Nos groupes et la mobilisation:

Pour démystifier des blocages …

… et explorer de nouvelles façons

Rapport sommaire de la Journée sur les pratiques de la TROVEPO 2013

Maison communautaire Daniel-Johnson
22 rue Arthur-Buies
Le vendredi 22 mars

*La Journée sur les pratiques est une activité annuelle, organisée par la TROVEPO, qui s'adresse aux travailleurs, travailleuses et **membres** des groupes qui font partie du regroupement. C'est une journée où nous échangeons sur nos pratiques (nos « façons de faire »).*

La lutte sociale a beaucoup marqué la vie des QuébecoisES au printemps dernier, mais pas tant celle des groupes communautaires! Ainsi, en Assemblée générale annuelle 2012, les membres de la TROVEPO ont voté une journée sur les pratiques pour explorer des stratégies de la mobilisation dans nos groupes en s'attardant particulièrement sur l'utilisation possible des médias sociaux comme nouvel outil de mobilisation.

Le comité d'organisation de la journée – Jérémy Favreau (MCDJ), Brenda Rocha (ADOO) et Vincent (TROVEPO) - croit avoir bien répondu à la commande! Et surtout un gros merci à Caroline Toupin du MÉPACQ qui a été notre invitée spéciale

La Journée sur les pratiques 2013

Nos groupes et la mobilisation:
Pour démystifier des blocages …
… et explorer de nouvelles façons

Présences :

Kardiatou Ba (ACEF)
Brenda Rocha (ADOO)
Danielle Beaudry (ASEC)
Richard Lemieux (APHVO)
Claudette Gaudin (APHVO)
David Clément (ADDS, pm)
John Graham (AQDR)
Mélanie Sarrasin (Centre Actu-Elles)
Wahiba Barouk (Deschênes)
Josée-Amanda Comeau (Deschênes)
Lyne Prescott (Entre-Femmes de l'Outaouais)
Jean-Pierre Deslauriers (Gite-Ami)
Rachel Larocque (MCDJ)
Jérémy Favreau (MCDJ)
Marie-Claire Gauthier (MCDJ)
Gabrielle Filion (Maison d'Amitié)
Caroline Villeneuve (Maison d'Amitié)
Danielle Dubouil (RDAS)
Caroline Toupin (MÉPACQ)
Vincent Greason (TROVEPO)

Déroulement de la journée

La Journée se déroule en deux temps.

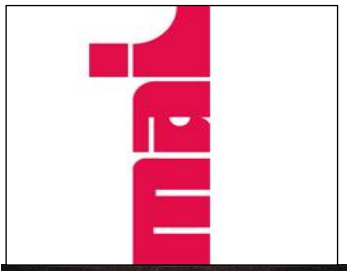
En avant midi, on fait un retour sur quelques mobilisations dans l'histoire de l'Outaouais et au Québec et sur quelques obstacles qu'on rencontre dans nos organisations quand il s'agit de faire des mobilisations. On a nommé ces obstacles « les démons ». Pour cette partie de la journée, on accueille Caroline Toupin de notre mouvement national

En après-midi, Jérémy facilite une démarche exploratoire et interactive sur les médias sociaux. Ensemble on identifie les possibilités et les dangers de l'utilisation des médias sociaux comme des outils de mobilisation.

Le présent document se veut un petit rappel de quelques éléments qui ressortent de cette Journée. Il ne prétend pas tout dire. D'ailleurs un document complémentaire, « Comment se lancer en Facebook et Twitter », est disponible maintenant à la TROVEPO. Celui-ci présente les détails sur comment ouvrir des comptes Facebook et Twitter.

Bonne lecture! Beaux souvenirs! Bonnes mobilisations!

Le mouvement communautaire et les luttes sociales
Revisitons notre passé



À l'aide des affiches historiques et contemporaines et des banderoles de luttes passées (dont quelques unes sont reproduites sur cette page), on se rappelle l'histoire de luttes sociales à Hull, à Gatineau, dans l'Outaouais et au Québec. L'exercice nous permet de constater que :

- Les luttes du présent sont celles du passé (les même thèmes reviennent : logement, endettement, égalité, conditions de travail….)
- Les luttes touchent les enjeux de fond et les enjeux de fond sont souvent liés les uns aux autres : pas de logement parce que pas de sous, pas de sous, donc pas de logement. On s'endette, car le logement coûte trop cher et il faut manger. On évoque ici l'idée de l'interdépendance des droits.
- Les luttes du passé portent fruit : la MCDJ est né de la lutte pour le logement; une personne sourde s'est exprimée pour la première fois dans l'histoire du Québec au Conseil municipal de Gatineau
- Les luttes des travailleurEUSEs sont souvent précurseurs à d'autres luttes : les conditions de travail sécuritaires -> l'environnement sain; métiers non-traditionnels -> contre le sexisme en milieu de travail; salaire décent -> salaire minimum
- Souvent les affiches revendiquent « l'accessibilité » - l'accès aux soins, pour une meilleure accessibilité, contre la tarification. Par le fait même, on constate que les affiches rendent visibles les distinctions de classe sociale – Les uns y ont accès, les autres doivent le revendiquer.

Après avoir partage autour des affiches, Caroline lit une histoire. Au travers cette **fantaisie guidée,** elle nous invite à imaginer quelle serait la société d'aujourd'hui si nos prédecesseurEs n'avaient pas mené les luttes sociales représentées par les affiches. A la suite de cette fantaisie, nous concluons

- Notre quotidien est le résultat des luttes du passé…
- Certaines luttes ont permis de réaliser des gains – mais plusieurs de ces gains sont actuellement en recul…
- Une lutte, ça témoigne de l'engagement…
- L'école québécoise ne transmet aucunement cette l'histoire de luttes…

La question se pose :

Si ce n'est pas nous qui menons les luttes aujourd'hui, ce serait qui?

Les préjugés et les obstacles aux luttes sociales

Si c'est pas nous qui menons les luttes, ce serait qui… Une très bonne question, **mais…** on le sait, c'est donc difficile de mobiliser. Il y a toujours une excuse pour ne pas le faire. Et l'excuse, ç'est nos membres (résidants, clients, clientèle, etc.) qui nous la fournit! Ben oui, c'est vrai. C'est les membres qui disent qu'ils ne veulent pas se mobiliser. Leurs excuses (qu'on a tous et toutes entendues!), on va appeler ça « les démons ». On en a travaillé quatre, tentant ensemble de formuler une réponse.

Les quatre démons individuels

« Je ne suis pas de même, moi! »

- La plupart des manifestantEs sont comme… tout le monde!
- Changer les préjugés, ça prend du temps
- S'afficher publiquement aujourd'hui, c'est être à contre-courant…
- « Sois toi-même » - mais venez!

« Je ne suis pas assez bonne! »

- Il s'agit de bien identifier la capacité de chaque personne et de faire en sorte que les personnes se sentent à leur place. C'est d'ailleurs l'essence même de ce qu'on fait dans nos groupes – on essaie de trouver « la bonne place » aux personnes
- Le défi est donc de trouver « la bonne place » aux personnes dans les mobilisations – parfois, c'est dans la préparation (préparation des slogans, préparation des pancartes (côté artistique),
- Participer à une mobilisation n'est pas une question de « connaissances » - le défi est de faire en sorte qu'une personne se sent personnellement touchée par l'enjeu en question, touchée au point de vouloir faire un pas de plus…

« C'est épeurant ces affaires-là! »

- C'est une peur réelle qu'il ne faut pas nier… entre autre celle vécue par des personnes immigrantes…
- La mobilisation n'est pas juste dans la rue
- C'est un droit que de manifester; on n'a pas à être intimidéE!
- Il y a des choses qu'on peut faire pour réduire la peur :

✓ Être non-violentE
✓ S'organiser pour être à la fin d'une action (au cas où ça se dégénère)
✓ S'organiser pour être sécuritaire – s'éloigner des individus avec lesquels on n'est pas à l'aise;
✓ La fête change l'ambiance

« De toute façon ça donne rien! »

- Qui a changé des choses, il y a 10 ou 20 ans ? Des personnes toutes seules? Non, ça s'est fait en gang par les personnes qui ont cru…
- Oui, ça donne quelque chose – peut-être pas tout de suite, mais à la longue…

Les démons collectifs

Or les démons, ce n'est pas juste les individus qui les ont – ça peut être les réticences du Conseil d'administration, des bailleurs de fonds, des partenaires…

Nous en avons nommé quelques-uns de ces démons collectifs.

Ce n'est pas la mission de notre groupe, ça…

- Une mob sur l'aide sociale? Mais notre groupe, il ne travaille pas sur l'aide-sociale. Pourquoi se mobilisera-t-on sur l'aide sociale / le chômage / le régime de pension / la fluoration de l'eau / etc.

On ne peut pas, notre programmation est pleine!

- Le lundi c'est la cuisine collective; le mardi, l'atelier d'art; le mercredi, le groupe de devoirs; le jeudi, le souper communautaire; le vendredi on est fermé…
- Je suis toute seule, je ne peux pas tout faire!

Que va dire notre bailleur de fonds (nos partenaires…)

- On peut pas, ils vont couper nos subventions!
- On est là pour offrir un service, pas pour mobiliser notre monde sur un enjeu qui n'est pas le nôtre….

Retour sur l'exercice des démons

L'exercice fut très intéressant. On a réussi à détricoter quelques nœuds. On a réussi on nommer que souvent ce qu'on nomme comme un empêchement à la mobilisation et qu'on attribue à une crainte des membres ou du « CA » trouve ses racines chez nous, comme intervenant ou comme intervenante… Car mobiliser, ça dérange. Ça perturbe. Ça bouleverse. La mobilisation nous fait sortir souvent de notre zone de confort.

Quelques solutions ou pistes ont été suggérées…

- ✓ La mobilisation invite à une solidarité entre les organismes – c'est une façon de briser le travail en silo…
- ✓ Il faut casser la peur…
- ✓ Quand est-il le bon moment pour se mobiliser? Parfois il faut juste foncer…

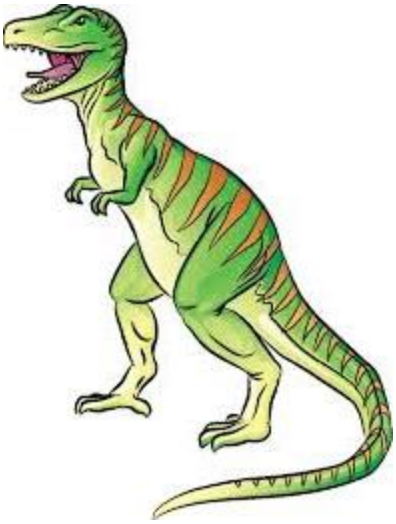
LES MÉDIAS SOCIAUX :

un outil pour faire de la mobilisation

Si dans l'avant-midi, nous avons travaillé pour démystifier plusieurs des obstacles à la mobilisation que nous rencontrons dans nos groupes, en après midi nous avons repris une conversation amorcée à la journée sur les pratiques il y a deux ans. Celle-ci a porté sur nos pratiques avec les médias – mais les médias abordés étaient les médias traditionnels (journaux, radio, télévision). Lors de l'évaluation, les participantEs ont noté que ce serait intéressant d'aborder les nouveaux médias, les médias sociaux. Comment peut-on s'en servir pour nous aider à faire notre travail.

Le matin, nous avons parlé des démons. Or, presque tout le monde sait que les démons n'existent pas et n'ont jamais existé.

En après-midi, nous avons du composer avec des dinosaures. Ceux-ci ont déjà existé, la preuve étant qu'il y en avait au moins un dans la salle …



S'exprimer à titre personnel ou au nom de votre organisme

Avant toute chose, il est important de **différencier** la prise de parole sur les médias sociaux **à titre personnel ou au nom de votre organisme**. Les avantages et inconvénients ne sont pas les mêmes.
A titre personnel, nous vous conseillons **d'être vigilantE**. Même si vous verrouillez l'accès à tous vos comptes, l'information peut quand même circuler (photos de soirées, etc.) via les contacts que vous nouez et entretenez sur les réseaux sociaux. Il faut bien avoir conscience que l'espace sur les réseaux sociaux est un **espace social** et en **aucun cas un espace privé**.

Au niveau de votre organisme, il faut accepter **la co-construction** et **la co-diffusion** des messages. C'est là, la force même des réseaux sociaux**. Il ne faut pas en avoir peur**. Au contraire ! Vous avez tout intérêt à **ce qu'on parle de votre organisme, de votre mission et de vos projets**. Qui plus est, cela permet de rentrer directement en contact avec vos membres, des partenaires, des bénévoles, des journalistes, etc.
Donc pour tous les réseaux sociaux :

- Cela permet de s'ouvrir sur le monde et d'offrir un rayonnement, une visibilité pour votre organisme.
- Mais aussi de se fermer au monde, car rien ne vaut le contact directe avec vos membres pour mobiliser.

Voici un tableau reprenant les avantages et inconvénients non exhaustives de trois médias sociaux que nous avons choisi : Facebook, Twitter et un Blog

Medias sociaux	Avantages	Inconvénients
Facebook	Parfait pour attirer l'attention de ceux et celles qui suivent votre organisme et qui souhaitent partager leurs opinions. C'est une excellente manière de se rendre visible Communiquer sur un évènement à moindre coût Recrutez des membres et maintenir le contact avec vos membres Améliorer votre référencement en étant actif Publier et partager des images et des fichiers pour donner une image active de votre organisme	Chronophage : qui prend du temps Difficile de séparer le personnel/professionnel Vous êtes responsable du contenu publié sur vos espaces, vous devez donc faire attention à ne pas diffuser des informations en votre défaveur. A noter que la confidentialité et l'effacement de vos données ne sont pas garantis sur les réseaux sociaux. Facebook est le paradis des voleurs d'identité. contrôler vos paramètres de confidentialité. Ne vous croyez pas non plus en sécurité dès que vous avez

	Présence gratuite sur internet Les informations présentent sur votre profil et vos pages se propagent en masse et rapidement. Communauté importante car grande fréquentation Utile pour créer son réseau Facile de mettre à jour et modifier des informations	modifié ces paramètres. Faites attention, à ne pas divulguer trop d'informations personnelles. Les virus qui peuvent endommager des fichiers, voir le disque dur
Twitter	Offre l'opportunité d'une bonne visibilité et permet d'attirer l'attention des internautes de manière virale. Les twits seront visible dans les résultats des moteurs de recherche (google,etc…) Les personnes peuvent écrire sur vous et vos activités grâce à des mots clés Twitter permet également d'être informé rapidement d'un évènement Twitter demeure un outil simple, efficace où vous pouvez Tweeter sur n'importe quel sujet.	On risque toujours la surdose d'informations, le tout est de décider qui l'on suit et pourquoi. Le nombre de caractère limite l'information possible Les personnes peuvent écrire sur vous Attention au vol d'identité Vous pouvez Tweeter sur n'importe quel sujet. Les virus qui peuvent endommager des fichiers, voir le disque dur
blog	Les blogs seront visibles dans les résultats des moteurs de recherche (google,etc…) Un blog permet d'actualiser l'information régulièrement. Par ailleurs, un blog est un moyen de mettre en place des liens vers votre site. Plus libre, et moins formel, un blog est la solution pour humaniser votre	Le nombre de pages et de commentaires d'un blog peut très rapidement enfler de manière considérable et perdre l'utilisateur : trop d'informations tuent l'information. Il devient dès lors nécessaire de contrôler la quantité et la pertinence du contenu des blogs. Nécessite d'être mis à jour régulièrement.

	activité sur internet car vous favoriser le dialogue avec les internautes (sentiment de proximité). Un investissement peu coûteux : Au-delà de la dimension économique du blog, ce dernier est un outil qui ne demande que très peu de temps. L'ajout de textes, de photos, de vidéos, s'effectue en quelques clics. L'information que vous déposez peut être plus complète.	Il faut poster souvent pour que votre blog soit efficace. Archivage de l'information assez rudimentaire, notamment si vous souhaitez attribuer de l'importance à certains contenus. Les virus qui peuvent endommager des fichiers, voir le disque dur

Les médias sociaux sont un outil – il faut savoir comment s'en servir!

Les médias sociaux sont un outil. Pour les individus, comme pour les groupes, ils représentent une opportunité, mais comportent les bémols aussi. Un bémol important, c'est l'impact sur la vie privée des personnes (et même des groupes)

Voici un lien vers une courte vidéo, visionnée lors de la journée, qui porte sur cet enjeu :

http: //www.youtube.com/watch?v=uN_NyY4nyrw

Devez-vous ou pas, créer une page Facebook pour votre organisme ?

Et d'ailleurs, une page ou un groupe ? Et au fait, pour quoi faire ? Et puis qui va l'administrer ? Et que dois-je y placer ? D'accord, ça fait un paquet de questions. Prenons tout ça dans l'ordre…

Dois-je utiliser Facebook pour mon organisme ?

A priori, on pourrait dire oui. La seule raison qui pourrait vous faire renoncer à son utilisation, **dépend de votre public et de ses habitudes**. Si vous vous adressez exclusivement aux personnes âgées, vous n'utiliserez sans doute pas Facebook, parce que la plupart des personnes âgées n'en ont pas l'usage. Mais si vous vous adressez à un public aux tranches d'âges mélangées, ou aux jeunes, **vous vous priverez d'un canal de diffusion et d'animation en n'utilisant pas Facebook**.

Dois-je créer une page ou un groupe ?

1. « Les pages ne peuvent être créées que pour **représenter une vraie organisation** ou entreprise, un artiste ou un groupe, et seul le représentant officiel de cette entité a le droit d'en créer une. Les groupes, quant à eux, sont comme des **espaces d'échanges d'idées** qui peuvent être créés par n'importe qui sur n'importe quel sujet. Les groupes peuvent être fermés ou secrets, tandis que les pages sont destinées à permettre à une entité de communiquer de façon publique. » (cf Facebook).

Mieux comprendre Pages et Groupes

PAGE	GROUPE
QUI : Grand public Les bénévoles, les membres, les donateurs et toutes personnes pouvant être intéressées. Population diverse avec des intentions variées, réunie autour d'un thème ou d'une idée	**QUI :** Groupe sélectif Les bénévoles, les membres et les employés de votre organisme. Population unique avec des intentions communes, réunie autour d'un projet concret

QUOI : Communications **externes** Partage d'informations globales Simple adhésion à un thème, une cause ou à une idée	**QUOI :** Communications **internes** Partage d'informations plus fonctionnelles Implication réelle autour d'un projet concret
POURQUOI : Sensibilisation	**POURQUOI :** Mobilisation et remerciements

Facebook, pour quoi faire ?

Pour créer du lien, créer un échange avec vos membres, bénévoles, et plus généralement, le monde… Pour faire connaître votre organisme, sa mission, ses enjeux et **dynamiser votre communauté**. En clair, utilisez Facebook pour échanger avec vos visiteurs. Votre page aura tout son sens si vous arrivez à **créer une relation**. Sollicitez les personnes qui aiment votre page, demandez-leur leur avis sur certains sujets.

Qui doit administrer la page de mon organisme ?

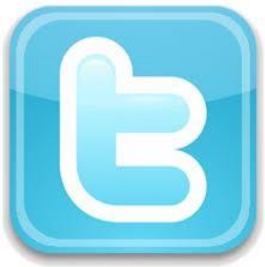
Il est parfaitement envisageable de nommer plusieurs administrateurs-rices. Vous pouvez envisager de distribuer les rôles. Untel se chargera de poster les nouveautés, un autre de créer une interaction, etc. **Ou vous pouvez charger une seule personne de s'occuper de la page.** Dans tous les cas, n'oubliez pas de **définir en amont vos objectifs**, ce que vous attendez d'une page Facebook, **le type de contenus que vous allez y poster**, ainsi que **la façon dont vous allez créer de l'interaction.** Et réfléchissez également à la **fréquence des mises à jour**. Consacrez-y une plage horaire quotidienne mais restreinte (10 mn/jour peuvent largement suffire, ex : en arrivant le matin à l'organisme). **Le danger de Facebook, c'est d'y passer des heures… Ne tombez pas dans ce travers.**

Quel contenu y placer ?

Vous pouvez y placer les photos et vidéos de vos activités, des liens vers des articles, annoncer vos événements futurs, vos nouveautés, remercier les membres, faire des appels au bénévolat, etc. En gros, vous pouvez mettre **tous types de contenus.** La seule chose que vous devez garder en tête est que **vous ne devez pas faire que parler de vous.** Encore une fois, vous êtes là pour créer du lien.

Le mot de la fin : une page Facebook peut donc être très utile pour votre organisme. Elle vous permettra d'**établir un contact privilégié avec vos membres et d'animer votre réseau via le web**. Elle vous permettra également d'annoncer vos événements et de permettre facilement aux gens de les partager. Et parce que Facebook est une véritable toile, **le nom de votre organisme est susceptible de voyager et de vous amener de nouveaux membres…**

TWITTER



- Pourquoi créer un profil Twitter en tant que professionnel ?

GAGNER EN VISIBILITE: Twitter est un mégaphone qui permet via quelques mots d'accroître sa notoriété et de solliciter les foules en temps réel. Idéal pour créer du trafic autour de votre entreprise.

- Est-ce que c'est compliqué?

Twitter est encore plus facile que Facebook, c'est dire. Un profil Twitter se crée en quelques clics, une photo et quelques lignes de description et vous voilà prêts. Ensuite, il suffit de l'alimenter avec vos tout premiers tweets.

- Est-ce que ça prend du temps?

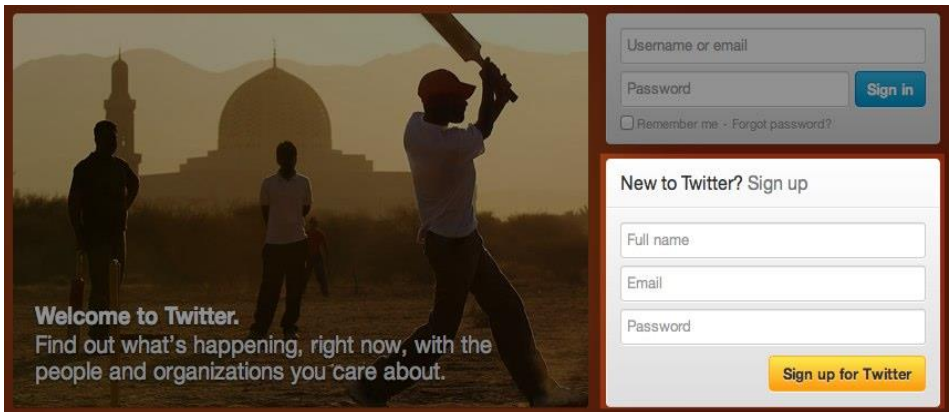
Il est très rapide de créer un profil Twitter, mais le plus important est de l'animer régulièrement pour maintenir sa visibilité et continuer à recruter. Pour cela, la fréquence est importante, en particulier sur Twitter où les gens interviennent plusieurs fois par jour. plus vous tweetez , plus vous aurez de personnes qui vous suivent.

Comment s'inscrire sur Twitter

Pour créer un compte :

1. Rendez-vous sur http://twitter.com et trouvez la zone d'inscription, ou rendez-vous directement sur https://twitter.com/signup.
2. Saisissez votre **nom complet**, votre **adresse email** et un **mot de passe**.
3. Cliquez sur **S'inscrire sur Twitter**.
4. Sur la page suivante, vous pouvez sélectionner un **pseudonyme** (un pseudonyme est un identifiant unique sur Twitter) —saisissez votre propre pseudonyme ou choisissez l'une de nos propositions. Nous vous indiquerons si le pseudonyme souhaité est disponible.
5. **Vérifiez** votre nom, votre adresse email, votre mot de passe et votre pseudonyme.

6. Cliquez sur **Créer mon compte.**Vous devrez peut-être remplir un Captcha pour nous prouver que vous êtes humain.
7. Twitter enverra un **email de confirmation** à l'adresse indiquée lors de votre inscription, cliquez sur le lien contenu dans cet email pour valider votre adresse email et votre compte.



Conseils pour le choix de votre pseudonyme :

- Votre **pseudonyme** est le nom que vos abonnés utilisent lorsqu'ils envoient des @réponses, des mentions et des messages privés.
- Il composera également l'URL de votre page de profil Twitter. Nous vous proposerons quelques suggestions disponibles lors de votre inscription, mais n'hésitez pas à choisir votre propre pseudonyme.
- **Remarque :** Vous pouvez modifier votre nom d'utilisateur dans vos paramètres de compte à tout moment, à condition que le nouveau nom d'utilisateur ne soit pas déjà pris.
- Un nom d'utilisateur **doit être inférieur à 15 caractères** et ne doit pas contenir les mots "admin" ou "Twitter", afin d'éviter toute confusion avec la marque.
-

Informations importantes concernant votre adresse email :

- **Vous ne pouvez associer qu'une seule adresse email à la fois à un compte Twitter.**
- L'adresse email que vous utilisez sur votre compte Twitter n'est pas visible par les autres utilisateurs.
- Nous utilisons l'adresse email que vous saisissez pour confirmer votre nouveau compte Twitter. Veillez à saisir une adresse email que vous utilisez régulièrement et à laquelle vous avez accès. Recherchez dans votre boîte de réception un email de confirmation afin de vous assurer que vous avez correctement complété votre inscription.

Premiers pas après la création de votre compte :

- Une fois votre inscription terminée, abonnez-vous à quelques comptes pour créer un flux d'informations personnalisé sur votre page d'accueil. Suivre un utilisateur signifie que les Tweets de cet utilisateur s'afficheront sur votre page d'accueil Twitter. Vous pouvez vous désabonner d'une personne à tout moment.

Glossaire Twitter

Le glossaire Twitter contient le jargon et le vocabulaire fréquemment utilisé pour décrire et profiter de notre service. Chaque définition contient des informations ou des liens permettant d'explorer chaque terme plus en profondeur.

ABONNÉS OU FOLLOWERS

Mais qui va lire votre tout dernier Tweets? Vos abonnéEs ou Followers...
Sur Twitter, contrairement à Facebook, les gens peuvent choisir de vous suivre sans accord de votre part, en un clic. Ce sont ces personnes qui verront vos tweets. Pour gagner en visibilité votre intérêt est d'être largement suivis.

ABONNEMENTS

Le mieux pour apprendre à Twitter est de suivre des personnes et d'observer! Pour cela il vous suffit de taper dans rechercher: un nom (si vous le connaissez), un mot-clé (médias sociaux par exemple...). Twitter vous suggérera des profils...

BLOQUER

Bloquer quelqu'un sur Twitter l'empêche de vous suivre ou de vous ajouter à une liste. De plus, leurs mentions n'apparaîtront pas dans votre onglet de @réponses.

FIL

Voilà, vous avez envoyé votre premier Tweet, mais il va apparaitre où exactement? Sur le fil! Vous n'êtes pas seuls sur ce fil, apparaissent également (dans l'ordre de parution) les tweets de l'ensemble des personnes que vous avez choisi de suivre. Et ça file!

Retweeter

Un Tweet est un peu comme faire suivre un e-mail à votre carnet d'adresses.

TWEET

L'élément central de tout ce dispositif, le tweet. Un tweet est un message envoyé sur Twitter, il comprend 140 caractères maximum...
Peu d'images, pas de vidéos, simplement du texte ou un lien vers un article.

TWEETER

Rien ne sert d'écrire un tweet sans l'envoyer, c'est à ça que sert le petit bouton "TWEETER"!
Attention, votre Tweet est instantané, il sera publié immédiatement.