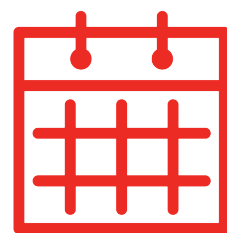


Organiser un événement

change.org

Comment transformer une mobilisation en ligne en un rassemblement massif ? Comment réunir vos signataires et votre communauté pour une rencontre en face à face ? Comment montrer la force du nombre dans les rues, pour transformer un clic en un élan de solidarité palpable ? Parce que tous les lanceurs et lanceuses de pétition se posent ces questions à un moment donné de leur campagne, nous avons imaginé cette fiche pour vous aider à organiser des événements, pour traverser l'écran au delà du numérique !



Définissez la typologie de votre événement

Clarifiez votre objectif. Avant de vous lancer dans la conception d'un événement, il convient tout d'abord de savoir pourquoi vous souhaitez franchir cette nouvelle étape de votre campagne. Souhaitez-vous accentuer la pression sur votre décideur-se ? Souhaitez-vous susciter l'attention des médias ? Créer l'adhésion des citoyen-nes ? Souhaitez-vous prospecter pour avoir de nouveaux signataires ? Ou encore rencontrer vos signataires pour discuter ensemble des nouvelles étapes ? En fonction des réponses que vous apporterez à ces questions, il vous sera alors possible de choisir le types d'événements qu'il est le plus pertinent de réaliser. Bien sûr, plusieurs événements peuvent être réalisés au cours d'une même campagne.



Faites un état des lieux de vos ressources. Une fois que vous savez quel est votre objectif, vous devez vous poser la question des moyens qui sont à votre disposition. Ainsi, si vous êtes seul-e à bord et que vous ne connaissez pas les risques légaux, n'organisez pas un événement coup de poing en pleine rue ! Pensez au budget, aux personnes ressources qui vous entourent et à vos disponibilités avant de vous lancer.

Inspirez-vous des autres ! Piochez autour de vous des bonnes idées, en regardant ce que font d'autres lanceur-ses de pétition sur Change.org, en allant sur les sites des ONG ou auprès de collectifs locaux ! L'expérience d'autres personnes qui sont déjà passées par cette étape peut vous être précieuse pour mener à bien votre projet.

Révisez vos classiques ! des exemples...

Rassemblements de rue

- Le principal avantage des rassemblements est de passer du numérique au terrain en démontrant la force du nombre. Cela vous permet ainsi d'acquérir plus de légitimité auprès de votre décideur-se, car il ne s'agit plus uniquement d'un clic mais d'un acte militant dans la vie réelle.
- Les obstacles que vous pouvez rencontrer sont surtout d'ordre logistique : par exemple, obtenir l'autorisation de votre Préfecture est obligatoire et peut prendre du temps. Par ailleurs, il peut être difficile d'estimer le nombre de participant-es, et cela peut donc être décevant si les signataires ne sont pas au rendez-vous, ou au contraire difficile d'éviter les débordement en cas de forte affluence.

Le conseil de Change.org : créez un événement Facebook pour avoir une visibilité sur la participation, et appelez des collectifs et associations à rejoindre votre marche ! Pensez aussi à créer des supports de visibilité pour afficher le lien de votre pétition et le nombre de signatures.

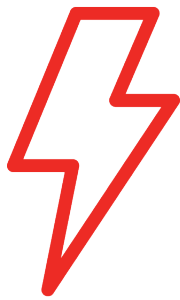
Remises de pétitions

- Les avantages principaux de cet événement sont de pouvoir mettre la pression directement sur votre décideur-se au travers d'une rencontre en face à face, et de représenter la voix de vos signataires de la plus concrète des manières.
- Les obstacles à garder en tête sont la difficulté que vous pouvez rencontrer à avoir un rendez-vous avec ce décideur-se, et la gestion de "l'après-remise" si vous n'avez pas obtenu gain de cause.

Le conseil de Change.org : préparez vos éléments de langage à l'avance ! Une fois devant votre décideur-se, il est possible d'être décontenancé-e. Pensez aussi à faire un compte-rendu à vos signataires après la rencontre.

Événements "coup de poing"

- Ces événements spectaculaires, qui s'appuient sur l'aspect visuel, permettent surtout d'être visibles et audibles, et s'appuient sur le pari de susciter l'attention des médias. Ils peuvent aussi créer l'adhésion des passants et permettre de gagner de nouveaux signataires.
- Les risques sont principalement légaux car leur objectif est de créer de la surprise et donc de ne pas déclarer la tenue de l'événement.



Le conseil de Change.org : entourez-vous de "professionnels" ou de militant-es aguerris-es !

Conférence ou débat

- Les avantages d'une conférences sont avant tout de mettre l'accent sur le contenu et sensibiliser en profondeur en donnant la part belle au témoignage.
- Ils demandent en revanche de connaître ou de pouvoir créer un panel d'intervenant-es expert-es du sujet, et d'être en capacité de remplir une salle grâce à une communication très efficace.

Le conseil de Change.org : prévoyez 3 à 6 mois de préparation pour que votre conférence soit un succès !

Laissez place à votre créativité !



Vous connaissez bien votre campagne, et toutes vos idées sont bonnes à prendre pour la transposer dans l'espace public. La créativité intéresse particulièrement les médias, alors croyez en vous et en vos idées !
décideur-se, il est possible d'être décontenancé-e.
Pensez aussi à faire un compte-rendu à vos signataires après la rencontre.

● ● ● ● ● ● ● ● ● Procédez aux étapes administratives

Le lieu

En fonction de l'objectif visé et du nombre de personnes que vous souhaitez inviter, il faut définir un lieu dans lequel accueillir votre événement. Pensez à l'accessibilité en voiture et à pied, la proximité des journalistes, mais aussi l'accessibilité pour les personnes handicapées. Votre lieu dépendra aussi du nombre de participant-es que vous attendez : cela peut être une salle municipale ou une maison des associations, mais aussi une place publique ou encore chez vous selon la nature de votre événement !

La date

Celle-ci est également primordiale. Elle va dépendre des disponibilités du groupe d'organisateur, du lieu... Privilégiez les week-ends si vous souhaitez la présence de personnes actives ; et la semaine si vous visez une rencontre avec votre décideur-se. Le moment de la journée est également décisif.



Les autorisations

Attention, à ne pas négliger ! Toute manifestation qui a lieu dans l'espace public est soumise à autorisation et dépôt de dossier auprès du maire ou du préfet. La marche à suivre est indiquée en ligne :

<https://www.service-public.fr/associations/vosdroits/F21899>

Le budget

Cet élément est à anticiper dès le début de votre organisation, car il déterminera en partie la nature de votre événement. Vous pouvez solliciter la contribution de vos signataires et des participant-es si vous avez des besoins onéreux pour organiser votre événement, mais rappelez-vous que de très nombreuses actions à fort impact ne nécessitent aucun investissement !

● ● ● ● ● ● ● ● ● Définissez la typologie de votre événement

N'hésitez pas à soigner la communication de votre événement pour garantir son succès. Bien souvent, la communication est la clé d'une action fructueuse. Voici quelques idées pour une communication efficace :

Utilisez les réseaux sociaux : Facebook, Twitter et Instagram sont de très bons moyens de toucher un large public.

Distribuez des tracts : rendez-vous aux endroits fréquentés de votre ville ou village et parlez de votre événement aux passants en distribuant une brochure faisant apparaître les informations importantes .

Contactez les journaux locaux : vous pouvez aussi faire passer une annonce auprès des médias locaux ou obtenir un article sur votre action en décrivant votre campagne à des journalistes.

Interpellez des personnalités publiques : elles peuvent être des relais pour faire venir des personnes à votre événement ! Cherchez le contact des comédien-nes, député-es, du maire ou des "stars" locales...