

J'ai une idée!

J'ai un projet!

projet! J'ai une idée!

J'ai un projet!

J'ai une idée!

n projet!



J'ai un projet!

J'ai une idée!

J'ai une idée!

J'ai un projet!

J'ai un projet! J'ai une idée!

J'ai un projet!

BUDGET PARTICIPATIF

**Bien communiquer
sur mon projet**

PETIT GUIDE DE CAMPAGNE



Bien communiquer sur mon projet

SOMMAIRE

- | | | |
|----|--------------------------------------------------------------|------|
| 1. | Pourquoi communiquer sur mon projet ? | P.04 |
| 2. | Comment communiquer ? | P.07 |
| | Quelques clés de réussite : | |
| | • Lors du dépôt du projet | P.08 |
| | • Durant la période de votation | P.10 |
| 3. | Les outils mobilisables | P.12 |
| | • Les supports papiers à ma disposition | P.14 |
| | • Les réseaux sociaux : comment utiliser twitter et facebook | P.16 |
| 4. | Contacts | P.24 |

PETIT GUIDE DE CAMPAGNE

Pourquoi communiquer sur mon projet ?

Communiquer, c'est avant tout transmettre un message, tisser un lien avec l'extérieur.

Faire campagne pour votre projet, le promouvoir, augmentera vos chances de le faire connaître auprès d'un maximum de Rennais et donc renforcera vos chances de voir votre projet devenir lauréat.

Il serait en effet dommage qu'une belle idée ne soit pas mise en œuvre simplement parce qu'elle n'a pas été suffisamment relayée ou qu'elle n'a pas été clairement expliquée.

Vous ne savez pas par où commencer ?

Vous ne vous sentez pas à l'aise sur le sujet ?

Pas de panique, ce petit guide pratique est là pour vous accompagner !

Vous y trouverez les principales clés pour bien communiquer sur votre projet, mais aussi des conseils pour utiliser au mieux les réseaux sociaux, ainsi que des supports de communication prêts à l'emploi pour mener votre propre campagne.





Comment communiquer ?

Quelques clés de réussite

Communiquer efficacement nécessite de respecter quelques points essentiels.

Dès le dépôt de votre projet sur le site fabriquecitoyenne.rennes.fr, il est nécessaire de bien expliquer votre projet : n'hésitez pas à détailler, expliquer, argumenter. Cela donnera envie aux Rennais de voter pour lui.



Lors du dépôt du projet

1. En amont du dépôt,

je rassemble mes idées pour bien mettre en avant les atouts de mon projet. Je me pose quelques questions :

- mon projet répond-il à un besoin spécifique ?
- En quoi peut-il intéresser d'autres Rennais ou que peut-il leur apporter ?
- Est-il nouveau, original ?

2. Je précise au maximum les objectifs.

3. Lors du dépôt sur le site internet,

je veille à décrire le mieux possible mon projet, en donnant notamment des exemples concrets, en précisant sa localisation, etc. Plus un projet est clair, plus il a des chances de remporter les votes des Rennais.

4. Je fais attention à mon titre :

il est le premier élément que va lire l'internaute. Il doit être bien écrit, précis et court.

5. Je mets une ou plusieurs photos.

Là encore, elles sont un gage d'attractivité.



Durant la période de votation

Si mon projet respecte tous les critères de recevabilité, il sera soumis au vote.
(Pour connaître les critères, rendez-vous sur le site fabriquecitoyenne.rennes.fr)

Ma campagne de communication auprès du grand public commence alors vraiment !

1. J'identifie mes publics principaux

En fonction du projet proposé, les personnes intéressées ne seront pas forcément les mêmes. Je repère donc dès le départ mon public prioritaire, pour lui diffuser mon message et m'assurer de sa bonne réception. Je repère aussi les personnes qui pourraient y être opposées, pour anticiper les critiques ou remarques.

2. J'établis un plan d'action !

En fonction du public, le ton et le message pourront être différents. Je n'hésite donc pas à adapter les messages, pour toucher un maximum de monde.

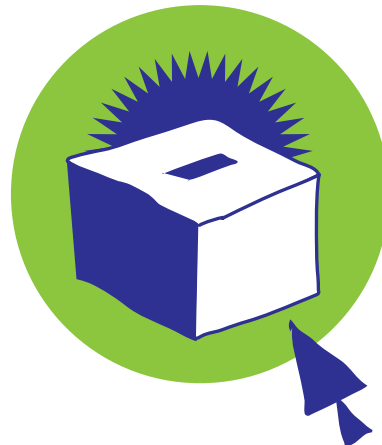
Je recense les messages que je veux faire passer et je choisis les supports de communication les plus adaptés. Par exemple : les réseaux sociaux seront bien adaptés pour un public jeune. Si je veux communiquer auprès de mes voisins ou des parents d'école de mon quartier, je peux aussi diffuser des flyers ou accrocher une affiche. Je suis créatif dans mon message et dans les supports possibles. Je garde aussi en tête un calendrier pour communiquer de manière régulière...

3. Je mobilise mes réseaux

Les amis de mes amis sont mes amis ! Il ne faut pas négliger l'importance des réseaux et des effets « boule de neige ». Je présente mon projet à mes proches et leur demande de relayer à leur tour l'information : par mails, sur les réseaux sociaux, par le bouche à oreille...

4. J'essaie de toucher d'autres réseaux

Toucher le grand public, les personnes que je ne connais pas, est la chose la moins évidente.



La Ville de Rennes met à disposition tout un kit de communication pour relayer au mieux mon projet.

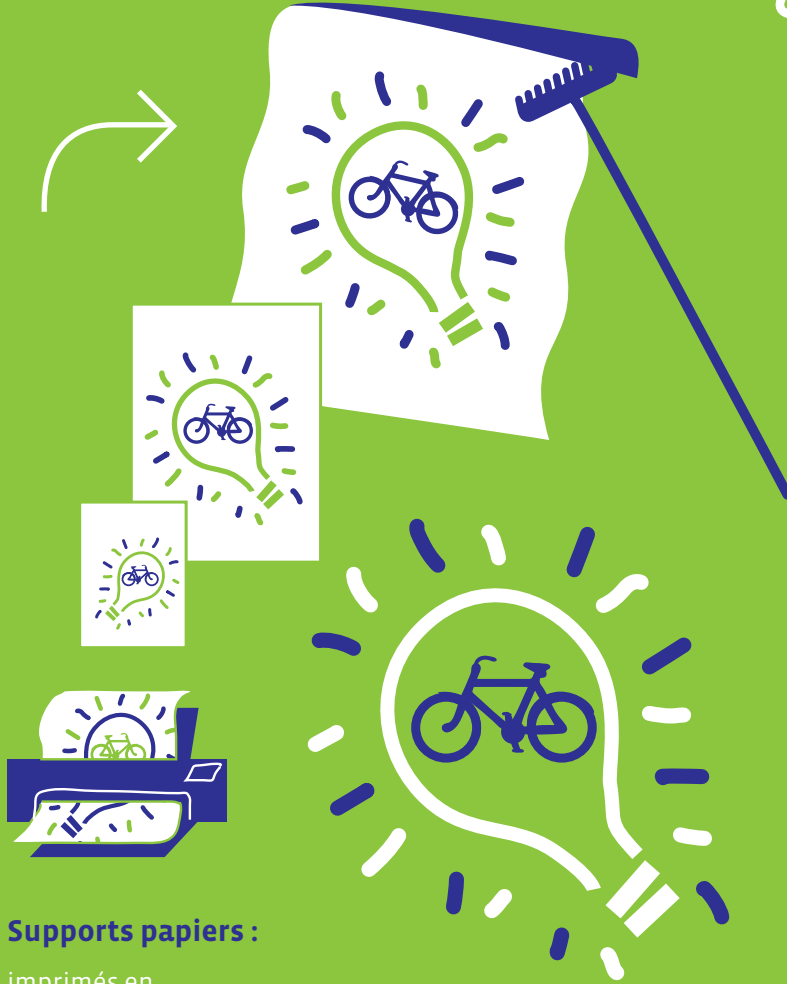


Les outils mobilisables



Diffusion :

Rez-de-chaussée
d'immeuble,
commerce de
proximité, boîtes
aux lettres, etc.



Supports papiers :

imprimés en
reprographie,
sur imprimante
de bureau, etc.



Supports personnalisés :

Fichier modifiable

Communication numérique :

Mailing,
réseaux sociaux,
etc.



Échanges publics :

Agora citoyenne, cafés budgets, etc

Les supports papiers à ma disposition

Le kit papier

En complément de ce guide de campagne, vous trouverez un kit de communication sur le site fabriquecitoyenne.rennes.fr

Il comprend des modèles de flyer et d'affichette personnalisables.



Je personnalise les supports et vérifie que toutes les informations clés y figurent

Je rédige les textes dans les parties correspondantes. Je veille à préciser toutes les informations clés : intitulé et descriptif du projet, contacts éventuels, rappel des dates du vote et adresse du site internet. Si je participe à des réunions pour présenter mon sujet, je n'oublie pas de les indiquer.

Là encore, je fais attention à la rédaction : elle doit être claire, précise et attractive.

Je diffuse ces supports par mail et/ou les édite sur mon imprimante habituelle.

Je les diffuse au maximum

Dans les boîtes à lettres de mon quartier, chez les commerçants, à l'école, dans les lieux publics...

Les réseaux sociaux

Comment utiliser twitter et facebook ?



Les réseaux sociaux prennent une place de plus en plus importante dans les stratégies de communication. Ils connaissent un engouement auprès d'un public très varié et permettent de toucher à moindre frais un nombre très important d'internautes. S'ils existent de nombreux réseaux sociaux, certains sont devenus incontournables à toutes les campagnes de communication, notamment twitter et facebook.



Twitter

Twitter est un outil de diffusion, de veille et de mise en relation. Son but est d'apporter une plus-value informative, de créer du lien et de l'échange avec les lecteurs. Le procédé est simple : partager une information en un nombre restreint de signes : 140 signes maximum.

Il permet d'augmenter rapidement la circulation d'une information. Publiée, celle-ci pourra être relayée et re-relayée à l'infini, ce qui démultiplie vos chances de faire connaître votre projet.

Attention toutefois :

la durée de vie d'une information sur twitter est brève : il est important de programmer plusieurs diffusions pour une même information.



1 | AVANT DE ME LANCER, QUELQUES INFORMATIONS À SAVOIR

L'ABC DE TWITTER

Un tweet

c'est un message de 140 caractères maximum.

Les mots-clés

sont toujours précédés d'un # (hashtag).
Il faut faire attention à ne pas laisser d'espace entre le # et le mot-clé.
Exemple 1 : #Rennes et pas # Rennes.
Exemple 2 : #fabcitoyenne et pas #fab citoyenne.

La fonctionnalité mot-clé impose aussi de n'avoir aucune accentuation sur le mot-clé en question. Exemple : Fête Nationale devient #FeteNationale.

Les destinataires

sont visibles dans un tweet puisqu'ils sont précédés d'un @. Vérifiez les adresses de vos destinataires à l'aide du moteur de recherche.

Exemple : La Ville de Rennes n'est pas @villederennes mais @metropolerennes.
Ou encore la Fabrique Citoyenne n'est pas @lafabriquécitoyenne mais @fabcitoyenne.

Les Retweets ou RT (Re-tweet)

c'est le nom des tweets qui ont été partagés au moins une fois. Faire un grand nombre de RT veut dire atteindre un public plus large, ce qui est l'objectif premier de twitter.

Suiveurs (Followers)

ce sont les abonnés à votre compte twitter. Ils reçoivent vos tweets dans leur fil d'actualité.

Twittos

ce sont les gens qui suivent les infos postées sur twitter. Ils ne vous suivent pas forcément et n'ont pas forcément de compte twitter. Ils peuvent trouver vos informations uniquement en se servant des hashtags.

Quoi tweeter ?

- Annoncer, présenter un évènement ou un projet
- Promouvoir cet évènement, inviter les gens à voter pour votre projet
- Apporter des précisions, des nouvelles informations
- Donner des chiffres clés
- Etc.

2 | JE CRÉE MON COMPTE

- Je crée un compte dédié au projet ou un compte personnel (15 caractères maximum).
- J'édite mon profil twitter en cliquant sur le bouton « Éditer le profil » : je mets une photo, je rédige une petite biographie (160 caractères maximum), je précise la localisation et je choisis la couleur de mon thème.
- J'enregistre les modifications en bas de page.



UNE AIDE EN LIGNE :

Si je rencontre des difficultés pour créer mon compte, rédiger un post, répondre à un message, je peux aller sur la page d'aide dédiée <https://support.twitter.com/>

3 | JE RÉDIGE UN TWEET

Un tweet peut prendre plusieurs formes :

- Un contenu 100 % texte
- Un contenu texte + insertion d'un lien
- Un contenu texte + photo/vidéo
- Un contenu texte + un lien + une photo/vidéo

Comment rédiger un tweet :

- mettre 1 ou 2 mots-clés avec un hashtag (#) dont un qui géolocalise l'info : #Rennes
- faire court
- ajouter une belle photo si cela est possible (les tweets avec photo sont beaucoup plus partagés).
- ajouter des destinataires qui vont partager le tweet

Avant de publier

- Je relis mon tweet avant de le publier. Une fois qu'il est en ligne, on ne peut plus le modifier. Il faudra le supprimer et l'écrire à nouveau s'il contient une erreur.
- Je m'attache à donner des informations précises et concises.
- Je cite les sources et les utilisateurs concernés par le tweet. Exemple : je twitte un article avec des informations sur le budget participatif. J'ajoute à la fin de mon tweet @fabcitoyenne et/ou @metropolerennes pour les inviter à relayer mon information.





Facebook

Facebook est un des plus anciens réseaux sociaux. C'est une interface qui permet de publier tout type d'informations. Il alimente une communauté « d'amis », qui vont participer à la vie de la page par des « J'aime », des commentaires, des partages ou des publications.

Sur facebook, je peux partager un statut (du texte ou un lien sur une page/ un site), une photo/ vidéo et aussi un événement (festival, forum, conférence...) ou encore un moment clé (date historique).


1 | JE CRÉE UN COMPTE OU UNE PAGE DÉDIÉE SUR FACEBOOK


- Si je n'ai pas encore de compte, je m'inscris à partir de la page d'accueil du site et renseigne une adresse mail valide.
- Je peux aussi créer une page dédiée à mon projet. Dans la barre d'outil de mon profil, en haut à droite, je clique sur « créer une page ».
- Je lui donne un nom et renseigne une photo.


2 | JE PUBLIE SUR FACEBOOK

La rédaction d'un message facebook

Pour rédiger mon post, j'utilise les boutons ci-dessous :

 **Le pictogramme « horloge »** permet de programmer un post, de lui donner une date et une heure de publication.

 **Le picto « cible »** permet de viser un certain public dans nos fans (avec des critères comme le sexe, l'âge...)

 **Le picto « flèche »** permet de localiser un événement ou une photo.

 **Le picto « photo »** permet d'intégrer un fichier photo.

UNE AIDE EN LIGNE :

Si je rencontre des difficultés pour créer mon compte, rédiger un post, répondre à un message, je peux aller sur la page d'aide dédiée www.facebook.com/help.

Contacts

Pour toutes questions contactez lafabriquecitoyenne@ville-rennes.fr

Suivez le budget participatif sur :  **La fabrique citoyenne de Rennes**
 **@fabcitoyenne** | **#fabcitoyenne**

