

Vous voulez organiser un evenement public ?





Stands, Marches, Manifestations Silencieuses, Rassemblements, Expositions...

Un moyen efficace de diffuser votre message et d'attirer l'attention des médias est d'organiser un événement public : marche jusqu'au ministère de la Défense, rassemblement devant le siège d'une entreprise ou d'une usine de production de mines terrestres, distribution de tracts à la sortie d'une rencontre de responsables gouvernementaux, organisation d'une représentation théâtrale dans la rue... Pour cela,



planification, imagination et travail sont tout ce dont vous avez besoin !

N'oubliez surtout pas de¹ :

- **Prévoir.** Organisez une réunion afin d'élaborer une stratégie et assurez-vous qu'un petit groupe de personnes sera responsable de sa mise en œuvre. Informez les autorités compétentes (par exemple, la préfecture de police si vous organisez une marche) et veillez à ce que quelques personnes soient présentes avant et après l'événement, afin de tout préparer et de tout nettoyer. L'idéal est de parvenir à une forte médiatisation en dérangeant au minimum la population.
- **Négocier des partenariats.** Il est parfois utile de demander à des personnes ou organisations renommées d'apporter leur soutien, par exemple, en offrant un porte-parole, en participant à l'organisation sur le plan pratique ou en fournissant de la main d'œuvre. Informez-les bien sur l'événement et sur le message que vous voulez faire passer, partagez les informations et les documents dont vous disposez et préparez l'événement ensemble.
- **Promouvoir l'événement.** Vous devrez élaborer une stratégie de communication pour attirer des sympathisants et expliquer au public les raisons de votre engagement. Pour cela, vous pourrez distribuer des tracts dans votre communauté, placarder des affiches dans les lieux publics, placer des encarts publicitaires dans les journaux, diffuser une annonce dans la rubrique "événements/annonces" de votre radio locale, envoyer courriers, fax et e-mails à vos sympathisants, aux organisations locales partenaires, aux syndicats, aux universités et aux centres religieux. Toutefois, la meilleure publicité restant souvent le bouche-à-oreille,





demandez à vos sympathisants de faire circuler l'information en téléphonant à d'autres membres.

- **Faire passer votre message.** Si vous vous êtes réunis devant un bâtiment public pour soulever un problème, votre action sera nettement plus efficace si les passants savent de quoi il est question. Assurez-vous donc d'avoir des banderoles qui présentent votre message. La distribution de tracts au public constitue un autre moyen efficace. Préparez-vous également à répondre aux questions les plus souvent posées et formez de nouvelles recrues pour diffuser les messages de base de l'ICBL.
- **Planifier la couverture médiatique.** Afin d'attirer l'attention du public, efforcez-vous de choisir une heure opportune pour la télévision locale et la presse, car très souvent, les événements prévus en début de journée (avant le milieu de l'après-midi) font les titres du soir, contrairement à ceux qui se déroulent plus tard. Envoyez un communiqué de presse avant la tenue de l'événement (pour rédiger un communiqué de presse, reportez-vous à la brochure intitulée " Vous voulez médiatiser votre campagne ? ") et désignez un ou deux membres bien informés pour s'adresser aux médias. Ayez toujours quelques exemplaires de votre communiqué de presse et autres documents d'information à la disposition des journalistes. Pensez aux moyens de mettre en valeur l'aspect visuel de l'événement afin d'inspirer les opérateurs et les photographes ! (Lire les sections consacrées à la présentation et à l'organisation des expositions de photos dans la brochure intitulée " Vous voulez médiatiser votre campagne ? ").
- **Prévoir le matériel.** Organisez-vous à l'avance pour emprunter ou louer le matériel nécessaire (Exemples : banderoles, haut-parleurs, chaises...).
- **Obtenir des financements.** Lancez des demande de financement ou sollicitez des dons en nature (rafraîchissements, peinture pour les banderoles, papier pour les tracts, téléphones portables pour les organisateurs, etc.). Pour en savoir plus, reportez-vous à la brochure intitulée " Vous voulez organiser une conférence sur les mines antipersonnel ? " et consultez le point IV consacré aux demandes de financement.

Monter un stand

Les stands permettent de collecter des signatures pour les pétitions, de diffuser notre message et de collecter des dons. Quelques conseils pour monter efficacement un stand :

- **Où ? Quand ? :** Choisissez un centre commercial ou un espace très fréquentés (par exemple, lors d'une foire ou d'une exposition, au cours d'un événement organisé sur un campus ou rassemblant un certain type de public) ainsi qu'une heure de grande affluence (un samedi matin ou un jour férié, par exemple).
- **Faire passer le message:** Assurez-vous que la présentation de votre stand invite les passants à s'arrêter et à poser des questions. Pour cela, utilisez des affiches, des banderoles et autres pour le mettre en valeur. Prévoyez une banderole sur laquelle figure le nom de





VOUS

VOULEZ

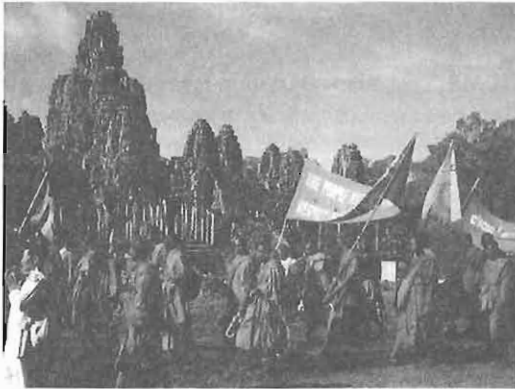
ORGANISER

UN

EVENEMENT

PUBLIC

?



vosre campagne ainsi qu'un slogan accrocheur afin de mieux véhiculer le message. Préparez des brochures d'information, des autocollants, des cartes postales et autres matériels, que vous mettrez sur présentoirs ou distribuerez aux passants.

● **Inciter à l'action** : Demandez aux passants et aux personnes intéressées de prendre part à l'action, par exemple en signant une pétition, en adhérant à la campagne, en faisant un don ou en envoyant une lettre.

Marches

Les marches présentent l'intérêt d'impliquer les membres et les partenaires de la campagne, de diffuser votre message et d'exercer une pression sur les autorités. De plus, elles contribuent parfois à convaincre de nouvelles recrues ainsi que l'opinion publique. Quelques conseils :

- **Où ? Quand ?** : Déterminez un itinéraire ainsi que l'heure et l'emplacement du point de ralliement.
- **Répartir les tâches** : Désignez quelques personnes pour assurer le maintien de l'ordre et formez-les à diriger une manifestation. Elles devront porter quelque chose qui permette de les identifier (comme un t-shirt de la campagne ou un brassard).
- **Leaders et banderoles** : Certaines marches sont dirigées par les chefs d'un groupe ou par les responsables des organisations membres. Les participants à la marche devront porter des banderoles et des pancartes sur lesquelles sera inscrit le message de la campagne afin de le diffuser au public et aux médias.
- **La grande finale** : Chaque marche doit se conclure par un point d'orgue : un rassemblement, un sit-in, la signature d'une pétition destinée aux autorités ou un discours.

Manifestations Silencieuses²

Les manifestations silencieuses, qui présentent généralement un caractère solennel, peuvent constituer un puissant moyen de faire connaître la tragédie provoquée par les mines antipersonnel et d'en remémorer les victimes. Lorsque s'y ajoute un aspect religieux, elles permettent en outre d'impliquer les membres d'une communauté religieuse, déjà associés ou non à la campagne. Quelques conseils pour organiser une manifestation silencieuse :



VOUS VOULEZ ORGANISER UN EVENEMENT PUBLIC ?

- Disposez les participants, en rang ou en cercle, de façon à ce que la manifestation soit bien visible pour les passants et qu'elle ne soit pas perturbée (il faut donc veiller à ne pas bloquer de passage ou d'entrée).
- Les participants devront se tenir assez éloignés les uns des autres pour occuper le plus d'espace possible, ce qui augmentera l'impact visuel et évitera les conversations.
- Pendant la manifestation, efforcez-vous de respecter le silence et de conserver un air posé.
- Chargez quelques personnes de vérifier le bien-être des participants, d'organiser des pauses et d'expliquer l'action aux passants.
- Utilisez des éléments visuels (bougies, livres...).

Rassemblements

Bien qu'ils soient proches des manifestations silencieuses, les rassemblements se distinguent par le fait que les participants se déplacent, parfois en chantant, munis de pancartes et écriteaux. Il est nécessaire de nommer un coordonnateur, chargé de veiller au maintien de la ligne et de répondre aux questions des journalistes et des passants. Choisissez un lieu public important ou bien une route et une heure de grande affluence.



Expositions

L'ICBL organise régulièrement des expositions de photos ou autres (tableaux, dessins d'enfants et posters de campagne), car comme on dit : " Une image vaut autant que mille mots ". De plus, les expositions constituent un puissant moyen d'illustrer notre message et de raconter l'histoire de personnes dont la vie a été bouleversée par les mines.

Des expositions sont souvent organisées à l'occasion des conférences internationales ou de rencontres au sein d'une communauté donnée. (A ce sujet, consulter la brochure intitulée : " Vous voulez organiser une conférence sur les mines antipersonnel ? " et la partie IV consacrée aux demandes de financement.) Elles peuvent également constituer un événement à part entière, des célébrités étant invitées à l'inauguration. A cet égard, le centre des ressources de l'ICBL, situé à Oslo, dispose d'un grand choix de photos et de documents visuels. De plus, la Campagne





VOUS VOULEZ ORGANISER UN EVENEMENT PUBLIC ?



internationale a la chance de bénéficier du soutien de nombreux photographes professionnels qui consacrent une partie de leur temps à l'action contre les mines en fournissant gratuitement des photos.

Quelques conseils :

- Choisissez un lieu public suffisamment vaste pour disposer le matériel. Exemple : un centre commercial, un hall d'organisation, une école ou une galerie d'arts.
- Consacrez l'exposition à un thème lié à une région (Exemple : le Cambodge, l'Afrique) ou à un sujet (Exemple : déminage, rééducation, enfance, mines antipersonnel).
- Contactez des photographes de votre pays ou région et invitez-les à participer à votre exposition. Il est parfois nécessaire de signer un contrat stipulant la manière dont seront employées les photos ainsi que les modalités de paiement (éventuellement la rémunération en cas de réimpression et de développement des photos, les droits d'utilisation et d'édition, ainsi que d'autres coûts, tels que le transport des photos, la pose et l'encadrement).
- Préparez soigneusement la disposition du matériel. Les photos seront-elles affichées ou encadrées ? Comment seront-elles suspendues (par des crochets, une bande adhésive à double face, du velcro) ? Sur quelle surface (mur, tableaux) ? La solution la plus économique et la plus facile consiste à simplement présenter les photos sur des feuilles cartonnées. Les plaques en verre, plus chères, assurent une meilleure protection, mais elles sont difficiles à transporter, en raison de leur poids et de leur fragilité. Il est important de disposer les photos de manière professionnelle et attractive. On peut demander aux photographes ou à des membres de la campagne de monter l'exposition, ou éventuellement faire appel à une société spécialisée.
- Pensez à utiliser différents supports : photos, peintures, vidéo et diapositives, en gardant à l'esprit que vous devrez louer ou emprunter l'équipement nécessaire pour la projection.
- Faites attention au texte qui accompagnera les images : les légendes expliquent-elles où se situe l'action, qui y est représenté ? Contiennent-elles des informations sur le photographe ou l'artiste ? Les sponsors de l'exposition sont-ils bien mentionnés ? N'oubliez pas d'indiquer des informations générales sur le problème des mines antipersonnel, par exemple, sur le déminage, la rééducation, les pays affectés par les mines et les producteurs de mines.
- Planifiez le déroulement de l'exposition. Il est parfois utile d'inaugurer l'exposition à l'occasion d'une journée importante du mouvement contre les mines, comme l'anniversaire de la signature du traité, la discussion du problème des mines au Parlement ou une conférence

CAMPAGNE INTERNATIONALE POUR INTERDIRE LES MINES - MARS. 2001





VOUS VOULEZ ORGANISER UN EVENEMENT PUBLIC ?

internationale sur les mines. L'exposition doit être temporaire et ne pas s'étendre au-delà de quelques mois, sinon elle risque de perdre de son impact. Pensez aux moyens de réutiliser ultérieurement le matériel de l'exposition en le partageant avec une autre campagne, en le réinstallant dans un autre lieu, ou en le réutilisant lors d'une autre conférence, quitte à le compléter.

- Invitez les éditeurs artistiques locaux des journaux, chaînes de radio et de télévision à visiter l'exposition ou à assister à l'inauguration. Les photos de l'exposition peuvent parfois être reprises dans les journaux (n'oubliez pas que pour cela il sera peut-être nécessaire d'obtenir l'autorisation des photographes concernés).

Rappel Des Points Cles Pour Tout Evenement³

Avant l'événement

- Avez-vous élaboré la coordination de l'événement ? Elu une commission ? Réparti les responsabilités (Exemple : programme, logistique, financement, média, publicité, coordination générale) ?
- Avez-vous choisi un jour approprié (par exemple, assurez-vous que l'événement ne coïncide pas avec un autre événement important / une période de vacances) ?
- Le lieu où se déroulera l'événement sera-t-il accessible aux personnes handicapées ? Peut-on s'y rendre par les transports en commun ? Y aura-t-il assez de places de parking ?
- Le lieu en lui-même est-il bien insonorisé ? N'est-il pas trop grand/petit ? Quelles autorisations sont nécessaires ? Y a-t-il un nombre suffisant d'entrées et de sorties ?
- Promotion : Comment sera-t-elle réalisée ? Qui en est responsable ? Quels sont les délais impartis ?
- Transport : Faut-il prévoir des bus pour les sympathisants ou les intervenants ? Qui s'en occupe ?
- Participations : Qui (organisations, particuliers) sont les responsables de l'événement ? Ont-ils donné leur accord pour que leur nom figure dans les communiqués de presse/brochures/banderoles ? Participent-ils à la préparation de l'événement (au niveau de la planification, de l'organisation ou auprès du public) ?
- Demandes de financement : Avez-vous cherché à réunir des dons ou contributions en vue de l'événement ? Préparez-vous également à lancer un appel de fonds après l'événement ;
- Médias : Communiqués de presse et conférences préparatoires, poursuite du travail avec les contacts, interviews, briefings.





VOUS VOULEZ ORGANISER UN EVENEMENT PUBLIC ?

Sur place

- Louez ou construisez une scène ;
- Prévoyez des chaises pour les intervenants et les sympathisants ;
- Prévoyez une protection contre la pluie et le soleil ;
- Organisez la sonorisation ;
- Prenez les mesures de sécurité nécessaires, limitez l'accès à la scène ;
- Obtenez à l'avance les autorisations nécessaires ;
- Prévoyez la présence d'un docteur/infirmier ou une trousse de premiers secours ;
- Installez des stands pour le buffet ;
- Si l'emplacement du site est mal indiqué, prévoyez des panneaux indicateurs ;
- Pour décorer la scène, confectionnez une (des) banderoie(s) énonçant les slogans et le nom de la campagne ;
- Pour garder le lieu propre, prévoyez des poubelles ainsi qu'une équipe chargée du nettoyage après l'événement ;
- Nommez un animateur ou un dirigeant, préparez à l'avance les interventions, déterminez la longueur du programme et les temps de parole, respectez l'équilibre entre les intervenants (hommes/femmes, démineurs/campagnes/victimes locaux et internationaux, etc.) et prévoyez un interprète, si nécessaire ;
- Animation : Prévoyez suffisamment tôt des musiciens, comédiens, etc. ;
- S'il s'agit d'une grande manifestation, prévoyez un service de maintien de l'ordre chargé de contenir les foules et d'informer le public ;
- Documentation, matériel : Prévoyez des stands pour les t-shirts, brochures, livres, autocollants, cartes postales, etc.

Après l'événement

- Nettoyez le site ;
- Remerciez par courrier les intervenants, sponsors, etc. ;
- Dressez le bilan.

Footnotes

- 1 Do it Justice, A Project of the Social Justice Partnership and Oxfam, Canada, S. Gage et S. Ockenden (Victoria : Oxfam Canada, 1996).
- 2 War Resisters League: Organizer's Manual, Ed. Ed Hedemann (New York: War Resisters League, 1986), pp 179, 180.
- 3 War Resisters League: Organizer's Manual, Ed. Ed Hedemann (New York: War Resisters League, 1986), pp 158 - 160.



CAMPAGNE INTERNATIONALE POUR INTERDIRE LES MINES - MARS. 2001

