

Interpellation “Le plus grand plan social de la décennie”

Guide d’utilisation à destination des adhérents d’Hexopée

Contexte

Vous trouverez ci-dessous le mode d’emploi des visuels d’interpellation pour les réseaux sociaux imaginée par Hexopée : “Le plus grand plan social de la décennie”.

Cette campagne donne une voix commune à Hexopée et à ses adhérents pour alerter, sobrement et clairement, sur l’ampleur des coupes prévues dans le PLF 2026. Le fil rouge est simple et doit être rappelé systématiquement : ce projet budgétaire organise le plus grand plan social de la décennie.

Les 250 millions d’euros de coupes annoncées engendreront l’équivalent de près de 30 000 suppressions d’emplois.

Le concept

- Slogan central: “Le plus grand plan social de la décennie se prépare près de chez vous.”
- Déclinaisons: “Le plus grand plan social de la décennie se prépare dans la culture / le sport / les colonies / les loisirs.”
- Le message associé : “250 M€ de coupes budgétaires = 30 000 suppressions d’emplois.”

Comment décliner ?

Un même code visuel assure la cohérence de la campagne : conservez les couleurs utilisées et le surlignage rouge pour mettre en évidence le cœur du message.

Les visuels peuvent être diffusés en l’état, ou personnalisés avec une photo de votre structure. En cas de personnalisation, privilégiez un espace volontairement vide, peu ou pas de vie, afin d’incarner l’absence et de laisser toute la place au slogan et aux chiffres “250 M€ = 30 000 suppressions d’emplois”. Le texte d’accompagnement reste court, lisible et revient à l’essentiel.

Déploiement et interpellation

Publiez ces contenus sur vos réseaux sociaux et adressez-les directement aux parlementaires et aux élus de votre territoire. La même idée doit affleurer partout : ce qui se joue nationalement aura des conséquences concrètes “chez vous”. Vous pouvez

employer, tels quels, des formulations simples et directes qui assurent la lisibilité du propos:

“250 M€ de coupes = 30 000 emplois supprimés. Le plus grand plan social de la décennie, bientôt chez vous/dans votre circonscription.”

“Le plus grand plan social de la décennie se prépare dans la [culture / le sport / les colonies / les loisirs]. 250 M€ = 30 000 emplois supprimés.”

“À [Ville/ Département], notre structure est en première ligne. 250 M€ = 30 000 emplois supprimés. Nous interpellons nos parlementaires avant le vote.”

Cahier des charges pour les adhérents

- Gardez la même palette et le même surlignage rouge que dans les visuels de référence.
- Utilisez le slogan central et ses déclinaisons sectorielles sans en altérer le sens. Si vous personnalisez avec une image, choisissez un espace vide et laissez respirer le message; veillez à la lisibilité des chiffres.
- Diffusez vos publications en direction des parlementaires et des élus de votre territoire, en reprenant la promesse de clarté et d'unité qui fait la force de la campagne.