

# Quelle communication autour de ma lutte ?

La pétition : 1 outil 360° pour gérer ma  
communication

**GreenVoice**™

# Sommaire

1. Les pétitions ça marche ?
2. Rappel des clés d'une communication efficace
3. Pétition & visibilité
4. Pétition & stratégie
5. Exemples de luttes



**1. Les pétitions**

**ça marche ?**

# Les pétitions ça marche ?

## Un outil plebiscité

Les pétitions sont aujourd'hui un **incontournable de notre vie démocratique**. C'est un objet numérique qui **circule facilement sur les réseaux sociaux** et qui est devenu un incontournable de la mobilisation citoyenne.



👁️ La pétition en ligne s'avère être **l'outil le plus accessible pour rendre visible un problème**. Il s'agit du **premier outil de mobilisation politique**, notamment chez les jeunes\*.

\* Brice Mansencal L., Coulange M., Maes C., Müller J. (CREDOC), 2020, Baromètre DJEPVA sur la jeunesse 2020, avec la collaboration de Baillet J., Guisse N., Hoibian S., Jauneau-Cottet P., Millot C., INJEP, Notes & rapports/rapport d'étude, 2020

# Les pétitions ça marche ?

## Un point de départ

 C'est le **point de départ le plus simple pour initier une mobilisation citoyenne** et obtenir un changement auprès des décideurs.

Elle **permet de** compter et de recueillir des soutiens à une grande échelle.

 Faire une pétition c'est donc **mesurer la capacité d'adhésion à sa mobilisation et faire sortir de l'oubli un problème.**

## A noter

**Le nombre de soutiens à réunir dépend de l'échelle du problème soulevé.** Il faut ainsi **se fixer un objectif réaliste** ! Par expérience, on considère qu'une pétition aura de l'effet si elle peut réunir au moins 1% de la population concernée.

# Les pétitions ça marche ?

## Transformer sa pétition en campagne citoyenne pour avoir de l'impact

- **Une pétition à elle seule ne sera souvent pas suffisante** pour faire plier les décideurs et obtenir victoire.
  - **Un ensemble d'actions complémentaires** doivent être mises en place pour **transformer sa pétition en véritable campagne citoyenne**.
- ✓ La pétition apparaît comme l'outil le plus propice pour mettre en place ces actions. Elle joue une **fonction de QG**.

### A noter

La pétition réunit en un même endroit des soutiens à transformer en soutiens actifs. Objectif : leur **proposer une série d'actions en ligne et hors-ligne qui vont permettre de faire vivre la pétition et d'amplifier son impact**.

# Déjà **28 pétitions victorieuses** avec GreenVoice



## Refusons l'atoll artificiel de surf sur le lac du Bourget !

Des vagues artificielles pour pratiquer le surf dans un bassin atoll de 60 mètres de diamètre au large d'une plage d'Aix-les-Bains, tel est le



## Non au développement d'un aéroport dédié aux plus riches au cœur du vignoble de Saint-Emilion

Il s'agit d'un projet de développement de l'aéroport de M...



## Non à la construction d'un aéroport international au coeur des Pyrénées - Victoire !

Il s'agit d'un projet de construction d'un aéroport international au coeur des Pyrénées.



## Contre l'abattage des arbres et la bétonisation du Mans

Les 134 arbres menacés, ainsi que le cèdre centenaire ont été sauvés !



## Protégeons le site de Grignon: appuyons la transition écologique, conservons notre patrimoine



## Paris : pour des repas sains à la cantine !

La moitié des arrondissements de Paris servent actuellement plus d'un menu végétarien par semaine, ils vont donc plus loin que la loi. Nous avons fait un état des lieux des menus des cantines scolaires de



## **2. Pour une communication efficace**

**Ok, par où je commence ?**



# La règle d'or

## Un message simple et efficace

- Un temps d'attention limité sur internet : allez droit au but !
- Suscitez l'émotion en faisant appel à des valeurs universelles :
  - ◆ l'attachement au territoire & au vivant
  - ◆ la justice sociale & la solidarité
- Adaptez les messages en fonction de vos audiences: riverains, militants, touristes,...
- Adoptez une tonalité engageante : des verbes d'action, un ton affirmatif, des formules marquantes.
- Utilisez des phrases courtes et claires.

# Conseils pour une bonne pétition

## La rédaction

→ **Prendre le temps de rédiger son texte** de pétition pour le rendre accessible au plus grand nombre.

→ **Être concis**

→ **Créer de l'émotion** en racontant une histoire.

1

### **Contexte**

— Quel est le problème concret ?

2

### **Qui parle ?**

— Racontez votre histoire

3

### **Ma solution qui marche**

— Demande concrète

4

### **Urgence**

— Fixer une échéance

## Conseil

Retrouvez le détail des [conseils de rédaction](#)

**Faites relire votre texte à une personne extérieure !**

# L'image clé de votre pétition

## Astuces

- Elle doit **illustrer concrètement** le problème que vous soulevez.
- Être compréhensible en 1 clin d'oeil
- Susciter une émotion pour favoriser le passage à l'action
- Elle peut être facilement reprise dans les médias et déclinée sur différents supports de communication

### Conseil

Créez facilement vos visuels avec le site

[Canva.com](https://www.canva.com)



**POLLUANT**

**DANGEREUX**

**CHER**

**NON A L'USINE  
ROCKWOOL**



**6 MOIS DE GAZ  
A EFFET DE SERRE**

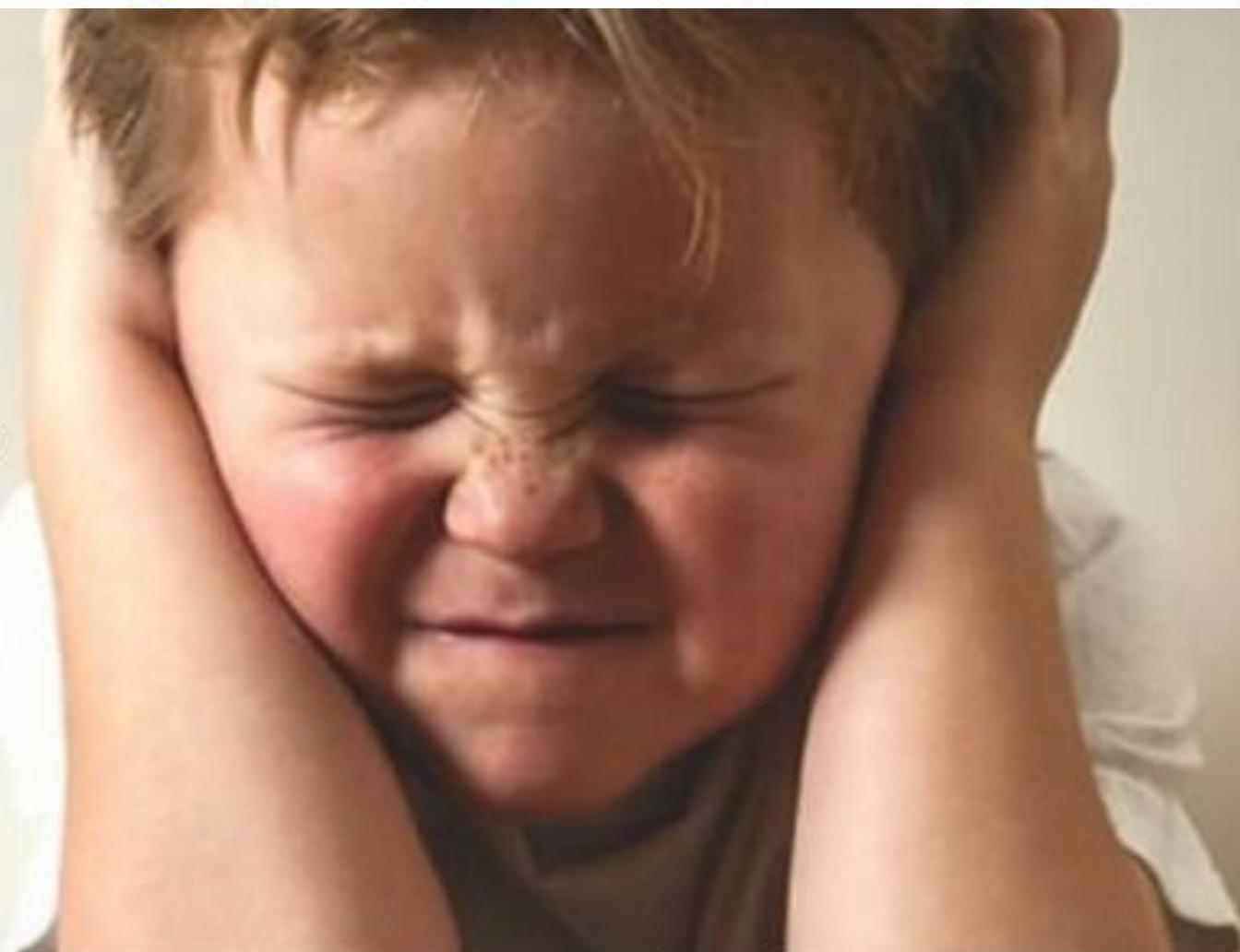
**POUR 1 VOTE ?**





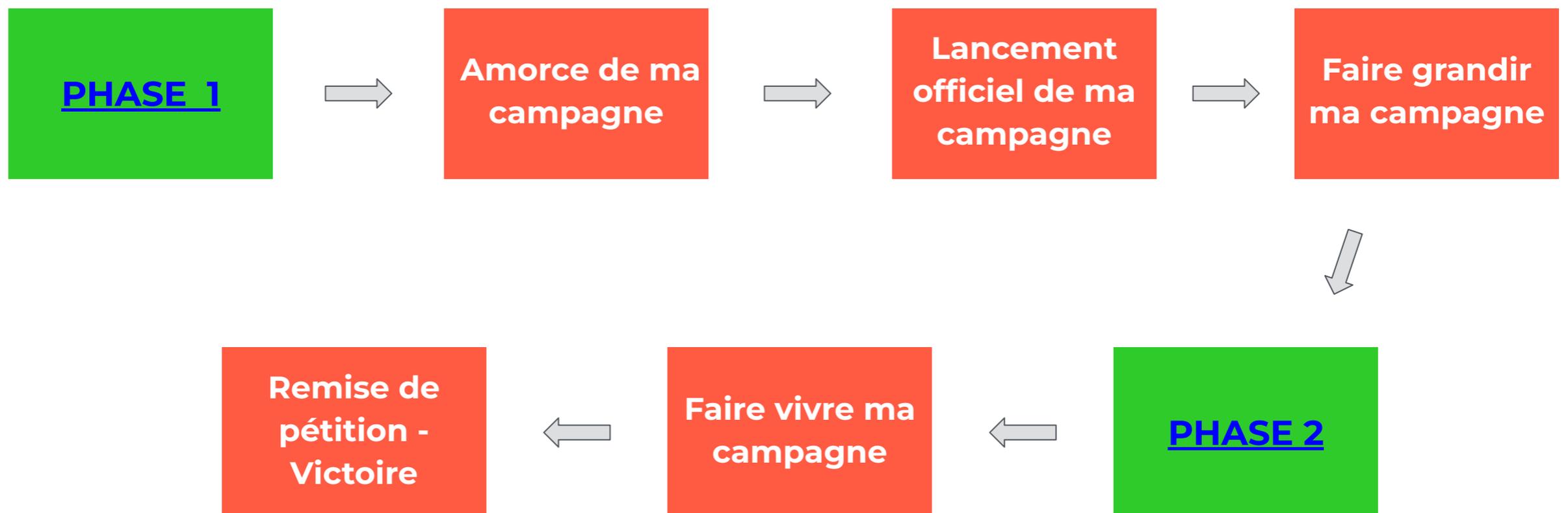
**LFPL**

Aérodrome de Lognes-Emerainville



# Préparer son plan de communication en amont

Pour faire de ma campagne un succès, je m'organise en étapes. À chaque étape correspond un moment particulier de ma campagne avec des actions spécifiques à mener.



# A plusieurs c'est toujours mieux !

## Se challenger en groupe

Créer **un groupe de travail dédié à la pétition** avec des personnes ayant des compétences en communication



# **3. Pétition et visibilité**

# Un outil de visibilité

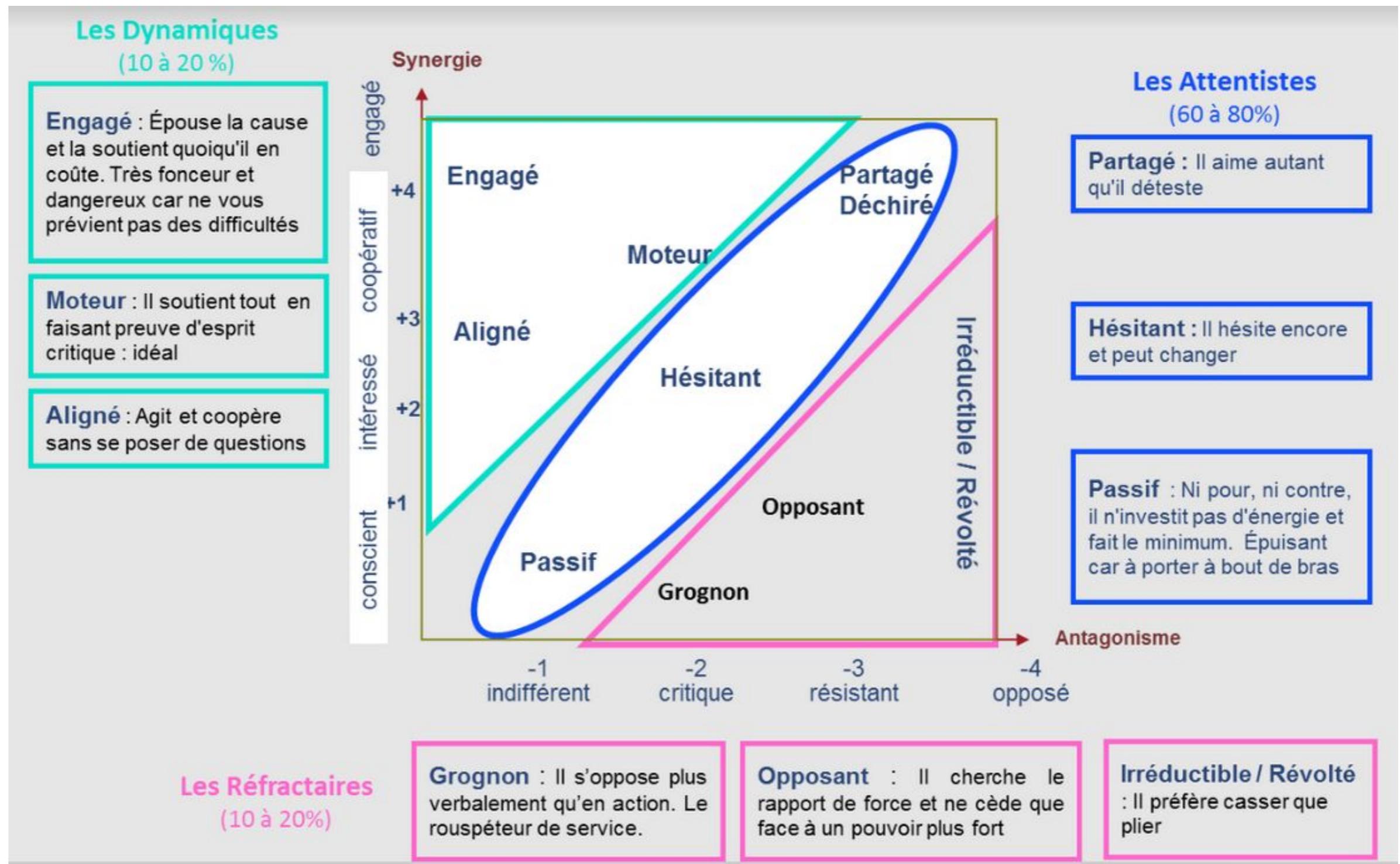
## Utile pour rendre public un problème

- Faire une pétition c'est **mesurer la capacité d'adhésion** à sa lutte et renforcer l'existence un problème (montrer qu'il existe bel et bien et qu'il concerne du monde).
- Plus le nombre de signataires est important, plus cela va **renforcer l'intérêt des médias et mettre la pression sur les décideurs.**
- **Le nombre de soutiens à réunir est dépendant de l'échelle du problème soulevé.** Il faut ainsi se fixer un objectif réaliste !

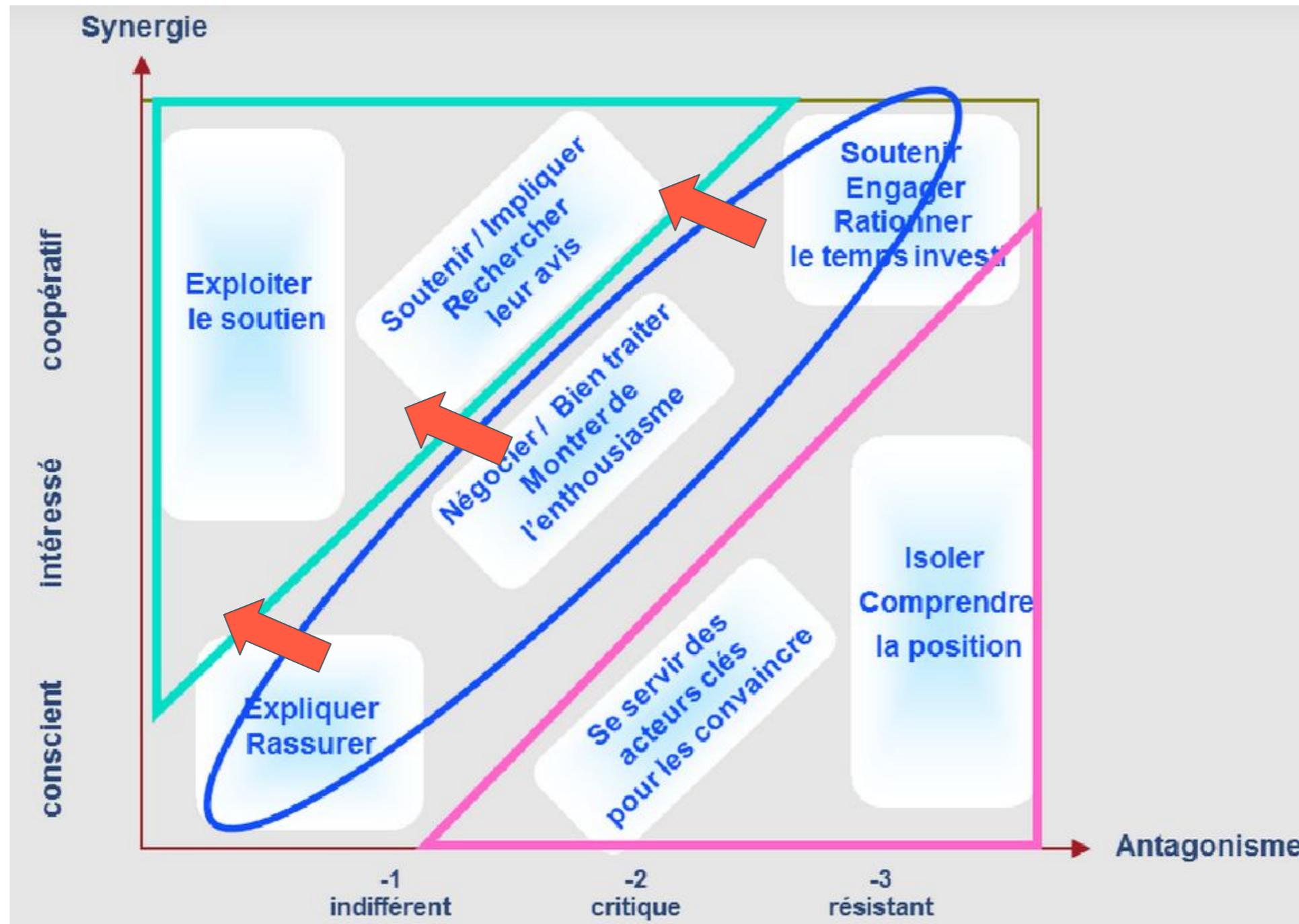
**A noter :** On considère qu'une pétition aura de l'effet si elle réunit au moins 1% de la population concernée

# Auprès de qui communiquer ?

Identifier les alliés potentiels & le “ventre mou”

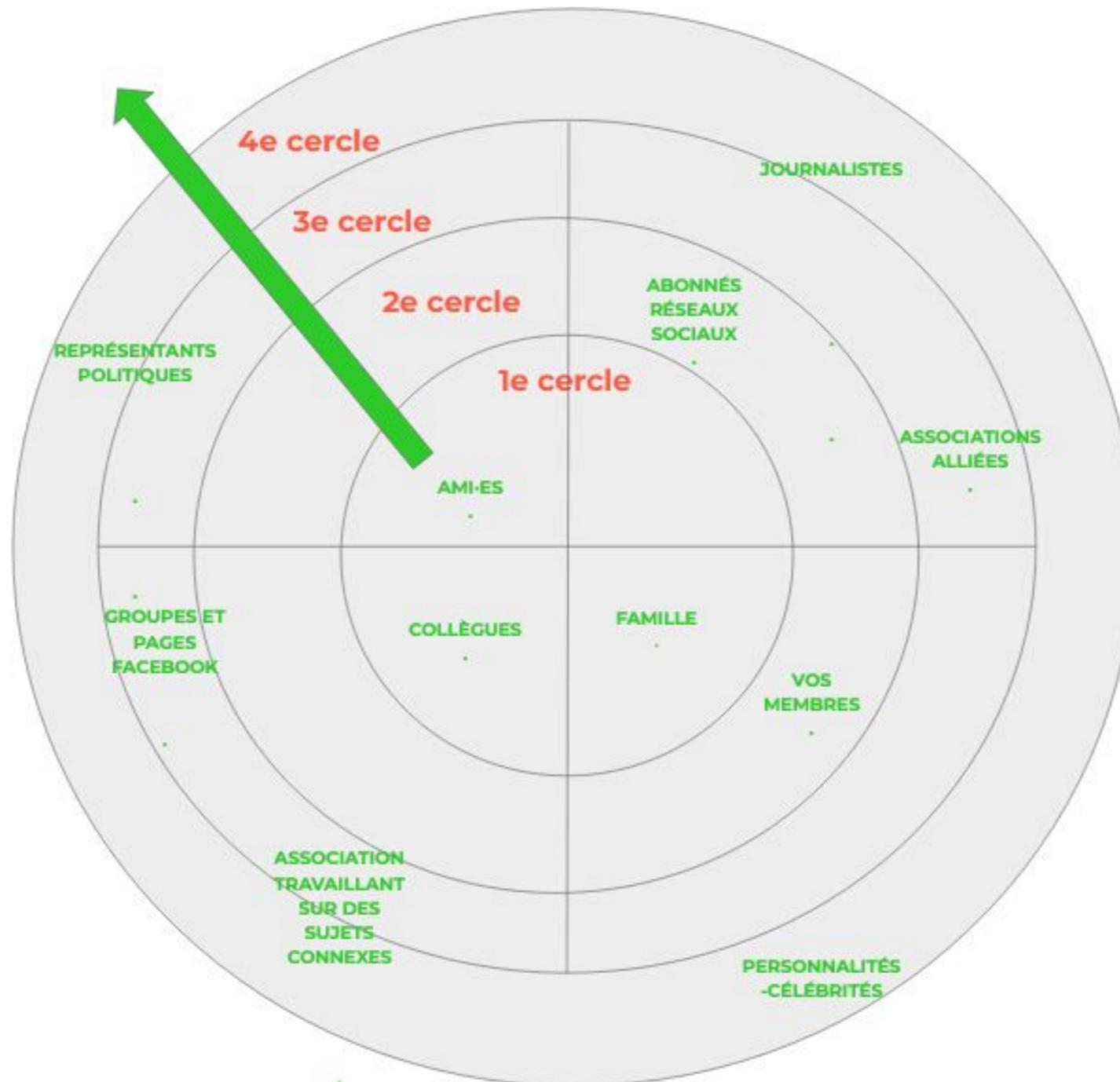


# Adapter les messages et impliquer



# Accroître sa portée

4 cercles à contacter progressivement



# Faciliter l'implication des alliés

## Faire un kit de communication

### [Introduction]

Commencez par introduire rapidement le sujet de votre campagne. Utilisez des phrases courtes et impactantes.

Dites à vos lecteurs en quoi leur soutien et leur communication sera déterminante pour faire réussir, collectivement, votre campagne.

### [Messages types]

- + donner accès à des visuels de campagne

### [Exemple d'email]

### [Affiches]

[Tuto kit de communication](#)

# **4. Pétition et stratégie de communication**

# Outil 360° de votre communication

A articuler avec un ensemble d'actions complémentaires



# Une fonction de QG

## Un outil au service de ses autres tactiques & besoins

- La pétition est un QG car elle **réunit en un même endroit des soutiens qui sont mobilisables à tout moment.**
- L'enjeu : **transformer mes signataires en soutiens actifs** et faire vivre la lutte auprès du plus grand nombre pour augmenter son impact
  - ◆ Il faut les **informer régulièrement** des avancées de la lutte
  - ◆ Proposer une **série d'actions en ligne** (consultation publique, signature d'une tribune, faire un don pour payer des frais juridiques ...)
  - ◆ Proposer une **série d'actions hors-ligne** (se rendre à un événement, organiser une projection, participer à un tractage...)

# Préparer un plan de diffusion

Dès le début de la lutte - évolutif

|  | ÉTAPE 1   |  |   |
|--|---|--|---|
|  | Amorce de ma campagne   | Lancement officiel   | Faire grandir ma pétition   |
| Cases à remplir  | Ma pétition est en ligne mais je n'ai pas encore communiqué largement dessus<br><i>slides 11 à 17</i> | Ma stratégie de communication est prête, je lance la communication publique<br><i>slides 18 à 23</i>   | J'élargis mon audience<br><i>slides 25 à 32</i>   |
| Date prévisionnelle                                    | JJ/MM/AAAA  | JJ/MM/AAAA   | JJ/MM/AAAA  |
| % du total de l'objectif = nombre de signatures        | 5% = _____  | 15% = _____  | 30% = _____   |
| Durée approximative                                    | 3 jours avant le lancement officiel   | 1 semaine  | 2 semaines  |
| Je transfère et demande de partager à                  | Mes proches (familles + amis)<br>_____<br>_____   | Lister mes soutiens les plus proches:<br><i>Par ex les adhérents de mon association, mes abonnés sur les réseaux sociaux</i><br>_____<br>_____ | Lister mes soutiens potentiels:<br>_____<br>_____   |
| Canal de communication à privilégier (de + en + large) | <i>Par exemple : Email<br/>Messagerie en ligne (Whatsapp, <u>Télégram</u>)</i><br>_____<br>_____      | <i>Par exemple : Email, Messagerie en ligne (Whatsapp, <u>Télégram</u>),<br/>+ Mes réseaux sociaux</i><br>_____<br>_____                       | <i>Par exemple : Email,<br/>+ Presse locale et spécialisée,<br/>+ Réseaux sociaux de mes alliés et soutiens</i><br>_____<br>_____ |

# Préparer un plan de communication

## Dès le début de la lutte - évolutif

- Mettre en lien les objectifs et les actions menées
- Adapter les messages par canal de communication
- Définir qui fait quoi
- Placer les événements dans le temps

| Objectif 1 : démontrer la démesure du projet & interpeller les autorités |   |   |                |                      |
|--|---|---|----------------|----------------------|
| Action   | Description   | Canal de communication                  | Date           | Personne responsable |
| Réaliser une tribune de scientifiques                                    | Publication dans la PQR   | relai twitter + mail aux signataires    | 1er juin 2022  | Aline                |
| Obtenir le budget du projet  | Communiquer sur le budget pharaonique du projet & interpeller le maire            | twitter de l'asso                       | 2 mai 2022     | Fred                 |
| Objectif 2 : Renforcer l'opposition locale                               |   |   |                |                      |
| Action   | Description   | Canal de communication                  | Date           | Personne responsable |
| Diffuser la pétition auprès des riverains                                | Rédiger des messages clés pour expliquer les impacts du projet pour les riverains | groupes facebook et whatsapp, affichage | avril/mai 2022 | Aline                |
| Action 2   |   |   |                |                      |
| Action 3   |   |   |                |                      |

# Jouer avec la culture web et dans l'actualité

Insérer sa pétition à chaque opportunité



# Exister hors ligne

## Recruter en local & dans la “vraie vie”

- Créer des événements et y inviter vos soutiens
- Mener des campagnes d’affichage dans des lieux pertinents
- Organiser des tractages
- Communiquer sur vos actions !

**Manger plus de repas végétariens c'est essentiel pour préserver l'environnement** 🔥

Aide-nous à obtenir ce changement à la cantine du lycée. Signe pour **#PlusdeVégé** 🥕 🍎 🗑️

**Pourquoi ?**

L'élevage est l'une des principales causes de la déforestation et de l'effondrement de la biodiversité. Et chaque année on mange 54 000 tonnes de viande à la cantine, l'impact est considérable pour le climat ! Partout en France des lycéens et lycéennes comme nous se bougent pour **#PlusdeVégé** - Toi aussi, tu peux agir en soutenant la pétition !

[Voir comment créer un QR code ici](#)

# **5. Exemples de luttes et de communications associées**

# Non au développement d'un aéroport dédié aux plus riches au cœur du vignoble de Saint-Emilion



Campagne lancée par Collectif Non à l'aéroport du Saint-Emilionnais .. ✉

🌐 Réduisons le trafic aérien !

Le projet est officiellement abandonné



La pétition est close : les présidents de la CALI et du Grand Saint-Emilionnais ont annoncé en conférence de presse le 14/12/21 abandonner le projet d'extension pour jets privés. BRAVO pour votre mobilisation qui a été déterminante !



418 personnes aiment ça  
476 personnes sont abonnées  
32 personnes ont visité ce lieu

<http://www.les-braises.fr/>

Envoyer un message

[contact@stopjetsprives.fr](mailto:contact@stopjetsprives.fr)

Organisation non gouvernementale (ONG)

NonAeroportStEm



**Les Braises - Non à l'Aéroport du St-Emilionnais**

@NonAeroportStEm Vous suit

Collectif contre le développement de l'aérodrome des Artigues de Lussac pour le transformer en aéroport dédié aux jets privés #climat

Les Artigues de Lussac stopjetsprives.fr  
A rejoint Twitter en octobre 2021

141 abonnements 125 abonnés

7 285 sur 8 000 signatures



Prochains rdv et nouvelles de la lutte contre l'Aéroport de Saint-Emilion

🚨 Alerte passage en force à la CALI pour les jets privés !

🚨🚨 Alerte enfumage, les jets décolleront quand même !!

🎉 Une première victoire contre l'aéroport du Saint-Emilionnais

Recours juridiques, marche climat et appel aux dons

Nouvelles militantes dans le Libournais

Ciné débat ce jeudi 9 juin et convention citoyenne

Instagram

Réunion d'information



Aéroport du Saint-Emilionnais



# Stop au massacre imminent des bouquetins du Bargy !

Campagne lancée par  
FNE Haute-Savoie

FRANCE NATURE  
ENVIRONNEMENT  
Haute-Savoie

Victoire pour les bouquetins du Bargy ! Suite à l'audience du 11 mai, le juge vient de rendre son verdict. Il suspend l'arrêté, et donc les abattages indiscriminés. Grâce au recours des associations et à la mobilisation des citoyens, les 170 bouquetins non marqués du massif du Bargy vont être épargnés. 🙏

15 579 sur 20 000 signatures



Bouquetins du Bargy : il y a urgence

Bouquetins du Bargy : recours et abattages

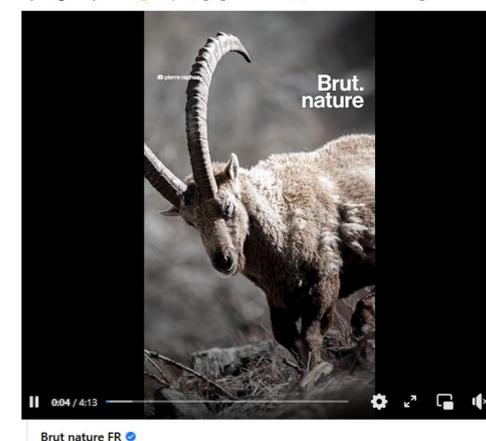
Victoire pour les bouquetins du Bargy !



Nouveau massacre en perspective à partir du 15 mai en Haute-Savoie. 😡 Alors que 96 % des bouquetins sont sains, les pouvoirs publics entendent abattre au moins 170 individus, sous prétexte d'endiguer la brucellose sur le massif du Bargy. La priorité des tireurs sera d'abattre les jeunes femelles, qui seront pour la plupart gestantes en mai-juin. C'est inacceptable !



partager la pétition <https://agir.greenvoice.fr/.../dites-non-a-l-abattage-des-...>



Nouveaux abattages en perspective à partir de 15 mai en  
Alors que 96 % des bouquetins sont sains, les pouvoirs publics entendent abattre

## Actions de communication mises en place :

- vidéo de campagne
- vidéo explicative de fond
- vidéo avec Brut Nature
- posts RS
- Invitation à une conférence
- Articles dans la presse
- Partage auprès d'influenceurs
- Demande de soutien financier (via achat de goodies)
- Proposition d'adhésion à l'association

| SOURCE (FOLLOWERS)                                | DATE         | INTERACTIONS |
|---|--------------|--------------|
| Seb Montaz Studio<br>223,540                      | Apr 27, 2022 | 3,406        |
| Greenpeace France<br>832,114                      | May 2, 2022  | 496          |
| France Nature Environnement Haute-Savoie<br>6,356 | May 9, 2022  | 138          |



France Nature Environnement Haute-Savoie

3 mai · 🌐

Il vit peut-être ses derniers jours ! 😞

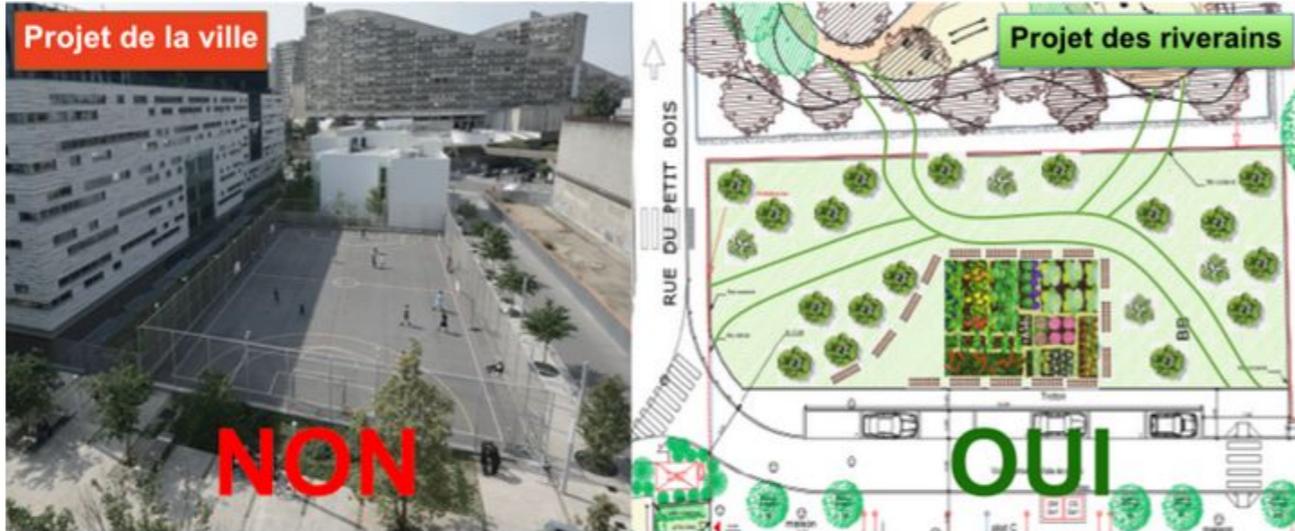
<https://www.youtube.com/watch?v=cwXOrd3tJ6w>

"170 bouquetins risquent d'être abattus contre l'avis des scientifiques alors que 95 % d'entre eux ne sont pas contaminés." ... Voir plus

# Non au projet d'un citystade - Oui à l'extension du jardin du petit bois à Gentilly



Campagne lancée par  
victor D. ✉



La municipalité souhaite installer un citystade sur un jardin existant de 900 M2 au milieu des habitations (à moins de 15 mètres).

Ce jardin est de la pleine terre, il n'est pas envisageable de le recouvrir à l'heure du changement climatique, qui se fait de plus en plus ressentir. Il y a URGENCE !

## Actions de communication mises en place :

- Porte à porte
- Partage dans les groupes de voisinage
- Affichage dans le quartier
- Organisation d'un moment de rencontre convivial

371 sur 400  
signatures



Invitation à la fête du jardin : du petit bois à Gentilly

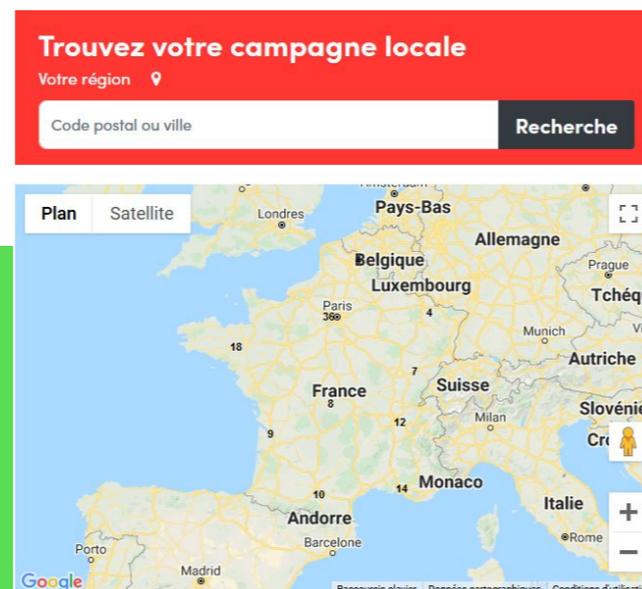
Merci pour votre présence à nos côtés !

# Une collaboration pour faire évoluer les menus dans les lycées

Déjà plus de 130 lycéens et lycéennes engagé.es

- **Le but :** Accompagner les jeunes qui veulent augmenter la part de repas végétariens à la cantine de leur lycée.
- **La tactique :** lancer une pétition et mener campagne dans son lycée
- **Les partenaires impliqués :**

- ◆ Association Végétarienne de France,
- ◆ Mouvement National Lycéen,
- ◆ Youth for Climate,
- ◆ La Voix Lycéenne



Pour le climat : plus de végé au lycée !

La cantine de votre lycée sert de la viande tous les jours ou presque, sans alternative végétarienne ? Il est temps d'agir pour mettre fin à cette aberration écologique !



Campagnes (123)

L'Aigle



**Lycée Napoléon: Initiative pour une option végétarienne à la cantine !**

Aujourd'hui, à la cantine du lycée, nous n'avons pas d'autre choix que de manger de la viande tous les jours ou presque. Cette situation contribue à la surproduction de viande industrielle qui accélère



# Une campagne nationale pour réduire le trafic aérien

## Associations nationales et locales mobilisées

- **Le but :** Mettre en commun les ressources et l'expertise locale des collectifs pour s'entraider et obtenir des victoires
- **Les moyens :** plusieurs pétitions locales, une réunion mensuelle de partage
- **Les partenaires impliqués :**

- Alternatiba
- Non au T4
- Advocnar
- Greenpeace
- ANV Cop21

## Réduisons le trafic aérien !

Développer toujours plus le secteur aérien, le meilleur moyen d'accélérer la crise climatique ! Agissez près de chez vous pour remettre le secteur aérien sur les rails !



### Trouvez votre campagne locale

Votre région

Code postal ou ville

Marignane



### Non à l'extension de l'aéroport Marseille-Provence : ce projet est un non-sens climatique et social

L'aéroport de Marseille Provence a toujours été surdimensionné au regard du nombre de passagers, et pourtant le projet d'extension prétend accompagner une hypothétique croissance du trafic, c

7 161 de 8 000 Signatures

Créée par Alternatiba & Greenpeace Marseille

# Discussion

**Annexe**

Destinataire(s) : Bruno Le Maire

# Sauvons #ChapelleDarblay



Campagne lancée par  
Collectif Plus Jamais ça !

Plus jamais ça !



Seule usine en France à produire du papier journal 100% recyclé et pionnière dans l'économie circulaire, Chapelle-Darblay est un fleuron de l'industrie de demain. Pourtant, dans le seul but d'accroître ses profits, le groupe finlandais UPM a décidé de fermer l'usine et la démanteler.

## Pourquoi faut-il agir maintenant ?

Parce que s'il n'y a pas de repreneur avant le 15 juin pour l'ensemble de l'activité de Chapelle-Darblay, l'usine fermera définitivement ses portes. Ce sera la perte d'un savoir-faire unique et d'une activité qui ont fait prospérer la région depuis près de 100 ans. Il y a quelques mois encore, ce sont plus de 200 personnes qui travaillaient sur le site et 567 emplois indirects qui en dépendaient !

Parce que Chapelle-Darblay a déjà les deux pieds dans le monde d'après. Avec son raccordement au rail et son accès à la Seine, l'usine récupérait annuellement 350 000 tonnes de papiers, soit l'équivalent du geste de tri de 24 millions de personnes. Elle produisait 240 000 tonnes de papiers recyclés par an, soit l'équivalent de 50% de la consommation française de papier journal. L'usine possède également une chaufferie biomasse capable de chauffer l'équivalent d'une ville de 20 000 habitants, ainsi qu'une station d'épuration pouvant subvenir aux besoins de 400 000 habitants. Elle est la démonstration qu'on peut concilier industrie et préservation de l'environnement.

**50 955** sur 75 000  
signatures

## SOUTENIR LA PÉTITION

Prénom \*

Nom \*

E-mail \*

Code postal \*

Téléphone

Cette plateforme est propulsée par Greenpeace. Je souhaite continuer à agir pour la planète et recevoir des informations de la part de GreenVoice et de Greenpeace. \*

- Oui, tenez-moi au courant !  
 Non, ne me tenez pas au courant.

J'accepte de recevoir des informations de cette campagne ainsi que des autres campagnes du collectif Plus jamais ça.

Vos données resteront strictement confidentielles ; elles ne seront ni vendues ni échangées conformément à notre politique de confidentialité . La désinscription est possible à tout moment.

**JE SIGNE**

En cliquant sur « JE SIGNE », je confirme avoir pris connaissance et accepter la politique de protection de données de Greenpeace et j'accepte de rester informé-e sur cette campagne.

Cette plateforme est protégée par reCAPTCHA et la politique Données personnelles de Google et ses conditions d'utilisation s'appliquent.

Une page  
pétition pour  
rendre visible  
ma campagne

# Page Pétition

## Ses fonctionnalités

- Un **formulaire** pour récolter les informations essentielles de mes soutiens.
- **Pour les associations / collectifs, un champ additionnel de consentement** qui vous permet d'exporter les données de vos soutiens en dehors de GreenVoice.
- Une **gestion collaborative**. Vous pouvez ajouter autant d'administrateurs que vous le souhaitez.

50 955 sur 75 000 signatures

## SOUTENIR LA PÉTITION

Prénom \*

Nom \*

E-mail \*

Code postal \*

Téléphone

Cette plateforme est propulsée par Greenpeace. Je souhaite continuer à agir pour la planète et recevoir des informations de la part de GreenVoice et de Greenpeace. \*

Oui, tenez-moi au courant !

Non, ne me tenez pas au courant.

J'accepte de recevoir des informations de cette campagne ainsi que des autres campagnes du collectif Plus jamais ça.

Vos données resteront strictement confidentielles ; elles ne seront ni vendues ni échangées conformément à notre politique de confidentialité . La désinscription est possible à tout moment.

**JE SIGNE**

En cliquant sur « JE SIGNE », je confirme avoir pris connaissance et accepter la politique de protection de données de Greenpeace et j'accepte de rester informé-e sur cette campagne.

Cette plateforme est protégée par reCAPTCHA et la politique Données personnelles de Google et ses conditions d'utilisation s'appliquent.

# La section “Actualités”

## Pour une pétition toujours à jour

### Actualités

Que se passe-t-il ?

**Publier** Vous pouvez inclure un lien vidéo ou une image dans votre texte.

il y a 1 an  
La campagne a réussi avec 3,547 signatures

il y a 1 an  
Un nouvel article à partager pour faire connaître cette victoire : <https://www.bastamag.net/LEO-solidarites-Pantin-Victoire-en-justice-pour-le-Laboratoire-ecologique-zero-dechet>

il y a 1 an  
La pétition a reçu 1000 signatures supplémentaires en une journée ! Lors du rassemblement de soutien du 20 mai Place du Châtelet, où d'émouvantes prises de parole ont mis en lumière toute la force et la beauté du projet porté par le LEØ, des journalistes étaient présent.es. Un reportage par Le Media est parait-il en préparation! Ce relais médiatique est précieux pour faire connaître le LEØ et l'injustice de cette procédure en appel menée par l'EPFIF. Continuons à partager cette pétition avec le hashtag #soutienlabozero pour qu'encore plus de personnes découvrent le LEØ et le projet qu'il défend.

il y a 1 an  
Aujourd'hui, deux articles ! Dans Bastamag et dans Reporterre :  
<https://www.bastamag.net/LEO-Laboratoire-ecologique-zero-dechet-proces-expulsion-distributions-alimentaires-hebergement-d-urgence-Pantin>  
<https://reporterre.net/Au-LEO-de-Pantin-l-ecologie-populaire-se-vit-au-quotidien>

il y a 1 an  
Le rassemblement du 20 mai à Paris, entre 13h et 20h se prépare et plein de surprises vous attendent. Donc, si vous souhaitez passer avec des ami.es, en famille, venez quand ça vous chante. Musique, stands variés, fresques du climat, gratuiterie : pour tous les âges et tous les intérêts. Regardez par ici pour avoir un avant-goût, ça met des étoiles dans les yeux :  
<https://www.labozero.org/index.php/blog/>

il y a 1 an  
Un très bel article de soutien par la Websérie itinérante Sideways qui fait découvrir des lieux et personnes inspirantes grâce à leur films documentaires en accès libre : <https://sideways.net/blog/le-leo-laboratoire-ecologique-zero-dechet-argent-vies-en-main/>



Email à vos signataires



Remettre votre pétition



Organiser  
un événement



Collecter des signatures sur  
papier



Modifier la campagne



Paramètres

Un **tableau de bord** pour gérer en autonomie  
sa pétition et mobiliser ses soutiens

# Tableau de bord de campagne

## Fonctionnalités

- **Garder le contact avec mes soutiens.** Vous pouvez envoyer de manière autonome un email à tous vos soutiens. Nous proposons même des modèles qui peuvent vous servir de point de départ pour écrire facilement à vos soutiens.
- **Collecter des soutiens sur papier.** Ajouter vos soutiens papiers sur la version en ligne de la pétition.
- **Mobiliser mes soutiens et créer un événement.** L'évènement sera envoyé par email à tous vos soutiens et ils pourront s'y inscrire.
- **Remettre ma pétition.** Télécharger votre pétition mise en page avec la liste de tous vos soutiens.



## Non à l'extension de l'aéroport Marseille-Provence : ce projet est un non-sens climatique et social

DE:

"Elodie F. via GreenVoice" <info@greenvoice.fr>

DESTINATAIRE(S):

6 112 participants sur **Non à l'extension de l'aéroport Marseille-Provence : ce projet est un non-sens climatique et social** sont inscrits et acceptent de recevoir la pétition

Détails

Sujet \*

Une loi qui ne met ni fin aux extensions d'aéroport, ni aux vols courts, demandons plus d'ambition à Marseille !

B I U 11pt A [color] [background-color] [link] <>

Bonjour,

Vous le savez peut-être, ce weekend a eu lieu le vote des articles "avion" de la loi climat. Résultat ? Rien, enfin, pas grand chose : tous les amendements visant à rehausser l'ambition du texte de loi ont été rejetés.🗨️

Différents leviers d'action à votre échelle :

- 👉 [Signer et partager les pétitions](#) 🗨️ demandant la fermeture des vols courts.

Parce qu'il n'est pas normal de continuer à prendre l'avion alors que des alternatives en train existent (Paris-Marseille par exemple c'est 3h02 en train !)

- 👉 Privilégier autant que possible le train à l'avion au départ de votre ville.
- 👉 Sur les réseaux sociaux. diffuser et relayer les messages des associations en lutte pour sensibiliser toujours plus. par exemple sur [Twitter](#). [Facebook](#)

P » SPAN

RECEVOIR UN TEST

Avant d'écrire à vos soutiens, pensez à vous envoyer un message de test pour vérifier que la mise en page est correcte, qu'il n'y a pas de faute d'orthographe ou de grammaire. Il sera envoyé à votre adresse de connexion.

ENVOYER AUX SIGNATAIRES

Focus

L'interface envoi d'emails pour communiquer avec mes soutiens

# Lancer sa pétition en quelques clics

1. Cliquez sur ["Je lance ma pétition"](#)
2. Puis laissez-vous guider à chaque étape ! Pour en savoir plus sur les techniques de rédaction, retrouvez-nos [conseils ici](#)
3. Une fois votre pétition en ligne, commencez à la partager autour de vous ! Retrouvez tous nos conseils pour diffuser votre pétition [ici](#).

Vous voulez transformer votre pétition en interpellation par email ? Ecrivez-nous à [contact@greenvoicee.fr](mailto:contact@greenvoicee.fr)

**Bravo ! Votre campagne est en ligne. Diffusons-la !**

Il est temps de rassembler massivement autour de votre campagne.

[Partagez sur Facebook](#) [Partager par e-mail](#) [Partager sur Twitter](#)

[Copiez l'URL](#)



**Campagnes citoyennes à la une**

**THÈMES**  
AGRICULTURE & ALIMENTATION  
BIODIVERSITÉ

600 enfants en danger  
STOP à la

**GreenVoice** Lancer Une Campagne Toutes Les Campagnes À Propos Se Connecter

Destinataire(s) : Conseil de Paris

**Non aux écrans vidéos publicitaires dans Paris**

Campagne lancée par Groupes locaux de Greenpeace Paris

**6 270** sur 7 000 signatures

**SOUTENIR LA PÉTITION**

Prénom \*  
Nom \*  
E-mail \*  
Code postal \*  
Téléphone

Cette plateforme est propulsée par Greenpeace. Je souhaite continuer à agir pour l'environnement et recevoir des informations sur d'autres campagnes de GreenVoice ou de Greenpeace.

Oui, tenez-moi au courant par e-mail  
 Non, ne m'envoyez pas d'e-mails et ne me tenez pas au courant

Vos données resteront strictement confidentielles ; elles ne seront ni vendues ni échangées conformément à notre politique de confidentialité des données personnelles. La désinscription est possible à tout moment.

**JE SIGNE**

**Alors que les économies d'énergie et la chasse au gaspillage devraient être une priorité, des écrans publicitaires numériques menacent de fleurir dans les rues de Paris. Signez la pétition pour dire non aux écrans de pub dans la capitale !**

**Pourquoi faut-il agir maintenant ?**

10 bonnes raisons de dire NON aux écrans vidéos publicitaires :

1. UN ÉCRAN VIDÉO PUBLICITAIRE CONSOMME AUTANT D'ÉNERGIE QUE TROIS FAMILLES.

La consommation d'un écran vidéo publicitaire est jusqu'à 15 fois supérieure à celle d'un