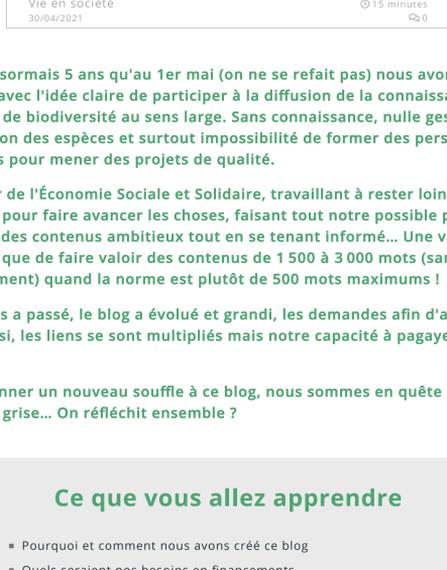


Appel à dons de matière grise !



Julien Hoffmann
Rédacteur en chef — DEFI-Écologique



Partageons nos matières grises : seule l'action collective permettra de sauver les forêts !

Vie en société
30/04/2021 15 minutes

Voilà désormais 5 ans qu'au 1er mai (on ne se refait pas) nous avons lancé ce blog avec l'idée claire de participer à la diffusion de la connaissance en matière de biodiversité au sens large. Sans connaissance, nulle gestion ou protection des espèces et surtout impossibilité de former des personnes efficaces pour mener des projets de qualité.

Au cœur de l'Économie Sociale et Solidaire, travaillant à rester loin des dogmes pour faire avancer les choses, faisant tout notre possible pour sourcer des contenus ambitieux tout en se tenant informé... Une vaste mission que de faire valoir des contenus de 1 500 à 3 000 mots (sans aucun financement) quand la norme est plutôt de 500 mots maximums !

Le temps a passé, le blog a évolué et grandi, les demandes afin d'aller plus loin aussi, les liens se sont multipliés mais notre capacité à pagayer s'est érodée.

Pour donner un nouveau souffle à ce blog, nous sommes en quête de matière grise... On réfléchit ensemble ?

Ce que vous allez apprendre

- Pourquoi et comment nous avons créé ce blog
- Quels seraient nos besoins en financements
- En quoi nous sommes un peu en panne d'inspiration
- Comment vous pouvez nous aider à tenter quelque chose d'audacieux



DEFI-Écologique
À notre avis, le premier besoin en financement, quitte à ce que ce soit d'ailleurs le seul, doit absolument être orienté vers les auteur-e-s et les lecteur-ric-e-s.

CLICK TO TWEET

Note : ce texte a été co-rédigé par l'ensemble du collectif.

Et le blog vit le jour

Tout a débuté sur un constat simple : pour de nombreux professionnels ou passionnés, se renseigner et en apprendre plus sur la biodiversité reste compliqué tant les informations disponibles en ligne peuvent être parcellaires, décontextualisées ou alors tout simplement invérifiables.

L'idée d'apporter notre pierre à l'édifice, non pas pour en faire une activité économique mais bien pour participer à combler ce déficit, nous a semblé à priori naturelle et justifiée. Encore fallait-il savoir ce que nous voulions proposer et non pas ce que nous devrions proposer pour faire de ce projet un succès !



Philippe St Marc
écrivain marginal
Quelle est la valeur d'un environnement sain ?
© DEFI-Écologique

Stratégie numérique et marketing hors des clous

Si, au moment de la création du blog, le collectif existait déjà, il n'avait guère de visibilité sur le web ni même de stratégie en la matière. Nous avions donc besoin de trouver une stratégie qui nous corresponde et qui soit cohérente avec notre volonté d'écologie transversale. Ainsi, à l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

Nous avons créé le blog pour valoriser son contenu et non pas pour le monétiser à tout prix.



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
Il y a une forme d'illigisme là-dedans même si nous répondons, à notre sens, à un besoin urgent de parler de biodiversité.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET



DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

DEFI-Écologique
À l'inverse des dogmes du marketing qui privilégient des stratégies agressives et intrusives, nous avons opté pour la sobriété avec un objectif simple : faire plaisir aux humains avant de faire plaisir aux algorithmes.

CLICK TO TWEET

