



Projet - Section MR Saint-Gilles 2025

La section MR de Saint-Gilles possède un potentiel immense. Si les dernières élections n'ont pas permis de le concrétiser pleinement, elles ouvrent la voie à un renouveau. En nous appuyant sur une équipe engagée et un projet collectif ambitieux, nous avons l'opportunité de redynamiser notre section. Notre objectif est clair : retrouver la place de deuxième force politique de la commune et viser un retour dans la majorité en 2030. Pour y parvenir, nous devons mener un travail de fond, renforcer notre communication et intensifier notre présence sur le terrain. C'est dès aujourd'hui que commence cette reconstruction.

Axes stratégiques

1. Objectifs et vision

- **Vision globale** : Faire de la section un espace dynamique, accueillant et engagé, où chacun trouve sa place et contribue activement.
- **Objectifs concrets**:
 - **Renforcer l'engagement et la participation** : attirer de nouveaux membres et dynamiser la section.
 - **Multiplier notre présence sur le terrain** : être au plus proche des citoyens et de leurs préoccupations.
 - **Favoriser la convivialité et la cohésion** : créer des liens forts entre les membres pour un collectif soudé et motivé.
 - **Optimiser notre communication** : rendre notre message plus visible, clair et impactant.
 - **Anticiper les élections de 2030** : structurer notre action pour faire du MR une force incontournable et revenir dans la majorité.

2. Actions de terrain

- **Porte-à-porte** : démarrer dès maintenant une campagne d'écoute avec une répartition des équipes par quartiers (1 dimanche / mois pendant 2h) et accélération du rythme un an avant les élections (1 fois/ semaine en fin de journée), tous les jours, 2h/ jour lors de la campagne (6 mois avant les élections).



- **Ambassadeurs de quartier** : identifier des référents locaux qui deviennent les relais des besoins et attentes des citoyens dans chaque quartier. Création de groupes Whatsapp dédiés pour faciliter la communication directe et le feedback des citoyens vers les ambassadeurs.
- **Rencontres citoyennes** : organiser des "cafés citoyens" trimestriellement dans des lieux populaires et fréquentés pour discuter des problèmes locaux avec les élus et conseillers communaux MR et rencontres informelles supplémentaires encouragées par les ambassadeurs de quartier.
- **Outil de suivi** : mettre en place un CRM partagé pour assurer un suivi des interactions avec les habitants et construire une base de données solide (mail + numéro de téléphone). Flaguer les ressortissants étrangers au sein du CRM et leur envoyer un courriel de rappel d'inscription un an avant les élections.
- **Kit de campagne** : création de badge, tote bags, casquettes logoté pour augmenter notre visibilité lors des actions de terrain. Développement de tracts individuels, collectifs, d'un résumé de notre programme pour la campagne de 2030.

3. Modernisation de la communication

- **Stratégie multimédia jusqu'aux élections** :
 - **Refonte du site internet** et mise à jour régulière avec les dernières actualités de la commune
 - **Renforcement de notre présence sur les réseaux sociaux** (Facebook, Instagram, X, LinkedIn, TikTok). Nous nous engageons à relayer les messages et le travail des conseillers communaux et tous les événements de la section en comptant sur les apports des divers acteurs.
 - **Création de vidéos courtes** pour TikTok et Instagram, mettant en avant les élus, leurs actions sur le terrain, ainsi que les membres de la section à l'approche des élections (au fil de l'eau, 6 mois avant les élections pour présentation des 35 candidats de façon individuelle).
 - **Lancement d'une newsletter** regroupant les actualités, les événements, les ouvertures de nouveaux commerces, etc. (1x mois)
 - **Mise en place d'un podcast** sur les enjeux locaux, en donnant la parole à des acteurs variés : habitants, experts, élus, commerçants... (1 podcast tous les 3 mois).
- **Publicité ciblée** : utiliser des campagnes publicitaires ciblées pour atteindre des segments précis, notamment les jeunes actifs, via les réseaux sociaux (budget à définir).



- **Communication interne** : réunion trimestrielle à minima au siège du parti, groupe Whatsapp dédié aux membres MR uniquement, PV de réunions, Google Drive partagé, compte rendu des conseils communaux accessibles, transparence sur l'état des comptes de la section.
- **Communication externe (interne MR)** : renforcer les échanges avec les autres sections MR, notamment celles de Forest et d'Ixelles. Identifier les synergies possibles pour l'organisation d'événements collectifs et de débat sur des sujets de fonds.
- **Communication avant les élections** : distribution d'une brochure explicative concernant le déroulé du vote et organisation de sessions d'information mensuelles à partir de 6 mois avant les élections par quartier.

4. Renforcement de l'équipe

- **Répartition des rôles et responsabilités** : désignation de vice-présidents, de chargé de la communication, des actions de terrain, des événements, et de la relation avec les sympathisants, secrétaire politique, secrétaire administratif et trésorier.
- **Formation continue** : organisation d'ateliers de prise de parole, gestion de projet et animation d'événements pour renforcer les compétences des membres.
- **Activités de cohésion** : mise en place d'activités trimestrielles comme des brunchs, verres dans des cafés saint-gillois ou des soirées thématiques pour renforcer l'esprit d'équipe.
- **Un dîner de section annuel**: moule&kriek (Etterbeek)/ spaghetti bolognaise (Saint-Gilles), ...
- **Recrutement ciblé** : dynamiser la section en intégrant de nouveaux membres, reflétant la diversité Saint-Gilloise.
- **Intégration des nouveaux membres** : prévoir une rencontre individuelle (café /verre) avec chaque nouveau membre de la section pour intégration et remise d'un "Welcome Pack" (à définir en fonction du budget).

5. Organisation d'événements innovants

- **Hackathon citoyen** : inviter les habitants à co-construire des propositions concrètes pour améliorer la commune lors d'une journée collaborative.
- **Soirée des talents locaux** : organiser un événement annuel mettant en avant artistes, entrepreneurs et associations de Saint-Gilles (par exemple à la Tricoterie).
- **Forum de l'entrepreneuriat** : créer un espace d'échange pour les commerçants et porteurs de projets locaux, avec des ateliers pratiques et des conférenciers inspirants (collaborer avec Hub. Brussels et The Merode).
- **Visite du patrimoine de Saint-Gilles** : organiser des visites des lieux emblématiques de Saint-Gilles : Maison Hannon, Maison Horta, Maison Pelgrims, etc.



- **Visite terrain** : visite du parlement Bruxellois, visite d'entreprises et de commerce locaux, présence aux match de l'USG,etc.
- **Rencontre Annuelle** : organiser une session ouverte en juin pour le bilan de mi-année et une en décembre pour le planning de l'année suivante avec l'ensemble des adhérents.
- **Soirée de clôture annuelle** : un événement festif pour célébrer la fin de l'année et proposer un "Marché de Noël" des initiatives locales (cf. Mojo ch. de Charleroi pour identifier les produits locaux).