



GUIDELINE – aidez-nous à rendre visible la campagne

« Garantie 10 ans, c'est maintenant ».

Chaque année, en France, au minimum 40 millions de biens tombent en panne et ne sont pas réparés. Les raisons sont multiples : appareils non réparables, absence de motivation du consommateur à faire réparer, coût de la réparation élevé.

Les conséquences le sont aussi : un volume croissant de déchets électriques et électroniques à gérer, des emplois de réparateurs qui disparaissent et des consommateurs qui s'orientent de plus en plus vers le renouvellement du bien que sa réparation.

POUR SORTIR DE CETTE LOGIQUE, NOS ORGANISATIONS RECOMMANDENT
D'ÉTENDRE LA DURÉE DE GARANTIE LÉGALE DE 2 À 10 ANS !

I/ Élément de contexte :

La campagne que nous nous apprêtons à lancer s'articule autour de « deux produits phare » :

- une « note de plaidoyer » intitulée « **Allonger la durée de vie de nos biens : la garantie à 10 ans maintenant !** » Notre campagne s'appuie sur un travail d'expertise multi-partenarial révélé par cette note. Cette proposition d'étendre la « Garantie à 10 ans » est étayée, argumentée, chiffrée.

L'objectif de cette note est « médiatique ». Nous souhaitons qu'elle soit reprise, discutée, analysée, diffusée par les médias que nous avons sollicités.

- Une « pétition en ligne » intitulée « **garantie à 10 ans maintenant !** » qui interpelle nos élus sur le besoin de faire une loi ambitieuse pour étendre notre Garantie à 10 ans et prôner de nouveaux modes de production et de consommation.

L'objectif de cette pétition est d'être signée par plus de 20 000 personnes pour montrer à nos ministres que les citoyens soutiennent cette solution d'avenir pour l'environnement et l'emploi.

Pour ce qui nous concerne, la pétition est la pierre angulaire de notre communication partenariale. L'enjeu est de la faire vivre afin d'atteindre l'objectif des 20 000 signataires !

Nous avons imaginé différentes stratégies complémentaire pour y parvenir :

- **Une stratégie média** : nous envoyons aux journalistes dès le 14 septembre la note de plaidoyer afin qu'ils préparent d'ici le 20 septembre leurs papiers, émissions ou chroniques et qu'ils mettent un coup de projecteur sur le sujet.
- **Une stratégie interne** : nous avons également préparé un dossier complet sur la Garantie 10 ans dans notre journal interne « la Baleine » qui sera diffusé à l'ensemble de nos sympathisant-e-s (50 000 personnes). Nous prévoyons également d'envoyer une Newsletter spéciale pour communiquer sur le sujet. Vous pouvez d'ailleurs vous aussi profiter de vos outils internes pour parler de cette campagne à vos sympathisant-e-s.
- **Une stratégie externe sur les « Réseaux sociaux »** ou seront diffusés de nombreux supports de communication : « killers facts », « vidéo », « carrousel d'images », BD en partenariat avec le magazine Causette. C'est d'ailleurs l'objet de ce guideline !

II / Nous connaître pour mieux nous suivre et nous taguer :

Le # de Campagne

Notre # de campagne collectif pour facebook comme pour twitter : **#Garantie10ans**

Un # complémentaire s'il y a la place **#ObsolescenceProgrammée**

Nos comptes à suivre et à taguer sur nos posts :

Alternatiba sur twitter [@1000Alternatiba](#) et sur facebook [@Alternatiba.eu](#)

Commentréparer.com sur twitter [@commentreparer](#) et sur facebook [@CommentReparerCom](#)

ConsoGlobe sur twitter [@consoglobe](#) et sur facebook [@consoglobe.com](#)

France Nature Environnement sur twitter [@FNEasso](#) et sur facebook [@FranceNatureEnvironnement](#)

Green IT sur twitter [@greenit](#) et sur facebook [@greenit.news](#)

HOP sur twitter [@HalteOP](#) et sur facebook [@HOPhaltealobsolescenceprogrammee](#)

Les Amis de la Terre France sur twitter [@amisdelaterre](#) et sur facebook [@amisdelaterrefrance](#)

Mes courses pour la planete.com sur twitter [@Mescourses_PLP](#) et sur facebook [@mescoursespourlaplanete](#)

Mutum sur twitter [@Mutum_FR](#) et sur facebook [@mutum.fr](#)

Repair Café Paris sur twitter [@RepairCafeParis](#) et sur facebook [@repaircafeparis](#)

Réseau Action Climat sur twitter [@RACFrance](#) et sur facebook [@ReseauActionClimat](#)

Share Voisins sur twitter [@ShareVoisins](#)

Zero Waste sur twitter [@ZeroWasteFR](#) et sur facebook [@ZeroWasteFrance](#)

N'hésitez pas à associer/interpeller d'autres réseaux de votre connaissance qui pourraient être intéressés !

IV / Nos outils de communication communs

Si la plupart des outils de communication sont à votre disposition et peuvent être utilisés librement du 20 septembre au 09 octobre – nous devons tout de même nous coordonner sur la sortie de trois produits :

- **La vidéo de campagne : le 20 septembre.**
- **Le premier carrousel d'images pour Facebook : le 26 septembre.**
- **Le second carrousel d'images pour Facebook : le 03 octobre.**
- Pour ces trois dates clefs, le mieux pour vous est d'attendre la sortie du produit sur la page Facebook des Amis de la Terre. Comme nous vous taguerons, vous serez prévenus !

A/ La vidéo de campagne

Vous pouvez dès à présent visualiser la vidéo de campagne sur le lien suivant :

<https://vimeo.com/178185970> (mdp : terre). **Attention, ce lien de production doit rester secret et ne sera jamais utilisé dans le cadre de la valorisation de la campagne !**

Sur facebook :

Le 20 septembre, nous allons poster une vidéo de lancement de campagne sur la page Facebook des Amis de la Terre <https://www.facebook.com/amisdelaterrefrance> / La vidéo sera cliquable et renverra à la pétition. Nous vous taguerons évidemment sur ce post.

Pour faire en sorte de maximiser le nombre de vues sur ce post, nous vous invitons dès **le 20 septembre** à :

- Action 1 : utiliser la fonction "Partager" de Facebook pour rendre visible ce post sur votre propre page (Libre à vous de lui rajouter le commentaire de votre choix ! Et de taguer qui vous voulez)
- Action 2 : utiliser la fonction "intégrer" de Facebook pour récupérer le "short code" de la vidéo et la mettre en ligne sur votre site web, votre blog etc... (sur votre « landing page pétition » par exemple.)

Sur twitter :

A partir du 20 septembre, nous allons également mettre en ligne cette vidéo de lancement sur notre compte twitter <https://twitter.com/amisdelaterre>

Pour faire en sorte de maximiser le nombre de « retweet » et de « coeur » sur ce post, nous vous invitons pour cette première semaine à :

- Action 3 : retweeter directement notre post et taguer des comptes twitter qui pourraient être intéressés pour rediffuser.

B/ La BD en partenariat avec le magazine Causette

Retrouvez la BD Causette sur le lien suivant : <https://www.causette.fr/le-telephone-pleure/>

Sur facebook :

A partir du 20 septembre et quand vous le souhaitez, vous pouvez valoriser cette BD en partageant le lien. Libre à vous de lui adjoindre le statut de votre choix. N'oubliez pas de rajouter un « commentaire » renvoyant vers le lien de la pétition.

Sur twitter :

A partir du 20 septembre et quand vous le souhaitez, nous vous invitons :

- Option 1 : à faire vous-même des tweets comprenant votre message + une « capture écran » d'une planche de la BD (celle qui vous semble la plus humoristique) + lien vers la BD Causette. Sur le visuel, merci de taguer [@CausetteLeMag](#) et [@EriclaBlanche](#)
- Option 2 : à retweeter @amisdelaterre et @EriclaBlanche quand il est question de cette BD. Nous vous taguerons pour vous en informer.

C/ De potentielles retombées presse :

Pour le lancement de cette campagne, nous avons également prévu une note de plaidoyer (cf dossier). Cette note de plaidoyer sera publiée sur notre site et, nous l'espérons, relayée dans les médias. Nous ferons en sorte de relayer nos partenaires médias et nous vous inviterons évidemment à le faire !

- Option 1 : attendre pour retweeter ou partager sur facebook directement les Amis de la Terre sachant que nous allons vous taguer sur l'ensemble de nos posts.
- Option 2 : aller sur le lien de l'article de presse et le partager sur Twitter ou Facebook. N'oubliez pas de taguer le maximum de partenaires.

D/ La gamme de « killers facts » pour twitter

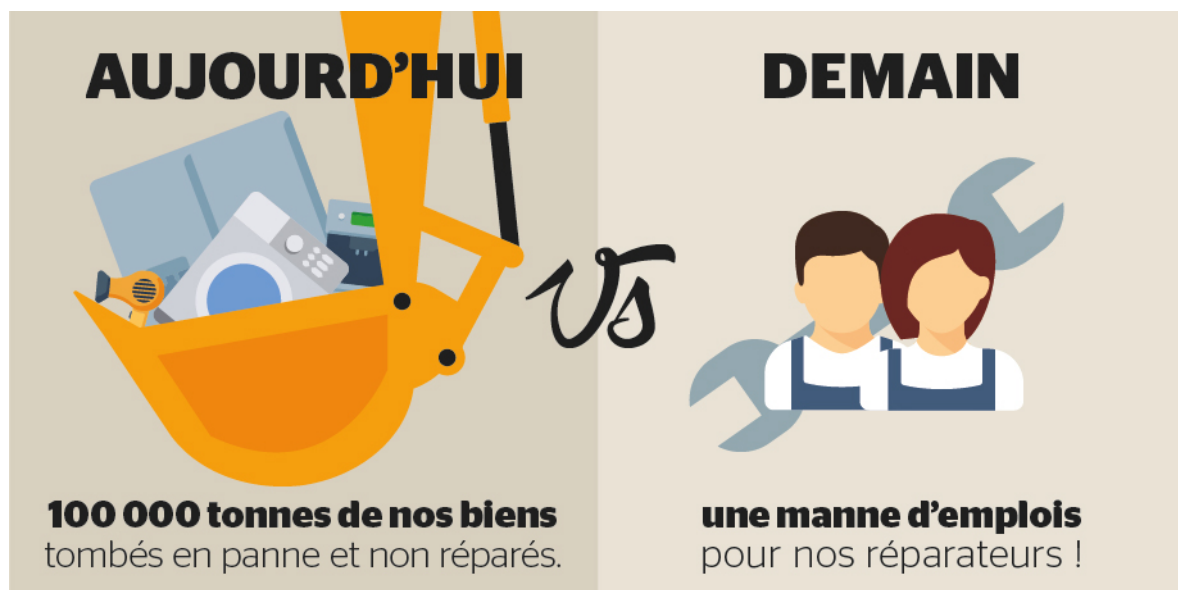
Nous avons prévu 4 visuels pour animer la campagne sur twitter. **Ces visuels sont à utiliser quand bon vous semble dès la première semaine.** La seule « contrainte » est qu'ils renvoient tous vers votre « landing page » de pétition et qu'ils affichent bien le #Garantie10ans.

Pour vous aider, nous vous avons préparé quelques « tweets »

Tweets pour le visuel 1 /

Exemple 1 : Quel avenir pour les 40 Millions d'appareils qui tombent en panne chaque année ?
#Garantie10ans + visuel 1 + lien vers notre pétition

Exemple 2 : On prend soin de nos décharges ou on prend soin de l'emploi ? #Garantie10ans + visuel 1 + lien vers notre pétition)



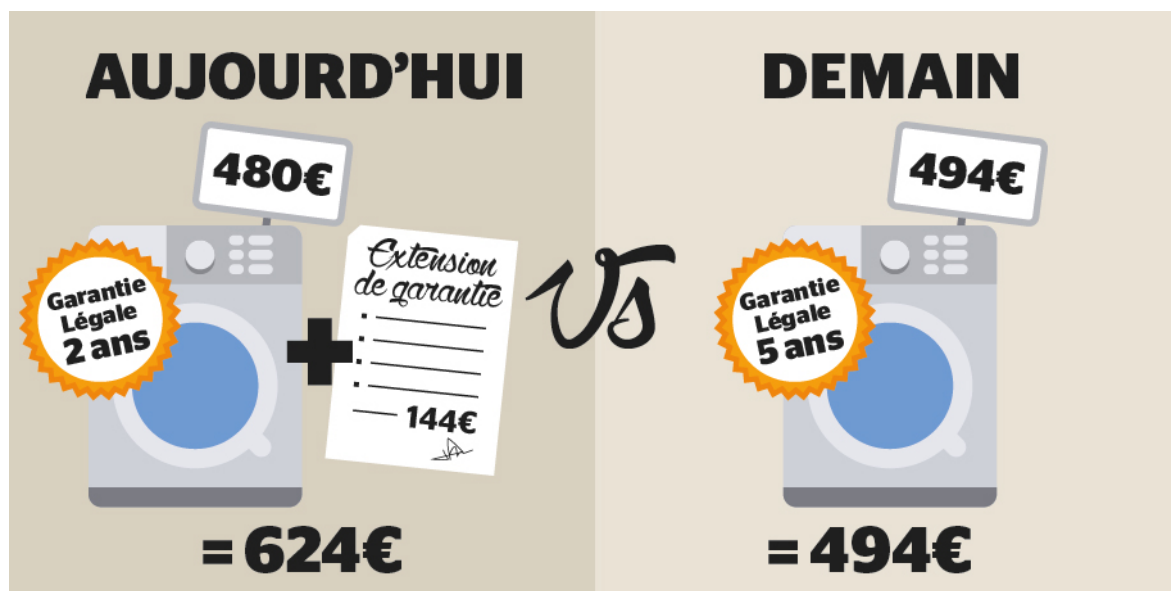
Tweets pour le visuel 2 /

Exemple 1 : Désintox ! Non, étendre la garantie légale ne nous coûtera pas plus cher !

#Garantie10ans + visuel 2 + lien vers notre pétition.

Exemple 2 : Aujourd'hui, ce sont les extensions de garantie qui nous coûtent cher ! Exigeons la

#Garantie10ans + visuel 2 + lien vers la pétition.

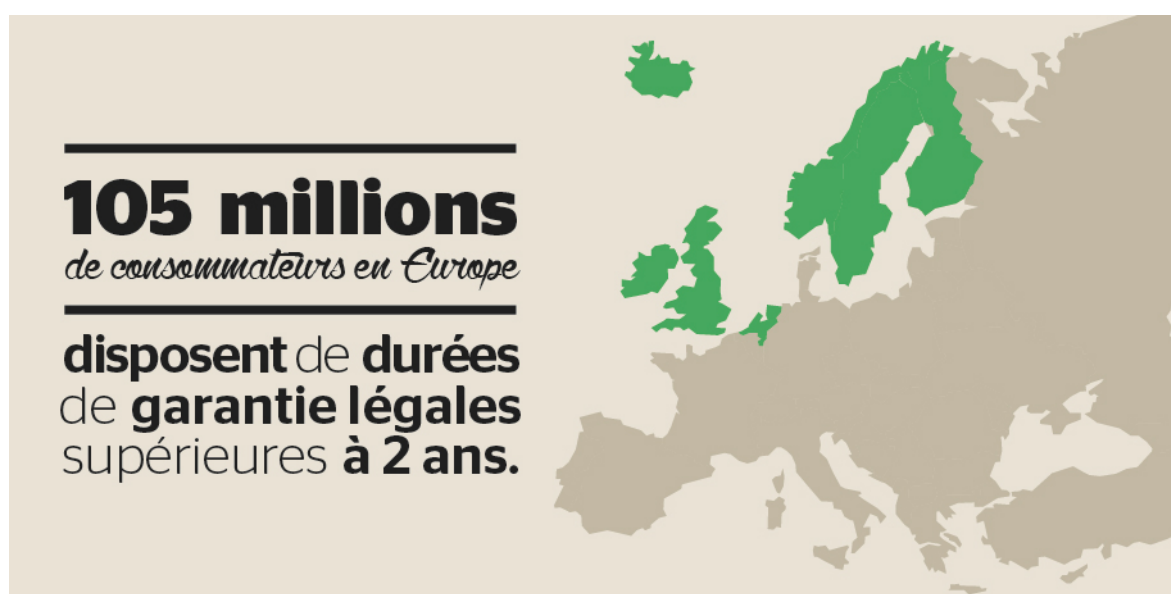


Tweets pour le visuel 3 /

Exemple 1 : .@RoyalSegolene l'heure est à la #transition vraiment ? 6 pays en Europe ont joint l'acte aux paroles ! #Garantie10ans + lien vers la pétition.

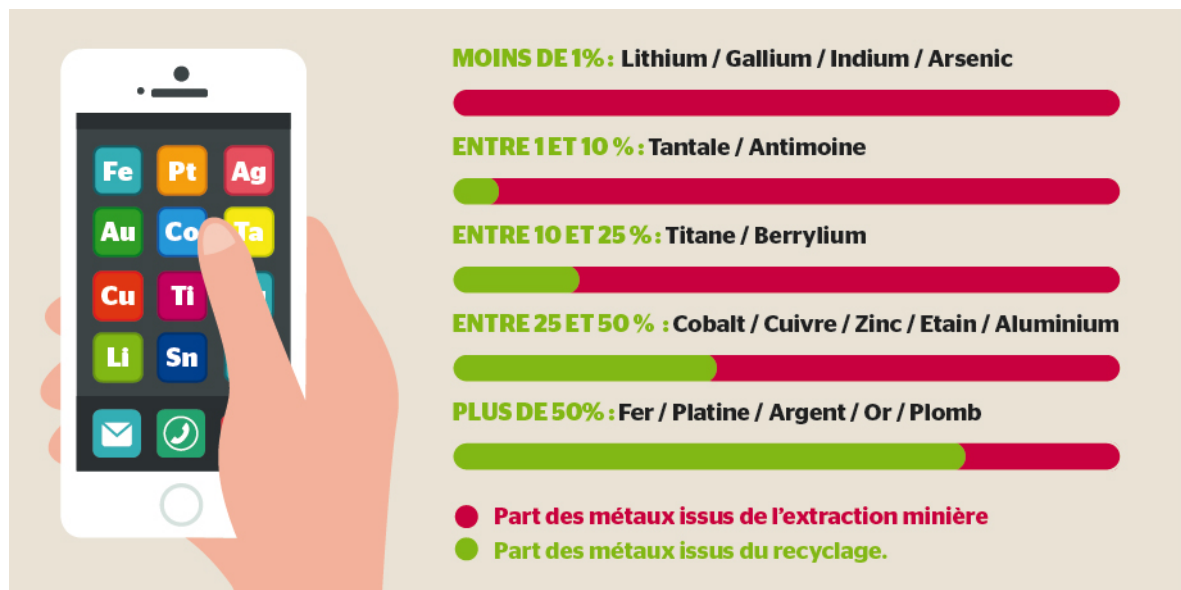
Exemple 2 : A quand notre tour ? Si nos voisins peuvent le faire, qu'est-ce qui nous retient ?

#Garantie10ans + lien vers la pétition.



Tweets pour le visuel 4 /

Exemple 1 / D'où proviennent les métaux contenus dans un smartphone ? Changeons nos habitudes
#Garantie10ans

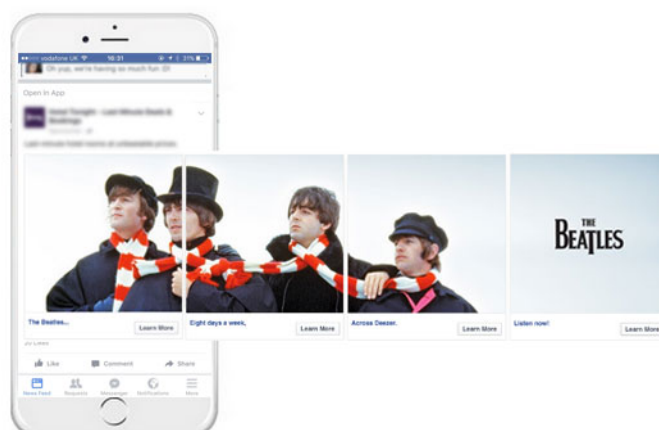


E/ Les deux « carrousels » pour facebook

Attention, nous vous donnerons le « tempo » pour la sortie de ces killers facts sur facebook. Nous ne les sortons pas en début de campagne. Ils doivent nous servir à redonner un regain d'intérêt la deuxième et la troisième semaine.

Quelques informations sur le format choisi

Parmi les formats proposés par Facebook pour mettre en scène du contenu, il y a le « carrousel ». Le carrousel est un format qui nous permet de raconter une seule et même histoire par la succession de 4 visuels. Chaque visuel s'accompagne d'une légende (maximum imposé 40 caractères) et d'un lien propre (dans notre cas, celui de la pétition évidemment).



Le lundi 26 septembre, nous lançons le premier carrousel sur la page Facebook des Amis de la Terre <https://www.facebook.com/amisdelaterrefrance> / Chaque image sera cliquable pour renvoyer vers la pétition.

Pour nous aider, deux solutions s'offrent à vous :

- Action 1 : soit vous partagez notre post sur votre proche page.
- Action 2 : soit vous choisissez de construire vous-même le carrousel

Si vous choisissez de construire vous-même le carrousel, voici comment la séquence a été pensée :



Légende 1 : Mais que vais-je devenir ? (+ lien automatique pétition)

Légende 2 : Le chiffre parle de lui-même (+ lien automatique pétition)

Légende 3 : George, fais quelque chose ! (+ lien automatique pétition)

Légende 4 : On compte sur toi, signe la pétition ! (+ lien automatique pétition)

Le lundi 03 octobre, nous lançons le second carrousel !

Pour nous aider, deux solutions s'offrent à vous :

- Action 1 : soit vous partagez notre post sur votre proche page.
- Action 2 : soit vous choisissez de construire vous-même le carrousel

Si vous choisissez de construire vous-même le carrousel, voici comment la séquence a été pensée :



Légende 1 : Mais que vais-je devenir ? (+ lien automatique pétition)

Légende 2 : Le chiffre parle de lui-même (+ lien automatique pétition)

Légende 3 : Ségolène, fais quelque chose ! (+ lien automatique pétition)

Légende 4 : On compte sur toi, signe la pétition ! (+ lien automatique pétition)

IV / Plan de communication :

14/09/16 : envoi des éléments / Action « amis de la terre » : Envoyer aux partenaires tous les éléments visuels et contextuels qui vont nous servir à « animer » la campagne.	Action des partenaires : Télécharger le kit de communication et prendre connaissance du plan de com'.
19/09/16 : derniers préparatifs / Action « amis de la terre » : Finaliser le widget pétition et envoyer son lien à l'ensemble des partenaires pour qu'ils préparent leur « landingpage » sur leur site internet.	Action des partenaires : Pour pouvoir chacun communiquer sur la pétition, il vous faut préparer un article sur votre site web qui hébergera le widget de pétition partagé. C'est le lien de cet article que vous associerez systématiquement à l'ensemble de vos communications.
20/09/16 : lancement de campagne / Action « amis de la terre » : La campagne est lancée par : - Un post Facebook de la vidéo de campagne. - Des tweets pour valoriser la BD faite en partenariat avec le magazine Causette.	Action des partenaires : La vidéo est à partager sur vos propres pages « fan » et/ou à intégrer sur votre site web via « le shortcode » de facebook. Vous pouvez également relayer / partager / retweeter nos posts valorisant la BD Causette (ou vous l'approprier) https://www.causette.fr/le-telephone-pleure/
1ère semaine (du 21 au 25/09/16) Action « amis de la terre » : Nous animons la campagne : Sur Twitter par le relai des retombées médias et la mise en scène des 4 killers facts. Sur Facebook par le relai des retombées médias. Nous allons également envoyer une newsletter spéciale à l'ensemble de nos sympathisant-e-s.	Action des partenaires : Sur Twitter, nous vous taguerons systématiquement / à vous de nous relayer ou de vous réapproprier le contenu pour faire vos propres tweets en profitant des nombreux visuels. Sur Facebook, à vous de voir si vous souhaitez relayer les retombées médias. C'est le bon moment également d'informer votre réseau de la campagne : un mailing à vos sympathisants, une newsletter spéciale... sentez-vous libres et créatifs !
2ème semaine (du 26 au 02/10/16) Action « amis de la terre » : Nous animons la campagne : Sur Twitter par la mise en scène de nos killers facts, de la BD Causette et de la vidéo. Sur Facebook, nous allons valoriser notre journal « La Baleine » dont le dossier central est focalisé sur « la garantie 10 ans » <u>et sortir le premier carrousel.</u>	Action des « partenaires » Sur Twitter, à vous de créer votre propre tempo sur cette campagne. Nous vous taguerons systématiquement sur nos posts. Sur Facebook, à vous de voir si vous souhaitez partager notre post spécial « La Baleine »... Quoi qu'il arrive nous comptons sur vous pour partager ou construire le premier carrousel !
3ème semaine (du 03 au 09/10/16) Action « amis de la terre » : Nous animons la campagne : Sur Twitter par la mise en scène de nos killers facts, de la BD Causette et de la vidéo. Sur Facebook, nous allons sortir le second carrousel.	Action des « partenaires » Sur Twitter, à vous de créer votre propre tempo sur cette campagne. Nous vous taguerons systématiquement sur nos posts. Quoi qu'il arrive nous comptons sur vous pour partager ou construire le second carrousel !
Objectif : 20 000 signataires !	

Nous espérons que tout soit clair,
Pour plus d'informations et au moindre doute,
merci de contacter Camille : camille.lecomte@amisdelaterre.org
Au plaisir de faire vivre cette belle campagne avec vous !