
#numerique



SUR FACEBOOK



LES FORMATS

- **Publier des informations événementielles**, utiles ou d'image :
1 à 3 fois par semaine
- **Créer des événements Facebook quand nécessaire**
(par exemple pour un week-end thématique ou une avant-première)



LE VISUEL

Voir les recommandations de formats pour le réseau :

 [CONSULTER LE BLOG DU MODÉRATEUR](#)



BONNES PRATIQUES

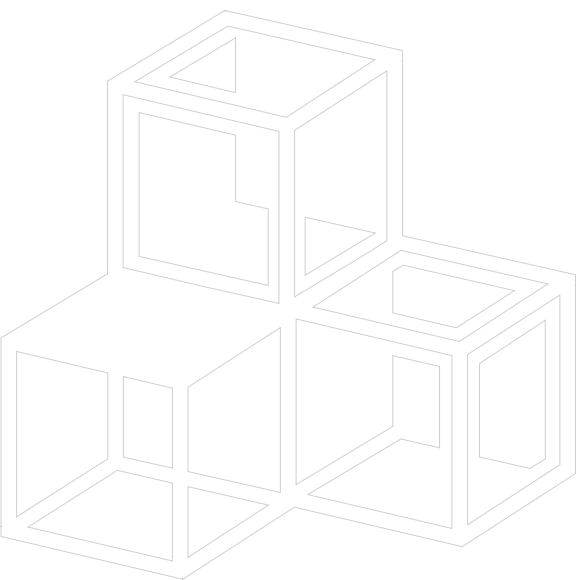
- **Valoriser les contenus** informatifs, divertissants et événementiels
- **Privilégier un visuel unique ou une vidéo de 2 minutes maximum**
- **Utiliser des photos de bonne qualité**
- Les vidéos peuvent être incarnées et doivent être sous-titrées en cas de prise de parole d'un intervenant (la majeure partie des vidéos est visionnée en silencieux)
- **Ne pas utiliser de hashtags**



CRÉDITS VISUELS

Formats types de crédits visuels :

- Micro-Folie nom de la ville © Nom du photographe
- Auteur, *Titre de l'œuvre*, année © Musée / Nom du photographe





SUR LINKEDIN @la Villette - Établissement Public du parc et de la grande Halle de la Villette



LES FORMATS

- **Publier sur vos comptes personnels des actualités Micro-Folie :** en tant qu'acteur et expert, votre parole est précieuse !
- Relais d'information, partage d'expérience, point de vue ou encore retour sur événement sont les bienvenus
- **1 post par mois en moyenne**



LE VISUEL

Voir les recommandations de formats pour le réseau :

[CONSULTER LE BLOG DU MODÉRATEUR](#)



BONNES PRATIQUES

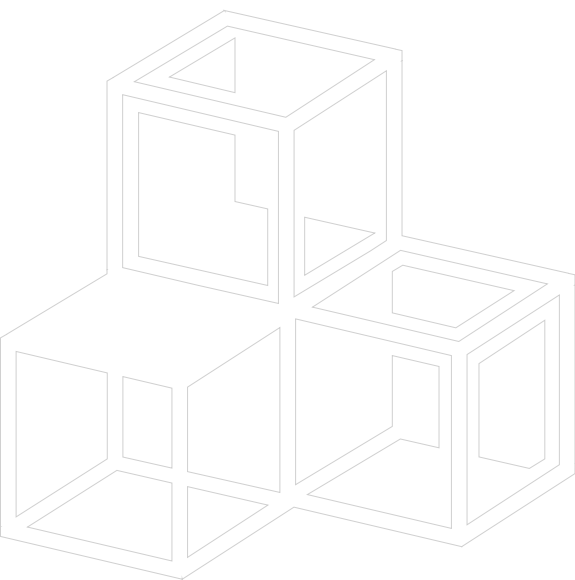
- **Utiliser des hashtags en fonction de la thématique** (pas plus de 10 par publication) :
#MicroFolie #ActionTerritoriale #Innovation
#Culture #Numerique #Musee
- **Privilégier les publications avec un visuel ou un aperçu de lien**
- Pour les vidéos, **prévoyez des sous-titres**
- **Possibilité de repartager** en l'éditorialisant à votre manière, **une publication Villette**.
Exemple : retour sur un événement en y ajoutant votre point de vue



CRÉDITS VISUELS

Formats types de crédits visuels :

- Micro-Folie nom de la ville © Nom du photographe
- Auteur, *Titre de l'œuvre*, année © Musée / Nom du photographe





SUR X (TWITTER)

@MicroFolie



LES FORMATS

- **Publier des informations événementielles**, utiles ou d'image : retour sur événement, actions plus politiques, actualités
- **Retweeter des retombées presse et mentions**
- Possibilité de faire des sondages également sur 24h



LE VISUEL

Voir les recommandations de formats pour le réseau :

 [CONSULTER LE BLOG DU MODÉRATEUR](#)



BONNES PRATIQUES

Attention : 280 caractères seulement

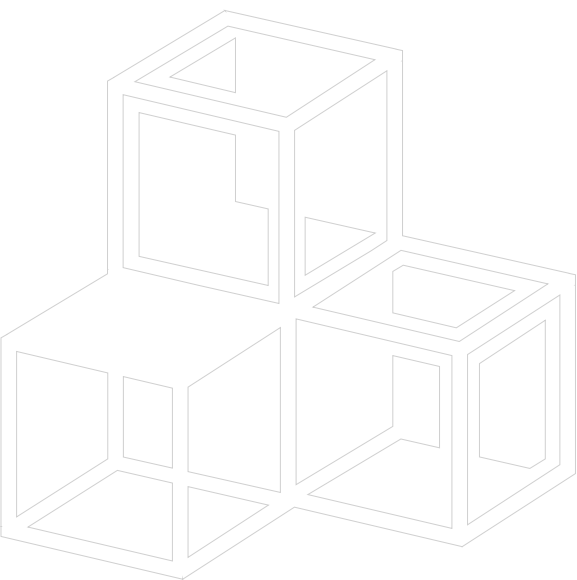
- **Utiliser des hashtags clés** :
#MicroFolie #Musee #Numerique #Innovation... en fonction de l'information
- Possibilité de publier des tweets sans visuel, uniquement avec du texte et un lien
- **Mentionner les crédits visuels** (ou copyright) en description



CRÉDITS VISUELS

Formats types de crédits visuels :

- Micro-Folie nom de la ville © Nom du photographe
- Auteur, *Titre de l'œuvre*, année © Musée / Nom du photographe



03.2.2. VOTRE NEWSLETTER

Alors que les réseaux sociaux vous permettront d'attirer de nouveaux visiteurs et de communiquer en temps réel sur les actualités de votre Micro-Folie, la newsletter vous permettra de son côté de fidéliser vos visiteurs et de communiquer auprès d'eux.

LES INCONTOURNABLES

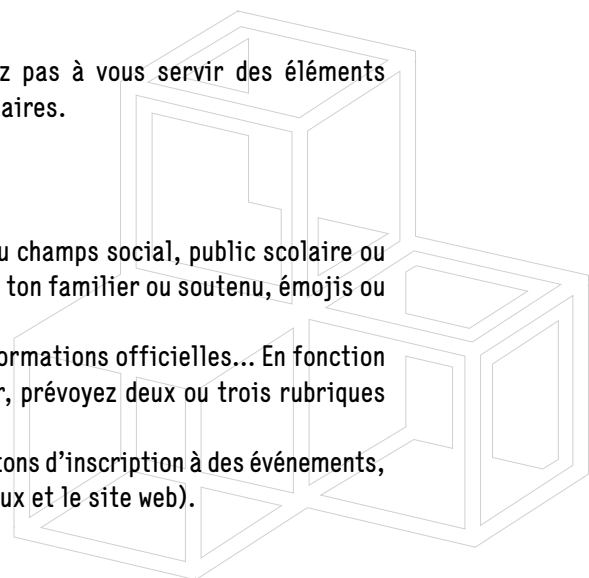
- **Choisir une fréquence d'envoi en fonction du rythme de sa Micro-Folie** (renouvellement de la programmation hebdomadaire ou mensuelle ? Séances scolaires semestrielles ? Etc.)
- **Inciter le public de la Micro-Folie à s'inscrire** en la promouvant sur vos autres canaux de communication : site web de la structure porteuse, signature de mail, réseaux sociaux, QR code sur les supports imprimés, etc.
- **Gérer sa liste d'abonnés :**
 - Étiqueter ses abonnés par typologie (partenaires, grand public, élus, enseignants, public fidèle, etc.). Cette méthode de tri permettra de préparer des newsletters personnalisées, d'informer et de fidéliser ces différents publics en fonction de leurs intérêts.
 - Tri des désabonnements : tout outil de mailing propose la possibilité à un abonné de se désinscrire. Attention : cette désinscription n'est pas toujours automatique, il faudra parfois la valider manuellement.

LES BONNES PRATIQUES

- Il existe des **outils simples d'utilisation et gratuits** (jusqu'à un certain nombre de contacts) tels que MailChimp, MailJet, Brevo.
- **Choisir un modèle générique** fourni par l'outil ou construire son propre gabarit qui sera utilisable facilement.
- Opter pour des **textes simples et synthétiques**.
- Utiliser des **visuels de bonne qualité** : photos, GIF, vidéos. N'hésitez pas à vous servir des éléments graphiques Micro-Folie, de votre logo personnalisé, et des logos partenaires.

LE CONTENU

- **À qui veut-on s'adresser ?** Institutionnels, public individuel, groupes du champs social, public scolaire ou associatif... De cela découlera le ton à utiliser (adresse directe ou non, ton familier ou soutenu, émojis ou non).
- **De quoi veut-on parler ?** Le dispositif, la programmation, les actus, informations officielles... En fonction des thématiques que vous souhaitez récurrentes dans votre newsletter, prévoyez deux ou trois rubriques récurrentes qui seront mises à jour d'une newsletter à une autre.
- **Impliquer son lecteur** en lui proposant d'interagir avec la newsletter (boutons d'inscription à des événements, boutons de téléchargement de contenus, renvois vers les réseaux sociaux et le site web).



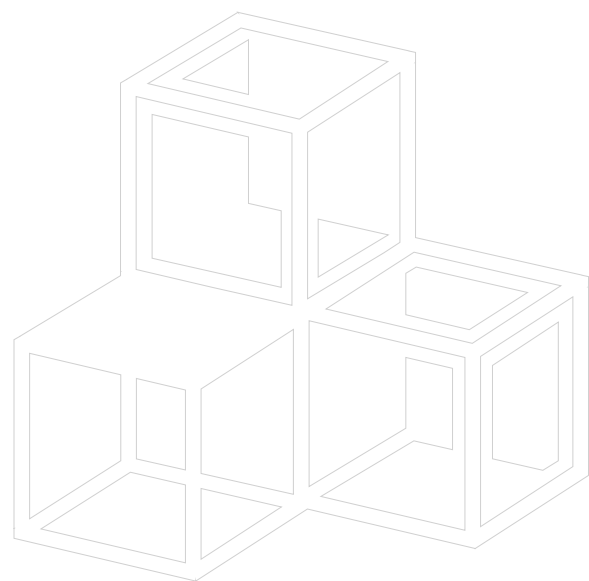
03.2.3. ACCESSIBILITÉ

Privilégiez des textes pour décrire vos événements, conditions d'accès, horaires, etc. Les images et photographies ne sont pas systématiquement lisibles, et ne doivent servir qu'à illustrer votre page web ou votre publication. N'hésitez pas à utiliser les options de « Texte alternatif » ou de « Description » sur vos images et publications.

Sous-titrez vos contenus vidéo et audio.

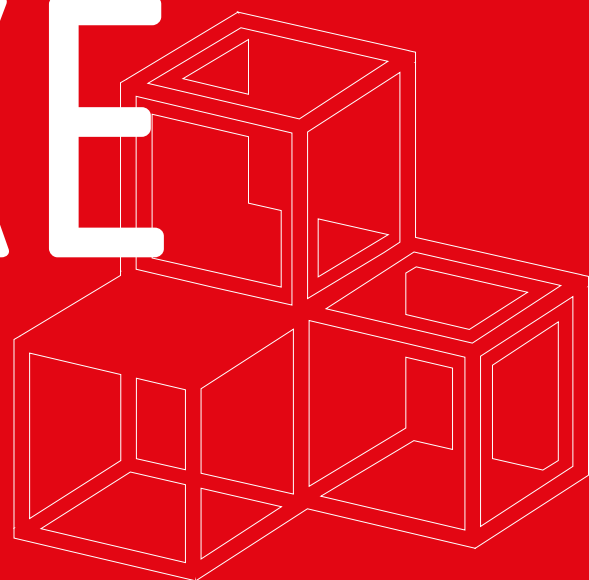
Limitez l'usage des emojis : ils ne doivent pas remplacer votre texte. Évitez l'usage de faux gras, de faux italiques, ou de typographies spéciales : tout cela n'est pas lisible par les lecteurs d'écran.

Afin d'accueillir au mieux vos publics en situation de handicap, il est important de signaler le degré d'accessibilité de votre Micro-Folie par une mention et/ou des pictogrammes sur votre site ou en biographie de vos réseaux sociaux. S'il y en a, mentionnez les outils à disposition des publics handicapés ou les animations adaptées.



ANNEXE

FAIRE VALIDER SA COMMUNICATION



Jusqu'à l'inauguration de votre Micro-Folie, les supports de votre communication doivent faire l'objet d'une validation par le pôle Communication Micro-Folie de La Villette avant envoi pour impression. Passée cette date, il vous est possible de valider vos supports sans attendre, grâce à :

- une checklist des principaux critères de validation des supports de communication Micro-Folie



CHECKLIST DE VALIDATION DES SUPPORTS DE COMMUNICATION MICRO-FOLIE

COMMUNICATION IMPRIMÉE

Sur tous les supports :

- ☐ Le logo de ma Micro-Folie est visible, non-modifié, sur fond blanc non-transparent.
- ☐ Le visuel est accompagné de ses crédits (ou de son copyright). S'il s'agit d'une reproduction d'œuvre, le visuel n'est pas modifié et l'œuvre est reconnaissable.

Sur les supports grands formats (affiches A1, A2, A3, cartons d'invitation) :

- ☐ Présence des logos des partenaires fondateurs, dans l'ordre indiqué par la charte graphique, sans modification de couleurs ni déformation.
- ☐ Présence de la phrase « soutient les Micro-Folies et y propose une sélection de ses programmes pour VR et tablettes » à côté du logo ARTE.

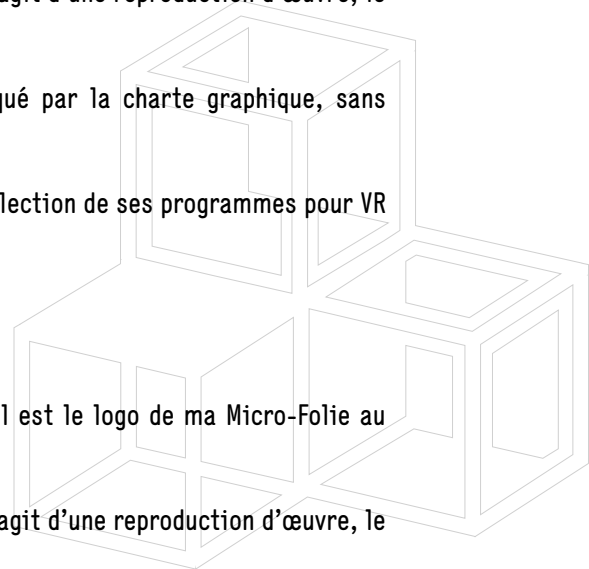
COMMUNICATION WEB

Sur mon site web et dans ma newsletter :

- ☐ Le logo de ma Micro-Folie est visible, non-modifié, sur fond blanc non-transparent.
- ☐ Le visuel est accompagné de ses crédits (ou de son copyright). S'il s'agit d'une reproduction d'œuvre, le visuel n'est pas modifié et l'œuvre est reconnaissable.
- ☐ Présence des logos des partenaires fondateurs, dans l'ordre indiqué par la charte graphique, sans modification de couleurs ni déformation.
- ☐ Présence de la phrase « soutient les Micro-Folies et y propose une sélection de ses programmes pour VR et tablettes » à côté du logo ARTE.

Sur les réseaux sociaux :

- ☐ Si le compte ou la page est dédié à la Micro-Folie, l'image de profil est le logo de ma Micro-Folie au format rond (à demander au pôle Communication Micro-Folie).
- ☐ Le visuel est accompagné de ses crédits (ou de son copyright). S'il s'agit d'une reproduction d'œuvre, le visuel n'est pas modifié et l'œuvre est reconnaissable.
- ☐ J'utilise le mot-clef Micro-Folie dans la description de ma publication ou sous forme de hashtag.



Envoyé en préfecture le 12/03/2026

Reçu en préfecture le 12/03/2026

Publié le 12/03/2026

ID : 02B-200042943-20260306-2026_02_001-DE



MICRO-FOLIE

GUIDE DE COMMUNICATION

lavillette.com/micro-folie

✉ microfolie-communication@villette.com

#microfolie