

e-novateurs

Refonte de l'identité visuelle

Analyse au 27.08.24



**atelier
senuba**

Atelier graphique au service du bien commun

e-novateurs

e-novateurs, le média du numérique responsable, ambitionne d'informer sur l'impact sociétal et environnemental du numérique auprès d'une large audience.

L'association entend sensibiliser au numérique responsable, c'est-à-dire à faire comprendre que le numérique est au service de tous·tes, au service de leur environnement, et non pas au service d'élites aussi puissantes que nébuleuses.

Le média propose des supports d'information en ligne et s'engage sur le terrain, auprès de structures publiques et privées, pour informer un public aussi néophyte de manière active et éclairée.



En outillant les citoyen·nes de solutions simples, pratiques et concrètes, l'association ambitionne de fournir savoir, confiance et pouvoir d'agir à son audience.



Le média du numérique responsable, éthique et accessible

≡ Menu

Un média indépendant

Tous nos contenus sont en accès libre et dépourvus de publicité. Pour son fonctionnement, notre média dépend entièrement et uniquement des dons effectués par les lecteurs·rices.

Un journalisme de solutions

Au-delà du constat, donner à chacun·e les moyens d'agir pour réduire l'impact du numérique : c'est la mission que notre équipe s'est fixée.

Nous considérons que les chiffres alarmants, même s'ils doivent être relayés, peuvent parfois avoir un effet paralysant. Non content d'informer, notre média vise justement à faciliter les passages à l'action. Que faire concrètement après la prise de conscience ? Nous mettons en lumière les alternatives et les solutions tangibles, pour que nos lecteurs·rices puissent s'en saisir... et provoquent des changements durables.

Une association à but non lucratif

Créée en février 2023, notre association s'est donné le but de sensibiliser le grand public aux enjeux du numérique responsable. Une mission qui passe principalement par la rédaction d'articles accessibles à tous·tes.

Aujourd'hui, il est presque impossible de se passer du numérique, y compris dans des domaines critiques : accès à la santé, à l'éducation, au logement, mais aussi pour l'exercice de nos droits de citoyen·nes. Alors, afin que chacun·e puisse comprendre ce qui se cache derrière nos écrans, cette forme associative nous a semblée la plus appropriée pour nous adresser à tous·tes celles et ceux qui utilisent les outils numériques... par envie, par besoin ou par contrainte.

les valeurs racines du média

transmission

e-novateurs parie sur la **diffusion de contenus accessibles et compréhensibles par toutes**, afin de sensibiliser et de rassurer les citoyen·nes sur un sujet qui peut paraître hors de portée.

Le média parie sur une approche orientée vers des **solutions concrètes**, pour que chacun·e puisse résoudre des problématiques numériques qui les concernent au quotidien.

indépendance

Le média **refuse toute publicité, tout contenu sponsorisé et tout actionnariat** : le contenu est soutenu par les citoyen·nes au lieu d'être soumis à l'influence d'entreprises privées.

Cette démarche, au-delà de sa **cohérence**, affirme un engagement sans limites en faveur du numérique responsable, tout en imposant au média de se développer moins rapidement que si certains partenariats avaient été établis.

votre mission

d'abord votre cœur
de cible, puis votre cible
de cœur et les structures
en lien avec elle

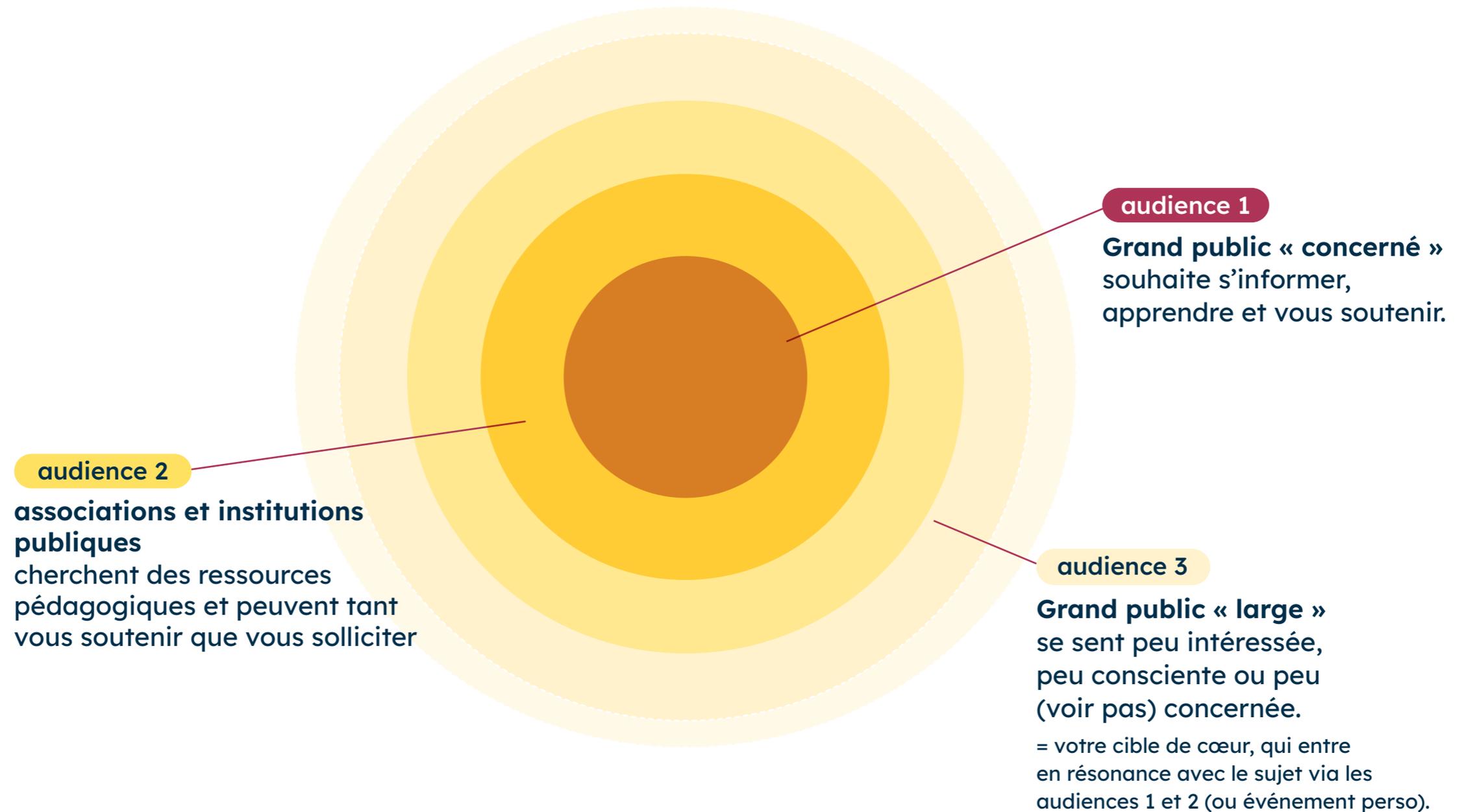


Faire prendre conscience des impacts
sociétaux et environnementaux du
numérique via des solutions accessibles
qui encouragent les citoyen·nes à passer
à l'action.



rassurer sur le sujet en proposant
des contenus adaptés, clairs
et résolument pratiques.

À qui s'adresse e-novateurs ?



À qui s'adresse e-novateurs ?

grand public « concerné »

B2C

des particuliers qui ont déjà un pied dans le numérique et/ou qui se sentent concernés



Ces profils vont d'eux-mêmes vous chercher, ont une relation plus affirmée avec le numérique, avec vos valeurs, voir avec leur pouvoir politique.

Ils vont prêter l'oreille quand on évoque le sujet car ils sont déjà engagés dans une action ou concernés par le sujet.

C'est avec eux qu'il faut créer un lien particulier, avec eux que vous allez entrer en résonance.

Le média leur servira de point de veille, de ressources et de partage.

✓ Bertrand

Militant RGPD. Auteur d'un livre collaboratif sur la face cachée de Google. Abonné à la newsletter.

Besoins : faire de la veille + continuer ses actions de sensibilisation.

✓ Gérald

Cadre militant de la cause LGBTQIA+. **Besoin :** parfaire ses usages en matière de communication inclusive en ligne.

✓ Julie

Rédactrice ès écologie chez e-novateurs. **Besoin :** s'instruire sur des sujets qu'elle connaît moins + informer ses proches.

♥ super-pouvoir

- Bouche-à-oreille et mises en relation.
- Recommandations.
- Invitation à des événements.
- Dons et abonnements.

À qui s'adresse e-novateurs ?

B2B

**associations
institutions publiques**
des organisations non
lucratives, conscientes des
enjeux de terrain, en contact
direct avec le grand public.

Ces profils sont des **acteurs de terrain** qui se rendent compte des difficultés et des enjeux du numérique auprès du grand public.

Le média est un centre de **ressources** et de connaissances pratiques, dans lesquelles ils peuvent piocher.

Ces structures sont **votre lien privilégié avec le grand public « large »**.

✓ **Moussa**

Médiateur numérique mandaté par la Préfecture de son département.

Rôle : accompagner les usagers dans la prise en main du numérique + les sensibiliser aux enjeux cachés du Web.

Besoin : trouver des supports pédagogiques qui favorisent cette transmission.

✓ **Maiténa**

Gérante d'une association de lutte contre le harcèlement scolaire.

Rôle : sensibiliser les enfants et les familles + communiquer en ligne sur le sujet.

Besoin : trouver des outils ou une personne qualifiée pour parler du lien entre numérique et harcèlement durant des interventions scolaires.

♥ **super-pouvoir**

- Mises en relation (ancrage local).
- Invitation à des événements, à animer des interventions et ateliers.
- Labellisation.
- Dons, voir abonnements (limités).

Les problématiques de votre audience

une attention captive

L'audience de e-novateurs se plaint d'un **temps d'écran excessif** volant des instants de vie probablement plus nourrissants !

Certain-es mentionnent une souffrance sur leur santé mentale, grignotée par un scrolling aussi frénétique que **chronophage** ; ou par l'apparition agressive de CAPTCHA et autres pop-up intempestives.



C'est LE point de tension le plus mentionnée dans le questionnaire envoyée à votre cœur de cible.

une intimité piétinée

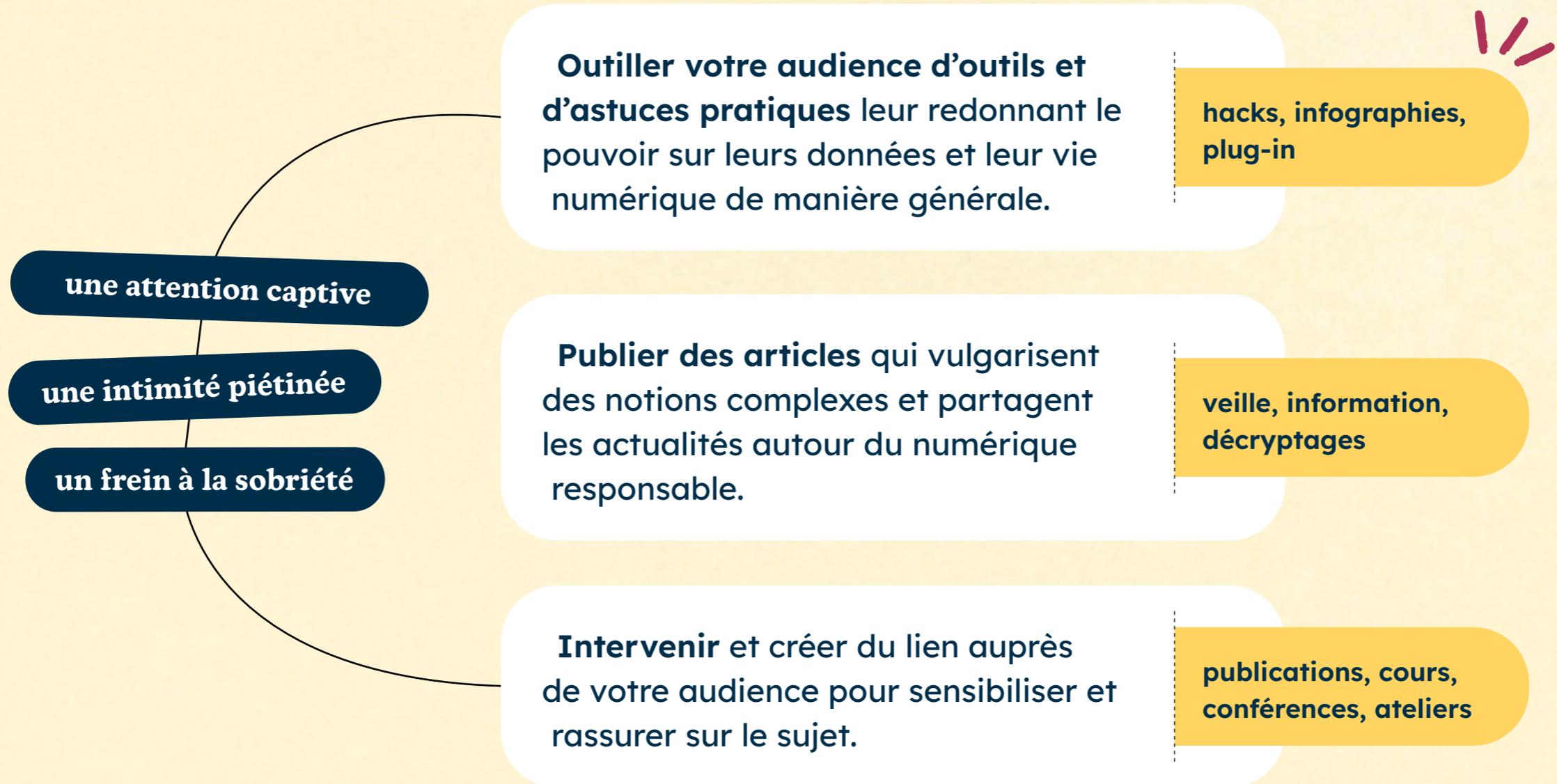
Hameçonnage, données personnelles systématiquement requises, RGPD non respecté... Les citoyen·nes se sentent **dépossédés de leur identité numérique**.

un frein à la sobriété

L'audience de e-novateurs a une conscience et un engagement, même superficiels, du lien entre écologie et numérique.

Pas de surprise à ce que certain-es se plaignent de l'**obsolescence programmée** de logiciels et de leur matériel, ou pointent du doigt des **sites énergivores** plutôt que des solutions simples, efficaces et responsables.

Leurs attentes (et vos réponses)



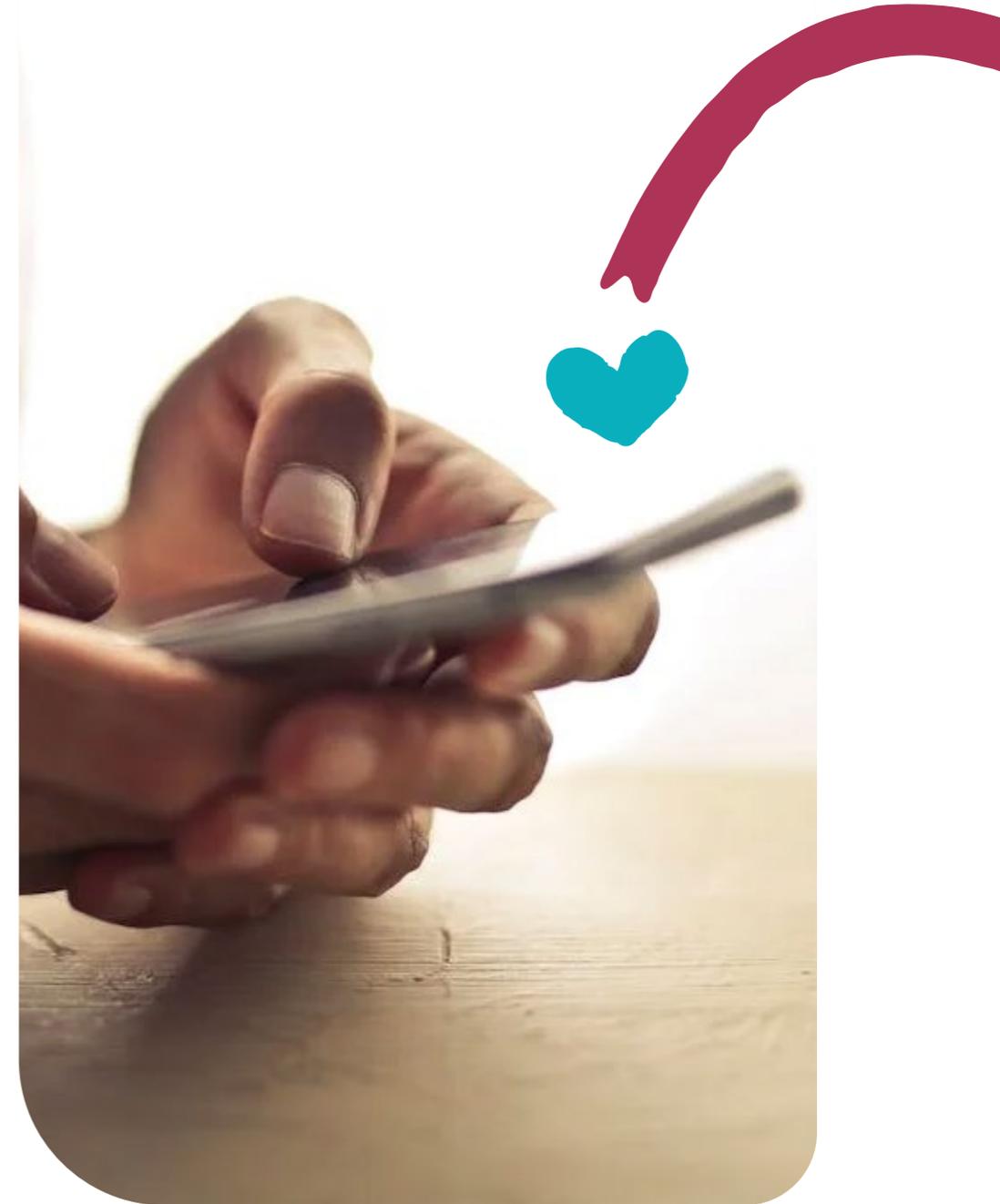
Quel impact sur votre communication visuelle ?

Décontenancée, happée, désarçonnée voir agacée, votre audience a envie d'entretenir **une relation plus saine et éclairée avec le numérique**, notamment en comprenant ce qui se cache derrière cet outil devenu indispensable à leur quotidien, notamment pour s'informer et connecter avec autrui.

e-novateurs viendra se positionner comme **un médiateur** venu réparer, rééquilibrer voir repenser la relation débilite et méfiante que des citoyen·nes curieuxes ou éclairées entretiennent avec le numérique.

Guide aussi engageant qu'engagé, e-novateurs respectera ses valeurs intrinsèques de pédagogie et d'indépendance en proposant du contenu accessible quoique minutieux. Sa personnalité — **un fin mélange entre un caractère à la fois sérieux, pédagogue, abordable et rassurant** — assurera le caractère d'une identité visuelle disponible et singulière.

Ce sont toutes ces notions et constats qui habilleront votre nouvelle charte graphique !



**atelier
senuba**

Atelier graphique au service du bien commun