


SCHÉMA RÉCAPITULATIF

SIX MOMENTS FORTS

1.

Le bruit court qu'il y a un projet dans votre quartier. Enquêtez : y a-t-il une réalité derrière la rumeur ?


2.

 La rumeur se confirme. Constituez votre équipe car un marathon vous attend.

3.

Une première affiche apparaît. Vous allez pouvoir rôder vos arguments sur l'impact environnemental du projet.


4.

 Le projet retourne dans l'ombre. Profitez-en pour faire des recherches et mobiliser votre équipe

5.

Une deuxième affiche apparaît. Cette fois, le projet est bel et bien là. L'enquête publique qui s'ouvre sera décisive


6.

 L'administration analyse le projet et les réactions de la population. Maintenez la pression avant que la décision tombe

7.

Vous êtes invités à une réunion de concertation. Composez votre délégation, affûtez vos arguments et ne laissez rien passer


8.

 Le collège communal va décider. En attendant la décision, préparez votre collectif aux différents scénarios

9.

La décision vous satisfait-elle ? Si oui, préparez une grande fête. Si non, préparez votre recours.

10.

 Le Conseil d'Etat va décider. Ce sera quitte ou double. Préparez-vous aux réponses possibles.

11.

La décision est tombée. Que vous ayez gagné ou perdu, rien n'est fini. Il faut mettre le paquet pour préparer un contre-projet afin de sauver durablement le site.

NEUF ACTIONS CLÉS

14.

CONSTRUIRE UN COLLECTIF
Seul on ne peut rien. Ensemble on peut tout. A condition de savoir ce qu'on veut et de bien s'organiser.

13.

DECHIFFRER UNE DEMANDE DE PERMIS
Il existe différents types de permis, qui s'obtiennent à travers différentes étapes auprès de pouvoir différents.

12.

S'ORIENTER DANS LA JUNGLE DE L'URBANISME
Devenir incollable sur les Codes, les Schémas de Développement et le Plan de Secteur.

17.

SENSIBILISER, MOBILISER et RÉSISTER
Obtenir un soutien large dans la population est essentiel. Pour cela, il faut savoir s'y prendre.

16.

ECRIRE ET DIFFUSER UNE LETTRE-TYPE
L'arme secrète du collectif pour obtenir un impact massif durant l'enquête publique.

15.

ARGUMENTER POUR CONVAINCRE
Des arguments sur tous les aspects et pour tous les publics.

20.

ÉLARGIR LA VISION COLLECTIVE
On vous traite de NIMBY ? Votre action vise au contraire une justice environnementale et sociale.

19.

UN CONTRE-PROJET
Le site menacé mérite un avenir meilleur qu'un projet qui le détruira. Construire un contre-projet est une grande partie de la solution.

18.

COMMUNIQUER AVEC LES MÉDIAS
Les médias en tous genres sont des outils essentiels pour vous faire connaître. Mais bien les utiliser demande du doigté.

VICTOIRE DE LA LUTTE !