

# ONG, groupes sociaux et réseaux pour l'activisme vert des jeunes



## Sujet :

- Une communication efficace pour la défense de l'environnement
- Les réseaux sociaux et leur rôle dans la sensibilisation
- Créer du contenu engageant (publications, vidéos, histoires, etc.)
- Planifier une campagne d'action



Âge : 15+



Max. 20 participants



115 minutes

## Objectifs pédagogiques

- Développer des compétences pour utiliser les réseaux sociaux comme outil de sensibilisation et de mobilisation.
- Encourager la créativité dans la création de contenu pour des campagnes impactantes.
- Permettre aux participants de comprendre et d'interagir avec des publics divers.
- Favoriser la collaboration et le travail d'équipe dans le plaidoyer en ligne.

## Matériel nécessaire

- Smartphones, tablettes ou ordinateurs portables avec accès Internet
- Exemples de campagnes réussies sur les réseaux sociaux (par exemple, les publications de Greta Thunberg, les campagnes du WWF)
- Canva ou outils de conception graphique similaire pour la création de contenu
- Projecteur ou tableau interactif pour démonstrations
- Feuilles de travail pré-imprimées pour la planification de la campagne
- Une liste de hashtags tendance et de défis sur les réseaux sociaux liés aux problèmes environnementaux

## Méthodes pédagogiques

- Présentations interactives et études de cas
- Ateliers pratiques et concrets de création de contenu
- Brainstorming de groupe et scénarios de jeux de rôle
- Évaluation par les pairs et critique collaborative des idées des médias sociaux

## Description de l'activité

### 1 Introduction à la communication et aux réseaux sociaux (15 minutes)

Présentez un aperçu des principales plateformes de réseaux sociaux (par exemple, Instagram, TikTok, Twitter, Facebook) et de leurs atouts en matière de plaidoyer. Partagez des exemples de campagnes réussies et d'activistes pour le climat (par exemple, #FridaysForFuture, #ClimateAction) et discutez de ce qui les a rendus efficaces.

**Conseil :** Commencez par une discussion : « Pourquoi la communication est-elle importante pour l'activisme ? »

### 2 Élaborer un message engageant (20 minutes)

- Enseignez la « règle des 3 C » : des messages clairs, concis et convaincants.
- Discutez de l'importance de connaître votre public et d'adapter les messages en conséquence.
- Présentez le « Cercle d'or », un concept développé par Simon Sinek, expert en leadership et auteur, et qui est très pertinent pour la communication médiatique. Il se concentre sur la compréhension et la communication efficace d'un message en posant trois questions clés :
  1. **Pourquoi ?** – Pourquoi votre organisation ou votre projet existe-t-il ? Quel est votre objectif ou votre cause ? Il s'agit de la conviction ou de la mission fondamentale qui motive vos efforts.
  2. **Comment ?** – Comment faites-vous ce que vous faites ? Cela explique le processus ou les valeurs qui guident vos actions et vous aident à atteindre votre objectif.
  3. **Quoi ?** – Que proposez-vous ? Il s'agit du produit, du service ou du résultat que vous proposez au public.
- Le Cercle d'or met l'accent sur le « pourquoi » car les gens sont plus susceptibles de se connecter émotionnellement avec l'objectif derrière les actions, plutôt qu'avec le produit lui-même. Cette approche est puissante dans la communication médiatique car elle renforce la confiance et la résonance émotionnelle, qui sont essentielles pour l'engagement du public.

**Conseil :** Découvrez-en plus sur le Cercle d'or de Simon Sinek et son application à la communication sur son site officiel ou dans sa conférence TED :

**Simon Sinek - Start with Why | TED Talk**

### 3 Atelier pratique de création de contenu (45 minutes)

- Répartissez les participants en petits groupes.
- Avant de se lancer dans la création de contenu, chaque groupe doit élaborer un message clé en utilisant le cadre du Cercle d'or.
- Fournissez une liste d'exemples de problèmes environnementaux ou laissez les groupes réfléchir aux leurs.

Voici quelques suggestions :

- Réduire l'utilisation du plastique
- Planter des arbres ou reboiser
- Promouvoir la mode durable
- Économiser l'eau et réduire les déchets
- Protéger les pollinisateurs (abeilles, papillons)
- Promouvoir l'énergie propre

Chaque groupe élabore un contenu de plaidoyer basé sur son message clé :

- **Publication sur les réseaux sociaux :** les participants créent une image et une légende qui capturent le message principal à l'aide de visuels puissants et d'un langage concis.
- **Vidéo de 15 à 30 secondes :** les participants doivent réaliser une vidéo courte et attrayante qui raconte une histoire ou met en évidence un appel à l'action, tout en la gardant dynamique et pertinente pour les plateformes de réseaux sociaux.
- **Proposer un hashtag :** Créer un hashtag accrocheur et unique qui représente la campagne encourage les autres à rejoindre le mouvement.
- **Appel à l'action :** terminer par un appel à l'action clair encourage les spectateurs à s'impliquer.

**Conseil :** utilisez des outils comme Canva pour concevoir des publications et modifier des visuels. Les histoires personnelles et les exemples concrets rendent le contenu plus pertinent.

#### 4 Présentations et discussion (30 minutes)

- Les groupes présentent leur création au groupe.
- Les animateurs et les pairs fournissent des commentaires constructifs basés sur la clarté, la créativité et l'attrait du public.
- Discutez de la manière d'améliorer l'engagement (par exemple, en utilisant des sondages, des défis et du contenu interactif).
- Encouragez les participants à rejoindre certaines campagnes déjà actives.

**Conseil :** Planifiez vos publications avec des outils comme Buffer ou Hootsuite, engagez vos abonnés via des commentaires et des messages privés, collaborez avec des influenceurs ou des organisations partageant les mêmes idées et suivez les analyses pour affiner votre stratégie.

#### 5 Mettez les participants au défi: lancer une mini-campagne sur les réseaux sociaux (5 min)

- Chaque participant partage une publication sur les réseaux sociaux concernant une action environnementale qu'il a entreprise, en utilisant le hashtag créé par le groupe.
- Les participants surveillent les mentions « J'aime », les commentaires et les partages au cours des prochains jours pour évaluer la portée et l'impact de la campagne.
- Encouragez les participants à comparer les résultats et à discuter du contenu le plus engageant ou le plus efficace.

**Conseil :** Suggérez de publier à des moments différents et d'utiliser des visuels accrocheurs pour augmenter l'engagement.

## Pour aller plus loin

- ✚ **Greta Thunberg**, l'une des principales voix de la lutte contre le changement climatique, utilise sa plateforme pour partager des messages importants sur l'activisme environnemental, le développement durable et la justice sociale. Suivez-la sur Instagram pour rester informé de ses dernières initiatives, réflexions et actions visant à inspirer le changement mondial. Découvrez [l'Instagram de Greta Thunberg](#).
- ✚ **Leah Thomas**, également connue sous le nom de Green Girl Leah, est une militante de la justice environnementale, de la durabilité et de l'inclusion dans la lutte contre le changement climatique. Son compte Instagram est une plateforme de contenu qui éduque et donne aux individus les moyens d'agir pour un avenir plus durable. Suivez son parcours, consultez son compte Instagram [ici](#).

## Sources et ressources complémentaires

- Fonds mondial pour la nature (WWF). (s.d.). [WWF Instagram](#).
- Fonds mondial pour la nature (WWF). (s.d.). [Site officiel du Fonds mondial pour la nature](#).
- Greenpeace. (s.d.). [Greenpeace International](#).



Cofinancé par  
l'Union européenne

Financé par l'Union européenne. Les opinions et points de vue exprimés sont toutefois ceux des auteurs uniquement et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne peuvent en être tenus responsables.



#ProjetEcoQuest

[www.ecoquestproject.eu](http://www.ecoquestproject.eu)

Code du projet : 2023-3-SK02-KA210-YOU-000183253