

L'Engagement

Guide de mobilisation de l'Engagement

*S'engager, participer, passer à l'action et amplifier la
dynamique pour soutenir “ L'engagement ” avec
Arnaud Montebourg, en 2022 !*



Qu'est-ce que Le Mouvement l'Engagement ?

Le Mouvement l'engagement est un mouvement populaire. Nous nous définissons comme un mouvement « divers gauche », c'est-à-dire un collectif large, ancré à gauche, en contact avec la société dans toute sa diversité.

« L'Engagement, c'est celui de reprendre le contrôle de nos vies. C'est un mouvement qui répond au désespoir insupportable des Françaises et des Français que l'on n'écoute plus.

Ce sont des gens pour les gens, qui font L'Engagement. Nous voulons le retour d'un État au service de l'intérêt général, libéré de l'emprise d'une minorité. L'Engagement affirme que les préoccupations des Françaises et des Français doivent être les priorités de l'État : la réponse à l'urgence climatique, la protection de nos emplois existants et à venir, de nos libertés, l'entraide et le dialogue entre tous.

En 2020, nous avons tous constaté l'absurdité du système dans lequel nous avons été entraînés. L'inversion des valeurs, la déconsidération de ceux qui sont pourtant les plus utiles à la vie sociale et à nos vies à tous. L'Engagement ne veut pas laisser ce constat s'évanouir. Les raisons du sursaut sont en nous-mêmes. »

Nous appelons à la candidature d'Arnaud Montebourg à l'élection présidentielle car, par son parcours, l'intégrité et la continuité de ses combats, il est en mesure de rassembler largement dès le premier tour et, au second tour, de traduire la majorité sociale du pays, trop souvent invisible et peu écoutée, en majorité politique nouvelle.

Arnaud Montebourg, un parcours engagé

Avocat de profession, Arnaud Montebourg est élu Député de Saône-et-Loire en 1997. Son engagement politique naît de son indignation devant l'injustice, qu'il a si souvent vue à l'œuvre en exerçant son métier. Réélu en 2002 et 2007 à l'Assemblée Nationale, Arnaud Montebourg s'engage dès le départ pour une refondation profonde du système politique et défend la VI République. Il s'engage également de manière déterminée dans la lutte contre les paradis fiscaux.

Candidat aux primaires citoyennes de 2011 en vue des élections présidentielles, Arnaud Montebourg porte l'idée de la démondialisation pour regagner notre souveraineté et lutter contre les délocalisations, le démantèlement du tissu industriel français et le chômage de masse entraînés par le néolibéralisme et la mondialisation sans contrôle. Troisième homme de la primaire, Arnaud Montebourg devient en 2012 Ministre du redressement productif puis en 2014 Ministre de l'économie. Durant ses années passées à Bercy, il se bat pour sauver l'industrie et la protéger. En témoigne le "décret Montebourg" qui permet à l'Etat de mieux contrôler les cessions partielles ou totales aux investisseurs étrangers. Ministre, il s'engage fortement pour défendre le Made in France et lance un programme de reconquête industrielle avec 34 plans préparant l'avenir de l'économie française. Ils seront abandonnés par Emmanuel Macron. En désaccord profond avec le Président de la République et la politique d'austérité mise en place par le gouvernement, Arnaud Montebourg quitte le gouvernement lors du remaniement ministériel de 2014.

Après l'élection présidentielle de 2017, il quitte la politique et devient entrepreneur. Il conduit des projets tournés vers l'innovation et la transition écologique, notamment dans le secteur agricole. Il fonde en 2015, « Les Équipes du Made in France », société de projets agricoles et industriels qui imaginent, conçoivent et bâtissent des projets Made in France, en créant des entreprises innovantes dans les différentes transitions qui bousculent l'économie. En 2018, il fonde la « Société d'Élevage et de Repeuplement des Abeilles de France – SERAF » qui exploite la marque équitable de miels de repeuplement Origine France Garantie, « Bleu Blanc Ruche » puis la « Compagnie des Amandes », la « Compagnie Laitière des Glaces Paysannes » et enfin la société « CO2RESPONSABLES » permettant de valoriser la contribution des agriculteurs français à une économie décarbonée.



En 2020, il publie “L’engagement” qui livre les enseignements tirés de son expérience du pouvoir. Libre de tout engagement partisan, Arnaud Montebourg apporte une lecture et une analyse des enjeux de notre temps à l’aune de son engagement et de ses convictions. La refonte du système politique, l’indépendance et la France et la limitation des dérives de la mondialisation, la reprise en main du destin de notre pays sont autant de “combats engagés” qui donnent aujourd’hui raison à Arnaud Montebourg. Qui pourrait actuellement mieux les porter pour préparer l’avenir de la France et conduire la transformation profonde dont notre pays a besoin ?

Nous rejoindre et agir !

Depuis son lancement, le mouvement s’organise et grandit. Pour rejoindre les «engagés» et contribuer concrètement, voici quelques actions que vous pouvez réaliser dès à présent selon vos aspirations, le temps dont vous disposez et selon vos propres compétences.

Se tenir informé des actions de l’Engagement

La première chose à faire pour s’impliquer est de recevoir toutes les informations de la campagne.

Si ce n’est pas déjà fait, **il faut commencer par s’inscrire sur ce lien <http://l-engagement.fr/> et vous recevrez les messages électroniques. Pour aller plus loin, proposez à vos proches de s’inscrire voir de les inscrire s’ils ont besoin d’aide** : Si chacun d’entre nous permet l’inscription de 5 personnes intéressées (amis, connaissances, familles, proches, collègues etc.) nous serons encore plus nombreux en quelques semaines !

Pour s’informer au quotidien de manière plus réactive vous pouvez aussi suivre l’Engagement sur les réseaux sociaux :

- La page facebook <https://www.facebook.com/lengagementmontebourg/>
- Le groupe Facebook national : <https://www.facebook.com/groups/210808645612375>
- Le compte twitter https://twitter.com/engagement_l
- La compte instagram https://www.instagram.com/engagement_arnaud_montebourg
- Le Discord : <https://discord.gg/4f32Hvu9Up>

Partager le contenu nous aide à amplifier la dynamique, n’hésitez pas à vous approprier les messages que vous partagez, à interpellier vos amis selon leurs opinions, à donner votre avis, c’est bien plus efficace qu’un simple “retweet” !

Faire un don

L’engagement est un mouvement indépendant qui s’appuie sur les dons pour financer ses activités. Important ou modeste, chaque don est utile et d’une grande importance. Sans dons, pas d’actions pour le mouvement : au contraire des partis politiques traditionnels, il ne bénéficie pas encore des fonds publics.

Pour faire un don, rendez-vous sur le site de l’engagement (adresse à partager à vos contacts !) :

<https://l-engagement.fr>

Il est à noter que chaque don ouvre à une réduction fiscale de 66%. Ainsi pour un don de 100 euros, cela coûte en réalité 34 euros pour les personnes payant l’impôt sur le revenu..



Contribuer à la vie du Mouvement

L'Engagement est un Mouvement ouvert à toutes et à tous, chacun y a sa place et peut contribuer à son développement. Nous avons besoin du plus grand nombre pour réussir. Les possibilités de contributions sont nombreuses, à vous de nous signaler selon vos compétences et vos envies, les actions sur lesquelles vous souhaitez contribuer !

Voici des actions concrètes sur lesquelles vous pouvez contribuer :

- Relayez les articles et les événements sur internet, ou les éléments mis à disposition par l'équipe, ou allez plus loin en commentant les publications, en invitant des amis à aimer la page du mouvement...
- Rejoignez un groupe local pour faire vivre le mouvement à l'échelle locale, en organisant des débats, en vrai ou en visio, en se retrouvant pour former un groupe et s'appropriier le projet du mouvement et apprendre à le défendre. N'hésitez pas à innover avec des actions d'engagement de multiples formes sur le territoire : en soutien à des associations par exemple.
- Rejoignez le groupe des "entrepreneurs avec l'Engagement" pour porter une autre manière de penser l'économie, l'emploi, la production et la consommation.
- Vous avez une certaine audience sur les réseaux sociaux? Rejoignez le groupe de mobilisation digitale pour "influencer" en personnalisant des contenus (stories, visuels), en live-tweetant, en interpellant votre communauté pour faire connaître les positions de "l'engagement"
- Vous avez une expertise ou des compétences en communication? Participez à la communication du mouvement créant des contenus (images, vidéos ou textes), en diffusant des messages, en pilotant des outils (site, email, réseaux sociaux)...
- Participez à la veille stratégique : qu'est-ce qui se dit sur la présidentielle? Quelles idées émergent dans le débat? Sur quelles thématiques faut-il être capable de se positionner dans quelques semaines? Que font les autres acteurs politiques ? Sur quoi nous attendent les professionnels de tel ou tel domaine...?
- Participez à la production politique de fond en rédigeant des argumentaires, des analyses, en formulant des propositions sur une thématique précise, pour nous permettre de couvrir tous les sujets
- D'autres suggestions ? Nous sommes preneurs!

Pour contribuer, c'est très simple il suffit de remplir le formulaire <https://agir.l-engagement.org/> ou de contacter par mail l'équipe nationale à contact@l-engagement.fr qui vous recontactera..

Créer et animer un groupe local : 10 actions pour faire vivre le Mouvement sur votre territoire

L'engagement a vocation à se développer sur l'ensemble des territoires. Pour cela nous comptons sur vous pour créer et animer des groupes locaux qui feront l'ancrage et la force de notre mouvement. L'animation de nos groupes n'est pas réservée aux militants d'expérience ou élus mais bien à l'ensemble des engagé.e.s. C'est tout le sens de notre démarche : se réapproprier la politique quel que soit notre parcours et notre profil. Chacun est donc légitime pour prendre des responsabilités s'il le souhaite et l'équipe nationale est là pour vous donner un coup de main. Voici dans ce guide quelques conseils pratiques qui vous permettront d'avoir toutes les clefs pour monter votre groupe local et agir !



1. Intégrer un groupe local...ou le créer! Comment? En prenant contact avec notre équipe territoires@l-engagement.fr afin d'être mis en relation avec d'autres membres du mouvement proches de chez soi. Un pôle spécifiquement dédié à l'animation territoriale est là pour vous aiguiller ! Si aucun groupe proche n'est déjà constitué, c'est le moment de se lancer, toujours avec l'appui du pôle animation territoriale.
2. Pour débiter il faut constituer un noyau, en rassemblant un petit nombre de personnes minimum, grâce à vos propres contacts locaux qui ont envie de s'engager pour la prochaine présidentielle et aux contacts des « engagés » déjà inscrits au Mouvement. N'hésitez pas à solliciter vos amis ou collègues, les élus du territoire qui peuvent être intéressés, des militants déjà investis dans le milieu associatif ou syndical. et à les faire s'inscrire sur le lien <http://l-engagement.fr/>
3. Une fois le recensement effectué et les contacts pris individuellement : organiser une visio ou réunion interne d'échanges pour permettre à chacun d'expliquer pourquoi il rejoint "l'engagement" afin d'entériner la création du groupe. Il est possible de solliciter un membre de l'organisation nationale pour participer à l'échange et préparer la réunion !
4. Communiquer sur les réseaux sociaux grâce à mes comptes personnels et aux outils mis en place par le national, pour annoncer la création du groupe et faire connaître les premières actions, en ciblant les comptes locaux.
5. Adresser un mail ou un courrier aux acteurs locaux pour présenter la démarche du groupe et proposer une rencontre afin de se présenter et surtout écouter leur avis, les questionner : associations, syndicats, entreprises, élus etc. Cela permet de renforcer son ancrage local et d'être en contact avec le terrain et les préoccupations de la population, mais aussi de cibler des personnes déjà engagées en proposant un débouché politique à leur engagement.
6. Organiser une conférence de presse avec les journalistes locaux afin d'annoncer la création du groupe et ses objectifs.
7. Organiser des visio ou webinaires publics au moment où le groupe local est assez identifié afin d'élargir l'auditoire. Ces événements peuvent être thématiques, avec encore une fois la possibilité de solliciter un intervenant national. Le pôle idées pourra également vous proposer des intervenants spécialisés sur un sujet thématique que vous souhaitez aborder. Il s'agit de susciter le débat, la réflexion et l'échange.
8. Recueillir les adhésions et les dons via le dispositif national afin de développer et d'animer son groupe local. L'objectif est de structurer petit à petit un groupe d'engagés de plus en plus actifs ! Pour développer les adhésions, votre rôle d'animation est primordial, pour permettre à chaque membre de s'épanouir, de se sentir intégré, de trouver sa place et de se sentir utile. Vous serez aidés sur ce terrain par un référent régional, faites-lui remonter les coordonnées de donateurs à contacter.
9. Informer mon contact au niveau national des « remontées de terrain », aussi bien sur l'accueil réservé à votre groupe lors des rencontres avec les acteurs locaux, de la manière dont la campagne d'Arnaud Montebourg est perçue sur le terrain, de préoccupations très concrètes de la population qu'il est nécessaire selon vous de relayer etc. Questionnaires et enquêtes sont un très bon levier pour prendre des contacts, impliquer les personnes rencontrées et créer du lien, servez-vous en!
10. Proposer un déplacement d'Arnaud Montebourg sur votre territoire. Notre équipe nationale recueille toutes les propositions pertinentes qui permettent de rencontrer les acteurs économiques et associatifs, visiter des entreprises, découvrir des initiatives locales en lien avec les idées que nous défendons. N'hésitez pas à faire des propositions !



Pour vous accompagner, nous mettons à votre disposition un kit de ressources avec 7 fiches pratiques pour avoir tous les éléments en main pour suivre les étapes de la création et du développement de votre groupe local.

Fiche 1 : Organiser une première réunion en visio

Fiche 2 : Numérique, organiser la présence locale sur les réseaux sociaux

Fiche 3 : Mail type tout public d'appel à rejoindre le mouvement

Fiche 4 : Mail type institutionnel de présentation du mouvement et de prise de contact

Fiche 5 : Recueillir et organiser les adhésions à l'engagement

Fiche 6 : Dispositif de collecte de dons

Fiche 7 : Organiser une conférence de presse au niveau local

Fiche 1

Organiser une première réunion en visio

1/ Quand l'organiser ?

Une fois que j'ai une dizaine de personnes dans mon département via mes contacts locaux et le fichier d'inscription national, je peux leur envoyer un mail afin de me/nous présenter (têtes de pont du département) et organiser une première réunion d'échanges.

2/ L'organisation de la réunion

Elle peut être en présentiel (si les conditions sanitaires le permettent) et peut ainsi avoir lieu chez moi ou dans un café, maison des associations ou salle communale lorsque les réunions y seront à nouveau autorisées

Quand le nombre de personnes devient important (plus de 10), je prévois des modalités de tour de parole pour éviter "la loi du plus fort" ou la prime à celles et ceux qui sont le plus à l'aise à l'oral: le tour de table, la prise de parole alternée (femmes/hommes), ou la limite du temps de parole permettent de faire parler le plus grand nombre. On peut aussi donner la priorité à celles et ceux qui n'ont pas encore parlé avant de reprendre la parole. On peut proposer à celles et ceux qui n'ont pas parlé de prendre la parole, c'est souvent plus simple quand quelqu'un vous tend la perche. Veillez tout particulièrement à ce que les hommes ne soient pas surreprésentés dans les tours de parole.

Le plus simple dans un premier temps est en visioconférence, plusieurs logiciels ou outils pour cela : [Jitsi](#) (que l'on vous recommande), Google Meet, Zoom, skype, salon Facebook (dans un groupe Facebook), [Blue Jeans](#)...

Plusieurs éléments à prévoir au préalable pour une réunion visio:

- Je prévois un numéro contact pour les personnes qui auraient du mal à se connecter ou à comprendre comment cela fonctionne, ou même je leur donne rendez-vous un peu à l'avance pour "tester" l'application
- Détail technique : je veille à bien fermer les micros des participants qui n'ont pas la parole pour éviter un écho.

Je peux demander à un responsable national de m'aider à créer la visio (lien, invitations, accès au fichier contact, invitation d'une personne sur une thématique abordée), de se joindre à la première réunion pour participer à l'échange.



- Au début de la réunion: l'animatrice ou l'animateur se présente, propose un déroulé, ajoute des points si besoin, et donne une heure de fin. Plusieurs responsabilités peuvent être déléguées pour l'animation: celle ou celui qui donne la parole, qui gère les questions sur le chat, qui fait un compte-rendu...Je précise dès le début les modalités pour demander la parole. L'animatrice ou l'animateur s'assure aussi que le temps pour chaque séquence est respecté.
- Pendant la réunion: Plusieurs modalités sont possibles pour rendre la séquence interactive et éviter de faire face à des caméras éteintes: proposer des sondages zoom si on utilise cette application (voir lien), proposer de répondre oui en allumant la caméra ou non en l'éteignant, demander aux participants d'envoyer un pouce en l'air pour signifier leur accord...

3/ Les sujets à aborder

- Je demande aux participants de se présenter, d'expliquer les raisons de leur adhésion à l'Engagement et de leur soutien au candidat Arnaud Montebourg.

De mon côté, je veille à ce que mon groupe local soit représentatif de la société.

- Je demande à chacun dans quelle mesure il souhaite s'investir (partage et riposte sur leurs réseaux sociaux, participation régulière à des débats sur des thématiques. Plus tard tractage, organisation de déplacements et réunions publiques).

En retour, je demande aux participants ce qu'ils attendent du groupe local, ont-ils des idées ? Des projets ?

- Je demande à chacun d'identifier plusieurs personnes dans leur entourage qui pourraient être intéressées par l'Engagement afin de leur en parler et les inviter à rejoindre le mouvement. Je mets l'accent sur les institutionnels, membres d'associations et représentants économiques dans le département qui pourraient être approchés.
- Je rappelle aux participants de ne pas hésiter à partager les publications de l'Engagement sur leurs réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram...).
- Proposer d'adhérer au mouvement, de faire un don
- je propose une date et un horaire pour la prochaine réunion avant que tout le monde ne parle et je propose une action concrète aux participants, un moment collectif (même si c'est juste de commenter sur whats app le prochain passage TV d'Arnaud Montebourg!)

Fiche 2

Doter son groupe local ou son département d'outils digitaux et d'une présence web

Introduction

Cette fiche vous permettra, en tant que responsable départemental ou animateur d'un groupe local de savoir comment votre action peut se traduire d'un point de vue digital.

Ces préconisations permettront ainsi de répondre à vos besoins propres en articulation intelligente avec les outils que l'équipe nationale déploie pour la communication et l'animation.

Pour cela, nous vous indiquons ici ce que vous pouvez entreprendre mais aussi ce qu'il convient de **NE PAS** faire.

Vous trouverez également dans cette fiche les informations, techniques, méthodes et ressources pour créer et animer vos propres outils.

Au sein de l'équipe nationale, nous mettons tout en oeuvre pour vous accompagner et nous tenir à votre disposition notamment à travers :

- vos interlocuteurs habituels de la cellule territoire (têtes de pont départementales) via notamment le mail territoires@l-engagement.fr
- l'équipe de mobilisation digitale et l'équipe *community management* joignable via contact@l-engagement.fr
- l'équipe support du mouvement → support-animation@l-engagement.fr

Si vous souhaitez rejoindre l'équipe support nationale, vous êtes bienvenue.



Synthèse des actions possibles ou non

	National	Département	Groupe local
Site web	OUI l-engagement.fr	Possible avec accord du national	Possible avec accord du national
Page Facebook	OUI	NON	NON
Groupe Facebook	OUI	OUI	OUI
Profil Facebook	NON	NON	NON
Compte Twitter	OUI	OUI	NON
Compte Instagram	OUI	Possible	Possible
Chaîne Youtube	OUI	NON	NON
Canal Telegram descendant	OUI (tête de ponts + thématiques)	Possible	NON
Groupe Telegram / Signal	OUI (multiples au service des équipes et projets)	OUI (multiples au service des équipes et projets)	OUI (multiples au service des équipes et projets)
Page LinkedIn	OUI	NON	NON
Groupe LinkedIn	OUI	NON	NON
Profil LinkedIn	NON	NON	NON
Emailing massif (plus de 50 destinataires)	OUI	Possible par l'intermédiaire de l'équipe nationale	NON
Autres réseaux sociaux (Twitch, Google +, etc.)	En fonction des besoins	Toujours demander l'accord	Toujours demander l'accord



Pour un département

Un site internet ?

Si vous avez les ressources internes (temps, compétences, moyens techniques...), vous pouvez créer un site internet avec l'accord de l'équipe nationale.

Nous vous conseillons dans ce cadre d'opter pour le principe du blog simple et, pour rester complémentaire avec le site internet national, de traiter uniquement des informations locales.

Plusieurs points méritent votre vigilance dans ce projet :

- créer mais surtout maintenir et animer un site internet demande du temps, des ressources humaines et des moyens. Il est parfois plus pertinent de mobiliser ces moyens sur d'autres tâches. Vérifiez donc bien à l'avance si vous avez les moyens d'un site internet et si vos moyens seront correctement employés à faire cela.
- appliquer correctement la charte graphique du mouvement (l'équipe nationale doit valider le bon usage)
- le choix des technologies utilisées : nous recommandons d'utiliser du logiciel libre ou open source
- le nom de domaine : à faire avec l'équipe nationale qui peut réserver pour vous un domaine en propre et/ou mettre à votre disposition un sous-domaine (votreterritoire.l-engagement.fr). En l'absence localement de personnalité juridique, c'est le mouvement national qui doit créer les noms de domaine.
- ne pas dupliquer les contenus qui existent sur le site national
- faire des liens vers le site national (ce qui favorise le référencement du mouvement)
- s'assurer que plusieurs personnes sont en mesure de gérer et administrer le site internet (ne pas tout faire reposer sur une seule personne)
- choisir des prestataires d'hébergement français
- donner au mouvement national un accès administrateur sur l'ensemble du site
- en l'absence de personnalité juridique, les mentions légales (obligatoires) indiqueront le représentant légal national du mouvement comme directeur de la publication

Groupe Facebook

Recommandations générales

Un groupe facebook est un outil privilégié de partage d'informations et de contenu militant. Avoir un groupe facebook départemental permet d'augmenter le taux d'engagement sur des publications importantes et de ne pas rater les informations importantes. Un groupe dispose, tout comme une page, d'une URL qui peut être partagée par mail, sur un site ou sur les réseaux sociaux pour attirer des visiteurs et recruter des membres. C'est un groupe de veille à taille humaine, mais cela peut aussi être handicapant pour l'image du mouvement s'il est mal modéré. Attention : Facebook a fait savoir récemment que son algorithme pourrait désormais défavoriser les groupes à caractère politique. Il faut donc être particulièrement vigilant à ce que ceux-ci soient bien gérés, afin de ne pas réduire leur portée et leur utilité.



Configurations du groupe Facebook

Dénomination du groupe

Pour des enjeux de reconnaissance et de référencement, votre groupe doit avoir pour nom :

« l'Engagement [00/numéro de département] - [nom du département] avec Arnaud Montebourg »

Habillage visuel :

Choix de l'image de couverture : vous pouvez reprendre la couverture utilisée par la groupe Facebook national ou bien utiliser un visuel représentant votre territoire

Choix de l'image avatar

vous devez utiliser la version départementale officielle de l'icône du mouvement disponible à cette adresse : <https://kit-graphique.l-engagement.org/Departements/>

Description

Rejoignez le mouvement sur <http://l-engagement.fr/>
 Ce groupe Facebook est un espace d'échanges du département xx entre les personnes membres ou proches du Mouvement l'Engagement qui soutiennent la démarche et les idées portées par Arnaud Montebourg.
 Pour les autres qui souhaitent simplement se tenir informer et débattre, rendez-vous sur le page Facebook du Mouvement sur laquelle vos commentaires sont les bienvenus :
<https://www.facebook.com/lengagementmontebourg>
 Pour favoriser des échanges constructifs et bienveillants, les membres de ce groupe sont invités à respecter des règles. Des bénévoles sont chargés d'animer ce groupe et de veiller au respect de ces règles.

Confidentialité

groupe privé / groupe public

Un groupe secret ne sera visible de personne d'autres que les invités.

Un groupe public rend transparent les discussions et les membres y compris au non membres et nécessite donc d'être très bien modéré (et notamment de filtrer à l'entrée et de modérer les messages)

Masquer le groupe

visible (tout le monde peut trouver ce groupe)

Localisation

aucune ou selon votre territoire

Affiliation du groupe

pas d'affiliation

Fonctionnalités supplémentaires

Type de groupe

Général

**Salons****Modules d'apprentissage social****Gérer les adhésions****Qui peut rejoindre le groupe****Qui peut approuver les demandes d'adhésion****Adhésions préapprouvées****Gérer les publications****Qui peut publier****Approuver toutes les publications des membres****Approuver les modifications****Paramètres avancés****Pages associées**https://www.facebook.com/lengagementmontebourg)"/>

Pour que votre groupe soit référencé parmi les groupes officiels, il faut ajouter parmi les administrateurs l'un des administrateurs de la page nationale.

Groupes recommandéshttps://www.facebook.com/groups/210808645612375)"/>

Pour que votre groupe soit référencé parmi les groupes officiels

Apps



Questionnaire d'adhésion

OUI

Comment avez-vous connu ce groupe Facebook ?

réponse rédigée

Avez-vous bien noté que se retrouvent sur ce groupe les personnes qui veulent apporter leur soutien au Mouvement l'Engagement avec Arnaud Montebourg ?

case à cocher : OUI / NON

Avez-vous déjà rempli le formulaire en ligne pour rejoindre le mouvement sur <https://l-engagement.fr>

case à cocher : OUI / NON

Activer le champ d'approbation des Règles du groupe

Qui inviter et accepter dans le groupe ?

Les groupes d'organisations départementaux doivent être réservés :

- Aux personnes intéressées par la candidature d'Arnaud Montebourg dans le département et volontaires pour participer aux activités de l'Engagement.
- Aux personnalités politiques qui soutiennent l'activité d'Arnaud Montebourg.
- Aux pages Facebook strictement identifiées comme étant des pages de soutien et / ou des pages d'influenceurs locaux ou nationaux possiblement intéressés par la candidature d'Arnaud Montebourg.

Doivent être refusés :

- Les journalistes.
- Les personnes identifiées comme appartenant à un autre groupe politique. Sont tolérées les personnes n'étant pas cadres d'un autre parti ou mouvement si elles peuvent être potentiellement, à terme, un soutien de l'Engagement.
- Les comptes pouvant être des « trolls » (utilisateur de réseau social qui s'amuse à générer des polémiques)
- Les comptes qui pourraient être des faux ou des robots.

Comment modérer ?

Les administrateurs et modérateurs de groupe ont la possibilité d'utiliser un certain nombre d'outils pour contrôler le contenu publié sur le groupe. Cette tâche doit être réalisée avec subtilité ; si le groupe ne doit pas être en « friche », les modérateurs ne doivent pas non plus passer aux yeux des utilisateurs comme des censeurs, car cela risquerait de nuire à l'image du mouvement.

Règles générales :

- Tout écart aux règles du groupe peut être sanctionné en fonction de leur « gravité ». Par exemple, un utilisateur qui aurait sciemment créé une polémique peut être rendu muet quelques jours, et un utilisateur qui en aurait insulté un autre peut-être rendu muet définitivement voire exclu du groupe.



- Le contenu doit être strictement consacré à l'Engagement, d'une manière ou d'une autre, ou générer un débat utile au dialogue au sein du mouvement. Une publication concernant un chat écrasé, même s'il s'agit d'une fine introduction à un discours politique sur le manque de lampadaires sur la voirie, n'a pas sa place sur le groupe. En revanche, une critique fine du budget d'un département qui aurait investi plus d'argent dans la communication que dans la sécurité routière peut avoir son intérêt.
- Les statuts sur des sujets très clivants ne sont pas à censurer ; néanmoins, les commentaires doivent être strictement modérés. Une bonne solution pour conserver un débat correct tout en ne froissant aucun égo est de « masquer » les commentaires dérangeants ; les commentaires masqués ne sont plus visibles des autres utilisateurs, mais celui qui l'a rédigé ne s'en rend pas compte.
- Les statuts à vocation humoristique, « mêmes » par exemple, sont à éviter. Les modérateurs peuvent gentiment proposer aux utilisateurs de rejoindre des groupes dédiés, comme le Neurchi d'Arnaud Montebourg, entièrement dédié au partage d'images drôles sur Arnaud Montebourg.
- Les statuts concernant des sujets complètement annexes ou n'apportant rien au débat ne doivent pas être publiés.
- En cas de conflit entre deux ou plusieurs utilisateurs, les modérateurs peuvent rendre muet les importuns le temps d'organiser une médiation. En réunissant les utilisateurs impliqués dans une conversation privée, ils peuvent leur faire entendre que leur comportement nuit au mouvement et leur proposer de mener leurs discussions sereinement.

Compte Twitter

Recommandations générales

Twitter est un réseau social qui nécessite une présence continue et une réactivité forte. Le contenu produit peut prendre une grosse ampleur en très peu de temps, aussi la gestion d'un compte twitter impose une **vigilance accrue** et une précaution particulière.

- Bien que départemental, le compte twitter que vous créerez et administrerez représente l'Engagement. Ce n'est pas un compte personnel. Les propos que vous y tiendrez doivent être en harmonie totale avec la ligne politique du mouvement, et ce, même si vous n'êtes pas, à titre individuel, totalement d'accord.
- Les tweets et contenus produits pour Twitter doivent être harmonieux avec le reste des contenus produits par l'Engagement. La charte graphique doit être **scrupuleusement respectée**. Les tweets doivent être écrits dans un langage correct, sans abréviations (si la limite de caractère imposée par Twitter vous contraint, trouvez d'autres formulations ou rédigez des *Threads*)
- La politique de « retweet » doit être maîtrisée : ne partagez jamais du contenu sans être sûrs à 100% de la fiabilité politique de ceux-ci. Exemple : même si un partisan d'un autre parti approuve une prise de parole d'Arnaud Montebourg, vérifiez d'abord son appartenance partisane avant de le retweeter.
- Il est permis de s'exprimer sur la politique locale avec les comptes départementaux. De fait, il n'existe pas nécessairement de position nationale commune sur l'ensemble des sujets. **Si vous avez le moindre doute, contactez votre référent national avant de vous exprimer sur le compte Twitter.**



Quelle configuration ?

Dénomination du compte

Afin de conserver une harmonie relative entre les différents comptes locaux, le nom du compte est soumis à une charte. Dans les exemples qui suivent, « XX » correspond au numéro de département.

- Nom d'affichage (Nom du compte, affiché en gras sur Twitter) : L'Engagement XX
- Tweet Name (précédé d'un @) : @engamentXX OU @engagement_XX OU @engagement-XX . Si aucun de ces tweet-names ne sont disponibles (certains peuvent être déjà pris), contactez un membre de l'équipe nationale avant de choisir votre nom.

Mail associé

Adresse mail exclusivement dédiée à cet usage (pas rendue publique). Moyen de récupération d'accès à la boîte mail avec adresse mail contact@l-engagement.fr

Bio

La biographie de tous les comptes twitter départementaux est soumise à une charte. Elle doit-être écrite ainsi :

« ≡ Mouvement souhaitant la candidature d'Arnaud @montebourg pour l'élection présidentielle de 2022 - Nom du département en toutes lettres. » ***Dans certains cas, vous pouvez faire suivre cette biographie du tweet-name des têtes de pont locales.***

➤ Exemple, pour le compte de l'Engagement Hérault :

Nom d'affichage : L'Engagement 34

Tweet name : @Engagement_34

Biographie : « ≡ Mouvement souhaitant la candidature d'Arnaud @montebourg pour l'élection présidentielle de 2022 - Hérault. @M_SFournier @senateurCabanel »

Choix de l'image de couverture

L'image de couverture (ou bannière, image horizontale figurant en haut du profil) doit être cohérente et donner rapidement l'angle du compte twitter. Dans l'attente d'outils graphiques supplémentaires, l'image de couverture des comptes départementaux doit être la même que l'image de couverture du compte national.

Choix de l'image avatar

Vous devez utiliser la version départementale officielle de l'icône du mouvement disponible à cette adresse : <https://kit-graphique.l-engagement.org/Departements/>

Précisions de sécurité.

- Recenser et mettre régulièrement à jour la liste de toutes les personnes ayant accès aux codes du compte twitter.
- Ne réserver l'accès à l'adresse courriel liée au compte qu'aux têtes de pont.



- Si plusieurs personnes doivent, pour quelque raison que ce soit, collaborer ensemble pour administrer les comptes twitter, privilégier l'usage d'outils tiers qui permettent de ne pas partager les informations de connexion (TweetDeck, par exemple.)
- Toujours faire valider les contenus politiques sensibles (Communiqués de presse, par exemple), par les têtes de pont locales ou, le cas échéant, par l'équipe nationale.

Quels contenus ?

Types de contenus autorisés sans attention particulière :

- Citations d'Arnaud Montebourg, ou d'autres porte-paroles identifiés, issues d'interventions médiatiques, avec ou sans visuels.
- Informations générales concernant le mouvement national ou l'antenne locale (réunions, actualités, etc.), avec ou sans visuels.
- Informations, threads et réaction à l'actualité politique locale, sous réserve d'approbation par les têtes de pont, avec ou sans visuels.
- Interventions médiatiques des têtes de pont locales ou des militants locaux, sous réserve d'approbation par les têtes de pont.
- Partage d'articles, locaux ou nationaux, concernant l'Engagement ou Arnaud Montebourg

Types de contenus autorisés avec la validation des têtes de pont / après discussion collective (en cas de doute, ne pas hésiter à contacter l'équipe nationale) :

- Vidéos ne correspondant pas à de l'information générale concernant l'actualité locale du mouvement ou des interventions médiatiques.
- Partage d'articles, locaux ou nationaux, sans lien direct avec l'Engagement ou Arnaud Montebourg.
- Interventions médiatiques de personnes n'étant ni des porte-paroles nationaux, ni des têtes de pont locales, ni des militants locaux.
- Citations issues d'interventions médiatiques de personnes n'étant ni des porte-paroles nationaux, ni des têtes de pont locales, ni des militants locaux.
- Directs (via Périoscope)

Liste de tâches

Créer des listes publiques

- de journalistes locaux
- de médias locaux
- de personnalités locales ou de membres soutenant le mouvement
- de comptes twitter locaux du mouvement
- de comptes d'institutions et d'organisations locales (collectivités, syndicats, associations...)



Compte Instagram

Recommandations générales

Instagram est un média social à part. Quel que soit l'intérêt profond d'un contenu, il n'y sera consulté que s'il est très esthétique. Il faut une « ligne éditoriale » très précise, et que chaque publication corresponde à un type de contenu précis. Pas question d'utiliser le même modèle d'image pour annoncer une réunion ou pour une citation d'Arnaud Montebourg. L'utilisateur doit comprendre au premier regard quel est le sens global de la publication. Quelques recommandations, donc, avant de lancer votre page instagram locale :

- *Ne faites ce choix que si vous avez une ou plusieurs personnes compétentes en termes de graphisme ou de photographie. À minima, chaque publication (même une simple photo) doit comporter le logo de l'engagement.*
- *Les photographies ne doivent pas être indicatives : elles doivent être belles. Une photographie peut être de qualité, même si elle est prise au smartphone.*
- *L'usage de mots-dièse (hashtags) est conseillé, même s'ils doivent être utilisés avec modération.*

Quelle configuration ?

Dénomination du compte

Afin de conserver une harmonie relative entre les différents comptes locaux, le nom du compte est soumis à une charte. Dans les exemples qui suivent, « XX » correspond au numéro de département

- Pseudo (sur un compte instagram, il s'affiche en gras sous la photo de profil): L'Engagement XX
- URL du compte (sur un compte instagram, il s'affiche tout en haut, et s'affiche au-dessus de chaque photo.) : @Engagement_XX ou @EngagementXX. Si aucun de ces URL n'est disponible (certains peuvent être déjà pris), contactez un membre de l'équipe nationale avant de choisir votre nom.

Mail associé

Adresse mail exclusivement dédiée à cet usage (pas rendue publique). Moyen de récupération d'accès à la boîte mail avec adresse mail contact@l-engagement.fr

Biographie

Suivez l'actualité de l'antenne de l'Engagement dans le XX !

Site internet

Si vous ne souhaitez pas partager du contenu d'actualité, l-engagement.fr (le cas échéant, vous pouvez mettre le site internet local.). Si vous souhaitez partager du contenu d'actualité, créez un « linktree » (Voir plus bas)

Choix de l'image avatar

Le Logo de l'Engagement (disponibles à l'adresse : <https://kit-graphique.l-engagement.org/Departements/>)




Suggestion d'activité sur Instagram :

- Relayer les post du compte national en « Story. »
- Partager en publication les articles de presse qui concernent le mouvement au niveau local. Attention : Il n'est pas possible de mettre des liens en description de chaque publication. Pour cela, il faut créer un « linktree » , le mettre en biographie du compte et préciser à chaque post « lien dans la biographie.
- Suivre les personnalités locales et les militants qui pourraient nous rejoindre pour élargir l'audience du compte.
- Poster régulièrement des photographies des actions militantes locales, des réunions, etc.

Canal Telegram

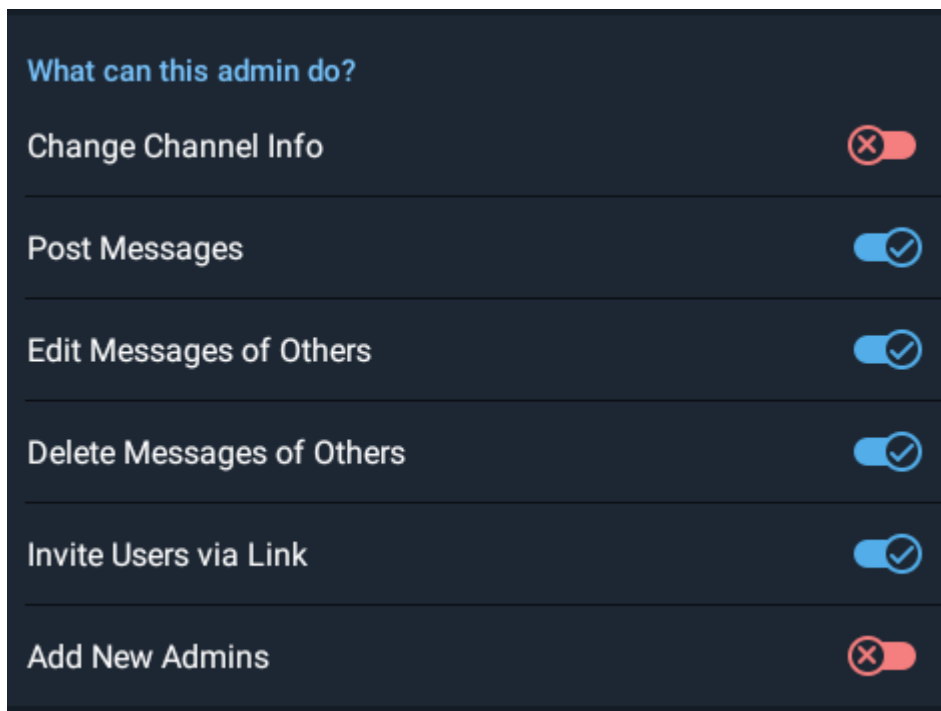
Un canal Telegram local est un outil puissant pour générer de l'interaction et de l'engagement. C'est également un outil qui permet de faire passer des informations rapidement à tous les militants locaux / personnes tierces qui le souhaitent.

Informations du Canal

- Le nom du Canal Telegram doit être « L'Engagement - XX » (XX = numéro de département)
- La biographie doit être «  Mouvement souhaitant la candidature d'Arnaud [@montebourg](#) pour l'élection présidentielle de 2022 - Nom du département en toutes lettres. »
- L'image de profil doit être la pastille de l'engagement, en version blanche ou violette, suivie du nom du département en bas à droite, en police Montserrat, en blanc ou violet.

Administrateurs

- Les têtes de pont peuvent choisir les administrateurs autorisés à fournir du contenu sur le Canal Telegram. Ils peuvent avoir accès à tous les droits, sauf celui d'ajouter de nouveaux administrateurs et de changer les informations du canal (cf. Capture d'écran jointe)





Types de contenus autorisés.

- Informations générales concernant le mouvement national ou l'antenne locale (réunions, actualités, etc.), avec ou sans visuels.
- Interventions médiatiques des têtes de pont locales ou des militants locaux, sous réserve d'approbation par les têtes de pont.
- Partage d'articles, locaux ou nationaux, concernant l'Engagement ou Arnaud Montebourg
- Liens vers les publications sur les réseaux sociaux.
- Communiqués de presse

Boucles et groupes messageries (Signal ou Telegram)

Administrer une antenne départementale de l'Engagement nécessite d'organiser les militants dans différentes conversations. Néanmoins, cela peut être très vite chronophage et la multiplication des boucles de discussion nuit à la qualité de la mobilisation. Nous proposons donc une sélection de « bonnes habitudes ». Cette dernière partie est plus indicative que directive, car nous comprenons que chacun ait des manières différentes de s'organiser. **Ces recommandations s'appliquent aux groupes locaux.**

- Choisir une seule application de communication de groupe : cela permet que chacun soit à égalité et puisse bénéficier des informations. Nous préconisons l'usage de Telegram ou Signal. Ces deux applications, très répandues dans le milieu politique, sont suffisamment sécurisées pour y avoir des discussions politiques.
- Les conversations à plusieurs deviennent très rapidement des lieux de débats et il est souvent difficile de suivre le fil. Nous préconisons de créer deux conversations « principales » réunissant l'ensemble des militants : une première dédiée au partage d'informations essentielles, et la seconde à la continuité des discussions et débats. La première conversation doit être strictement modérée par un ou deux administrateurs afin d'éviter qu'elle ne devienne un capharnaüm.
- Créer des conversations subalternes dédiées à chaque tâche. Par exemple, une conversation concernant la veille médiatique, une conversation concernant la communication, une conversation concernant la mobilisation, etc. Au moins une tête de pont doit être présente dans chaque conversation.



Pour un groupe local

groupe Facebook

Recommandations générales

Un groupe facebook est un outil privilégié de partage d'informations et de contenu militant. Avoir un groupe facebook local permet d'augmenter le taux d'engagement sur des publications importantes et de ne pas louper les informations importantes. C'est un groupe de veille à taille humaine, mais cela peut aussi être handicapant pour l'image du mouvement s'il est mal modéré. Attention : Facebook a fait savoir récemment que son algorithme défavoriserait désormais systématiquement les groupes à caractère politique. Il faut donc être particulièrement vigilant à ce que ceux-ci soient bien gérés, afin de ne pas réduire leur portée et leur utilité.

Configurations du groupe Facebook

Dénomination du groupe

Pour des enjeux de reconnaissance et de référencement, votre groupe doit avoir pour nom :

« l'Engagement [nom du territoire / de la ville] avec Arnaud Montebourg »

Exemple : « l'Engagement sénonais avec Arnaud Montebourg »

Habillage visuel :

Choix de l'image de couverture : vous pouvez reprendre la couverture utilisée par la groupe Facebook national ou bien utiliser un visuel représentant votre territoire, agrémenté du logo « cartouche » de l'Engagement (voir charte graphique)

Choix de l'image avatar : Il n'existe pas de déclinaison locale du logo de l'Engagement (la déclinaison la plus basse étant la déclinaison départementale). Vous devez donc utiliser le logo neutre : <https://kit-graphique.l-engagement.org/>

Description

Rejoignez le mouvement sur <http://l-engagement.fr/>

Ce groupe Facebook est un espace d'échanges entre les personnes du/de [nom du territoire / de la ville] membres ou proches du Mouvement l'Engagement qui soutiennent la démarche et les idées portées par Arnaud Montebourg.

Pour les autres qui souhaitent simplement se tenir informer et débattre, rendez-vous sur le page Facebook du Mouvement sur laquelle vos commentaires sont les bienvenus :

<https://www.facebook.com/lengagementmontebourg>

Pour favoriser des échanges constructifs et bienveillants, les membres de ce groupe sont invités à respecter des règles. Des bénévoles sont chargés d'animer ce groupe et de veiller au respect de ces règles.

Confidentialité

groupe privé

Un groupe secret ne sera visible de personne d'autres que les invités.

Un groupe public rend transparent les discussions et les membres y compris aux non membres et nécessite donc d'être très bien modéré (et notamment de filtrer à l'entrée et de modérer les messages)

Masquer le groupe

visible (tout le monde peut trouver ce groupe)

**Localisation****Affiliation du groupe****Fonctionnalités supplémentaires****Type de groupe****Salons****Modules d'apprentissage social****Gérer les adhésions****Qui peut rejoindre le groupe****Qui peut approuver les demandes d'adhésion****Adhésions pré approuvées****Gérer les publications****Qui peut publier****Approuver toutes les publications des membres****Approuver les modifications**



Paramètres avancés

Pages associées

1 page associée (L'engagement <https://www.facebook.com/lengagementmontebourg>)

Pour que votre groupe soit référencé parmi les groupes officiels

Groupes recommandés

groupe national (<https://www.facebook.com/groups/210808645612375>)

Pour que votre groupe soit référencé parmi les groupes officiels

Apps

Aucune

Questionnaire d'adhésion

OUI

Comment avez-vous connu ce groupe Facebook ?

réponse rédigée

Avez-vous bien noté que se retrouvent sur ce groupe les personnes qui veulent apporter leur soutien au Mouvement l'Engagement avec Arnaud Montebourg ?

case à cocher : OUI / NON

Avez-vous déjà rempli le formulaire en ligne pour rejoindre le mouvement sur <https://l-engagement.fr>

case à cocher : OUI / NON

Activer le champ d'approbation des Règles du groupe

Qui inviter et accepter dans le groupe ?

Les groupes d'organisations départementaux doivent être réservés :

- Aux personnes intéressées par la candidature d'Arnaud Montebourg dans le territoire et volontaires pour participer aux activités de l'Engagement.
- Aux personnalités politiques qui soutiennent l'activité d'Arnaud Montebourg.

Doivent être refusés :

- Les journalistes.
- Les personnes identifiées comme appartenant à un autre groupe politique. Sont tolérées les personnes n'étant pas cadres d'un autre parti ou mouvement si elles peuvent être potentiellement, à terme, un soutien de l'Engagement.
- Les comptes pouvant être des « trolls » (utilisateur de réseau social qui s'amuse à générer des polémiques)



- Les comptes qui pourraient être des faux ou des robots.

Comment modérer ?

Les administrateurs et modérateurs de groupe ont la possibilité d'utiliser un certain nombre d'outils pour contrôler le contenu publié sur le groupe. Cette tâche doit être réalisée avec subtilité ; si le groupe ne doit pas être en « friche », les modérateurs ne doivent pas non plus passer aux yeux des utilisateurs comme des censeurs, car cela risquerait de nuire à l'image du mouvement.

Règles générales :

- Tout écart aux règles du groupe peut être sanctionné en fonction de leur « gravité ». Par exemple, un utilisateur qui aurait sciemment créé une polémique peut être rendu muet quelques jours, et un utilisateur qui en aurait insulté un autre peut-être rendu muet définitivement voire exclu du groupe.
- Le contenu doit être strictement consacré à l'Engagement, d'une manière ou d'une autre, ou générer un débat utile au dialogue au sein du mouvement. Une publication concernant un chat écrasé, même s'il s'agit d'une fine introduction à un discours politique sur le manque de lampadaires sur la voirie, n'a pas sa place sur le groupe. En revanche, une critique fine du budget d'un département qui aurait investi plus d'argent dans la communication que dans la sécurité routière peut avoir son intérêt.
- Les statuts sur des sujets très clivants ne sont pas à censurer ; néanmoins, les commentaires doivent être strictement modérés. Une bonne solution pour conserver un débat correct tout en ne froissant aucun égo est de « masquer » les commentaires dérangeants ; les commentaires masqués ne sont plus visibles des autres utilisateurs, mais celui qui l'a rédigé ne s'en rend pas compte.
- Les statuts à vocation humoristique, « mèmes » par exemple, sont à éviter. Les modérateurs peuvent gentiment proposer aux utilisateurs de rejoindre des groupes dédiés, comme le [Neurchi d'Arnaud Montebourg](#), entièrement dédié au partage d'images drôles sur Arnaud Montebourg.
- Les statuts concernant des sujets complètement annexes ou n'apportant rien au débat ne doivent pas être publiés.
- En cas de conflit entre deux ou plusieurs utilisateurs, les modérateurs peuvent rendre muet les importuns le temps d'organiser une médiation. En réunissant les utilisateurs impliqués dans une conversation privée, ils peuvent leur faire entendre que leur comportement nuit au mouvement et leur proposer de mener leurs discussions sereinement.

Compte Twitter

Recommandations générales

Twitter est un réseau social qui nécessite une présence continue et une réactivité forte. Le contenu produit peut prendre une grosse ampleur en très peu de temps, aussi la gestion d'un compte twitter impose une **vigilance accrue** et une précaution particulière.

- Bien que départemental, le compte twitter que vous créerez et administrerez représente l'Engagement. Ce n'est pas un compte personnel. Les propos que vous y tiendrez doivent être en harmonie totale avec la ligne politique du mouvement, et ce, même si vous n'êtes pas, à titre individuel, totalement d'accord.
- Les tweets et contenus produits pour Twitter doivent être harmonieux avec le reste des contenus produits par l'Engagement. La charte graphique doit être **scrupuleusement**



respectée. Les tweets doivent être écrits dans un langage correct, sans abréviations (si la limite de caractère imposée par Twitter vous contraint, trouvez d'autres formulations ou rédigez des *Threads*)

- La politique de « retweet » doit être maîtrisée : ne partagez jamais du contenu sans être sûrs à 100% de la fiabilité politique de ceux-ci. Exemple : même si un partisan d'un autre parti approuve une prise de parole d'Arnaud Montebourg, vérifiez d'abord son appartenance partisane avant de le retweeter.
- Il est permis de s'exprimer sur la politique locale avec les comptes départementaux. De fait, il n'existe pas nécessairement de position nationale commune sur l'ensemble des sujets. **Si vous avez le moindre doute, contactez votre référent national avant de vous exprimer sur le compte Twitter.**

Quelle configuration ?

Dénomination du compte

Afin de conserver une harmonie relative entre les différents comptes locaux, le nom du compte est soumis à une charte.

- Nom d'affichage (Nom du compte, affiché en gras sur Twitter) : L'Engagement [Nom du territoire / de la ville]
- Tweet Name (précédé d'un @) : @engagementnomduterritoire. Si ce format de Tweet Name n'est pas disponible, contactez l'équipe nationale.

Mail associé

adresse mail exclusivement dédiée à cet usage (pas rendue publique). Moyen de récupération d'accès à la boîte mail avec adresse mail contact@l-engagement.fr

Biographie

La biographie de tous les comptes twitter locaux est soumise à une charte. Elle doit-être écrite ainsi :

« ≡ Mouvement souhaitant la candidature d'Arnaud @montebourg pour l'élection présidentielle de 2022 - Nom du territoire / de la ville en toutes lettres. »

Exemple, pour le compte de l'Engagement sénonais:

Nom d'affichage : L'Engagement Sénonais

Tweet name : @Engagementsenonais

Biographie : « ≡ Mouvement souhaitant la candidature d'Arnaud @montebourg pour l'élection présidentielle de 2022 - Sénonais. »

Choix de l'image de couverture

L'image de couverture (ou bannière, image horizontale figurant en haut du profil) doit être cohérente et donner rapidement l'angle du compte twitter.. Dans l'attente d'outils graphiques supplémentaires, l'image de couverture des comptes locaux doit être la même que l'image de couverture du compte national.



Choix de l'image avatar

Il n'existe pas de déclinaison locale du logo de l'Engagement (la déclinaison la plus basse étant la déclinaison départementale). Vous devez donc utiliser le logo neutre : <https://kit-graphique.l-engagement.org/>

Précisions de sécurité.

- Recenser et mettre régulièrement à jour la liste de toutes les personnes ayant accès aux codes du compte twitter.
- Ne réserver l'accès à l'adresse courriel liée au compte qu'aux responsables du groupe local.
- Si plusieurs personnes doivent, pour quelque raison que ce soit, collaborer ensemble pour administrer les comptes twitter, privilégier l'usage d'outils tiers qui permettent de ne pas partager les informations de connexion (TweetDeck, par exemple.)
- Toujours faire valider les contenus politiques sensibles (Communiqués de presse, par exemple), par les têtes de pont du département dont fait partie le groupe local ou, le cas échéant, par l'équipe nationale.

Quels contenus ?

Types de contenus autorisés sans attention particulière :

- Citations d'Arnaud Montebourg, ou d'autres porte-paroles identifiés, issues d'interventions médiatiques, avec ou sans visuels.
- Informations générales concernant le mouvement national ou l'antenne locale (réunions, actualités, etc.), avec ou sans visuels.
- Informations, threads et réaction à l'actualité politique locale, sous réserve d'approbation par les têtes de pont, avec ou sans visuels.
- Interventions médiatiques des têtes de pont locales ou des militants locaux, sous réserve d'approbation par les têtes de pont.
- Partage d'articles, locaux ou nationaux, concernant l'Engagement ou Arnaud Montebourg

Types de contenus autorisés avec la validation des têtes de pont / après discussion collective (**en cas de doute, ne pas hésiter à contacter l'équipe nationale**) :

- Vidéos ne correspondant pas à de l'information générale concernant l'actualité locale du mouvement ou des interventions médiatiques.
- Partage d'articles, locaux ou nationaux, sans lien direct avec l'Engagement ou Arnaud Montebourg.
- Interventions médiatiques de personnes n'étant ni des porte-paroles nationaux, ni des têtes de pont locales, ni des militants locaux.
- Citations issues d'interventions médiatiques de personnes n'étant ni des porte-paroles nationaux, ni des têtes de pont locales, ni des militants locaux.
- Directs (via Périscope)



Liste de tâches

Créer des listes publiques

- de journalistes locaux
- de médias locaux
- de personnalités locales ou de membres soutenant le mouvement
- de comptes twitter locaux du mouvement
- de comptes d'institutions et d'organisations locales (collectivités, syndicats, associations...)

Compte Instagram

Recommandations générales

Instagram est un média social à part. Quel que soit l'intérêt profond d'un contenu, il n'y sera consulté que s'il est très esthétique. Il faut une « ligne éditoriale » très précise, et que chaque publication corresponde à un type de contenu précis. Pas question d'utiliser le même modèle d'image pour annoncer une réunion ou pour une citation d'Arnaud Montebourg. L'utilisateur doit comprendre au premier regard quel est le sens global de la publication. Quelques recommandations, donc, avant de lancer votre page instagram locale :

- *Ne faites ce choix que si vous avez une ou plusieurs personnes compétentes en termes de graphisme ou de photographie. À minima, chaque publication (même une simple photo) doit comporter le logo de l'engagement.*
- *Les photographies ne doivent pas être indicatives : elles doivent être belles. Une photographie peut être de qualité, même si elle est prise au smartphone.*
- *L'usage de mots-dièse (hashtags) est conseillé, même s'ils doivent être utilisés avec modération.*

Quelle configuration ?

Dénomination du compte

Afin de conserver une harmonie relative entre les différents comptes locaux, le nom du compte est soumis à une charte.

- Pseudo : Choix du pseudo (sur un compte instagram, il s'affiche en gras sous la photo de profil : L'Engagement [Nom du territoire / de la ville])
- URL du compte (sur un compte instagram, il s'affiche tout en haut, et s'affiche au-dessus de chaque photo.) : @EngagementTerritoire. Si ce nom est déjà pris, contactez un membre de l'équipe nationale avant de choisir votre nom.

Mail associé : adresse mail exclusivement dédiée à cet usage (pas rendue publique). Moyen de récupération d'accès à la boîte mail avec adresse mail contact@l-engagement.fr

Bio : Suivez l'actualité de l'antenne de l'Engagement dans le [nom du territoire / de la ville]!

Site internet : Si vous ne souhaitez pas partager du contenu d'actualité, l-engagement.fr.. Si vous souhaitez partager du contenu d'actualité, créez un « *linktree* » (Voir plus bas)

Choix de l'image avatar : Le Logo de l'Engagement



Suggestion d'activité sur Instagram :

- Relayer les post du compte national / départemental en Story.
- Partager en publication les articles de presse qui concernent le mouvement au niveau local. Attention : Il n'est pas possible de mettre des liens en description de chaque publication. Pour cela, il faut créer un « [linktree](#) », le mettre en biographie du compte et préciser à chaque post « lien dans la biographie. »
- Suivre les personnalités locales et les militants qui pourraient nous rejoindre pour élargir l'audience du compte.
- Poster régulièrement des photographies des actions militantes locales, des réunions, etc.



Pourquoi...

... ne pas faire de page Facebook pour un département ou un groupe local ?

Le Mouvement étant tout récent, il est encore peu connu du grand public. Les gens vont donc chercher à le trouver sur internet et sur Facebook et vont donc utiliser pour cela les moteurs de recherche. Si plusieurs pages Facebook existent incluant le terme “l'Engagement” dans leur nom, les internautes auront du mal à trouver la page officielle nationale et le Mouvement aura donc du mal à être visible, à mobiliser et à recruter.

Contrairement à des médias sociaux comme Twitter ou Instagram, Facebook ne favorise pas les systèmes de micro-réseaux. C'est un réseau social où le temps passé par l'utilisateur sur chaque publication est plus élevé que sur les plateformes basées sur le micro-blogging (Twitter), l'image (instagram) ou l'interaction directe (applications de messagerie, Twitch).

Facebook a un fonctionnement particulier ; là où les autres médias sociaux favorisent voire encouragent une succession d'actions rapides (Retweets, interactions), il reste un média social qui « prend son temps », et n'est plus utilisé pour diffuser de l'information d'actualité. Aussi, la multiplication des pages et biais de communication aura tendance à dévaloriser le contenu politique produit par le mouvement plutôt qu'à le valoriser. Nous préférons donc axer la stratégie Facebook sur un double-axe : créer des groupes locaux d'interaction directe, et favoriser la centralisation des utilisateurs sur la page nationale du mouvement.

Sachez en outre que l'algorithme de Facebook défavorise par nature les publications politiques et favorise les grosses pages. En moyenne, lorsqu'une page fait une publication “naturelle” (sans publicité ou sponsoring), elle n'est vue que par 7% de ses fans. Autrement dit, en moyenne 93% des fans ne voient pas les publications de la page à laquelle ils se sont abonnés. C'est pourquoi il est préférable de concentrer les efforts sur une page et fédérer les interactions sur les publications de cette dernière pour rendre visibles les messages (plus le nombre de personnes qui interagissent avec une publication, plus cette dernière est “poussée” par l'algorithme sur les fils d'actualité des utilisateurs de Facebook).

... ne pas créer de chaîne Youtube pour un département ou un groupe local ?

Le Mouvement l'Engagement est tout jeune et encore peu référencé sur internet. La chaîne Youtube du mouvement national permettra d'aider à un meilleur référencement et donc à plus de visiteurs de se rendre sur le site internet pour s'inscrire ou faire un don par exemple, ce qui est crucial pour le développement du Mouvement. Si d'autres pages Youtube portant ce nom sont également créées à ce stade, cela pourrait venir concurrencer la chaîne nationale.

En revanche, si vous en avez le temps, les moyens et l'envie, vous êtes encouragés à créer des vidéos et nous nous ferons un plaisir de les publier sur la chaîne nationale.

... préférer Signal ou Telegram comme application de messagerie instantanée (et pas WhatsApp par exemple) ?

Signal est une solution libre et sécurisée du point de vue des données personnelles. Elle n'appartient pas à un géant du Web.



Telegram est une alternative indépendante également mais disposant de fonctionnalités bien plus étendues que signal (et que WhatsApp aussi) notamment pour créer des canaux ou accéder depuis son ordinateur même lorsque son mobile est déconnecté.

Ils sont en outre très simples à installer sur un smartphone ou un ordinateur et faciles à prendre en main et à utiliser.

Enfin, WhatsApp appartient à Facebook, ce qui pose question en matière de souveraineté numérique et de protection des données personnelles. Le mouvement essaie à tous les niveaux, autant que possible (car c'est parfois très difficile) de mettre en adéquation ses pratiques avec ses combats.

Derniers conseils avant la mise à l'eau.

Et voilà, vous êtes (presque) prêts à donner à votre département ou à votre groupe local les outils numériques qu'il mérite ! Mais avant, quelques conseils globaux et recommandations.

- Les contenus visuels fonctionnent mieux que les contenus qui se contentent de l'écrit. Aujourd'hui, il existe de nombreux logiciels gratuits permettant de réaliser des visuels de qualité. Pour les non-initiés, nous conseillons [Canva](#), très intuitif. Pour les plus initiés, [Pixlr](#) permet l'utilisation d'un système de calques, comme Photoshop. L'Engagement met à disposition de tous une charte graphique très fournie à consulter [ici](#). Elle est à lire absolument, et des modèles de visuels y sont proposés. La charte graphique doit être impérativement respectée.
- Pa 2 langage SMS ! Préférer faire plusieurs tweets, ou enlever des phrases, plutôt que de raccourcir les mots. Évidemment, l'orthographe doit être la plus correcte possible.
- Pas d'anglicisme ! Ne préférons nous pas avoir des appels de groupe que des *conf calls* ?
- Les comptes locaux peuvent recevoir des messages privés, de différentes natures :
 - « Je souhaite m'engager » : mettre en lien la personne avec les responsables du groupe local ou les têtes de pont départementales. Ne pas oublier de leur rappeler qu'il faut s'inscrire via le formulaire *Agir* du site internet.
 - « Questions de journaliste » : ne jamais prendre unilatéralement la décision de répondre à un journaliste, envoyer les responsables de groupe ou les têtes de pont si possible. Sur les sujets « risqués », demander des questions écrites.
 - « Je veux rencontrer Arnaud Montebourg » : si la proposition vous semble pertinente d'un **point de vue politique** (L'Engagement ne s'occupe pas des activités professionnelles d'Arnaud Montebourg), renvoyez la demande vers l'adresse contact@l-engagement.fr. Sinon, déclinez poliment.
 - « Questions de citoyens sur divers sujets » : S'il s'agit d'une question sur la position de l'Engagement à propos d'un sujet précis, vérifiez d'abord s'il y a une position publique et connue du mouvement (ou d'Arnaud Montebourg). S'il n'y a pas de position publique, ne répondez pas en votre nom et proposez à la personne de faire connaître au pôle idées ses positions et son argumentaire. S'il s'agit d'une question à laquelle vous avez la réponse mais qui n'est pas encore publique, ne répondez pas, et **ne faites pas comprendre à votre interlocuteur que vous savez**.
 - « insultes à l'encontre du mouvement et / ou d'Arnaud Montebourg » : bloquez le compte. Si les insultes / menaces vous semblent préoccupantes, pour la sécurité morale ou physique d'une personne ou d'un groupe de personnes, notifiez-en l'équipe nationale. **Ne répondez jamais**.

Fiche 3

Mail type tout public d'appel à rejoindre le mouvement

Bonjour,

S'engager est un acte citoyen, un acte ambitieux, par lequel on donne de soi, de son attention, une signature, parfois même un peu de son temps, ou de son argent. C'est un acte qui a du sens pour des causes justes, pour des combats qui ont besoin du soutien populaire le plus large possible.

Nous pensons que la défense du Made In France, la reprise du contrôle de nos vies, de notre travail pour lui donner une valeur à la juste mesure de son utilité, la lutte contre le réchauffement climatique, nous pensons que l'entraide et le soutien aux plus fragiles, la dignité de chacune de nos identités, la défense des libertés individuelles, nous pensons que ces causes sont justes et valent la peine de s'engager.

C'est pour les poursuivre que *L'Engagement* a été créé, et que nous comptons, à travers lui, porter ces combats dans la société et aux élections, en soutenant la candidature d'Arnaud Montebourg à l'élection présidentielle.

Rejoignez-nous, rejoignez les autres *Engagés*, et si vous aussi vous partagez ces conviction, engagez-vous :

<http://l-engagement.fr/>

Et pour aller plus loin et agir avec nous :

<https://agir.l-engagement.org/>

Partagez ce message et ce lien avec tous ceux qui, autour de vous, peuvent et souhaitent s'engager. Ne laissons pas de fatalité s'installer, Macron, Le Pen, tout cela n'est pas inéluctable. Portons ensemble d'autres messages, de solidarité, d'indépendance, d'entraide, et d'investissement dans l'avenir.

Suivez nous, et notre actualité, sur les réseaux : [...liens twitter facebook insta ...]

Amitiés,

Fiche 4

Mail type institutionnel de présentation du mouvement et de prise de contact

Bonjour,

Je me permets de vous écrire pour vous présenter L'Engagement, avec la conviction que ce mouvement, que je représente dans le département de [...], partage avec votre organisation des convictions, des aspirations et des combats. Le mouvement est né en janvier 2021 d'un d'un triple constat :

- Celles et ceux qui furent en 2020 les plus nécessaires à la société, les premiers de corvée, demeurent aussi les moins protégés, les moins rémunérés, les moins reconnus et les moins bien représentés dans la vie politique. Ce sont eux qui doivent être au cœur de l'action publique, mais aussi au cœur de la décision, et de notre fonctionnement démocratique.
- L'absence d'action résolue face à l'urgence climatique ne nous permettra de tenir ni nos engagements internationaux, ni la perspective d'habiter durablement des espaces toujours plus importants du territoire français au détriment des espaces naturels et terres agricoles
- La perte d'autonomie française, économique via l'industrie et la recherche, et stratégique via nos grandes entreprises, ne fait l'objet d'aucune mesure sérieuse pour y remédier - elle n'est pas une fatalité

C'est la raison pour laquelle L'Engagement soutient l'organisation d'une candidature d'Arnaud Montebourg à l'élection présidentielle française de 2022.

Nous sommes déterminés à nous mobiliser ici, sur le terrain, pour des combats qui apportent une réponse à ces enjeux. Protéger les industries et les savoir-faire sur le territoire et le made in France, fabriquer une économie et une société sobre énergétiquement et propre dans son fonctionnement, manger et consommer durable, défendre les premiers de corvée et les victimes d'un rapport de force inégal au travail ou dans leur vie privée.

Pour en savoir plus, vous pouvez vous rendre sur le site :

<https://l-engagement.fr>

Ou sur nos réseaux sociaux :

Nous serions très heureux de vous rencontrer, en visioconférence ou physiquement, pour vous exposer plus en détail nos objectifs, nos activités, et connaître avec vous les mobilisations communes que nous pourrions partager et les combats qui nous rassemblent.

Bien cordialement,

Fiche 5

Recueillir et organiser les adhésions à l'engagement

Les adhésions sont le nerf de la bataille politique, tant pour montrer l'élan d'un mouvement politique naissant, que pour favoriser un sentiment d'appartenance, et évidemment pour financer le fonctionnement quotidien et les campagnes d'une organisation en plein essor. Comment les faciliter et les gérer ? Comment connaître et former un groupe humain qui fonctionne ? Comment compléter la traditionnelle adhésion d'une levée de fond qui marque encore le pas en France ?

Les principales missions à assurer :

1. Proposer l'adhésion systématiquement
2. Gérer un fichier adhérents
3. Organiser la communication interne
4. Relever les compétences de chacun.e
5. Proposer la donation concrètement et repérer les donateurs

1/ Proposer l'adhésion systématiquement

Il y a plusieurs niveaux d'engagement : donner ses coordonnées pour recevoir des informations, être volontaire ou sympathisant et participer ponctuellement à des actions... ou adhérer. Proposer l'adhésion et un bulletin d'adhésion doit se faire à toutes les occasions et devenir un réflexe :

- **donner les liens d'adhésion à tous les nouveaux adhérents** pour qu'ils proposent à leurs proches <https://l-engagement.fr>

Idée action pour le groupe local :

proposer des missions régulières de type « tout le monde ramène un pote pour le prochain zoom » ou « faites une enquête d'opinion de 5 proches sur notre proposition emploi »...ces types de contacts favoriseront le rayonnement des adhérents auprès de leurs proches.

- **Proposer l'adhésion dans tous les événements**, actions qu'on organise et la faciliter : Fichier pdf modifiable, contact à rappeler pour la finaliser...l'adhésion doit être rapide et déboucher immédiatement sur l'intégration à un groupe local et permettre rapidement d'être utile.

Idée pratique pour une réunion :

organisez un atelier argumentation ! Sur un temps court, tout le monde doit trouver « les meilleurs arguments pour l'adhésion » en s'attachant à défendre de manière concrète les idées d'Arnaud Montebourg et le projet de « l'engagement »...ce qui permet au passage à tout le monde de se les approprier...et pour vous, responsable local, de voir qui les défend le mieux !



2/ Organiser la communication interne

Le kit militant vous proposera des ressources pour mobiliser votre groupe pour la communication sur les réseaux sociaux, des actions militantes, des réunions pour faire connaître le projet de « l'engagement ». Pour gérer ces activités, vous devez utiliser des outils de communication interne :

- Le **fil signal (conseillé car plus sécurisé) ou telegram** avec l'ensemble des adhérents du groupe, d'autres groupes thématiques (organisation, riposte...). Pour ce fil, vous devez définir des règles d'utilisation (garder son calme, rester sur le sujet, ne pas trop poster, les horaires potentiellement...).
- Des **réunions régulières** à institutionnaliser (un jour fixe peut aider tout le monde à s'organiser mais il faut aussi y déroger de temps en temps au cas où certains sont pris ce jour là systématiquement). Voir notre fiche animation dans le kit militant.
- Prévoir un **espace de stockage** et des **modalités de visio conférence** à l'avance, elles vous seront utiles. Pour les groupes plus importants, on peut intégrer une **application de suivi de projet** (ex. Trello) pour répartir les tâches.

3/ Relever les compétences de chacun et chacune

Beaucoup de personnes ont adhéré à une organisation (associative, syndicale, politique)...mais n'y sont pas restées car on ne leur a pas proposé de s'impliquer ! **L'accueil des militants est primordial** : la nouvelle personne doit se sentir intégrée au groupe, utile, pour cela nous vous proposons de collecter les moyens, les compétences, les savoirs qu'une personne peut apporter au groupe et d'organiser l'action du groupe pour permettre à chacun.e d'être mis.e en avant à un moment donné pour cet apport. Celle qui est passionnée par les questions internationales, celui qui sait fabriquer du savon écologique, celui qui a une camionnette très pratique pour le collage...

Idée pratique pour une réunion : Partagez les compétences dans le groupe ! Soit en visio par le biais de sous-groupes (permis par zoom) soit en présentiel en formation des duos, soit en groupe complet en visio en utilisant un tableau partagé de type padlet, ou carte mentale, proposez à chacun de noter ce qu'il peut apporter. Valorisez une diversité d'apports pour permettre à tout le monde d'être concerné.

Accueillir, c'est aussi s'assurer que la nouvelle personne comprend le fonctionnement de l'organisation, qu'il n'y a pas de malentendu. Cela peut être le rôle de l'animateur du groupe ou être délégué à des militant.e.s en charge de l'accueil.

4/ Proposer la don de manière concrète

Le financement de la vie politique française depuis les années 90 fait que ce n'est pas un réflexe en politique, mais c'est indispensable pour une nouvelle organisation. La levée de fond sera organisée et suivie à l'échelle nationale et régionale, mais à l'échelle locale on peut :

- **proposer systématiquement le don** dans les événements et les actions, faciliter le don, et expliquer concrètement à quoi il va servir. ex. 20 euros c'est 500 tracts...les micro-dons ont fait le succès des campagnes américaines.
- **savoir expliquer facilement pourquoi on le demande** (parti naissant), comment les dons sont traités, comment il faut les faire valoir fiscalement et ce que permet la loi (7500 euros par personne par an, avec une limite de 15 000 par foyer fiscal), et une réduction fiscale (66% des sommes versées dans la limite de 20% du revenu imposable. Pour un don de 100€, je serais non imposé sur 66€, j'aurais donc in fine payé 33€). En campagne électorale on peut aussi donner jusqu'à 4600 euros pour un candidat. Le don doit être fait à un mandataire ou une association de financement.
- **repérer les donateurs potentiels** : proposer systématiquement aux adhérents d'aller plus loin avec un don régulier. Vous pouvez repérer des donateurs qui pourraient être rappelés par votre relais régional ou l'équipe nationale, n'hésitez pas à prendre contact avec ce relais régional.

Fiche 6

Dispositif de collecte de dons

1/ Pourquoi récolter des dons ?

L'Engagement est un mouvement populaire ouvert à toutes et à tous. Il est important que chacun puisse s'impliquer et être reconnu quels que soient ses moyens.

Mouvement neuf et citoyen, contrairement aux partis existants, l'Engagement ne peut compter que sur notre mobilisation collective et nos dons. Nous ne disposons pas des financements des grands partis, notamment l'aide financière de l'Etat qui dépend essentiellement du nombre d'élus rattachés à un groupement politique donné. Pour mener nos combats collectifs, le soutien des Engagés est donc essentiel. Il peut s'agir bien sûr du soutien lié au paiement des adhésions, mais aussi des dons complémentaires venant des adhérents et des sympathisants. Il ne faut donc pas négliger le travail de récolte de dons et d'identification des potentiels donateurs. De ces ressources dépendent notre capacité à faire fonctionner l'organisation et à mener des actions pour défendre nos valeurs.

Chaque don compte.

Chaque euro donné, rend possible une action, un événement, une pétition, un combat, une communication au plus grand nombre.

2/ Organisation de la collecte de dons

Les animateurs locaux ont un rôle fondamental à jouer dans la collecte de dons. Vous recevrez le contact de votre référent "Dons" régional, qui vous aidera à coordonner vos actions.

Voici les actions importantes à mener :

- Ne pas hésiter à relayer les appels aux dons envoyés par le mouvement l'Engagement, notamment par e-mailing ;
- Renvoyer clairement au module de don en ligne, sur les réseaux sociaux, sur les visuels, les supports de communication ;
- Consacrer une minute ou deux à la question des dons à chaque événement organisé: beaucoup de militants sont prêts à participer, il ne faut pas hésiter à en parler même s'il faut toujours rappeler que personne ne doit se sentir en difficulté s'il n'a pas les moyens de donner ;
- Identifier et faire remonter au référent régional les noms des potentiels donateurs pour lesquels un coup de fil d'une personne du mouvement serait nécessaire.

3/ Qui peut donner et comment ?

En cohérence avec notre projet et nos valeurs, nous devons être exemplaires dans la vie politique et dans son financement. C'est pourquoi nous avons pris le temps de structurer nos processus financiers, afin d'assurer une totale transparence et un respect absolu des dispositions légales et réglementaires. Les animateurs locaux sont les garants de cette approche sur leur territoire.

Qui peut donner ?

Il est essentiel de bien connaître les quelques règles importantes en matière de financement des partis politiques :

- une personne physique peut faire un don si elle est de nationalité française ou si elle réside en France à hauteur de 7 500€ maximum par an (15 000€ par foyer fiscal) ;
- les dons des personnes morales (hors groupements politiques) sont strictement interdits ;
- les donateurs peuvent bénéficier d'une réduction fiscale à hauteur de 66% de leur don (dans des limites prévues par la loi).

L'existence de ces règles très strictes explique pourquoi nous favorisons un don via la plateforme internet: chaque donateur devra y confirmer qu'il ou elle est de nationalité française et/ou réside en France et que les dons proviennent bien de son compte personnel et non du compte d'une personne morale. A défaut d'un don sur la plateforme, il conviendra de faire signer un formulaire de don nous permettant cette même vérification.

Comment donner ?

- De préférence et prioritairement sur le module de don du site internet de l'Engagement: <https://l-engagement.fr>
- Si cela n'est pas possible, par chèque ou virement en utilisant le formulaire papier disponible aux pages suivantes. Attention, pour les chèques tirés d'un compte joint, le donataire, signataire du chèque, doit mentionner son nom.
- Un don en espèces ne pourra être accepté que de manière exceptionnelle, en cas de nécessité, et avec l'accord écrit du référent régional qui s'assurera également de la traçabilité du don. Les dons en espèces sont limités par la loi à 150€ au maximum.
- Il est possible de donner en une fois ou mensuellement.

Formulaire de don

Version du 31 mars 2021 - Pour mener nos combats, votre soutien et votre don sont essentiels. Nous sommes nombreux et nos dons, même modestes, sont plus forts que les intérêts économiques privés. Pour respecter strictement la loi sur le financement de la vie politique, les dons sont adressés à l'AFP (association de financement du parti "l'engagement" déclarée en préfecture le 23 décembre 2020 et agréée par la Cnccfp en date du 1er mars 2021).

Votre don

<input type="checkbox"/> 30 € 10,20 € après réduction fiscale	<input type="checkbox"/> 50 € 17 € après réduction fiscale	<input type="checkbox"/> 100 € 34 € après réduction fiscale
<input type="checkbox"/> 250 € 85 € après réduction fiscale	<input type="checkbox"/> 500 € 170 € après réduction fiscale	<input type="checkbox"/> €

Les dons aux partis politiques sont déductibles des impôts à hauteur de 66% dans une limite de 20% du revenu imposable du contribuable.

Règlement

<p>par chèque à l'ordre de AFPE</p> <p>à adresser avec ce formulaire à : Mouvement l'Engagement à l'attention de Frédéric Massot 27 rue du Closeau 94350 Villiers-Sur-Marne</p>	<p>par virement</p> <p>en envoyant ce formulaire complété à finances@l-engagement.fr qui vous enverra par retour de mail les coordonnées bancaires de l'association de financement.</p>
<p>Règles sur le financement de la vie politique</p> <p><i>Premier alinéa de l'article 11-4 de la loi 88-227 du 11 mars 1988 modifiée : une personne physique peut verser un don à un parti ou groupement politique si elle est de nationalité française ou si elle réside en France. Les dons consentis et les cotisations versées en qualité d'adhérent d'un ou de plusieurs partis ou groupements politiques par une personne physique dûment identifiée à une ou plusieurs associations agréées en qualité d'association de financement ou à un ou plusieurs mandataires financiers d'un ou de plusieurs partis ou groupements politiques ne peuvent annuellement excéder 7 500 euros.</i></p> <p><i>Troisième alinéa de l'article 11-4 : Les personnes morales à l'exception des partis ou groupements politiques ne peuvent contribuer au financement des partis ou groupements politiques, ni en consentant des dons, sous quelque forme que ce soit, à leurs associations de financement ou à leurs mandataires financiers, ni en leur fournissant des biens, services ou autres avantages directs ou indirects à des prix inférieurs à ceux qui sont habituellement pratiqués. Les personnes morales, à l'exception des partis et groupements politiques ainsi que des établissements de crédit et sociétés de financement ayant leur siège social dans un Etat membre de l'Union européenne ou partie à l'accord sur l'Espace économique européen, ne peuvent ni consentir des prêts aux partis et groupements politiques ni apporter leur garantie aux prêts octroyés aux partis et groupements politiques.</i></p> <p><i>Premier alinéa de l'article 11-5 : Les personnes qui ont versé un don ou consenti un prêt à un ou plusieurs partis ou groupements politiques en violation des articles 11-3-1 et 11-4 sont punies de trois ans d'emprisonnement et de 45 000 € d'amende.</i></p>	

Vos informations

Merci de tout saisir en LETTRES CAPITALES (en particulier le mail)

PRÉNOM : _____ **NOM :** _____

☐ Madame

☐ Monsieur

☐ Autre

Email : _____ **Téléphone :** _____

Adresse postale : _____

Code postal : _____ **Commune :** _____

Pays : _____ **Nationalité :** _____

Titulaire d'un mandat électif : ☐ OUI ☐ NON

☐ J'accepte de recevoir des e-mails du mouvement l'Engagement.

Dans le cadre de la loi informatique et liberté de juillet 1978 et du Règlement Général pour la Protection des Données, vous disposez d'un droit d'accès, de modification et de suppression de vos données personnelles informatisées. Vous pouvez consulter notre charte sur la protection des données sur l-engagement.fr et pouvez exercer vos droits en nous écrivant à dpo@l-engagement.fr.

Attestation sur l'honneur

- ☐ Je certifie sur l'honneur donner en tant que personne physique et que le règlement de mon don ne provient pas du compte d'une personne morale mais de mon compte bancaire personnel.
- ☐ Je certifie être de nationalité française ou résider fiscalement en France.
- ☐ J'ai lu et j'accepte les mentions d'information relatives au recueil de mes données personnelles qui seront transmises, ainsi que le montant de mon don, à la CNCCFP (Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques) pour l'édition d'un reçu fiscal.

Date :

Signature

Fiche 7

Organiser une conférence de presse au niveau local

Une fois que mon groupe local est constitué et a des projets, des actions, je peux le présenter à la presse locale.

1/ Comment organiser la conférence de presse ?

Je peux demander au national de m'accompagner pour avoir des contacts presse.

Dans l'idéal, j'invite au moins trois journalistes : presse écrite locale (quotidienne et hebdomadaire, France Bleu et France 3 pour la région).

Le communiqué de presse: Adressé par mail aux rédactions, il reste court (pas plus d'une dizaine de lignes) avec un titre percutant et des premières lignes qui répondent aux questions de type "Où", "Qui", "Pourquoi", "Quoi", "Quand".

2/ Où organiser la conférence de presse ?

Si les conditions sanitaires ne permettent pas une réunion physique, je fais la conférence de presse en visioconférence. Détail technique : je veille à bien fermer les micros des participants qui n'ont pas la parole pour éviter un écho.

Je fonctionne en deux temps : je commence par présenter le groupe local, le soutien au candidat, nos actions à venir puis je laisse la parole aux journalistes pour les questions.

Autrement, je peux organiser la conférence de presse dans une salle communale ou dans un café après avoir obtenu l'accord du propriétaire. Toujours la même chose, la conférence de presse se fait en deux temps : présentation puis questions.

Je veille à avoir une diversité de militants si des images sont prises par les journalistes.

3/ Quels sujets aborder ?

Lors de ma présentation, je parle du mouvement, de la constitution d'un groupe local pour relayer et faire vivre les idées du candidat dans le département. Le groupe a vocation à accueillir et répondre aux questions des habitants du département intéressés par la démarche du candidat.

Préparation préalable: je m'entraîne avec celles et ceux qui m'accompagnent pour répondre aux questions pièges, ne pas se contredire et savoir à l'avance qui répond à quoi. Je réfléchis à l'avance aux éléments qui doivent absolument figurer dans les articles, les fameux "éléments de langage", à répéter si besoin.