

TROUSSE D'ACTIVISTE

PASSEZ À L'ACTION



Action cancer du sein de Montréal
Breast Cancer Action Montreal

www.bcam.qc.ca

TABLE DES MATIÈRES

3 ACTION CANCER DU SEIN ET NOS ACTIONS

- 4 OBJECTIFS DE LA TROUSSE D'ACTIVISTE : PASSEZ À L'ACTION
- 5 BIEN DÉFINIR SON ENJEU
- 6 QUI CIBLONS NOUS DANS L'ACTION ?
- 7 SE REMUER LES MÉNINGES EN GROUPE POUR TROUVER UNE ACTION
- 8 CHOISIR UNE ACTION
- 9 ORGANISER L'ACTION COLLECTIVE

10 LA BOÎTE À OUTILS

11 COMMENT REJOINDRE LE GOUVERNEMENT ?

- 11 COMMENT ÉCRIRE UNE LETTRE AU GOUVERNEMENT
- 12 COMMENT FAIRE UNE PÉTITION
- 13 STRATÉGIE DE COLLECTE DE SIGNATURES
- 14 COMMENT RENCONTRER DES REPRÉSENTANTS POLITIQUES

16 COMMENT REJOINDRE LES COMPAGNIES ?

- 16 COMMENT ÉCRIRE UNE LETTRE AUX COMPAGNIES
- 16 COMMENT CONTACTER LES COMPAGNIES PAR TÉLÉPHONE
- 17 COMMENT RENCONTRER UN GÉRANT D'UNE COMPAGNIE

18 COMMENT REJOINDRE LES MÉDIAS ?

- 18 COMMENT ÉCRIRE UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE
- 20 COMMENT UTILISER LE COURRIEL POUR VOTRE ACTION
- 21 COMMENT UTILISER TWITTER ET FACEBOOK POUR VOTRE ACTION

23 ACTIONS CRÉATIVES ET INNOVANTES

ACTION CANCER DU SEIN DE MONTRÉAL

Action cancer du sein de Montréal (ACSM) est un groupe communautaire sans but lucratif formé de femmes et d'hommes sensibilisés aux traumatismes causés par le cancer du sein. Nous informons le public sur les substances toxiques présentes dans l'environnement et sur leurs liens avec le cancer du sein. Nous préconisons le resserrement de la réglementation de l'industrie et le renforcement des politiques gouvernementales visant la réduction et l'élimination des toxiques présents dans les produits de consommation. En effet, ces produits exposent les femmes à un risque accru de développer un cancer du sein. Notre objectif est d'améliorer la qualité de vie des femmes présentement atteintes de cette maladie et de prévenir ou diminuer son incidence sur les générations futures.

NOS ACTIONS

Chez Action cancer du sein de Montréal, nous avons entrepris plusieurs actions pendant les dernières années. Nous avons développé des campagnes thématiques, créé des pétitions et tenu plusieurs manifestations dont un « Bed in. » Ainsi, nous savons jusqu'à quel point l'action collective est importante pour éduquer et sensibiliser les citoyens et stimuler des changements dans notre communauté. Nous croyons qu'il est important que les citoyens soient bien informés et bien outillés. Voilà pourquoi nous avons créé cette trousse d'activiste. Nous désirons ainsi contribuer humblement au mouvement global d'activisme social en mettant à la disposition de tous cette trousse d'outils pour « passez à l'action. »



TROUSSE D'ACTIVISTE

PASSEZ À L'ACTION

L'objectif de la trousse d'activiste « Passez à l'action » est de fournir à nos membres et à tous les citoyens des outils et des méthodes pour entreprendre des actions collectives afin d'entraîner des changements dans la société. La trousse d'activiste se divise en trois parties : comment rejoindre le gouvernement, comment faire pression sur les industries et comment rejoindre les médias. Dans chaque section, nous vous donnerons des conseils et des trucs pratiques pour organiser votre action.

Ne doutez jamais qu'un petit groupe de gens réfléchis et engagés puisse changer le monde. C'est d'ailleurs toujours comme cela que ça s'est passé!

Margaret Mead (1901-1978) anthropologue

PREMIÈRE ÉTAPE BIEN DÉFINIR SON ENJEU

Il est très important avant d'entamer une action collective que les personnes du groupe connaissent bien les enjeux liés à la problématique concernée. Sans être nécessairement un expert en la matière, il est intéressant que tous en soient suffisamment informés pour bien cibler les changements souhaités.

- FAITES DES RECHERCHES SUR VOTRE SUJET;
- CONSULTEZ DES EXPERTS SUR LA QUESTION;
- FAITES UNE SOIRÉE D'ÉCHANGE D'INFORMATIONS SUR LE SUJET POUR LES MEMBRES DU GROUPE.

Dans notre société actuelle, nous avons accès facilement à l'information via internet et les médias sociaux, n'hésitez pas à les utiliser.

Ensuite définissez votre enjeu avec des messages clairs, faciles à comprendre et à suivre.

Par exemple : « Ce que je demande au gouvernement, c'est d'avoir des cosmétiques plus sécuritaires et non toxiques ! »

Ou bien : « Aidez-moi à protéger la santé de ma famille en éliminant les substances toxiques de vos produits ! »

Pssst ! N'oubliez-pas que vos messages et vos communications doivent tenir compte de la diversité des membres de votre groupe et de votre public cible. Par exemple, les gens de différentes cultures et de différents groupes d'âges.

QUI CIBLONS NOUS DANS L'ACTION ?

Avant de choisir une action collective, il est important de se poser la question : à qui s'adresse notre action ? Quels sont les décideurs qui ont le pouvoir d'apporter un changement à notre cause ?

Par exemple :

- **DÉSIREZ-VOUS INFLUENCER LE GOUVERNEMENT ?**
- **VOULEZ-VOUS MOBILISER LA COMMUNAUTÉ ?**
- **DÉSIREZ-VOUS APPORTER UN CHANGEMENT DANS L'INDUSTRIE ?**

SE REMUER LES MÉNINGES EN GROUPE

POUR TROUVER UNE ACTION

Le remue-méninge ou tempêtes d'idées est un exercice intéressant à faire en groupe lorsque vous avez bien défini votre enjeu et que vous avez choisi à qui vous voulez adresser votre message.

Voici quelques conseils pour un remue-méninge réussi.

- **DIVISEZ VOTRE GROUPE EN PETITS GROUPES POUR FAVORISER LA PARTICIPATION DE TOUS;**
- **POSEZ DES QUESTIONS POUR STIMULER L'ÉMERGENCE D'IDÉES, À TITRE D'EXEMPLES : QUELLES ACTIONS POUVONS-NOUS FAIRE POUR ÉLIMINER LES TOXIQUES DANS NOTRE ENVIRONNEMENT? QUELLE EST LA CAUSE DE LA PRÉSENCE DES TOXIQUES DANS NOTRE ENVIRONNEMENT?**
- **SONGEZ AUX GROUPES AUXQUELS VOUS APPARTENEZ DANS VOTRE COMMUNAUTÉ (GARDERIE, ÉCOLE, MILIEU DE TRAVAIL, ÉQUIPE SPORTIVE) QUELS SONT LES PETITS CHANGEMENTS QUE VOUS POURRIEZ INTRODUIRE DANS CES GROUPES?**
- **LORSQU'ON NE TROUVE PAS LA SOLUTION À UN PROBLÈME, IL EST PARFOIS UTILE DE LE PRENDRE... À L'ENVERS. PAR EXEMPLE : TROUVONS LES PIRES IDÉES CONCERNANT L'ÉLIMINATION DES TOXIQUES DANS NOTRE ENVIRONNEMENT.**

CHOISIR UNE ACTION

Afin de faciliter le processus de sélection de l'action à entreprendre, faites-vous des critères de sélection.

Exemple de critères de sélection

- TIENT COMPTE DES RESSOURCES DISPONIBLES POUR CHOISIR L'ACTION (TEMPS, \$\$\$, ETC.);
- FAVORISE LA PARTICIPATION DE TOUS;
- VISE LA RÉDUCTION DES TOXIQUES DANS L'ENVIRONNEMENT;
- ENTRAÎNE UNE PRESSION SUR L'INDUSTRIE OU SUR LE GOUVERNEMENT;
- ENTRAÎNE UN CHANGEMENT DANS LA COMMUNAUTÉ.

Numérotez les idées d'action et éliminer celles qui ne répondent pas aux critères de sélection. Vous pouvez ensuite passer au vote par majorité ou par unanimité. C'est à vous de choisir la méthode qui vous convient le mieux.


Pssst! Vous aurez peut-être plusieurs bonnes idées, mais n'oubliez pas que Rome ne s'est pas construite en un jour. Petit conseil : faites une action à la fois et voyez ensuite où cela vous amène. Il est important en effet de ne pas essouffler les troupes. De plus, la réussite d'une petite action stimule les gens à vouloir aller plus loin.

ORGANISER L'ACTION COLLECTIVE

Une bonne planification de toutes les étapes de l'action est très importante pour sa réussite. Définissez les rôles et les tâches de chacun et établissez un échéancier réaliste. Réunissez-vous régulièrement pour faire une mise à jour des avancements du projet.

Voici un exemple de tableau d'un plan d'action : (Atelier de cartes personnalisées à envoyer à une compagnie XYZ)

TÂCHES	RESPONSABLE	ÉCHÉANCIER	COÛT
COMMUNICATION			
Trouver une date pour l'atelier de création de cartes à envoyer à la compagnie XYZ	En groupe à la fin de la dernière rencontre	Date retenue 1 mars	x
Envoyer les courriels d'invitation pour l'atelier et les rappels d'invitation	Madame A	10 février / Rappel 21 février	x
Confirmer la présence des membres du groupe à l'atelier	Madame A	25 février	x
Rédiger le message type à la compagnie XYZ avec nos demandes.	Monsieur F	14 février	x
Médiatiser notre action (Facebook, twitter, courriels, communiqués de presse)	Madame U	Du 10 février au 1er mars	x
LOGISTIQUE			
Réserver une salle	Monsieur H	1er février	X
Acheter le matériel pour la confection de carte (papier, ciseaux, colles, images à découper, feutres, etc.)	Madame S	1er mars	125 \$
Café et collations	Monsieur H	1er mars	40 \$
Envoi postal des cartes	Monsieur F	4 mars	25 \$
Médiatiser notre action (Facebook, twitter, courriels, communiqués de presse)	Madame U	1er au 4 mars	x
SUIVI ET ÉVALUATION DE L'ACTION			
Trouver une date de rencontre de suivi de l'action	Madame A	1er avril	x
Faire l'ordre du jour de la rencontre	Monsieur F	12 mars	x
Envoyer les courriels d'invitation pour la rencontre et les rappels d'invitation	Madame A	18 mars / Rappel 25 mars	x
Confirmer la présence des membres du groupe à la rencontre de suivi	Madame A	28 mars	x
Médiatiser nos résultats de l'action (Facebook, twitter, courriels, communiqués de presse)	Madame U	1er au 4 avril	x



LA BOÎTE À OUTILS

Pssst ! Avant d'entamer la section boîte à outils, un petit conseil concernant l'organisation de vos actions. Sachez que les histoires personnelles concernant un enjeu ont des impacts forts que ce soit sur le gouvernement, les médias ou les compagnies. N'hésitez pas à les insérer dans votre plan de communication. De plus, n'oubliez pas que toutes les étapes de l'action sont des opportunités de médiatiser et d'augmenter la visibilité de celle-ci.

COMMENT REJOINDRE LE GOUVERNEMENT ?

COMMENT ÉCRIRE UNE LETTRE AU GOUVERNEMENT ?

Écrire une lettre au gouvernement est un bon point de départ pour transmettre vos préoccupations à vos représentants politiques. C'est aussi un moyen pour nos politiciens d'évaluer l'intérêt public sur un enjeu. Il ne faut jamais oublier que ces lettres sont importantes et seront comptabilisées dans les bureaux de nos élus.

Voici quelques conseils pour la rédaction de lettres au gouvernement.

- **ÉCRIRE UNE LETTRE À TITRE PERSONNEL EN TANT QUE CITOYEN ET/OU COMMETTANT;**
- **ÉCRIRE UNE LETTRE PERSONNALISÉE. LES LETTRES-TYPE OÙ L'ON INSCRIT NOS COORDONNÉS SONT INTÉRESSANTES, MAIS ELLES ONT MOINS D'IMPACT QUE DES LETTRES PERSONNALISÉES PROVENANT DE CITOYENS;**
- **ÉCRIRE UNE LETTRE COURTE (MOINS D'UNE PAGE) ET SIMPLE EN INCLUANT VOS PRÉOCCUPATIONS ET CE QUE VOUS DEMANDEZ AU GOUVERNEMENT;**
- **SI VOTRE CONTENU PREND PLUS QU'UNE PAGE, L'INCLURE EN TANT QU'INFORMATION SUPPLÉMENTAIRE CLAIREMENT IDENTIFIÉE COMME TELLE ET JOINTE À LA LETTRE;**
- **ÊTRE PRÉCIS DANS VOS DEMANDES. PAR EXEMPLE, « JE VOUS DEMANDE DE VOTER « NON » SUR CE PROJET DE LOI ». « JE VOUS DEMANDE D'APPORTER LES CHANGEMENTS ABC À CETTE LOI OU À CE RÈGLEMENT »;**
- **PRÉSUMER QUE VOTRE REPRÉSENTANT POLITIQUE EST RAISONNABLE ET QUE LE FONCTIONNAIRE À QUI VOUS ÉCRIVEZ N'EST PAS AU COURANT DE VOTRE ENJEU SPÉCIFIQUE. PRÉSUMER QUE CELUI-CI VOUS EST FAVORABLE ET QU'IL VEUT AUSSI REMÉDIER À LA SITUATION;**
- **ÉCRIRE CORRECTEMENT LE NOM ET LA FONCTION DE VOTRE REPRÉSENTANT POLITIQUE À QUI VOUS ADRESSEZ LA LETTRE;**
- **RÉDIGER UN TITRE À VOTRE LETTRE QUI CONTIENT LE SUJET DE VOS DEMANDES AFIN QU'ELLE SOIT ACHÉMINÉE PLUS RAPIDEMENT À LA PERSONNE RESPONSABLE DE CE DOSSIER;**
- **TOUJOURS INCLURE LA DATE ET VOTRE ADRESSE DE RETOUR;**
- **DEMANDER UNE RÉPONSE À VOTRE LETTRE.**

GOVERNEMENT FÉDÉRAL

Vous pouvez écrire gratuitement (sans timbre) au Premier Ministre et aux députés, à l'adresse suivante :

Monsieur ou Madame le député XYZ

Chambre des communes

Édifices du Parlement

Ottawa (Ontario) Canada K1A 0A6

GOVERNEMENT PROVINCIAL

Vous pouvez écrire aux députés provinciaux en trouvant leurs coordonnées à l'adresse suivante :

http://www.activism.com/fr_CA/

GOVERNEMENT MUNICIPAL

Vous pouvez écrire aux élus municipaux en trouvant leurs coordonnées à l'adresse suivante :

<http://www.mamrot.gouv.qc.ca/repertoire-des-municipalites/>

COMMENT FAIRE UNE PÉTITION ?

Faire une pétition est aussi un bon moyen d'action sur un enjeu qui vous tient à cœur. Avant d'entamer la création d'une pétition, posez-vous les questions suivantes :

Qu'est-ce que je veux changer ?

Fixez-vous un objectif atteignable et spécifique. Par exemple, demander à un politicien d'arrêter la pauvreté est un objectif trop vaste. Vous pouvez cependant lui demander d'augmenter les fonds pour la recherche sur le cancer du sein.

Qui peut apporter ce changement ?

Choisissez un décideur qui a de l'influence et qui a la capacité de résoudre le problème. Vous pouvez également choisir un décideur qui peut être un porte-parole pour promouvoir votre enjeu. Par exemple choisir un maire qui peut aller parler au gouvernement de votre pétition.

Pourquoi les gens devraient s'intéresser à votre pétition ?

Racontez une histoire ou trouvez des histoires qui peuvent relier votre enjeu à la réalité des gens.

Si vous êtes intéressés à lancer une pétition en ligne, quelques sites internet peuvent vous aider et vous héberger gratuitement. Voici deux liens suggérés :

- <http://www.assnat.qc.ca/fr/deputes/index.html>
- https://secure.avaaz.org/fr/petition/start_a_petition/?source=dohp

STRATÉGIE DE COLLECTE DE SIGNATURES

Pourquoi lancer une pétition ?

Cette action citoyenne peut être à la fois une pression politique, un processus de recrutement et de mobilisation. En effet, une pétition peut :

- ILLUSTRER L'INTÉRÊT PUBLIC SUR UN ENJEU SPÉCIFIQUE;
- INFORMER LA POPULATION SUR UNE PROBLÉMATIQUE;
- CRÉER DE LA VISIBILITÉ POUR L'ORGANISME OU LE GROUPE D'INDIVIDUS;
- RECRUTER DES GENS POUR DE FUTURES ACTIONS;
- METTRE DE LA PRESSION SUR LES ÉLUS.

Le succès de la pétition va dépendre aussi de la stratégie de collecte de signatures. Voici quelques conseils :

- AYEZ DES OBJECTIFS POUR LA PÉTITION : COMBIEN DE SIGNATURES ET EN COMBIEN DE TEMPS ?
- TROUVEZ DES LIEUX POUR RÉCOLTER LES SIGNATURES : SORTIES DU MÉTRO, CENTRES COMMUNAUTAIRES, MARCHÉS, PORTE-À- PORTE;
- RÉCOLTEZ DES SIGNATURES SUR LE WEB : FACEBOOK, TWITTER, COURRIELS.

UNE PÉTITION ADRESSÉE AU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL

Une pétition peut toujours être adressée au Premier ministre canadien ou aux députés fédéraux par l'entremise de pétitions en ligne ou par la poste. Aucun format n'est requis pour ces types d'envoi.

Cependant, si vous voulez que votre pétition **soit déposée officiellement** à la Chambre des communes, vous devez :

- CHOISIR UN DÉPUTÉ QUI ACCEPTERA DE DÉPOSER POUR VOUS LA PÉTITION EN VERSION PAPIER;
- VOUS ASSURER QUE VOTRE SUJET RELÈVE DES COMPÉTENCES FÉDÉRALES. [CLIQUEZ ICI](#) POUR PLUS D'INFORMATIONS;
- VOUS ASSURER QUE LE FORMAT DE VOTRE PÉTITION EST CONFORME AUX EXIGENCES DE LA CHAMBRE DES COMMUNES. (PAR EXEMPLE : LE TEXTE DE LA PÉTITION DOIT ÊTRE MANUSCRIT, DACTYLOGRAPHIÉ, IMPRIMÉ OU PHOTOCOPIÉ SUR DES FEUILLES DE PAPIER DE GRANDEUR NORMALE, C.À.D. (8 1/2 X 11) OU (8 1/2 SUR 14 POUÇES). [CLIQUEZ ICI](#) POUR CONNAÎTRE LES EXIGENCES;
- AVOIR AU MOINS 25 SIGNATURES VALIDES DE RÉSIDENTS DU CANADA ACCOMPAGNÉES DES ADRESSES DES SIGNATAIRES;
- VOUS ASSURER QUE LA PÉTITION SOIT RÉDIGÉE EN DES TERMES MODÉRÉS, MESURÉS ET RESPECTUEUX.

Pssst ! Un petit conseil : quand vous adressez une pétition au gouvernement fédéral, assurez-vous que, dès le départ, elle soit conforme aux exigences de la Chambre des communes même si vous n'avez pas l'intention de la faire déposer officiellement; car une opportunité pourrait se présenter en cours de route. Par exemple, un politicien pourrait y voir un sujet d'intérêt public et vous proposer de présenter votre pétition en Chambre.

UNE PÉTITION ADRESSÉE AU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

Tous les citoyens du Québec peuvent, par l'intermédiaire d'un député, envoyer une pétition à l'Assemblée nationale.

Pour ce faire, vous devez :

- **TOUT D'ABORD CHOISIR VOTRE DÉPUTÉ. NOTEZ BIEN QUE LE DÉPUTÉ A LE DROIT DE REFUSER DE PRÉSENTER LA PÉTITION. PAR AILLEURS, IL N'EST PAS TENU D'APPROUVER LE CONTENU DE LA PÉTITION POUR LA PRÉSENTER;**
- **RÉDIGER ENSUITE LE TEXTE DE LA PÉTITION CONTENANT UN MAXIMUM DE 250 MOTS QUI EXPLIQUE LA PROBLÉMATIQUE ET DEMANDE UNE INTERVENTION;**
- **VOUS ASSURER QUE VOTRE SUJET RELÈVE DES COMPÉTENCES PROVINCIALES. [CLIQUEZ ICI](#) POUR PLUS D'INFORMATIONS;**
- **VOUS ASSURER QUE LA PÉTITION SOIT RÉDIGÉE EN DES TERMES MODÉRÉS, MESURÉS ET RESPECTUEUX.**

Pour lancer une pétition électronique recevable par l'Assemblée nationale, elle doit être lancée et signée sur le site Web de l'Assemblée. [Cliquez ici](#) pour connaître la marche à suivre.

Pour lancer une pétition en version papier, vous devez vous assurer que le format est conforme aux exigences de l'Assemblée nationale. [Cliquez ici](#) pour connaître les exigences.

UNE PÉTITION ADRESSÉE AUX ÉLUS MUNICIPAUX

Le site d'Équiterre vous donne la marche à suivre pour lancer une pétition adressée aux élus municipaux du Québec. Voici le lien : <http://www.equiterre.org/fiche/realiser-une-petition> (français) <http://www.equiterre.org/en/news/how-to-write-a-petition> (anglais)

COMMENT RENCONTRER DES REPRÉSENTANTS POLITIQUES

Que ce soit au niveau fédéral, provincial ou municipal, vous pouvez toujours demander à rencontrer vos élus pour leur faire part de vos préoccupations ou de vos demandes par rapport à un enjeu important pour vous.

Voici quelques conseils pour bien organiser votre rencontre.

Avant la rencontre :

- **PRÉPAREZ BIEN VOTRE ARGUMENTAIRE PAR RAPPORT À VOTRE ENJEU. SOYEZ CONCIS, CLAIRS ET PRÉCIS DANS VOS DEMANDES. DISCUTEZ D'UN ENJEU PAR RENCONTRE. TENEZ COMPTE DES OPINIONS DE VOS OPPOSANTS ET PRÉPAREZ DES CONTRE-ARGUMENTS. RELIEZ VOTRE ENJEU AU LÉGISLATIF (LES LOIS ET LES RÈGLEMENTS);**
- **PRÉPAREZ UNE CHEMISE À LAISSER À VOTRE REPRÉSENTANT POLITIQUE EN Y INSÉRANT UN DOCUMENT D'UN MAXIMUM DE 2 PAGES ET EN Y RÉSUMANT VOTRE ENJEU ET VOS DEMANDES. AJOUTEZ-Y TOUS LES AUTRES DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE PERTINENTS (FICHES, GRAPHIQUES, STATISTIQUES, ETC.);**
- **SI VOUS FAITES LA RENCONTRE EN GROUPE, DÉSIGNEZ UN PORTE-PAROLE ET RÉUNISSEZ-VOUS AVANT LA RÉUNION POUR VOUS ENTENDRE SUR LA PRÉSENTATION.**

Prendre un rendez-vous :

- IL EST PRÉFÉRABLE DE TOUJOURS PRENDRE UN RENDEZ-VOUS POUR DISCUTER D'UN ENJEU AVEC UN POLITICIEN;
- QUAND VOUS APPELEZ AU TÉLÉPHONE POUR DEMANDER UNE RENCONTRE AVEC LE POLITICIEN, DONNEZ-LEUR LE SUJET ET LE TEMPS NÉCESSAIRE POUR TENIR LA RENCONTRE (EN GÉNÉRAL LE TEMPS ALLOUÉ NE DÉPASSE PAS 30 MINUTES);
- SOYEZ À L'HEURE;
- NE SOYEZ JAMAIS FÂCHÉ SI LE POLITICIEN NE PEUT PAS VOUS VOIR PERSONNELLEMENT ET DEMANDE À CE QUE VOUS RENCONTRIEZ UN ASSISTANT. TRAITER L'ASSISTANT AVEC LE MÊME RESPECT ET LA MÊME COURTOISIE QUE LE POLITICIEN, CAR IL OU ELLE OCCUPE UNE POSITION QUI PEUT FAIRE AVANCER VOTRE CAUSE. L'ÉQUIPE DU POLITICIEN EST LÀ POUR L'AIDER ET LE CONSEILLER DANS SES FONCTIONS.

Pendant la rencontre :

- FOURNISSEZ DES INFORMATIONS SUR LA FAÇON DONT CET ENJEU AFFECTE SES ÉLECTEURS ET LA POPULATION;
- PRÉSENTEZ VOS FAITS DE FAÇON CONCISE, ORDONNÉE ET POSITIVE. UTILISEZ DES HISTOIRES PERSONNELLES OU DES ANECDOTES;
- POSEZ DES QUESTIONS ET STIMULEZ LA DISCUSSION. PAR EXEMPLE : COMMENT POUVEZ-VOUS AIDER NOTRE CAUSE ?
- RAPPELEZ-VOUS QUE VOTRE OBJECTIF EST DE CONVAINCRE ET D'INFLUENCER LE DÉCIDEUR POLITIQUE ET NON DE L'AFFRONTER;
- SOYEZ COURTOIS ET RESPECTUEUX. REMERCIEZ VOTRE REPRÉSENTANT POLITIQUE POUR CETTE RENCONTRE.

Après la rencontre :

- FAITES UNE ÉVALUATION DE LA RENCONTRE;
- PLANIFIEZ LES PROCHAINES DÉMARCHES : DEMANDER UNE AUTRE RENCONTRE, FAIRE PLUS DE RECHERCHES, FAIRE UNE PÉTITION, RENCONTRER L'OPPOSITION, ETC.

Pour plus d'informations sur la façon de préparer une rencontre avec un politicien, vous pouvez visiter ces deux sites suivant :

- http://www.cpa.ca/documents/representation_p5.htm
- http://dawn.thot.net/advocacy_toolkit.html (EN ANGLAIS SEULEMENT)

COMMENT REJOINDRE LES COMPAGNIES ?

COMMENT ÉCRIRE UNE LETTRE AUX COMPAGNIES

Écrire une lettre aux compagnies est un bon moyen de faire part de votre opinion sur leurs produits et sur leur culture d'entreprise. C'est aussi une manière en tant que consommateur de faire pression sur les compagnies pour exiger des changements. N'oubliez jamais que la décision finale d'acheter ou non un produit est la vôtre et que vous avez un pouvoir en tant que consommateur !

Voici quelques conseils pour écrire votre lettre :

- **CHOISIR À QUI S'ADRESSE VOTRE LETTRE. SELON VOTRE ENJEU ET VOS DEMANDES, VOUS POUVEZ ADRESSER VOTRE LETTRE AU DÉPARTEMENT DU SERVICE À LA CLIENTÈLE OU DIRECTEMENT AU PRÉSIDENT DE LA COMPAGNIE OU AU CONSEIL D'ADMINISTRATION;**
- **ÊTRE RESPECTUEUX ET CONCIS. LES PREMIÈRES LIGNES DE VOTRE LETTRE DEVRAIENT EXPLIQUER CLAIEMENT LE POURQUOI DE VOTRE REQUÊTE;**
- **NE PAS DÉPASSER UNE PAGE. RAPPELEZ-VOUS QUE « LE TEMPS, C'EST DE L'ARGENT » POUR LES COMPAGNIES ET QUE VOTRE LETTRE SERA CONSULTÉE RAPIDEMENT;**
- **ÊTRE PRÉCIS DANS VOS DEMANDES ET SUGGÉRER DES SOLUTIONS AFIN DE CONTINUER VOTRE RELATION DE CONSOMMATEUR AVEC L'ENTREPRISE;**
- **EXIGER UNE DATE LIMITE POUR SATISFAIRE VOS DEMANDES. SI VOUS VOULEZ QUE L'ENTREPRISE CORRIGE UN PROBLÈME DE FOND, SOYEZ RÉALISTE DANS L'ÉCHÉANCIER DEMANDÉ ET RECONNAISSEZ QU'UNE TELLE CHOSE PEUT PRENDRE DU TEMPS;**
- **DEMANDER UNE RÉPONSE À VOTRE LETTRE ET INCLURE VOS COORDONNÉES DE RETOUR;**
- **JOINDRE À VOTRE LETTRE TOUS LES DOCUMENTS PERTINENTS CONCERNANT VOTRE REQUÊTE.**

COMMENT CONTACTER LES COMPAGNIES PAR TÉLÉPHONE

Appeler les lignes de service à la clientèle est un autre moyen de transmettre vos préoccupations aux compagnies et de faire pression sur celles-ci afin qu'elles apportent des changements souhaités.

Voici quelques conseils pour votre action :

- **FAITES L'ACTION EN GROUPE. DEMANDEZ AUX MEMBRES DU GROUPE D'APPELER CHACUN LEUR TOUR SELON UN HORAIRE ET UN ÉCHÉANCIER PRÉÉTABLI;**

- **PRÉPAREZ UN SCÉNARIO-TYPE POUR VOTRE DISCUSSION TÉLÉPHONIQUE AFIN DE VOUS Y RÉFÉRER EN CAS DE BESOIN. PAR EXEMPLE :**

Merci de prendre le temps de discuter avec moi. J'achète régulièrement vos produits et j'aime beaucoup les utiliser. Cependant, je suis très inquiète d'apprendre que beaucoup de vos produits cosmétiques et de soins personnels contiennent des substances toxiques potentiellement nocives pour ma santé comme les parabènes, le formaldéhyde, le Triclosan ou les Phtalates.

Pouvez-vous passer le message aux dirigeants de la compagnie afin d'éliminer ces substances toxiques dans vos produits. Je vous remercie beaucoup, Au revoir !

- **PRÉPARER DES POINTS DE DISCUSSION AFIN D'ÊTRE PRÊT À CONTINUER L'ENTRETIEN AVEC UN INTERLOCUTEUR PORTANT DE L'INTÉRÊT. EXEMPLE :**

Certains de vos produits contiennent des substances chimiques associées au cancer, aux malformations congénitales et aux problèmes de fertilité comme le parabène dans vos crèmes, les phtalates utilisés dans vos parfums et vos savons et le formaldéhyde dans vos mascaras.

Avez-vous entendu parler des tops 20 toxiques à éviter dans les produits ? Si non, donnez le site web de référence.

Si la compagnie met en place un plan d'élimination des tops 20 toxiques, cela m'amènerait une tranquillité d'esprit sur le fait que les produits que j'achète sont sans danger pour moi et ma famille.

- **SOYEZ POLIS! REMERCIEZ LA PERSONNE POUR AVOIR PRIS LE TEMPS DE PARLER AVEC VOUS;**
- **RACONTEZ VOTRE HISTOIRE! EXPRIMEZ VOS PRÉOCCUPATIONS;**
- **FAITES PART DE VOS DEMANDES CONCERNANT LA COMPAGNIE.**

COMMENT RENCONTRER UN GÉRANT D'UNE COMPAGNIE

Vous pouvez aussi décider d'aller en personne rencontrer un gérant d'une compagnie pour lui faire part de vos préoccupations et de vos demandes.

Voici quelques trucs :

- **PRÉPARER UNE CHEMISE À LAISSER AU GÉRANT EN Y INSÉRANT UN DOCUMENT DE MOINS D'UNE PAGE RÉSUMANT VOS PRÉOCCUPATIONS ET VOS DEMANDES CONCERNANT LA COMPAGNIE AINSI QUE TOUS LES AUTRES DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE PERTINENTS (DÉPLIANTS, PÉTITIONS, ARTICLES SCIENTIFIQUES.);**
- **PRÉPARER UN SCÉNARIO-TYPE POUR VOTRE DISCUSSION AFIN DE VOUS Y RÉFÉRER EN CAS DE BESOIN;**
- **ÊTRE POLI ET REMERCIER POUR LE TEMPS ACCORDÉ.**
- **PRÉPARER DES POINTS DE DISCUSSION AFIN QUE VOUS SOYEZ PRÊTS À CONTINUER L'ENTRETIEN AVEC UN INTERLOCUTEUR QUI PORTE DE L'INTÉRÊT À VOTRE DOSSIER! REMERCIEZ LA PERSONNE D'AVOIR PRIS LE TEMPS DE PARLER AVEC VOUS;**
- **RACONTER VOTRE HISTOIRE.**

COMMENT REJOINDRE LES MÉDIAS ?

COMMENT ÉCRIRE UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Avant d'entreprendre la rédaction de votre communiqué de presse, il est important de décider si c'est un communiqué d'invitation ou un communiqué d'information que vous voulez faire.

LE COMMUNIQUÉ D'INVITATION

Le communiqué de presse de type invitation a pour but d'informer les médias d'un événement. C'est comme une invitation à une fête. Ce communiqué devrait inclure la date, l'heure, le lieu et le but de cet événement. S'il y a des invités d'honneur, mentionnez-les dans le communiqué.

LE COMMUNIQUÉ D'INFORMATION

Le communiqué de presse de type information a pour but de transmettre un message aux médias sur un enjeu ou une nouvelle d'intérêt public. Ce communiqué doit être rédigé de manière à répondre aux questions de base des médias avant qu'ils ne les posent.

De plus, avant d'écrire votre communiqué, il est intéressant de vous poser les questions suivantes qui vous aideront dans votre rédaction :

- **QUEL EST VOTRE PUBLIC-CIBLE ?**
- **QUELS SONT VOS MESSAGES-CLÉS ?**
- **POURQUOI AVEZ-VOUS BESOIN D'UNE COUVERTURE MÉDIATIQUE ?**
- **QUELS SONT LES MÉDIAS QUE VOUS VOULEZ REJOINDRE ?**
- **AVEZ-VOUS UNE PERSONNE CONTACT QUI ASSURE LE SUIVI AVEC LES MÉDIAS ? EST-CE QUE CETTE PERSONNE EST BIEN FORMÉE POUR RÉPONDRE AUX QUESTIONS DES JOURNALISTES ?**

Voici des conseils à suivre pour écrire votre communiqué :

- **CHOISIR UN TITRE COURT ET VENDEUR. VOTRE TITRE EST LA PREMIÈRE CHOSE QUE LES JOURNALISTES VONT REGARDER, ET S'IL NE SEMBLE PAS INTÉRESSANT, IL EST PROBABLE QU'ILS NE LIRONT PAS VOTRE COMMUNIQUÉ;**
- **LE TITRE DOIT CONTENIR LE POINT CENTRAL DE VOTRE COMMUNIQUÉ;**
- **LE PREMIER PARAGRAPHE DEVRAIT CONTENIR CES INFORMATIONS : QUOI, QUI, QUAND, OÙ, COMMENT, POURQUOI. LES JOURNALISTES REÇOIVENT BEAUCOUP DE COMMUNIQUÉS ET ILS NE LIRONT PEUT-ÊTRE PAS TOUT. IL FAUT DONC QUE LE PREMIER PARAGRAPHE CONTIENNE L'ESSENTIEL DE LA NOUVELLE;**
- **LES AUTRES PARAGRAPHES POURRONT CONTENIR DES INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES SUR LA MISE EN CONTEXTE, L'HISTORIQUE ET LES PERSONNALITÉS IMPLIQUÉES, AINSI QUE SUR L'IMPACT POTENTIEL DE CETTE NOUVELLE SUR LE PUBLIC VISÉ;**
- **INSÉRER DES CITATIONS DES PERSONNES IMPLIQUÉES DANS VOTRE COMMUNIQUÉ. CERTAINS JOURNALISTES N'AURONT PAS LE TEMPS DE FAIRE UN SUIVI AVEC VOUS ET CELA FACILITERA LEUR TRAVAIL D'UTILISER LES VÔTRES;**
- **NE PAS DÉPASSER UNE PAGE;**
- **ÊTRE CLAIR ET CONCIS;**
- **RESPECTER LE FORMAT DU COMMUNIQUÉ, VOICI UN EXEMPLE :**

Communiqué

Pour diffusion immédiate

Titre

Lieu Et date

Premier paragraphe : Quoi, qui, quand, où, comment, pourquoi.

Paragraphes suivants : Contexte, historique, personnes impliquées, impact sur la population, citations

-30-

Personne contact pour les médias : Nom et coordonnées

Ps : (La convention veut qu'à la fin du texte que vous souhaitez voir publié, vous devez toujours inscrire « -30- » de manière centrée. Cela signifie que ce qui se trouve sous ce chiffre ne sera pas publié.)

COMMENT DIFFUSER VOTRE COMMUNIQUÉ

Il existe plusieurs canaux de diffusions pour votre communiqué de presse.

- **LE FIL DE PRESSE CNW**, EST UN SERVICE PAYANT QUI ENVOIE VOTRE COMMUNIQUÉ DANS LES MÉDIAS À TRAVERS LE CANADA;
- **CONTACTEZ DIRECTEMENT LES JOURNALISTES. TROUVEZ LEURS COORDONNÉES PERSONNELLES À TRAVERS LE SITE WEB DE LEUR JOURNAL OU DE LEUR STATION DE TÉLÉ OU DE RADIO. PARFOIS, IL VAUT MIEUX ENVOYER UN COMMUNIQUÉ PERSONNALISÉ À CHAQUE PERSONNE QUE VOUS SOUHAITEZ REJOINDRE AU LIEU D'UN ENVOI DE MASSE NON CIBLÉ. CELA DEMANDERA UN TRAVAIL DE RECHERCHE AFIN DE TROUVER QUELS SONT LES JOURNALISTES QUI ÉCRIVENT SUR LES SUJETS RELIÉS À VOTRE ENJEU;**
- **EFFECTUEZ UN SUIVI AUPRÈS DES JOURNALISTES POUR VOUS ASSURER QU'ILS ONT BIEN REÇU VOTRE COMMUNIQUÉ;**
- **ENVOYEZ VOTRE COMMUNIQUÉ LE PLUS TÔT POSSIBLE DANS LA JOURNÉE;**
- **N'HÉSITÉS PAS À INTERPELLER LES JOURNALISTES SUR TWITTER, LINKEDIN, FACEBOOK EN METTANT UN LIEN VERS VOTRE COMMUNIQUÉ EN LIGNE;**
- **PLACEZ LE COMMUNIQUÉ SUR VOTRE SITE WEB OU SUR VOTRE BLOGUE;**
- **ENVOYEZ VOTRE COMMUNIQUÉ PAR COURRIEL À VOS PARTENAIRES, VOS MEMBRES ET VOS ALLIÉS.**

COMMENT UTILISER LE COURRIEL POUR VOTRE ACTION

Le courriel est un bon moyen de mobiliser vos troupes autour d'une action.

Voici quelques conseils au sujet de l'envoi des courriels d'action à faire :

- **AYEZ UN MESSAGE CLAIR ET DES OBJECTIFS PRÉCIS : VOULEZ-VOUS INFORMER LA POPULATION SUR UN ENJEU? FAIRE SIGNER UNE PÉTITION? TRANSMETTRE UN COMMUNIQUÉ? ÉLARGIR VOTRE RÉSEAU? INVITER LES GENS À UN ÉVÈNEMENT?**
- **ASSUREZ-VOUS D'AVOIR DES PERSONNES EN CHARGE DE LA RÉPONSE À VOS COURRIELS ET À L'ENTRETIEN DE LA RELATION VIRTUELLE AVEC VOS MEMBRES;**
- **CONSTRUISEZ UNE LISTE DE DIFFUSION. COLLECTEZ LES ADRESSES DES COURRIELS DE VOS MEMBRES, SYMPATHISANTS ET BÉNÉVOLES, DES MÉDIAS ET DE TOUTE AUTRE PERSONNE AVEC QUI VOUS COMMUNIQUEZ RÉGULIÈREMENT.**

Pour la rédaction de votre courriel d'invitation à l'action :

- **ÉCRIVEZ UN TEXTE COURT ET PRÉCIS. IL EST TENTANT DE FOURNIR UNE ANALYSE DÉTAILLÉE, MAIS SI VOTRE BUT EST DE MOTIVER LES GENS À PASSER À L'ACTION, ALLEZ DROIT AU BUT;**
- **AYEZ TOUJOURS UN TITRE À VOTRE COURRIEL. GARDEZ À L'ESPRIT QUE LE TITRE EST LA PREMIÈRE CHOSE QUE LE DESTINATAIRE VA LIRE. PLUS VOTRE TITRE EST CONVAINCANT, PLUS VOUS AVEZ DE CHANCE QUE LE MESSAGE SOIT LU;**
- **IDENTIFIEZ-VOUS ET LAISSEZ LES COORDONNÉES POUR VOUS JOINDRE;**
- **SI VOUS DEMANDEZ DE PASSER À L'ACTION ET DE CONTACTER DES DÉCIDEURS, LAISSEZ LES COORDONNÉES DE CEUX-CI DANS LE COURRIEL;**
- **METTEZ TOUJOURS LA LISTE DES DESTINATAIRES EN CCI (COPIE CONFORME INVISIBLE) POUR PROTÉGER LEUR CONFIDENTIALITÉ ET ÉVITER LE PIRATAGE DE LISTE DE COURRIEL;**
- **ENVOYEZ UNE COPIE DE VOTRE MESSAGE À VOTRE COURRIEL OU À CELUI D'UN COLLÈGUE AVANT DE LE DISTRIBUER. VÉRIFIEZ LE FORMAT AFIN DE VOUS ASSURER QU'IL N'Y A PAS DE LIGNES BRISÉES OU D'AUTRES PROBLÈMES. CONSULTEZ TOUTES LES URL QUE VOUS INCLUEZ DANS LE COURRIEL POUR VOUS ASSURER QU'ILS FONCTIONNENT CORRECTEMENT.**

COMMENT UTILISER TWITTER ET FACEBOOK POUR VOTRE ACTION

FACEBOOK

Après avoir choisi une action à réaliser, vous pouvez décider de faire la promotion de celle-ci via Facebook et Twitter.

Vous avez plusieurs options qui s'offrent à vous pour Facebook :

- **VOUS POUVEZ PUBLICISER VOTRE ACTION SUR LES PAGES PERSONNELLES FACEBOOK DES MEMBRES DU GROUPE;**
- **VOUS POUVEZ CRÉER UNE PAGE FACEBOOK POUR VOTRE ACTION. DANS CE CAS, IL FAUT TROUVER UNE PERSONNE RESPONSABLE POUR TENIR À JOUR CETTE PAGE;**
- **VOUS POUVEZ UTILISER FACEBOOK POUR RECRUTER DES PERSONNES POUR FAIRE VOTRE ACTION.**
- **VOUS POUVEZ UTILISER FACEBOOK POUR AUGMENTER LA VISIBILITÉ DE VOTRE SITE WEB OU DE VOTRE BLOGUE;**
- **N'OUBLIEZ PAS D'AFFICHER DES MESSAGES COURTS ET VENDEURS, D'INSÉRER DES PHOTOS, DES VIDÉOS ET DES LIENS INTERNET;**
- **VOUS POUVEZ AUSSI INSÉRER DES QUESTIONS FACEBOOK POUR STIMULER LA PARTICIPATION DES MEMBRES ET AVOIR DES FEED-BACK SUR VOTRE ACTION.**

TWITTER

Twitter est une plate-forme de micro-blogues sur laquelle les utilisateurs affichent des commentaires, ou des mises à jour de statut, appelés tweets. Un tweet est limité à 140 caractères.

L'ART DE TWEETER

L'utilisateur de Twitter devrait se poser la question suivante " Qu'est-ce qui se passe ? « avant de Tweeter. Twitter devient donc intéressant pour passer l'information sur des événements, des pétitions, des actions ou des nouvelles d'intérêt public.

Voici quelques conseils pour votre action :

- **UTILISEZ TWITTER POUR RECRUTER DES PERSONNES INTÉRESSÉES À FAIRE L'ACTION AVEC VOUS;**
- **UTILISEZ TWITTER POUR PUBLICISER L'ACTION (AVANT, PENDANT ET APRÈS);**
- **UTILISEZ TWITTER POUR ÉLARGIR VOS RÉSEAUX D'ALLIÉS.**

UTILISER LE « HASHTAGS » (#)

Si un tweet contenant un hashtag est envoyé à partir d'un compte public , il est possible pour toute personne qui s'intéresse à ce sujet de voir le tweet.

Il est suggéré d'utiliser les hashtags fréquemment si vous voulez transmettre l'information à un large public. Les hashtags permettront aussi à d'autres activistes aux intérêts similaires de vous localiser et vous suivre sur Twitter.

ACTIONS CREATIVES ET INNOVANTES

Faites appel à votre créativité lorsque vous choisissez une action. Certaines actions telles que le « Bed in » ou les vigiles nocturnes peuvent avoir des impacts différents des actions plus traditionnelles. N'ayez pas peur d'oser et de créer de nouvelles actions pour attirer l'attention du public, des décideurs et des médias.

Voici quelques exemples d'actions créatives pour vous inspirer :

- **RENOVEZ LES PRODUITS AUX MANUFACTURIERS OU AUX COMMERÇANTS (NOUS NE VOULONS PLUS DE CES SUBSTANCES TOXIQUES DANS NOS PRODUITS);**
- **FAITES UNE CAMPAGNE D'APPELS TÉLÉPHONIQUES SUR LES LIGNES D'INFORMATION AUX CONSOMMATEURS DES MANUFACTURIERS OU DES INDUSTRIES;**
- **ORGANISEZ UNE MOBILISATION FLASH DE DANSE;**
- **FAITES UNE SCULPTURE COLLECTIVE DE PRODUITS CONTENANTS DES TOXIQUES ET PLACEZ-LA DANS UN ENDROIT PUBLIC;**
- **FAITES UN PIQUE-NIQUE ÉDUCATIF DANS UN ENDROIT PUBLIC.**

C'est maintenant à vous de jouer ! Bonne chance chers activistes dans la réalisation de vos futures actions !

AUTRES TROUSSES D'ACTIVISTES SUR LE WEB

ANGLAIS

Breast Cancer Action : <http://www.bcaction.org/resources/breast-cancer-action-toolkits/>

Amnesty international : <http://www.amnestyusa.org/get-involved/lead-in-your-community/activist-tools>

Student PIRGs : <http://www.studentpirgs.org/sp/student-pirgs-activist-toolkit>

The campaign for safe cosmetics : <http://safecosmetics.org/article.php?id=1156>

FRANÇAIS

http://tig.phpwebhosting.com/guidetoaction/Guide_to_Action_fr.pdf



RÉDACTION

Anaïs Lagacé

RECHERCHE ET ANALYSE

Anaïs Lagacé

COMITÉ DE LECTURE

Rosanne Cohen

Nancy Guberman

Patricia Kearns

TRADUCTION

Joan McCordick

RÉVISION LINGUISTIQUE

Jacques Lagacé

Patricia Kearns

GRAPHISME

Jonathan Rehel, Six CreativeLab

Action cancer du sein de Montréal

Breast Cancer Action Montreal

1001 Lenoir, suite B-250, Montréal (QC) H4C 2Z6

514-483-1846, info@bcam.qc.ca, www.bcam.qc.ca

Août 2014

RÉALISÉ GRÂCE AU FINANCEMENT DE CATHERINE DONNELLY FOUNDATION