



MOUVEMENT DU 26 SEPTEMBRE 14 NOV.

KIT DE COMMUNICATION

« POUR LE PRÉSENT ET L'AVENIR DES ENFANTS »

POUR LE CLIMAT, LE VIVANT, LA PAIX ET LA JUSTICE SOCIALE

Tout ce qu'il faut pour faire connaître la mobilisation du 14 novembre dans ta ville : le calendrier, les visuels et leurs modèles Canva, douze modèles de publications, la méthode pour la presse locale, le comptage et la remontée des photos. Sers-toi, adapte, publie.

RAPPELLE-TOI POURQUOI TU PUBLIES

Le 26 septembre, plus de 130 000 personnes ont marché dans 260 villes. Le 14 novembre, on continue, « pour le présent et l'avenir des enfants ». Plus de 7 300 personnes sont mortes de la canicule cet été. Le Fonds vert est passé de 2,5 milliards d'euros à 837 millions, quand 6,7 milliards ont été ajoutés au seul budget des armées en un an. TotalEnergies a encaissé 5,4 milliards de dollars en un seul trimestre. Nous ne venons pas demander qu'on nous plaigne. **Nous venons demander des comptes.**

Chaque publication sert à une seule chose : qu'il y ait plus de monde dans la rue le 14 novembre, et que la presse en parle partout.

LES CINQ REPÈRES, À NE JAMAIS OUBLIER

- ▶ **Les mots-dièses.** #Mouvementdu26Septembre #ManifEnfantiste #MarcheClimat #14Novembre, sur toutes les publications, sans exception.
- ▶ **Le lien.** 26septembre.org dans chaque post, et en bio sur Instagram, Threads et TikTok.
- ▶ **Les quatre infos vitales.** Ville, jour (samedi 14 novembre), lieu de rendez-vous, heure. Si elles manquent, le post ne sert à rien.
- ▶ **Les comptes du mouvement.** Tague-les, ils repartagent.
- ▶ **Ajuste tout ça à la taille de ta ville.** Ce qui vaut pour une métropole ne vaut pas pour un bourg de mille habitantes et habitants.

LES COMPTES À TAGUER

LES COMPTES DU MOUVEMENT

Instagram et Threads : @m26septembre · Facebook : 26 Septembre · Communauté Telegram : t.me/Infos_26_Septembre · Tous les liens : linktr.ee/26Septembre

REPÈRE QUI COMPTE DANS TA VILLE

Le compte du journal local et celui de la radio locale. Les pages « Tu sais que tu viens de... » et les groupes de quartier. Les associations, les syndicats et les collectifs du coin. Les élu-es locaux, pour les interpeller publiquement.

La méthode, en trois minutes. Sur Instagram, cherche le nom de ta ville et regarde qui publie régulièrement avec beaucoup de réactions. Note dix comptes dans un fichier partagé. Tu les tagueras à chaque publication, et tu les contacteras au moment de la presse. Cette liste te servira plus que n'importe quel modèle de post.

LE CADRE APARTISAN, AUSSI EN LIGNE

Notre mobilisation n'est pas **apolitique** : nous nous occupons des choses de la cité. Elle n'est pas **antipartisane** : s'engager dans une asso, un syndicat, un collectif ou un parti n'a rien de honteux. Elle est **apartisane** : elle n'invite à soutenir aucune organisation en particulier. Personne n'impose son étiquette à toutes et tous, et personne n'interdit à quiconque la sienne.

En pratique : aucun logo de parti sur les visuels de la mobilisation, aucun parti annoncé comme co-organisateur, aucun compte de parti en co-publication. Les militantes et les militants de partis sont bienvenus dans le cortège, comme tout le monde.

LES DEUX ERREURS QUI COÛTENT LE PLUS CHER

- ▶ **Publier avant d'avoir fixé le lieu et l'heure.** Un post sans point de rendez-vous n'amène personne, et il faudra tout republier.
- ▶ **Envoyer le communiqué de bilan le lendemain.** Les journaux bouclent le soir même. Passé 21h, ils sont partis à l'impression.

UNE QUESTION, UN DOUTE, UN BLOCAGE

Pose-la dans la communauté Telegram, t.me/Infos_26_Septembre. Quelqu'un a déjà rencontré le même problème. Auto-organisation, intelligence collective, confiance, bienveillance.

LE CALENDRIER DE LA COM

Les dates réelles à gauche, l'équivalent en jours avant le samedi 14 à droite, pour que ce tableau serve aussi la prochaine fois. Si tu prends le train en marche, fais les étapes en retard dans l'ordre, sans en sauter.

QUAND	J-	CE QUE TU FAIS
Tout de suite	J-47	Fixe le jour, le lieu et l'heure. Rien ne peut être communiqué avant. Puis recense ta mobilisation sur 26septembre.org/recenser , pour qu'elle apparaisse sur la carte nationale.
Samedi 17 oct.	J-28	Adapte l'affiche et les visuels à ta ville, à partir des modèles Canva de 26septembre.org/affiches . Crée l'événement Facebook et invite les organisations partenaires en co-organisation.
Samedi 24 oct.	J-21	Publie le post d'annonce sur tous tes réseaux, et épingle-le. Pas plus tôt : les gens s'inscrivent trop en avance et oublient. Appel à volontaires (26septembre.org/volontaires). Prise de contact avec les associations, syndicats et collectifs de la ville.
Du 26 au 31 oct.	J-19 à J-14	Premier collage d'affiches. Vitrines, halls, panneaux associatifs, marchés, écoles, lieux de travail.
Mercredi 4 nov.	J-10	Envoie le communiqué d'annonce à la presse locale. Désigne deux porte-parole et prépare-les.
Week-end du 7 et 8	J-7	Deuxième collage. Atelier banderole. Publication d'un post de rappel. Conférence de presse régionale avec les villes voisines.
Lundi 9 nov.	J-5	Dernier délai pour la déclaration en préfecture, envoyée à la préfecture et à la mairie avec le lieu et le parcours.
Mardi 10 nov.	J-4	Relance téléphonique des journalistes qui n'ont pas répondu. Un envoi de courriel seul ne suffit jamais.
Mercredi 11 nov.	J-3	Féfé. Post de dernière ligne droite. Brief des personnes qui photographient et de celles qui comptent.
Jeudi 12 nov.	J-2	Rédige le communiqué de bilan en entier, sauf le chiffre. Vérifie sono, mégaphones, banderole, batteries.
Vendredi 13 nov.	J-1	Matériel chargé. Batteries en charge. Boissons achetées.
Samedi 14	Jour J	Publications en direct, photos vers le fil national, comptage au pic de la mobilisation.
Le jour J, 3 heures après	H+3	Envoie le communiqué de bilan avec le chiffre et la photo. C'est le moment où les rédactions bouclent.
Le lendemain	J+1	Post de bilan, remerciements, date de la prochaine assemblée décidée la veille au soir.

LES PHOTOS ET LE COMPTAGE : DÉSIGNE DES PERSONNES À L'AVANCE

Sans personne désignée, il n'y aura ni photo utilisable ni chiffre crédible. Deux rôles à pourvoir avant le jour J, même dans une petite ville : **une ou deux personnes qui photographient** (un téléphone récent fait l'affaire, brief-les avec cette page) et **deux ou trois personnes qui comptent** (elles n'ont rien d'autre à faire pendant vingt minutes).

LES VISUELS : OÙ LES TROUVER

Tous les visuels sont libres d'utilisation et téléchargeables en haute définition sur **26septembre.org/affiches** : l'affiche du 14 novembre, le carré, trois flyers et cinq formats pour les réseaux, en PNG et en PDF. **Chacun a son modèle Canva**, à ouvrir dans ton propre compte pour y écrire ta ville, ton jour et ton heure. Cette page s'enrichit régulièrement, reviens y voir.

COMMENT LES ADAPTER

Il te faut ajouter quatre choses, et quatre seulement : **ta ville, le jour, le lieu de rendez-vous, l'heure**. N'ajoute rien d'autre sur l'affiche, elle perdrait sa lisibilité de loin.

- ▶ **Le modèle Canva, le plus simple.** Clique sur « Modèle Canva » à côté du visuel sur la page affiches : une copie s'ouvre dans ton compte, et tu remplaces le texte entre crochets. Canva est un service privé qui demande un compte gratuit.
- ▶ **Les formats ouverts.** Les PDF s'ouvrent aussi avec des logiciels libres comme Inkscape, sans compte ni abonnement.
- ▶ **Aucun outil sous la main ?** Imprime l'affiche et écris les quatre informations au marqueur. Ça se voit très bien sur une vitrine.

Ce qu'il ne faut pas toucher. Les couleurs, la typographie et la structure de l'affiche. Fond brun très sombre (#1A120B), orange

(#E4690C), jaune (#FFCC45) pour tout le mot d'ordre « Pour le présent et l'avenir des enfants », et les quatre couleurs des causes : vert pour le climat (#7C951F), orange pour le vivant (#E4690C), bleu pour la paix (#0A6AA0), rouge pour la justice sociale (#CE240B). Quand trois cents villes emploient la même identité visuelle, on voit une mobilisation nationale. Quand chacune fait la sienne, on voit trois cents événements sans rapport entre eux.

LE FLYER A5, PRÊT À PERSONNALISER

Un modèle recto verso, à imprimer en A5, deux par feuille A4, en couleur, en noir et blanc ou en économie d'encre. Le recto porte la date et le mot d'ordre, le verso le texte de l'appel, une zone « Près de chez vous » et un QR code qui renvoie au site. Le modèle couleur est ici : canva.link/05zhcjsttacqj0z

- ▶ Ce que tu changes au verso, dans la zone « Près de chez vous » : la ville, le jour, l'heure et le lieu de rendez-vous.
- ▶ Le programme de ta journée, si la place le permet : marche, village, cantine, prises de parole, assemblée.
- ▶ Le QR code, si tu préfères renvoyer vers ta page locale.

Le QR code. Un document séparé le fournit seul, en grand et en petit format à découper, pour le coller sur une affiche, un tract, une vitrine ou une table d'accueil. Il renvoie à l'accueil de 26septembre.org.

LES FORMATS DONT TU AS BESOIN

USAGE	FORMAT	REMARQUE
Affiche à coller	A3	Le A3 se voit de loin. Le A4 sert pour les vitrines et les halls d'immeuble.
Flyer à distribuer	A5	Deux par feuille A4, à couper. Le verso porte les informations locales.
Post Facebook, Telegram, fil Instagram	1080 × 1080	Le format carré. Il existe aussi en 1440 × 1440.
Post Instagram en portrait	1080 × 1350	Prend plus de place dans le fil que le carré.
Story, statut WhatsApp, TikTok	1080 × 1920	Vertical plein écran. Garde les informations au centre, les bords sont masqués.
Couverture d'événement Facebook	1920 × 1005	Les tailles bougent : vérifie au moment de la création.
Bannière de page Facebook	1640 × 624	Le haut et le bas sont rognés sur téléphone.

DOUZE MODÈLES · AVANT LA MARCHÉ

Remplace ce qui est surligné. Adapte le ton au réseau : plus long sur Facebook, plus court sur Threads, une phrase sur TikTok. Ajoute toujours #Mouvementdu26Septembre #ManifEnfantiste #MarcheClimat #14Novembre.

1 L'ANNONCE

Facebook, Instagram, Threads · post épinglé · à publier le 24 octobre

Le **[SAMEDI 14 / DIMANCHE 15]** novembre, on se mobilise à **[VILLE]** pour le présent et l'avenir des enfants, pour le climat, le vivant, la paix et la justice sociale.

Le 26 septembre, nous étions plus de 130 000 dans 260 villes. On continue. Plus de 7 300 personnes sont mortes de la canicule cet été. Pendant ce temps, le Fonds vert qui protège les communes est passé de 2,5 milliards à 837 millions d'euros, et TotalEnergies a encaissé 5,4 milliards de dollars en un trimestre.

Nous exigeons un plan d'urgence, un plan d'adaptation et un plan d'atténuation, payés par celles et ceux qui ont fabriqué la catastrophe.

Rendez-vous **[LIEU]** à **[HEURE]**. Viens avec qui tu veux, viens comme tu es.

L'appel et toutes les mobilisations : 26septembre.org –
#Mouvementdu26Septembre #ManifEnfantiste #MarcheClimat #14Novembre

2 LA VERSION COURTE

Threads, TikTok, stories · à répéter

14 novembre, **[VILLE]**.

Pour le présent et l'avenir des enfants, pour le climat, le vivant, la paix et la justice sociale.

[JOUR], **[LIEU]**, **[HEURE]**.

Amène quelqu'un. 26septembre.org –

#Mouvementdu26Septembre #ManifEnfantiste #MarcheClimat #14Novembre

3 L'APPEL À VOLONTAIRES

Tous réseaux · vers le 24 octobre

On organise la mobilisation du 14 novembre à **[VILLE]**, et on a besoin de bras.

Ce qu'on cherche : des personnes pour coller les affiches, distribuer des tracts, tenir les côtés du cortège, porter la banderole, prendre des photos, faire à manger, tenir l'espace enfants.

Aucune expérience nécessaire. On explique tout.

Inscris-toi sur 26septembre.org/volontaires, ou rejoins-nous :
[LIEN DU GROUPE LOCAL] – #Mouvementdu26Septembre
#ManifEnfantiste #MarcheClimat #14Novembre

4 LA DERNIÈRE LIGNE DROITE

Tous réseaux · le 12 novembre

Dans deux jours, on se mobilise.

[VILLE] · **[SAMEDI 14 / DIMANCHE 15]** novembre · **[LIEU]** à **[HEURE]**

Au programme : la marche, puis **[le village avec stands, cantine et ateliers / l'arrivée]**, et à **[HEURE]** une assemblée où on décide ensemble de la suite.

Atelier pancartes deux heures avant le départ, cartons et peinture fournis. Espace enfants au chaud.

Partage ce post, invite trois personnes. –

#Mouvementdu26Septembre #ManifEnfantiste #MarcheClimat #14Novembre

Le rythme, sur les quinze derniers jours. Publie tous les deux ou trois jours, pas davantage. Alterne les registres : une information pratique, un chiffre, un visage, un appel à l'aide, une photo de la préparation. La fabrication des banderoles et l'atelier pancartes donnent de bonnes publications, parce qu'on y voit des visages.

5 LE MATIN

Stories · 9h à 12h

C'est aujourd'hui. [VILLE] · [LIEU] · [HEURE]

On installe. Viens dès maintenant si tu veux aider, ou rejoins-nous à [HEURE].

#Mouvementdu26Septembre #ManifEnfantiste #MarcheClimat
#14Novembre

6 LE DÉPART

Tous réseaux · photo de la banderole de tête

Le cortège s'élance à [VILLE].

En tête, les personnes les plus impactées par les canicules, les sécheresses et les incendies. [OU : Derrière les banderoles du collectif enfantiste, en soutien.]

Nous ne venons pas demander qu'on nous plaigne. Nous venons demander des comptes.

#Mouvementdu26Septembre #ManifEnfantiste #MarcheClimat
#14Novembre

7 EN DIRECT

Stories · toutes les vingt minutes

Trois ou quatre publications courtes, avec des photos différentes : la foule vue de haut, une pancarte réussie, la fanfare, des enfants, un visage qui chante.

Une phrase par publication. Tague les comptes du mouvement et le journal local.

8 LA FIN DE LA MARCHÉ

Tous réseaux · dès le chiffre connu

Nous étions [NOMBRE] dans les rues de [VILLE] pour le présent et l'avenir des enfants.

Partout en France, des mobilisations ont lieu ce samedi.

Et maintenant, l'assemblée : on décide ensemble de la suite.

#Mouvementdu26Septembre #ManifEnfantiste #MarcheClimat
#14Novembre

9 LE BILAN

Tous réseaux · le lendemain

Nous étions [NOMBRE] à [VILLE] hier.

Merci à [ORGANISATIONS, COLLECTIFS, ASSOCIATIONS], et à toutes les personnes qui ont collé, porté, cuisiné, photographié, chanté.

Hier soir, l'assemblée a décidé [LA DÉCISION PRINCIPALE].

Prochain rendez-vous le [DATE].

#Mouvementdu26Septembre #ManifEnfantiste #MarcheClimat
#14Novembre

10 LE REMERCIEMENT EN VISAGES

Instagram, Facebook · carrousel de photos

Six à dix photos, sans texte long : la banderole, la foule, les pancartes, le village, la cantine, l'assemblée.

Légende courte : [VILLE], [14 OU 15] novembre 2026. On était [NOMBRE]. Et on continue.

11 LA REPRISE PRESSE

Tous réseaux · quand un article sort

[NOM DU JOURNAL] parle de notre mobilisation.

Une citation courte de l'article, puis le lien.

Merci à la presse locale d'avoir fait son travail. —

#Mouvementdu26Septembre #ManifEnfantiste #MarcheClimat
#14Novembre

12 LA SUITE

Tous réseaux · fin novembre

Le 26 septembre, puis le 14 novembre. On ne s'arrête pas là.

À [VILLE], on se retrouve le [DATE DE LA PROCHAINE ASSEMBLÉE] pour continuer.

Les prochaines dates du mouvement sont dans le calendrier de 26septembre.org.

Rejoins-nous : [LIEN DU GROUPE LOCAL] —

#Mouvementdu26Septembre #ManifEnfantiste #MarcheClimat
#14Novembre

LA PHOTO QUI COMPTE

Une seule photo décidera de la manière dont ta marche est vue. Il en faut une qui la résume d'un coup d'œil.

- ▶ La banderole de tête bien tendue, le message lisible en entier.
- ▶ La foule mise en valeur. Monte sur un banc, un plot, une barrière, un pont. Quelques mètres de hauteur suffisent à faire apparaître le nombre.
- ▶ Format horizontal, mieux repris par les journaux. Fais aussi des verticales pour les stories.
- ▶ Un élément reconnaissable de ta ville dans le cadre, pour qu'on sache où c'est.
- ▶ Le pic d'affluence arrive en général une demi-heure après le départ officiel.
- ▶ **Les enfants.** Ne publie pas de photo où un enfant est reconnaissable sans l'accord de ses parents. Photographie-le de dos, de loin, ou cadre sur sa pancarte.

Un cortège dense photographie mieux. Des gens serrés donnent une meilleure image que des gens dispersés sur trois cents mètres. Fais passer le message aux personnes qui tiennent la tête : ne pas partir trop vite, laisser le cortège se refermer.

Prends aussi, si tu peux : des pancartes réussies, des gens qui chantent, la fanfare, les prises de parole, le village, l'espace enfants, l'assemblée du soir. Montre la diversité réelle des personnes présentes, les âges, les corps, les origines. Montre la détermination et la joie.

FAIRE REMONTER LES PHOTOS

Envoie tes meilleures photos sur le fil Telegram de la mobilisation, en direct pendant la marche et dans la foulée. Elles serviront à raconter la journée à l'échelle nationale. Indique toujours ta ville.

Envoie en fichier, pas en image. Telegram compresse les photos envoyées depuis la galerie, et l'image devient inutilisable pour la presse ou pour une impression. Passe par le trombone, puis choisis Fichier plutôt que Galerie. Ça prend deux secondes de plus et l'image reste exploitable.

COMPTER, ET COMPTER JUSTE

Le chiffre que tu donnes sera repris tel quel par la presse, et additionné aux autres villes pour le total national. Un chiffre gonflé décrédibilise toute la journée. Un chiffre timide efface ton travail.

- ▶ Deux ou trois personnes comptent séparément, puis on fait la moyenne.
- ▶ Place-toi en hauteur, ou à un rétrécissement du parcours, un pont, une rue étroite.

- ▶ Compte les rangs. Estime combien de personnes marchent côte à côte, puis compte les rangs qui passent.
- ▶ Compte au pic, une demi-heure après le départ officiel.
- ▶ N'arrondis pas. 1 340 est plus crédible que 1 500, et c'est vrai.
- ▶ Envoie le chiffre à la coordination le plus tôt possible, sur le fil Telegram, avec le nom de ta ville.

LA PRESSE LOCALE

Un article dans le journal de ton département touche des gens qu'aucun réseau social n'atteint. Une ville de cinq mille habitantes et habitants y pèse autant qu'une métropole. Et trois cents articles locaux, mis bout à bout, font un événement national.

- ▶ Ouvre le site du quotidien régional, cherche la rubrique contact et l'adresse de l'agence locale, pas celle du siège.
- ▶ Regarde qui signe les articles sur ta ville depuis un mois. Note les noms.
- ▶ Ajoute la radio locale, la télé régionale, les journaux gratuits, les webmédias du coin, le bulletin municipal.
- ▶ Tiens la liste dans un tableau partagé : nom, média, courriel, téléphone, envoyé le, relancé le, réponse.

LA CONFÉRENCE DE PRESSE RÉGIONALE, UNE SEMAINE AVANT

Réunissez les groupes locaux de votre région, en présence ou en visio, pour que chaque ville présente sa marche devant la presse régionale. Une semaine avant, soit autour du week-end des 7 et 8 novembre.

Ça crée une émulation entre les villes au moment de la dernière ligne droite, quand l'énergie retombe. Et ça permet aux rédactions en chef de savoir où envoyer des correspondantes et des correspondants le jour J. Une mobilisation dans un village ou dans une ville qui ne manifeste jamais est un sujet en soi, et les journalistes le savent.

N'importe quel groupe local peut la lancer : proposez-la aux villes voisines dans la communauté, fixez une date avec un Framadate, et organisez-la ensemble. Personne ne préside, quelqu'un convoque. Prévoyez cinq minutes par ville, et une personne qui envoie l'invitation aux médias régionaux.

ENVOYER, PUIS RELANCER

Envoie le communiqué d'annonce le 4 novembre, objet clair : Mobilisation du [14 OU 15] novembre à [VILLE] pour le présent et l'avenir des enfants. Colle le texte dans le corps du courriel, sans pièce jointe, et joins une image en petit format. Le 10 novembre, appelle celles et ceux qui n'ont pas répondu. Un simple envoi ne suffit jamais. Deux minutes au téléphone transforment souvent un silence en article.

DEUX PORTE-PAROLE, ET QUI LES CHOISIR

Désigne deux personnes qui parleront au nom de la marche, disponibles avant et pendant. Choisis-les d'abord parmi les personnes les plus impactées par les canicules, les sécheresses et les incendies. Celles qui ont travaillé dehors à quarante degrés, qui ont passé l'été dans un logement invivable, qui ont perdu une récolte, qui ont vu le feu approcher, qui soignent ou qui secourent. Ce 14 novembre, pense aussi aux parents, aux personnes qui travaillent avec des enfants, et aux jeunes. Ce sont elles qu'on entend le moins, et ce sont elles qu'un journaliste retiendra.

Demande leur accord clairement, en amont, et laisse-leur la possibilité de refuser ou de s'arrêter en route. Personne n'a à raconter ce qui lui est arrivé si elle ne le souhaite pas. Accompagne-les avec quelqu'un qui a l'habitude, plutôt que de les envoyer seules devant un micro.

Quel que soit le binôme, il doit connaître par cœur trois messages, et s'y tenir quelle que soit la question.

- **Le constat.** Plus de 7 300 personnes mortes de la canicule cet été, et ce sont toujours les mêmes qui meurent d'abord.
- **L'exigence.** Trois plans, urgence, adaptation, atténuation, payés par les superprofits fossiles et de l'armement et par un impôt climatique sur les plus riches.
- **Le local.** Une phrase sur ce que la canicule, la sécheresse ou les incendies ont fait ici cet été, ou sur ce qui manque aux enfants de ta ville.

Quand tu réponds. Pars de ce que tu as vécu, c'est le terrain sur lequel tu es le plus solide, et c'est ce qu'un journaliste reprendra. Si la question est piègeuse, réponds ce que tu as à dire plutôt que ce qu'on te demande, sans t'énerver. Et si tu ne sais pas, dis que tu ne sais pas, puis reviens à l'un des trois messages. Personne n'attend de toi que tu sois experte du budget de l'État.

LES DEUX COMMUNIQUÉS

1 COMMUNIQUÉ D'ANNONCE

À envoyer le 4 novembre

COMMUNIQUÉ DE PRESSE · [VILLE] · [DATE D'ENVOI]

Le [14 OU 15] novembre, [VILLE] se mobilise pour le présent et l'avenir des enfants

Le [SAMEDI 14 / DIMANCHE 15] novembre, [UNE MARCHÉ / UN RASSEMBLEMENT] partira de [LIEU] à [HEURE], à l'appel de [ORGANISATIONS ET COLLECTIFS LOCAUX]. C'est la deuxième mobilisation nationale du mouvement du 26 septembre : le 26 septembre, plus de 130 000 personnes ont marché dans 260 villes. L'appel qui la fonde réunit plus de 56 000 signataires.

Ce 14 novembre tombe en pleine COP31, la conférence de l'ONU sur le climat, et à quelques jours du vote solennel du budget. [SI LE COLLECTIF ENFANTISTE MANIFESTE DANS LA VILLE : Le samedi 14, les participantes et les participants rejoindront la manifestation du collectif enfantiste contre les violences faites aux enfants, et marcheront en soutien derrière ses banderoles.]

Cet été, plus de 7 300 personnes sont mortes de la canicule. Les habitantes et les habitants des quartiers populaires, les familles précaires, les personnes âgées, celles et ceux qui travaillent dehors ont payé le prix le plus lourd. [UNE PHRASE SUR CE QUE LA CANICULE, LA SÉCHERESSE OU LES INCENDIES ONT FAIT ICI CET ÉTÉ]

Les organisateurs et organisatrices exigent trois plans : un plan d'urgence, un plan d'adaptation et un plan d'atténuation, financés par la taxation des superprofits des énergies fossiles et de l'armement, et par un impôt climatique sur les patrimoines des plus riches.

Informations pratiques. [SAMEDI 14 / DIMANCHE 15] novembre, départ à [HEURE] depuis [LIEU]. [VILLAGE, CANTINE, ATELIERS, ESPACE ENFANTS]. Une assemblée ouverte à toutes et tous se tiendra à l'arrivée à partir de [HEURE].

Contact presse. [PRÉNOM NOM] · [TÉLÉPHONE] · [COURRIEL]

L'appel national et la carte des mobilisations : 26septembre.org

2 COMMUNIQUÉ DE BILAN

Rédigé le 12 novembre, envoyé trois heures après la mobilisation

COMMUNIQUÉ DE PRESSE · [VILLE] · [14 OU 15] novembre 2026

À [VILLE], [NOMBRE] personnes se sont mobilisées pour le présent et l'avenir des enfants

Ce samedi 14 novembre, [NOMBRE] personnes ont défilé dans les rues de [VILLE], à l'appel de [ORGANISATIONS ET COLLECTIFS LOCAUX]. La marche s'est élancée à [HEURE] depuis [LIEU] en direction de [LIEU D'ARRIVÉE]. Des mobilisations se sont tenues le même jour partout en France, deux mois après celle du 26 septembre.

Dans le cortège, [DEUX OU TROIS BANDEROLES, PANCARTES OU MOMENTS MARQUANTS]. En tête marchaient [LES PERSONNES LES PLUS IMPACTÉES PAR LES CANICULES, LES SÉCHERESSES ET LES INCENDIES / LE COLLECTIF ENFANTISTE].

Les participantes et les participants exigent un plan d'urgence, un plan d'adaptation et un plan d'atténuation, financés par les superprofits des énergies fossiles et de l'armement et par un impôt climatique sur les plus grandes fortunes. À l'issue de la marche, une assemblée ouverte a décidé [LA DÉCISION PRINCIPALE ET LA DATE DE LA PROCHAINE ASSEMBLÉE].

Photo libre de droits jointe, crédit [NOM DE LA PERSONNE QUI A PHOTOGRAPHIÉ].

Contact presse. [PRÉNOM NOM] · [TÉLÉPHONE] · [COURRIEL]