CHAPITRE 12

S'orienter dans la jungle de l'urbanisme

Lors de votre mobilisation contre un projet nuisible et inadapté, vous allez devoir vous plonger dans la lecture de documents administratifs et juridiques, qui n'est pas la partie la plus agréable de la lutte.

Il est cependant essentiel d'acquérir une connaissance minimum des différents codes, plans et schémas de développement pour faire face aux enjeux.

MOTS CLÉS

parcours, jungle, labyrinthe,
dossiers administratifs, règlements juridiques

SOMMAIRE DU CHAPITRE

01. Les codes
02. Le plan de secteur
03. Les schémas de développement

Dès que vous vous lancerez dans la contestation d'un projet qui vous paraît inadapté, vous allez vous retrouver confrontés à des règlementations et des références aux noms qui risquent de vous paraître totalement exotiques et franchement hermétiques.

S'orienter dans ce parcours administratif et légal présente beaucoup de ressemblances avec une expédition dans la jungle amazonienne, avec moins d'anacondas mais beaucoup plus d'articles de loi, ceux-ci étant parfois aussi longs et tortueux que ceux-là.

Il est impossible de donner ici toutes les explications (ce ne serait plus un Manuel de résistance mais un véritable Code de résistance !). Mais, avant de nous attaquer aux questions les plus concrètes, il est essentiel de comprendre ce que sont les principaux Codes et Schémas afin de bien comprendre les enjeux pour y faire face.

01.
LES CODES

La Région wallonne dispose d'une série de codes qui régissent le fonctionnement dans de nombreuses matières. Dans celles qui nous intéressent pour ce Manuel de Résistance, les trois codes les plus importants sont le Code du Développement territorial, le Code de l'Environnement et le Code wallon du Patrimoine.

A. LE CODE DU DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL (CODT)

Le CoDT constitue la base juridique de l'urbanisme et de l'aménagement du territoire. Son objectif est « *d'assurer un développement durable et attractif du territoire de la Wallonie. Ce développement rencontre ou anticipe de façon équilibrée les besoins sociaux, économiques, démographiques, énergétiques, patrimoniaux, environnementaux et de mobilité de la collectivité, en tenant compte, sans discrimination, des dynamiques et des spécificités territoriales, ainsi que de la cohésion sociale.* »

Pour cela, « *La Région, les communes et les autres autorités publiques, chacune, dans le cadre de ses compétences et en coordination avec la Région, sont acteurs, gestionnaires et garantes de ce développement. À cette fin, elles élaborent des outils d'aménagement du territoire et d'urbanisme* » dont les plus importants sont le plan de secteur, les schémas et les guides d'urbanisme (au niveau régional et communal)[1]

B. LE CODE DE L'ENVIRONNEMENT

Le Code de l'Environnement énumère et décrit les grands principes de la gestion de l'environnement, en particulier le principe de précaution et le principe du pollueur-payeur, et rassemble toute la législation wallonne concernant l'environnement.[2]

1 Service Public de Wallonie (2020) Code du Développement territorial. Disponible sur: http://lampspw.wallonie.be/dgo4/tinymvc/apps/amenagement/views/documents/juridique/codt/codt.pdf (Consulté le 5 juin 2020)

2 Environnement Wallonie (2018) Code de l'environnement . Disponible sur: http://environnement.wallonie.be/legis/Codeenvironnement/codeLIEnvDispcommunesgenerales.htm (Consulté le 5 juin 2020)

C. LE CODE WALLON DU PATRIMOINE

Ce Code a pour objectif « d'améliorer la protection et la valorisation du patrimoine en tenant compte des intérêts des propriétaires publics et privés et des impératifs de développement économique. » et concerne tant le patrimoine classé que le patrimoine non classé porteur d'un intérêt patrimonial (biens repris à l'inventaire du patrimoine régional, biens repris en zone de protection autour d'un bien classé...).[3]

Ces Codes mêlent donc, d'une part, des orientations comme le développement durable ou la défense de l'environnement, qui sont en fait des déclarations d'intention non contraignantes, et d'autre part, un ensemble vaste et varié de législations, qui elles, ont valeur légale et sont contraignantes.

02.
LE PLAN DE SECTEUR

Parmi tous les « outils » dont dispose la Région wallonne pour organiser l'aménagement du territoire et l'urbanisme, le plus connu et le plus puissant est certainement le Plan de Secteur... qui est en fait constitué de 23 plans de secteurs « locaux » différents qui, mis côté à côte, couvrent tout le territoire de la Wallonie et constituent LE Plan de Secteur (vous suivez toujours ?). Ces plans de secteur « locaux » ont été adoptés entre 1977 et 1987.
Selon la définition donnée par la Région wallonne : *« Le plan de secteur organise l'espace territorial wallon et en définit les différentes affectations afin d'assurer le développement des activités humaines de manière harmonieuse et d'éviter la consommation abusive d'espace. Il dispose d'une pleine valeur réglementaire et constitue ainsi la colonne vertébrale d'un développement territorial efficace, cohérent et concerté. »*

Le plan de secteur *« est divisé en zones destinées à l'urbanisation (zone d'habitat, de loisirs, d'activité économique, etc.) et en zones non destinées à l'urbanisation (zones agricoles, forestières, espaces verts, etc.). »*

Il reprend aussi beaucoup d'autres renseignements, comme *« l'ensemble des infrastructures (réseau routier, ferroviaire, voies navigables, lignes électriques haute tension, canalisations) et les périmètres de protection (périmètres de liaison écologique, d'intérêt paysager, d'intérêt culture, historique ou esthétique, les points de vue remarquable et leur périmètre, les réservations d'infrastructure principale, les extension de zone d'extraction). »*

Enfin, *« Si le plan de secteur a valeur réglementaire, il n'est pas figé pour autant. (...) Depuis leur adoption, les (23) plans de secteur ont fait l'objet de nombreuses révisions. Le Gouvernement wallon a en effet estimé nécessaire de les adapter pour y inscrire de nouveaux projets: routes, lignes électriques à haute tension, tracé TGV, nouvelles zones d'activité économique, zones d'extraction, etc. »*[4]

3 Wallex (2018) Code Wallon du Patrimoine. Disponible sur : https://wallex.wallonie.be/contents/acts/20/20213/5.html (Consulté le 5 juin 2020)

4 Géoportail de la Wallonie (2020) Plan de secteur en vigueur (version coordonnée vectorielle) Disponible sur : https://geoportail.wallonie.be/catalogue/7fe2f305-1302-4297-b67e-792f55acd834.html (Consulté le 05 juin 2020)

Qu'ajouter à tout cela ? Quelques solides remarques critiques quand même.

• Le plan de secteur est le socle de tout l'édifice de l'aménagement du territoire et de l'urbanisme. Mais si vous demandez aujourd'hui à un·e architecte sur quels critères ont été effectués les choix d'affectation des parcelles dans les années 70, vous verrez ses sourcils monter vers le ciel et ses yeux s'écarquiller. En fait, personne n'en sait (plus) rien ! C'est ainsi qu'une grande partie des parcelles cultivées ont été placées en « zones agricoles » (logique !) mais beaucoup d'autres ont été placées en « zones d'habitat ». Pourquoi ? Parce qu'à l'époque, l'idée était de permettre à tous ceux qui voulaient quitter la ville de s'installer à la campagne - ou au moins dans la verdure à proximité de la ville. Mais aussi parce que les promoteurs souhaitaient disposer d'un maximum de terrains à bétonner, asphalter et urbaniser. Et parce que, le terrain à construire valant beaucoup plus que le terrain agricole, les propriétaires de ces terrains pouvaient espérer réaliser de bien bonnes affaires à la revente de leurs terrains.

• Le plan de secteur n'est effectivement pas figé. Le problème, c'est que la grande majorité des modifications qui y ont été apportées ont consisté à transformer des zones agricoles et forestières en zones d'habitat ou d'activité industrielle ou commerciale. Par contre, il y a eu très peu de changements dans l'autre sens, notamment parce qu'il y avait de grosses compensations financières à payer aux propriétaires de ces terrains, étant donné que la valeur des terrains en zone agricole ou forestière était beaucoup plus faible que celle des terrains en zone d'habitat.

• Aujourd'hui, les conséquences dramatiques pour l'environnement du modèle « des lotissements partout à la campagne » deviennent de plus en plus évidentes. Cela amène à vouloir freiner l'étalement urbain. L'objectif affirmé aujourd'hui par les pouvoirs politiques est de « stopper la bétonisation en 2050 ». Mais la conséquence immédiate de cette perspective, c'est la ruée des promoteurs pour réaliser le maximum de lotissements sur les terrains qu'ils ont achetés au cours des 50 dernières années dans les zones rurales ou en périphérie des villes.

• Une remise à plat du plan de secteur en intégrant toutes les contraintes liées à la lutte contre le dérèglement climatique, à la nécessité de maintenir (et de relancer) une agriculture paysanne et à l'urgence de lutter contre l'étalement urbain est clairement indispensable. Elle impliquerait notamment une beaucoup plus grande protection des zones agricoles et forestières placées en zones d'habitat il y a 50 ans. Mais on ne sent pas le monde politique bouillonner d'envie de se lancer dans ce grand chantier. Vous l'aurez compris : pour les y pousser, une forte pression des collectifs et associations sera donc indispensable.

03.
LES SCHÉMAS DE DÉVELOPPEMENT

D'autres outils sont devenus de plus en plus populaires auprès des décideurs politiques, des pouvoirs régionaux et communaux. Ce sont les Schémas de Développement qui prolifèrent et s'imbriquent à tous les niveaux.

C'est ainsi que, si vous habitez Seraing, votre avenir s'inscrit dans les cadres successifs du Schéma de Développement de l'Espace communautaire au niveau de l'Union européenne, puis du Schéma de Développement du Territoire de la Wallonie, du Schéma provincial de Développement Territorial de la Province de Liège, du Schéma de Développement de l'Arrondissement de Liège et, enfin du Schéma de Développement communal de Seraing. Sans oublier le Plan urbain de Mobilité pour l'arrondissement.

A quoi servent donc ces multiples Schémas qui s'emboîtent joyeusement comme dans un jeu de Matriochkas russes ? La trame est toujours la même (le texte qui suit est inventé, le résumé est rapide mais le style officiel est parfaitement respecté) : *« Le territoire (du niveau choisi) constitue un patrimoine commun. Maîtriser son développement s'impose comme une condition pour assurer la prospérité, le cadre de vie et le bien-être de ses habitants. Pour cela, les autorités publiques définissent un "projet de territoire". Ce projet se fonde sur une analyse des principaux enjeux territoriaux, des perspectives et les besoins en termes sociaux, économiques, démographiques, énergétiques, patrimoniaux, environnementaux et de mobilité. Cette analyse permet ensuite de tracer une perspective globale d'avenir pour le territoire concerné, de fixer des objectifs de développement et d'aménagement du territoire et enfin de préconiser des mesures dans ces différents domaines dans une perspective de développement durable et de cohésion sociale. »*

Que penser de tout cela ?

Deux points positifs tout d'abord :

- l'idée même de planifier le développement territorial d'une région ou d'une commune, plutôt que de l'abandonner au bon vouloir des entrepreneurs, des actionnaires et des promoteurs, est en soi une très bonne chose.

- l'intégration dans ces schémas d'analyses et de perspectives — la lutte contre l'étalement urbain, la priorité à la mobilité douce, la promotion d'une agriculture locale et bio — qui auparavant n'étaient portées que par les associations de défense de l'environnement, les collectifs d'habitant·e·s et le mouvement écologiste (au sens large) est aussi très positif.

Les collectifs peuvent donc trouver dans ces schémas des points d'appui pour critiquer des projets immobiliers, routiers, commerciaux,... qui vont clairement à l'encontre de ces principes et de ces objectifs.

Mais il y a quand même de (grosses) raisons de ne pas s'enthousiasmer à la lecture de ces documents. En voici trois :

• à tous les niveaux, la motivation première avancée pour valoriser les atouts d'une région, d'une province, d'une commune, c'est de lui permettre de mieux se faire une place au soleil dans la concurrence qui l'oppose aux autres. Cette idée d'un système fondé sur la concurrence n'est jamais remise en question et les développements proposés s'insèrent toujours dans cette vision du monde, sans en chercher une autre.

• ces schémas ressemblent souvent à des catalogues de bonnes intentions où toutes les dimensions se combinent harmonieusement pour assurer un avenir radieux. Mais ils n'envisagent quasiment jamais ce qui se passera si les intérêts se mettent brutalement à diverger… Or, tous les jours, les exigences écologiques ou climatiques sont bousculées par les exigences économiques. Ces schémas ont beau promouvoir avec entrain le développement durable, l'agriculture locale et la mobilité douce, le jour où le développement économique « exigera » la construction d'une nouvelle bretelle d'autoroute,… ces recommandations des Schémas risquent bien ne pas peser bien lourd dans la balance.

• C'est d'autant plus vrai que ces schémas sont des déclarations d'intention, pas des lois ou des mesures contraignantes… et que les objectifs et les mesures préconisées ne sont jamais estimées financièrement. Ce qui permet de préconiser beaucoup de choses… et de faire avaler ensuite beaucoup de couleuvres au nom du « réalisme » économique et financier.

Vous voilà donc un (tout petit) peu mieux armé·e·s pour vous déplacer dans cette jungle des Codes, des Schémas et des règlementations. Si vous n'êtes pas un·e professionnel·le de l'urbanisme et de l'aménagement du territoire, lire et comprendre ces documents longs et indigestes (la plupart oscillent entre 100 et 400 pages !) peut occuper vos soirées et vos nuits pendant très longtemps. Heureusement, des associations (comme Inter-Environnement Wallonie et, bien sûr, Occupons le terrain) peuvent vous aider à y voir clair et à y puiser des arguments utiles pour votre action.

Il nous reste à jeter un œil sur des questions plus concrètes : les permis et les prises de décision.

CHAPITRE 13

Déchiffrer une demande de permis

Déposer une demande de permis est obligatoire pour le promoteur s'il veut réaliser son projet. Ce permis doit rentrer dans le cadre des différents codes et plans urbanistiques évoqués précédemment. Il existe différents types de permis suivant le type et l'envergure du projet.

Une enquête publique et une étude d'incidence sur l'environnement doivent être organisées si l'impact du projet est jugé important.

Les citoyens peuvent s'exprimer et agir pendant cette période, qui peut être de 15 ou de 30 jours selon le type de permis demandé.

Suivant les types de projets, différentes administrations de la commune et de la Région seront amenées à rendre un avis.

La décision « finale » d'accorder ou non le permis sera prise par les mêmes instances (Collège communal ou fonctionnaire-délégué de la Région).

MOTS CLÉS

permis, administrations,
enquête publique, citoyens

SOMMAIRE DU CHAPITRE

01. Les permis
02. Le cheminement d'une demande de permis
03. Quel permis et quelle « publicité » ?

• Si vos premières démarches pour en savoir plus sur la menace qui pèse sur votre quartier ou votre village n'ont pas suffi à effrayer le promoteur (voir chapitre 1), il va fatalement arriver un moment où le projet sortira de l'ombre et de la confidentialité des bureaux d'architectes pour entrer dans le domaine public via la demande d'un permis.

A ce stade, les choses se compliquent immanquablement. Car il n'y a pas un type de permis mais plusieurs. Et il n'y a pas qu'un niveau de pouvoir pour décider mais plusieurs. Et tout cela ne se fait pas en une étape mais plusieurs.

01.
LES PERMIS

Lorsqu'un promoteur veut réaliser un projet, il doit demander un permis. Cette demande doit être rentrée par le promoteur (ou par le propriétaire du terrain qui s'est associé avec un promoteur) auprès de l'administration communale concernée. Elle est accompagnée d'un descriptif de ce que pourrait être le futur projet (par exemple, l'abattage des arbres du bois et la construction de quatre immeubles pour un total de 50 appartements et de 60 emplacements de parking).

Il existe ***différents types de permis*** selon ce que le promoteur veut construire et la manière dont il veut s'y prendre.

Certains ont un objet simple et précis :

- ***le permis d'environnement***[1] (pour pouvoir exploiter un établissement menant des activités aussi différentes que l'installation d'une citerne à combustible, la construction d'une station-service, l'exploitation d'une ferme, d'une usine sidérurgique ou d'un circuit de sports moteurs) ;

- ***le permis d'urbanisme***[2] (par exemple, pour installer un abri de jardin, créer un nouveau logement dans une maison existante, construire une nouvelle maison… ou implanter sur un terrain 2 blocs d'immeubles de 10 logements chacun) ;

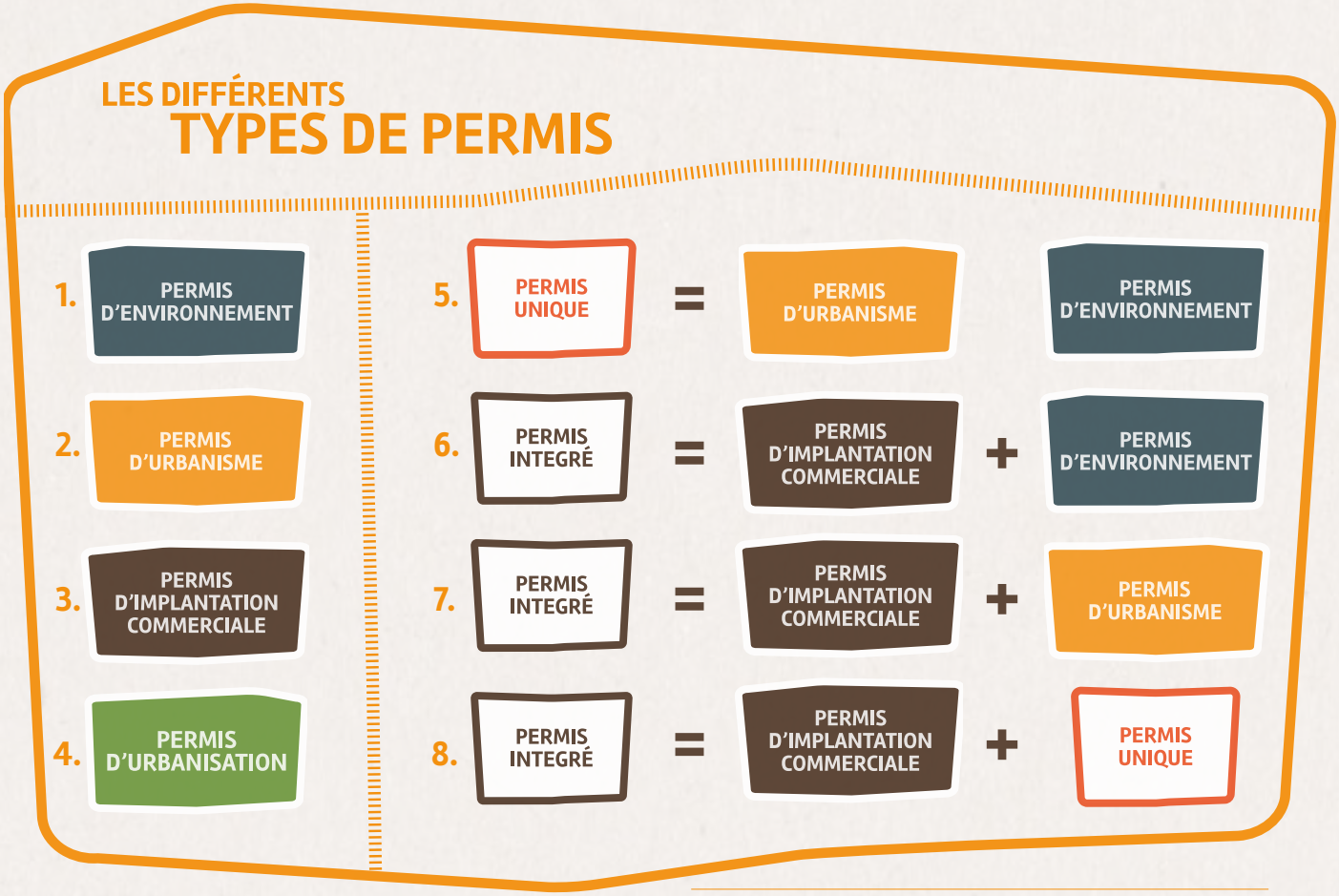
- ***le permis d'implantation commerciale***[3] (par exemple, pour ouvrir une épicerie ou transformer la pizzeria de belle-maman en supérette moderne) ;

- ***le permis d'urbanisation***[4] (pour pouvoir diviser un terrain en plusieurs lots - ce permis s'appelait d'ailleurs auparavant le permis de lotir - en vue de l'aménager ou d'y construire des bâtiments par la suite) ;

1 Wallonie Environnement SPW (2020) Permis d'Environnement en Wallonie. Disponible sur : http://environnement.wallonie.be/aerw/pe/index.htm (Consulté le 5 juin 2020)
2 Belgium (2020) Permis d'urbanisme. Disponible sur : https://www.belgium.be/fr/logement/construire_et_renover/permis_d_urbanisme (Consulté le 5 juin 2020)
3 Wallonie (2020) Demander un permis d'implantation commerciale ou un permis intégré avec une composante commerciale. Disponible sur : http://environnement.wallonie.be/aerw/pe/index.htm (Consulté le 5 juin 2020)
4 Wallonie (2020) Demander un permis d'urbanisation. Disponible sur : https://www.wallonie.be/fr/demarches/demander-un-permis-durbanisation (Consulté le 5 juin 2020)

D'autres combinent plusieurs types de permis afin de simplifier les démarches administratives et diminuer le « temps de parcours » nécessaire pour l'examen et l'octroi du permis :

- ***le permis unique***[5], qui réunit permis d'urbanisme et permis d'environnement (par exemple, pour construire un parking pour 200 véhicules) ;
- ***le permis intégré***[6], qui combine un permis d'implantation commerciale et un permis d'urbanisme (par exemple pour construire une surface commerciale de 650 m²) ou un permis d'environnement ou encore un permis unique.



5 Wallonie (2020) Demander un permis d'environnement ou un permis unique pour un établissement de classe 1 ou 2. Disponible sur : https://www.wallonie.be/fr/demarches/demander-un-permis-denvironnement-ou-un-permis-unique-pour-un-etablissement-de-classe-1-ou-2 (Consulté le 5 juin 2020)

6 Wallonie (2020) Demander un permis d'implantation commerciale ou un permis intégré avec une composante commerciale . Disponible sur : https://www.wallonie.be/fr/demarches/demander-un-permis-dimplantation-commerciale-ou-un-permis-integre-avec-une-composante-commerciale (Consulté le 5 juin 2020)

02.
LE CHEMINEMENT D'UNE DEMANDE DE PERMIS

La demande de permis s'élabore dans le cadre des divers codes (de l'Environnement, du Développement territorial, du Patrimoine,...), des décrets (en particulier celui sur les voiries), des Schémas (aux différents niveaux) et enfin des règlements et des directives édictés par la Région et la commune concernée.

Pour vous rafraîchir la mémoire, revenez au chapitre précédent.

Toutes les modalités sont fixées et décrites dans des documents législatifs qui totalisent des milliers de pages. Il est donc impossible de les présenter ici avec précision. Nous nous bornerons donc à en présenter les grands traits et les points les plus importants pour l'action des citoyen·ne·s et des collectifs.

Le parcours d'une demande de permis entre le dépôt de celle-ci et la décision finale est un processus qui peut prendre quelques mois... ou quelques années, selon la complexité du dossier et l'importance des réactions dans la population. Il tient, de manière très simplifiée, en cinq étapes :

- ***dépôt*** : le demandeur (qu'il soit un individu, un promoteur privé, un pouvoir public,...) dépose sa demande de permis. Celle-ci doit légalement prendre en compte l'impact du projet sur l'environnement, la santé humaine, la sécurité de la population et le bien-être des animaux ainsi que son intégration urbanistique. Ce point est important car il va déterminer la manière dont le projet poursuivra son chemin, et en particulier la manière dont la publicité (terme légal) sera ou non organisée avec son attirail de procédures (réunions d'information, enquêtes publiques, études d'incidences,...).

- ***vérification*** : l'administration s'assure que la demande est complète et recevable

- ***publicité*** : la demande de permis est soumise à une enquête publique pour recueillir les avis de la population

- ***analyse*** : les différents services « techniques » donnent leurs avis et recommandations, puis le service d'urbanisme analyse les réponses à l'enquête publique et les avis des services, synthétise le tout et transmet cette synthèse à l'autorité politique

- ***décision*** : l'autorité publique prend la décision d'accorder ou de refuser le permis.

Si le demandeur du permis ou les habitant.e.s contestent cette décision, ils et elles peuvent éventuellement introduire un (ou des) recours, selon des procédures très précises. Les instances concernées (Région wallonne, Conseil d'Etat,...) confirmeront ou invalideront la décision prise (ce qui, dans ce dernier cas, relancera la procédure).

03.
QUEL PERMIS ET QUELLE « PUBLICITÉ » ?

A. LES PERMIS D'ENVIRONNEMENT

La procédure d'examen de la demande de permis varie fortement suivant l'impact environnemental du projet.

La première démarche que doit accomplir le demandeur (personne ou promoteur) est d'analyser précisément cet impact, en fonction des règles et des critères définis dans le Code de l'Environnement.

Si le projet a un impact « minime » ou « faible », un permis d'environnement n'est pas nécessaire.

1. impact ***« minime »*** : le demandeur n'a pas de démarche particulière à faire.

2. impact ***« faible »*** : le demandeur doit simplement remplir une ***déclaration environnementale*** décrivant les travaux à entreprendre et la communiquer à l'administration.

- soit seule (par exemple, si la mise en action d'une nouvelle machine — qui demande une déclaration environnementale — se fait dans un atelier déjà existant)

- soit en accompagnement d'une demande de permis d'urbanisme ou d'implantation commerciale (par exemple, si la mise en action de cette nouvelle machine doit s'accompagner de la construction d'un nouvel atelier pour l'y installer (ce qui demande un permis d'urbanisme).

Si le projet a un impact « moyen » ou « important », un permis d'environnement est nécessaire.

3. impact ***« moyen »*** : la publicité prend la forme d'une enquête publique d'une durée de 30 jours. Pendant cette enquête, chacun·e peut envoyer ses observations, ses demandes de mises en évidence de point particulier, ses critiques et ses suggestions ou propositions d'alternative technique au collège communal. Ensuite, l'administration analyse les remarques, questions et réclamations des personnes ayant répondu à l'enquête publique. Enfin, sur base de cette analyse, le collège octroie le permis (parfois en l'assortissant de conditions) ou le refuse.

4. impact ***« important »*** : le processus est le même qu'en cas d'impact « moyen » mais avec une étape supplémentaire : le promoteur est tenu d'inclure une phase préliminaire au dépôt de la demande du permis d'environnement, à savoir la réalisation d'une étude d'incidences sur l'environnement qui comporte sa propre phase de publicité.

L'étude d'incidences sur l'environnement a pour but de mesurer précisément l'impact du projet sur l'environnement et d'indiquer des moyens pour le réduire. Il s'agit d'une étude technique et scientifique approfondie des impacts d'un projet sur l'air, le sol, les eaux de surface et souterraines, la faune et la flore, la production de déchets, les émissions sonores..., qui doit être réalisée par un bureau d'étude agréé par la Région wallonne. En particulier, l'étude d'incidences

est obligatoire pour tous les projets qui s'étendent sur plus de deux hectares (20.000 m^2) et/ou ayant un très grand impact en termes environnementaux suivant une liste très technique (reprise à l'article 66§2 du Code de l'Environnement).

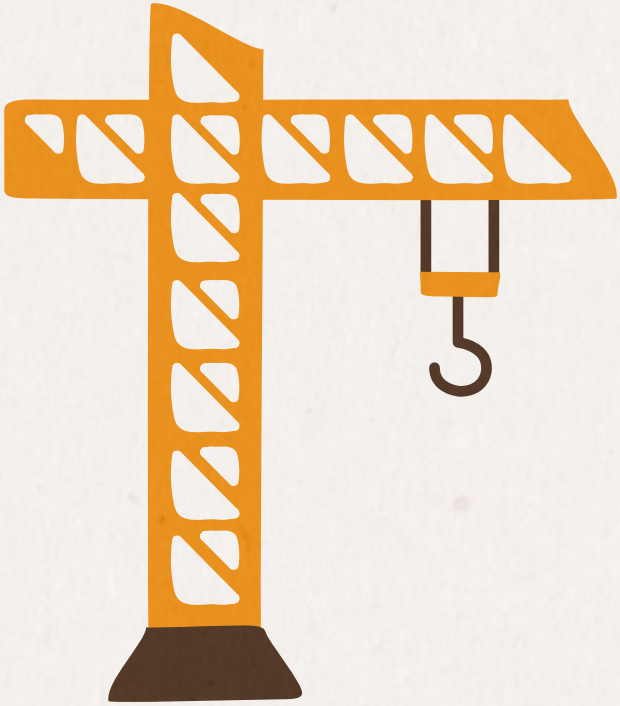
• Le processus s'ouvre avec une ***Réunion d'Information Préalable (RIP)*** qui doit être organisée par le promoteur pour présenter son projet au public afin que celui-ci puisse s'informer et donner son avis.

• Cette réunion est suivie par une ***Enquête publique (EP)*** pendant laquelle les citoyen·ne·s peuvent communiquer par écrit leurs questions et critiques face au projet mais aussi demander que des aspects précis soient étudiés en détail et même formuler des alternatives possibles pour réduire les impacts négatifs.

• ***L'Etude d'incidences sur l'Environnement (EIE)*** doit répondre à l'ensemble des points soulevés lors de l'enquête publique.

• Une fois l'étude d'incidences terminée, le promoteur doit intégrer les conclusions de celle-ci dans son projet. Il peut alors déposer une demande de permis d'environnement qui passera par le processus classique « enquête publique – analyse par l'administration – décision par l'autorité ».

Qu'en est-il, dans tout cela, de la menace de destruction du site boisé qui mobilise votre collectif ? Si ce terrain fait moins de 2 hectares, il n'entre pas en ligne de compte pour déterminer l'impact environnemental d'un projet… même si, aux yeux des habitant·e·s proches de ce site, l'impact peut être ressenti comme très important. Heureusement (si on peut dire !), la destruction d'un tel site boisé n'a de sens que si son propriétaire ou un promoteur entend y construire des maisons, un ou plusieurs magasins, un lotissement,… qui nécessiteront une demande de permis d'urbanisme et/ou d'implantation commerciale. Soyez donc particulièrement attentifs et attentives aux aspects environnementaux de ces demandes de permis. Par contre, si le terrain fait plus de 2 hectares, une étude d'incidences sur l'environnement sera indispensable et vous pourrez intervenir activement à ce moment.



B. LES PERMIS D'URBANISME

Trois scénarios sont possibles, en fonction des règles et des critères définis dans le Code du Développement Territorial. Ils sont classés ci-dessous par ordre d'exigence croissante pour le promoteur.

1. Pour les projets dont l'impact urbanistique est jugé « faible » : le projet ne fait pas l'objet d'une « publicité »

Il file directement pour analyse au service de l'Urbanisme.

2. Pour les projets dont l'impact est jugé « moyen » : la publicité prend la forme d'une Annonce

Elle commence par le placement d'affiches vertes le long du périmètre de la parcelle concernée par le projet. Le dossier complet du projet est consultable pendant 15 jours auprès de l'administration communale (uniquement pendant les heures d'ouverture des bureaux !) et les observations et réclamations doivent être envoyées au collège communal pendant cette même période de 15 jours

3. Pour les projets dont l'impact est considéré comme « important » : la publicité prend la forme d'une Enquête publique

Elle commence par le placement d'affiches jaunes le long du périmètre de la parcelle concernée par le projet ainsi que par l'envoi d'un courrier d'information aux occupant·e·s des bâtiments situés dans un rayon de 50 mètres autour de ce périmètre. Dans ce cas aussi, le dossier est consultable auprès de l'administration communale (pendant les heures d'ouverture des bureaux) et les observations et réclamations doivent être envoyées au collège communal. La durée de cette enquête publique sera de 15 jours.

C. LES PERMIS D'IMPLANTATION COMMERCIALE

Le processus est similaire à celui du permis d'urbanisme.

D. LES PERMIS D'URBANISATION

Les projets concernés par ces permis ont toujours un impact environnemental défini comme « moyen » ou « important ». Ils suivent donc le même processus que celui en vigueur dans les permis d'environnement pour ces deux catégories, avec une enquête publique de 30 jours.

E. LES PERMIS UNIQUES (URBANISME + ENVIRONNEMENT)

Les projets concernés par ces permis ont toujours un impact environnemental défini comme « moyen » ou « important ». Ils suivent donc le même processus que celui en vigueur dans les permis d'environnement pour ces deux catégories, avec une enquête publique de 30 jours.

F. LES PERMIS INTÉGRÉS QUI RÉUNISSENT PERMIS D'IMPLANTATION COMMERCIALE ET PERMIS D'URBANISME

Le processus est similaire à celui en vigueur pour ces deux types de permis.

G. LES PERMIS INTÉGRÉS QUI RÉUNISSENT PERMIS D'IMPLANTATION COMMERCIALE ET PERMIS D'ENVIRONNEMENT OU PERMIS D'IMPLANTATION COMMERCIALE ET PERMIS UNIQUE

Le processus est similaire à celui en vigueur pour le permis unique.

Comme toujours, un petit dessin vaut mieux qu'un long discours. Sauf qu'ici, vous venez d'avoir le long discours. Alors, pour vous remettre de vos émotions et du mal de tête qui se fait menaçant, vous trouverez à la fin de ce chapitre deux jolis schémas qui présentent les processus de demande de permis d'environnement et de permis d'urbanisme.

04.
LE RÔLE DES ADMINISTRATIONS

Diverses administrations interviennent tout au long du processus de demande de permis :

1. ***l'administration communale*** fixe la procédure, instruit la demande de permis, organise la publicité du projet et rédige une première analyse du dossier qui est proposée au Collège communal.

2. ***l'administration de la Région wallonne*** par le bais de son ou sa Fonctionnaire-délégué·e et/ou Fonctionnaire technique et/ou Fonctionnaire des implantations commerciales remet un avis dans le cadre des procédures. Attention, les avis du·de la Fonctionnaire délégué·e sont de deux types : « simples » ou « conformes » selon les cas identifiés par le CoDT. S'il s'agit d'un ***avis simple***, le Collège communal n'est pas lié par celui-ci ; il peut prendre la décision contraire (mais il doit justifier de manière détaillée pourquoi il s'écarte de cet avis). S'il s'agit d'un ***avis conforme,*** le Collège communal est lié à cet avis et ne peut pas prendre de décision contraire à celui-ci.

3. ***certains services « techniques »*** régionaux (répondant aux doux noms de DGO1, DGO2, DGO3, DNF,...), communaux ou intercommunaux (service incendie, police,...), identifiés par le CODT, doivent remettre un avis dans le cadre des procédures.

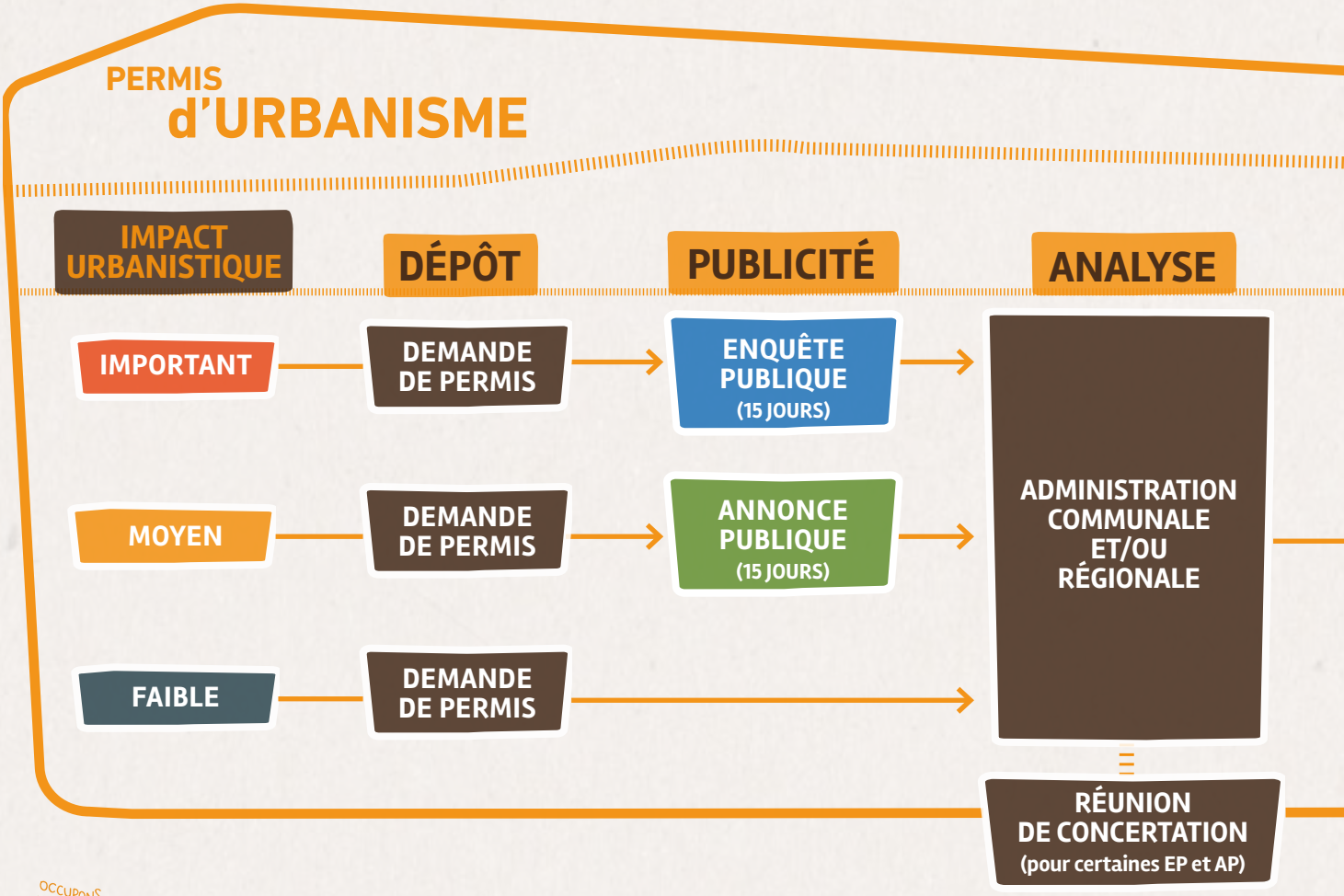
4. lorsqu'il y a ***création, modification ou suppression de voirie*** (dans le cadre du Décret Voirie), le ***Conseil communal*** rend un avis (ce qui peut être intéressant pour les opposant·e·s à un projet parce que les conseiller·e·s peuvent être plus sensibles à l'avis de la population, pour autant que le vote ne se fasse pas simplement majorité contre opposition).

5. ***le service de l'Urbanisme ou de l'Aménagement du Territoire de la commune*** analyse l'ensemble du dossier rentré par le promoteur, les avis des services, les réclamations des riverain·e·s et formule un avis global qu'il transmet au Collège communal.

Attention : si le projet est porté par une autorité publique (une commune, une société intercommunale,...) ou encore s'il est situé à cheval sur plusieurs communes ou encore s'il a pour but de « promouvoir l'intérêt général » (les hôpitaux, les écoles, les musées,...), c'est l'administration de la Région wallonne qui prend directement en charge la procédure. Le dossier doit être déposé par le promoteur auprès de la Région. Toutefois, si le Code du Développement Territorial indique la nécessité d'une enquête publique, la réalisation de celle-ci sera confiée par la Région à la commune concernée.

05.
LA DÉCISION « FINALE »

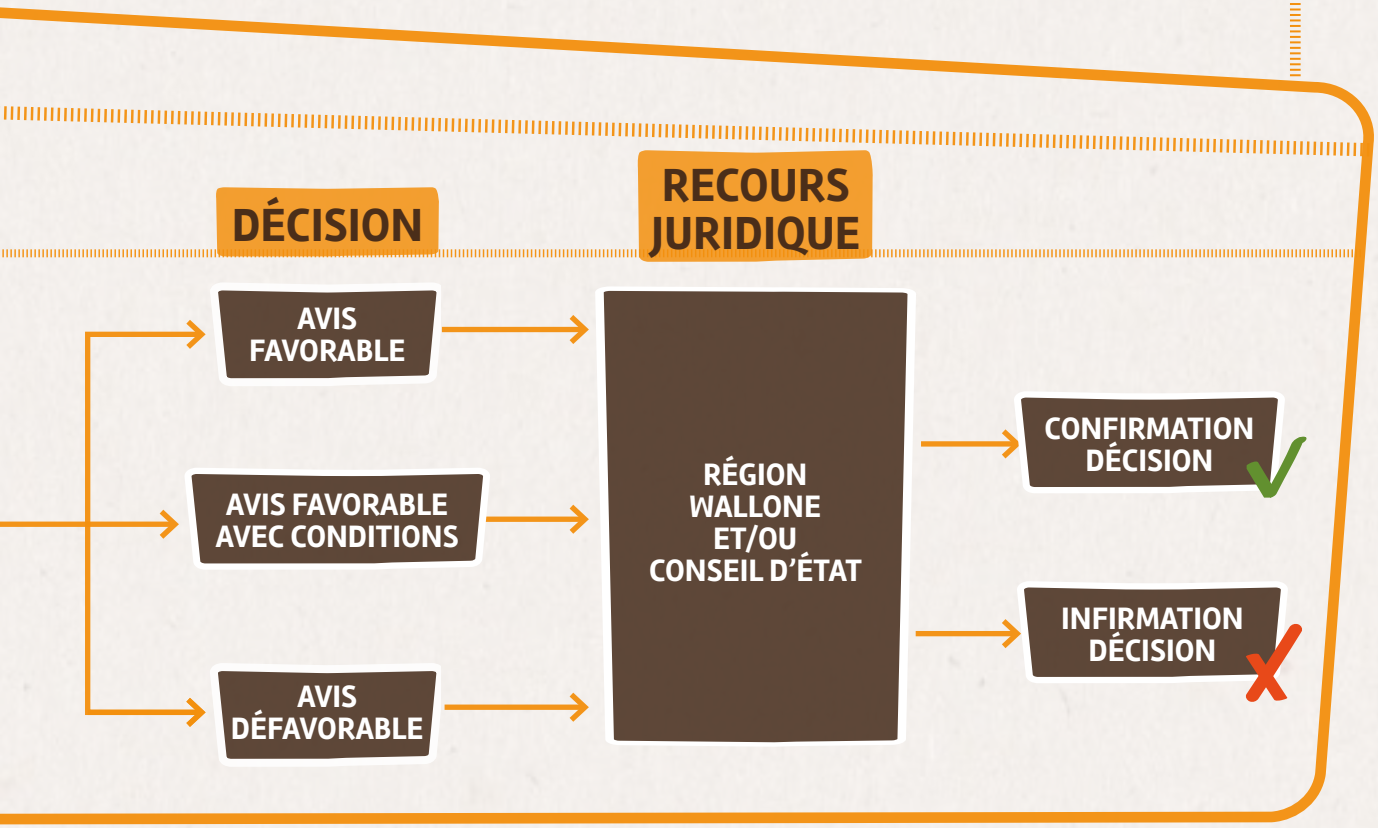
Quel que soit le permis demandé (d'urbanisme, d'urbanisation, unique ou intégré), c'est le ***Collège communal*** (le bourgmestre et les échevins) qui prendra la décision finale et délivrera le permis ou non... sauf dans les cas spécifiques évoqués au paragraphe précédent où c'est la Région wallonne qui statuera, par l'intermédiaire de son ou sa ***Fonctionnaire-délégué·e***.



Enfin, vous aurez remarqué que, dans l'intertitre qui annonce ce paragraphe, il y a des guillements au mot « finale ». C'est parce qu'après cette décision, il est toujours possible de partir en recours contre celle-ci.

Pour voir comment s'organise cette procédure complexe et coûteuse, plongez dans le chapitre 9 « La bataille des recours ».

Les demandes du **permis d'implantation commerciale** et de certains **permis intégrés** (du type «urbanisme et implantation commerciale») suivent un schéma similaire à celle du permis d'urbanisme.



PERMIS d'ENVIRONNEMENT

IMPACT ENVIRONNEMENTAL

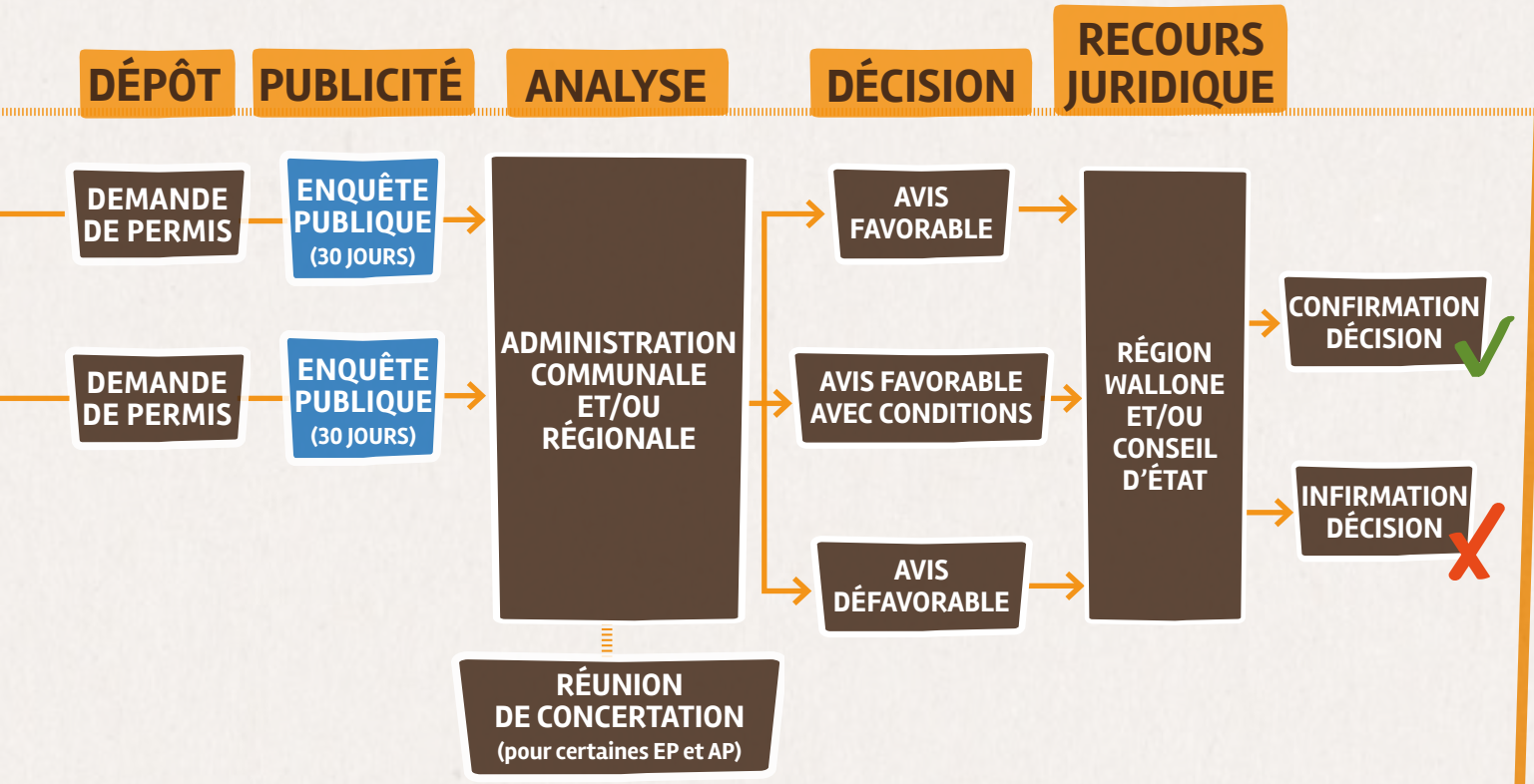
PHASE PRÉLIMINAIRE

IMPORTANT — DÉPÔT D'UN AVANT-PROJET — RÉUNION D'INFORMATION PUBLIQUE – RIP – — ENQUÊTE PUBLIQUE (30 JOURS) – EP – — ÉTUDES D'INCIDENCES ENVIRON. – EIE –

MOYEN

FAIBLE — DÉCLARATION ENVIRONNEMENTALE

MINIME — PAS DE DÉMARCHE



Les demandes du **permis d'urbanisation**, du **permis unique** (urbanisme + environnement) et de certains **permis intégrés** (du type «implantation commerciale + environnement» et «implantation commerciale + unique ») suivent un schéma similaire à celles du permis d'environnement.

CHAPITRE 14

Construire un collectif

La constitution d'un collectif va permettre aux citoyen.e.s de s'organiser face au projet et de crédibiliser la lutte. Le positionnement des habitant.e.s par rapport au projet est décisif dans la future organisation et la stratégie du collectif.

De multiples facteurs, que ce soit la confiance des membres entre eux ou le lien avec la population, vont permettre la croissance et asseoir la force du collectif.

MOTS CLÉS

collectif, citoyens, organisation, politique

SOMMAIRE DU CHAPITRE

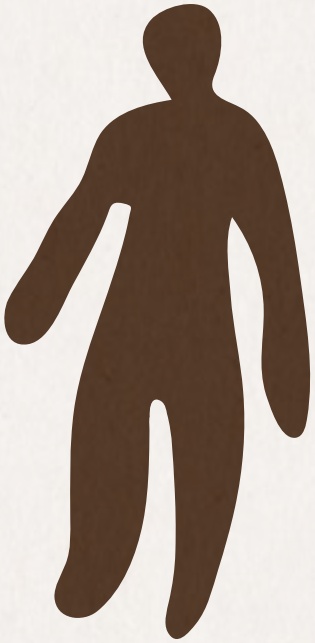
01. Comment se lancer à l'eau sans se noyer ?
02. Accepter, modifier ou refuser ?
03. Fixer les priorités
04. Préciser les tâches

POURQUOI S'ORGANISER ?
POUR DES TAS DE RAISONS :

- c'est l'avenir de votre quartier ou de votre village qui est en jeu et c'est la base de la démocratie d'informer la population si d'autres (promoteurs ou autorités locales) n'ont pas jugé utile de le faire correctement avant vous ;

- la population concernée a le droit de dire si ce projet immobilier, commercial ou routier lui paraît acceptable ou non, et de s'organiser pour le faire savoir largement ;

- il y a plus d'idées dans 20 têtes que dans une... et plus d'énergie dans 40 bras que dans 2.



01.
COMMENT SE LANCER À L'EAU SANS SE NOYER ?

Parmi tous les groupes collaborant au réseau Occupons le terrain, les manières de faire les premiers pas ont été très variables. Elles rentrent cependant dans deux grandes catégories :

- Dans certains cas, les 2 ou 3 premières personnes qui se sont mobilisées ont pris l'initiative de convoquer directement, par une invitation en toutes-boîtes, tou·te·s les habitan·te·s du quartier ou du village à une grande ***assemblée d'information***. A la suite de celle-ci, un petit groupe de motivé·es s'est constitué en ***collectif*** (c'est l'option 1) pour approfondir le travail.

- Dans d'autres cas, un premier groupe (de 5 à 15 personnes) s'est d'abord constitué. Ce ***collectif*** a, par la suite, organisé une ou plusieurs ***assemblées d'information*** de plus grande taille (c'est l'option 2).

Il n'y a donc pas de règle générale, tout dépend des caractéristiques de votre quartier ou de votre village. Si les habitant·e·s se connaissent, se rencontrent régulièrement (au marché, dans des fêtes, dans des activités au centre culturel local,...), vous pouvez organiser rapidement une assemblée large pour informer et mobiliser toute la population. Si les habitant·e·s se connaissent peu, s'il n'y a pas de marché, s'il n'y a de vraie vie associative et culturelle locale,... il vaut mieux commencer par constituer d'abord un groupe de gens qui ont envie de s'engager avant de s'adresser à toute la population.

Cependant, l'expérience nous a appris qu'il est toujours un peu hasardeux de commencer par une grande assemblée. En effet, si celle-ci se passe mal (parce que peu de personnes y ont participé ou parce que le débat s'est terminé en empoignade générale), il vous sera plus difficile de rattraper le coup par la suite. Il est sans doute préférable de commencer par construire un premier groupe (qui sera amené à évoluer et à se renforcer par la suite) qui pourra plus facilement prendre en charge l'organisation de réunions plus larges. Mais ne perdez pas de vue que votre petit groupe de motivé·e·s, même s'il n'est pas élu et ne peut pas se présenter comme « représentant·e·s officiels de la population », n'a de sens que s'il a un lien réel avec la population.

Quelle que soit la formule que vous choisirez (commencer par le groupe de motivés ou par la grande assemblée), ayez bien à l'esprit les deux réflexions suivantes.

- Les premières réactions des participant·e·s seront inévitablement d'ordre émotionnel : l'incompréhension, la colère, l'abattement,... Tous ces sentiments sont légitimes et il faut qu'ils s'expriment. Mais ils ne doivent pas envahir tout l'espace et le temps de la réunion au risque que chacun rentre chez soi confus, désorienté et découragé. ***Ces émotions et ces sentiments doivent être intégrés et transformés en espoir et en volonté d'action*** pour que les participants puissent avancer dans la réflexion et déboucher sur une vision commune. Comme le disaient très justement les premier·e·s syndicalistes américain·e·s au début du siècle dernier *« Ne vous lamentez pas, organisez-vous »*.

- Dans ce processus, vous avez un rôle essentiel à jouer. Quelle que soit sa taille, ***une réunion doit être préparée. Et soigneusement.*** Arriver les mains dans les poches dans une réunion que vous avez convoquée et vous fier à votre bonne étoile ou au bon sens des participant·e·s est le plus sûr moyen de perdre le contrôle des événements, avec des résultats qui peuvent être catastrophiques.

COMMENT PROCÉDER ALORS ?

- Avant la réunion, préparez une proposition de contenu (un ordre du jour), un timing pour chacun des points à discuter (de manière à ce que cette réunion ne s'éternise pas jusqu'à deux heures du matin) et une première estimation des grandes décisions pratiques qui devraient être prises à partir du moment où les participant·e·s auront décidé une position commune face au projet.

- En ouverture de la réunion, présentez l'ordre du jour et le timing aux participant·e·s. Faites-les valider (éventuellement modifiés) par les participant·e·s pour que chacun ait conscience des objectifs et pour que vous ayez l'autorité morale pour ramener la discussion dans ses rails si elle en sort.

- Tout au long de la réunion, vérifiez que les décisions prises s'accompagnent bien de mesures pratiques permettant de concrétiser ces décisions.

02.
ACCEPTER, MODIFIER OU REFUSER ?

Le point de départ est évidemment de préciser la position que vous voulez prendre ensemble face à ce projet.

Présentez ***l'ensemble des informations*** déjà récoltées (les réponses données à vos questions… et les questions qui sont restées sans réponse !) et vos premières réflexions critiques.

Ensuite lancez la discussion afin de pouvoir ***décider collectivement*** si le projet est considéré par les participants comme acceptable, modifiable ou inacceptable.

C'est évidemment là le point fondamental qui va conditionner toute votre action future. Il faut donc bien réfléchir et adopter une position claire qui ne sera pas remise en cause au premier coup de vent contraire.

- Si une majorité d'habitant·e·s pense que ce projet est acceptable et qu'il ne faut rien faire, deux possibilités s'offrent à vous : soit vous vous ralliez à cet avis, soit vous décidez de continuer malgré tout. Bien sûr cette deuxième option sera difficile, mais il est tout à fait possible que l'avis général se modifie au fil du temps, quand les informations se préciseront et que les conséquences réelles du projet apparaîtront plus clairement.

Si vous considérez que ce projet est dangereux et inacceptable, exprimez clairement et calmement votre intention de continuer malgré tout… mais évitez de vous brouiller avec tous vos voisin·e·s.

- Si une majorité d'habitant·e·s pense que ce projet est acceptable à condition d'être modifié… cela ne rend pas les choses plus simples. En effet, l'objectif d'un promoteur est que son projet - qu'il soit immobilier, industriel ou commercial - soit le plus rentable possible, ce qui explique que très souvent, les bâtiments donnent l'impression d'avoir été rentrés sur le terrain à l'aide d'un chausse-pied. Le promoteur sera peu sensible à votre sens de la mesure et ne sera certainement pas prêt à accepter facilement de réduire son projet de moitié. Même pour obtenir de simples modifications, sachez que vous devrez mettre quasiment autant d'énergie que pour obtenir l'abandon du projet.

- Si une majorité d'habitant·e·s pense que ce projet est inacceptable et qu'il faut le bloquer, alors la suite de ce petit Manuel devrait continuer à vous intéresser.

03.
FIXER LES PRIORITÉS

Une fois cet objectif fondamental clairement fixé, il est possible de commencer à travailler fructueusement. Ce qui suit est un concentré de l'expérience de nombreux collectifs.

Si vous avez choisi de commencer par constituer d'abord un noyau de motivé·e·s, les points qui suivent pourront être présentés et discutés lors de la première réunion et tranchés rapidement (si possible lors de la première réunion).

Si vous êtes face à une assemblée nombreuse d'habitant·e·s, qui sont « chaud·e·s » pour refuser le projet mais dont vous pensez que beaucoup ne se lanceront pas directement dans une action intensive, expliquez l'essentiel de ce qu'il faudra faire, lancez un appel aux volontaires (en prenant bien soin de noter leurs noms et leurs coordonnées !) et appelez à une réunion de travail dans les jours suivants.

Préparez votre argumentaire, en version « approfondie » pour les discussions avec les autorités et les administrations et en version plus « légère » pour le quartier ou le village, mais aussi pour des associations qui pourraient vous soutenir. Il est impossible de rédiger un tel argumentaire dans une réunion de 50 personnes. Choisissez donc deux ou trois personnes qui seront chargées de mettre rapidement en forme les réflexions collectives. Que mettre dans cet argumentaire ? C'est une vaste question.

Nous en parlons plus en détail dans le chapitre 15.

Définissez votre stratégie. Précisez comment vous allez faire connaître votre point de vue de manière à gagner un maximum de soutien (dans la population, dans la presse, dans les clubs et les associations locales, dans le Conseil communal,...) et à isoler le promoteur (en démontant ses arguments et ses belles promesses et en montrant les véritables conséquences de son projet). Identifiez les gens qu'il faut contacter en priorité, à savoir celles dont le soutien vous semble le plus aisé à obtenir, de manière à faciliter le ralliement d'autres par la suite.

Trouvez un nom et un slogan pour votre collectif qui vous identifieront aux yeux de tou·te·s. Misez plutôt sur des formulations « positives » qui font sourire, suscitent la sympathie plutôt que des formulations « négatives » qui renforcent l'idée que des catastrophes arrivent et qu'il sera difficile de les arrêter.

Inconnu – Bataille de l'Eau noire

NON AU BARRAGE
LES IRREDUCTIBLES
COUVINOIS
COUVINOIS...
TOUS SOLIDAIRES

04.
PRÉCISER LES TÂCHES

Ensuite, précisez les tâches à accomplir. Voici quelques points qui s'avèrent essentiels :

• Organisez l'information de la population, par tous les moyens et canaux possibles : feuillet diffusé en toutes-boîtes, Facebook, mails, articles dans la page des lecteurs de votre journal régional, affiches ou banderoles à placer à des endroits clés de la commune.

• Contactez le Comité de Quartier « officiel » (s'il y en a un) pour obtenir son soutien ou, au minimum, pour qu'il répercute vos informations.

• Trouvez des gens qui ont les compétences et le temps pour vous créer une page Facebook, un compte Twitter,... et, si possible, un site internet.

• Répertoriez les journaux régionaux, les feuilles d'information locales, les radios locales,... repérez les gens qui y écrivent et prenez contact avec eux pour les informer et les sensibiliser à ce projet.

• Renseignez-vous sur le paysage politique et administratif local mais aussi régional. Qui sont les décideurs ? Qui tient les leviers ?

• Créez une base de données des responsables de service dans l'administration qui traitera le dossier, afin de savoir qui est qui et comment les contacter. Faites la même chose pour les membres du conseil communal, les député·e·s à la Région,... mais aussi pour tou·te·s ceux et celles qui pourraient vous aider, que ce soient des spécialistes (architectes, juristes, naturalistes,...) ou des militant·e·s du secteur associatif ayant des compétences particulières.

• Créez des listes de diffusion (mailing lists), de manière à pouvoir tenir automatiquement ces personnes au courant de toutes les infos importantes.

• Créez une base de données de tous les gens qui vous soutiennent, avec leurs coordonnées (physiques et virtuelles) mais aussi les compétences qu'ils·elles ont proposé de mettre au service de votre action. Lors de chaque séance d'information, de chaque action, de chaque rencontre,... pensez à récolter les noms, adresses et e-mails des gens qui sympathisent. Plus la liste sera longue et étoffée, plus elle reflètera l'importance que vous êtes en train de prendre.

• Commencez à récolter un soutien financier. Il sera indispensable pour pouvoir organiser tout votre travail. Faites des collectes lors des réunions du collectif mais n'hésitez pas à demander de l'argent lors des assemblées plus larges, des séances d'informations, des interventions que vous menez à l'extérieur (lors de brocantes, de fêtes locales). Si les gens trouvent que votre combat est juste et mérite d'être soutenu, ils mettront la main au portefeuille sans difficultés.

• Créez un logo qui vous identifiera. Placez-le en version informatique sur votre site internet pour qu'il puisse être reproduit et imprimé par tout le monde. Faites-en aussi une affichette (à mettre aux fenêtres) et si possible des autocollants (pour décorer les voitures, les boîtes aux lettres,...). Dans vos publications, insistez pour que chacun affiche ce logo sous toutes ses formes et dans tous les endroits (de préférence autorisés).

• Recherchez des collectifs qui sont confrontés à des situations semblables à la vôtre. Il y a toujours beaucoup à apprendre de l'expérience des autres. Et, pour vous simplifier la vie, commencez par prendre contact avec Occupons le terrain. Nous vous aiderons dans vos recherches de contacts et, au maximum de nos possibilités, dans votre action.

05.
TROUVER DES RESPONSABLES

Et enfin, pour que tout cela se concrétise et ne soit pas un feu de paille, suscitez des vocations de responsables. De manière générale, il faut assurer :

• ***la communication vers l'extérieur*** : gestion du contenu du site internet et des messages sur les réseaux sociaux, des contacts avec la presse écrite, audiovisuelle et numérique,... ;

• ***l'organisation interne*** : gestion des bases de données, récolte des informations, préparation des réunions,... ;

• ***l'animation du groupe*** : animation des réunions mais aussi de toute la vie interne pour que chacun·e s'y trouve bien, se sente à l'aise et participe au mieux de ses possibilités ;

• ***la trésorerie*** : ouverture et contrôle du compte en banque, gestion de l'argent qui existe mais surtout recherche de l'argent qui pourrait rentrer en caisse ;

• ***l'étude détaillée du projet et la recherche*** de toutes les informations qui pourraient être utiles dans des domaines variés (architecture, urbanisme, patrimoine, environnement,...) ;

• ***le porte-parolat*** : la représentation du groupe vers l'extérieur.

Collectif Sauvegarde du parc Leopold

Bien sûr, si votre collectif est petit, il n'y a aucun problème à ce qu'une personne occupe plusieurs responsabilités (le ou la porte-parole peut être aussi responsable de la communication, la personne chargée de l'organisation peut aussi s'occuper de l'animation,...). Mais, plus vous répartirez des responsabilités sur différentes personnes, mieux elles pourront faire leur travail sans être chroniquement débordées.

06. CONSTRUIRE LA CONFIANCE

La clé du succès pour un collectif, c'est que se développe une réelle confiance entre ses membres. Et cette ***confiance***, elle se construit peu à peu.

Son premier ingrédient, c'est que chacune des grandes décisions engageant le collectif soit discutée en profondeur afin d'arriver à un consensus porté par tou·te·s les membres. Si une proposition divise le groupe, mieux vaut se donner un peu plus de temps pour que le débat mûrisse plutôt que de vouloir l'imposer « majorité contre minorité » (sauf cas d'extrême urgence).

Et le deuxième ingrédient, c'est que les décisions prises soient suivies d'effet, par le groupe dans son ensemble et plus particulièrement par les membres qui se sont porté·e·s ***responsables***, que ce soit pour une tâche ponctuelle (aller chercher la clé de la salle des fêtes) ou pour un secteur (la trésorerie, la communication,...). Mais autant il est important que chacun·e sache « qui fait quoi ?» et que les engagements pris soient tenus, autant les responsabilités « honorifiques » (président, vice-président,...) sont peu utiles et aboutissent souvent à créer des conflits d'ego.

07. INCLURE LARGEMENT

Chacun·e a quelque chose à apporter à un collectif de ce type, que ce soit une compétence professionnelle (déchiffrer des plans, analyser une réglementation d'urbanisme), une capacité d'expression en public ou par écrit, un carnet d'adresses bien rempli, mais aussi une connaissance du « terrain » ou des coups de main ponctuels qui n'ont l'air de rien mais qui contribuent à la convivialité et à l'action (que ce soit la spécialiste des gaufres lors de la fête du collectif ou le marcheur hors pair qui tracte plus vite que son ombre,...).

Il est important que chaque membre :

- puisse se retrouver au sein du collectif avec ses capacités, ses disponibilités... et ses limites propres : c'est le savant assemblage de toutes ces bonnes volontés qui donne sa force au collectif ;

- puisse participer sur un pied d'égalité aux discussions et aux décisions, quel que soit son apport ;

- ne soit pas figé·e dans un rôle précis et éternel, d'un côté les « grands esprits » et les « grandes gueules » et de l'autre les « petites mains » et les « timides ».

08.
DIVERSIFIER LES APPORTS

Tout le monde n'est pas fanatique des grandes réunions. Certaines personnes y viennent quand même mais sans y parler beaucoup. D'autres restent chez elles. Pourtant les un·e·s comme les autres ont des idées, des choses à dire, des propositions à faire. Se priver de cet apport risque de vous affaiblir. Pour pallier à ce problème, mettez progressivement en place des groupes de travail, centrés sur des aspects précis et plus largement ouverts sur les bonnes volontés extérieures.

Certains groupes de travail peuvent être ponctuels (organiser une soirée, une promenade guidée des endroits menacés), d'autres plus durables. Parmi ceux-ci, des collectifs ont créé des groupes Recherche (pour trouver des arguments inédits, fouiller des archives, débroussailler une loi,...), Activité (pour tenir un bar, distribuer des tracts, préparer des tartes,...), Action (pour des actions médiatiques plus spectaculaires)... Dans ce domaine comme dans bien d'autres, l'imagination n'a pas de limites.

09.
GRANDIR

Plus le temps va passer, plus vous découvrirez des aspects nouveaux à creuser dans le projet que vous contestez, plus vous aurez besoin d'en savoir plus sur les règlementations d'urbanisme, plus vous voudrez rencontrer des gens qui pourraient vous aider... et tout cela prend un temps fou.

Si votre collectif reste porté pendant une longue période par quelques personnes seulement, deux dangers vous guettent. Le groupe risque de perdre sa vitalité et surtout sa capacité à réagir vite aux moments cruciaux. Il peut aussi arriver que la surcharge de travail devienne telle que les membres plus impliqué·e·s se mettent à critiquer le manque d'engagement des autres, que les disputes éclatent et que le groupe finisse par exploser et disparaître.

C'est pour cela qu'il est vraiment important de tout faire pour intégrer de plus en plus de personnes dans la vie du collectif. Certes, chacun a une vie professionnelle et familiale et il n'est pas toujours facile de consacrer du temps et de l'énergie à recruter de nouvelles forces et à les aider à s'insérer dans l'activité du collectif. Mais cette démarche doit être vue comme un investissement essentiel pour l'avenir.

Certains collectifs (généralement ceux qui sont confrontés aux plus grands projets et qui s'adressent à une population plus large) ont choisi de créer un système d'adhésion avec des membres. Cela leur permet d'intégrer un grand nombre de personnes dans le soutien au collectif, même si l'action quotidienne reste portée par un noyau plus restreint. En effet, un·e membre même peu présent·e est quand même un·e « ambassadeur au quotidien » pour le collectif et son action.

Mais, même si votre collectif reste plus petit et plus informel, grandir et se renforcer reste une nécessité vitale.

10.
DÉVELOPPER LE LIEN AVEC LA POPULATION

Même si votre collectif se porte bien et fait votre fierté, n'oubliez pas qu'il ressemble à une jolie fleur : sans terre, sans engrais et sans eau, elle fane très vite. Pour votre collectif, la terre, l'engrais et l'eau, c'est la population du quartier, du village, de la commune.

Il est donc très important d'informer régulièrement la population du quartier ou du village et de lui permettre d'exprimer son avis et de participer aux grandes décisions. Pour cela, rien ne vaut les feuilles d'information diffusées en toutes-boîtes (en les doublant de mails aux personnes qui ont donné leurs coordonnées) et l'organisation d'assemblées ouvertes à toutes et tous.

Une proposition du collectif validée dans une assemblée large donnera à cette décision un poids beaucoup plus grand. En outre, les participant·e·s à cette assemblée seront beaucoup plus disposé·e·s à s'engager et à participer à des actions si la décision émane d'eux.

Et, à travers cette mobilisation conjointe du collectif et (d'une partie) de la population, vous contribuez à faire (re)vivre une démocratie locale, directe et participative, ce qui n'est pas rien !

11.
APOLITIQUES ?

Reste enfin l'épineuse question du rapport à la politique. Vu l'ambiance régnant dans la société, beaucoup de groupes sont tentés de se présenter comme « apolitiques ». Si le souci de ne pas être manipulé·e·s par un parti ou des personnalités locales est compréhensible et justifié, cette vision « apolitique » n'est pourtant pas la plus juste. Car l'arrivée d'un gros projet immobilier, commercial ou routier correspond toujours à un choix politique (au nom du développement de l'économie et de l'emploi, du besoin de renflouer les caisses communales,...) et la décision finale sera prise par un pouvoir politique local ou régional.

De même, les raisons de s'opposer à de tels projets s'inscrivent aussi dans un cadre politique (au nom de la défense de l'environnement, du maintien d'une agriculture locale, de la défense du caractère populaire d'un quartier menacé par l'arrivée de couches beaucoup plus aisées financièrement, du souci de faire primer le bien commun sur des intérêts privés et financiers,...). Et il n'y a aucune raison de refuser à des gens engagés politiquement de participer à des mouvements citoyens.

C'est pourquoi, plutôt que de parler de collectifs « apolitiques », il serait beaucoup plus juste et plus riche de voir ces collectifs comme « pluralistes », c'est-à-dire ouverts à tou·te·s pour autant que les objectifs du collectif soient respectés par chacun·e. Et il est important pour le collectif de chercher des entrées dans les différents partis politiques (de la majorité comme de l'opposition). Par contre, il vaut mieux éviter que les figures les plus « publiques » du collectif soient des élu·e·s, des responsables politiques ou des candidat·e·s aux élections.

CHAPITRE 15

Argumenter pour convaincre

L'impact local du projet sur les habitant.e.s doit être mis en perspective avec des enjeux plus globaux pour construire un argumentaire.

En fonction du public auquel il est adressé, cet argumentaire pourra servir de base pour votre communication et être décliné sur de multiples supports.

MOTS CLÉS

recherches, enjeux globaux, aménagement du territoire

SOMMAIRE DU CHAPITRE

01. L'expérience des habitant•e•s
02. La mise perspective du projet avec les grands enjeux
03. Les recherches
04. Des versions pour tous publics et pour toutes circonstances

Pour mobiliser, il faut convaincre et pour convaincre, il faut des arguments. Des grands et des petits, des généraux et des pointus, de ceux qui provoquent un choc et de ceux qui font réfléchir.

Construire un argumentaire est donc une tâche de première importance… mais aussi de grande ampleur, qui touche beaucoup de domaines et qui ne cesse d'évoluer dans le temps. Et, comme vous allez le voir, un argumentaire, ce n'est pas une feuille A4 recto-verso mais plutôt une base de données en expansion continue !

Mais commençons par le début.

Collectif Ry Ponet

01.
L'EXPÉRIENCE DES HABITANT•E•S

Le mieux est de commencer par tout ce qui relève de l'***expérience directe des riverain·e·s immédiat·e·s.*** Ce ne sont pas nécessairement les éléments les plus décisifs mais c'est à ceux-ci que le service de l'Urbanisme devra consacrer en premier lieu son attention lors de l'analyse des réclamations après une enquête publique :

- impacts de la hauteur et de la proximité des nouveaux bâtiments (sur l'ensoleillement des maisons voisines, sur l'intimité des habitant·e·s de celles-ci,…) ;

- possibles nuisances sonores et olfactives (en cas de nombreux mouvements de voitures à partir des parkings, de construction de locaux poubelles,… pour les lotissements – et évidemment encore bien plus en cas de construction de bâtiments industriels ou agro-alimentaires) ;

- effets de ruissellement incontrôlé des eaux à cause de l'artificialisation des sols (bétonnage, asphaltage,…) ;

A l'échelon géographique supérieur, celui des habitant·e·s d'un quartier ou d'un village, viennent les problèmes de :

- mobilité (augmentation du trafic, stationnement problématique, insécurité des nouvelles voiries, insuffisance des transports en commun…) ;

Tract présentation Parc / / Collectif Ry Ponet

• densification et menace sur le caractère du site, que ce soit en milieu rural (lorsqu'un lotissement est prévu à proximité du village, voire en plein cœur de celui-ci) ou en milieu urbain (quand un bloc d'immeubles est annoncé sur le seul espace vert subsistant dans un quartier de maisons familiales) ;

• environnement (destruction d'espaces verts, pollution de l'air ou des sols...) ;

• vie quotidienne (accès aux commerces, aux services publics,...) ;

A l'échelle du dérèglement climatique de la planète, tous ces arguments peuvent sembler légers. Mais, pour les riverain·e·s et les habitant·e·s de l'endroit menacé, ils sont essentiels. L'attachement des gens aux lieux où ils vivent (et parfois même où ils sont nés et ont grandi) est non seulement tout à fait compréhensible mais aussi parfaitement respectable. Et c'est un carburant essentiel pour espérer développer une action qui ait un réel impact et un soutien massif dans la population.

02.
LA MISE EN PERSPECTIVE DU PROJET AVEC LES GRANDS ENJEUX

Cela n'empêche pas, à un troisième échelon géographique plus vaste, de mettre ces arguments « locaux » en perspective avec les grandes questions que sont l'artificialisation des sols, l'impact des pollutions sur la santé publique, la « gentrification » des quartiers populaires…

C'est aussi à ce niveau que se placent les critiques sur l'absence de réflexion des autorités de la commune sur l'aménagement de son territoire et donc sur son avenir.

Ces arguments plus généraux sont indispensables pour pouvoir élargir le soutien à votre action au-delà des habitant·e·s du quartier ou du village. Et parfois, c'est même le premier niveau où poser le problème quand il n'y a que peu ou pas de riverain·e·s (dans le cas des bretelles d'autoroute ou des extensions de zonings imaginées à travers des terres agricoles, des prairies et des bois).

03.
LES RECHERCHES

Cette phase de construction de votre argumentaire représente déjà une fameuse dose de travail. Le résultat est certainement impressionnant et convaincant. Mais il est encore un peu tôt pour déposer les outils… parce que vous n'en êtes encore qu'au début du processus.

Au fur et à mesure que se développe votre action, vous allez rencontrer beaucoup de personnes que vous ne connaissiez pas et qui vont sans doute vous fournir des informations nouvelles et intéressantes. Prenez-en bonne note, vérifiez-les soigneusement et intégrez-les dans votre argumentaire. Notez aussi soigneusement les coordonnées des personnes qui vous en ont parlé. Qu'elles soient ancien·ne·s habitant·e·s du lieu, qu'elles aient une formation professionnelle en rapport avec les questions que vous soulevez, qu'elles soient incollables sur un sujet qui les passionne, leurs compétences pourraient vous être précieuses à différents moments.

Tous les coups de main extérieurs sont donc les bienvenus. Mais ils ne seront pas suffisants. Votre collectif devra certainement mener lui-même ses propres recherches dans de multiples domaines. Cela va des institutions officielles (les différents services de votre administration communale, les nombreux départements spécialisés de la Région wallonne, l'Agence wallonne du Patrimoine,…) aux associations thématiques en tous genres (Inter-Environnement Wallonie, Natagora, Nature et Progrès), les Ceintures Aliment-Terres de plusieurs villes, le syndicat paysan FUGEA et bien d'autres). N'oubliez évidemment pas (et même : commencez par) le réseau Occupons le terrain. Les dizaines de collectifs avec qui nous sommes en contact ont dû affronter des situations extrêmement variées, ils ont accumulé une expérience parfois hyper-pointue dans une foule de domaines et ils seront ravis de la partager avec vous.

Les institutions officielles vous fourniront sans doute des informations et des explications précises mais elles en resteront là. Par contre, auprès de nombreuses associations, vous pou-

vez espérer aller au-delà et susciter sympathie et même soutien. Essayez d'approfondir et d'entretenir ces liens, ils pourront se révéler très utiles, en particulier lorsqu'il vous faudra réagir dans l'urgence sur une question pointue.

Un autre terrain fertile pour vos recherches, ce sont les universités et les hautes écoles. De nombreux travaux ont été réalisés sur les questions qui vous intéressent et il est possible que les terrains que vous défendez aient été évoqués dans des travaux universitaires (que ce soit dans des travaux de recherche ou des mémoires d'étudiant·e·s). Ici aussi, certaines écoles ou certain·e·s professeur·e·s se contenteront de vous donner des informations, d'autres pourraient se prendre au jeu, soutenir votre action, proposer à des classes d'étudiants de travailler sur des sujets ou des lieux qui vous intéressent,...

04.
DES VERSIONS POUR TOUS PUBLICS ET POUR TOUTES CIRCONSTANCES

Arrivé à ce stade, votre argumentaire s'est tellement étoffé qu'il a sans doute besoin d'une fourgonnette postale pour se déplacer. Inutile de dire que, sous cette forme, il ne peut plus être utilisé tel quel. Il va falloir en extraire les points essentiels et les mettre en valeur. Ce ne sera pas un exercice à faire une fois pour toutes. En réalité, c'est une opération que vous devrez faire à de nombreuses reprises, en fonction du public spécifique à qui vous voudrez vous adresser.

• Vous avez absolument besoin – le plus vite possible - d'un ***document de présentation à destination du grand public*** (1 ou 2 feuilles A4 recto-verso) qui synthétise la présentation du projet que vous combattez et vos arguments essentiels contre celui-ci, qui présente votre collectif, ses buts et ses activités. Et éventuellement le contre-projet que vous préparez,... Ce feuillet sera votre véritable carte de visite. Distribuez-le lors de toutes les activités que vous organisez ou auxquelles vous participez. Veillez à en avoir des exemplaires disponibles à tout moment ... mais n'en produisez pas un millier d'exemplaires d'un coup parce que c'est un document qui évoluera au fil de l'actualité.

• Vous aurez également besoin d'***une lettre-type lors de l'enquête publique*** qui accompagnera la demande de permis déposée par le promoteur pour son projet.

C'est un document tellement important que nous lui avons consacré le chapitre 16.

• Vous aurez aussi certainement besoin de constituer des ***dossiers plus thématiques*** dans le cadre du travail avec des associations. Mettez l'accent dans chaque dossier sur ce qui intéresse de manière spécifique ces associations (l'environnement, la mobilité, l'agriculture, le logement, le patrimoine,...) sans oublier évidemment de rappeler brièvement l'ensemble de vos objectifs.

Beau Vélo du Ravel / Collectif Ry Ponet

• Vous pourrez aussi utiliser votre argumentaire général pour nourrir d'autres types de documents encore plus spécifiques ***tels que les communiqués de presse, les interpellations et appels*** aux partis ou aux candidats à l'occasion des élections,...

Dernière remarque : vous utiliserez sans doute les différents documents issus de votre argumentaire essentiellement sous la forme ***papier*** et la forme ***électronique***. D'autres formes peuvent être aussi très utiles : les ***Powerpoint*** pour présenter, lors d'exposés, de manière plus agréable et plus suggestive votre point de vue ou encore les ***vidéos***, idéales pour introduire des exposés, tourner en boucle lors de stands, animer votre site internet,...

CHAPITRE 16

Ecrire et diffuser une lettre-type

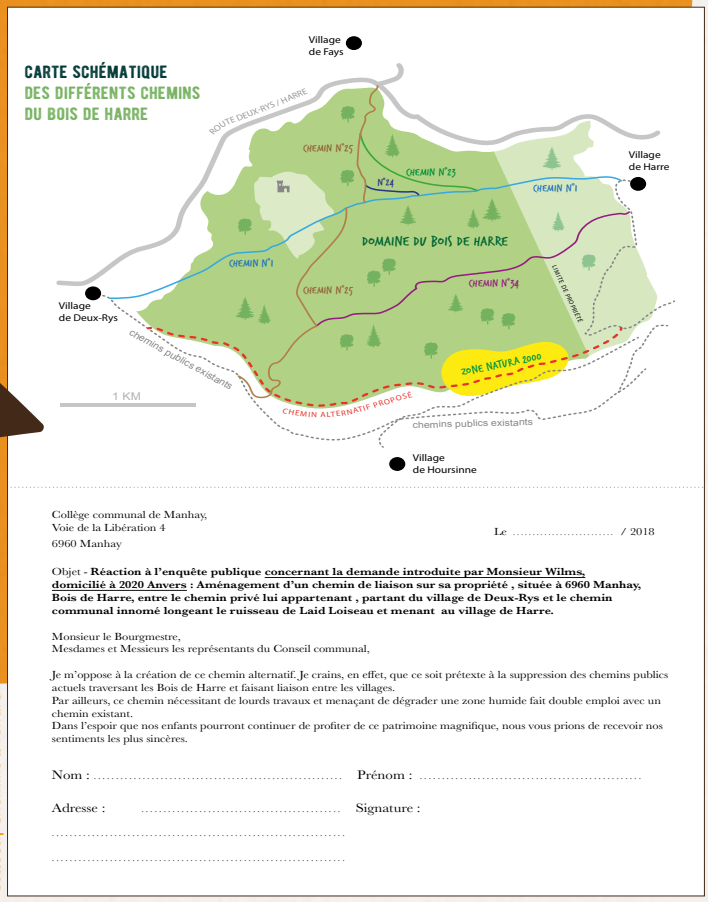
Lors de l'enquête publique, la lettre-type est un des supports les plus importants de votre communication et sa diffusion par de multiples canaux est essentielle.

MOTS CLÉS

communication,
sensibilisation

SOMMAIRE DU CHAPITRE

01. Ecrire une lettre-type est un sport de précision
02. Diffuser cette lettre



Collège communal de Manhay,
Voie de la Libération 4
6960 Manhay

Le ..... / 2018

Objet - **Réaction à l'enquête publique concernant la demande introduite par Monsieur Wilms, domicilié à 2020 Anvers : Aménagement d'un chemin de liaison sur sa propriété , située à 6960 Manhay, Bois de Harre, entre le chemin privé lui appartenant , partant du village de Deux-Rys et le chemin communal innomé longeant le ruisseau de Laid Loiseau et menant au village de Harre.**

Monsieur le Bourgmestre,
Mesdames et Messieurs les représentants du Conseil communal,

Je m'oppose à la création de ce chemin alternatif. Je crains, en effet, que ce soit prétexte à la suppression des chemins publics actuels traversant les Bois de Harre et faisant liaison entre les villages.
Par ailleurs, ce chemin nécessitant de lourds travaux et menaçant de dégrader une zone humide fait double emploi avec un chemin existant.
Dans l'espoir que nos enfants pourront continuer de profiter de ce patrimoine magnifique, nous vous prions de recevoir nos sentiments les plus sincères.

Nom : ..... Prénom : .....

Adresse : ..... Signature :

.....

.....

Collectif Chemins à vendre

Au cours d'une enquête publique, la lettre-type peut jouer un très grand rôle - et même être l'« arme fatale » - dans la mobilisation contre le projet que vous contestez. Elle doit donc être l'objet de tous vos soins. Car écrire et diffuser cette lettre-type est un exercice qui n'a rien d'évident.

01.
ECRIRE UNE LETTRE–TYPE EST UN SPORT DE PRÉCISION

La lettre-type doit remplir plusieurs critères :

- elle doit être ***précise*** : pas question d'y commettre des erreurs ou des approximations qui pourraient être utilisées pour vous discréditer ;

- elle doit être écrite dans une ***langue simple*** en évitant les aspects les plus « techniques » pour qu'elle soit comprise par un public très large ;

- elle doit situer le projet dans son contexte géographique et lier votre critique à quelques grands principes pour qu'elle puisse être comprise aussi ***par des gens qui n'habitent pas*** votre quartier ou votre village mais qui se sentent solidaires de votre action.

- elle ne doit ***pas être trop longue*** : elle doit tenir, dans sa version papier, sur une face de papier A4. L'autre face doit comprendre un espace blanc permettant aux gens qui le souhaitent de noter leur avis personnel ainsi qu'un emplacement pour les coordonnées des signataires.

- elle doit s'accompagner d'un ***mode d'emploi*** expliquant aux gens une série de points importants qui ne peuvent pas figurer dans la lettre elle-même : votre indignation face à ce projet, un appel à se mobiliser, les diverses manières d'envoyer le courrier complété aux bonnes adresses (par la poste et par mail) et surtout une liste de « personnes-relais » avec leurs noms et adresses.

- elle doit être ***utilisable très vite***. Vous devez donc la rédiger le plus vite possible, de manière à pouvoir lui assurer une diffusion maximale. Cette lettre n'est ni un roman ni un mémoire d'université. C'est simplement un outil de première importance pour une action qui ne durera que deux ou quatre semaines. Elle doit donc être bouclée ***au maximum trois jours après le début de l'enquête publique.***

Vous trouverez des ***exemples*** de lettre-types utilisées par différents collectifs sur le site internet d'Occupons le terrain.

02.
DIFFUSER CETTE LETTRE EST UN SPORT D'ENDURANCE

Comment faire signer cette lettre-type par un maximum de monde ? En combinant le format papier et la diffusion par internet et les réseaux sociaux, pour toucher tous les publics, les plus proches comme les plus lointains.

Collectif Ry Ponet

Tou·te·s les citoyen·ne·s majeur·e·s peuvent remplir un courrier dans le cadre d'une enquête publique, qu'ils habitent la commune ou pas, qu'ils aient la nationalité belge ou pas. Evidemment, si les courriers des habitant·e·s de votre commune ne représentent que 3% de l'ensemble des réponses, cela ne plaidera pas en votre faveur. Par contre, un nombre important venant de communes voisines ou même plus éloignées venant s'ajouter à un solide socle de réponses locales pèsera plus auprès du pouvoir communal. Car cela montrera la détermination du collectif, sa capacité à mobiliser des soutiens, l'impopularité du projet sur une échelle plus large et le danger que tout cela pourrait représenter pour l'image de marque de la commune.

<u>En format papier</u>

Il est essentiel qu'une majorité d'habitant·e·s de votre quartier ou de votre village fassent connaître leur opposition au projet. Pour cela, il va vous falloir détermination et endurance.

- Commencez par diffuser la lettre-type (avec son mode d'emploi) en format papier ***en toutes-boîtes*** ;

- Prenez contact avec les ***commerçant·e·s*** afin de déposer des exemplaires de la lettre dans leurs magasins. Si ces personnes habitent le quartier et/ou se montrent d'accord avec vous, demandez-leur d'inviter leurs clients à remplir et signer le document.

• Faites fonctionner le réseau de ***« personnes-relais »*** dont les noms et adresses sont repris dans la lettre-type. Celles-ci sont des membres du collectif qui acceptent de servir de boîtes aux lettres publiques pour l'occasion : chaque habitant·e peut déposer son courrier rempli et signé dans la boîte aux lettres d'une « personne-relais » et celle-ci se charge de les transmettre au collectif pour un envoi groupé au service de l'Urbanisme. Ce système des « personnes-relais » donne un visage concret et personnel à l'opposition au projet et facilite la vie de toutes les personnes qui accepteront plus facilement de répondre à l'enquête.

• Ne désespérez pas si des courriers vous reviennent complétés mais en nombre insuffisant : Il est possible que la lettre se soit mêlée aux publicités, que les gens aient oublié de la remplir ou de la rapporter,... Passez à l'étape suivante : le ***porte à porte.*** Rien ne vaut le contact humain pour informer, discuter et convaincre.

• Pour toucher des gens venant parfois d'un peu plus loin, n'hésitez pas à vous inviter dans les endroits où vous pourrez ***rencontrer beaucoup de monde*** (si possible avec l'accord du responsable !) : sur le marché local, à la brocante, sur le trottoir du magasin bio, devant le centre culturel, sur le parking de la grande surface du quartier, à la fête de la fraise,... Une petite table, une pancarte, quelques éléments visuels (photos ou dessins sur le mode « aujourd'hui sans le projet / demain avec le projet réalisé »), une pile de lettres-types, une bonne dose de conviction et vous pourrez obtenir des dizaines voire des centaines de signatures.

<u>En version électronique</u>

Internet permet d'offrir un écho beaucoup plus large à la mobilisation. Ne vous en privez pas !

• Reproduisez la lettre-type sous format électronique, adaptez le mode d'emploi (en n'indiquant que les adresses mail où l'envoyer) et faites-la circuler au maximum.

• Utilisez ***Facebook, Twitter, Instagram et les autres réseaux sociaux*** pour en faire la pub et invitez vos ami·e·s et correspondant·e·s à la signer et à la diffuser eux-mêmes.

• Demandez à toutes les personnes qui répondent par mail à la commune de vous ***mettre en copie*** (cachée de préférence). Cela vous permettra d'estimer régulièrement le nombre de répondant·e·s et surtout de garder une trace des personnes qui ont répondu, de manière à pouvoir les remercier et, si elles le souhaitent, de les tenir au courant par la suite.

• Pour atteindre une plus grande visibilité, créez un ***site internet*** (même élémentaire) pour y regrouper tous les arguments utiles à votre action... et pour y placer une lettre à remplir et signer qui puisse être envoyée en un simple clic à l'adresse mail de la commune.

CHAPITRE 17

Sensibiliser, mobiliser et résister

La sensibilisation et la mobilisation jouent un rôle fondamental dans la lutte contre un projet.

De la simple pétition à l'action de désobéissance civile, les actions peuvent prendre des formes très diverses suivant le contexte.

MOTS CLÉS

pétition, manifestation, action symbolique, flashmob, action directe, ZAD

SOMMAIRE DU CHAPITRE

01. La sensibilisation
02. La mobilisation sur le web
03. Les rassemblements et manifestations
04. Les actions symboliques
05. Les flashmob
06. L'action directe et les actions de désobéissance civile
07. Les occupations ou blocages
08. Une ZAD ou occupation permanente

Tout au long de votre action, vous aurez à convaincre et à mobiliser des gens et des groupes très nombreux et très divers. Pour cela, une stratégie gagnante nécessite de travailler sur plusieurs axes : la sensibilisation, l'expertise, le lobbying, la bataille juridique, la mobilisation et l'action sur le terrain.

Les mobilisations citoyennes et des actions de résistance peuvent jouer un rôle déterminant dans la lutte contre un projet. Il n'y a cependant pas de recette « clé en main » pour des actions efficaces. Cela dépend du contexte local, de l'état d'avancement du projet et de la nature de votre collectif.

Nous vous proposons ci-dessous quelques modes d'actions ou de mobilisations qui ont été utilisés par de nombreux collectifs dans le cadre de luttes contre des projets nuisibles.

Mais, avant toute démarche et toute action, précisez bien vos objectifs et vos priorités et pensez à la manière dont ces actions vont vous aider à les atteindre. Car les troupes peuvent vite s'essouffler : essayez-vous prioritairement d'élargir votre petit groupe ? Ou voulez-vous atteindre le plus de personnes possible ? Votre but est-il d'attirer l'attention de cibles précises (le promoteur, les autorités communales, une administration régionale, un ministre,...) ou de faire parler de vous dans la presse?

Pensez à la façon dont chacune de ces différentes tactiques peut servir les objectifs de votre campagne et utilisez ces idées de la manière qui vous semble la plus appropriée.

01.
LA SENSIBILISATION

Pour que vos voisin·e·s et l'opinion publique vous suivent et s'engagent à vos côtés, il faut qu'ils et elles comprennent clairement les problèmes posés par le projet.

La ***diffusion de documents explicatifs*** est un travail important, qui permet d'entrer en contact, de sensibiliser et d'élargir la base de soutien.

En fonction des destinataires (riverain·e·s, employé.e.s de la commune, politiques, membres de groupes citoyens,...), adaptez vos supports de communication. Adaptez l'argumentaire, le format et même le contenu des messages. Le but étant de pouvoir toucher le plus largement possible, la diversité est bien souvent une des forces du mouvement.

Il y a mille et une manières de sensibiliser.

- Le seul fait d'être visible peut vous permettre de toucher de nouvelles personnes et de renforcer votre légitimité : placez des panneaux sur le bord des routes, accrochez des banderoles ou des affiches aux fenêtres, distribuez des autocollants,... ;

- Mais ne négligez pas l'importance des rencontres physiques: organisez des soirées-débats, des présentations du projet ou encore participez à tout type d'événement qui vous permettra de présenter votre collectif, de tenir un stand, d'appeler à des actions ;

Collectif de Perwez

Grune & Perwez

A Grune, les membres du collectif « On n'est pas des pilons » ont fait du porte à porte dans tout le village pour sensibiliser les habitants aux dangers du projet de poulailler industriel, en invitant également à une marche familiale sur les lieux menacés.

En opposition au projet de contournement routier de Perwez, des agriculteurs expropriés ont mené une action de sensibilisation en distribuant gratuitement des légumes accompagnés de flyers aux automobilistes. Ils et elles ont également réalisé un journal sur les enjeux du contournement.

• Assurez-vous d'avoir des feuilles disponibles afin que les personnes que vous rencontrerez à ces moments puissent vous laisser leurs coordonnées : vous pourrez ainsi les tenir informé·e·s des futures activités de votre collectif et peut-être, leur donner envie d'y participer!

• Après une discussion, notez soigneusement les renseignements que vous avez pu glaner lors de celle-ci : Monsieur travaille à l'Agence wallonne du Patrimoine, Madame peut sensibiliser ses coéquipières de l'équipe de volley, leur fille est guide nature, leur fils est promoteur immobilier (mais ils l'ont déshérité),... et surtout ne perdez pas le papier sur lequel vous avez noté ces renseignements !

02.
LA MOBILISATION SUR LE WEB

Les outils en ligne - comme les pétitions, l'interpellation des élus sur le web, la création d'un site internet, les outils de financements participatifs,... - peuvent permettre de rendre visible votre lutte et favoriser l'engagement d'autres personnes.

- ***Lancer une pétition ou une interpellation en ligne*** est une excellente manière de débuter une campagne. Cela permet en effet de montrer l'existence d'un fort soutien pour votre campagne. Vous pouvez utiliser des outils de pétition comme www.petitionenligne.be ou www.change.org ou l'outil d'interpellation en ligne www.reclaimhumanrights.net pour interpeller des décideurs via mail et Twitter.

- ***Facebook, Twitter et Instagram*** sont aussi d'excellents moyens de diffuser votre message et de se connecter/ rester en connexion avec vos sympathisant·e·s.

- Ces outils vous permettent également de rester en contact avec les personnes qui soutiennent votre pétition et de leur envoyer régulièrement des mails pour les tenir informées des actions que vous organisez, de l'actualité de votre campagne, etc. Ce suivi est important, particulièrement dans une mobilisation de longue haleine.

- ***IMPORTANT*** : Veillez à ce que les documents soient disponibles également en format papier. Rien ne vaut des échanges en face-à-face (via du porte à porte, sur des marchés...) pour sensibiliser et convaincre d'autres personnes à signer.

03.
LES RASSEMBLEMENTS ET MANIFESTATIONS

Vous pouvez organiser une manifestation pour communiquer vos revendications. Un rassemblement avec de nombreuses personnes donne une plus grande visibilité à votre groupe. Ce rassemblement peut se dérouler sur une place publique, devant le lieu menacé ou peut également être mouvant dans la ville.

Le droit de manifester est un droit fondamental. Néanmoins, il est préférable de prévenir ou d'obtenir une autorisation de la commune (en fonction du règlement communal - attention au délai, variable en fonction des communes). Il n'est évidemment pas nécessaire d'être une organisation enregistrée, d'avoir un statut juridique d'ASBL ou autre pour avoir droit à la liberté de manifester. Toute association de fait, tout groupement ou tout·e citoyen·ne a le droit de manifester. La police apprécie néanmoins d'avoir un ou des interlocuteurs de contact.

L'organisation de manifestations devant un conseil communal - surtout si le projet se trouve à l'ordre du jour - est une excellente idée. Selon la position du conseil sur le sujet, vos manifestations peuvent être des actions d'appui qui encouragent les conseiller·e·s à prendre la bonne décision ou des contestations qui les appellent à changer d'avis.

Si le parti majoritaire refuse de vous rencontrer – ouvertement ou en reportant sans cesse les rendez-vous - le moment sera venu d'intensifier l'action.

« Pays vert »

Le 20 septembre 2017, le collectif « Pays vert » a organisé une manifestation pour marquer son opposition à la construction d'une nouvelle route d'accès au parc Pairi Daiza.

Une centaine de personnes se sont rassemblées devant les entrées du parc avec banderoles et pancartes. Ils et elles en ont profité pour distribuer des tracts explicatifs aux touristes du jour.

Le 30 avril 2019, lors du conseil communal devant déterminer la position de la commune quant au projet de nouvelle route, le collectif a accueilli les élu·e·s avec une « manifestation » musicale pour rappeler son opposition.

Collectif Pays vert et collines

04.
LES ACTIONS SYMBOLIQUES

L'action symbolique consiste à mener une action pour relayer de manière visible et créative vos revendications. Une action symbolique peut se dérouler dans différents endroits : dans la rue, dans un lieu public, devant la maison communale ou devant tout autre lieu de rencontre des autorités publiques ou encore sur le lieu menacé. Dans tous les cas, l'objectif est de rendre le problème visible.

Les actions symboliques peuvent prendre des formes très diverses : donnez libre cours à votre imagination !

Vous pouvez par exemple réaliser des affiches et des banderoles affichant vos slogans à placer dans la commune, faire un flashmob (voir ci-dessous), organiser une chaîne humaine sur le tracé d'un contournement routier ou pour encercler un lieu de pouvoir où se prennent les décisions, planter des pommes de terre sur des terres menacées, etc.

Trou d'Haquin / Collectif N931

Wavre & Lustin

Le 13/10/2019, plusieurs centaines d'opposant·e·s au contournement du zoning nord de Wavre ont formé une chaîne humaine sur des tronçons prévus pour le tracé.

A Lustin, le tracé du projet de nouvelle route N931 a été rendu visible par des centaines de ballons rouges gonflés à l'hélium.

Chaîne humaine / Wavre

05.
LES FLASH MOB

Un flash mob est le rassemblement de courte durée d'un groupe de personnes dans un lieu public pour y effectuer une action concertée (généralement une chorégraphie) avant de se disperser rapidement. Organisé souvent au moyen d'Internet, il se déroule dans un espace-temps bien arrêté, codifié par un signal de départ et de fin. Ce type de mobilisation, qui suscite en général surprise et curiosité, marque le public et plaît souvent à la presse.

Puisque le flashmob est un rassemblement spontané qui ne dure que quelques minutes, vous avez moins besoin, comme lors d'une manifestation, d'une autorisation de la part des autorités.

Flashmob – Collectif CHB

Collectif CHB

Le 18 novembre 2018, le collectif CHB organisait le « Trail du second souffle » pour sensibiliser aux conséquences négatives qu'aurait la construction de la liaison entre Cerexhe-Heuseux et Beaufays (CHB donc !) destinée à boucler le contournement autoroutier de Liège.

A cette occasion, de nombreux participants ont réalisé un flashmob en écrivant au sol "Stop béton" avec leurs corps.

Guerre au barrage / Inconnu / Bataille de l'Eau Noire

Couvin – 1978

En Belgique, en 1978, des habitant.e.s de Couvin ont redoublé d'inventivité et de détermination pour lutter contre un projet de barrage menaçant leur vallée: pétitions, chahuts, « visites » et occupations de bureaux d'administrations, campements sauvages, sabotages.... Un bras de fer acharné de neuf mois dont ils sont sortis victorieux.
Le film « La bataille de l'Eau noire » retrace cette saga.

06.
L'ACTION DIRECTE ET LES ACTIONS DE DÉSOBÉISSANCE CIVILE

Le conseil communal a refusé votre demande de rencontre, le collège ne veut pas vous écouter ou votre dernier recours en justice vient d'échouer... et vous avez l'impression que votre campagne est bloquée. Il y a toujours des moments où l'on a l'impression que ça n'avance plus. C'est le moment de faire monter la pression en essayant de nouvelles stratégies.

Les actions directes et les actions de désobéissance civile ont pour objectifs de s'attaquer directement aux problèmes que l'on dénonce et de faire évoluer le rapport de force en votre faveur, ce qui, dans certains cas, implique de ne pas respecter la loi. Elles invitent à distinguer ce qui est légal (l'arsenal des règlementations, des droits de propriété du promoteur, des décisions des pouvoirs publics) de ce qui est légitime (la volonté de la population).

Cela peut consister à retirer les piquets de relevé des géomètres, à s'enchaîner aux arbres, à empêcher l'accès à des véhicules de chantier sur la zone, à empêcher les machines de fonctionner…

On associe souvent ce type d'action à des arrestations. Certes, votre message fera potentiellement plus de bruit si vous vous faites arrêter et l'arrestation peut faire partie de votre stratégie, mais ce n'est pas pour autant l'enjeu de l'action directe (et dans de nombreux cas, cela peut être évité).

Pour aller plus loin: vous pouvez consulter le support de l'association Quinoa: Qu'est-ce que la désobéissance civile et comment préparer une action.

Certaines associations proposent également des formations pour se préparer à mener ce genre d'action comme Quinoa ou Agir pour la paix.

07.
LES OCCUPATIONS OU BLOCAGES

Les occupations ou blocages d'un lieu en lien avec le combat mené sont des tactiques populaires utilisées par de nombreux mouvements sociaux et collectifs citoyens.

On peut par exemple imaginer d'occuper pendant un temps plus ou moins long le site d'un futur chantier (pour attirer l'attention ou pour le retarder), la maison communale (pour empêcher un vote sur un projet), les locaux d'une entreprise liée à un projet…

Pour soutenir l'occupation, on peut aussi déployer d'autres tactiques telles que les *sit-in* (s'asseoir en groupe), les *die-in* (se coucher en groupe), les barrages. Parfois, cela ne requiert même pas d'entrer dans le bâtiment visé. Par exemple, vous pouvez le faire de manière créative devant l'entrée principale, en organisant un débat sur le projet contesté avec des tables et des chaises.

FIAN Belgium

Luttes paysannes

Le Réseau de Soutien à l'Agriculture paysanne (ReSAP) a organisé pendant plusieurs années – à l'occasion des Journées des Luttes paysannes – des actions d'occupation et de plantation de pommes de terre sur des parcelles agricoles expropriées pour des projets de bétonnage.

08.
UNE ZAD OU OCCUPATION PERMANENTE

Une ZAD - pour Zone à Défendre - est une occupation permanente pour défendre un terrain. L'idée est assez simple : impossible de lancer un chantier si des personnes suffisamment nombreuses décident de s'y installer et d'y rester. Cela peut considérablement ralentir un projet.

La plupart du temps, une ZAD se déploie de manière illégale quand les recours et moyens légaux sont épuisés ou risquent d'être inefficaces. Il s'agit d'un moyen d'action politique réellement efficace quand les canaux classiques ne suffisent pas à faire entendre les intérêts citoyens, environnementaux et écologiques.

Trois points importants doivent être pris en considération tant lors du lancement d'une ZAD que tout au long de son existence.

- Tous les terrains ne se prêtent pas à l'installation d'une ZAD : les champs de betteraves en Hesbaye rendent les cabanes des Zadistes très visibles mais limitent les possibilités de jouer à cache-cache avec la police en cas d'intervention. Il faut donc réfléchir sérieusement à ce que le terrain permet ou empêche comme action et imaginer des formes de ZAD appropriées.

- Plus sérieusement, une ZAD suppose un haut niveau d'engagement de certaines personnes prêtes à occuper le terrain pendant des semaines ou des mois et à résister avec leurs corps en cas d'intervention policière. Cette grande motivation doit s'accompagner d'un accord profond sur les objectifs communs. Mieux vaut ne pas annoncer en fanfare le lancement d'une ZAD… et devoir communiquer piteusement sur son abandon un mois après, par suite de divergences sur le type d'actions à mener ou de conflits personnels.

- Enfin, et surtout, le lancement d'une ZAD implique que vont devoir coexister – et même cohabiter – des personnes très différentes et qui ont des expériences de vie et des rapports à l'action collective très variés : les habitant·e·s actuels du lieu, les membres du collectif local, leurs soutiens extérieurs et les ZADistes. La présence en nombre de personnes « extérieures » ou « radicales » au sein de la mobilisation peut « sauver » une lutte à un moment de découragement parmi les opposant·e·s locaux mais elle peut créer des tensions avec des populations locales, potentiellement en accord sur le fond mais pas sur la forme.

Il n'y a pas de recette miracle pour éviter ce genre de problèmes. Seule la discussion en profondeur et en permanence permet de maintenir (et de faire évoluer) le socle commun et le terrain d'entente entre toutes ces composantes et de développer une gamme d'actions où tout le monde peut se retrouver.

Notre-Dame des Landes / François Hubert

Collectif de lutte contre NDDL

Collectif ZAD de Arlon

Inconnu

ZAD

L'exemple le plus célèbre de ZAD est celui de Notre-Dame-des-Landes en France qui, en occupant le terrain depuis 2009, a largement contribué à l'abandon d'un projet de construction d'aéroport.

En Belgique, la Sablière d'Arlon est occupée depuis le 26 octobre 2019. Cette ZAD veut empêcher la construction d'un zoning sur une zone d'intérêt biologique.

CHAPITRE 18

Communiquer avec les médias

La communication avec les médias est également essentielle afin de faire connaître et diffuser vos actions.

Quelques règles et conseils vous aideront à rédiger une invitation, ou un communiqué et à préparer une conférence de presse.

MOTS CLÉS

information, communication, presse

SOMMAIRE DU CHAPITRE

01. Invitation à la presse
02. Communiqué de presse
03. Conférence de presse

Pour informer largement sur votre action et vos objectifs, la presse est indispensable. Encore faut-il qu'elle prête une oreille à ce que vous voulez lui dire. Voici quelques bons conseils pour un travail fructueux avec les journalistes.

01.
INVITATION À LA PRESSE

Une invitation à la presse informe les médias d'un événement à venir, qu'il s'agisse d'une marche, d'un rassemblement ou d'un point de presse. C'est une forme d'invitation : l'objectif est d'éveiller l'intérêt du lecteur ou de la lectrice et de lui donner envie d'y participer.

Quelle accroche en fait l'événement à ne pas manquer ? Inutile de vous perdre en longues descriptions : une page suffit, le but étant d'éveiller la curiosité. Envoyez votre invitation environ une semaine à l'avance. Deux ou trois jours avant l'événement, passez un coup de téléphone afin de réellement « vendre » celui-ci et de vous assurer que les journalistes auront le temps de l'inscrire à leur emploi du temps.

Le document doit comprendre :

- L'identité de celles et ceux qui organisent l'événement ou l'activité, en précisant ce qui le rend intéressant ;

- En quoi consiste l'événement ou l'activité, en indiquant votre accroche (par exemple : « Une action directe non violente ! Des étudiant.e.s et des seniors ensemble à vélo ! »).

Si vous essayez de convaincre une chaîne de télévision ou de radio, veillez à décrire les éléments visuels ou sonores attrayants ;

- Le lieu (nom et adresse) ;

- La date (date et heure) ;

- La valeur médiatique (répétition de l'accroche, pourquoi l'événement compte et pourquoi il est organisé maintenant, résumé du contexte).

02.
COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L.es communiqués de presse correspondent à l'idée que vous vous faites de l'article idéal sur votre événement. Le but est de donner aux journalistes toutes les informations nécessaires pour qu'ils puissent écrire un article, même s'ils ou elles n'ont pas assisté à l'événement. Essayez de vous limiter à une page. Voici quelques règles de base pour élaborer votre communiqué de presse:

- ***Titre*** : spécifiez l'information la plus importante/intéressante, sans dépasser sept à huit mots. C'est le moment où il faut attirer l'attention ;

- ***Paragraphe d'introduction*** : court et doté d'une accroche. Il doit expliquer qui fait quoi, quand, où et pourquoi ;

- ***Deuxième paragraphe*** : approfondit ce qui précède. Il peut comprendre une citation de votre porte-parole principal : fournissez vos informations les plus intéressantes, la phrase

clé et votre histoire la plus captivante (aussi concise que possible) pour marquer l'imagination de celles et ceux qui vous lisent ;

• Dans ***les paragraphes suivants,*** présentez et expliquez la solution : pourquoi vous passez à l'action et comment résoudre le problème ; donnez des informations plus prospectives quant à l'évolution future de ce travail/cette campagne. Utilisez des citations ou des paragraphes supplémentaires pour réitérer le contexte politique et votre requête : Que demandez-vous ? Quel est votre objectif ?

• Ajoutez au besoin un ***lien vers des photos***, si vous disposez de clichés de bonne qualité de l'action.

Une fois rédigé, envoyez le communiqué de presse par courriel de façon individuelle, ou au minimum en utilisant la fonction « copie cachée » (Cci) de manière à ce que les journalistes se sentent interpellés personnellement. Mettez en objet le titre de votre communiqué. Copiez et collez le reste de votre communiqué dans le corps du courriel et apportez des copies imprimées à votre événement.

Pour aller plus loin : des communiqués-types et des exemples sont disponibles dans notre boite à outils.

03.
CONFÉRENCE DE PRESSE

Dans certains cas, il peut être pertinent d'organiser une conférence de presse. Celle-ci permet de réunir différents médias afin de leur présenter un événement ou une analyse en rapport avec l'actualité de votre combat.

Mais, avant de vous lancer, demandez-vous d'abord si ce que vous voulez communiquer aux médias nécessite la tenue d'une conférence de presse. Dans beaucoup de cas, les journalistes préfèrent recevoir l'information par le biais d'un communiqué de presse ou d'un dossier de presse.

Si vous pensez qu'une conférence de presse peut permettre de mieux marquer le coup, il faut encore que les journalistes y viennent et y trouvent matière à rédiger un article intéressant. Pour cela :

• invitez ***nominativement*** les journalistes le plus tôt possible ;

• choisissez un ***lieu agréable, calme et lumineux*** pour que les journalistes puissent travailler à l'aise ;

• vérifiez si une maison de la presse existe dans votre ville : elle pourrait vous aider à organiser la conférence et mettre une salle à votre disposition (mais celle-ci est parfois payante) ;

• pensez à décorer la salle avec les affiches présentant l'événement et soignez plus particulièrement le devant de la tribune afin que le visuel apparaisse sur les photos ;

flickr@Stephen McCarthy

• placez devant chaque intervenant·e un ***carton reprenant le nom et la qualité*** de celui-ci en caractères suffisamment grands pour être lisibles de la salle et sur les photos ;

• sachez que la présence éventuelle de personnalités à votre conférence de presse peut également constituer un appât et un gage d'engagement de la société civile dans toute sa diversité ;

• évitez néanmoins une liste trop longue d'intervenant·e·s (pas plus de 4 ou 5) et limitez précisément le temps de parole de chacun pour éviter les mauvaises surprises ;

• ***allez à l'essentiel*** et essayez de ne pas dépasser 30 à 45 minutes pour votre présentation (les journalistes sont pressés !) ;

• privilégiez les informations concrètes, factuelles… et compréhensibles pour des non-spécialistes :

• si vous le pouvez, réalisez un ***dossier de presse*** reprenant les informations essentielles et les replaçant dans un cadre plus général. Ce dossier devra être distribué à chaque journaliste au cours de la conférence de presse (ou à la fin de celle-ci). Ce détail est important car si les journalistes reçoivent le dossier de presse à l'avance, ils ne feront probablement pas le déplacement !

• prévoyez quand même d'envoyer après la conférence de presse ce dossier sous format numérique aux journalistes présents pour leur faciliter le travail ;

• et envoyez aussi un résumé de ce dossier aux journalistes absents : il faut que les informations soient suffisamment précises et alléchantes pour qu'ils en parlent quand même cette fois-ci… et que cela leur donne envie d'être présents la prochaine fois !

CHAPITRE 19

Elaborer un contre-projet pour l'avenir

Réagir aux reproches d'égoïsme adressés régulièrement aux opposants à un projet est une nécessité évidente. Proposer un projet alternatif est une démarche plus ambitieuse. Sans être propriétaire du terrain, la question n'est pas facile à résoudre.

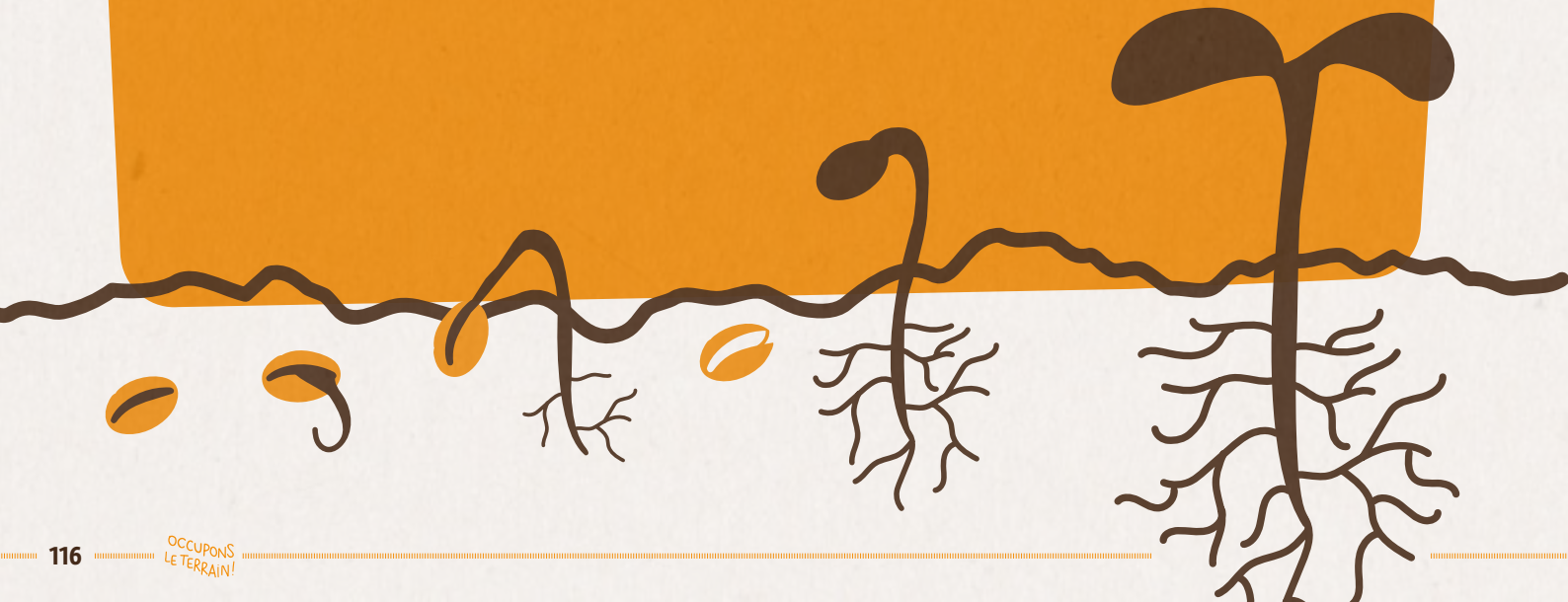
Certaines formules existent et peuvent permettre de contourner les difficultés et d'élaborer un projet sur du plus long terme.

MOTS CLÉS

avenir, futur, durable

SOMMAIRE DU CHAPITRE

01. Quel intérêt à cette démarche ?
02. Quel type de contre-projet ?
03. Comment vaincre les difficultés ?



« Ce sont des Nimby ».

« Ce sont d'éternels mécontent·e·s qui ne savent que critiquer, jamais proposer des choses positives ».

Tout au long de votre action, vous serez confronté·e·s à ce genre de commentaires désobligeants. Evidemment, le plus souvent, ils fleurent bon l'hypocrisie, surtout quand ils viennent de promoteurs ou de responsables politiques.

N'hésitez donc pas à faire remarquer aux promoteurs (qui n'ont pas la réputation de vivre dans des taudis de banlieues industrielles) qu'ils seraient les premiers à faire jouer leur influence si quelqu'un envisageait un jour d'installer un élevage industriel de poulets ou un lotissement de plusieurs centaines de logements « au fond de leur jardin ». Et aux autorités politiques qui dénoncent le « pas au fond de mon jardin » des habitant·e·s qu'elles seraient plus crédibles si elles ne reportaient pas discrètement tant de décisions difficiles en pratiquant le « Pas pendant mon mandat » !

Mais, de manière plus large, pouvoir proposer un contre-projet soutenu par les habitant·e·s parce qu'il répond à leurs attentes, est un sérieux avantage. Evidemment – et nous y reviendrons plus loin - la difficulté surgit immédiatement lors de la conception d'un *contre-projet* : vous n'êtes pas propriétaire du terrain ! Pourtant, au départ, ce n'est pas une raison pour freiner son imagination et son envie d'agir.

01.
QUEL INTÉRÊT À CETTE DÉMARCHE ?

L'intérêt d'un contre-projet est qu'il peut vous permettre de :

- rejeter l'étiquette de Nimby en montrant que vous défendez les intérêts de la population dans une perspective qui va beaucoup plus loin que le fond de quelques jardins ;

- vous adresser à des associations qui défendent l'environnement, le patrimoine, l'agriculture paysanne,... qui peuvent être intéressées par différents aspects de votre contre-projet et qui, dans le cadre d'un travail en commun, peuvent vous permettre de sortir d'un relatif isolement et de mobiliser des soutiens plus larges ;

- obliger les pouvoirs publics à réfléchir plus loin que la rentrée de taxes nouvelles dans le budget communal et à chercher des solutions plus imaginatives au bénéfice de la population.

02.
QUEL TYPE DE CONTRE–PROJET ?

Dans certains cas, le simple maintien d'un terrain utilisé comme zone verte ou agricole est déjà en soi un contre-projet, surtout s'il correspond à une utilisation du site par les habitant·e·s (comme lieu de promenade ou de détente, par exemple).

Une version un peu plus sophistiquée consiste à proposer des aménagements qualitatifs simples, comme l'aménagement de sentiers dans un espace boisé, la (re)création de haies et de petits vergers, l'installation de bancs, la restauration de petits bâtiments existants,...

Des projets plus ambitieux peuvent également être envisagés : création de zones Natura 2000, aide au passage à des cultures bio sur le terrain agricole, relance du maraîchage... allant jusqu'à des modes de protection de vastes espaces (lorsque votre contre-projet est une alternative à des projets de très grande taille, comme des liaisons routières ou des lotissements de plusieurs centaines de logements).

03.
COMMENT VAINCRE LES DIFFICULTÉS ?

Mais comment faire pour développer ces beaux contre-projets sur des terrains dont vous ne possédez pas le premier centimètre carré ? C'est évidemment la question qui fait mal. Mais rien n'est impossible. Plusieurs solutions existent.

Une opposition très forte de la population peut amener un pouvoir communal ou régional à « geler » un terrain. Il restera en « zone d'habitat » au plan de secteur mais il sera lesté de tellement de contraintes (en termes de respect des paysages, de maîtrise des ruissellements d'eau,...) qu'il sera dans les faits inconstructible.

A partir de là, vous pouvez vous contenter de cette situation et promouvoir votre contre-projet de maintien du lieu en l'état. Mais un changement de majorité communale, une décision du pouvoir régional ou encore l'arrivée d'un nouveau projet peuvent remettre la situation en cause.

D'autres formules plus durables peuvent dès lors être envisagées. La première est celle d'un ***échange de terrains***. La commune peut négocier avec le propriétaire du terrain menacé un échange avec un autre terrain dont elle serait propriétaire et où le projet que vous contestez pourrait être reproposé, sous une forme identique ou modifiée. Evidemment cela n'a de sens que si le nouveau terrain n'a guère d'intérêt (en termes d'environnement notamment), si les éventuels riverain·e·s ne sont pas impactés négativement par l'arrivée d'un projet près de chez eux et si le projet que vous combattez n'est pas nuisible en lui-même, quel que soit l'endroit où on voudrait l'installer. Au terme de cet échange, vous pourriez proposer à la commune une association pour développer votre contre-projet sur le terrain initial.

Une deuxième solution consiste à demander à la commune d'introduire auprès de la Région une ***procédure de modification du plan de secteur***, de manière à ce que le terrain passe de la classification en zone « d'habitat » en une autre, du type « agricole », « forestière », « d'espaces verts », « naturelle », « de parc »,... Cette procédure est longue et compliquée et les communes hésitent souvent

à s'y lancer. D'autant plus que ce changement demande une indemnisation du propriétaire qui est ainsi « lésé » puisque la valeur des terres en zone constructible est souvent de 10 à 30 fois plus élevée que celle des terres en zone agricole (et même parfois bien plus !).

Enfin, une troisième solution consiste à ***racheter vous-mêmes le terrain !*** Il est possible qu'après un ou deux refus de permis, le propriétaire se rende compte que l'affaire est vraiment plus compliquée que prévu. Vous pouvez alors l'approcher pour lui expliquer qu'il ne va pas réussir à vendre son terrain à prix d'or à un promoteur mais qu'il pourrait vous le vendre à un prix raisonnable (c'est-à-dire quelque part entre le prix des terres agricoles et celui des terres constructibles).

C'est évidemment une solution qui n'est pas à envisager à la légère car on parle ici de dizaines ou de centaines de milliers d'euros, et parfois encore plus. C'est faisable mais cela demande une capacité de lever des fonds qui ne s'improvise pas. Elle passe généralement par la création d'une coopérative et le lancement d'un appel qui soit capable d'attirer des centaines ou des milliers de candidats. Elle peut passer aussi par une opération de crowdfunding. Mais elle demande surtout l'apparition de gestionnaires capables de travailler avec sérieux dans la durée. Heureusement il existe une série d'associations spécialisées dans l'aide à la création de coopératives qui peuvent épauler un collectif désireux de se lancer dans l'aventure.

flickr@EU_summit2012

Flickr©ValK

CHAPITRE

20

Elargir la vision collective

L'expertise des citoyenn·e·s concernant un projet qui impacte leur lieu de vie est la meilleure arme qui existe face à l'intérêt privé d'un promoteur et sa logique de rentabilité.

Intégrer cette lutte dans un réseau de solidarités entre collectifs, en promouvant la justice environnementale et sociale, en amenant une réflexion sur l'aménagement du territoire, en proposant des outils, et en favorisant les alternatives, c'est l'objectif que veut atteindre le réseau Occupons le terrain.

MOTS CLÉS

réseau, outils, alternatives, solidarités

SOMMAIRE DU CHAPITRE

01. « Ni ici, ni ailleurs »
02. Des inégalités multiples
03. Justice environnementale et sociale
04. Vivre ensemble et alternatives

Votre engagement dans un combat contre un petit ou grand projet inadapté, inutile, imposé ou carrément nuisible pourrait vous mener bien plus loin que ce que vous imaginiez au départ.

Même si les enquêtes publiques et les procédures légales obligent à mettre en avant des arguments architecturaux et urbanistiques, d'autres éléments entrent en jeu très rapidement.

D'une part, l'attachement profond que des personnes ressentent pour leur lieu de vie - que ce soit leur quartier, leur village, leur commune ou leur région - est souvent un moteur puissant qui les amène à vouloir défendre ces lieux quand ils sont menacés de destruction.

D'autre part, dans le cours de l'action que vous mènerez, vous serez certainement confrontés à des questions qui vont bien au-delà de la sauvegarde du « petit bois » et vous serez amenés à y répondre en inscrivant votre action dans une réflexion plus large.

FIAN Belgium

01.
« NI ICI, NI AILLEURS »

Le terme péjoratif de « NIMBY » (Not In My Back-Yard – Pas Dans Mon Jardin) est souvent utilisé par des porteurs et porteuses de projets d'aménagement pour dénigrer les mouvements d'opposition qu'ils et elles rencontrent. Cela leur permet de prétendre que les groupes d'habitant·e·s réfractaires n'agiraient que pour protéger leurs petits intérêts privés tandis que eux, soutenus par la légitimité de la puissance publique, représenteraient l'intérêt général.

Rien n'est plus faux.

D'une part, l'objectif premier des « bétonneurs » et autres promoteurs consiste pratiquement toujours à accroître les bénéfices d'entreprises privées. C'est une logique de rendement à court terme sur laquelle est basée la grande majorité des projets d'aménagement.

D'autre part, si les résistances locales s'ancrent logiquement dans un attachement profond à un territoire, elles conduisent bien souvent les collectifs et les habitant·e·s à affirmer une volonté de réflexion plus globale en vue de défendre un véritable intérêt commun. En témoigne une des phrases/slogans qu'on retrouve régulièrement dans les batailles contre des projets nuisibles : « Ni ici, ni ailleurs ».

Cette phrase exprime beaucoup de choses. Le refus qu'un projet néfaste quelque part soit simplement déplacé ailleurs, avec les mêmes conséquences négatives. La volonté de ne pas camper sur un refus local et de se montrer so-

lidaires de groupes défendant ailleurs d'autres territoires menacés. Et la volonté aussi d'opposer à ce genre de projets néfastes une autre logique de développement et d'autres manières de voir l'avenir.

02.
DES INÉGALITÉS MULTIPLES

Les inégalités environnementales et sociales sont criantes au niveau territorial en Belgique comme ailleurs sur la planète. Pour le dire simplement : dans nos régions, les personnes pauvres et/ou immigrées vivent généralement dans des zones plus polluées (air, eau ou sol), plus exposées aux risques et nuisances (industries, autoroutes, entreprises Seveso), moins connectées à des espaces verts et de moindre qualité paysagère.

Il en va de même pour la résistance aux projets suscitant l'opposition de la population. Lorsque des projets d'aménagements sont annoncés à proximité de quartiers où vivent majoritairement des personnes à haut niveau socio-économique, une opposition est plus rapidement reconnue et prise en compte par les médias et par le monde politique.

À l'inverse, de nombreux projets de « bétonisation » ou de « gentrification » sont eux menés en toute quiétude dans des espaces urbains ou péri-urbains plus paupérisés, où vit une population souvent d'origine immigrée et qui sont délaissés par les pouvoirs publics.

Cette différence de traitement s'explique aussi par une autre inégalité, de type culturel et relationnel : ce sont généralement les personnes qui vivent dans les endroits les plus agréables (ou les moins dégradés) qui ont un accès plus aisé aux outils, ressources et relais qui leur permettent de faire entendre leur voix pour protéger leur cadre de vie.

03.
JUSTICE ENVIRONNEMENTALE ET SOCIALE

En tant que réseau de solidarité entre collectifs, Occupons le terrain veut lutter contre ces inégalités environnementales et sociales. D'une part, en essayant de mettre à la disposition du plus grand nombre les outils et ressources permettant de lutter efficacement contre les projets d'aménagement nuisibles. D'autre part, en développant une réflexion globale sur l'aménagement du territoire afin que tous les projets nuisibles, non seulement ne voient jamais le jour, mais aussi ne se concentrent pas dans des zones où les conditions pour faire exister une résistance sont plus difficiles.

C'est pourquoi OLT cherche à fédérer, renforcer et organiser la multitude de résistances locales afin de faire front face aux logiques de bétonnage, de rendement à court terme et de domination des intérêts privés. Pour que la préservation des cadres de vie, de la biodiversité et des espaces verts ne renforce pas les inégalités existantes, il est essentiel de placer la notion de justice environnementale et sociale au centre de nos combats. C'est ainsi que nous pourrons déjouer la logique de concurrence entre les territoires imposée par les bétonneurs et passer à une solidarité en actes et entre luttes menées depuis les territoires.

04.
VIVRE ENSEMBLE ET ALTERNATIVES

Les luttes de territoire et les résistances aux projets d'aménagement sont aussi l'occasion de réfléchir à des alternatives et de commencer à les mettre en œuvre.

Les participant·e·s aux luttes de territoires sont confronté·e·s aux difficiles défis contemporains. Les collectifs deviennent ainsi des lieux où on apprend à connaître les réalités, les objectifs des promoteurs et des autorités publiques (et les liens fréquents entre eux !). On y réfléchit à un autre rapport à l'environnement, à d'autres manières d'échanger des biens, d'échanger socialement, de faire évoluer le monde.

On y expérimente des manières de faire, de vivre ensemble, en matière d'agriculture, d'habitat, de transports, d'aménagement du territoire. Ce sont des lieux où les gens pensent les biens communs, l'alimentation, l'énergie, la mobilité… à partir de leurs usages et pas uniquement à partir de la logique de profit.

Et, dans leur fonctionnement et leur pratique quotidienne, les collectifs sont aussi des lieux où peuvent se développer d'autres manières de penser et d'agir ensemble, à partir de l'intelligence collective du groupe, de la prise de responsabilités par chacun, de la démocratie directe… Tout cela peut permettre de reprendre confiance en la capacité individuelle et collective, de « comprendre le monde pour le changer ».

Collectif de Perwez

FICHE PRATIQUE 01

Mémo pour organiser une manifestation ou une action publique

01. EN AMONT

- Décider clairement de la cible et de l'objectif visés, ils peuvent être déterminants pour un choix de lieu symbolique

- Constituer l'équipe organisationnelle et attribuer chaque fonction/responsabilité: sécurité, porte-parolat, relations avec les médias et les autorités, photos ou vidéos, sono...

- Jouer la complémentarité avec d'autres associations (participantes et/ou organisatrices) pour démultiplier l'impact

- Délimiter l'itinéraire ou choisir le lieu de rassemblement en tenant compte de la circulation automobile et piétonne mais aussi de la centralité, de l'aspect attractif et / ou pratique, de l'intérêt symbolique ou historique

- Fixer le jour de l'action, son heure de début (ou de départ) et de fin (ou d'arrivée), sa durée approximative

- Toute manifestation qui a lieu dans l'espace public (route, rue, place, rond point, parc ou jardin, pont ou quai,...) est en théorie soumise à autorisation de la commune.

- Délai de réponse : de cinq jours à un mois (parfois très peu de temps avant le jour J).

SOIGNER LA COMMUNICATION

1. Poster sur les réseaux sociaux (avant, pendant, après)

2. Imprimer des tracts et les afficher partout. Viser les endroits en lien avec la cible

3. Envoyer un communiqué aux médias locaux et aux stations de radio

4. Préparer une annonce pour le site et le Facebook d'Occupons le terrain

5. Mobiliser des sympathisant·e·s de la région, faire circuler l'information dans les réseaux associatifs

6. Envoyer un mail avec les informations à contact@occuponsleterrain.be pour faire circuler l'information au sein du réseau

7. Préparer un ou des slogans/ mots d'ordre concis, efficaces et faciles à retenir et à communiquer

PRÉPARER LE MATÉRIEL

1. Penser aux banderoles, panneaux, drapeaux, chasubles, affiches

2. Prévoir une trousse de premier secours, des bouteilles d'eau,...

3. Penser si nécessaire d'identifier l'équipe en charge de l'organisation avec des brassards, des tee-shirts ou des chasubles

4. Penser à l'animation, essentielle pour susciter l'intérêt public: musique, mise en scène, tenues particulières, masques, maquillages...

02. LA VEILLE DU JOUR J

- Envoyer si nécessaire un SMS et/ou un mail à chaque participant·e redonnant l'heure et le lieu de rassemblement, les consignes et les numéros de téléphone de chaque personne ressource
- Rassembler tout le matériel technique et d'action selon son mode d'acheminement

03. LE JOUR J

- Avant de commencer :
  - **1.** Redonner le déroulé de l'opération et son timing à l'équipe de responsables (briefing rapide et précis)
  - **2.** Donner des consignes claires et concises de sécurité, les réponses, les mots d'ordre via le mégaphone (ou micro)
  - **3.** Si besoin, distribuer tracts, autocollants

04. POUR TERMINER

- Faire un retour aux participant·e·s, membres de votre structure, aux associations qui co-organisent
- Au cours d'une réunion ad hoc, détailler la préparation et le déroulement et rédiger une appréciation de ce qui a fonctionné et de ce qu'il faut revoir
- Remercier les médias, les partenaires et les divers interlocuteurs et interlocutrices
- Préparer la suite. Si le but n'est pas atteint, ne pas abandonner ;-)

FICHE PRATIQUE 02

Interpeller les autorités communales

01. ÉCRIRE AUX ÉLU.E.S ET LES RENCONTRER

- Ecrire aux élu.e.s, par courrier papier ou mail, pour leur faire part de votre avis concernant le projet d'aménagement que vous contestez. Les interroger et leur demander une réponse. Inviter les autres citoyen·ne·s à leur écrire également;

- Rencontrer les élu·e·s. De cette manière, vous découvrirez lesquels sont vos allié.e.s, c'est-à-dire celles et ceux qui s'opposeront au projet. Un.e conseiller.e de l'opposition peut interroger le Collège communal pour obtenir des précisions sur un projet lors d'une séance du Conseil communal.

- En tant que conseiller·e (même de l'opposition), il·elle peut déposer une motion pour forcer le conseil communal à se positionner. Vous pouvez lui proposer directement une motion rédigée par votre collectif et les inviter à la déposer. Informez-en les autres citoyen·ne·s pour qu'ils·elles fassent également pression.

02. INTRODUIRE UNE DEMANDE D'INTERPELLATION CITOYENNE

Le droit d'interpellation des conseils communaux est traduit dans la Loi communale : sous certaines conditions, les citoyen.ne.s ont le droit de mettre un point à l'ordre du jour du Conseil et d'interpeller les élu·e·s. Ce droit vise donc à favoriser l'information et l'expression directes des citoyen·ne·s sur des questions d'intérêt communal. Les questions abordées dans ce cadre ne peuvent être d'ordre personnel ou se révéler contraires à l'intérêt général. Elles ne peuvent pas davantage porter sur une question déjà évoquée lors d'une interpellation précédente ou n'apporter aucun élément neuf par rapport à un débat ayant eu lieu précédemment au Conseil communal.

De façon générale, il suffit de constituer un groupe de personnes de plus de 16 ans habitant la même commune et adresser, en son nom, une demande d'interpellation à l'attention du collège. La signature, pour être valable, doit être authentique (pas de fax, pas de signature électronique). Attention, les procédures de recevabilité peuvent varier selon les communes.

Un représentant ou un porte-parole du groupe doit se présenter à la réunion du Conseil. Il y présentera oralement la requête. Là encore, des spécificités existent au sein des différentes communes : certaines permettent des questions/réponses, tandis que d'autres ne font que recevoir l'interpellation. En tout état de cause, il faudra veiller à préparer cette rencontre.

EXEMPLE DE DEMANDE D'INTERPELLATION:

« Madame, Monsieur,
Par la présente, j'introduis une demande d'interpellation auprès du conseil communal de la commune de X. Vous trouverez en pièce jointe le texte intégral de l'interpellation relative au projet XXX et à ses impacts. En vous remerciant de votre attention et dans l'attente de votre réponse que j'espère favorable, je vous prie de recevoir l'expression de mes sentiments les meilleurs ».

Ensuite, écrire votre interpellation: Elle peut contenir des développements de fond mais elle doit surtout inclure une série de questions et aborder clairement les enjeux communaux que soulève le projet (impacts sur les riverain·e·s, le cadre de vie, l'écologie...). Votre interpellation doit se conclure par une demande, par exemple : « Je demande (ou « En tant que citoyen·ne·s de la commune de X, nous demandons ») que le conseil communal s'oppose au projet ». Envoyez la demande assortie de l'interpellation au Bourgmestre et au Collège des Echevins, directement ou via le secrétariat communal, par mail ou par recommandé (renseignez vous sur la règlementation dans votre commune et vérifiez également les délais auprès du secrétariat communal).

03.
QUE FAIRE SI LA DEMANDE EST REJETÉE ?

- Etudiez soigneusement les raisons avancées pour le refus
- Écrivez à nouveau aux élu·e·s et demandez-leur une rencontre
- Trouvez d'autres arguments, en vous informant davantage
- Continuez à informer les autres citoyen·ne·s de l'avancement de votre démarche du collectif;
- Contactez la presse locale pour faire relayer votre voix et votre avis;
- Introduisez une nouvelle demande d'interpellation – renseignez-vous sur le délai à respecter.

04.
QUE FAIRE SI LA DEMANDE EST ACCEPTÉE ?

EN ATTENDANT LE JOUR DE L'INTERPELLATION

- Continuez à informer les autres citoyen·ne·s afin d'en rassembler le plus grand nombre possible le jour du conseil communal;
- Préparez des pancartes et des banderoles pour le jour J, à déployer lors du rassemblement citoyen devant la maison communale;
- Rencontrez les élu·e·s susceptibles de déposer une motion sur le sujet et de la faire soumettre au vote lors d'une séance du Conseil;
- Contactez la presse pour qu'elle soit présente le jour J. Préparez des réponses pour une éventuelle interview des journalistes.

LE JOUR DE L'INTERPELLATION

- Assistez en groupe de citoyen·ne·s au Conseil;
- Respectez la procédure : les citoyen·ne·s doivent rester silencieux lors du Conseil, à l'exception évidemment du ou de la porte-parole lorsqu'il.elle sera appelé·e pour son interpellation;
- Respectez les temps de parole : votre interpellation aura lieu en début de séance. Vous aurez droit à quelques minutes, en général 10, renseignez-vous auprès du secrétariat du Conseil. Le bourgmestre ou son remplaçant aura quelques minutes pour vous répondre. Vous pourrez ensuite terminer le débat par une courte réaction.

FICHE PRATIQUE 03

Les outils du web

Maîtriser la communication web de vos actions et de vos idées est aujourd'hui un enjeu très important pour mettre en valeur votre collectif et attirer de nouveaux et nouvelles sympathisant·e·s.

Cette fiche pratique récapitule les différents outils disponibles (de façon non exhaustive) pour développer votre audience et la portée de vos actions.

Avant de vous lancer tête baissée dans la création d'un site / blog / Facebook / liste etc... pensez à bien à définir vos besoins et vos objectifs afin de choisir l'outil adéquat.

Quelques questions à se poser avant de lancer votre outil :

- Quel public souhaitez vous atteindre : vos membres, de nouveaux adhérents, d'autres groupes avec qui vous voulez tisser des liens ?
- Quel contenu sera fourni par cet outil : des informations générales, des informations locales, une présentation du groupe ?
- Quelle sera son utilité (dialogue : listes de discussions, info : blog/site, infos : réseau social) ?

Voici une présentation non exhaustive d'outils web, testés ou non par nos soins, n'hésitez pas à nous faire des remarques sur leur pertinence !

Nous présentons ici certains outils proposés par Google, car ils sont souvent très pratiques, mais en ayant bien conscience des enjeux et des dangers soulevés par de telles organisations degooglisons-internet.org/#dangers

Nous vous invitons pas ailleurs à prendre connaissance du projet "Dégooglisons internet" et nous vous encourageons à utiliser la plateforme alternative d'outils collaboratifs web proposés par Framasoft, association qui fait la promotion des logiciels libres : degooglisons-internet.org/liste

01. SITE WEB

A. CRÉER UN SITE SIMPLE (BLOG)

Un blog est un site internet permettant de publier facilement et simplement des informations en ligne sans connaissance technique particulière. Il est généralement présenté à la manière d'un journal de bord, les articles se succèdent dans un ordre du plus récent au plus ancien.

Un système de catégories ou de thèmes permet d'organiser le contenu.

Certains modèles permettent également de structurer le site en rubriques en créant des pages qui seront accessibles depuis un menu.

- **PLATEFORME MILITANTE : NO BLOGS**
  noblogs.org

  Plateforme militante non commerciale de création de blogs (attention, plateforme disponible uniquement en italien, anglais et espagnol)

  Exemple :
  nocigeo.noblogs.org

- **BLOGGER**
  www.blogger.com

  Le service de blog de Google.

  - Simple d'utilisation
  - Nécessite une inscription sur Google.

  Exemple :
  collectifantinucleaire84.blogspot.fr

- **PRINCIPALES PLATEFORMES DE BLOGS GRATUITES & SANS PUBS : WORDPRESS**
  fr.wordpress.com

  Le plus complet.

  - Nombreuses présentations possibles (thèmes gratuits)
  - Grosse communauté, forums et entraide entre utilisateurs
  - Beaucoup de possibilités (on s'y perd parfois !)
  - De plus en plus d'options deviennent payantes

Pour en savoir plus sur ces 2 plateformes :
www.notuxedo.com/blogger-ou-wordpress-blog-gratuit

B. CRÉER UN SITE WEB SOI-MÊME

Créer un site web soi-même exige un minimum de connaissances informatiques.

Il faut pour cela créer ses propres fichiers ou personnaliser une application prête à l'emploi (logiciel libre blog ou cms) et les déposer sur un serveur web chez un hébergeur.

Il existe de nombreux tutoriaux sur le net, par exemple :

- www.commentcamarche.net/faq/webmestre-9
- openclassrooms.com/courses/apprenez-a-creer-votre-site-web-avec-html5-et-css3

- **HÉBERGEURS ASSOCIATIFS**

ils garantissent un hébergement libre, non commercial ainsi que la protection des données. Ils coûtent autour de 20 euros/an et offrent l'hébergement de votre site web, des boites mail et des listes de diffusion. Ce sont toutefois de petites structures qui ont peu de moyens et qui peuvent être plus sujettes aux interruptions de services et autres bugs.

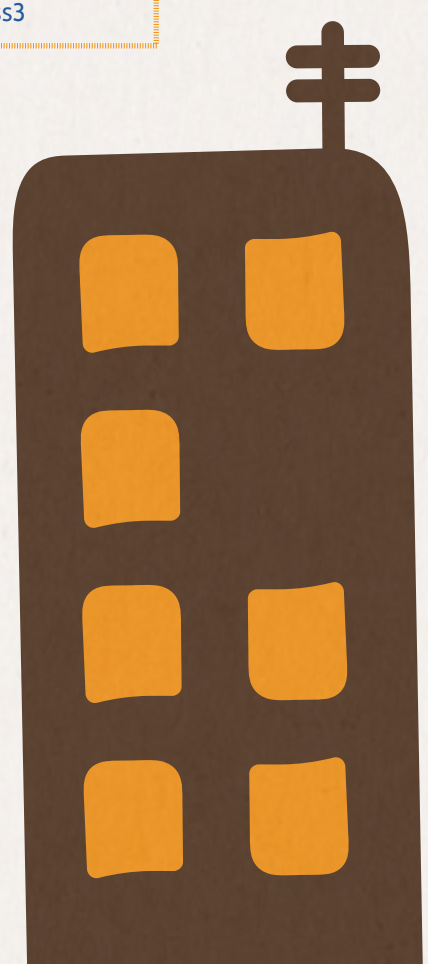
- www.lautre.net
- www.ouvaton.coop
- www.toile-libre.org

- **HÉBERGEURS COMMERCIAUX PAS CHERS**

- www.ovh.com
- www.online.net

En savoir plus :

- www.infowebmaster.fr/heber-geur.php



02. BOÎTES MAILS / LISTES DE DISCUSSION OU DE DIFFUSION

A. MAILS

Il existe de nombreux fournisseurs gratuits de boîtes mails.

Voici quelques hébergeurs militants gratuits ou à prix libre garantissant la confidentialité des données.

- **RISEUP.NET**
- help.riseup.net/fr

Riseup est un collectif qui fournit des outils de communication informatique sécurisés et privés pour les groupes militants. Les inscriptions se font par cooptation ou après validation du projet.

- www.toile-libre.org

En savoir plus sur les hébergeurs de messagerie alternatifs :

https://www.lecreis.org/creis/wp-content/uploads/F08_messagerie_alternative.pdf

Les fournisseurs commerciaux de boites mails gratuits sont nombreux. Ils peuvent poser des problèmes dans le cadre de la confidentialité et de la protection des données. En savoir plus. Parmi les plus courants :

- **FREE**
zimbra.free.fr
- **GMAIL**
mail.google.com
- **MAIL.BE**
www.mail.be

B. LISTES

Les listes mails sont des outils bien pratiques pour animer un groupe et diffuser des informations

LISTES DE DISCUSSION

tou•te•s les inscri•te•s peuvent répondre aux mails et participer à la discussion. La liste peut être privée ou à inscription libre.

LISTE DE DIFFUSION (NEWSLETTER)

permet de diffuser les informations aux sympathisant·e·s. L'inscription est en générale ouverte. L'envoi des messages est réservé à une ou quelques adresses mail.

- **HÉBERGEURS MILITANTS**

- RiseUp.net propose également un service de listes de diffusion (en anglais)

- Plateforme Libre d'hébergement de listes mail à prix libre https://www.sud-ouest.org

- **HÉBERGEURS COMMERCIAUX GRATUITS**

- Ces services gratuits peuvent poser des problèmes de confidentialité concernant la protection des données... En savoir plus

- Google Groupes :

- https://support.google.com/groups/

- https://www.arobase.org/listes/creer-groupe-google-groups.htm

Les listes mails font en général partie des services proposées par les hébergeurs web asssociatifs / payants cités dans la rubrique précédente.

En savoir plus :
Les services de listes ou de groupes de discussion

https://www.arobase.org/listes/creer.htm

03. DIFFUSER DES INFORMATIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux sont devenus des canaux de diffusion d'information incontournables.

Facebook reste le plus utilisé mais d'autres plateformes comme Twitter ou Instagram peuvent être également utiles pour toucher un plus large public

A. FACEBOOK

Pour un groupe, une page Facebook permet de de diffuser facilement des liens, des images, des vidéos, des textes courts.

En savoir plus.

Ex. : www.facebook.com/occuponsleterrain

B. TWITTER

Twitter est un outil qui permet de diffuser des liens ou d'envoyer des messages brefs appelés tweets. C'est également un outil de veille d'information qui permet de s'abonner à des fils d'information et de suivre l'actualité en temps réel.

En savoir plus.

Ex. : www.twitter.com/sdnfr

C. INSTAGRAM

Instagram est un réseau social de partage de photos

En savoir plus

04. FAIRE UNE COLLECTE DE FONDS (CROWDFUNDING)

Les plateformes de financement participatif donnent des outils pour récolter des fonds pour un projet.

Le principe : se fixer un objectif, communiquer sur son projet et activer son réseau pour obtenir des dons, avec ou sans contrepartie.

La campagne est réussie uniquement si le montant fixé est atteint, sinon les contributeurs sont remboursés. Les plateformes prennent généralement entre 5 et 10% de commission.

- LEETCHI **ET** On participe

permettent de collecter simplement de l'argent, sous forme de cagnotte, en quelques clics.

La création est gratuite.

- Ulule

pour le financement de projets créatifs, innovants, solidaires ou à portée citoyenne.

- Paypal

permet de payer en ligne, mais aussi de créer des cagnottes. Aucune commission et aucun frais bancaire.

Nécessaire de créer un compte Paypal pour participer à la cagnotte.

05. PÉTITIONS

Lancer une pétition ou une interpellation en ligne est une excellente manière de débuter une campagne.

Cela permet en effet d'apporter la preuve d'un fort soutien pour votre campagne.

OUTILS DE PÉTITIONS

- www.petitionenligne.be
- www.change.org

OUTILS D'INTERPELLATION EN LIGNE

- www.reclaimhumanrights.net

Plate-forme à disposition gratuitement des collectifs d'"**Occupons le terrain**", permettant l'envoi massif de mails et tweets à destination des décideurs politiques.

Un mail et un tweet type sont préécrits, il ne reste à l'utilisateur qu'à cliquer sur un bouton pour l'envoyer.

Grâce au hashtag commun, tous ces mails et tweets sont comptabilisés ensemble. L'idée est de créer une caisse de résonances pour se faire entendre.

06. PHOTOS / VIDÉOS

A. METTRE SES VIDÉOS EN LIGNE

Pour mettre en ligne et partager des vidéos facilement

- YOUTUBE est le service vidéo de google, c'est la plateforme la plus utilisée
- VIMÉO héberge des vidéos à vocation plus artistique et créative

B. METTRE SES PHOTOS EN LIGNE

Pour mettre en ligne et partager des photos facilement

- FLICKR est un site Internet de partage et d'hébergement de photos qui offre la possibilité de créer des galeries privées ou publiques. (jusqu'à 1 000 Go de stockage gratuit). C'est un service de Yahoo.
- GOOGLE fournit également un service d'hébergement et de partage de photos
- FRAMASOFT fournit un service alternatif d'hébergement de fichiers en ligne : framadrive.org

FICHE PRATIQUE 04

Modèle de communiqué de presse et invitation à la presse

POUR PUBLICATION IMMÉDIATE

DATE :

COORDONNÉES :
[nom], [fonction/organisation], [adresse électronique], [numéro de téléphone portable]

TITRE :
[titre concis et évocateur, rédigé dans un style journalistique]

SOUS-TITRE (facultatif) :
brève description du changement opéré, de la façon dont l'objet du communiqué a changé les choses.

LIEU — Ces 1 à 3 premières phrases constituent une explication légèrement plus détaillée des faits que le titre du communiqué de presse. Ici, vous pouvez spécifier l'objectif et le résultat de l'action.

[CITATION]
Cette citation doit provenir de votre principal.e porte-parole (p. ex. étudiant.e, administrateur.trice ou membre de la communauté) ayant participé à l'organisation de l'événement dont parle ce communiqué de presse [inclure nom et titre complets du ou de la porte-parole]. Cette citation doit clarifier pourquoi cet événement/cette campagne est importante ainsi que son exigence principale.

Après le 3e paragraphe, un peu plus de liberté vous est donnée. Utilisez un 4e ou 5e paragraphe pour fournir des informations de fond sur la campagne. Donnez suffisamment d'informations pour les journalistes n'ayant pas suivi la campagne. Vous pouvez fournir des renseignements d'ordre général. Dans le cas d'une réunion, présentez les participants et les rôles de chacun. Pour un événement, expliquez qui étaient les participant•e•s et le rôle qu'ils et elles ont rempli.

[CITATION] Cette citation doit si possible provenir d'un.e autre organisateur.trice de votre événement ou campagne. Elle doit synthétiser l'objectif, l'impact et l'importance de l'action et fournir des informations plus prospectives quant à la suite du projet.

Le paragraphe final aborde les éventuelles étapes suivantes. Il explique comment l'action, l'événement, la réunion, etc., a changé la situation.

NOTES AU RÉDACTEUR OU À LA RÉDACTRICE

- Si vous souhaitez partager d'autres déclarations, photos ou informations avec la presse, vous pouvez les ajouter ici.

- N'hésitez pas à donner une touche personnelle à votre communiqué ! Les histoires personnelles sont souvent les plus percutantes.

- Établissez la connexion :
expliquez comment le contenu de ce communiqué influe sur l'ensemble du mouvement.

FICHE PRATIQUE 05

Conseils pour organiser un stand

L'objectif d'un stand d'information est bien évidemment d'informer le public au sujet du projet que vous entendez dénoncer, de faire connaître ses dangers et les éventuelles solutions alternatives pour en sortir.

Le public n'étant pas nécessairement au courant, cette action est justement là pour y remédier !

C'est également l'occasion de faire connaître votre collectif auprès du public.

C'est aussi un moyen de donner au public la volonté d'agir à vos côtés !

01. AVANT LA MISE EN PLACE DU STAND

Selon l'évènement et la durée de celui-ci, vous devez vous organiser et vous préparer pour éviter certains désagréments une fois arrivé sur place :

- Prévoyez une « tente » type barnum ou une tonnelle. Vérifier toujours qu'une table et 2/3 chaises soient mises à votre disposition sinon il vous faudra les amener avec vous.
- Si vous le pouvez, choisissez un emplacement stratégique pour votre stand : plus un stand est proche de l'entrée ou de la buvette par exemple, plus vous bénéficierez d'un flux de population important.
- Une nappe en tissu peut être pratique pour cacher les défauts de la table. Si vous n'en avez pas, disposez vos stocks de brochures, de tracts, d'autocollants de manière à les camoufler.
- Ayez toujours plusieurs stylos et de quoi prendre des notes.
- Préparez une feuille d'inscription pour les personnes qui souhaiteraient être tenues informées de la suite des évènements, agir éventuellement avec vous, être invitées à vos réunions...
- Evitez de vous encombrer de choses inutiles. Si vous êtes en ville, généralement, vous allez devoir démonter/remonter l'ensemble du stand chaque jour. Prévoyez donc un lieu de stockage adéquat (local ou maison à proximité) et ne prenez que ce qu'il vous semble essentiel à la bonne tenue de votre stand.

02. POUR LE MATÉRIEL MILITANT

Il faut être visible et rendre votre stand attractif pour donner aux gens l'envie de s'approcher et de venir vers vous.

N'hésitez pas à vous équiper un maximum car il est important de baliser l'espace qui vous est accordé pour votre stand.

• Ayez toujours une banderole avec vous et des affiches : selon la disposition des lieux vous pourrez accrocher soit l'une, soit l'autre, soit les deux.

• Si vous en avez la possibilité, apportez des panneaux d'affichage. Vous pouvez les confectionner vous-même ou demander à certains commerçants des panneaux publicitaires dont ils n'ont plus aucune utilité. Vous pouvez également ramener les pancartes utilisées lors de précédentes manifestations.

Pensez à prendre de la patafix, du scotch et/ou de la ficelle, pour accrocher les affiches sur les panneaux.

N'oubliez pas que le public doit être attiré par votre stand, évitez donc tout ce qui est moche et qui peut détériorer le matériel comme le scotch chatterton pour coller les affiches.

Vous pouvez déposer sur le stand une boîte (ou un cochon tirelire) pour « participation aux frais » ou « soutien ».

Le mieux c'est que la boîte soit accompagnée d'un petit mot « donnez ce que vous voulez, ce que vous pouvez ».

03. PENDANT LA TENUE DU STAND, QUELQUES IDÉES & CONSEILS POUR L'ANIMER

Une bonne animation se doit d'être interactive pour faire passer des messages sans faire intervenir un discours moralisateur qui peut vite s'avérer barbant. Il est important de connaître le mieux possible le public auquel on s'adresse pour pouvoir s'adapter à son niveau de connaissance du projet.

Il est important que les personnes situées derrière la table d'information aient une bonne connaissance du projet et abordent facilement les gens pour leur demander s'ils veulent en savoir plus. N'hésitez pas à imprimer votre pétition et récolter des signatures, c'est une bonne manière d'accrocher les passants.

Si vous avez des tracts annonçant un évènement, n'hésitez pas à les distribuer.

Vous pouvez aussi commander des flyers d'Occupons le terrain si vous souhaitez faire connaître le réseau.

Vous pouvez proposer du thé ou du café (de préférence équitable !) à prix libre et même pourquoi pas installer des fauteuils pour un vrai stand convivial !

Toutes les idées sont bonnes pour être vu et entendu, donc soyez créatif !

04.
ORGANISATION DU STAND

C'est à vous de juger du nombre le plus adéquat de personnes présentes sur le stand : 2 ou 3 personnes est, en général, la meilleure formule, plus peut devenir gênant.

Si vous êtes nombreux et nombreuses, vous pouvez organiser un système de rotation toutes les 2 ou 3 heures.

Il est important de discuter au préalable avec vos camarades de la manière dont va s'organiser le stand. Vous pouvez par exemple mettre 2 personnes derrière la table d'information, 1 personne devant la table pour distribuer les tracts et appeler les gens à signer la pétition en leur expliquant pourquoi vous êtes là.

Si vous ne savez pas répondre à une question du public, ce n'est pas grave : il est préférable d'avouer son « ignorance » en renvoyant vers un spécialiste (donner un contact mail ou téléphonique ou l'adresse d'un site web) plutôt que de raconter des bobards : vous risquez d'être mis à jour et de décrédibiliser le reste du mouvement.

Evitez que le stand devienne le lieu de dépôt des affaires personnelles de toute l'équipe.

05.

QUELLES SONT LES OCCASIONS PROPICES À LA TENUE D'UN STAND D'INFORMATION ?

Votre stand d'information peut se tenir à une date choisie au hasard mais l'idéal est de vous associer à d'autres évènements, comme les festivités locales ou les marchés par exemple, qui rassemblent des centaines voire des milliers de personnes.

Ce sont des occasions à ne pas manquer pour sensibiliser un maximum de personnes.

Les grandes dates de mobilisation pour l'environnement sont également une occasion à ne pas manquer dans la mesure où elles font l'objet d'une bonne couverture médiatique.

Pensez à prendre des photos de votre stand et à nous les envoyer à contact@occuponsleterrain.be.

Nous les relayerons avec plaisir !

PETITE BIBLIOGRAPHIE PROVISOIRE

Vous trouverez dans cette bibliographie des récits inspirants d'autres luttes, surtout en France, mais aussi des ouvrages sous des formes diverses (romans, bandes dessinées, essais politiques, films, ...) pour aller plus loin et connecter les luttes de territoires à d'autres enjeux.

N'oubliez pas d'aller faire un tour sur les sites web et réseaux sociaux des nombreux collectifs en lutte sur nos territoires.

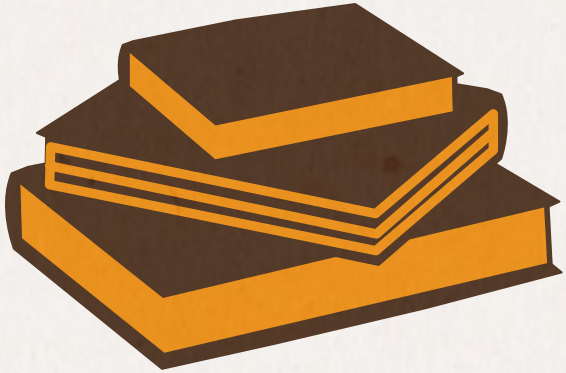
RÉCITS DE LUTTE CONTRE DE GRANDS PROJETS

- **À vol d'oiseaux. Poésie depuis la ZAD de la Sablière,** Conseil Volatile, Le Mot : Lame, 2020.
- **Bure, La bataille du nucléaire,** Gaspard D'allens et Andrea Fuori, Le Seuil, 2017.
- **Contrées. Histoires croisées de la ZAD de Notre-Dame-des-Landes et de la lutte No TAV dans le Val Suse,** Collectif Mauvaise Troupe, L'éclat, 2016.
- **Défendre la Zad,** Collectif Mauvaise Troupe, L'éclat, 2016.
- **Habiter en lutte. Zad de Notre-Dame-des-Landes, 40 ans de résistance,** Collectif comm'un, Le passager Clandestin, 2019.
- **Ni prison, ni béton. Contre la maxi-prison de Bruxelles et son monde,** Collectif Vrije Keelbeek Libre, MaelstrÖm ReEvolution, 2019.
- **Notre-Dame-des-Landes,** Hervé Kempf, Seuil, 2014.
- **Sivens, le barrage de trop,** Marc Laimé et Grégoire Souchay, Seuil et Reporterre, 2015.
- **Asaradura. Notes de voyage contre le TAV : été 2011-printemps 2015,** Sans nom, 2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

- **Désobéir aux grands projets inutiles,** Les Désobéissants, Passager Clandestin, 2016.
- **Éloge des Mauvaises Herbes. Ce que nous devons à la ZAD,** Jade Lindgaard (Coord.), Les Liens qui Libèrent, 2018.
- **Être forêts. Habiter des territoires en lutte,** Jean-Baptiste Vidalou, La Découverte, 2017.
- **La nature est un champ de bataille.** Essai d'écologie politique, Razmig Keucheyan, Zones, 2014.
- **Le monde des Grands Projets et ses ennemis,** Serge Quadruppani, La Découverte, 2018.
- **Le Petit Livre noir des grands projets inutiles,** Camille, Le passager clandestin, 2014.
- **Résister aux grands projets inutiles et imposés. De Notre-dame-des-Landes à Bure,** Collectif Des plumes dans le goudron, Textuel, 2018.
- **Des graines dans la pelleteuse, Actes des Rencontres 2016 des luttes foncières,** Édition Terre de Liens, 2017.
- **Contribution à l'émergence de territoires libérés de l'emprise étatique et marchande. Réflexions sur l'autogestion de la vie quotidienne,** Raoul Vaneigem, Rivages, 2018.
- **La bataille de Notre-Dame-des-Landes. Éléments de langage,** Jean Petit, L'Harmattan, 2015.
- **Où atterrir ? Comment s'orienter en politique,** Bruno Latour, La Découverte, 2017.
- **Géographie de la domination : Capitalisme et production de l'espace,** David Harvey, Amsterdam, 2018.

Une bibliographie plus étoffée sera mise à jour de temps en temps sur le site occuponsleterrain.be.



ROMANS ET BANDES DESSINÉES

- **Il nous poussait des dents de loup,** Laurence BIBERFELD, Court Circuit, 2015.
- **Cent Mille Ans : Bure ou le Scandale Enfoui des Déchets Nucléaires,** Gaspard D'ALLENS, Pierre BONNEAU, Cécile GUILLARD, La Revue dessinée, Seuil, 2020.
- **Rural ! Chronique d'une collision politique,** Étienne DAVODEAU, Delcourt, 2001.
- **La magicienne. Les vieux fourneaux, tome 4,** Wilfrid LUPANO et Paul CAUUET, Dargaud, 2017.
- **La Recomposition des mondes,** Alessandro PIGNOCCHI, Seuil, 2019.
- **La ZAD. C'est plus grand que nous,** Thomas AZUELOS et Simon ROCHEPEAU, Futuropolis, 2019.
- **Plogoff,** Delphine LE LAY et Alexis HORELLOU, Delcourt, 2013.

SITES INTERNET

- occuponsleterrain.be
- Les nombreux collectifs en lutte dans nos régions : occuponsleterrain.be/les-collectifs
- superlocal.team
- www.ieb.be
- www.iew.be
- urbagora.be
- esprad.hypotheses.org/category/luttes-de-territoire
- www.imagine-magazine.com/libre-acces/une-carte-des-luttes-citoyennes-territoriales-et-environnementales
- https://reporterre.net/Carte-des-luttes

DOSSIERS, ARTICLES, REVUES

- **Stop Béton. Le territoire au service de l'urgence climatique et sociale,**
Hélène Ancion, Fédération Inter-Environnement Wallonie, 2019.
En ligne : www.iew.be/stop-beton-le-nouveau-dossier-diew

- **Réduisons l'artificialisation des sols en Wallonie,**
M.-F. Godart et C. Ruelle (Dir.), Conférence Permanente du Développement Territorial, 2019.
En ligne : https://cpdt.wallonie.be/publications/hors-series/hors-series-2

- **De tout bois. Revue de lutte contre le Center Parcs de Roybon,** Nos 1 à 12, 2015 à 2021

- **Dette écologique et extractivisme, Les Autres Voix de la Planète N°67,** CADTM, 2016.

- **Anti-extractivisme et lutte contre les Grands projets inutiles,** Les Z'indigné(e)s ! N°4, Paul Ariès, Golias, 2012.

FILMS, DOCUMENTAIRES, PODCASTS

- Débat aux Rencontres de l'Écologie Politique (oct 2020) :
« La lutte des territoires – Des laboratoires vivants d'un futur désirable »
https://etopiaradio.airtime.pro/rest/media/312/download/BKywPIkNZVbu.mp3

- **Conférence : « Écologie et quartiers populaires, territoires en lutte » :**
https://radioparleur.net/2020/07/17/ecologie-et-quartiers-populaires-conference/

- **À Bure pour l'éternité,** Sébastien et Aymeric Bonetti, Zebras et le collectif Cycl-one, 2014.

- **La Bataille de l'eau noire,** Benjamin Hennot, Yc Aligator Films, 2015.

- **Le Dernier Continent,** Vincent Lapize, A Perte de Vue, 2015.

- **L'intérêt général et moi,** Sophie Metrich et Julien Milanesi, DHR, 2016.

- **Notre Dame des Luttes,** Jean-François Castell, les Films du Rocher, 2012.

- **Pied de biche,** Mathieu Quillet, auto-produit, 2018.

- **Plogoff, mon amour. Mémoire d'une lutte,** Laure Dominique Agniel, Taïpi, 2018.

- **Pour quelques hectares de plus,** Nicolas Vescovacci, France 5, 2016.

- **Tous au Larzac,** Christian Rouaud, Elzévir et Arte, 2011.

To be continued

Nous espérons que ce guide vous aura donné des outils utiles pour vous défendre contre des projets inadaptés, inutiles, nuisibles, imposés... Toutefois, comme le veut l'adage il y a plus dans cent têtes que dans une ! Si des clefs de compréhension, des explications, des chapitres entiers même vous semblent manquer au manuel, écrivez-nous !

Un nouveau manuel pourrait voir le jour à l'avenir et/ou des fiches pratiques pourraient être postées sur notre site. C'est à partir des expériences de luttes collectives que se construira un savoir toujours plus vaste pour occuper le terrain !

DES APPORTS POUR LE GUIDE ?

Votre collectif ou association est interessé par rejoindre le réseau Occupons le terrain?

Contactez nous:
contact@occuponsleterrain.be

Nantes / Collectif Krasny