



FICHE ACTION

MOBILISATION CITOYENNE

N°4 : RÉSEAUX SOCIAUX, COURRIELS, TRACTS, PÉTITIONS, COURRIERS/TRIBUNES, PRESSE... S'EN SORTIR AVEC LA PALETTE DES OUTILS DE COMMUNICATION

Communiquer rime avec «nécessité» mais aussi «risque de s'éparpiller» : entre tous les outils physiques et numériques existants, il n'est pas effectivement pas toujours facile de faire ses choix. Pour autant, les actions de mobilisation sont d'autant plus fortes qu'elles sont suivies et les candidat.e.s aux municipales sont davantage sensibles aux collectifs qui savent faire passer leurs messages avec efficacité. Vous connaissez vos concitoyen.ne.s et leurs habitudes : profitez-en pour être les plus présents au quotidien auprès d'elles/eux.

Conseil n°1

METTRE VOTRE COMMUNICATION AU SERVICE DE VOS OBJECTIFS ET DE VOTRE STRATÉGIE

Afin d'éviter le piège de la communication tous azimuts, définissez d'abord collectivement vos objectifs et votre stratégie dans le temps. Quels messages souhaitez-vous faire passer, à quels moments et pour quels publics ? Ces réponses vous feront choisir vos canaux de communication : emails ? quels réseaux sociaux ? Avec quel ton et quelles valeurs ? Particulièrement au niveau local, la communication est une affaire de qualité avant d'être une question de quantité.

Conseil n°2

LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR TOUCHER LE GRAND PUBLIC AU QUOTIDIEN

Qu'on les aime ou pas, les réseaux sociaux sont devenus un incontournable de la communication grand public : or, une campagne de mobilisation citoyenne est nécessairement grand public. Plus que tout autre, Facebook peut vous permettre de faire passer des informations et articles, d'organiser des événements ouverts, et de lancer des appels et sondages. L'animation des réseaux sociaux étant relativement chronophage, il est déconseillé de trop s'éparpiller sur d'autres réseaux sociaux bien que d'autres publics, notamment plus jeunes, puissent s'y trouver.

Conseil n°3

LE COURRIEL POUR MOBILISER ET INFORMER EN INTERNE

Si un coup de fil fait toujours plaisir, le courriel reste le meilleur outil d'information et d'organisation interne au quotidien : il est toutefois nécessaire de bien structurer les listes de contacts et de les tenir à jour afin que l'information circule de manière fluide et efficace au sein de votre groupe citoyen. À cet égard, les listes de diffusion peuvent être un outil efficace si bien administré. Ici aussi, il convient de se mettre d'accord bien en amont sur par qui et comment est utilisé l'outil mail.

Conseil n°4

LA PÉTITION LOCALE OU COMMENT SE COMPTER POUR COMPTER

La pétition locale peut être un outil efficace afin de montrer que vos idées et propositions en matière de transitions agricole et alimentaire sont largement partagées par vos concitoyen.ne.s. S'il existe de nombreux outils gratuits de pétition en ligne qui sont très facilement diffusables, ils présentent l'inconvénient d'exclure les personnes qui sont peu/pas connectées. Moins souple et performante, la pétition papier présente quant à elle l'avantage d'être un outil de rencontre plus direct dans l'espace public (lieux de passages, marchés ouverts, sorties de réunions publiques,...). Il est bien entendu envisageable d'utiliser les deux outils simultanément, au prix de quelques efforts de logistique et de traitement/regroupement des signatures récupérées.

Conseil n°5

DES TRACTS ET COURRIERS POUR LES NON-CONNECTÉS

Pour les personnes non-connectées, il est également important de développer des outils physiques (affiches, tracts papiers, bulletins d'information). N'hésitez pas non plus à envoyer des courriers, notamment aux associations et aux listes candidat.e.s. Si vous en manquez, n'hésitez à vous rapprocher d'associations telles que le Réseau des AMAP Ile de France, Terre de Liens IDF ou encore Abiosol.

Conseil n°6

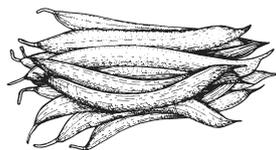
LA PRESSE LOCALE, ZONE SENSIBLE POUR LES CANDIDAT.E.S

La presse locale est bien entendu un moyen de toucher un grand nombre de vos concitoyen.ne.s mais aussi et peut-être surtout, de se faire remarquer et/ou entendre par les candidat.e.s qui souhaitent montrer qu'ils sont à l'écoute de leurs futur.e.s administré.e.s. N'hésitez donc pas à prendre contact avec la presse locale, correspondant.e.s comme journalistes. (Pour plus d'information, voir la fiche portant sur les communiqués de presse).

Conseil n°7

FAIRE AVEC LES TALENTS ET LA CRÉATIVITÉ DE CHACUN.E

Pas besoin d'être un.e pro pour bien communiquer : faites avec les compétences dont disposent les membres de votre collectif et n'hésitez pas à mettre en place des idées qui sortent des sentiers battus (événements conviviaux, picnics, soirées projection-débat, organisation de concerts/spectacles avec des artistes locaux, mobilisations dans des lieux emblématiques, etc...). En définitive, «bien communiquer» rime avec «sincérité».



municipales2020@amap-idf.org

Ensemble, faisons de ces municipales un succès pour nos champs et nos assiettes !



Ile-de-France