

Outiller les communes wallonnes dans leur communication sur les ODD

Date: 04.02.2025

Table des matières

MOJO Agency : à propos	10'
La communication responsable	10'
Construire une stratégie de communication	10'
Exercice pratique	30'
Créer vos supports de communication	25'
Questions / Réponses	5'



Bonjour !



Camille

Co-founder & CEO
MOJO Agency

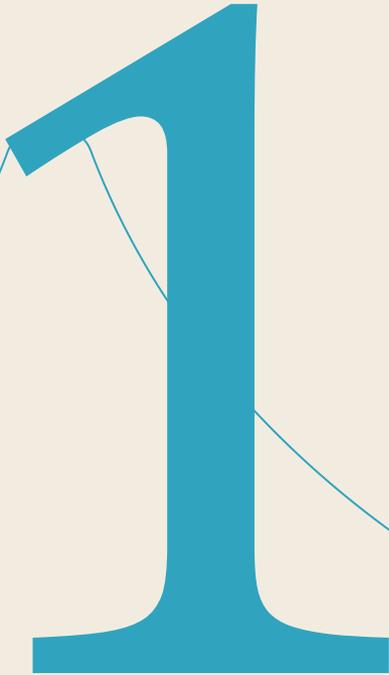


Fanfan

Account Manager
MOJO Agency



?

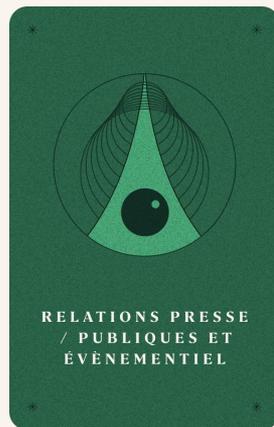
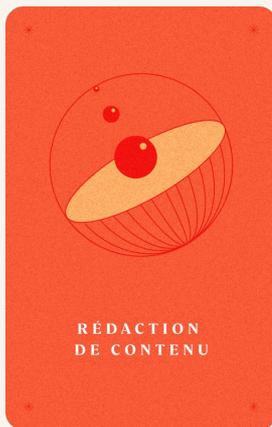
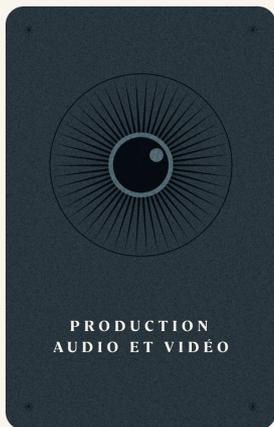
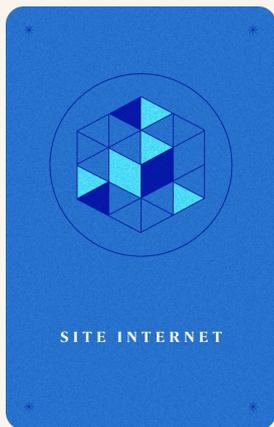
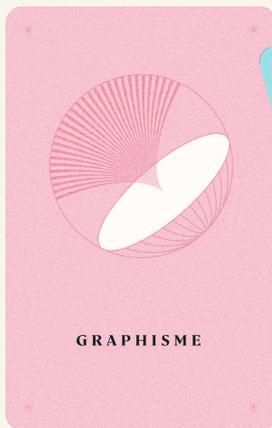
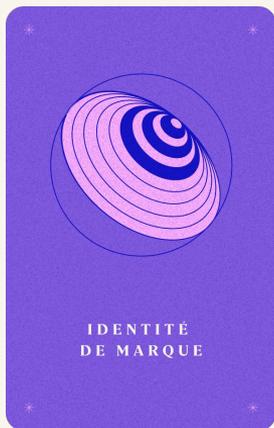


1 | MOJO Agency: A propos

L'agence créative au service de l'impact



Basée à Bruxelles, MOJO Agency est une agence de communication qui fournit des **conseils stratégiques et des services créatifs** aux organisations du monde entier qui s'attaquent aux plus grands défis de notre époque.



NOS SERVICES

Une agence 360°

NOS CLIENTS



MOJO Agency
soutient les
acteurs du
changement



NOTRE ÉQUIPE



L'équipe de
MOJO Agency est
composée de
pionniers du
progrès, qui
apportent
passion et
créativité dans
leur travail.

Ensemble pour relever les défis de notre époque

Nous accompagnons nos clients pour relever les plus grands défis de notre époque et rendre le monde plus juste, solidaire et respectueux de l'Homme et du monde vivant.

Résolument engagés dans le développement durable, nous déployons notre expertise sur plusieurs des ODD (Objectifs de développement durable) des Nations Unies.





Une campagne locale invitant les citoyens d'Uccle à prendre part à un programme d'action climatique

Campaign



**actions
climat**
Uccle



**klimaat-
actie**
Ukkel

PAS BESOIN DE
S'APPELER

GRETA 

POUR AGIR POUR LE

CLIMAT



UNE INITIATIVE DE MAIRIE DE BRUXELLES, ECOLENE DU CLIMAT, AVEC LE SOUTIEN
DU COLLEGE DES BRUXELLOISES ET DES JEUNES D'UCCLE BRUXELLOISES/BRUXELLOIS.
EEN INITIATIEF VAN SCHOETEN VAN UCCLE/MAIRIE DE BRUXELLES, MET DE STEUN
VAN HET COLLEGE VAN BRUXELLOISES EN BRUXELLOIS EN UCCLE/STADUCCLE/BRUXELLES.



Campaign

JE HOEFT GEEN GRETA TE ZIJN OM ACTIE TE ONDERNEMEN VOOR HET KLIMAAT



NEEM DEEL AAN DE BURGERSAMENKOMING VOOR HET KLIMAAT



www.winkel.be

DE BURGERSAMENKOMING IS GRATIS EN OPEN VOOR ALLE BURGERS. DE AFSTAP NAAR HET COLLEGE VAN BURGERSAMENKOMINGEN EN DE BURGERSAMENKOMING VOOR HET KLIMAAT IS VERBODEN VOOR DEELNEMERS VAN ANDERE BURGERSAMENKOMINGEN. DE BURGERSAMENKOMINGEN ZIJN VERBODEN VOOR DEELNEMERS VAN ANDERE BURGERSAMENKOMINGEN.



PAS BESOIN D'AVOIR LA MAIN VERTE POUR AGIR POUR LE CLIMAAT



NEEM DEEL AAN DE BURGERSAMENKOMING VOOR HET KLIMAAT



www.winkel.be

DE BURGERSAMENKOMING IS GRATIS EN OPEN VOOR ALLE BURGERS. DE AFSTAP NAAR HET COLLEGE VAN BURGERSAMENKOMINGEN EN DE BURGERSAMENKOMING VOOR HET KLIMAAT IS VERBODEN VOOR DEELNEMERS VAN ANDERE BURGERSAMENKOMINGEN. DE BURGERSAMENKOMINGEN ZIJN VERBODEN VOOR DEELNEMERS VAN ANDERE BURGERSAMENKOMINGEN.



JE HOEFT NIET IN DE WOODWEG TE WONEN OM ACTIE TE ONDERNEMEN VOOR HET KLIMAAT



NEEM DEEL AAN DE BURGERSAMENKOMING VOOR HET KLIMAAT



www.winkel.be

DE BURGERSAMENKOMING IS GRATIS EN OPEN VOOR ALLE BURGERS. DE AFSTAP NAAR HET COLLEGE VAN BURGERSAMENKOMINGEN EN DE BURGERSAMENKOMING VOOR HET KLIMAAT IS VERBODEN VOOR DEELNEMERS VAN ANDERE BURGERSAMENKOMINGEN. DE BURGERSAMENKOMINGEN ZIJN VERBODEN VOOR DEELNEMERS VAN ANDERE BURGERSAMENKOMINGEN.



PAS S'AVOIR LA MAIN VERTE POUR AGIR POUR LE CLIMAAT

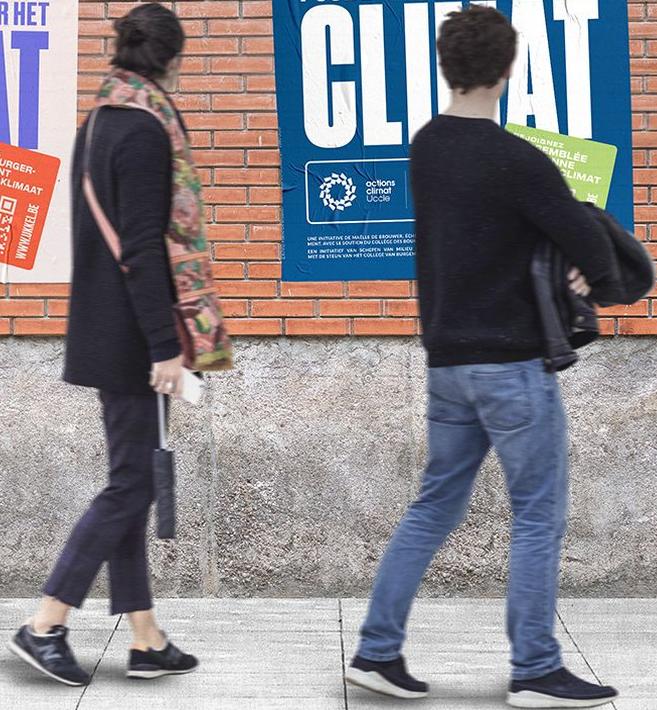


NEEM DEEL AAN DE BURGERSAMENKOMING VOOR HET KLIMAAT



www.winkel.be

DE BURGERSAMENKOMING IS GRATIS EN OPEN VOOR ALLE BURGERS. DE AFSTAP NAAR HET COLLEGE VAN BURGERSAMENKOMINGEN EN DE BURGERSAMENKOMING VOOR HET KLIMAAT IS VERBODEN VOOR DEELNEMERS VAN ANDERE BURGERSAMENKOMINGEN. DE BURGERSAMENKOMINGEN ZIJN VERBODEN VOOR DEELNEMERS VAN ANDERE BURGERSAMENKOMINGEN.





MEER IDEEËN MINDER CO2

UW IDEEËN MAKEN HET VERSCHIL. SCAN DEZE CODE EN NEEM DEEL AAN DE BURGERRAAPLEDING VAN 1 TOT 18 SEPTEMBER. DE GEMEENTE UKKEL REKENT OP U VOOR HAAR KLIMAATPLAN.



NEEM DEEL AAN DE IDEEËN EN ACTIES VOOR HET KLIMAAT VOOR DE BURGERRAAPLEDING VAN 1 TOT 18 SEPTEMBER. DE GEMEENTE UKKEL REKENT OP U VOOR HAAR KLIMAATPLAN.

PLUS D'IDÉES MOINS DE CO2

VOS IDÉES FONT LA DIFFÉRENCE. PARTICIPEZ À LA CONSULTATION CITOYENNE DU 1ER AU 18 SEPTEMBRE EN SCANNANT CE CODE. LA COMMUNE D'UCCLE COMPTE SUR VOUS POUR SON PLAN CLIMAT.



PARTICIPEZ À LA SOIÉE À IDÉES ET PROPOSEZ DES ACTIONS CONCRÈTES POUR LE CLIMAT

NEURONNES PAS LA PLANÈTE

VOS IDÉES FONT LA DIFFÉRENCE. PARTICIPEZ À LA CONSULTATION CITOYENNE DU 1ER AU 18 SEPTEMBRE EN SCANNANT CE CODE. LA COMMUNE D'UCCLE COMPTE SUR VOUS POUR SON PLAN CLIMAT.



PARTICIPEZ À LA SOIÉE À IDÉES ET PROPOSEZ DES ACTIONS CONCRÈTES POUR LE CLIMAT

MEER IDEEËN MINDER CO2

UW IDEEËN MAKEN HET VERSCHIL. SCAN DEZE CODE EN NEEM DEEL AAN DE BURGERRAAPLEDING VAN 1 TOT 18 SEPTEMBER. DE GEMEENTE UKKEL REKENT OP U VOOR HAAR KLIMAATPLAN.



MEER IDEEËN MINDER CO2

UW IDEEËN MAKEN HET VERSCHIL. SCAN DEZE CODE EN NEEM DEEL AAN DE BURGERRAAPLEDING VAN 1 TOT 18 SEPTEMBER. DE GEMEENTE UKKEL REKENT OP U VOOR HAAR KLIMAATPLAN.



NEEM DEEL AAN DE IDEEËN EN ACTIES VOOR HET KLIMAAT VOOR DE BURGERRAAPLEDING VAN 1 TOT 18 SEPTEMBER. DE GEMEENTE UKKEL REKENT OP U VOOR HAAR KLIMAATPLAN.

REMONTÉZ VOS MANCHES PAS LE NIVEAU DES OCÉANS

VOS IDÉES FONT LA DIFFÉRENCE. PARTICIPEZ À LA CONSULTATION CITOYENNE DU 1ER AU 18 SEPTEMBRE EN SCANNANT CE CODE. LA COMMUNE D'UCCLE COMPTE SUR VOUS POUR SON PLAN CLIMAT.



PARTICIPEZ À LA SOIÉE À IDÉES ET PROPOSEZ DES ACTIONS CONCRÈTES POUR LE CLIMAT

VERHOOG UW INZET NIET HET PEIL VAN DE OCEANEN

MEER IDEEËN MINDER CO2

UW IDEEËN MAKEN HET VERSCHIL. SCAN DEZE CODE EN NEEM DEEL AAN DE BURGERRAAPLEDING VAN 1 TOT 18 SEPTEMBER. DE GEMEENTE UKKEL REKENT OP U VOOR HAAR KLIMAATPLAN.



NEEM DEEL AAN DE IDEEËN EN ACTIES VOOR HET KLIMAAT VOOR DE BURGERRAAPLEDING VAN 1 TOT 18 SEPTEMBER. DE GEMEENTE UKKEL REKENT OP U VOOR HAAR KLIMAATPLAN.

FAITES CH...

FAITES CH...

2

2 | La communication responsable

Pourquoi communiquer sur les ODD ?

Mobiliser la population et les
acteurs locaux

Valoriser les actions menées

Renforcer la transparence
et la confiance

Répondre aux attentes
des citoyens

Renforcer l'engagement
des élus locaux

Se positionner en tant qu'acteur
de la transition écologique et
sociale

Les ODD au cœur des politiques locales

FAITES CHAUFFER VOS NEURONES PAS LA PLANÈTE

PAS LA PLANÈTE

VOS IDÉES FONT LA DIFFÉRENCE. PARTICIPEZ À LA CONSULTATION CITOYENNE DU 1ER AU 18 SEPTEMBRE EN SCANNANT CE CODE.

LA COMMUNE D'UGCLE COMPTE SUR VOUS POUR SON PLAN CLIMAT.

PARTICIPEZ À LA BOÎTE À IDÉES ET PROPOSEZ DES ACTIONS CONCRÈTES POUR LE CLIMAT

WWW.UGCLE.BE

actions climat Uccle

UCCLE LOCAL

UNE INITIATIVE DE MAIRIE DE BRUXELLES. COFINCÉES PAR L'EUROPE ET LE DÉPARTEMENT DE BRUXELLES. EN PARTENARIAT AVEC LES CENTRES VERTS CLIMAT VERTUEUX DE BRUXELLES. CONTACTEZ VOS ÉLUS LOCAUX POUR EN SAVOIR PLUS.

ACTION CAMPAIGN

UNITE FOR INCLUSION

WHAT DO YOU UNITE FOR?

Unite to Act!

#Act4SDGs



Participez à
**LA COURSE DES ODD ET
AU SDG FLAG DAY 2024 !**

Du 9 au 25 septembre 2024



#SEDD2021

AGIR AU QUOTIDIEN
www.esdw.eu

SEMAINE EUROPÉENNE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE
20.-26. SEPTEMBRE

POUR UNE PLANÈTE SOLIDAIRE
Agenda 2030, 17 objectifs

Les 6 fondements de la communication responsable



Les 6 fondements de la communication responsable

Clarté et transparence

Diversité et inclusion

Accessibilité de l'information

Impact environnemental et social

Éthique et responsabilité

Messages positifs et inspirants

Les 'washings'



2013 Guido Barilla, président de Barilla « **Nous ne ferons pas de publicité avec des homosexuels parce que nous aimons la famille traditionnelle** ».



H&M a eu un procès de greenwashing en 2022 lié à leur collection 'CONSCIOUS'. H&M affirmait qu'une de leur robe était fabriquée avec 20% d'eau en moins en moyenne tandis qu'une enquête révèle que la robe était conçue avec 20% d'eau en plus. Les mots « plus » et « moins » ont été inversés.

3

3 | Construire une stratégie de communication

Les étapes clés d'une campagne de communication réussie



1 Définir des objectifs SMART

S

Spécifique

M

Mesurable

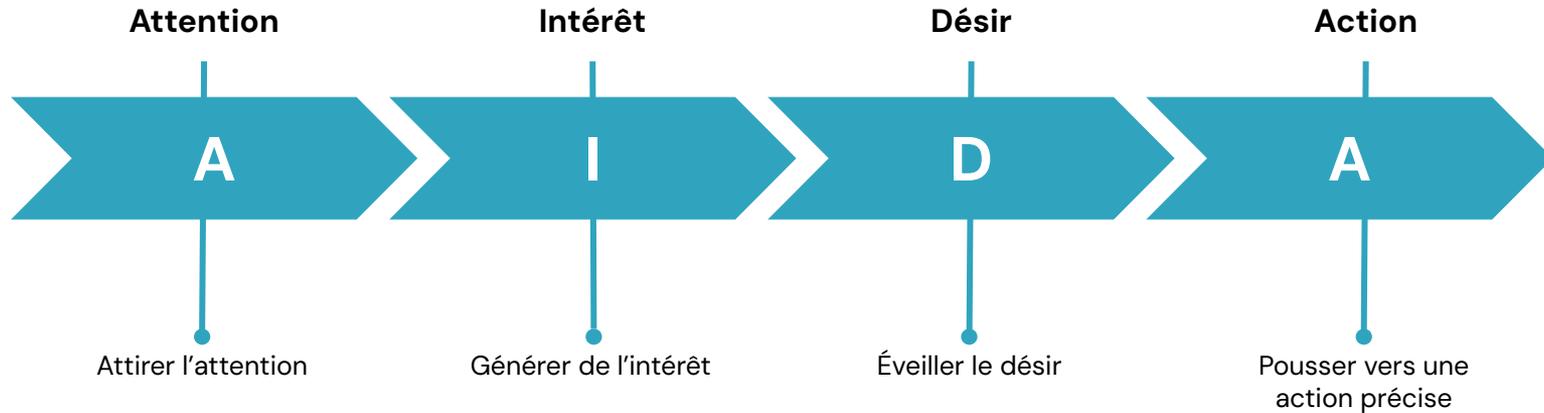
A

Atteignable

RRelevant
(Pertinent)**T**

Temporel

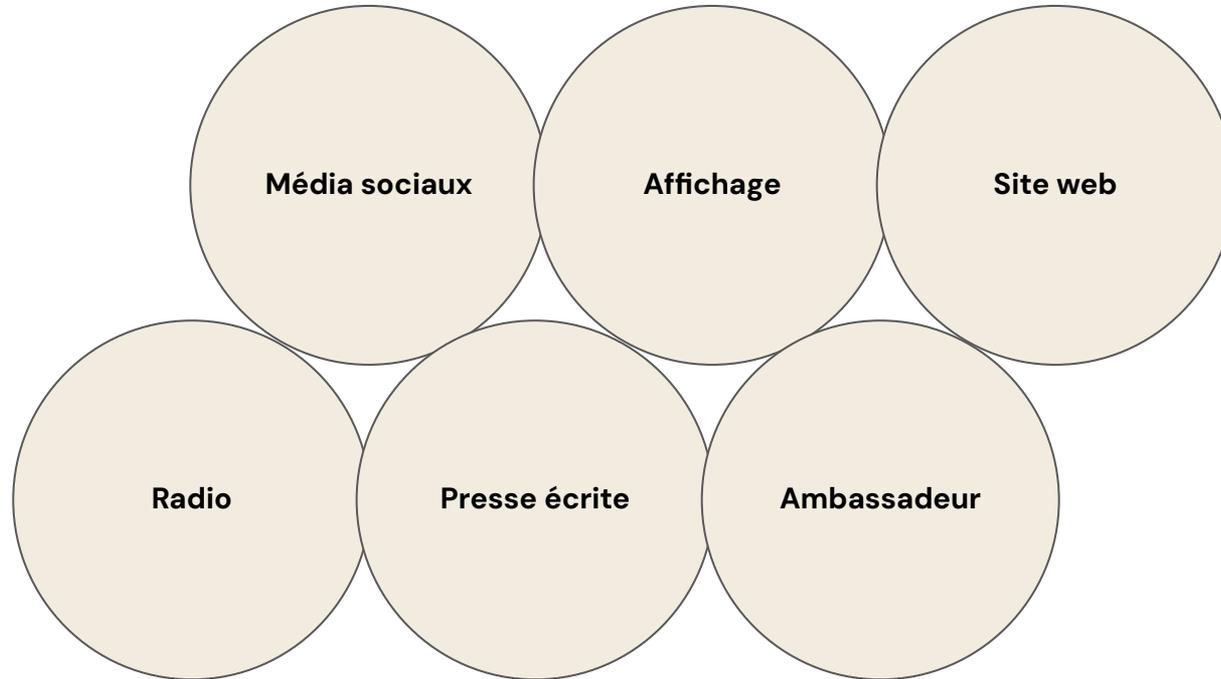
1 Définir des objectifs SMART



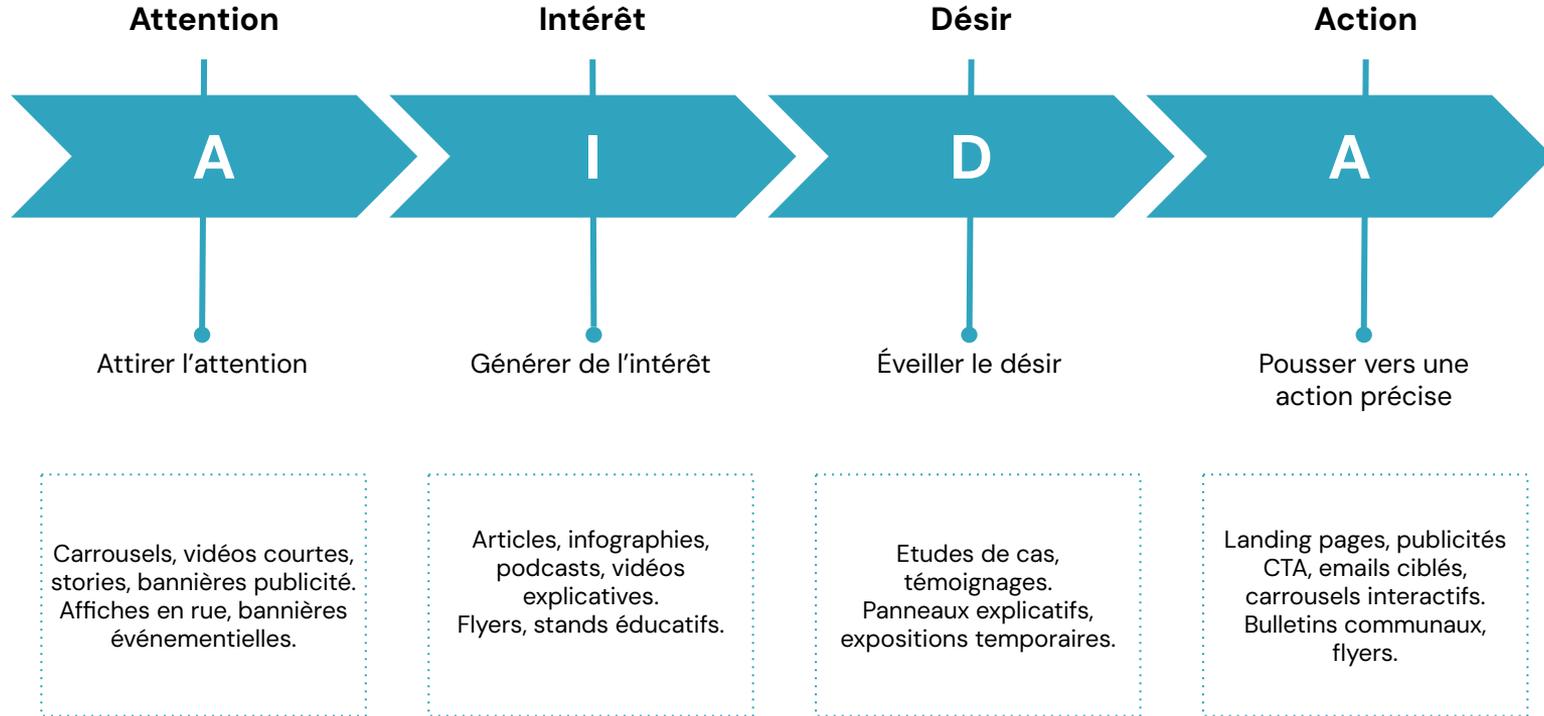
2 Identifier des audiences cibles



3 Identifier des canaux de communication



3 Identifier des canaux de communication



4 Définir des messages adaptés à chaque audience / canal





4

4 | Exercice pratique

A vous de jouer !

Objectif	Audience	Etape AIDA	Canaux	Indicateur	KPI chiffré

A vous de jouer !

Objectif	Audience	Etape AIDA	Canaux	Indicateur	KPI chiffré
Mobiliser les citoyens autour d'une course de 17 km en référence aux 17 ODD le 24 mai	Les jeunes de 18-35 ans	Action	- Événement	- Nombre de coureurs	2.000
			- Publicité sur les réseaux sociaux	- Nombre de personnes touchées par la campagne sponsorisée	3.000
			- Strava (réseaux social de sport)	- Nombre de partage de la course sur Strava	1.000
			- Relation presse - Etc.	- Nombre d'articles de presse - Etc.	10

5

5 | Créer vos supports de communication

Des outils à votre disposition

Exemples de supports de communication



Inspirations de messages



Message générique: communiquer sur les engagements de la commune



Message pour engager les acteurs du territoire



Portraits de héros locaux



Message pour communiquer sur un événement/initiative spécifiques

Do

ODD

- Max 3 ODD.
- Utilisez les pictogrammes fournis.

Les messages et le ton

- Phrases proposées dans les templates .
- Texte court et compréhensible.
- Ton mobilisateur, engageant et positif.

10 INÉGALITÉS RÉDUITES

9 INDUSTRIE INNOVATION ET INFRASTRUCTURE

12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES

Ma commune, engagée pour les ODD

Semaine de la mobilité douce à Mons

du 14 au 20 avril 2025

Rejoins la dynamique en faveur du développement durable dans ta commune

www.loremipsumdolorsit.be

LOGO

Wallonie

La photo

- Modèles représentatifs des citoyens de votre commune.
- 'Héros locaux' réels.
- Éviter les motifs, couleurs trop proches de la couleur de peau.
- Associations de couleurs logiques.
- Photo de haute qualité.

Don't

Laisser:

- La disposition.
- La forme.
- Les proportions.
- Les typographies.

Éléments à ne pas modifier

10 INÉGALITÉS DÉVOTÉES

9 INDUSTRIE INNOVATION ET INFRASTRUCTURE

12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES

Objectifs Durables

Ma commune, engagée pour les ODD

Semaine de la mobilité douce à Mons

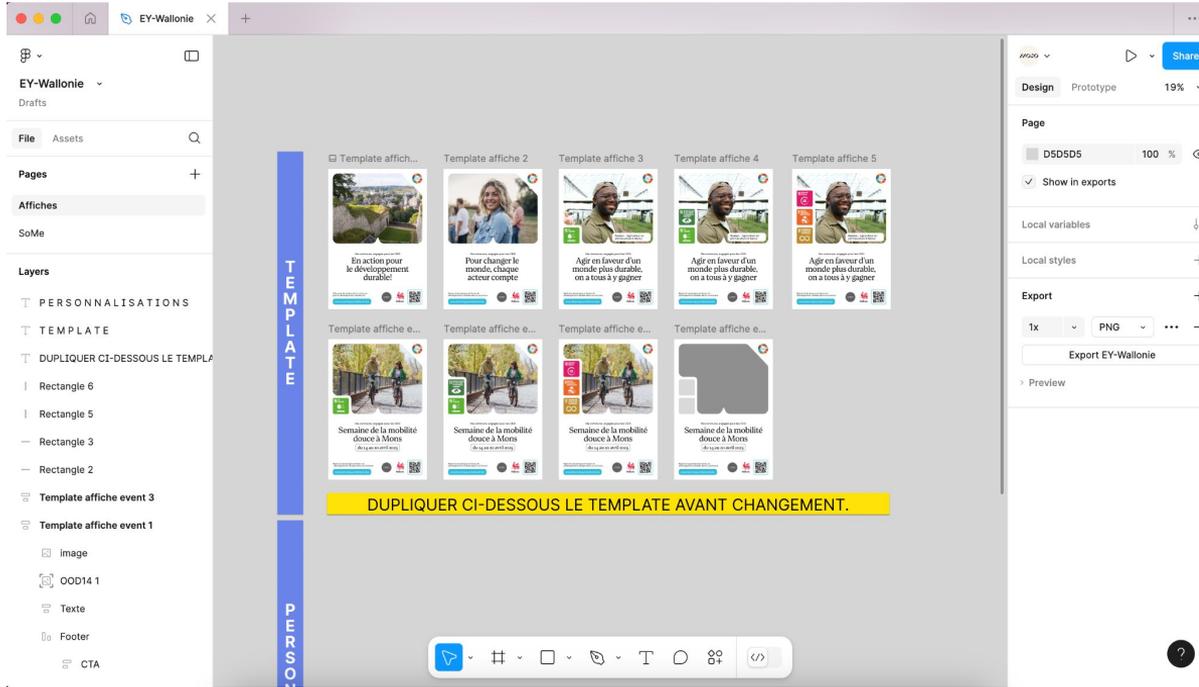
du 14 au 20 avril 2025

Rajoins la dynamique en faveur du développement durable dans ta commune

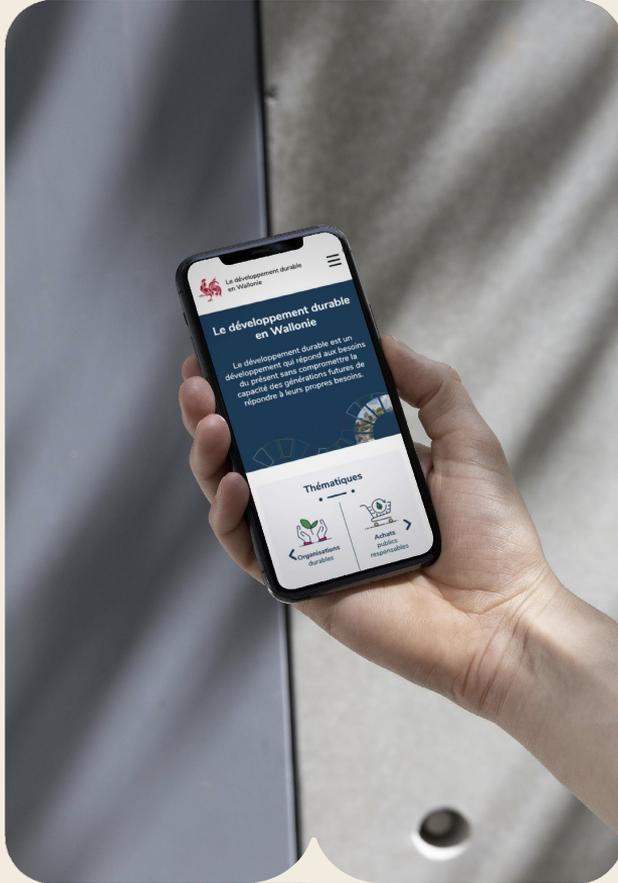
www.loremipsumdolorsit.be

LOGO Wallonie

Logiciel graphique Figma



Boîte à outils



01

Guide de
communication des
ODD

02

Tutoriel vidéo de
Figma

03

Dossier de polices d'
écriture

04

Pictogrammes ODD

05

Template support de
communication PDF

A large, stylized teal number '6' is the central focus. A thin, light teal line starts from the left, loops around the top and right of the '6', and then curves downwards towards the bottom right corner of the page.

6 | Questions / Réponses

On se réjouit d'accélérer la
transition avec vous !

Parlons de vos projets !

Camille
camille.chatelier@mojo-agency.org

Benoît
benoit.rolin@mojo-agency.org

Rencontrons nous !

Nos bureaux sont situés à
Avenue Van Volxem 407,
1190 Forest

