

**De la sensibilisation à l'engagement :**  
les logiques communicationnelles  
d'une association environnementale.  
Le cas de "LeoNotHappy", une  
initiative citoyenne en Région  
bruxelloise.

Adel Saebi – [adel.saebi@gmail.com](mailto:adel.saebi@gmail.com)

# LeoNotHappy

## C'est qui ?



# LeoNotHappy

## C'est quoi ?

- Des citoyens qui souhaitent rendre leur ville propre à leur échelle
- De la sensibilisation via une communauté active en ligne et sur le terrain
- Influencer et trouver des solutions concrètes avec les pouvoirs publics

# LEONOTHappy

## Concrètement, comment ça marche ?

- Demande d'une autorisation d'occupation de l'espace public
- Création d'un évènement Facebook
- Beaucoup de communication sur les réseaux sociaux & recherche de partenaires

# Les valeurs – Quelle stratégie sur les réseaux sociaux ?

- Esprit positif
- Emouvoir son public-cible
- Le changement est possible
- Rester humble, simple et authentique
- Humour et fun
- Entraide et collaboration

# Analysons ensemble le contenu de la page Facebook

- <https://www.facebook.com/LeoNotHappy/>
- <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10160232873620655&set=a.10152667684445655.1073741827.610085654&type=3&theater>