

Rappelons-le, l'objectif premier d'une opération « Artisans et commerçants témoins » est de sensibiliser et de favoriser le passage à l'acte de l'ensemble des artisans et commerçants de votre territoire concernant la prévention des déchets. Afin d'y parvenir, il est essentiel de **médiatiser les témoins**.

#### Outil(s) attaché(s) :

Outil 8 – Tableau des informations à transmettre à l'animateur  
Outil 9 – Questionnaire de fin d'opération

#### L'essentiel :

- Vous avez à repérer les témoins les plus motivés et ceux obtenant les résultats les plus significatifs.
- Leurs témoignages (organisés en concertation avec l'animateur) permettent de sensibiliser et d'engager les cibles de votre territoire.
- Leurs témoignages sont également un moyen de valoriser les artisans et commerçants.
- La mobilisation des élus peut favoriser celle des commerçants et artisans du territoire.

## L'organisation et la préparation du témoignage

Tandis que l'animateur assure le relais auprès de la presse, votre rôle consiste notamment à :

- **mobiliser des témoins exemplaires** (ayant obtenu des résultats significatifs), prêts à s'exprimer sur l'opération et les gestes mis en œuvre,
- **proposer à l'animateur une fiche pour chaque témoin** (type de commerce, nombre d'employés, gestes adoptés, difficultés, bénéfices...),
- **accompagner les témoins pour témoigner**.

## Le repérage des témoins exemplaires

Vous avez veillé à recruter des témoins motivés pour témoigner sur leur expérience. Au démarrage, vos témoins sont donc animés de la volonté de partager leur vécu, et par là même de communiquer sur leur activité.

Au cours de l'opération, le suivi régulier qui vous incombe doit vous permettre de **déceler rapidement les artisans et commerçants qui restent motivés et qui obtiennent des résultats significatifs**. Ainsi, il s'agira d'être attentif aux commerçants et artisans force de proposition et qui s'enthousiasment pour l'opération. Par exemple, vous pouvez **organiser un petit concours ou co-construire avec les témoins des indicateurs de performance ludiques** (attention toutefois à ne pas tomber dans la compétition entre les témoins).

Enfin, **vous pouvez également mettre en avant les personnes visibles sur le territoire comme les élus, par exemple**. Sans être directement engagés dans l'opération comme témoins, ces derniers peuvent se mobiliser auprès des artisans et commerçants et être présents à leurs côtés lors des témoignages via la presse. Cela donne plus de poids aux témoignages et favorise la mobilisation des autres commerçants et artisans de votre territoire.

## La mobilisation des témoins

Vous validez les disponibilités des témoins qui vous semblent les plus à même de communiquer.

Les artisans et commerçants qui le souhaitent témoignent auprès des journalistes qui en font la demande ou que l'animateur a préalablement sollicités. C'est l'occasion de **mettre en valeur l'exemplarité de ces professionnels et les résultats des mesures**. Votre rôle est de leur faire prendre conscience de la nécessité de cette médiatisation et du rôle qu'ils sont amenés à jouer.

Pour les témoignages collectifs, l'animateur peut convier la presse lors de réunions, d'ateliers, de visites ludiques, etc.

## Le témoignage au-delà de la phase témoin de l'opération

Pour rappel, la phase témoin de l'opération est constituée de la période d'application des gestes par les témoins. Il est recommandé de communiquer durant cette phase, mais également au-delà, lors de la phase communication. L'opération continue donc au-delà de la période d'application des gestes ! Pour plus de visibilité et de publicité, vous pourrez proposer aux témoins de votre opération de témoigner lors de ces deux phases, éventuellement à plusieurs reprises. D'autant plus que cela permettra aux cibles visées d'avoir une vision globale de la démarche entreprise et des bénéfices tirés. Attention néanmoins, le témoignage peut prendre du temps et il s'agira donc de l'organiser en amont, en vous assurant des disponibilités de vos témoins.

### Bon à savoir :

En présentant aux témoins le témoignage comme une opportunité de faire de la publicité pour leur commerce, vous favoriserez leur mobilisation.

### Définition clé :

#### TÉMOIGNAGE

Expérience vécue et individuelle des témoins communiquée à la presse. Il s'agit du support de communication principal de l'opération, ayant pour objectif de sensibiliser et d'engager l'ensemble des commerçants et artisans de votre territoire. Il est recommandé de personnaliser les témoignages pour convaincre vos cibles (ex : « moi, monsieur ..., artisan dans le domaine ..., j'ai économisé ..... euros et cela m'a permis d'éviter la production de ..... kg de déchets en appliquant tels gestes de prévention »).

Exemple :

[Réduction des déchets : des entreprises s'engagent à Bain-de-Bretagne](#)