

Agenda 2025

19 FÉV	FORMATION - Réussir vos photos de la prise de vue au retraitement
20 FÉV	AFTERWORK - Communication : les défis du temps
27 MAR	ATELIER - La com' publique en 2025>2026 : enjeux, élections
24 AVR	AFTERWORK - Fake News et communication : détecter le vrai du faux
22 MAI	UN GRAND ÉVÈNEMENT... SURPRISE !
26 JUN	AFTERWORK - Booster son réseau pour communiquer



Symbiose

[Solutions Numériques]

Vente, location & maintenance de matériels numériques

- AFFICHAGE NUMÉRIQUE
- IMPRESSION & SAUVEGARDE
- TÉLÉPHONIE & INFORMATIQUE



Annuaire de la com'

Quelques bonnes adresses locales

UX - Hélène VALLET - UX Design 13
Conseils & audits en ergonomie et accessibilité numérique
06 87 97 57 35 - uxdesign13@yahoo.com

COM' VERBALE - Stéphanie INGELBACH - Avec des Oui !
Solutions ludiques & innovantes - formations - séminaires - coaching
06 61 40 96 20 - avecdesoui.com

RÉSEAUX SOCIAUX - Bicipom
Stratégie - community management - création de contenu - formation
04 90 92 91 56 - bicipom.com

COM' GLOBALE - Ambition-com
Solutions web/mobiles - conception graphique - print
09 72 21 69 02 - ambition-com.fr

BRANDING - Laure CASTANG - Com' sur des roulettes
Conseil en Stratégie et direction de projet en communication et marketing
06 63 88 19 80 - comsdesroulettes.fr

PODCAST - Marie-Cécile DRÉCOURT - Esperluette
Création de contenu audio et écrit
06 49 44 32 97 - esperluette-podcast.fr

SEO - SOLUTIONS NUMÉRIQUES - PHOTO - VIDÉO - IMPRESSION
Voir les encarts publicitaires

mxcreation.fr



film making • montage • motion design

rapidprinting.fr



DRAPEAUX – BEACHFLAG
BACHES – LEDBOX

Dico de com'



Les nouveaux mots du dictionnaire en 2025

TIKTOKEUR - au féminin tiktokeuse : personne qui publie des vidéos sur l'application TikTok.
D'après le dictionnaire, le terme est dans l'usage depuis 2018.

PROMPT - ce mot n'est plus seulement un adjectif signifiant « rapide », c'est désormais un nom désignant une « requête en langage naturel adressée à une intelligence artificielle générative ».

VOCAL - ce mot n'est plus seulement un adjectif relatif à la voix, mais aussi un nom signifiant « message vocal envoyé via une application de messagerie instantanée ».

BOT - programme informatique autonome, souvent basé sur l'intelligence artificielle, capable de se connecter à des serveurs et de réaliser diverses tâches automatisées.

Yannick Libourel

PHOTOGRAPHIE

Photographie Institutions & Entreprises
Pernes les Fontaines

Libourel-photographie.com

contact@libourel.com – 06 88 36 06 87





ÉVÈNEMENT Arènes de la com' 2024

La 2ème édition a eu lieu le vendredi 19 avril 2024 aux Paluds de Noves dans le sublime centre équestre de Vincent Liberator, ancien participant de l'émission « L'Amour est dans le Pré ». Cet événement a rassemblé plus de 200 communicants publics & privés, étudiants, curieux... avec des interventions et animations très appréciées par tous. Nous remercions l'ensemble des partenaires et soutiens. Vivement l'édition 3, en 2026 !



GAGNANTS DES 12 TRAVAUX DE LA COM'

- Com' digitale sur Facebook - **Ville de Saint-Rémy-de-Provence**
- Présence locale Sponsoring - **EDF**
- Relation presse Médias - **Département de Vaucluse**
- Com' digitale via LinkedIn - **Yoann Martin, influenceur**
- Objet publicitaire - **Surcyclum de Bijouseat**
- Communication événementielle - **Institut Sainte-Catherine**
- Site web - **Les Animaux et Marino**
- Photo, vidéo et podcast - **PGP, création vidéo**
- Plan de communication - **Sorgues du Comtat**
- Identité visuelle - **Gautier semences**
- Coup de cœur Cap com' : Innovation en com' territoriale **Club Orizo, Grand Avignon**
- Coup de cœur La Maison de la Com' - **Biscuits Charly**

JOB DE COM

Engagés pour l'emploi

 **Vous recherchez un profil ?**
(Stage, alternant, CDI...) Nous contacter : 09 72 21 69 02



Émilie MICHEL
Chargée de communication et marketing
Architecte d'idées, je déploie ma créativité et mon énergie pour votre marque, avec un souci du détail et une touche d'innovation. Proactive, je crée des liens authentiques et durables, ajoutant une vraie valeur à votre communication. Motivée et tournée vers l'action, je suis prête à relever vos défis.

06 47 67 98 45 - michel.emilie04@gmail.com



Claudine ROBELET
Graphiste/Infographiste - Chargée de com'
J'ai de l'expérience dans ces 2 types de postes. Je suis une personne rigoureuse, créative et solaire. Je suis localisée actuellement à Tarascon mais je recherche dans les départements du 84, 30 et le 13.

07 77 30 17 78 - robelet.claudine@gmail.com



En partenariat avec le Club de la Presse Grand Avignon Vaucluse

 **Vous recherchez un profil ?**
(Stage, alternant, CDI...) Nous contacter : 09 72 21 69 02



Sandrine BREQUIGNY
Responsable du développement commercial et de la communication
J'accompagne les entreprises dans l'élaboration et la gestion de leur stratégie marketing et communication afin de renforcer leur image, accroître leur notoriété et augmenter leur chiffre d'affaires. Expérience dans : hôtellerie restauration, tourisme, bien être, agroalimentaire, viti-vinicole, audiovisuel, notariat.

06 80 96 79 40 - sa.brequigny@gmail.com



Eva CORDERO
Responsable de la communication
Animée par le management et la gestion de projet depuis plusieurs années, je souhaite me lancer dans une nouvelle aventure. Challenge, analyse et adaptation me permettent de trouver un équilibre entre proximité humaine et savoir-faire professionnel.

06 21 40 08 38 - evacordero.pro@gmail.com

Adhérer, c'est nous soutenir toute l'année ! 250 euros TTC

- La création et la diffusion de ressources uniques, au plus grand nombre et aux écoles
- Le soutien à l'emploi, notamment dans le secteur de la com'
- L'organisation d'ateliers, afterworks et d'événements, pour favoriser le partage
- La mise à disposition de nos locaux atypiques, pour une réunion de travail
- Le lancement de nos futurs projets : ils sont nombreux !

Être partenaire officiel, c'est s'associer pleinement dans nos et vos projets et dans notre communication.
Nous contacter : contact@lamaisondelacommunication.com

Pour qui ?
Communicant
Élu - Entrepreneur
Demandeur d'emploi
Étudiant - Association

LE JOURNAL DE LA COMMUNICATION POUR TOUS

N°6 JANVIER 2025
369 avenue de la République
13550 Paluds de Noves
Vaucluse - Bouches-du-Rhône - Gard

La gazette de la com'

DOSSIER SPÉCIAL (PAGES 2&3) Les défis du temps pour communiquer

En 2025, la maîtrise du temps dans la communication est plus cruciale que jamais, face à l'accélération des échanges et l'explosion des canaux digitaux. Les communicants jonglent avec des flux d'informations constants et des audiences exigeantes, réclamant instantanéité et pertinence. La gestion du temps devient un levier stratégique pour éviter la saturation, optimiser les ressources et se démarquer dans un environnement ultra-

concurrentiel. Savoir prioriser, automatiser et simplifier ses processus est indispensable pour libérer du temps, se concentrer sur l'essentiel et gagner en efficacité. À l'ère où la rapidité ne doit pas compromettre la qualité, le temps est devenu une véritable ressource à valoriser.



Rétrospective 2024

LA RECHERCHE WEB BOULEVERSEE PAR L'IA

La manière dont nous effectuons des recherches est en pleine mutation, s'orientant de plus en plus vers des intelligences artificielles génératives au détriment de Google. Cette évolution témoigne d'une confiance croissante des utilisateurs envers les réponses fournies par les AI. Non seulement, cela change la dynamique du marché de la recherche, mais cela ouvre aussi la voie à des expériences de recherche plus personnalisées et interactives.

Évolution des recherches par rapport à 2023

Google ↓ -3,24% ChatGPT ↑ +3,60%

L'IA ET LE DÉLUGE DES FAUX CLICHÉS

De nombreuses fausses images manipulées par l'intelligence artificielle ont proliféré. Ce phénomène soulève des enjeux cruciaux sur l'importance de l'esprit critique et de l'éducation à l'information. Face à des montages trompeurs, cultiver le discernement devient essentiel pour distinguer le vrai du faux.



FACILITER L'ACCESSIBILITÉ

L'accessibilité numérique consiste à rendre les contenus et services numériques tels que les sites web compréhensibles et utilisables par les personnes en situation de handicap. Les administrations publiques qui ne rendent pas leurs sites web accessibles à 100 % peuvent être sanctionnées d'une amende jusqu'à 50 000 euros. Les PME's seront concernées à partir de Juin 2025. Le RGAA 4 est le référentiel général établi par le ministère du numérique.



EN SAVOIR PLUS →



INDICATEURS 2024 EN FRANCE

975 Milliards d'€ de CA pour le e-commerce : + 9% en un an

55% Du trafic web est mobile

3h55 Moyenne d'utilisation du smartphone / jour



04 90 67 06 70
www.imprimerie-mg.fr

De l'idée à l'imprimé



Directeur de la publication : Armand Contin - Impression : Imprimerie MG, Pernes-les-Fontaines

Élections municipales

Les services de communication des mairies doivent rester neutres (à partir de sept. 2025)

- ✓ Le bulletin municipal et le site internet doivent étre uniquement informatifs pour ne pas mélanger communication institutionnelle et communication politique.
- ✓ Les inaugurations, cérémonies de présentation des vœux ou fêtes locales ne doivent pas faire référence à l'élection à venir.
- ✓ Les messages diffusés sur les réseaux sociaux, newsletters... doivent étre exempts de tout élément pouvant étre interprété comme de la propagande électorale.
- ✓ Les agents doivent idéalement suivre les actualités locales et nationales pour anticiper les sujets sensibles et éviter tout risque de polémiques.
- ✓ Les ressources de la collectivité (humaines, matérielles, financières) ne servent en aucun cas à des activités ou communications à caractère électoral.

Les candidats doivent préparer leur projet et leur communication en 2025 en faisant très attention aux règles électorales sous peine de risques d'amendes, d'inéligibilité ou d'annulation de l'élection.

Il est interdit de :

- ✗ Utiliser à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse ou tout moyen de communication audiovisuelle.
- ✗ Recourir à tout affichage relatif à l'élection en dehors des emplacements réservés à cet effet.
- ✗ Communiquer, afficher, distribuer... à partir de la veille du scrutin à minuit.
- ✗ Utiliser des éléments graphiques (formats, couleurs...) en dehors de ceux définis par le code électoral.

Septembre 2025 — Pré-campagne
Début de la période de neutralité

Octobre 2025 — Déclaration des candidats

↓

Février 2026 — Limite de dépôt des candidatures

↓

15j avant 1^{er} tour — Campagne électorale officielle
Avec respect des règles de propagandes par les candidats

↓

J-1 0h00 — Fin de la propagande

↓

Premier tour — Propagande d'entre deux tours jusqu'à J-1 0h00

↓

Second tour

LA MAISON DE LA COM' VOUS FORME

Développez les compétences globales et nécessaires pour piloter une communication en période électorale.

- Maîtriser les contraintes réglementaires qui encadrent la période pré-électorale
- Comprendre la distinction entre communication publique et communication politique.
- Réaliser un plan communication adapté
- Connaître les outils et les bonnes pratiques

DÉCOUVRIR TOUTES NOS FORMATIONS



La gazette digitale



■ EMPREINTE

Marquez l'histoire !

IMPACT	DESCRIPTION	EXEMPLES DE TÂCHES
Instantané (Secondes)	Communication immédiate, nécessitant une réponse ou action quasi-instantanée.	Réponse à un commentaire sur les réseaux sociaux, envoi d'un SMS, publication d'un tweet.
Court terme (Minutes)	Actions rapides à finaliser en quelques minutes.	Création d'une story Instagram, rédaction d'un email court, ajustement d'un visuel ou d'un titre.
Moyen terme (Heures)	Tâches nécessitant plus de réflexion ou de préparation.	Montage vidéo simple, rédaction d'un article, élaboration d'un plan de contenu hebdomadaire.
Journée complète	Tâches importantes ou complexes réalisées sur une journée entière.	Organisation d'un shooting photo, animation d'un événement ou webinaire, création d'un plan média.
Semaine (Projet)	Activités planifiées sur plusieurs jours, impliquant une coordination entre parties prenantes.	Lancement d'une campagne publicitaire, gestion d'une série de posts sur plusieurs réseaux sociaux.
Mois (Stratégique)	Actions structurantes et projets nécessitant un temps de maturation.	Création d'un calendrier éditorial mensuel, mise en place d'une stratégie de contenu ou influence.
Année (Long terme)	Actions à impact durable ou à planifier sur une longue période.	Développement d'une identité de marque, gestion d'un partenariat stratégique, préparation d'un rapport.
Décennie (Patrimoniale)	Éléments conçus pour durer et influencer durablement la communication de l'organisation ou d'un groupe.	Conception d'une charte graphique, rédaction d'un manifeste, réalisation d'un documentaire d'entreprise.
Éternité (Historique)	Communication visant à laisser une trace indélébile ou intemporelle.	Rédaction d'un livre, création d'œuvres iconiques, discours ou messages historiques.



éclat d'esprit

Maquettisme PAO / Graphisme
Calligraphie / Lettrage créatif

06 66 18 22 95
www.eclat-desprit.fr



■ TOP CHRONO'

Quels temps moyens pour ?

00:20 HRS MIN	Création d'un post simple sur les réseaux sociaux Inclut la rédaction, la conception visuelle et la programmation. Jusqu'à 2h pour une vidéo ou un carrousel.
02:00 HRS MIN	Préparation d'une newsletter Comprend la rédaction des contenus, le choix des visuels, et la configuration de l'envoi (via une plateforme d'e-mailing).
02:30 HRS MIN	Analyse des performances d'une campagne digitale Inclut la collecte des données (Google Analytics, réseaux sociaux), leur interprétation, et la création d'un rapport.
03:00 HRS MIN	Rédaction d'un communiqué de presse Comprend la recherche d'informations, l'écriture, et la validation.
06:00 HRS MIN	Conception d'un visuel publicitaire Comprend le brainstorming, la conception graphique, et les retouches finales.
08:00 HRS MIN	Organisation d'un shooting photo Inclut la préparation (brief, lieu), la session de photos, et le tri des images.
12:00 HRS MIN	Conception d'une vidéo d'1 minute Inclut l'écriture du script, le tournage, le montage, l'édition finale. Jusqu'à 28h si animations, effets spéciaux, sous-titrages...
16:00 HRS MIN	Préparation d'un CDC de site web pour une agence Inclut la définition des objectifs, des fonctionnalités et des contraintes pour guider l'équipe qui répond.
20:00 HRS MIN	Création d'un site vitrine simple Prévoit la définition d'une arborescence, la maquette, le développement, les tests, la rédaction, la formation et la mise en ligne. Jusqu'à 6 mois si fonctionnalités spécifiques, e-commerce...

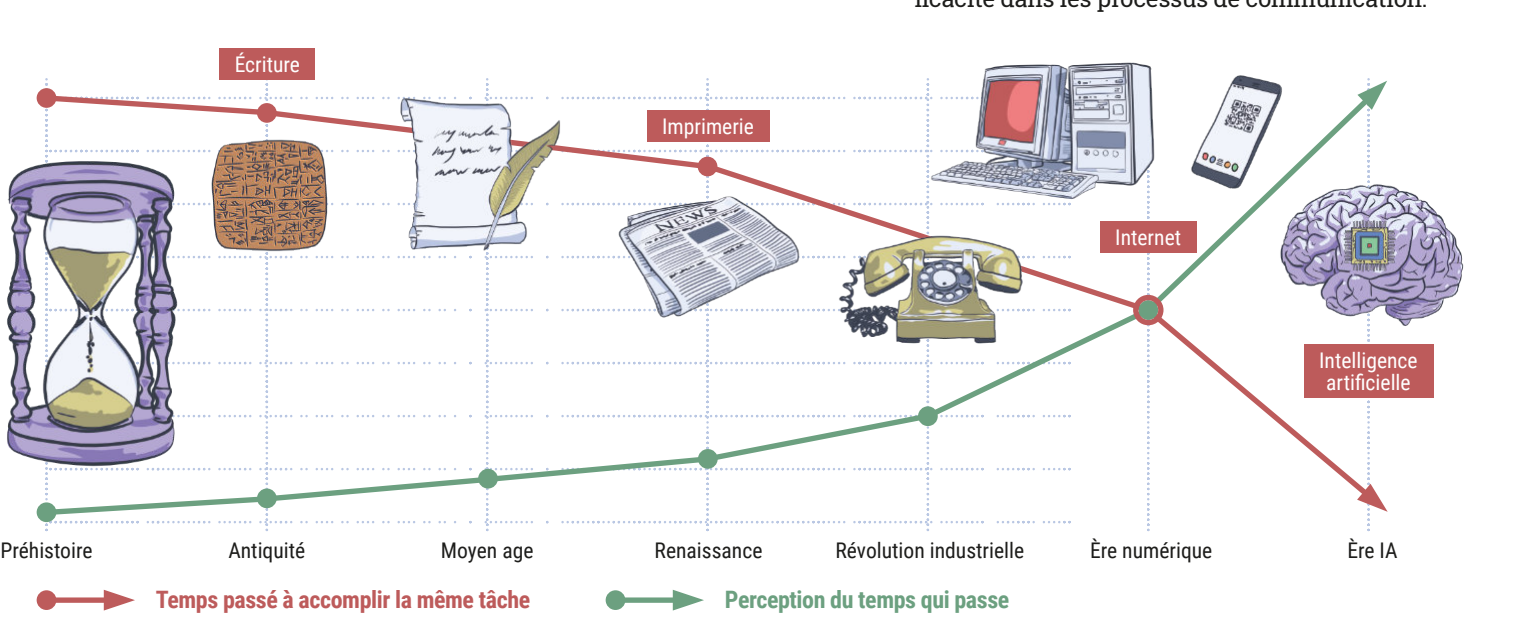
ALTERACTION

Rédaction web pour le SEO
Conseil en SEO

GAETAN BONNET - 06 52 35 50 26

■ RÉFLEXION

Le progrès fait-il gagner du temps ?



■ OBJETS / HISTOIRE DE LA COM'

Ces 4 objets ont fait gagner beaucoup de temps en communication



1. Le télégraphe (1837, Samuel Morse)
Impact : Transmission rapide de messages sur de longues distances.
Estimation : Réduction du temps de communication transcontinentale de plusieurs semaines (par courrier) à quelques minutes.



2. La radio (années 1920)
Impact : Communication simultanée d'informations à des millions de personnes.
Estimation : Temps de diffusion réduit de jours (distribution physique de journaux) à l'immédiateté.



3. L'e-mail (années 1990)
Impact : Remplacement des lettres et fax pour des communications écrites rapides.
Estimation : Réduction du temps de transmission de jours (par courrier postal) à quelques secondes.



2. Les smartphones (années 2000)
Impact : Communication instantanée multimodale (voix, texte, vidéo) partout et tout le temps.
Estimation : Économie d'heures chaque jour pour les professionnels en mobilité.

Découvrir l'histoire de la com' → 

■ L'IMPRESSION D'AVOIR MOINS DE TEMPS

Malgré les gains d'efficacité dans la communication, ce ressenti s'explique par plusieurs facteurs liés à l'évolution des technologies, des attentes et du rythme de vie moderne :

- Accélération des attentes**
Les outils de communication instantanée (emails, messageries, réseaux sociaux) amplifient les attentes de réactivité immédiate. Simultanément, la quantité massive d'informations à traiter submerge les professionnels. Cette pression combinée crée un sentiment d'urgence constante et dispersant l'attention.
- Multiplication des tâches**
La technologie permet de gagner en efficacité, mais elle incite également à augmenter le nombre de projets et initiatives.

■ DIFFUSION DE L'INFORMATION

Un enjeu : la véracité

→ CONSTATS

La pression du scoop - Chaque média est tenté de diffuser l'information en premier et donc rapidement avec des formats très courts : stories, tweets...

La multiplication des sources - Chacun peut même désormais s'improviser « témoin » des événements et rapporter une information brute, via les réseaux sociaux notamment.

La polarisation liée aux algorithmes - Les gens ne reçoivent que des infos confirmant leurs croyances

→ CONSÉQUENCES

La défiance vis à vis des médias - Toutes les études montrent à quel point les français sont méfiants (près de 80%) sauf envers la presse locale ou les bulletins municipaux qu'ils considèrent plus neutres et plus proches de leurs réalités.

L'immédiateté contribue à l'homogénéité - 64 % du contenu informatif en ligne (en France) est un « copier-coller » ou presque des dépêches de l'AFP.

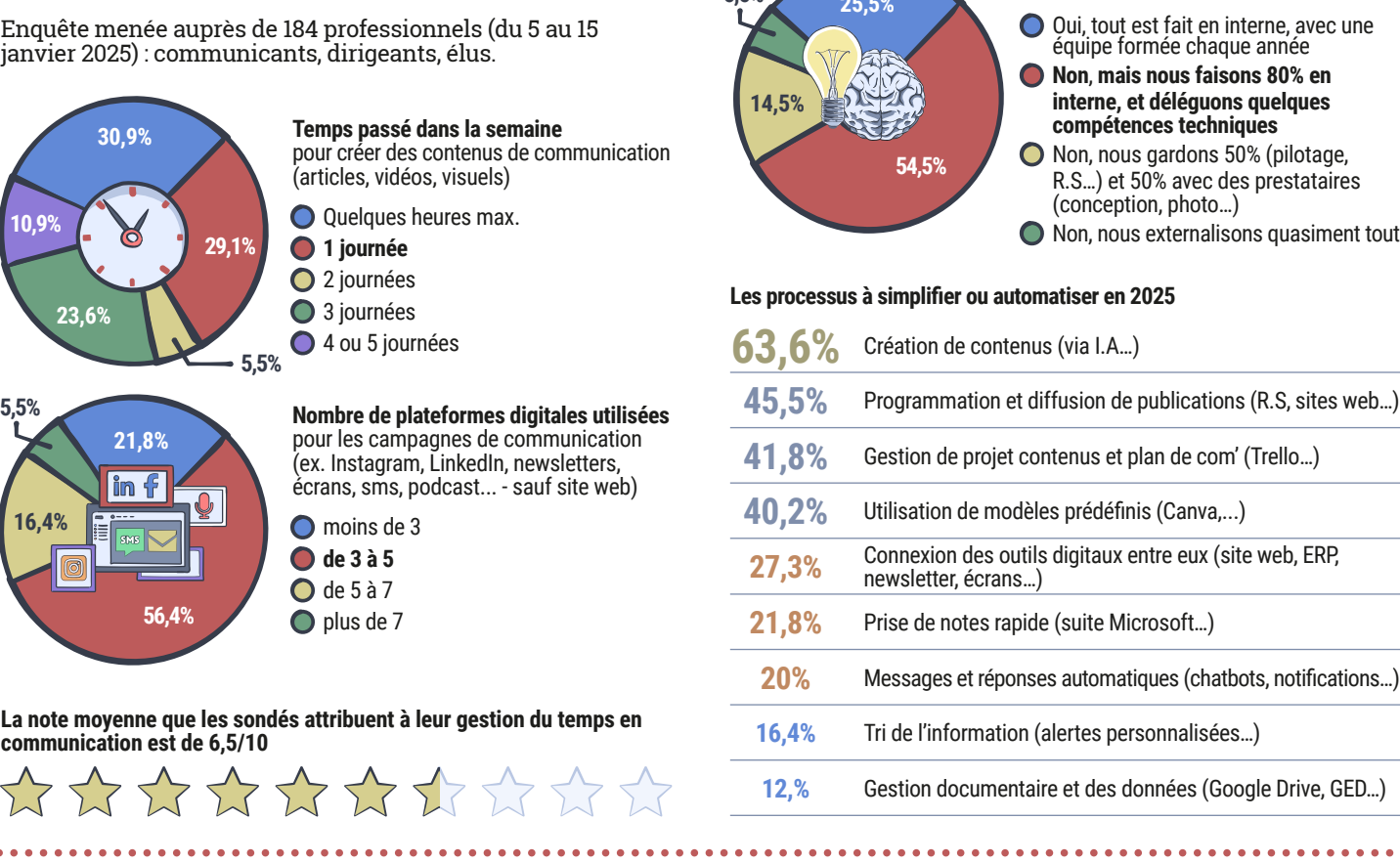
Le tri de l'information est complexe - Nous sommes abreuvés de contenus, en temps réel. Qui croire ? Qui est honnête ? Qui utilise des données fiables ? Qui oriente ? Qui manipule ?

→ PROPOSITIONS

- Reprendre la main sur le temps, en préférant le savoir à la vitesse
Diffuseur : Se distinguer en créant du contenu à valeur ajoutée : un dossier bien ficelé, un reportage original, un flash-back historique, une donnée bien mise en perspective...
Lecteur : Prendre le temps de lire les articles et de les recouper
Société : Apprentissage de la lecture, des mathématiques, de l'histoire, des sciences de l'information
- Restaurer la confiance en privilégiant l'objectivité à l'idéologie
Diffuseur : Informer honnêtement, analyser, confronter les idées, diversifier les points de vue... sont les bonnes recettes.
Lecteur : Faire des commentaires argumentés.
Société : Apprentissage de la philosophie et de la citoyenneté.
- Ne pas imposer une seule vision du monde
Diffuseur : Ne pas condamner trop vite les points de vue contradictoires. Sont ainsi apparus les termes « complotistes », « fake news »... interdisant parfois toute autre approche.
Lecteur : Sortir de son cadre de référence et explorer le monde
Société : Apprentissage des sciences et sciences humaines

■ SONDAGE

État des lieux et motivations



■ SOLUTIONS

Optimiser la gestion du temps dans la com'

Solutions traditionnelles

- V - AVOIR UNE BONNE ORGANISATION ET DES OUTILS ADAPTÉS**
 - Enjeux : Planifier pour anticiper et travailler confortablement
 - Exemples : Plan de com', réunions structurées avec OJ clair, Trello, Notion, Monday, qualité du matériel informatique et téléphonique
 - Gains estimés : 5 à 10 heures par projet grâce à une meilleure coordination et des équipements performants et fiables
- VI - SAVOIR « PRENDRE LE TEMPS »**
 - Enjeux : Réfléchir avant d'agir pour gagner en efficacité à moyen et long terme
 - Exemples : Moments de brainstorming, échanges avec d'autres communicants, être à l'écoute du terrain, lire et stimuler son esprit critique
 - Gains estimés : Une meilleure clarté stratégique peut réduire 20% du temps investi sur des actions inutiles
- IV - PRIORISER, SIMPLIFIER ET REVENIR AUX FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION**
 - Enjeux : Définir un message clair avec des canaux de communication adaptés, de façon régulière
 - Exemples : une news = 1 cible, un contenu = 1 réseau, un même message = plusieurs fois
 - Gains estimés : Réduction des malentendus, jusqu'à 30% de temps économisé dans les ajustements
- III - EXTERNALISER**
 - Enjeux : Se concentrer sur les tâches stratégiques en confiant le reste à des experts
 - Exemples : Avoir des CDC précis pour limiter les aller-retours et viser juste de suite
 - Gains estimés : Jusqu'à 50% du temps sur certaines tâches (création graphique, rédaction, assistance technique...)
- II - MARKETING DIFFÉRENCIANT**
 - Enjeux : Attirer directement la bonne audience pour réduire le besoin de convaincre ou de corriger des perceptions erronées
 - Exemples : Positionnement précis, branding unique
 - Gains estimés : 15 à 20% de temps gagné sur les campagnes grâce à des messages percutants
- I - SE FORMER**
 - Enjeux : Investir dans des compétences nouvelles pour optimiser les pratiques et apprendre à analyser la qualité des contenus reçus
 - Exemples : Ateliers de communication, webinaires spécialisés
 - Gains estimés : La réduction des erreurs et la capacité à produire des contenus plus vite peuvent représenter plusieurs heures par projet
- 6 - TRIER L'INFORMATION REÇUE ET PRIORISER L'EXACTITUDE SUR LA RAPIDITÉ**
 - Enjeux : Gérer efficacement l'information pour ne pas se noyer dans le flux
 - Exemples : Filtrages de mails (Selon leur source, type...), outils de veille (Feedly...), Google Alertes, agrégateurs, ChatGPT Tasks (beta)
 - Gains estimés : Jusqu'à 30 minutes par jour grâce à des flux optimisés

Solutions digitales

- 1 - INTERFACER LES SOLUTIONS ENTRE ELLES, AUTOMATISATION ET DIFFUSION**
 - Enjeux : Éviter les silos entre outils, les échanges et les tâches répétitives pour réduire les allers-retours
 - Exemples : CMS qui pilote tout, Chatbot, modèles d'email automatisés, connexions ERP/ CRM via API, Zapier...
 - Gains estimés : Jusqu'à 30% de temps gagné sur la gestion des contacts et des réponses, la ressaisie des contenus.
- 2 - PROGRAMMER RÉSEAUX SOCIAUX & NEWSLETTERS**
 - Enjeux : Planifier et automatiser les publications pour libérer du temps stratégique
 - Exemples : Réseaux sociaux (Hootsuite, Buffer...), Newsletters (Brevo, Mailchimp...)
 - Gains estimés : 2 à 5 heures par semaine, selon la fréquence des publications
- 3 - CRÉER DES CONTENUS PLUS RAPIDEMENT (TEMPLATES, I.A.)**
 - Enjeux : Réduire le temps de création sans sacrifier la qualité
 - Exemples : Canva, ChatGPT, Copy.ai...
 - Gains estimés : Jusqu'à 50% de temps gagné sur la création de visuels ou de textes
- 4 - BIEN ORGANISER SA GESTION DE LA COMMUNICATION**
 - Enjeux : Centraliser les fichiers pour éviter les pertes de temps à chercher des ressources
 - Exemples : Google Drive structuré, DAM (Digital Asset Management)
 - Gains estimés : 1 à 2 heures par semaine, grâce à une meilleure organisation
- 5 - ANALYSER LES PERFORMANCES**
 - Enjeux : Comprendre ce qui fonctionne pour ajuster les efforts et éviter les actions inutiles
 - Exemples : Google Analytics, HubSpot, Meta Business Suite
 - Gains estimés : 1 à 3 heures par campagne, en rationalisant les actions futures

JE PILOTE MACOM.FR

L'interface web qui vous permet de gérer toute votre communication en un seul endroit.

Optimiser votre com' interne Gagner du temps de recherche Gérer vos éléments graphiques





Solution CMS Professionnelle

Gagnez beaucoup de temps en diffusant tous vos contenus depuis votre site web ! 

Site web

Appli mobile

Totem interactif

Notifications

Réseaux sociaux

Newsletter SMS Whatsapp

■ DÉCONNEXION CONSCIENTE

Cultivons-la !

Elle consiste à s'accorder des moments intentionnels de pause, loin des distractions numériques, pour se recentrer sur soi-même et sur l'instant présent.

- Instaurer des zones sans technologie : Délimitez des espaces ou des moments de la journée sans écrans, comme les repas ou avant le coucher.
- Pratiquer des activités hors ligne : Lire un livre, marcher dans la nature, dessiner ou méditer sont des moyens puissants de se déconnecter.
- Limiter les notifications : Désactivez celles qui ne sont pas essentielles pour éviter les interruptions constantes.
- Être bienveillant avec soi-même : La déconnexion ne doit pas être une contrainte, mais un cadeau que l'on s'offre pour mieux se ressourcer.

«Le plus grand secret de la communication, c'est de savoir écouter. En écoutant bien, on évite de perdre du temps en explications inutiles.»
Jean Gastaldi

«La vitesse, qui semble aujourd'hui être un progrès, est en réalité la forme la plus sophistiquée du gaspillage de temps.»
Paul Morand

«Le temps investi dans la préparation d'une bonne communication est du temps gagné dans l'exécution.»
Benjamin Franklin