



Comment préparer une action ?

V1 octobre 2018

Ce guide doit être lu par toute personne souhaitant participer aux actions d'Attac France. Pendant la préparation d'une action, chaque militant·e doit s'y référer en cas de doute. Il ne sera jamais exhaustif, donc chaque suggestion d'apport sera bienvenue !

Sommaire

1. Lancer une action

Questions à se poser sur l'action

Quel mode d'action souhaite-t-on adopter ?

Quel « niveau » d'action ?

Questions sur l'engagement

Qui s'engage sur un rôle clé ?

Qui participe à la préparation ?

Qui peut aider ponctuellement ?

Le rôle de coordination d'une action

2. Repérez les lieux

Choisissez une cible

A faire pour le repérage

Autres lieux nécessaires

3. Recruter

A faire pour le recrutement

4. Préparer les animations

5. Préparer le matériel

Fabrication de matériel

Conseils pour le matériel

6. Préparer le briefing

Conseils pour le briefing

7. Préparer la communication

Communiqués de presse

Journalistes

Réseaux sociaux

Facebook

Twitter

8. Le jour J : l'action

Sous-groupes

En amont et avant de partir :

Pendant l'action :

9. Débriefing

Conseils pour le débriefing

10. Après l'action

1. Lancer une action

Des réunions sont nécessaires pour lancer une action ou une campagne d'actions. Au cours de ces réunions, il faut évaluer les énergies disponibles, adapter nos ambitions en conséquence, se répartir les tâches de manière équitable et se responsabiliser individuellement et collectivement dans leur accomplissement.

Questions à se poser sur l'action

Quel mode d'action souhaite-t-on adopter ?

Choix à réaliser en fonction du sujet de la campagne, de la ou des cibles, du temps de préparation nécessaire, des alliances et des partenaires avec lesquels nous souhaitons travailler et des forces disponibles (voir le paragraphe "questions sur l'engagement").

Quel « niveau » d'action ?

Le niveau de votre action doit être déterminé en fonction de votre expérience et de celle des participant-e-s à l'action. Pour faciliter ce choix, nous vous proposons plusieurs critères décrits ci-dessous.

Durée de l'action :

- **Durée courte** : plus l'action est courte, et plus elle est simple au niveau logistique. Il est également plus facile de recruter beaucoup de monde sur un créneau assez court. Si vous prévoyez une action d'une courte durée, cela permet de l'annoncer de manière rassurante au personnel du lieu : "c'est une action symbolique qui va durer X minutes, après quoi nous nous en irons".
- **Durée longue** : plus l'action est longue, et plus la logistique se complique, car il faut pouvoir tenir dans la durée ! D'autre part, le risque de tension est plus élevé vis-à-vis du personnel, car la gêne est plus importante pour elles-eux, et l'intervention de la police est plus probable.

Choix n°2 : attitude en cas d'intervention des forces de l'ordre. Que vous soyez devant ou dans les locaux de votre cible, il est fort probable que les vigiles et/ou la police vous demandent de mettre fin à l'action. Les participant-e-s à l'action doivent donc se mettre d'accord au préalable sur l'attitude à adopter :

- **Négociation « à l'amiable » de départ** : vous pouvez faire valoir que l'action est menée au nom de l'intérêt général, qu'elle est non-violente, qu'il n'y a aucune dégradation, que tout le monde est poli avec les client-e-s comme avec le personnel, qu'il s'agit d'une action médiatique et de sensibilisation, qui a besoin de se dérouler pendant une certaine durée pour toucher un maximum de personnes.
- **Résistance non-violente, en faisant le poids mort** : cette option demande davantage de maîtrise de l'attitude non-violente car cela peut énerver les forces de l'ordre, et parce qu'il est possible d'être délogé sans ménagement. En revanche, l'image des forces de l'ordre qui délogent des militant-e-s non-violent-e-s est quelque chose qui dramatise l'action, interpelle l'opinion publique, fait écho à l'injustice de la situation d'impunité des multinationales qui sont protégées par le système, et peut

donc renforcer l'impact médiatique de l'action. Même si c'est en quelque sorte une posture de défi, il est toutefois très important de garder une attitude respectueuse envers les personnes à qui vous tenez tête, et de faire en sorte d'avoir les meilleures conditions de dialogue possible. Dans tous les cas, la résistance passive en poids mort ne doit être choisie que par les personnes qui se sentent parfaitement à l'aise avec cette fin d'action (il faut s'en être assuré en amont de l'action). Il est possible que seule une partie des militant·e·s choisissent cette attitude, les autres arrêtant l'action plus tôt.

Questions sur l'engagement

Qui s'engage sur un rôle clé ?

Indiquer si l'on pense contribuer à la préparation d'une action et avec quel niveau d'implication. Les personnes qui s'engagent sont celles qui peuvent contribuer fortement à la préparation et réalisation des actions en assumant des rôles clés (coordination, recrutement...) et en assurant la préparation et l'animation des réunions physiques.

Qui participe à la préparation ?

Pour participer à la préparation d'une action il convient de suivre les échanges de participer aux réunions, d'apporter sa contribution à la réflexion et à sa réalisation en prenant en charge des missions.

Qui peut aider ponctuellement ?

Pour faciliter l'implication, il faut essayer de définir les moments importants (futurs réunions, ateliers,...) aux cours desquels on peut mobiliser plus de monde.

Autres principes/règles :

- Lorsqu'on s'engage à effectuer une mission, il faut le faire jusqu'au bout, et prévenir rapidement si l'on pense ne pas pouvoir l'accomplir. La réussite collective de la préparation dépend de cette responsabilité individuelle.
- Prévoir une rotation sur les tâches pour ne pas créer de « *domaines réservés* ». Cela nécessite néanmoins :
 - du pragmatisme pour ne pas donner une tâche que la personne ne peut pas réaliser ;
 - de sortir de sa zone de confort pour accepter des tâches auxquelles on n'est pas habitué·e et qui peuvent être intimidantes (prise de parole,...) ;
 - de la mise en retrait pour laisser à chacun·e l'opportunité de faire les tâches importantes.

Le rôle de coordination d'une action

Pour chaque action il faut désigner une ou deux personnes pour assurer la coordination. Elles doivent être disponibles et motivées pour la préparation de cette action :

- Elles organisent les réunions en faisant un sondage et un ordre du jour, en s'assurant que les documents et les informations nécessaires pour prendre les décisions sont disponibles, en tenant à jour les documents de préparation et en faisant circuler les informations dans le groupe ;
- Elles s'assurent de la répartition et de l'avancement des différentes tâches, et relancent les personnes en charge de celles-ci ou les aident si besoin ;
- Elles sont en mesure de prendre certaines décisions rapidement lorsqu'un processus plus démocratique ne peut pas être mis en œuvre.

Une coordination bien effectuée représente en soi une charge de travail importante. Les coordinateurs/trices doivent donc être pleinement impliqué-e-s dans la préparation, sans être surchargé-e-s d'autres tâches (repérage, communication,...).

Selon les réponses apportées à chacune de ces questions, on peut déterminer le niveau des actions à mener, attribuer des rôles à chacun-e, répartir les tâches par pôles de compétences, et choisir une date et un lieu.

Chacun-e prend en charge, en conscience des missions que cela implique. On s'assure que les personnes pas à l'aise soient accompagnées avec minimum des binômes par pôles.

Pour les missions non réparties, on peut envisager un tirage au sort (tableau de suivi des personnes déjà désignées).

2. Repérez les lieux

Choisissez une cible

Choisissez votre cible en fonction des critères suivants

- Le jour et les horaires où vous voulez faire l'action (vérifiez les horaires d'ouverture de la cible si celle-ci doit être ouverte au moment de l'action) ;
- Privilégiez les cibles dans une rue passante, une rue piétonne ou une place du centre ville.
- Prévoir un plan B en cas d'imprévu, en faisant attention à pouvoir facilement passer de l'un à l'autre.

A faire pour le repérage

- préparer le repérage sur place et en utilisant une cartographie en ligne (<https://www.openstreetmap.org/> ou <https://www.google.fr/maps>) en relevant les

endroits qui semblent adaptés à l'action ;

- Ne pas transmettre ces informations par mail ou téléphone ;
- à 2 c'est mieux : ce que l'un-e ne voit pas l'autre le verra. On peut échanger tout de suite sur les impressions ;
- repérer intégralement le parcours du point briefing au lieu de l'action : lignes de bus et sortie de métro, ainsi que le parcours à l'intérieur de la station ;
- repérer les emplacements pour un véhicule si besoin ;
- prendre des photos en faisant attention de ne pas être trop visible ;
- repérer les dispositifs de sécurité qui pourraient gêner l'action : horaires, grilles, vigiles, caméras,...
- faire un plan du lieu, et prévoir la disposition dans l'espace et l'accrochage des visuels ;
- trouver un café qui puisse faire office de rendez-vous presse, et éventuellement de base arrière de communication (wifi nécessaire) ;
- faire un document récapitulatif avec les trajets, emplacements véhicule et autres infos utiles pour les plans A, B, C,... à distribuer à tous les rôles clefs (coordinateur/trice, contact presse, conducteur/trice,...) ;
- D'où prendre les meilleures photos ? ;
- Où et comment peut-on accrocher les visuels de l'action ? Grilles, vitrines... Prévoir les matériels appropriés pour les accrocher sans causer aucune dégradation (Scotch, ficelle, fil de fer, pinces...).

Autres lieux nécessaires

- **Lieu de briefing** : où vous pourrez vous réunir le jour J avant l'action pour faire les derniers préparatifs (répartition du matériel...) et le dernier briefing.
- **Lieu de rendez-vous presse** : proche de la cible, où vous pourrez donner rendez-vous à la presse, et vous réunir une dernière fois juste avant l'action, avant de lancer le top départ de l'action. Calculez à l'avance le temps qu'il vous faut pour vous rendre jusqu'à la cible depuis ce point de rendez-vous, en marchant à une allure « normale ».
- **QG Communication** : où vous pourrez gérer la communication pendant et après l'action (centralisation et tri/publication des photos et vidéos, envoi des communiqués de presse).
- **Lieu de débriefing** : où vous pourrez vous réunir après l'action pour débriefer, puis poursuivre de manière plus informelle et conviviale.

3. Recruter

Les actions nécessitent plus ou moins de personnes. Il faut vous assurer d'avoir assez de monde pour que les rôles stratégiques (voir ci-dessous) soient remplis.

Même pour les actions qui nécessitent peu de monde, il faut avoir en tête que plus on est, plus il sera facile de se répartir les tâches et de faire des animations ; plus vous êtes nombreux·euses plus le rapport de force est favorable et minimise les risques d'intervention des vigiles ou de la police.

Les rôles indispensables :

- **Coordinateur·trice** : une personne qui donne le top départ de l'action, qui garde une vision d'ensemble pendant l'action pour vérifier que tout se déroule selon le plan prévu, et qui est habilitée à donner des consignes aux autres militant·e·s en cas d'imprévu et de nécessité de prendre des décisions urgentes.
- **Contact personnel** : une personne qui se prépare à dialoguer avec le personnel et le·la responsable de la cible, et, éventuellement, avec les vigiles. Elle devra faire preuve de calme et de diplomatie. Si l'action est menée en dehors des heures d'ouverture de la cible, ce rôle n'est pas nécessaire.
- **Contact police** : une personne qui se prépare à dialoguer avec les forces de l'ordre dès leur arrivée afin de leur expliquer l'action et son caractère non violent. Elle ne se présente pas comme responsable de l'action, mais comme personne "désignée pour parler avec eux·elles".
- **Contact presse** : une personne qui se prépare à parler à la presse. Elle devra se préparer à expliquer l'action de manière très courte et synthétique (pour les radios ou les télévisions), mais aussi à répondre à des questions plus détaillées sur le fond de la campagne (les phases précédentes de la campagne, l'évasion fiscale, les lanceurs d'alerte, la transition sociale et écologique et le climat, les chiffres... notamment pour la presse écrite).
- **Photographe** (au moins une personne, ou plusieurs si possible) : nous souhaitons que la presse soit au rendez-vous, mais il est également important de prendre nos propres images de l'action pour les envoyer avec les communiqués de presse et pour les communiquer à Attac France. Vous pouvez également prévoir un·e ou plusieurs **vidéastes**.
- **Décorateurs·trices** : des personnes qui vont décorer le lieu avec les matériels prévus à cet effet (affiches, banderoles, éléments de décor tels que rubalise, etc.)

Les rôles supplémentaires :

- **porte-parole** : prend la parole devant le public et/ou les médias.
- **Porteur·euse de banderoles** : des personnes qui tiendront une ou plusieurs banderoles.
- **Distributeurs·trices de tracts** : ils·elles permettent de faire comprendre ce qu'il se passe aux personnes qui passeront à proximité, et d'engager la conversation sur le procès.
- **Animateurs·trices** : des personnes qui vont animer les activités. Il peut s'agir de prises de paroles. Toute activité festive est aussi bienvenue : chansons, musique, saynètes, jeux, etc.
- **Twitteur·euse** : si possible, quelqu'un·e équipé·e d'un smartphone pour prendre des photos et les envoyer en direct sur Twitter pendant l'action.
- **Streameur·euse** : quelqu'un·e équipé·e d'un smartphone pour diffuser en direct l'action sur les réseaux sociaux en utilisant des applications dédiées. Ex. : Twitter

(<https://twitter.com>), Periscope (<https://www.periscope.tv/>) ou Facebook live (<https://www.facebook.com/>) à télécharger à l'avance.

- **Base arrière Communication** : une personne qui enverra un communiqué de presse rapidement après l'action, en ayant récupéré les premières photos de l'action.
- **Observateur·trice extérieur·e** : vous pouvez prévoir une ou plusieurs personnes qui restent en retrait de l'action. Ils·elles peuvent se rendre sur place avant le début de l'action pour prévenir si certaines conditions empêchent de mener l'action au dernier moment nécessitant de passer à un plan B. Par la suite, ils·elles gardent un point de vue extérieur pour voir le déroulement de l'action, notamment en cas d'intervention de la police où ils·elles transmettront les informations nécessaires pour organiser le soutien éventuel.

A faire pour le recrutement

- Faire un tableur avec les noms, les coordonnées des personnes et des proches à contacter en cas d'arrestation ou de problème (à ne pas faire circuler et à remettre à la personne en charge de la base arrière).
- envoyer le plus rapidement possible un message sécurisé¹ ou un sms avec le jour, le créneau horaire approximatif, le thème et le mode d'action. Ne pas mettre trop de détails.
- indiquer aux destinataires de répondre même s'ils·elles ne sont pas disponibles, et ne pas hésiter à relancer régulièrement.
- renvoyer un message avec le lieu et l'heure de briefing au plus tard 2 jours avant, quitte à envoyer une modification ensuite.
- demander aux gens de confirmer leur présence.
- rappeler de venir avec une carte d'identité et un titre de transport pour l'aller-retour.
- effectuer la répartition des rôles et du matériel, et constituer les groupes dans un tableur.
- en cas de personnes absentes à l'action et qui n'auraient pas prévenu : envoyer un message bienveillant mais en signalant tout de même que l'on comptait sur elles.
- Prévoir des tickets de métro ou de bus.

Consignes pour le recrutement indirect : si une personne souhaite impliquer des personnes motivées de sa connaissance, lui préciser de communiquer uniquement par messagerie sécurisée ou téléphone. En cas de réponse positive, transmettre le prénom et le téléphone au responsable du recrutement, pour en tenir compte dans la répartition des rôles.

4. Préparer les animations

En fonction de l'action choisie, organisez des réunions de préparation des animations que vous souhaitez organiser pendant l'action (chansons, scénette, etc.). Voici quelques suggestions d'activités :

¹ Voir annexe sur les outils

- inviter des personnes reconnues pour leur expertise sur le sujet à venir prendre la parole et soutenir l'action ;
- organiser des prises de parole de représentant-e-s de secteurs affectés par le sujet
- jouer une scénette ;
- préparer des chansons aux paroles détournées qui abordent les revendications de l'action ;
- de la musique (diffuser avec une enceinte portable, inviter une fanfare locale ou un groupe...).

Organisez des entraînements spécifiques :

- entraînement au poids mort si vous choisissez l'option d'une résistance non-violente en cas d'intervention des forces de l'ordre ;
- des jeux de rôles et des mises en situation ;
- Scander les slogans ;
- Chanter les chansons ;
- Répéter les mises en scène des corps ;
- des média-trainings ;
- ...

5. Préparer le matériel

Sons et visuels :

- T-shirts, logos des organisations impliquées ;
- Tracts à distribuer ;
- Matériel de décoration, affiches, banderoles, accessoires... ;
- Mégaphone, sono... ;
- autocollants à apposer sur mobilier urbain.

De quoi tenir dans la durée (si vous comptez faire une action longue ou à durée indéterminée) :

- Nourriture, eau, jus de fruit ;
- Trousse de premiers secours ;
- Cabine d'aisance et urinelles

Matériel que chacun-e doit apporter :

- Pièce d'identité ;
- Un peu d'argent (10 ou 20 euros).

Matériel que chacun-e ne doit PAS apporter :

- armes, drogues ;
- documents de préparation de l'action.

Si vous avez votre téléphone, pensez à le protéger avec un code pour éviter que ses données soient aisément accessibles en cas d'arrestation.

Fabrication de matériel

Des matériels peuvent être fabriqués en vue de l'actions :

- Banderoles à fabriquer ou à imprimer chez un imprimeur ;
- Fabrications "maison" de grandes ampleurs (ex. : gâteau géant, Macman....) ;
- Habillement et accessoires pour les participant·e·s ;
- décorations pour la cible.

Un ou des ateliers peuvent être nécessaires pour la fabrication de ces matériels. Ils doivent être organisés à l'avance en invitant les personnes qui peuvent se mobiliser ponctuellement. Le matériel nécessaire à l'atelier doit être prévu et acheté avant celui-ci.

Conseils pour le matériel

- éviter les commandes par internet d'une manière générale et notamment si les délais sont courts (risques avec la livraison) ;
- doubler les matériels stratégiques. ex. : sono ;
- préparer une boîte à outils avec de quoi bricoler : scotch, ficelle, ciseaux... ;
- répartir le matériel dans des sacs en fonction des différentes tâches et des différents groupes, pour qu'il soit facile à distribuer pendant le briefing. Identifier les sacs en agrafant une feuille qui indique le contenu ;
- penser à désigner les personnes chargées de ranger le matériel proprement après l'action, pour gagner en efficacité dans la préparation des actions suivantes.

6. Préparer le briefing

Il est nécessaire de faire un briefing avant l'action, qui rassemble toutes les personnes participant à l'action. Le briefing comprend 3 parties :

- 1) Politique : La campagne : les raisons de l'action ;
- 2) Pratique : l'action, le déroulement, avec les lieux, le timing, la distribution des rôles (qui fait quoi, qui apporte quel matériel, etc.) ainsi que l'attitude non-violente recommandée ;
- 3) Les risques juridiques.

Vous pouvez préparer un diaporama pour faciliter le briefing, notamment en utilisant les photos du repérage, et des plans, pour aider les participant·e·s à visualiser l'action.

La réalisation du diaporama du briefing peut être commencée très tôt dans le processus de préparation de l'action, car c'est un excellent moyen de vérifier qu'on a pensé à tous les paramètres de l'action !

Fin du briefing

- Prévoir un diaporama avec des photos et assez de détails sur les lieux pour que les participants se représentent bien le déroulé de l'action et ce qu'on attend d'eux ;

- Organiser votre groupe en sous-groupes d'environ 10 personnes, constitués de binôme, et avec un·e coordinateur·trice pour chaque sous-groupe. Prévoir un temps pour former les groupes et s'identifier ;
- Si nécessaire, prévoir un temps de répétition de certaines animations (chansons,...), qui permet aussi de se motiver collectivement avant le départ.

Conseils pour le briefing

- le quart d'heure de retard : heure de rdv = 15 min avant l'heure où l'on souhaite réellement commencer ;
- Compter 45mn-1h pour un briefing relativement simple ;
- si le rdv est très tôt, prévoir un·e responsable café/thé ! ;
- prévoir un temps de chanson/slogans/exercices à la fin pour motiver les gens ;
- prévoir un temps entre chaque groupe pour que tout le monde s'identifie, se repère et garde corps. Le/la référent·e doit prendre 1 minute pour rappeler le rôle de chacun·e.

7. Préparer la communication

Communiqués de presse

Préparer à l'avance un communiqué de presse à envoyer rapidement après le début de l'action (dans l'heure), accompagné de photos de l'action. Ne pas mettre les informations sensibles (lieu, date...) dans les versions préparatoires.

Un second communiqué pourra éventuellement être envoyé à la fin de l'action si des éléments importants sont à rajouter (également accompagné de photos).

Assurez-vous que le·la ou les photographes qui prendront les images de l'action transmettront immédiatement les premières photos exploitables à la base arrière communication.

Journalistes

En amont, trouver un lieu de rendez-vous dédié à la presse (café à proximité). Contacter des journalistes et les inviter au lieu de rendez-vous presse, en leur indiquant qu'une action citoyenne va être menée, mais sans leur indiquer précisément la cible.

Conseil : s'ils-elles ne répondent pas, envoyer un message sécurisé ou un sms avec le thème de l'action, qui sera ensuite facilement copié-collé pour les prochains. A l'inverse un message vocal devra être répété à chaque fois et il a moins de chance d'être écouté.

Prendre contact avec un·e porte-parole pour s'assurer de sa présence le jour J et lui donner les informations nécessaires sur l'action.

Transmettre la liste des journalistes qui se sont dit intéressé-e-s au contact presse qui les accueillera le jour j.

Réseaux sociaux

Pensez à briefer les personnes qui en seront responsables pendant l'action.

Facebook

Si votre action est publique et que vous pouvez communiquer à l'avance lieu, horaire et descriptif de l'action, nous vous invitons à créer un événement avec tous les détails et à le diffuser dans votre communication externe. Ce genre d'événement permet notamment de faire venir un nouveau public, de faire connaître votre action au niveau local et d'attirer les journalistes. Si l'action est secrète, bien évidemment on ne crée pas d'événement.

- Pendant l'action : la personne en charge des réseaux sociaux va publier une petite sélection de photos (1 à 4 de bonne qualité valent mieux que 20) ;
- Après l'action : publier le communiqué de presse. Pensez également à relayer les articles écrits par la presse locale / nationale.

Twitter

Préparez à l'avance un ou plusieurs messages pour les réseaux sociaux qui seront publiés pendant l'action. Pensez à utiliser les #hashtags de la campagne.

8. Le jour J : l'action

Chaque action comporte son lot de surprises auxquelles il faut savoir réagir rapidement.

Sous-groupes

En fonction du nombre de participant-e-s, il est possible de séparer le groupe en sous-groupes d'environ dix personnes sous la responsabilité d'un-e coordinateur-riche de groupe

Le-a coordinateur-riche de groupe doit avoir une vue d'ensemble, être mobile, donc avoir les mains libres, et ne pas avoir une tâche spécifique (sauf éventuellement de transporter quelque chose jusqu'à la cible). Il doit pouvoir venir en soutien des personnes de son groupe, résoudre un problème tout en gardant une vue globale de l'action. Donc il ne peut pas par exemple tenir une banderole, déverser du terreau, être animateur-riche ou responsable sono.

En amont et avant de partir :

- S'assurer de la dispo et du fonctionnement du matériel ;
- Vérifier que le matériel est bien dans le véhicule ou porté par quelqu'un-e ;

- Après le briefing, le/la coordinateur-riche doit réunir son groupe et vérifier si tout le monde est prêt, répéter éventuellement un geste ou une mise en place, encourager les binômes, expliquer où le matériel sera à récupérer et donner le timing

Pendant l'action :

- Gérer son groupe sur le trajet, s'arranger avec les autres coordinateur-riche-s pour que l'ensemble arrive en ordre ;
- A l'arrivée au véhicule, répartir le matériel et vérifier que chaque membre de son groupe a le nécessaire ;
- A l'arrivée sur site, coordonner la mise en place, corriger si besoin, notamment pour les photos ;
- En cas de changement de programme, transmettre la nouvelle consigne et s'assurer de sa mise en œuvre ;
- A la fin de l'action, donner le signal de retour et vérifier que tout le matériel est dans le véhicule ou en mains.

9. Débriefing

Le temps de débriefing après l'action est important pour aborder les points forts et les points d'amélioration. Les discussions doivent permettre de faire évoluer nos pratiques et de modifier notre organisation si nécessaire. Il faut le faire en deux temps :

- un avec tou.te-s les participant-es, si possible juste après, pendant lequel on aborde les éléments les plus visibles et en prenant soin de ne pas démotiver les participant-e-s ;
- un entre les coordinateur-riche-s, à fixer pendant la phase de préparation et où l'on aborde les points plus techniques sur la prise de décision, la répartition et la coordination.

Conseils pour le débriefing

- Début du debriefing : chacun-e doit dire un mot positif. L'animateur-riche veille à ce que tout le monde dise un mot positif et formule des critiques constructives ;
- Prévoir un temps pour réévaluer l'action au regard du guide ;
- Éviter l'indifférence, considérer tout le monde. L'animateur-riche y veille.

10. Après l'action

- Remercier les militant-e-s (penser à envoyer une revue de presse) ;
- Noter les points qui doivent être améliorés dans les différents guides (imprécisions, situations non prévues...) ;
- Se reposer et prendre un verre ;)