

TAM-TAM

Rapport de la réunion du 15 mai 2017

1. Présences

ORGANISATIONS	NOM	PRESENT/EXCUSE
Acteurs des Tps présents	Paul Hermant	Excusé
ASM	Manuela Cadelli	Présente
Attac	Fred Mawet	Excusée
Attac	Elise	Présente
Climat et Justice sociale	Francis Taylor	Présent
CNCD	Nicolas Van Nuffel	Excusé
CNE	Felipe Van Keirsbilck	Présent
CSC Bruxelles	Philippe Vansnick	Présent
CSC Wallonne	Tony Demonté	Excusé
Esperanzah	Jérôme Van Ruychevelt	Présent
FDSS	Brigitte Grisar	Présente
Fédération des maisons médicales	Michel Roland	Excusé
FGTB Bxl	Eric Buysens	Excusé
FGTB CG	Robert Vertenueil	Présent
	Estelle Ceulemans	Présente
FGTB wallonne	Aïcha Magha	Présente
Hart Boven Hart	Jan Busselen	Présent
	Luc Deleeuw	Présent
Ligue des familles	Delphine Chabbert	Présente
Médecins du Monde	Pierre Verbeeren	Présent
	Jonathan Hardenne	Présent
MOC	Frédéric Ligot	Présent
Mutualités chrétiennes	Jean Hermesse	Présent
	Pauline Van Cutsem	Présente
Plateforme action santé solidarité	Sebastian Franco	Présent
RJF	François Gobbe	Présent
SAD	Vincent Letellier	Présent
Saw.B	M-Caroline Collard	Présente
Solidaris	Jean-Pascal Labille	Présent
	Fanny Dubois	Présent
Econosphères	Gabriel Maissin	Présent
Tout autre chose	Patrick Jonniaux	Présent
	Jo De Leeuw	Présent
Académiques	Annemie Schaus	Excusée
	Grégoire Wallenborn	Présent
	Olivier Schmitz	Excusé
	Pascale Vielle	Présente
	Marc Zune	Présent

Invités : Data Gueule : Henri Poulain ; Hervé Jacquet et Sylvain Lapoix.

2. Présentation du projet TAM-TAM (Pascale Vielle)

Pascale parcourt la note « TAM-TAM », résultat d'une convergence de réflexions d'un groupe au sein de TAC, d'un groupe initié par Manuela, et d'un groupe d'universitaires.

3. Quels moyens de communication ? (Marc Zune)

Marc présente la panoplie des moyens de communication que nous voulons mettre au service de cette campagne. Les vidéos de type « Data Gueule » en sont un point essentiel, mais à articuler avec l'ensemble.

Discussion générale à l'issue de ces deux présentations

J. Huermesse Nous avons besoin d'un discours commun Nord & Sud

Jan Busselen ok avec le besoin d'un travail ensemble flamands et francophones

Manuela C. Rappelle la démarche choisie : on commence entre francophones, mais on voudrait bien essayer d'élargir si possible et dès que possible

Felipe VK suggère d'éviter de traiter cette question en noir ou blanc. Il faut absolument lancer une campagne coordonnée de résistance, et il faut essayer le plus possible qu'elle soit commune. Mais au besoin, on peut distinguer l'argumentaire de fond, les analyses (très facilement communes) et les diverses formes de communication (pour lesquelles il peut y avoir des variantes)

Jean H. plaide pour qu'on prenne le temps d'associer les organisations flamandes

Gabriel M. plaide pour qu'on ne ralentisse pas le mouvement, et que les collègues de HbH répondent rapidement si cela leur convient

M-Caroline C. que l'on veille à articuler les agendas

JP Labille appuie la méthode proposé par Manuela. Il faut vivre le sens de l'urgence, et ne pas se disputer sur des formules : pour l'essentiel, nous avons des objectifs communs

Il faut aussi articuler la campagne commune avec les agendas et actions de chaque organisation

Enfin, il faut aussi valoriser les alternatives.

Manuella C. Nous devons y croire parce qu'on n'a pas le choix, et ça va réussir parce qu'on y croit

Estelle C. Appelle à absolument travailler sur ce qui nous rassemble

Sur l'objectif d'un travail en commun Nord et Sud, la question est posée à Luk, représentant (avec Jan B.) le mouvement Hart boven Hard.

Luk répond qu'il ne peut pas improviser une réponse avant que HbH ait étudié la question. Mais il rappelle la volonté constante de HbH de collaborer avec les francophones. La récente Grande Parade a encore apporté la preuve de cette volonté. Le débat se poursuit sur ce point en identifiant que

- a. La note doit être traduite en néerlandais, ce sera fait cette semaine
- b. HbH est l'alter ego de TAC, mais la question de l'alliance Nord-Sud ne se réduit pas - loin de là !- au positionnement de HbH : il y a autour de la table des organisations fédérales en elles-mêmes ; et presque toutes les autres ont un « correspondant » en Flandre. Ce sont donc aussi toutes ces organisations qui doivent prendre position.
- c. On peut et on doit donner un peu de temps aux organisations (du Sud et du Nord) pour étudier la question et se positionner. Mais il faut respecter le « sens de l'urgence » et travailler de façon à lancer la campagne en octobre : ensemble si possible, au moins sur les textes de base. En français seulement sinon.

Sur la question de « **valoriser les alternatives** » versus « **attaquer le gouvernement** », le consensus semble clair sur le « texte d'intention » : l'existence d'alternatives désirables et réalistes est à la base de notre mouvement ; mais il ne suffit pas d'affirmer ça : il faut en urgence montrer que le néolibéralisme, et en particulier le gouvernement Michel, ferme la route à toutes ces alternatives et détruit ce qui, dans notre patrimoine social, peut servir de base à un monde meilleur. Enfin : nous pouvons évoquer « des » alternatives, mais nous ne sommes pas dépositaires de toutes les alternatives. On valorise la démocratie : qu'elle serve aussi à débattre des alternatives meilleures parmi toutes celles qui sont possibles !

4. Présentation du langage « Data Gueule »

Henri Historique du programme « Data Gueule » : volonté de développer à France Télévision un nouveau langage, fortement ancré dans l'utilisation des données objectives et sourcées, mais avec un parti pris militant de clarté du discours et de radicalité des formes.

Sylvain auteur, journaliste, expose la nature politique du projet avec une option basée sur les faits. Déconstruction intellectuelle et culturelle des indicateurs et des « problèmes », inventés par ces indicateurs. Avec l'objectif de mettre en doute l'autorité « naturelle » des chiffres

Les collègues de l'équipe Data Gueule montrent alors 3 courtes vidéos, accessibles sur la [chaîne You Tube](#) :

Présentation 1

Titre : [Migrants - mi-hommes](#). Langage : Motion Design

Présentation 2

Titre : [Dominique Bourg](#). Langage : Interview augmentée

Présentation 3

Titre : « [Le mythe de l'assistanat](#) ». Langage : Motion Design complétée par une interview

Chaque capsule est accompagnée de 2 autres apports

- Sources nombreuses consultables
- Espace de commentaires & échanges

Discussion sur les types de langage

Estelle C. Dispositifs efficaces. Mais quels canaux de diffusion ? Va-t-on cibler le gouvernement. (messages de « propagande » interdits à la RTBF)

Delphine Ch. Quel public est touché ? Comment parler à la jeunesse ? Comment sortir du jargon

Data Gueule :

- 80% des visions Data Gueule touchent des moins de 25 ans
- puis les jeunes « prescrivent » à leurs parents et élargissent l'audience
- y compris en milieux populaires ou précaires
- licence créative commons, réutilisation dans des collectifs, à l'école, etc.
- canal de diffusion essentiel = You Tube - Attention tout doit rester en Creative Commons, ne pas monétiser. Et chaque organisation peut insérer ces capsules dans ses propres sites.
- y compris communication sur mobile
- rem : You Tube est aujourd'hui un média mais aussi un terrain de lutte
- nombreuses séances (entre amis) de visionnage collectifs

Pascale V. l'équipe de Data Gueule a-t-elle déjà mis son savoir-faire au service d'une campagne ?

Henri oui, on a déjà fait des vidéos pour des ONG, dans 2 types de modalité : objectif politique général et carte blanche pour la forme, ou un texte assez défini que

Data Gueule met en image. Mais ce qui ne marche pas c'est de tout vouloir mettre en forme collectivement. Sylvain défend une « écriture émergente » : la recherche sur la forme amène des surprises qui rendent le récit surprenant. Les « experts » doivent fournir quantité de données, mais faire confiance à l'équipe Data Gueule qui n'est pas là uniquement pour mettre en forme

- Elise il faut penser aux outils de l'éducation permanente pour amplifier l'impact. Utiliser ces outils dans nos organisations !
- Manuela C. besoin d'ajouter la mobilisation dans la rue. Référence à Judith BUTLER. Il faut bombarder massivement le gouvernement et le néolibéralisme
- Sylvain importance de créer un outil **commun** et pas une campagne revendiquée par des dizaines de copropriétaires
- Alice utiliser l'humour pour parler à un public belge. **Réponse** : c'est possible. Mais danger d'arrêter trop vite la dénonciation pour passer tout de suite à la blague ou à l'ironie. Ambition de s'adresser à l'intelligence, pour ne pas s'arrêter à la simple « sensibilisation » qui ne prêche que les convaincus. Montrer l'absurdité du système, mais assumer la rigueur et le sérieux politique des propos
- Aïcha va-t-on au-delà de la déconstruction du style Data Gueule, et aller jusqu'à la proposition ? On est **pour** quoi ?
- Pauline VC pouvez-vous travailler en une autre langue ?
- Sebastian F. quel est le succès des vidéos Data Gueule ? Sur quels thèmes ? Avec quelles possibilités de mobilisation ? Quel lien avec les politiques européennes ?

Sur la 3^{ème} question de Sebastian, Pascale rappelle le projet : l'UE fait largement partie du problème, mais la cible de la campagne c'est le gouvernement Michel, aussi dans ses responsabilités européennes.

Data Gueule Sur le rythme : les programmes qui fonctionnent le mieux ont besoin d'une publication hebdomadaire pour faire vivre la chaîne You Tube. Mais ici, ça dépend surtout des communautés d'organisation mobilisables (par les mutus, les syndicats, les ONG...).

Sur le succès : selon les capsules, entre 100.000 et 1.000.000 de vues, avec un très bon « watching time » : la grande majorité des gens regardent jusqu'au bout.

Sur la traduction : c'est possible, mais c'est loin d'être un simple doublage, il faut refaire une nouvelle vidéo. Le coût de cette seconde version est d'environ 25% d'une vidéo.

Felipe Dans notre cas, nous devons penser le rythme globalement : notre but c'est une campagne politique, pas de lancer une chaîne You Tube. Sur chaque thème

(7 au départ), on doit mettre à l'agenda une brochure militants, un journal grand public, des débats, un rassemblement... Et on doit « durer » 9 mois !

Grégoire W. il faut rendre visible le fil conducteur entre les 7 capsules.

Pascale les 6 paragraphes du texte d'intention (page 3) donnent le fil rouge

Associer prévisibilité de notre agenda de mobilisation et imprévisibilité de nos irrptions dans le public.

5. Conclusions

L'assemblée remercie les collègues venus de Paris, et dont le travail (et les arguments) ont fait forte impression. Plusieurs organisations présentes répètent leur confiance et leur conviction dans les nécessités et l'urgence de mener cette campagne en commun et sans délai.

On clarifie bien que dès à présent la note (dans ses deux versions : Fr et Nl) est d'ordre public et peut être diffusée largement à des groupes, organisations et réseaux potentiellement intéressés. Dans cet esprit, on convoquera une Assemblée Générale ouverte à toutes les organisations en juin. La date du **jeudi 21 juin fin de journée** est avancée. Avant cela, vérifier le financement et la coordination. On attend les réponses des engagements pour le **10 juin**

La réunion se termine sur le constat du besoin d'une équipe qui assure la **coordination du projet** en terme de publications, de calendrier, de création de réseau et du langage. Jérôme, au nom de l'asbl Z, fait offre de service, tout en posant la question des moyens disponibles pour avancer. Un groupe technique sera réuni très rapidement pour présenter une proposition détaillée.