

SARAH DURIEUX

CHANGER LE MONDE.

Manuel d'activisme
pour reprendre
le pouvoir

© Éditions First, un département d'Édi8, Paris, 2021.

Le Code de la propriété intellectuelle interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'Auteur ou de ses ayants cause est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

ISBN : 978-2-412-06161-9

Dépôt légal : janvier 2021

Imprimé en France

Correction : Anne-Lise Martin

Mise en page : Emilie Guillemain

Photographie de couverture : Damien Carduner

Éditions First, un département d'Édi8

92, avenue de France

75013 Paris

France

Tél : 01 44 16 09 00

Fax : 01 44 16 09 01

Email : firstinfo@efirst.com

Site Internet : www.editionsfirst.fr

SOMMAIRE

Préambule. Une histoire de tract inefficace	7
Chapitre 1. Définissez et nommez votre combat	11
Chapitre 2. Vous êtes David, trouvez votre Goliath	27
Chapitre 3. Trouvez votre QG	41
Chapitre 4. Le fil rouge de votre campagne : la théorie du changement.....	49
Chapitre 5. Racontez votre histoire pour fédérer	69
Étude de cas. Comment Christelle a raconté son histoire et sauvé des millions de vies	97
Chapitre 6. Choisissez le bon moment pour vous lancer	101
Chapitre 7. Trouvez vos soutiens	121
Chapitre 8. Faites le buzz	135
Chapitre 9. Organisez votre groupe de soutien	173
Chapitre 10. Faites monter la pression.....	195
Chapitre 11. Négocier pour gagner.....	229
Conclusion. Pratiquez votre art et faites grandir votre pouvoir	247
Remerciements.....	251
Références et bibliographie pour aller plus loin	253

<< N'est-il pas merveilleux que nous puissions tous,
à l'instant même, travailler à la création d'un monde
meilleur ? >>

Anne Frank

<< On vous dira que vous faites trop de bruit, que vous
devez attendre votre tour, et que vous devez demander la
permission aux bonnes personnes. Faites-le quand même. >>

Alexandria Ocasio-Cortez

<< N'agonisez pas. Organisez-vous. >>

Florynce Rae Kennedy

PRÉAMBULE UNE HISTOIRE DE TRACT INEFFICACE

Je pose le petit dossier que j'ai constitué au cours des dernières semaines sur la table de la salle de cours. Ce ne sont que quelques feuilles agrafées ensemble. La table est au fond d'une salle étouffante, sur le toit d'un immeuble du XIII^e arrondissement de Paris.

Je suis nerveuse, un peu inquiète, excitée, aussi. J'ai peur de ce qui va se passer, ou plutôt j'ai peur de ne pas y arriver. Je ressens cette adrénaline qui transforme la peur en énergie. Une boule dans la gorge, je me retourne vers la salle, et je m'apprête à prendre la parole.

Ce souvenir, c'est celui de la première fois que j'ai agi en espérant changer les choses. Avec le recul, c'est peut-être ma première expérience d'activisme. Dans ces quelques pages, j'avais collecté des informations sur la persécution, au Tibet, de millions de personnes, poussant des milliers d'entre elles à fuir en exil. J'avais rédigé ce document dans le cadre d'un projet que je devais réaliser durant mes études en BTS communication. Nous devions concevoir une publicité pour un produit de notre choix. J'avais eu envie de faire un tract pour une manifestation de défense des droits du peuple tibétain et de sa culture. En préparant ce travail, j'avais découvert l'ampleur de ce qui se passait là-bas. Et cela m'avait mise tellement en colère que j'avais eu besoin que les élèves de ma classe soient aussi au courant, pour qu'on fasse quelque chose.

Je ne me souviens pas exactement ce que j'ai dit, je pense que j'ai crié quelque chose comme « si vous voulez en savoir plus sur la situation au Tibet, je laisse le dossier sur la table ». Je crois que

CHANGER LE MONDE

personne ne m'a entendue. Je ne suis pas sûre que qui que ce soit ait lu ce document finalement. Ma première expérience de l'activisme n'a pas été concluante, mais elle m'a appris quelque chose : pour mobiliser les gens, pour que ma colère soit utile, il fallait que je sois capable de communiquer d'une manière efficace auprès des bonnes personnes, et au bon moment.

Je pense que j'ai décidé ce jour-là d'utiliser les techniques de communication classique que j'étudiais pour faire avancer les choses et changer le monde. Je le dis avec le recul, ce n'était probablement pas aussi clair dans ma tête à l'époque. Mais c'est à partir de ce moment que j'ai commencé à étudier la communication politique en me disant : Je vais utiliser toutes ces techniques pour le bien commun.

Et aujourd'hui, des années plus tard, j'écris ce livre. Depuis, j'ai eu la chance de côtoyer des centaines de personnes qui, un jour, elles aussi, ont passé le cap et ont décidé d'agir. D'utiliser leur volonté et le pouvoir que nous avons toutes et tous, notre pouvoir collectif, pour avoir un impact dans le monde.

Ces personnes m'ont tant appris : leurs tentatives, leurs difficultés, mais aussi leurs victoires sont une source d'inspiration immense. Ce sont leurs stratégies et leurs expériences que je vous livre ici. Ce sont leurs histoires de lutte et les tactiques qui leur ont permis de gagner. Car si j'ai décidé d'écrire ce livre, c'est parce que je crois sincèrement que si chacune et chacun d'entre nous comprend comment mobiliser largement et s'organiser avec d'autres personnes, nous pouvons vraiment changer le monde.

Comme moi à l'époque de mon tract, des millions de personnes, dont vous faites peut-être partie, veulent vraiment agir, mais ne savent pas comment s'y prendre. Je pense aussi que les personnes qui détiennent le plus de pouvoir dans notre monde aujourd'hui ont bien compris comment le garder. Et que nous devons être extrêmement efficaces pour construire le monde que nous voulons.

Une histoire de tract inefficace

Si vous regardez ce qui se passe dans votre quartier, ou ce qui se passe dans le monde à la télévision ou sur les réseaux sociaux, et que vous ne supportez plus de voir l'injustice se perpétuer, si vous avez la conviction qu'ensemble, nous pouvons créer un monde différent, mais si vous ignorez, autant que moi distribuant mon tract, comment vous y prendre et par où commencer, ce livre est fait pour vous.

Au moment où j'écris ces lignes, une mobilisation massive a lieu en Biélorussie, où les citoyennes et citoyens ont décidé d'agir contre un système corrompu. Dans un article que je lisais ce matin, cette phrase prononcée par une femme m'a marquée : « Je croyais qu'il fallait partir pour trouver des gens qui pensent comme moi, mais en fait ils étaient là depuis toujours, dans mon quartier, à la porte d'à côté. »

Changer le monde commence en bas de chez soi. Cela commence par des actions que nous pouvons toutes et tous faire. Il faut juste savoir par où commencer. J'espère que ce livre vous permettra de faire ce premier pas.

CHAPITRE 1

DÉFINISSEZ ET

NOMMEZ VOTRE

COMBAT

J'ai parfois un sentiment diffus de colère, face à la manière dont notre monde fonctionne. Je me dis que les choses ne tournent pas rond et qu'il faudrait tout remettre à plat. C'est probablement le cas pour vous aussi, si vous lisez ce livre. Il y a tellement d'injustices qui me donnent envie d'agir. Je suis sûre que vous avez déjà ressenti cela : le sentiment de devoir être sur tous les fronts. C'est l'une des caractéristique des personnes qui sont « activistes dans l'âme » : elles ont probablement un sens de l'empathie particulièrement développé et ne peuvent rester insensibles face à la souffrance des autres.

Il y a un sujet sur lequel j'ai plus souvent envie de m'exprimer, une cause que je ne peux jamais me résoudre à mettre de côté. Lorsque je suis témoin de violences sexistes et sexuelles, j'ai besoin de prendre la parole pour dénoncer ce qui représente encore aujourd'hui un véritable problème pour la société tout entière. Quand je constate que l'on juge mes compétences en fonction de mon sexe, ou si l'on me fait comprendre que je ne suis pas à ma place parce que je suis une femme, je ne peux me taire. Lorsque j'entends le récit de victimes de violences sexuelles, quand des femmes que je connais et que j'admire me parlent de leurs expériences traumatiques, l'inaction et le silence ne sont pas des options. Et surtout, je ressens qu'il est de ma

CHANGER LE MONDE

responsabilité d'agir. Et cela est en grande partie lié au fait que je suis une femme, que j'ai vécu des expériences similaires, et que je suis directement affectée par cette problématique.

De votre connexion à la cause dépend votre impact

J'ai rencontré beaucoup de personnes dont la détermination est restée entière, parfois des mois, des années durant, dans une campagne qu'elles ont menée. Souvent, elles obtiennent gain de cause, petite victoire après petite victoire, aboutissant à des changements extraordinaires pour elles ou leur entourage, voire pour la France.

Ces personnes sont bien conscientes que d'autres problèmes existent dans le monde. Mais je pense que si elles réussissent à faire changer les choses, c'est parce que leur connexion à la cause est tellement forte et intime qu'elles ne peuvent pas ne rien faire. Elles ont un lien direct avec la cause qu'elles défendent. Elles sont concernées en premier lieu, dans leur communauté, dans leur ville, dans leur famille, voire dans leur propre chair.

C'est le cas de la famille Védrenne, que je connais maintenant depuis mes débuts dans l'activisme sur la plateforme Change.org. Stéphane et Corinne vivent près de Bordeaux. Ce sont des êtres extraordinaires, qui ont été confrontés à l'une des épreuves les plus difficiles qui soient : la perte de leur fille, Eva, d'un cancer du tronc cérébral. Lorsqu'elle s'est éteinte, ses parents ont décidé de faire de leur tristesse, de leur douleur, mais aussi de leur colère, une force incroyable pour changer les choses. Depuis huit ans, ils travaillent sans relâche pour que cela n'arrive à aucun autre enfant. En lançant leur pétition sur Change.org, ils ont constitué une base de soutiens solide, avec d'autres parents concernés, mais aussi avec des personnes qui ont été émues par leur histoire et ont décidé de

Définissez et nommez votre combat

se mobiliser. Ils ont obtenu des rendez-vous avec des élus, femmes ou hommes, des auditions par le gouvernement et même la création de projets de loi par des parlementaires. Et depuis huit ans, je les vois avancer, pas à pas, victoire après victoire, et ne jamais lâcher. Fin 2018, ils ont finalement obtenu la création d'un fonds dédié à la recherche sur les cancers pédiatriques, d'un montant de 5 millions d'euros par an, et la création d'un capital décès suite à la perte d'un enfant. Simplement, tout comme d'autres personnes que j'ai rencontrées, parce qu'ils n'ont pas le choix. Parce que leur cœur leur interdit d'arrêter.

Lorsqu'une injustice nous concerne directement, lorsque nous sentons, au plus profond de notre âme, que nous ne pouvons nous résoudre à la laisser passer, alors c'est ce combat que nous devons mener. Car faire campagne est parfois long et la victoire n'est pas toujours facile. Votre détermination et votre capacité à changer les choses dépendent alors de votre profonde proximité avec la cause que vous défendez.

Priorisez ce qui vous tient le plus à cœur

La première chose à faire quand vous vous lancez dans une campagne, pour qu'elle porte ses fruits, est de croire, au plus profond de vous, que ce que vous accomplissez n'est pas une activité annexe. Parce que la route est longue, parfois, votre motivation sera mise à rude épreuve. Votre connexion à cette cause est donc indispensable, car si vous ressentez cette urgence, rien ne peut vous arrêter. Alors avant de vous engager, décidez : quelle cause vous tient tellement à cœur que vous pourriez vous y investir suffisamment pour obtenir gain de cause ? Qu'y a-t-il dans votre vie qui vous concerne en premier lieu, vous ou votre entourage proche ? Y a-t-il une personne, un lieu, un patrimoine, un acquis social, un droit fondamental que vous vous devez de sauver ou de préserver ?

CHANGER LE MONDE

Si l'animal qui vous fascinait lorsque vous étiez enfant est en voie d'extinction et que cela vous prend aux tripes, c'est ce combat que vous devez mener.

Si votre cousin est victime d'une discrimination au travail et que vous ne pouvez rester les bras croisés, c'est ce combat que vous devez mener.

Si votre voisine a besoin d'un traitement bien trop coûteux et que vous fulminez de voir les assurances refuser de le prendre en charge, c'est ce combat que vous devez mener.

Si votre sœur a été victime d'une agression et que, comme moi, vous ressentez au plus profond de vous ce qu'elle a pu vivre et refusez que cela se reproduise, c'est ce combat que vous devez mener.

Plus nous sentons une proximité avec une cause, plus notre détermination est grande. Alors, faites de vos émotions une force, et lancez votre campagne sur un sujet qui vous affecte profondément.

Vous êtes légitime lorsque la cause vous concerne

Il y a une autre raison pour laquelle un lien direct avec la cause est un atout : vous êtes la personne la mieux placée pour en parler.

En effet, on assimile souvent les « experts » à des personnes qui ont obtenu un diplôme, enseignent à l'université, font de la recherche ou ont écrit un livre sur un sujet. Mais il existe une autre forme d'expertise : celle du vécu. Quelle personne est mieux placée pour parler de sexisme au travail qu'une femme qui travaille au milieu d'hommes qui lui font subir des violences sexistes ? Qui peut mieux expliquer ce que signifie vivre avec le RSA qu'une personne vivant avec cette prestation sociale ? Qui peut mieux parler de racisme qu'une personne racisée ?

Choisir un sujet qui vous concerne directement, c'est le meilleur moyen pour être efficace, parce que vous êtes expert ou experte

Définissez et nommez votre combat

du sujet, mais aussi parce que cela vous donnera encore plus de forces pour faire campagne et mobiliser largement, comme nous le verrons dans la suite de ce guide.

Définir une demande précise et prioritaire, le premier pas pour réussir

Vous êtes maintenant certain ou certaine que la cause que vous souhaitez défendre vous habite totalement et vous êtes prêt ou prête à vous impliquer complètement. Peut-être que vous avez décidé de vous mobiliser contre la pollution, parce que vous vivez près d'une zone très polluée. Très bien. Mais que voulez-vous exactement obtenir ?

Corinne et Stéphane m'ont appris une autre leçon dans leur combat contre les cancers pédiatriques : l'art de définir une demande précise et réalisable. En effet, lorsque ces parents endeuillés ont décidé d'agir pour que plus aucun enfant ne meure du cancer, ils auraient pu lancer une grande campagne, « Tous contre le cancer » ou « Mettons fin aux cancers pédiatriques ». C'est une cause juste, un appel que beaucoup de personnes auraient certainement rejoint. Mais quelque chose manque : quel changement concret cet appel génère-t-il ? Même si les 66 millions de Françaises et de Français avaient signé leur pétition, qu'auraient-ils vraiment obtenu ?

Dans ces appels, ce qu'il manque, c'est une demande précise. Et si l'on ne demande rien, on ne change rien non plus. Car pour que les responsables politiques et économiques agissent dans le sens de votre demande, il faut formuler une exigence précise, ne pas leur laisser le choix de la réponse à apporter à votre campagne. De cette étape qui paraît anodine dépend votre réussite. J'ai vu maintes et maintes fois des personnes se lancer avec une demande trop vague, ou même sans demande, et leur campagne n'a pas pu aboutir, car elles se sont confrontées à l'incompréhension des responsables

CHANGER LE MONDE

politiques, et parfois même à une forme de langue de bois, lorsqu'il ne s'agissait pas de mépris. Il faut donc décider ce que l'on veut demander exactement, afin qu'à l'indignation succède le changement.

Mais alors, comment définir sa demande ?

Du caillou à la montagne : commencer par le début

Corinne et Stéphane ont décidé de s'attaquer à quelque chose de très précis : le financement de la recherche contre les cancers pédiatriques. Et c'est là que leur combat s'est montré le plus efficace.

Ils ont utilisé la méthode de l'entonnoir, en allant de la demande la plus large à la demande la plus précise : s'assurer que les enfants ne meurent plus de cancers nécessite d'avoir des traitements, et pour avoir des traitements, il faut qu'il y ait de la recherche, et pour que la recherche ait lieu, il faut qu'elle soit financée. Corinne et Stéphane sont donc partis de leur demande large, et en ont fait une demande très précise, qui est spécifique et permet donc d'obtenir un changement concret si on y répond : si on finance la recherche, les enfants atteints de cancers auront plus de chance de ne pas succomber à cette maladie.

Ce qui rend la demande de ce couple efficace, c'est qu'il a choisi de se concentrer sur la première étape pour résoudre le problème auquel il s'attaque, le fait que trop d'enfants meurent encore aujourd'hui de cancers. Financer la recherche est la première chose à faire pour que les enfants n'en meurent plus.

Pour expliquer autrement cette démarche en entonnoir, on peut utiliser la métaphore de la montagne : si vous voulez faire s'écrouler une montagne, d'un coup, c'est assez difficile. Il va sûrement vous falloir des années, et beaucoup, beaucoup d'explosifs ou de coups de bêche. La méthode la plus rapide pour faire s'écrouler une montagne consiste à procéder par étapes. D'abord, il faut trouver

Définissez et nommez votre combat

de quels rochers cette montagne est constituée. Une fois que l'on a identifié les rochers, on peut s'intéresser aux pierres qui maintiennent ces rochers. Puis on peut déterminer quels sont les petits cailloux qui, eux, maintiennent les pierres en place.

Si je fais bouger un petit caillou, puis un autre, cela fera bouger la pierre, qui fera bouger le rocher, qui fera s'écrouler la montagne.

Eh bien, pour faire campagne, c'est la même chose. Dans le cas de Stéphane et Corinne, le financement, c'est le caillou ; la recherche, ce sont les pierres ; les traitements, ce sont les rochers ; le fait que les enfants ne meurent plus du cancer est la montagne que Corinne et Stéphane ont décidé d'attaquer.

Si ces parents en deuil avaient lancé une campagne pour demander des traitements, on leur aurait opposé le manque de recherche. S'ils avaient demandé que des recherches soient lancées, on leur aurait rétorqué qu'il fallait d'abord des financements. Ils ont donc commencé par la première étape : trouver de l'argent pour financer la recherche. Et c'est l'objet de la pétition qu'ils ont lancée : une pétition qui demande au gouvernement français de financer la recherche pour la lutte contre les cancers pédiatriques.

Lorsque vous réfléchissez à la demande à formuler, procédez de la même manière. Identifiez le problème, pensez à l'élément qui permettrait de le résoudre, puis à ce qui permettrait à cet élément d'exister. Reculez autant que possible, pour avoir une demande la plus précise, spécifique possible, et pour trouver le plus petit caillou possible, qui fera, à terme, tomber votre montagne.

C'est une étape indispensable pour que vos interlocuteurs ou interlocutrices vous prennent au sérieux et y répondent, mais aussi pour qu'on ne puisse pas vous rétorquer que votre demande est « impossible à mettre en œuvre » ou encore « utopiste ». N'oubliez pas que si l'injustice que vous dénoncez était facile à résoudre, vous n'auriez pas à faire campagne. Vous cherchez avant tout à convaincre des personnes qu'elles n'ont pas d'autre choix que d'agir.

Quelques exemples

Vous voulez que plus personne dans votre ville ne dorme dans la rue.

Pour que les gens ne vivent plus dans la rue, il faut qu'ils aient des logements.



Pour qu'ils aient des logements, l'une des solutions possible est que la mairie mette des logements à leur disposition.



Pour que la mairie mette des logements à leur disposition, il faut investir de l'argent du budget de la ville pour cela.



Une pétition efficace pourrait donc demander à la ville d'investir X % de son budget dans la construction de logements pour les personnes sans abri.

Vous souhaitez que les femmes ne soient plus victimes du diktat de la beauté.

Pour cela, il faut changer les représentations des femmes.



Pour changer les représentations des femmes, l'une des solutions possibles est de demander aux magazines féminins de ne plus représenter des femmes trop minces.



Une pétition efficace pourrait demander à un magazine en particulier de ne plus photshopper les mannequins pour les rendre plus minces.

Définissez et nommez votre combat

Agissez près de chez vous pour changer le monde

Une autre manière d'envisager le changement selon la métaphore de la montagne est l'action locale. En effet, commencer par agir localement peut, à terme, faire évoluer les choses à plus grande échelle. Si de plus en plus de villes mettent en place une politique (font bouger des cailloux), cela peut finir par ébranler la montagne.

Parfois, il peut être intéressant de faire changer des choses dans sa ville ou son département, pour créer ce qu'on appelle un « précédent », un exemple, ce qu'on pourrait comparer à une jurisprudence en droit. Montrer que quelque chose est possible dans une ville en particulier, afin que cela soit mis en place plus largement ensuite.

Ainsi, sur la question de l'interdiction des pesticides, récemment, on a vu de nombreuses mairies, souvent sous la pression de la population, interdire l'utilisation de pesticides dans leur ville. Il est intéressant de voir qu'il était très difficile d'obtenir cette interdiction au niveau national, car le poids des lobbys empêchait le Parlement de voter cette interdiction. Mais avec la multiplication des interdictions dans les villes, les choses commencent à bouger, et cela pourrait permettre à terme d'obtenir, de fait, une interdiction sur tout le territoire.

Faire changer des lois est parfois long et laborieux, c'est une montagne assez massive qu'on essaye de faire s'écrouler. Pensez donc à utiliser l'angle local pour obtenir des changements plus rapidement, pour vous et votre communauté, qui pourraient aussi inspirer d'autres personnes et, à terme, changer les choses au niveau national.

Lorsque vous avez déterminé la cause que vous voulez défendre, demandez-vous si votre maire pourrait agir à son niveau pour faire quelque chose et définissez une demande locale plutôt que nationale. Par exemple, demandez que votre ville améliore la prise en charge des enfants en créant des places en crèche, plutôt que de

CHANGER LE MONDE

lancer une campagne nationale sur le manque de places pour les enfants dans ces établissements. Demandez à votre département de financer du soutien scolaire pour les enfants en difficulté, plutôt que d'exiger du gouvernement un grand plan national sur l'éducation. Peut-être que sur le chemin, vous rencontrerez d'autres personnes qui font campagne de la même manière dans leur département, et vous pourrez unir vos forces pour faire de votre campagne locale une réussite nationale.

En résumé, commencez petit pour viser grand !

SMART, cinq lettres pour rendre votre demande efficace

En général, je n'aime pas beaucoup les acronymes, que je trouve souvent compliqués et obscurs. Mais pour ce qui est de SMART, j'ai pu voir à quel point il était intéressant de l'utiliser pour rendre les mobilisations citoyennes efficaces.

SMART est un acronyme utilisé dans différents domaines, pour se fixer des objectifs faciles à atteindre mais qui ont le plus d'impact possible. Et il convient aussi pour lancer une campagne citoyenne. Faire passer votre demande au crible du système SMART peut aider à la rendre encore plus efficace.

Admettons que vous ayez décidé d'agir contre la pollution parce que vous vivez dans une zone polluée. Vous avez décidé de lancer une pétition pour mettre fin à la pollution. Passons donc votre demande au crible du système SMART.

S M A R T

Spécifique Mesurable Atteignable Réaliste Définie
dans le temps