

# Le guide GreenVoice

**Engager largement autour de sa lutte**

**grâce à l'outil pétition**

**GREENPEACE**

# Le guide GreenVoice

**Engager largement autour de sa lutte grâce à l'outil pétition**

<b>Pourquoi ce guide ? </b>	3
<b>À qui s'adresse ce guide ? </b>	4
<b>Qui a rédigé ce guide ? </b>	4
<b>La méthode en un clin d'oeil </b>	5
<b>Je pense ma campagne citoyenne </b>	6
<b>C'est quoi une campagne citoyenne ? </b>	7
<b>Faire son état des lieux </b>	8
<b>Construire son équipe de campagne </b>	13
<b>Faire de sa pétition un succès ! </b>	14
<b>Une pétition, ça marche vraiment ? </b>	15
<b>Une pétition pour ma lutte, oui mais pourquoi ? </b>	16
<b>Les 3 éléments clés d'une bonne pétition </b>	17
<b>Lancer sa pétition </b>	18
<b>Les outils GreenVoice pour faire vivre sa campagne citoyenne </b>	22
<b>La pétition, votre quartier général de campagne </b>	23
<b>Informé et engagé sa communauté par email </b>	24
<b>Mobiliser sa communauté sur le terrain </b>	27
<b>Remettre sa pétition </b>	29
<b>L'accompagnement GreenVoice </b>	30
<b>À vos claviers ! </b>	33

# Pourquoi ce guide ?

Les occasions de se mobiliser pour le vivant et la préservation des écosystèmes sont malheureusement nombreuses. Comme vous, tous les jours de nombreux collectifs, associations, ou citoyennes et citoyens se mobilisent pour défendre l'écologie.

Dès lors, **comment attirer l'attention du public, des médias, et des décideurs sur sa lutte ? Comment transformer sa lutte en une campagne efficace** lorsque l'on est au départ un petit nombre de personnes mobilisées, avec des moyens financiers et humains limités, ou que l'on a peu d'expérience ou d'expertise ?

**Ce guide est là pour vous aider à répondre à ces questions, et vous donner des clés de succès pour atteindre vos objectifs, notamment à travers l'utilisation de l'outil pétition, un outil puissant pour faire de votre lutte, une campagne gagnante.**



# À qui s'adresse ce guide ?

À tous les citoyen·nes engagé·es en faveur de l'écologie, collectifs, associations qui veulent **amplifier la portée de leurs actions, et accélérer le changement** au niveau local et même national.

# Qui a rédigé ce guide ?

L'équipe Campagnes Citoyennes de Greenpeace France.

Nous sommes une équipe qui allie différentes expertises et qui s'est créée dans le but de **renforcer la mobilisation citoyenne en France**, pour qu'advienne un raz-de-marée écologique !



# La méthode GreenVoice<sup>!!!</sup> en un clin d'œil 😁

## 1 État des lieux et analyse préalable

- Quel est le problème et ma demande ?
- Quelles sont les forces en puissance et ma cible ?
- Qui sont les alliés ?
- Quelle équipe de campagne ?

## 2 Mise en place tactique pétition

- Rédaction de la pétition
- Définition des éléments clés de communication

## 3 Lancement de ma pétition

- Implication de mon réseau et alliés potentiels
- Utilisation des réseaux sociaux
- Sollicitation de journalistes et influenceurs
- Mise en visibilité dans l'espace public

## 4 Faire vivre ma campagne

- Communication régulière auprès des soutiens de ma pétition
- Mise en place de tactiques de mobilisation en ligne ou hors ligne

## 5 Remise de pétition

- Scénariser la remise de pétition et inviter la presse
- Tenir informés mes soutiens des suites de la remise de pétition

**Je pense** 

**ma campagne**

**citoyenne**



# C'est quoi une campagne citoyenne ?

Une campagne citoyenne consiste à réunir des citoyen·nes autour d'une préoccupation commune afin de résoudre un problème public. **Ce sont donc des citoyen·nes, une association ou encore un collectif qui décident d'agir** face à un problème environnemental qu'ils ont identifié près de chez eux ou dans l'actualité.

Il existe différentes manières de faire campagne mais le point de départ que nous proposons à toute campagne citoyenne, c'est une pétition.

**Elle permet de rendre visible rapidement un problème auprès d'un grand nombre de personnes et de recueillir des soutiens pour organiser sa lutte dans la durée.**

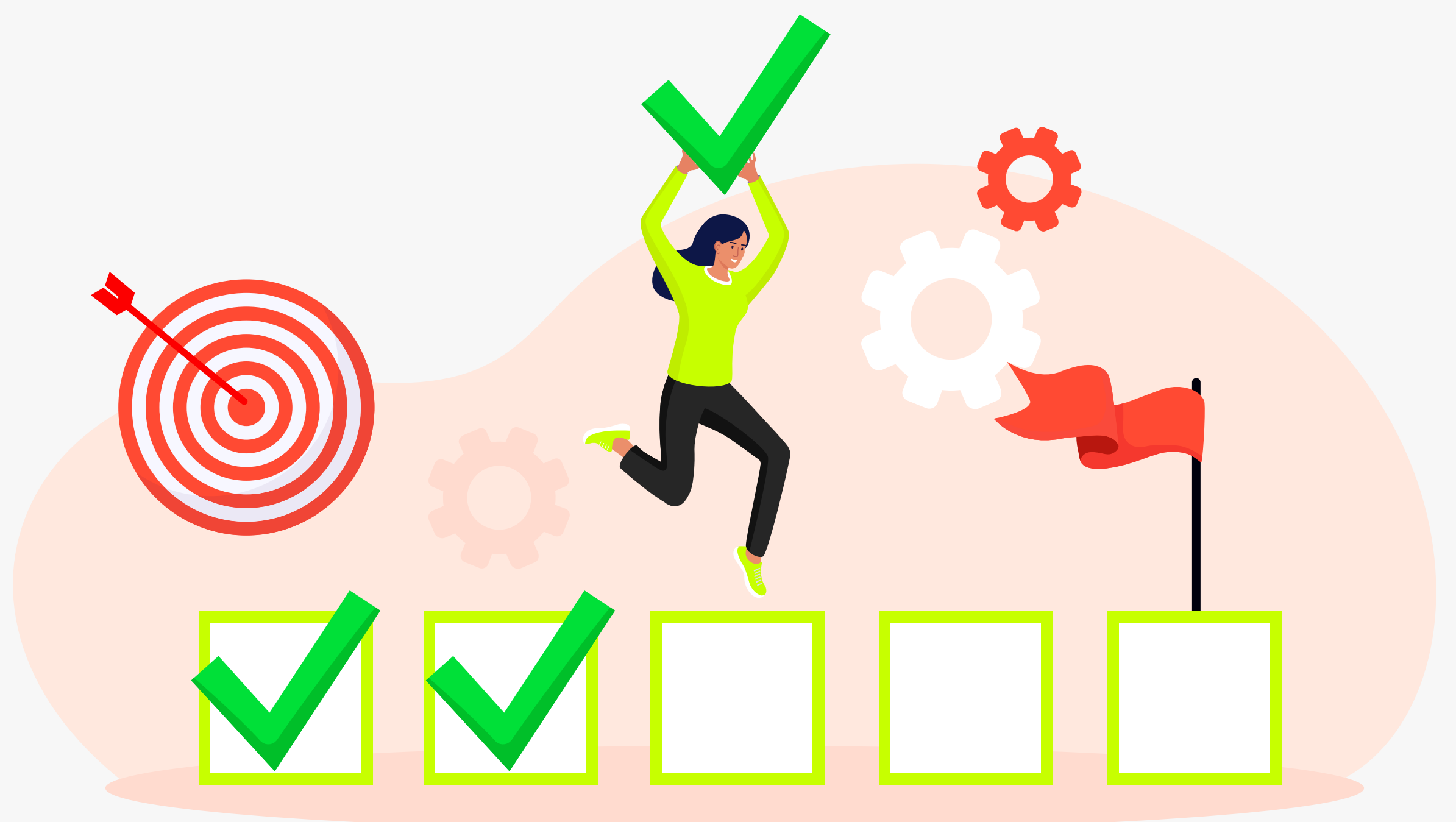


Une pétition à elle seule ne sera souvent pas suffisante pour faire plier des décideurs et obtenir victoire. Par la suite, **il s'agira de faire campagne, en activant différentes tactiques** (allant de la communication, si pertinent, au juridique, en passant par des mobilisations sur le terrain, et si nécessaire par de la désobéissance civile) **et en associant régulièrement vos soutiens à votre lutte.**

**Pour y arriver, ce guide vous propose une méthode à suivre !**

## **Faire son état des lieux**

Cela peut paraître évident mais lorsque l'on souhaite mobiliser des personnes novices et peu au courant du sujet de sa lutte, il est important de **prendre du recul pour penser sa campagne de manière simple et accessible**, puis à partir de cette base construire sa stratégie.





## Établir une demande claire

**Le préalable à toute campagne citoyenne est de s'assurer qu'on souhaite résoudre un problème circonscrit et concret.**

Il faut ainsi que sa demande puisse concerner suffisamment de personnes et dans le même temps qu'elle ait un impact significatif si le problème est corrigé. Plus la demande sera liée à l'échelon local, plus il sera possible d'établir rapidement un rapport de force à même de voir votre demande prise en compte.

Pour vous aider à établir cette demande claire vous pouvez utiliser **la méthode SMART** qui pose une série de questions :

- S** **Spécifique** : votre demande est-elle spécifique et concrète ?
- M** **Mesurable** : pouvez-vous savoir si l'objectif a été atteint ?
- A** **Atteignable** : votre demande est-elle partagée par d'autres ?
- R** **Réaliste** : la demande est-elle pertinente par rapport au but final et y contribue-t-elle de manière significative ?
- T** **Temporalité** : avez-vous fixé un délai clair pour la réalisation de votre demande ?

## Exemples

Des personnes se réunissent pour demander au Conseil de Paris d'interdire les écrans vidéos publicitaires :

Un collectif citoyen se mobilise pour faire annuler un projet de nouvelle voie rapide dans le Val d'Oise, impactant la santé des riverains et la biodiversité :

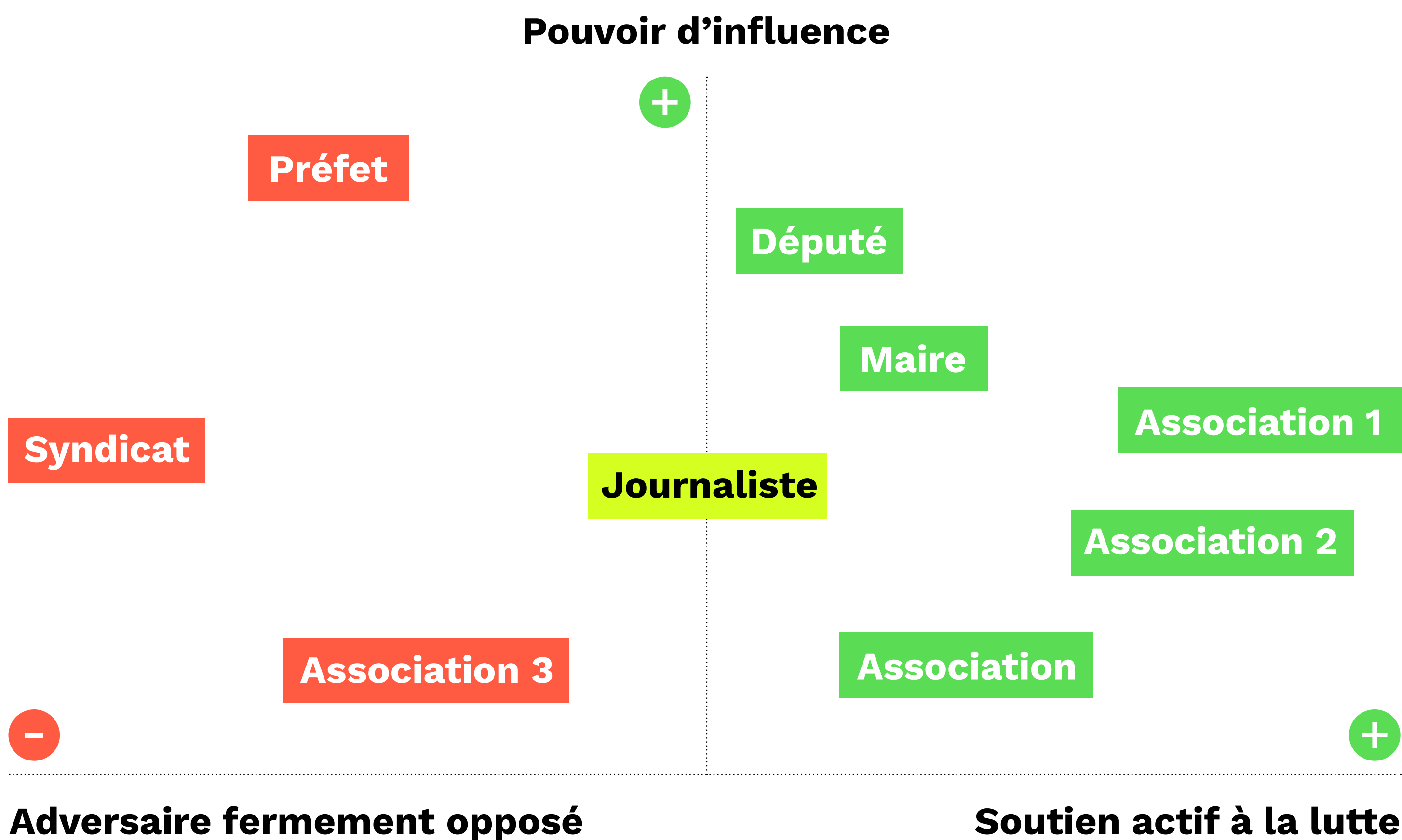
## Définir ma cible

Il est important de bien prendre le temps d'identifier le (ou les) responsable(s) le(s) plus pertinent(s) dans le cadre de ma campagne locale. Il s'agit aussi bien d'identifier la personne qui a le pouvoir de décider que celles qui ont le pouvoir d'influencer une décision.

Dans cette perspective, il peut être intéressant de choisir la cible qui sera le plus sensible à la pression publique d'une campagne citoyenne.

Vous pouvez utiliser cette grille d'analyse pour répertorier les décideurs à même d'influencer la décision attendue.

### Grille d'analyse des forces d'influence en présence





# Définir mon audience

Il s'agit de réfléchir aux personnes que je vais pouvoir mobiliser. **Ces personnes peuvent être plus ou moins éloignées de moi et de mes communautés.** Je vais les mobiliser par cercle concentrique en commençant par mes proches, puis mes alliés potentiels (acteurs et organisations qui travaillent sur un sujet proche de celui ma campagne), puis enfin les "attentistes". **Ce sont les personnes directement concernées ou potentiellement impactées par l'enjeu,** susceptibles d'être mobilisées en nombre mais qui attendent qu'on leur propose de le faire avec les bons arguments.

## Les 4 cercles de diffusion d'une pétition à contacter



# Construire son équipe

## de campagne<sup>!!!</sup>

Parmi les membres de votre entourage, votre association ou de votre collectif, **il y a très certainement des personnes qui partagent votre indignation et votre envie d'agir.** L'idée est de créer avec eux une équipe de campagne pour :

- Pouvoir se répartir les tâches en fonction des spécialités de chacun·e et d'un calendrier décidé ensemble
- Aller au-delà de la seule pétition et construire une stratégie de campagne développant plusieurs tactiques
- Se voir régulièrement, pour s'entraider et avancer à plusieurs. L'union fait la force !

Il vous manque du monde ? Une fois votre pétition lancée, n'hésitez pas à proposer à vos premiers signataires de vous rejoindre.



### Conseil

Pour retrouver tous les détails de notre méthodologie pour construire son équipe de campagne, [cliquez ici.](#)



**Faire** 

**de sa pétition**

**un succès !**



# Une pétition,

# ça marche vraiment ?

Les pétitions sont aujourd'hui un incontournable de notre vie démocratique.

**La pétition en ligne s'avère être l'outil le plus accessible pour rendre visible un problème.** À la fois très simple d'utilisation (elle se lance en quelques clics), la pétition est aujourd'hui rentrée dans les usages quotidiens des Françaises et Français. Il s'agit du premier outil de mobilisation politique, notamment chez les jeunes.

Étant en ligne, une pétition a la possibilité de circuler largement et recueillir l'adhésion d'un public non-militant.

Lancer une pétition, c'est donc mesurer la capacité d'adhésion à sa lutte et montrer qu'elle concerne du monde. **Plus le nombre de signataires est important, plus cela va renforcer l'intérêt des médias et mettre la pression sur les décideurs.** La pétition est l'un des outils qui facilitera votre victoire.



**Sur GreenVoice, nous sommes fiers d'avoir accompagné depuis 2020 plus de 30 pétitions victorieuses.**

# Une pétition pour ma lutte, oui mais pourquoi ?

Lancer une pétition, c'est lancer une alerte !  
**C'est le point de départ le plus simple pour initier une mobilisation citoyenne** et recueillir des soutiens à une grande échelle. Elle peut être lancée dès les premiers instants de votre campagne, ou en cours de route, lorsqu'il y a un besoin de changer d'échelle ou de renforcer la pression. Au final, **disposer d'une pétition, c'est disposer d'un outil de plaidoyer** avec des demandes claires et c'est générer une communauté de soutiens que vous pourrez solliciter tout le long de votre campagne **jusqu'à obtenir victoire.**  
[En découvrir plus en vidéo.](#)



## Conseil

Le nombre de signatures à réunir est dépendant de l'échelle du problème soulevé. Il faut ainsi se fixer un objectif réaliste ! Par expérience, on considère qu'une pétition aura plus de chances de succès si elle peut réunir au moins 1% de la population concernée (soit à l'échelle d'un village quelques dizaines de personnes ou plusieurs milliers à l'échelle d'une ville).

# Les 3 éléments clés

## d'une bonne pétition<sup>!</sup>

**1 Son titre** Choisir un titre, c'est choisir un slogan. Il devra : être concis, illustrer l'urgence du problème, être focalisé sur la solution pour donner envie de lire la pétition.

**2 Son visuel** Il doit illustrer le problème que vous soulevez. Préférez les images où les personnes agissent. Attention à ne pas utiliser d'images qui sont soumises à droit d'auteur (vous pouvez utiliser la fonction recherche d'image proposée par GreenVoice au moment de la création de votre pétition pour avoir une image libre de droit).

**3 Du storytelling** La pétition doit se lire comme une histoire qui parle aux émotions. Avec des mots simples, racontez le problème que vous affrontez (en vous référant à des études si possible), présentez la solution qui marche avec votre demande et pour finir, fixez une échéance pour montrer qu'il y a urgence ! Attention, ne soyez pas trop long (une page A4 max)



### Conseil

Pour retrouver tous les détails de notre méthodologie pour rédiger une bonne pétition, [cliquez ici](#).



# Lancer sa pétition<sup>!</sup>

Pour faire de sa pétition un succès, il est important de **s'organiser en définissant les différentes étapes afin de ne pas se disperser.** À chaque étape correspond un moment particulier avec des actions spécifiques à mener.

## Étape 1

### **Informez votre réseau et alliés potentiels par email.**

Il s'agit de faire de vos proches, associations et collectifs citoyens locaux vos premiers soutiens. Pour ça rien de mieux que de disposer d'un email type qui peut être diffusé par tous les membres de votre équipe de campagne.

#### **Un bon email, c'est un email court.**

Il ne doit pas être un copié-collé de votre pétition mais inciter à cliquer pour la lire, puis la signer, et la partager.

C'est essentiellement un paragraphe qui **capture l'urgence, le problème, la solution et la demande** (en théorie le paragraphe qui récapitule votre pétition). La solution alternative est d'envoyer ce message via votre application de messagerie à votre répertoire téléphonique.

## Étape 2

### Mobiliser sur les réseaux sociaux

Si ce n'est pas la solution magique et que ça demande du temps, **les réseaux sociaux restent un très bon moyen pour donner de l'ampleur à votre lutte.**

Choisissez celui ou ceux qui correspondent le plus à votre audience et à votre stratégie de communication, rien ne sert de tous les utiliser si ce n'est pas pertinent !



Toucher le grand public et les influenceurs.



Cibler les décideurs politiques et économiques, les journalistes, les communautés de professionnels ou experts d'un secteur



Toucher une audience très jeune

Pour animer les réseaux que vous aurez choisis, il est nécessaire de partager et produire régulièrement des contenus. Prévoyez à minima une publication par semaine sur vos réseaux sociaux.

[Retrouvez ici quelques idées de posts à partager.](#) N'hésitez pas également à contacter sur les réseaux des personnalités influentes [\(voici quelques conseils pour le faire\)](#)

## Étape 3

### Contacteur des journalistes

Rédiger un communiqué de presse ([voir notre méthode ici](#)) et l'envoyer aux rédactions de médias locaux pour les tenir au courant d'un événement autour de votre lutte et/ou de votre pétition.

Les journalistes peuvent avoir un rôle décisif dans le succès de votre pétition.

**Il vous faut identifier des journalistes qui couvrent votre sujet de pétition et/ou aient une proximité géographique avec votre problématique.**

Vous pouvez contacter les journalistes de la presse quotidienne régionale, mais aussi les personnes qui animent les journaux de votre commune et de votre quartier.

**Attention, contactez des journalistes une fois que vous avez un nombre suffisant de signataires** pour pouvoir susciter leur intérêt. Vous pouvez utiliser cet annuaire en ligne pour identifier des journalistes ([ici](#)).





## Étape 4

### Investir l'espace public.

Il est important de créer de la visibilité dans des lieux du quotidien. N'hésitez donc pas à :



**Distribuer des tracts devant les lieux clés de votre ville :** marchés, écoles, magasins alimentaires, place centrale...



**Coller des affiches autour de lieux fréquentés par vos cibles :** mairies...




**Mettre des tracts dans les lieux clés, avec l'accord des gérants de ceux-ci :** salles d'attente de professionnels de santé (pédiatre, dentiste), bibliothèques, magasins alimentaires, accueils d'établissements scolaires...



### Conseil

Pour découvrir en détail toutes les étapes du lancement d'une pétition, [cliquez ici](#).

A person wearing a black cap and a yellow shirt is shouting into a megaphone. The background shows a city street with buildings and other people, including one in a high-visibility vest. The text is overlaid on the image in white and yellow.

**Les outils  
GreenVoice<sup>!!!</sup>  
pour  
faire vivre  
sa campagne  
citoyenne**



# La pétition, votre quartier général de campagne

La plateforme GreenVoice vous permet de créer en seulement quelques clics votre pétition et d'en faire **un outil essentiel de la stratégie de communication et mobilisation autour de votre lutte.**


Vous pouvez facilement en parler à chacune de vos prises de parole, et diffuser son lien de manière opportune dans la “conversation” sur les réseaux et dans les médias.

**GreenVoice** Lancer Ma Pétition Toutes Les Pétitions Faire Campagne Qui Sommes-Nous ? [Se Connecter](#)

Destinataire(s) : Préfecture de la Manche

## DITES NON A LA FERME-USINE DE LA COLOMBE !

Campagne lancée par XR Sud Manche -. ✉



**8 143** sur 9 000 signatures

Emmanuel R. a signé il y a 16 heures Carole D. a signé il y a un jour Mickael B. il y a un jour

### SOUTENIR LA PÉTITION

Prénom \*

Nom \*

E-mail \*



## Conseil

GreenVoice vous permet une gestion collaborative de votre pétition.

Vous pouvez ajouter autant d'administrateurs que vous le voulez. Il est également possible d'obtenir des signatures sur papier et de les intégrer ensuite en ligne.



# Informez et engagez

## sa communauté par mail

Une campagne se gagne dans la durée. Il est donc essentiel de garder mobilisés et de tenir régulièrement informés vos signataires sur l'avancée de votre lutte. Ils sont vos premiers ambassadeurs.

**Les mobiliser, c'est aussi leur demander de partager des informations au sujet de votre pétition pour vous aider à recruter de nouveaux signataires.**

Via la fonction email de GreenVoice, il est très facile de mobiliser rapidement ses signataires et de proposer différents types d'action en ligne (interpellation, consultation publique, signature d'une tribune, faire un don pour payer des frais juridiques...) et/ou hors ligne (se rendre à un événement, organiser une projection, participer à un tractage...).



### Conseil

Dans votre tableau de bord GreenVoice vous trouverez :

- Des modèles d'email avec des liens pré-configurés sont disponibles.
- Une interface permettant la mise en forme du texte ainsi que l'introduction de liens hypertexte.

# L'email aux signataires

Animez votre communauté de signataires en les contactant par email.

**Sur GreenVoice, vous pouvez envoyer de manière autonome un email à tous vos soutiens qui l'ont accepté.**

## Envoyez un message aux personnes qui ont déjà participé

C'est important de garder le contact avec vos soutiens. Vous pouvez les encourager à partager la campagne et les tenir au courant des grandes étapes ! Attention, vous ne pouvez pas envoyer plus de 3 messages par semaine pour ne pas les lasser.

De

"Jb P. via GreenVoice" <info@greenvoice.fr>

A

31 004 participants sur **Construisons 600 voitures de trains de nuit pour relancer 30 lignes** sont inscrits et acceptent de recevoir la pétition

[Détails](#)

Objet

Corps

**B** *I*         Insérer un contenu   

Cher-es ami-es,

Merci d'avoir signé notre pétition. Cette question compte beaucoup pour moi et j'apprécie vraiment votre soutien. Je vous envoie un email pour vous demander d'aller plus loin et de partager cette pétition avec vos amis et votre famille. Il est possible de partager la pétition en seulement quelques clics. Pourquoi ne pas aussi dire à vos amis pourquoi vous avez décidé de signer la pétition et pourquoi c'est important pour vous - les gens sont plus susceptibles d'offrir leur soutien s'ils comprennent pourquoi les gens dont ils sont proches se sont engagés ! Le vrai changement se produit lorsque des gens ordinaires comme vous et moi prenons position pour ce en quoi nous croyons.

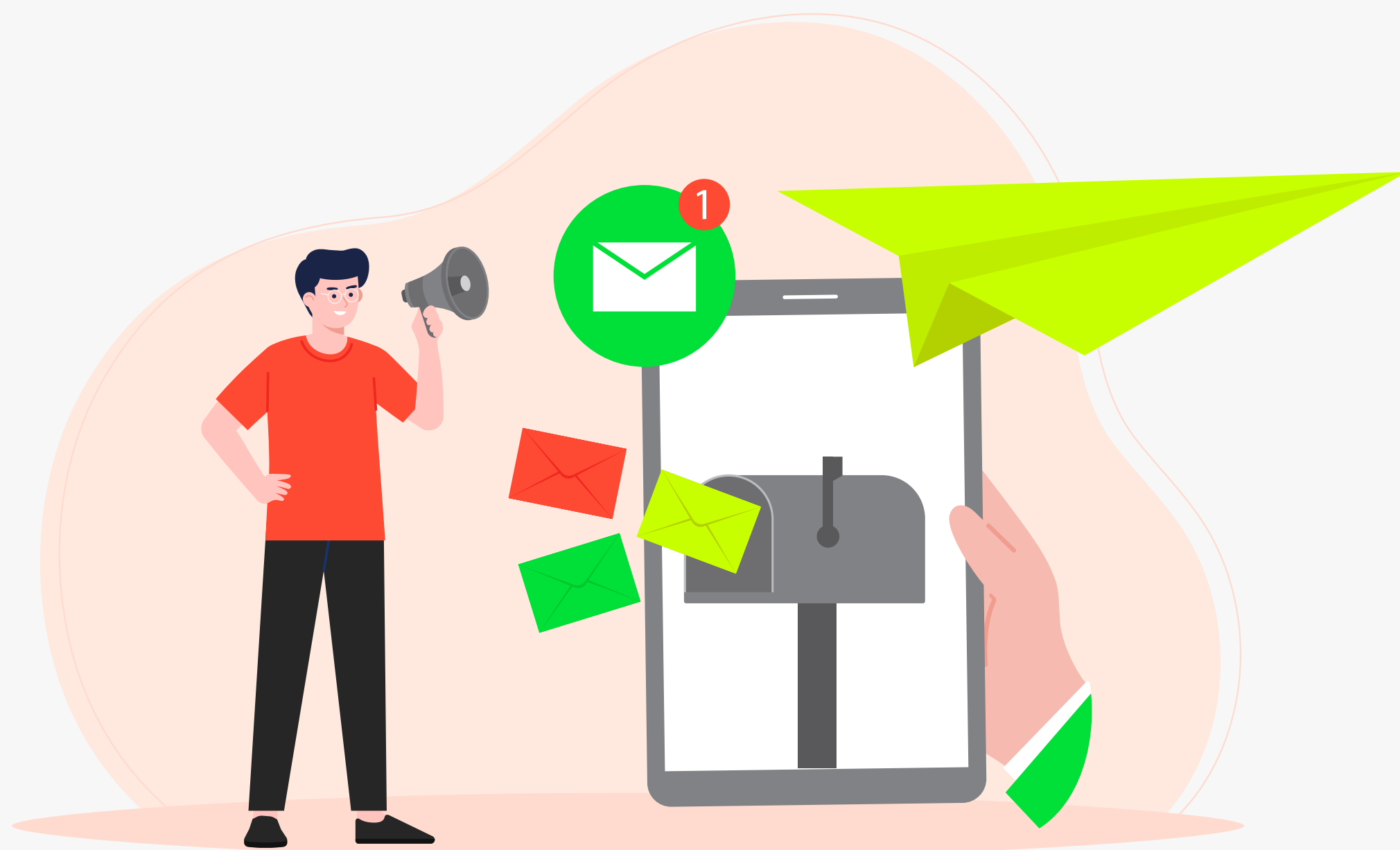
Je vous remercie d'être à mes côtés.

Jb

**M'ENVOYER UN EMAIL TEST À MOI-MÊME**

Envoyez-vous un email test - ainsi vous verrez à quoi ressemble l'email, vous pourrez vérifier qu'il n'y a pas de bug ni de faute de frappe. (L'email test sera envoyé à l'adresse email que vous utilisez pour vous connecter)

**ENVOYER AUX SIGNATAIRES**





# Constituer une base de données

Pour les associations, un champ additionnel de consentement sur le formulaire de pétition vous permet d'**exporter les données de vos soutiens en dehors de GreenVoice.**

Cela vous permettra d'initier ou de compléter la base de données de soutiens de votre association ou collectif, dans le respect de la réglementation RGPD.

## SOUTENIR LA PÉTITION

Prénom \*

Nom \*

E-mail \*

Code postal \*

Téléphone

Je souhaite recevoir des informations concernant l'avancée de cette campagne et continuer d'agir avec GreenVoice. \*

Oui, tenez-moi au courant !

Non, ne me tenez pas au courant

**J'accepte de recevoir des informations de No Plastic In My Sea**

**JE SIGNE**



# Mobiliser sa communauté sur le terrain

Organiser un événement ou une mobilisation sur le terrain est une étape d'engagement importante et fédératrice. C'est à la fois une manière d'exprimer publiquement ce pourquoi on lutte et un moyen d'inscrire sa lutte dans un cadre collectif.

**Plus vous mettez en lumière votre force collective, plus vous donnerez de la visibilité à votre lutte et plus ça engagera des personnes à vous rejoindre.**

Sur GreenVoice on met à votre disposition un outil de création d'événement simple et centralisé qui vous permettra d'inviter tous vos signataires.



# Créer votre page événement



Tous vos signataires recevront directement l'événement par email et pourront s'y inscrire.



Pas besoin de créer un compte pour s'inscrire (contrairement à d'autres plateformes).



Les inscrits recevront également un email de rappel automatique avant l'évènement.

**GreenVoice** Lancer Ma Pétition Toutes Les Pétitions Faire Campagne Qui Sommes-Nous ? [Se Connecter](#)

## Manifestation pour la fermeture de la centrale de Tricastin



**DÉBRANÇONS LA CENTRALE DU TRICASTIN**  
**40 ANS ÇA SUFFIT !**  
**MANIFESTATION À MONTÉLIMAR**  
**SAMEDI 26 JUIN 2021 À PARTIR DE 14H00**  
**PLACE DE PROVENCE (CASERNE SAINT-MARTIN)**

Le 12 juin 2021, c'est l'anniversaire officiel de la connexion du réacteur n°4 de Tricastin (Drôme) au réseau électrique. À cette date, les quatre réacteurs de la centrale nucléaire auront dépassé la durée de vie pour laquelle ils avaient été initialement conçus. Pourtant EDF veut étirer leur fonctionnement jusqu'à 50 voire 60 ans, alors même que la centrale nucléaire comporte de multiples défauts et malfaçons, notamment son réacteur 1, fragilisé par de nombreuses fissures sur sa cuve.

Pour refuser cette prolongation dangereuse, exiger la fermeture des quatre réacteurs du Tricastin et de tous les vieux réacteurs ayant atteint 40 ans, et s'opposer à leur remplacement par des réacteurs EPR, nous appelons à une grande mobilisation !

### Assistez à cet événement

Prénom \*

Nom \*

Adresse e-mail \*

Code postal \*

Numéro de téléphone

Je souhaite recevoir des informations concernant l'avancée de cette campagne et continuer d'agir avec GreenVoice. \*

Oui, tenez-moi au courant !

Non, ne me tenez pas au courant

J'accepte de partager mes informations avec le Collectif Stop Tricastin qui a lancé cette campagne.

**JE PARTICIPE**



## Conseil

N'oubliez pas lors des événements "terrain" de préparer des supports permettant de renvoyer vers la pétition en ligne, via des QR codes par exemple, sur vos affiches, tracts, ou autres supports.



# Remettre sa pétition

Votre pétition est soutenue par de nombreuses personnes ? Il est temps de prendre contact avec le décideur à qui vous avez adressé votre pétition pour pouvoir le rencontrer et le pousser à mettre en œuvre le changement que vous demandez.

**L'idéal est d'identifier une date symbolique et/ou un évènement public.**

Depuis votre tableau de bord GreenVoice, vous pourrez télécharger la liste en version PDF imprimable de tous vos signataires. Avant de remettre votre pétition, vous pouvez contacter l'équipe de GreenVoice ([contact@greenvoice.fr](mailto:contact@greenvoice.fr)) qui pourra vous aider à préparer cette remise de pétition.



## Conseil

Pour découvrir en détail toutes les fonctionnalités de GreenVoice et son tableau de bord, [cliquez ici](#).



# L'accompagnement GreenVoice!!!



Notre équipe a à cœur de vous aider à faire de votre pétition un outil efficace au service de votre lutte. Nous mettons à votre disposition **différentes ressources pour vous accompagner** tout au long de la vie de votre campagne.

**Pour nous, la qualité des pétitions prime sur la quantité**, nous référençons et accompagnons uniquement les pétitions qui respectent la charte de modération GreenVoice. **C'est un moyen de s'assurer de la qualité de la plateforme et de cultiver une communauté de signataires engagés.**

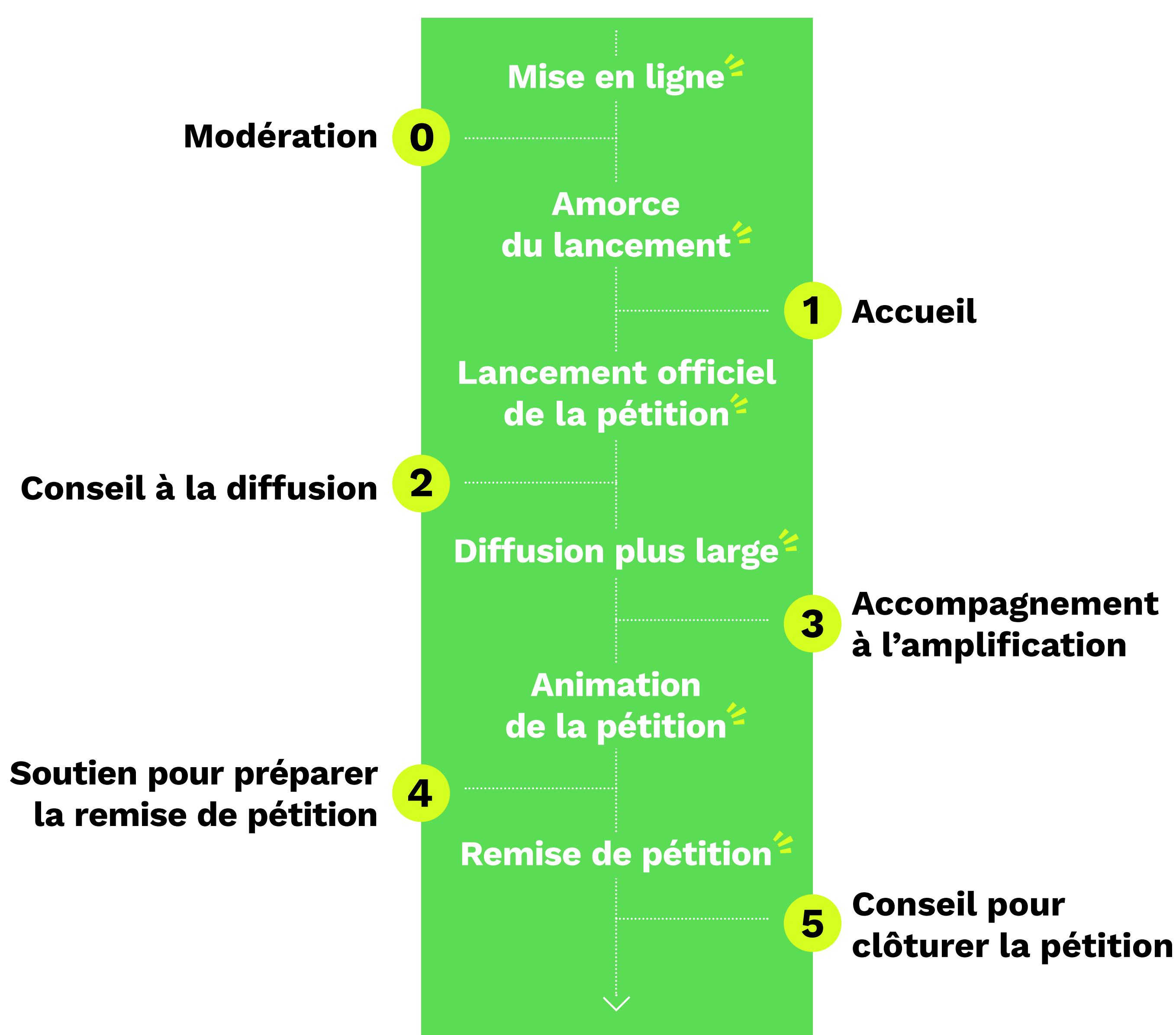
Aussi, **nous pouvons vous soutenir dès le lancement de votre pétition** pour vous conseiller sur le fond et la forme de manière personnalisée. Nous pouvons également mettre en place certains paramétrages pour renforcer la viralité de votre pétition.



En plus de cet accompagnement personnalisé, nous proposons régulièrement des formations ou webinaires permettant d'explorer plus en détail certains aspects d'une stratégie de campagne.

Notre accompagnement est composé de grandes étapes clés liées à la vie de votre pétition :

## Accompagnement des équipes GreenVoice



### Conseil

Guettez vos emails ! Nous vous écrirons avec l'adresse [contact@greenvoice.fr](mailto:contact@greenvoice.fr)  
Ces mails seront envoyés à la boîte mail associée au créateur initial de la pétition.  
Nous sommes aussi joignables par téléphone.



**À vos**   
**claviers !**

**Vous avez un projet de pétition  
en soutien de votre lutte ?**

**On a hâte de vous lire  
et de vous soutenir !**

N'hésitez pas à nous contacter  
**[contact@greenvoice.fr](mailto:contact@greenvoice.fr)**

---

**GreenVoice** 