

### 01. EN AMONT

- Décider clairement de la cible et de l'objectif visés, ils peuvent être déterminants pour un choix de lieu symbolique
- Constituer l'équipe organisationnelle et attribuer chaque fonction/responsabilité: sécurité, porte-parolat, relations avec les médias et les autorités, photos ou vidéos, sono...
- Jouer la complémentarité avec d'autres associations (participantes et/ou organisatrices) pour démultiplier l'impact
- Délimiter l'itinéraire ou choisir le lieu de rassemblement en tenant compte de la circulation automobile et piétonne mais aussi de la centralité, de l'aspect attractif et / ou pratique, de l'intérêt symbolique ou historique
- Fixer le jour de l'action, son heure de début (ou de départ) et de fin (ou d'arrivée), sa durée approximative
- Toute manifestation qui a lieu dans l'espace public (route, rue, place, rond point, parc ou jardin, pont ou quai,...) est en théorie soumise à autorisation de la commune.
- Délai de réponse : de cinq jours à un mois (parfois très peu de temps avant le jour ).

### SOIGNER LA COMMUNICATION

1. Poster sur les réseaux sociaux (avant, pendant, après)
2. Imprimer des tracts et les afficher partout. Viser les endroits en lien avec la cible
3. Envoyer un communiqué aux médias locaux et aux stations de radio
4. Préparer une annonce pour le site et le Facebook d'Occupons le terrain
5. Mobiliser des sympathisant-e-s de la région, faire circuler l'information dans les réseaux associatifs
6. Envoyer un mail avec les informations à [contact@occuponsleterrain.be](mailto:contact@occuponsleterrain.be) pour faire circuler l'information au sein du réseau
7. Préparer un ou des slogans/ mots d'ordre concis, efficaces et faciles à retenir et à communiquer

## PRÉPARER LE MATÉRIEL

1. Penser aux banderoles, panneaux, drapeaux, chasubles, affiches

2. Prévoir une trousse de premier secours, des bouteilles d'eau,...

3. Penser si nécessaire d'identifier l'équipe en charge de l'organisation avec des brassards, des tee-shirts ou des chasubles

4. Penser à l'animation, essentielle pour susciter l'intérêt public: musique, mise en scène, tenues particulières, masques, maquillages...

## 02. LA VEILLE DU JOUR J

- Envoyer si nécessaire un SMS et/ou un mail à chaque participant-e redonnant l'heure et le lieu de rassemblement, les consignes et les numéros de téléphone de chaque personne ressource

- Rassembler tout le matériel technique et d'action selon son mode d'acheminement

## 03. LE JOUR J

• Avant de commencer :

1. Redonner le déroulé de l'opération et son timing à l'équipe de responsables (briefing rapide et précis)

2. Donner des consignes claires et concises de sécurité, les réponses, les mots d'ordre via le mégaphone (ou micro)

3. Si besoin, distribuer tracts, autocollants



## 04. POUR TERMINER

- Faire un retour aux participant-e-s, membres de votre structure, aux associations qui co-organisent

- Au cours d'une réunion ad hoc, détailler la préparation et le déroulement et rédiger une appréciation de ce qui a fonctionné et de ce qu'il faut revoir

- Remercier les médias, les partenaires et les divers interlocuteurs et interlocutrices

- Préparer la suite. Si le but n'est pas atteint, ne pas abandonner ;-)

### Interpeller les autorités communales



## 01. ÉCRIRE AUX ÉLU.E.S ET LES RENCONTRER

- Écrire aux élu.e.s, par courrier papier ou mail, pour leur faire part de votre avis concernant le projet d'aménagement que vous contestez. Les interroger et leur demander une réponse. Inviter les autres citoyen-ne-s à leur écrire également;

- Rencontrer les élu.e-s. De cette manière, vous découvrirez lesquels sont vos allié.e.s, c'est-à-dire celles et ceux qui s'opposent au projet. Un.e conseiller.e de l'opposition peut interroger le Collège communal pour obtenir des précisions sur un projet lors d'une séance du Conseil communal.

- En tant que conseiller.e (même de l'opposition), il-elle peut déposer une motion pour forcer le conseil communal à se positionner. Vous pouvez lui proposer directement une motion rédigée par votre collectif et les inviter à la déposer. Informez-en les autres citoyen-ne-s pour qu'ils-elles fassent également pression.

## 02. INTRODUIRE UNE DEMANDE D'INTERPELLATION CITOYENNE

Le droit d'interpellation des conseils communaux est traduit dans la Loi communale : sous certaines conditions, les citoyen.ne.s ont le droit de mettre un point à l'ordre du jour du Conseil et d'interpeller les élu.e-s. Ce droit vise donc à favoriser l'information et l'expression directes des citoyen-ne-s sur des questions d'intérêt communal. Les questions abordées dans ce cadre ne peuvent être d'ordre personnel ou se révéler contraires à l'intérêt général. Elles ne peuvent pas davantage porter sur une question déjà évoquée lors d'une interpellation précédente ou n'apporter aucun élément neuf par rapport à un débat ayant eu lieu précédemment au Conseil communal.

De façon générale, il suffit de constituer un groupe de personnes de plus de 16 ans habitant la même commune et adresser, en son nom, une demande d'interpellation à l'attention du collège. La signature, pour être valable, doit être authentique (pas de fax, pas de signature électronique). Attention, les procédures de recevabilité peuvent varier selon les communes.

Un représentant ou un porte-parole du groupe doit se présenter à la réunion du Conseil. Il y présentera oralement la requête. Là encore, des spécificités existent au sein des différentes communes : certaines permettent des questions/réponses, tandis que d'autres ne font que recevoir l'interpellation. En tout état de cause, il faudra veiller à préparer cette rencontre.

## EXEMPLE DE DEMANDE D'INTERPELLATION:

« Madame, Monsieur,  
Par la présente, j'introduis une demande d'interpellation auprès du conseil communal de la commune de X. Vous trouverez en pièce jointe le texte intégral de l'interpellation relative au projet XXX et à ses impacts. En vous remerciant de votre attention et dans l'attente de votre réponse que j'espère favorable, je vous prie de recevoir l'expression de mes sentiments les meilleurs ».

Ensuite, écrire votre interpellation: Elle peut contenir des développements de fond mais elle doit surtout inclure une série de questions et aborder clairement les enjeux communaux que soulève le projet (impacts sur les riverain-e-s, le cadre de vie, l'écologie...). Votre interpellation doit se conclure par une demande, par exemple : « Je demande (ou « En tant que citoyen-ne-s de la commune de X, nous demandons ») que le conseil communal s'oppose au projet ». Envoyez la demande assortie de l'interpellation au Bourgmestre et au Collège des Echevins, directement ou via le secrétariat communal, par mail ou par recommandé (renseignez vous sur la réglementation dans votre commune et vérifiez également les délais auprès du secrétariat communal).

## 03. QUE FAIRE SI LA DEMANDE EST REJETÉE ?

- Etudiez soigneusement les raisons avancées pour le refus
- Écrivez à nouveau aux élu-e-s et demandez-leur une rencontre
- Trouvez d'autres arguments, en vous informant davantage
- Continuez à informer les autres citoyen-ne-s de l'avancement de votre démarche du collectif;
- Contactez la presse locale pour faire relayer votre voix et votre avis;
- Introduisez une nouvelle demande d'interpellation – renseignez-vous sur le délai à respecter.

## 04. QUE FAIRE SI LA DEMANDE EST ACCEPTÉE ?

### EN ATTENDANT LE JOUR DE L'INTERPELLATION

- Continuez à informer les autres citoyen-ne-s afin d'en rassembler le plus grand nombre possible le jour du conseil communal;
- Préparez des pancartes et des banderoles pour le jour J, à déployer lors du rassemblement citoyen devant la maison communale;
- Rencontrez les élu-e-s susceptibles de déposer une motion sur le sujet et de la faire soumettre au vote lors d'une séance du Conseil;
- Contactez la presse pour qu'elle soit présente le jour J. Préparez des réponses pour une éventuelle interview des journalistes.

### LE JOUR DE L'INTERPELLATION

- Assistez en groupe de citoyen-ne-s au Conseil;
- Respectez la procédure : les citoyen-ne-s doivent rester silencieux lors du Conseil, à l'exception évidemment du ou de la porte-parole lorsqu'il.elle sera appelé-e pour son interpellation;
- Respectez les temps de parole : votre interpellation aura lieu en début de séance. Vous aurez droit à quelques minutes, en général 10, renseignez-vous auprès du secrétariat du Conseil. Le bourgmestre ou son remplaçant aura quelques minutes pour vous répondre. Vous pourrez ensuite terminer le débat par une courte réaction.

### Les outils du web

**Maîtriser la communication web de vos actions et de vos idées est aujourd'hui un enjeu très important pour mettre en valeur votre collectif et attirer de nouveaux et nouvelles sympathisant-e-s.**

Cette fiche pratique récapitule les différents outils disponibles (de façon non exhaustive) pour développer votre audience et la portée de vos actions.

Avant de vous lancer tête baissée dans la création d'un site / blog / Facebook / liste etc... pensez à bien à définir vos besoins et vos objectifs afin de choisir l'outil adéquat.

Quelques questions à se poser avant de lancer votre outil :

- Quel public souhaitez vous atteindre : vos membres, de nouveaux adhérents, d'autres groupes avec qui vous voulez tisser des liens ?
- Quel contenu sera fourni par cet outil : des informations générales, des informations locales, une présentation du groupe ?
- Quelle sera son utilité (dialogue : listes de discussions, info : blog/site, infos : réseau social) ?

Voici une présentation non exhaustive d'outils web, testés ou non par nos soins, n'hésitez pas à nous faire des remarques sur leur pertinence !

Nous présentons ici certains outils proposés par Google, car ils sont souvent très pratiques, mais en ayant bien conscience des enjeux et des dangers soulevés par de telles organisations [degooglisons-internet.org/#dangers](http://degooglisons-internet.org/#dangers)

Nous vous invitons pas ailleurs à prendre connaissance du projet "[Dégooglisons internet](http://degooglisons-internet.org)" et nous vous encourageons à utiliser la plateforme alternative d'outils collaboratifs web proposés par Framasoft, association qui fait la promotion des logiciels libres : [degooglisons-internet.org/liste](http://degooglisons-internet.org/liste)



# 01. SITE WEB

## A. CRÉER UN SITE SIMPLE (BLOG)

Un blog est un site internet permettant de publier facilement et simplement des informations en ligne sans connaissance technique particulière. Il est généralement présenté à la manière d'un journal de bord, les articles se succèdent dans un ordre du plus récent au plus ancien.

Un système de catégories ou de thèmes permet d'organiser le contenu.

Certains modèles permettent également de structurer le site en rubriques en créant des pages qui seront accessibles depuis un menu.



- **PLATEFORME MILITANTE : NO BLOGS**  
[noblogs.org](http://noblogs.org)

*Plateforme militante non commerciale de création de blogs (attention, plateforme disponible uniquement en italien, anglais et espagnol)*

Exemple :  
[nocigeo.noblogs.org](http://nocigeo.noblogs.org)



- **BLOGGER**  
[www.blogger.com](http://www.blogger.com)

*Le service de blog de Google.*

- Simple d'utilisation
- Nécessite une inscription sur Google.

Exemple :  
[collectifantinucleaire84.blogspot.fr](http://collectifantinucleaire84.blogspot.fr)

- **PRINCIPALES PLATEFORMES DE BLOGS GRATUITES & SANS PUBS : WORDPRESS**  
[fr.wordpress.com](http://fr.wordpress.com)

*Le plus complet.*

- Nombreuses présentations possibles (thèmes gratuits)
- Grosse communauté, forums et entraide entre utilisateurs
- Beaucoup de possibilités (on s'y perd parfois !)
- De plus en plus d'options deviennent payantes



Pour en savoir plus sur ces 2 plateformes :  
[www.notuxedo.com/blogger-ou-wordpress-blog-gratuit](http://www.notuxedo.com/blogger-ou-wordpress-blog-gratuit)

## B. CRÉER UN SITE WEB SOI-MÊME

Créer un site web soi-même exige un minimum de connaissances informatiques.

Il faut pour cela créer ses propres fichiers ou personnaliser une application prête à l'emploi (logiciel libre blog ou cms ) et les déposer sur un serveur web chez un hébergeur.

Il existe de nombreux tutoriaux sur le net, par exemple :

- [www.commentcamarche.net/faq/webmestre-9](http://www.commentcamarche.net/faq/webmestre-9)
- [openclassrooms.com/courses/apprenez-a-creez-votre-site-web-avec-html5-et-css3](http://openclassrooms.com/courses/apprenez-a-creez-votre-site-web-avec-html5-et-css3)

### • HÉBERGEURS ASSOCIATIFS

ils garantissent un hébergement libre, non commercial ainsi que la protection des données. Ils coûtent autour de 20 euros/an et offrent l'hébergement de votre site web, des boites mail et des listes de diffusion. Ce sont toutefois de petites structures qui ont peu de moyens et qui peuvent être plus sujettes aux interruptions de services et autres bugs.

- [www.lautre.net](http://www.lautre.net)
- [www.ouvaton.coop](http://www.ouvaton.coop)
- [www.toile-libre.org](http://www.toile-libre.org)

### • HÉBERGEURS COMMERCIAUX PAS CHERS

- [www.ovh.com](http://www.ovh.com)
- [www.online.net](http://www.online.net)

En savoir plus :

- [www.infowebmaster.fr/hebergeur.php](http://www.infowebmaster.fr/hebergeur.php)



## 02. BOÎTES MAILS / LISTES DE DISCUSSION OU DE DIFFUSION



### A. MAILS

Il existe de nombreux fournisseurs gratuits de boîtes mails.

Voici quelques hébergeurs militants gratuits ou à prix libre garantissant la confidentialité des données.



### B. LISTES

Les listes mails sont des outils bien pratiques pour animer un groupe et diffuser des informations



- **RISEUP.NET**
- [help.riseup.net/fr](http://help.riseup.net/fr)

Riseup est un collectif qui fournit des outils de communication informatique sécurisés et privés pour les groupes militants. Les inscriptions se font par coopération ou après validation du projet.

- [www.toile-libre.org](http://www.toile-libre.org)

En savoir plus sur les hébergeurs de messagerie alternatifs :

[https://www.lecreis.org/creis/wp-content/uploads/F08\\_messagerie\\_alternative.pdf](https://www.lecreis.org/creis/wp-content/uploads/F08_messagerie_alternative.pdf)

#### LISTES DE DISCUSSION

tou•te•s les inscri•te•s peuvent répondre aux mails et participer à la discussion. La liste peut être privée ou à inscription libre.

Les fournisseurs commerciaux de boîtes mails gratuits sont nombreux. Ils peuvent poser des problèmes dans le cadre de la confidentialité et de la protection des données. En savoir plus. Parmi les plus courants :

- **FREE**  
[zimbra.free.fr](http://zimbra.free.fr)
- **GMAIL**  
[mail.google.com](http://mail.google.com)
- **MAIL.BE**  
[www.mail.be](http://www.mail.be)

#### LISTE DE DIFFUSION (NEWSLETTER)

permet de diffuser les informations aux sympathisant•e•s. L'inscription est en générale ouverte. L'envoi des messages est réservé à une ou quelques adresses mail.



### • HÉBERGEURS MILITANTS

- RiseUp.net propose également un service de [listes de diffusion](#) (en anglais)
- Plateforme Libre d'hébergement de listes mail à prix libre <https://www.sud-ouest.org>

### • HÉBERGEURS COMMERCIAUX GRATUITS

- Ces services gratuits peuvent poser des problèmes de confidentialité concernant la protection des données... [En savoir plus](#)
- Google Groupes :
- <https://support.google.com/groups/>
- <https://www.arobase.org/listes/creer-groupe-google-groups.htm>

Les listes mails font en général partie des services proposées par les hébergeurs web associatifs / payants cités dans la rubrique précédente.

En savoir plus :  
Les services de listes ou de groupes de discussion

<https://www.arobase.org/listes/creer.htm>

## 03. DIFFUSER DES INFORMATIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux sont devenus des canaux de diffusion d'information incontournables.

Facebook reste le plus utilisé mais d'autres plateformes comme Twitter ou Instagram peuvent être également utiles pour toucher un plus large public

### A. FACEBOOK



Pour un groupe, une page Facebook permet de diffuser facilement des liens, des images, des vidéos, des textes courts.

[En savoir plus.](#)

Ex. : [www.facebook.com/occuponsleterrain](http://www.facebook.com/occuponsleterrain)

### B. TWITTER



Twitter est un outil qui permet de diffuser des liens ou d'envoyer des messages brefs appelés tweets. C'est également un outil de veille d'information qui permet de s'abonner à des fils d'information et de suivre l'actualité en temps réel.

[En savoir plus.](#)

Ex. : [www.twitter.com/sdnfr](http://www.twitter.com/sdnfr)

### C. INSTAGRAM



Instagram est un réseau social de partage de photos

[En savoir plus](#)

## 04. FAIRE UNE COLLECTE DE FONDS (CROWDFUNDING)

Les plateformes de financement participatif donnent des outils pour récolter des fonds pour un projet.

Le principe : se fixer un objectif, communiquer sur son projet et activer son réseau pour obtenir des dons, avec ou sans contrepartie.

La campagne est réussie uniquement si le montant fixé est atteint, sinon les contributeurs sont remboursés. Les plateformes prennent généralement entre 5 et 10% de commission.

- **LEETCHI ET On participe**

permettent de collecter simplement de l'argent, sous forme de cagnotte, en quelques clics.

La création est gratuite.

- **Ulule**

pour le financement de projets créatifs, innovants, solidaires ou à portée citoyenne.

- **Paypal**

permet de payer en ligne, mais aussi de créer des cagnottes. Aucune commission et aucun frais bancaire.

Nécessaire de créer un compte Paypal pour participer à la cagnotte.

## 05. PÉTITIONS

Lancer une pétition ou une interpellation en ligne est une excellente manière de débiter une campagne.

Cela permet en effet d'apporter la preuve d'un fort soutien pour votre campagne.

### OUTILS DE PÉTITIONS

- [www.petitionenligne.be](http://www.petitionenligne.be)
- [www.change.org](http://www.change.org)

### OUTILS D'INTERPELLATION EN LIGNE

- [www.reclaimhumanrights.net](http://www.reclaimhumanrights.net)

Plate-forme à disposition gratuitement des collectifs d'"**Occupons le terrain**", permettant l'envoi massif de mails et tweets à destination des décideurs politiques.

Un mail et un tweet type sont préécrits, il ne reste à l'utilisateur qu'à cliquer sur un bouton pour l'envoyer.

Grâce au hashtag commun, tous ces mails et tweets sont comptabilisés ensemble. L'idée est de créer une caisse de résonances pour se faire entendre.



## 06. PHOTOS / VIDÉOS

### A. METTRE SES VIDÉOS EN LIGNE

Pour mettre en ligne et partager des vidéos facilement

- **YOUTUBE** est le service vidéo de google, c'est la plateforme la plus utilisée
- **VIMÉO** héberge des vidéos à vocation plus artistique et créative

### B. METTRE SES PHOTOS EN LIGNE

Pour mettre en ligne et partager des photos facilement

- **FLICKR** est un site Internet de partage et d'hébergement de photos qui offre la possibilité de créer des galeries privées ou publiques. (jusqu'à 1 000 Go de stockage gratuit). C'est un service de Yahoo.
- **GOOGLE** fournit également un service d'hébergement et de partage de photos
- **FRAMASOFT** fournit un service alternatif d'hébergement de fichiers en ligne : [framadrive.org](http://framadrive.org)



### POUR PUBLICATION IMMÉDIATE

#### DATE :

#### COORDONNÉES :

[nom], [fonction/organisation], [adresse électronique],  
[numéro de téléphone portable]

#### TITRE :

[titre concis et évocateur, rédigé dans un style  
journalistique]

#### SOUS-TITRE (facultatif) :

brève description du changement opéré, de la façon dont  
l'objet du communiqué a changé les choses.

LIEU — Ces 1 à 3 premières phrases constituent une explication légèrement plus détaillée des faits que le titre du communiqué de presse. Ici, vous pouvez spécifier l'objectif et le résultat de l'action.

#### [CITATION]

Cette citation doit provenir de votre principal.e porte-parole (p. ex. étudiant.e, administrateur.trice ou membre de la communauté) ayant participé à l'organisation de l'événement dont parle ce communiqué de presse [inclure nom et titre complets du ou de la porte-parole]. Cette citation doit clarifier pourquoi cet événement/cette campagne est importante ainsi que son exigence principale.

Après le 3e paragraphe, un peu plus de liberté vous est donnée. Utilisez un 4e ou 5e paragraphe pour fournir des informations de fond sur la campagne. Donnez suffisamment d'informations pour les journalistes n'ayant pas suivi la campagne. Vous pouvez fournir des renseignements d'ordre général. Dans le cas d'une réunion, présentez les participants et les rôles de chacun. Pour un événement, expliquez qui étaient les participant.e.s et le rôle qu'ils et elles ont rempli.

### Modèle de communiqué de presse et invitation à la presse

**[CITATION]** Cette citation doit si possible provenir d'un.e autre organisateur.trice de votre événement ou campagne. Elle doit synthétiser l'objectif, l'impact et l'importance de l'action et fournir des informations plus prospectives quant à la suite du projet.

Le paragraphe final aborde les éventuelles étapes suivantes. Il explique comment l'action, l'événement, la réunion, etc., a changé la situation.

### NOTES AU RÉDACTEUR OU À LA RÉDACTRICE

- Si vous souhaitez partager d'autres déclarations, photos ou informations avec la presse, vous pouvez les ajouter ici.
- N'hésitez pas à donner une touche personnelle à votre communiqué ! Les histoires personnelles sont souvent les plus percutantes.
- Établissez la connexion : expliquez comment le contenu de ce communiqué influe sur l'ensemble du mouvement.

### Conseils pour organiser un stand

L'objectif d'un stand d'information est bien évidemment d'informer le public au sujet du projet que vous entendez dénoncer, de faire connaître ses dangers et les éventuelles solutions alternatives pour en sortir.

Le public n'étant pas nécessairement au courant, cette action est justement là pour y remédier !

C'est également l'occasion de faire connaître votre collectif auprès du public.

C'est aussi un moyen de donner au public la volonté d'agir à vos côtés !

## 01. AVANT LA MISE EN PLACE DU STAND

Selon l'évènement et la durée de celui-ci, vous devez vous organiser et vous préparer pour éviter certains désagréments une fois arrivé sur place :

- Prévoyez une « tente » type bar-num ou une tonnelle. Vérifier toujours qu'une table et 2/3 chaises soient mises à votre disposition sinon il vous faudra les amener avec vous.
- Si vous le pouvez, choisissez un emplacement stratégique pour votre stand : plus un stand est proche de l'entrée ou de la buvette par exemple, plus vous bénéficierez d'un flux de population important.
- Une nappe en tissu peut être pratique pour cacher les défauts de la table. Si vous n'en avez pas, disposez vos stocks de brochures, de tracts, d'autocollants de manière à les camoufler.
- Ayez toujours plusieurs stylos et de quoi prendre des notes.
- Préparez une feuille d'inscription pour les personnes qui souhaiteraient être tenues informées de la suite des événements, agir éventuellement avec vous, être invitées à vos réunions...
- Evitez de vous encombrer de choses inutiles. Si vous êtes en ville, généralement, vous allez devoir démonter/remonter l'ensemble du stand chaque jour. Prévoyez donc un lieu de stockage adéquat (local ou maison à proximité) et ne prenez que ce qu'il vous semble essentiel à la bonne tenue de votre stand.



## 02. POUR LE MATÉRIEL MILITANT

Il faut être visible et rendre votre stand attractif pour donner aux gens l'envie de s'approcher et de venir vers vous.

N'hésitez pas à vous équiper un maximum car il est important de baliser l'espace qui vous est accordé pour votre stand.

- Ayez toujours une banderole avec vous et des affiches : selon la disposition des lieux vous pourrez accrocher soit l'une, soit l'autre, soit les deux.

- Si vous en avez la possibilité, apportez des panneaux d'affichage. Vous pouvez les confectionner vous-même ou demander à certains commerçants des panneaux publicitaires dont ils n'ont plus aucune utilité. Vous pouvez également ramener les pancartes utilisées lors de précédentes manifestations.

Pensez à prendre de la patafix, du scotch et/ou de la ficelle, pour accrocher les affiches sur les panneaux.

**N'oubliez pas que le public doit être attiré par votre stand, évitez donc tout ce qui est moche et qui peut détériorer le matériel comme le scotch chatterton pour coller les affiches.**

**Vous pouvez déposer sur le stand une boîte (ou un cochon tirelire) pour « participation aux frais » ou « soutien ».**

**Le mieux c'est que la boîte soit accompagnée d'un petit mot « donnez ce que vous voulez, ce que vous pouvez ».**



## 03. PENDANT LA TENUE DU STAND, QUELQUES IDÉES & CONSEILS POUR L'ANIMER

Une bonne animation se doit d'être interactive pour faire passer des messages sans faire intervenir un discours moralisateur qui peut vite s'avérer barbant. Il est important de connaître le mieux possible le public auquel on s'adresse pour pouvoir s'adapter à son niveau de connaissance du projet.

Il est important que les personnes situées derrière la table d'information aient une bonne connaissance du projet et abordent facilement les gens pour leur demander s'ils veulent en savoir plus. N'hésitez pas à imprimer votre pétition et récolter des signatures, c'est une bonne manière d'accrocher les passants.

Si vous avez des tracts annonçant un évènement, n'hésitez pas à les distribuer.

Vous pouvez aussi commander des flyers d'Occupons le terrain si vous souhaitez faire connaître le réseau.

Vous pouvez proposer du thé ou du café (de préférence équitable !) à prix libre et même pourquoi pas installer des fauteuils pour un vrai stand convivial !

**Toutes les idées sont bonnes pour être vu et entendu, donc soyez créatif !**

## 04. ORGANISATION DU STAND

**C'est à vous de juger du nombre le plus adéquat de personnes présentes sur le stand : 2 ou 3 personnes est, en général, la meilleure formule, plus peut devenir gênant.**

**Si vous êtes nombreux et nombreuses, vous pouvez organiser un système de rotation toutes les 2 ou 3 heures.**

Il est important de discuter au préalable avec vos camarades de la manière dont va s'organiser le stand. Vous pouvez par exemple mettre 2 personnes derrière la table d'information, 1 personne devant la table pour distribuer les tracts et appeler les gens à signer la pétition en leur expliquant pourquoi vous êtes là.

Si vous ne savez pas répondre à une question du public, ce n'est pas grave : il est préférable d'avouer son « ignorance » en renvoyant vers un spécialiste (donner un contact mail ou téléphonique ou l'adresse d'un site web) plutôt que de raconter des bobards : vous risquez d'être mis à jour et de décrédibiliser le reste du mouvement.

Evitez que le stand devienne le lieu de dépôt des affaires personnelles de toute l'équipe.



05.

## QUELLES SONT LES OCCASIONS PROPICES À LA TENUE D'UN STAND D'INFORMATION ?

Votre stand d'information peut se tenir à une date choisie au hasard mais l'idéal est de vous associer à d'autres événements, comme les festivités locales ou les marchés par exemple, qui rassemblent des centaines voire des milliers de personnes.

Ce sont des occasions à ne pas manquer pour sensibiliser un maximum de personnes.

Les grandes dates de mobilisation pour l'environnement sont également une occasion à ne pas manquer dans la mesure où elles font l'objet d'une bonne couverture médiatique.

Pensez à prendre des photos de votre stand et à nous les envoyer à [contact@occuponsleterrain.be](mailto:contact@occuponsleterrain.be).

Nous les relayerons avec plaisir !

