5- Communication

1 Brief médiactivistes

Les images prises lors des actions serviront à nourrir nos publications locales et nationales, et pour produire d'autres contenus de communication ("compilations" des actions par exemple).

Pour les réseaux, plusieurs formats sont possibles :

- Twitter : vidéo horizontale, 2 minutes maximum, sans paroles.
- Story FB/Insta : photo/vidéo verticale (pour vidéo, pas trop longue).
- Publi FB/Insta: photos/vidéos verticales/horizontales.

Nous recommandons la prise d'au moins une vidéo verticale de l'action en cours de réalisation, commençant juste avant que les extincteurs ne soient déclenchés. Une prise de vue de derrière les artivistes, avec le nom de la cible visible, est souhaitable pour uniformiser le plus possible nos contenus !

2 Visibilisation

- **Communication locale**
  Elle est laissée aux groupes (réseaux, suivi presse). Il n'y a pas besoin de la coordonner avec la communication du nationale.

- **Communication nationale**

  Un instagram de campagne relaie toutes les actions de Carnage Total. Les posts sont ensuite partagés par les réseaux d'Extinction Rebellion suivant un calendrier : story pour une action isolée, post pour une action coordonnée ou une compilation d'actions. Nos partenaires de StopEACOP peuvent relayer à leur tour.
  Pour publier, nous proposons le fonctionnement suivant :
  - Préparer vos posts Insta sur Aktivisda en suivant le tuto du kit de com de la campagne, à retrouver sur le wiki. *C'est une manière de conserver l'identité graphique de la campagne, et de faire apparaitre en première slide les logos CT, XR, et StopTotal. C'est aussi une manière de générer des images sans métadonnées (car attention Instagram et Facebook ne sont pas nos ami.es). Mais si vous préférez faire autrement, libre à vous évidemment !*

    - Les publier sur Instagram en invitant @carnage_total en collab. Les posts seront automatiquement transférés sur le Facebook de la campagne, et notre équipe com pourra à partir de vos posts facilement relayer sur Twitter.
    - Nous contacter sur Insta, ou sur Mattermost à @XR_StopEACOP, pour toute question !

S'il est compliqué pour vous de publier vous-même.s, vous pouvez nous partager vos images sur Mattermost pour que les équipes de communication de la campagne préparent un post.

- **Presse**
  Contacter la presse donne une grande visibilité à nos actions. Nous recommandons d'un groupe ne soit pas suivi par trop de médias à la fois : un seul média leur donne un sentiment d'exclusivité et rend les choses plus simples pour les participant.es à l'action.
  Si vous souhaitez être suivi.es par une presse locale mais n'avez pas de contacts, vous pouvez nous le faire savoir par mail ou MatterMost. Nous pouvons essayer d'en trouver en centralisant les demandes à Media-Messages.
  Pour les actions nationales coordonnées, la coordination aura certainement un Communiqué de Presse sous la main. En voici un exemple pour contacter votre presse locale.

3 Bonnes pratiques de communication

- **Matériel**
  On aime mettre les écolos devant leurs contradictions. Préciser dans vos posts que les extincteurs sont de récupération et que la peinture est à l'eau ne fait pas de mal et anticipe certaines réactions négatives.

- **Massification**
  Un petit rappel sur les autres actions récentes de la campagne ou de nos partenaires (en particulier Banque Trop Crade), ajoute de la force à notre message.

- **Relation Presse**
  Il arrive que les médias soient expéditifs lors des interviews (notamment les gros, comme le JT d'une grande chaîne). Une bonne pratique est d'avoir quelques phrases chocs en tête pour faire passer des arguments clés quoi qu'il arrive dès le début d'une interview.

Créé 2023-05-07 18:35:45 CEST par xr_stopeacop
Mis à jour 2025-01-27 17:56:51 CET par xr_stopeacop