

Source : <https://www.sortirdunucleaire.org/Conseils-pour-vos-actions,34727>

Réseau Sortir du nucléaire > Le Réseau
en action > Campagnes et mobilisations nationales > Archives campagnes > Campagnes et mobilisations 2014 > 15 novembre 2014 :
occupe ton rond-point ! > **Conseils pour vos actions**

13 octobre 2014

Conseils pour vos actions

Organiser une action rond-point

Les actions rond-point se développent de plus en plus dans toute la France, elles permettent, avec un nombre restreint de militants, d'être très visibles et de sensibiliser les automobilistes et cyclistes aux dangers du nucléaire.

L'idée : se positionner sur un rond-point passant et y installer du matériel militant pour être bien visible et interpeller les passants. Vous pouvez déployer une ou plusieurs banderoles au milieu d'un rond-point, vous vêtir de combinaisons blanches, rappelant les combinaisons des liquidateurs de Tchernobyl et de Fukushima, ou porter des t-shirts et drapeaux aux couleurs de la lutte.

Enfin, si la configuration du rond-point le permet (rond-point en centre-ville par exemple) et que les automobilistes roulent à très faible allure, vous pouvez aussi distribuer des tracts et des brochures d'information. Mais attention à la sécurité des participants !



Dans le cadre de cette campagne, nous avons mis en place du matériel spécifique que vous pouvez commander sur notre boutique en ligne afin d'être bien visibles le 15 novembre !

Si vous avez des questions relatives à l'organisation d'une action rond-point, vous pouvez contacter la chargée des groupes et actions au 07 60 15 01 23 ou par mail : mobilisations@sortirdunucleaire.fr

Conseil pour la communication

Afin de faire connaître votre rassemblement à la presse, il vous faudra communiquer sur celui-ci.

Vous trouverez ci-dessous quelques conseils pour rédiger vos communiqués et organiser des conférences de presse.

Le communiqué de presse

Les envois de communiqués doivent se faire par mail et/ou par fax. Afin d'annoncer au plus tôt votre manifestation n'hésitez pas à envoyer le communiqué de presse plusieurs fois : une semaine avant votre événement, puis une relance un jour ou deux avant.

Rédaction : un communiqué de presse se doit d'être concis (une page maximum, une demie-page étant l'idéal), avec en tête le titre, le lieu, la date et le programme de l'événement. Dans le corps du texte, il vous faudra introduire la thématique de la manifestation en quelques lignes. Puis dans les paragraphes suivants vous devrez fournir aux journalistes suffisamment d'informations pour qu'ils puissent effectuer un copier-coller (il faut leur mâcher le travail). Il doit contenir, en bas de page le ou les noms et contacts des porte-parole officiels et les informations sur l'éventuel point presse ou conférence de presse que vous organiserez.

Attention : un communiqué de presse ne fait pas tout, il est recommandé d'appeler directement le journaliste concerné, avant la manifestation et de l'inciter à venir. Si vous ne connaissez pas le journaliste qui traite de la question demandez au standard du média concerné qui couvre ce genre de sujet et votre zone géographique. Soyez vigilants si votre action a lieu en week-end, ce ne sont pas les mêmes journalistes qui sont sur le pont. Il vous faut également prendre en compte la périodicité du média : certains médias ont une parution mensuelle, bi-mensuelle, hebdomadaire, quotidienne. Il est impératif de connaître la date limite d'envoi d'information pour parution dans le numéro/l'édition qui précède la manifestation. Dans tous les cas, les relances sont l'occasion d'accrocher les médias et de les inciter à venir. N'hésitez pas à mentionner le fait que votre action sera visuelle, les journalistes aiment pouvoir avoir de l'image. Si vous organisez une conférence de presse ou un point presse, mentionnez-le et précisez bien l'horaire.

Point presse/conférence de presse

Pour expliquer les raisons de votre mobilisation et transmettre des informations de fond, il est nécessaire d'organiser un rendez-vous avec les médias.

Point presse ou conférence de presse ? Dans la grande majorité des cas, un point presse, beaucoup plus simple à organiser, reste l'option la plus efficace pour un investissement en temps réduit. Le principe est de donner rendez-vous aux médias sur le lieu même de l'action, à un moment où vos porte-paroles sont disponibles, aussi rapproché que possible du "temps fort" de votre action. Les journalistes, qui passent quasi toujours en coup de vent, doivent pouvoir, en peu de temps, réaliser une interview et prendre de belles images. Mentionnez bien ce lieu et cette heure dans vos communiqués de presse et lors de vos relances. Les éventuelles interviews se dérouleront de manière informelle. Pas besoin de préparer de discours, mais soyez prêts à résumer le pourquoi de votre action de manière simple et claire, en moins d'une minute. N'hésitez pas à répéter plusieurs fois dans la conversation une formule qui vous semble digne d'être retenue ou un argument important. Si vous voulez intervenir sur un sujet un peu détaillé, n'hésitez pas à résumer l'essentiel en un petit texte à remettre au journaliste.

La conférence de presse, plus formelle, est peu appropriée aux actions rond-points qui se déroulent en plein air. Ne choisissez cette option qu'en cas de très grosse action ou si votre action coïncide avec la nécessité de présenter un exposé plus détaillé sur des informations de fond et actuelles. Dans ce cas, arrangez-vous pour que la conférence de presse se tienne dans un lieu très proche du rond-point que vous allez occuper et maîtrisez bien le timing. L'idéal est de pouvoir emmener les journalistes sur le lieu de l'action dès que vous vous serez exprimés pour pouvoir effectuer les interviews sur place. Votre communiqué envoyé aux médias doit présenter cette articulation de manière très claire.

Le local choisi doit être calme et agréable. Dans l'idéal, l'ensemble ne doit pas durer plus d'une demie-heure (en comptant un éventuel début en retard). Ne multipliez pas les intervenants, évitez les prises de parole trop longues (10 minutes grand maximum). Préparez votre intervention mais essayez

autant que possible de ne pas lire de texte pour garder un débit fluide. N'hésitez pas à préparer un petit dossier à remettre aux médias pour récapituler les informations s'il y en a beaucoup, mais concentrez-vous sur des faits précis et concrets. Et dès que vous avez fini de parler, évoquez la possibilité de réaliser les interviews sur le rond-point lui-même.

Fiches pratiques et documents complémentaires

Des organisateurs d'actions rond-point vous font bénéficier de leur expérience ! Retrouvez les fiches pratiques du groupe Solaire 2000 :

- ▶ [Fiche pratique action rond-point](#)
- ▶ [Tract](#)
- ▶ [Questionnaire](#)

Le groupe Stop Fessenheim vous propose deux visuels à télécharger et à imprimer afin d'en faire des panneaux pour la journée "occupe ton rond-point" pour exiger la fermeture immédiate de Fessenheim, la plus vieille centrale de France, comme l'avait promis le candidat Hollande :

- ▶ [Affiche "Fessenheim : Arrêt définitif maintenant !" \(jpg\)](#)
- ▶ [Affiche "Fessenheim : Arrêt définitif maintenant !" \(pdf\)](#)

Le groupe Stop Golfech vous fait partager son tract à destination des travailleurs du nucléaire :

- ▶ ["Nous vivons dans le même monde, défendons les mêmes valeurs" !](#)