

## Quel est le but de cette brochure et à qui s'adresse-t'elle ?

Le réseau de Solidarité de Seattle (Seattle Solidarity Network ou « SeaSol » pour faire court) est une – petite mais croissante – organisation d'entraide de travailleurs, travailleuses et de locataires qui se bat pour des revendications spécifiques en utilisant l'action directe collective. Fondée fin 2007 par des membres des Industrial Workers of the World (IWW), SeaSol fonctionne sur la base de la démocratie directe, du seul bénévolat, sans autorité centrale, et sans source régulière de financement à l'exception de petites cotisations individuelles. Nous avons réussi à mettre en échec une grande variété d'abus de la part d'employeurs et de propriétaires, parmi lesquels le vol des salaires, la négligence de propriétaires sans scrupules, le vol de cautions, des honoraires exorbitants, et les poursuites abusives.

Nous avons reçu beaucoup de demandes ces derniers mois de la part de personnes dans d'autres villes qui veulent démarrer quelque chose de semblable à SeaSol là où elles vivent. Notre objectif dans cette brochure est de décrire, à l'intention de celles et ceux qui essaient de construire quelque chose de semblable, notre expérience de ce qu'il a fallu mettre en oeuvre pour lancer SeaSol et pour continuer à le développer.

Veuillez noter que nous écrivons cette brochure en tant qu'individus, et non pas au nom de l'organisation.



# Table des matières

<b>1</b>	<b>Définir le champ d'action</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>Conditions préalables</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>Démarrer une lutte</b>	<b>11</b>
<b>4</b>	<b>Revendications</b>	<b>17</b>
<b>5</b>	<b>Stratégie</b>	<b>23</b>
<b>6</b>	<b>Une classification des tactiques</b>	<b>25</b>
<b>7</b>	<b>Les réunions</b>	<b>37</b>
<b>8</b>	<b>Mobiliser</b>	<b>41</b>
<b>9</b>	<b>Structure et capacité d'organisation</b>	<b>43</b>
<b>10</b>	<b>L'organisation sur le lieu de travail et d'habitation</b>	<b>47</b>



## ★ Chapitre 1

# Définir le champ d'action

Dans cette partie, nous traitons des difficultés qu'il y a à définir le champ d'action d'un projet de réseau de solidarité à ses débuts.

La première étape du lancement d'une organisation est de décider à quoi elle sert. Lors du démarrage de SeaSol, nous avons tenu à en définir le champ d'action de manière très large, et cela s'est avéré être l'un de ses principaux atouts. Le mois dernier, nous nous battions contre une agence immobilière sur les frais de remorquage. Aujourd'hui, nous nous battons contre le propriétaire d'un restaurant pour des salaires impayés. Le mois prochain, nous pourrions nous battre contre une banque, une compagnie d'assurance ou une administration scolaire.

Parce que les personnes sont tellement habituées à s'organiser autour d'une seule question, quand nous avons commencé, il était difficile pour certains et certaines de se faire à l'idée d'une organisation qui ne traite pas seulement des questions de travail ou seulement des problèmes de logement, mais aborderait les 2 questions, et au-delà. Il y avait aussi l'envie de limiter le champ d'action du projet à seulement certains secteurs de la classe laborieuse, comme les plus pauvres parmi les pauvres, les travailleurs et travailleuses d'industries<sup>1</sup> spécifiques, ou des quartiers spécifiques au sein de la ville.

Plutôt que de devenir des spécialistes, nous avons tenu à maintenir un champ d'action large et souple. Tout travailleur, toute travailleuse ou locataire dans la région de Seattle peut rejoindre et amener sa lutte au [réseau] SeaSol. Cela nous aide à attirer le plus de personnes possible, et à maintenir un flux constant d'action. Cela signifie qu'au lieu de développer des

---

1. le terme *industrie* renvoie à la branche d'activité, et non uniquement à l'industrie lourde ou manufacturière

identités en tant que militants et militantes du logement, du ou de l'industrie, nous construisons un sentiment de solidarité de classe large. Cela signifie également que, comme militantes et militants ayant lancé le projet nous n'avons pas dû nous voir comme quelque chose de séparé du groupe que nous voulions organiser. Nous faisons partie de ce groupe.

## ★ Chapitre 2

# Conditions préalables

Dans cette partie, nous expliquons les éléments essentiels dont nous avons eu besoin pour être en mesure de lancer SeaSol.

Les personnes qui veulent savoir comment SeaSol a démarré demandent souvent si nous avons un financement, si nous avons un bureau, ou si nous avons de grandes connaissances juridiques. Nous n'avons aucune de ces choses, et nous n'avons pas besoin d'elles. Cependant, il y avait quelques choses de base dont nous avons absolument besoin pour le faire fonctionner, et elles sont probablement toutes aussi essentielles pour quiconque veut construire un réseau de solidarité ailleurs.

★ Un ou deux organisateurs ou organisatrices solides. De tous les éléments essentiels, celui-ci tend à être le plus difficile à trouver. Sans cela, tout nouveau réseau de solidarité est condamné. D'autres militants ou militantes peuvent aller et venir, mais il doit y avoir au moins quelques-unes ou quelques-uns qui soient extrêmement dévoués au projet, compétents, auto-organisés, capable de consacrer beaucoup de temps au travail à effectuer, et prévoyant de s'y coller pendant au moins quelques années. Au SeaSol, cela a aidé que certains et certaines aient aussi des expériences préalables en terme de pratique organisationnelle.

★ La capacité à rassembler au moins 15-20 personnes. Cet élément semble évident, mais les personnes qui font leurs premiers pas dans la pratique organisationnelle surestiment presque toujours combien de personnes elles peuvent mobiliser. Faire venir 15 personnes à une action nécessite généralement d'arriver à ce qu'environ 25 personnes vous disent : « Oui, je serai là. »

Pour les premières actions de SeaSol, avant que nous ayons mis en place une chaîne téléphonique, nous avons juste dû essayer de mobiliser au sein de nos amiEs, des amiEs de nos amiEs, des membres des IWW et des personnes connectées à d'autres organisations préexistantes. Nous avons également envoyé des courriels à quelques listes anciennes qui subsistaient de projets radicaux morts du début des années 2000. Notre première invitation à l'action était la seule chose excitante qui était sorti sur certaines de ces listes depuis très longtemps, ce qui a probablement contribué à ce que nous avons par la suite considéré comme une excellente participation, à savoir 23 personnes.

★ La capacité de toucher et de trouver des travailleurs, des travailleuses et des locataires qui ont des conflits avec leurs patrons et propriétaires. SeaSol l'a fait en mettant des affiches dans les arrêts de bus. Consultez la partie « Démarrer des luttes » qui suit pour plus de détails.

★ Certains détails logistiques : Lancer un réseau de solidarité nécessite très peu d'argent. Vous aurez besoin d'un endroit pour se rencontrer, mais il n'est pas nécessaire de louer un local. Nous avons tenu des réunions au domicile de l'organisateur toute la première année de SeaSol. Vous aurez besoin d'un numéro de téléphone qui donne sur une messagerie vocale – nous ne cherchons pas à être « en ligne » chaque fois que le téléphone sonne (nous ne sommes pas des travailleurs et travailleuses sociaux/socials payés!). Nous utilisons un service de messagerie vocale gratuite qui envoie les messages à notre liste de courriers électroniques interne. Vous aurez également besoin d'une adresse email, d'un site Web, et quelqu'unE avec une capacité de conception graphique décente pour faire des affiches et des tracts.

★ Un plan pour la mise en route. Vous pourriez être tenté de lancer votre réseau de solidarité en invitant publiquement tous les militants et militantes intéressés à une première rencontre. C'est probablement une erreur. Lorsque l'orientation du projet n'a pas encore été fermement établie dans l'action, il est très facile que cela parte dans tous les sens. À ce stade



précoce, si vous tenez une grande réunion en faisant appel à des personnes avec une grande variété d'idées et d'objectifs différents, vous êtes susceptible de susciter beaucoup de confusion et de conflit, et pas beaucoup d'action. Au SeaSol, notre petit groupe initial de militants et militantes ayant des vues similaires ont passé plusieurs mois à coller des affiches et à gagner quelques combats avant que nous ayons annoncé publiquement nos réunions, ou tenu tout événements publics autres que les actions.



## ★ Chapitre 3

# Démarrer une lutte

Dans cette partie, nous décrivons comment nous avons trouvé des personnes en conflit avec leur employeur ou leur propriétaire et les avons amenées à prendre part à des campagnes de SeaSol.

### 3.1 L’Affichage.

Dès le début, notre principal moyen de trouver de nouvelles personnes ayant des conflits de travail ou locatifs a été de coller des affiches sur les poteaux téléphoniques. Nous les avons surtout affichées dans les quartiers populaires ou dans des zones économiques où un grand nombre de personnes travaillent. Les endroits les plus efficaces pour les coller semblent être autour des arrêts de bus à fort trafic. Quelqu’unE qui est debout en train d’attendre le bus est plus susceptible de prendre le temps de lire une affiche que quelqu’unE qui passe en marchant.

Nous gardons le contenu de nos affiches extrêmement simple et direct. Parce que nous voulons obtenir des luttes que nous pouvons gagner avec notre taille et notre force actuelle, nos affiches listent des problèmes spécifiques auxquels nous pensons que nous pouvons potentiellement faire face : « salaires impayés », « Caution volée ». Si quelqu’unE est actuellement confrontéE à l’un de ces problèmes, ces mots sont susceptibles d’attirer son attention.

L’Affichage constitue une forme « passive » de sensibilisation, puisque nous laissons au travailleur, à la travailleuse ou locataire arnaquéE le choix de nous contacter pour demander notre aide, au lieu de les approcher directement. Nous faisons cela pour une raison : les personnes qui ont pris l’initiative de

nous contacter sont plus susceptibles d'être des personnes qui sont prêtes à jouer un rôle actif dans la campagne. De plus, du fait qu'ils et elles nous ont contacté, et non l'inverse, il est plus facile pour nous d'insister sur certaines conditions en échange de notre soutien. Par exemple, ils et elles devront participer activement à leur propre combat, et ils/elles auront à se joindre au réseau de solidarité et à s'engager à se mobiliser aussi pour les autres. C'est notre contrat, c'est à prendre ou à laisser.

Obtenir des contacts au moyen d'affiches n'est pas facile. Au début du SeaSol, il y avait des doutes quant à savoir si quelqu'unE nous appellerait jamais. Nous avons commencé par passer plusieurs semaines à travailler et à discuter du texte et du design, pour deux versions différentes, l'une pour les problèmes avec les patrons et l'autre pour les problèmes avec les propriétaires. Ensuite, nous avons probablement collé près de 300 affiches avant que nous ayons eu notre premier appel. Elles étaient déchirées donc nous avons dû les remettre à nouveau.

Il ya certainement des personnes qui se font avoir dans votre ville. Ne vous découragez pas si elles ne vous appellent pas tout de suite. Si vous continuez encore et encore à afficher dans beaucoup d'endroits différents et ne recevez toujours pas d'appels, pensez à retravailler votre affiche. D'après notre expérience, les affiches les plus efficaces ne ressemblent pas à de la propagande anarchiste. Essayez de les mettre sur papier de couleur vive, et assurez-vous que les mots clés (« salaires impayés ? », « Caution volée ? ») apparaissent clairement et de manière visible à une passante ou un passant occasionnelLE.

### 3.2 Recevoir un appel et mettre en place la première réunion.

Quand quelqu'unE nous appelle au sujet d'un conflit avec son employeur ou un propriétaire, le ou la secrétaire-de-la-semaine de seasol écoute la messagerie vocale et le ou la rappelle. Le ou la secrétaire pose des questions, écoute brièvement

son histoire, explique en quoi consiste notre groupe, et si cela est compris, met en place une première rencontre avec lui/elle, le plus souvent dans un lieu public comme un café. Lors de ces réunions initiales, nous visons à ce qu'il y ai au moins deux, et pas plus de quatre membres de SeaSol présents, l'un ou l'une au moins étant un organisateur ou une organisatrice dévouéE ayant une certaine expérience.

### 3.3 Agiter – Eduquer – Organiser

Lors de cette première rencontre, nous passons par les étapes organisationnelles classiques qui sont « agiter – éduquer – organiser ».

« Agiter », dans ce cas, ne signifie pas faire un discours. Cela signifie écouter son histoire (même si il/elle l'a déjà dit au téléphone) et poser des questions pour faire ressortir exactement la manière dont les injustices affectent sa vie. En en parlant [les personnes] « s'agitent » elles-mêmes – en d'autres termes, elles font ressortir les forces émotionnelles qui leur ont donné envie de nous contacter en premier lieu. La réponse émotionnelle au fait de se faire marcher dessus est souvent extrêmement puissante, mais la plupart du temps les personnes enterrent ces sentiments au fond de leur esprit pour supporter le quotidien. A ce moment, tout doit ressortir. C'est seulement alors qu'elles seront prêtes à faire face à l'idée peut-être inconnue et effrayante de riposter en utilisant l'action directe.

L'étape suivante, « éduquer », signifie l'aider à comprendre comment quelque chose pourrait être faite au sujet de sa situation grâce à l'action collective directe. Nous faisons cela en décrivant brièvement comment nos campagnes d'action fonctionnent, à partir d'exemples réels. Nous lui donnons une idée de ce à quoi ressemblerait sa première action (le dépôt en groupe de la revendication). Nous ne lui racontons pas de conneries ou ne lui promettons pas que nous allons gagner son combat, mais nous lui donnons un aperçu de la stratégie sur laquelle se fonde nos campagnes, et pourquoi elle réussit

généralement. Nous devons également expliquer brièvement les autres éléments clés dont il/elle a besoin pour comprendre SeaSol, en particulier le fait que nous sommes toutes et tous bénévoles et que nous ne sommes pas un cabinet d'avocatEs ou un service social.

Enfin, « Organiser » signifie entrer dans les tâches spécifiques, pratiques que nous attendons de lui/elle. Peut-il/elle nous aider à tirer de ses problèmes une revendication spécifique pour laquelle nous pourrions lutter (voir la section « Demandes » pour plus de détails) ? Si nous luttons pour elle/lui, serait-elle/il capable et désireux/ses de venir à nos réunions chaque semaine pour prendre part à la planification ? Serait-il/elle prêtE à devenir membres du réseau de solidarité, à recevoir des appels téléphoniques fréquents pour des actions en faveur des autres travailleurs, travailleuses et les locataires, et s'engager à participer quand il ou elle le peut ?

### 3.4 Décider de mener la lutte

Nous terminons la première réunion en faisant un plan à suivre avec lui/elle, généralement par téléphone, une fois que SeaSol en tant que groupe a eu la chance de décider si nous allions mener la lutte. Nous votons normalement sur ce point (à la règle de la majorité) lors de notre réunion hebdomadaire. Si c'est vraiment urgent, nous utilisons un processus de consensus passif appelé la « règle des 24 heures » en envoyant une proposition à notre liste d' e-mail à plus fort débit. Si personne ne s'y oppose dans les 24 heures, la proposition passe. Mais la situation est rarement assez grave pour exiger ce processus, et il est pratiquement impossible de l'utiliser pour prendre des décisions difficiles (puisque nous n'aurons pas de consensus), donc en général une décision à prendre sur un combat peut attendre de la réunion hebdomadaire. Nous nous assurons de ne pas inviter la personne (ou les personnes) demandant un soutien à assister à cette réunion – sinon on ne serait jamais capable de dire non.

Nous utilisons trois critères principaux pour décider s'il y a lieu de mener une lutte : La lutte est-elle suffisamment convaincante pour motiver nos membres et sympathisantes et sympathisants ? Les travailleurs, travailleuses ou locataires touchés sont-ils/elles prêts à participer à la campagne ? Et, peut-on gagner ?

Nous considérons la gagnabilité comme une relation entre deux facteurs : dans quelle mesure il est difficile pour le patron/le propriétaire de céder à notre demande, relativement au mal que nous pouvons leur faire. Par exemple : considérons un restaurant qui doit à son ancien plongeur 500 \$ en salaires impayés. Le restaurant dispose d'un seul endroit, et il est dans un quartier touristique, où les clients potentiels ne sont pas particulièrement fidèles à un restaurant en particulier. Il a des problèmes de trésorerie.

Dans quelle mesure est-il difficile pour lui/elle de céder ?

Il a des soucis d'argent, de sorte qu'il pourrait être un peu difficile pour lui de réunir les 500 \$. D'un autre côté, c'est toujours une question de priorités, et 500 \$ n'est pas une tonne d'argent pour une entreprise. Si l'on fait assez pression sur le patron, il semble probable qu'il puisse les sortir.

Dans quelle mesure pouvons-nous lui faire du mal ?

Notre capacité à porter préjudice à un patron ou un propriétaire varie de « nous pouvons le mettre dans l'embarras », ce qui est faible, mais encore parfois utile, à « nous pouvons le mettre en faillite », ce qui est généralement la plus forte menace que nous pouvons faire. Dans le cas du restaurant utilisé dans cet exemple, avec quelques mois de piquetage de week-end agressifs nous aurions probablement pu les mettre en faillite. Après avoir apprécié la difficulté de la revendication par rapport au préjudice que nous pouvions lui faire, nous avons décidé que c'était un combat gagnable. Il s'est avéré que le propriétaire du restaurant, après avoir traversé les cinq étapes

du deuil (déli, colère, négociation, dépression, acceptation), a décidé qu'il ne voulait pas savoir si l'on pouvait le mettre en faillite, et le plongeur été payé.

Quand on ne pense pas qu'on puisse gagner une lutte (ou qu'on n'en a pas la capacité, et avons trop de luttes en cours déjà), nous ne la menons pas. Passer de victoire en victoire maintient le groupe sous tension et en pleine croissance. S'enliser dans des combats ingagnables ferait le contraire. A mesure que notre force grandit, les luttes qui sont à l'heure actuelle vouées à l'échec deviendront potentiellement gagnables à l'avenir.



## ★ Chapitre 4

# Revendications

Dans cette partie, nous traitons de la formulation et de la transmission des revendications

### 4.1 La formulation de la revendication.

Avant que nous puissions décider si un combat serait gagnable, nous avons besoin de savoir exactement ce pour quoi nous devrions lutter. C'est quelque chose que nous devons faire émerger lors de la réunion initiale. Habituellement, quand quelqu'unE nous rencontre pour la première fois, il/elle a un problème avec son patron ou propriétaire, mais il/elle n'a pas encore de revendication. Nous devons l'aider à trouver une revendication claire, précise, correcte qui puisse être communiquée au patron ou au propriétaire, en leur disant exactement ce que nous attendons qu'il fasse pour résoudre le problème. La revendication doit être aussi simple et concise que possible. Parfois, il est nécessaire d'inclure des exigences multiples, mais cela ne peut pas être une énorme liste interminable. Si la revendication n'est pas simple, juste et suffisamment convaincante, nos propres personnes ne la comprendront ou ne se sentiront pas assez fortes pour se mobiliser et lutter pour elle. Si ce n'est pas assez précis, nous allons nous retrouver avec une confusion quant il s'agira de savoir si oui ou non nous avons gagné.

Voici un exemple de revendication mal formulée à donner à un propriétaire : « Régler les problèmes en cours concernant l'humidité et les moisissures qui ont jusque là être ignorées. »

Le principal problème ici est que ce n'est pas précis. Comment saurons-nous que « les problèmes en cours » ont été « réglés » ?

Voici une meilleure version : « Réparer les fuites dans la cuisine et les plafonds du salon, qui causent des dégâts des eaux et de la moisissure. »

C'est clair et précis. Il n'y aura pas beaucoup de place pour le doute quant à savoir si oui ou non cela a été fait.

## 4.2 Mettre la revendication par écrit.

Lorsque nous présentons nos revendications, nous le faisons toujours en remettant une lettre de revendication écrite. Si nous devons présenter nos revendications verbalement, nous pourrions nous retrouver enlisés dans un échange d'arguments avec le patron ou le propriétaire, ce qui serait source de confusion et de retard. La présentation des revendications par écrit nous aide à éviter ce problème, et elle permet également au groupe de décider démocratiquement quel message exactement nous voulons faire passer au patron ou au propriétaire, sans grand risque de confusions ou d'erreurs de communication.

Évidemment, le travailleur, la travailleuse ou locataire affecté(e) (ou un groupe d'entre eux/elles) doit être impliqué(e) dans le processus d'élaboration de la lettre de revendications et il/elle doit être en accord avec la version finale sur laquelle nous nous basons. Toutefois, cela ne veut pas dire que nous le laissons écrire quoi qu'il veuille. La lettre de revendication est signée au nom du réseau de solidarité dans son ensemble, donc nous devons faire en sorte que ce soit quelque chose que nous soyons prêts, en tant qu'organisation, à défendre, et à mener à son terme une campagne qui peut être longue et difficile. Nous nous assurons que nos lettres de revendications soient extrêmement courtes et centrées sur le problème. C'est parfois un défi, parce que souvent la première impulsion de la personne que nous soutenons est d'utiliser cette lettre comme un moyen d'exprimer toute sa colère au patron ou propriétaire, ou pour présenter des justifications interminables. Nous devons lui expliquer que, bien que toutes ces choses puissent être impor-

tantes quand il s'agit de mobiliser nos partisans et partisanses, les dire au patron ou au propriétaire n'est pas susceptible de lui profiter à ce moment. Dans la lettre de revendication, il n'y a que trois choses que nous devons faire comprendre : (1) quel est le problème, (2) ce que le patron ou le propriétaire doit faire à ce sujet, et (3) de combien de temps nous allons d'attendre avant d'agir.

Voici un exemple :

*23 octobre 2010*

*M. Ciro D'Onofrio,*

*Il a été porté à notre attention qu'une ancienne employée, Becky Davis, n'a pas reçu ses derniers salaires qu'elle a gagné en travaillant pour Bella Napoli, dont vous êtes le propriétaire.*

*Un total de 478 \$ ne lui a jamais été payé après son mois de travail. Les différentes raisons indiquées pour cela – factures manquantes et bouteille de vin manquante – semblent être fausses et insoutenables.*

*En tant que propriétaire de cette entreprise, nous considérons qu'il est de votre responsabilité de veiller à ce que cette situation soit résolue, et que votre employée reçoive en totalité le salaire lui est dû. Nous entendons que ce soit fait rapidement, dans un délai de 14 jours. Sinon, nous allons prendre des mesures supplémentaires.*

*Cordialement,*

*Becky Davis et The Seattle Solidarity Network*

*www.seasol.net info@seasol.net 206-350-8650*

## 4.3 Transmettre la revendication.

Nos luttes commencent toujours par la transmission en groupe de la revendication. Nous rassemblons un groupe de personnes, de 10 à 30, pour aller avec le travailleur, la travailleuse

ou locataire touchéE et nous nous confrontons au patron ou au propriétaire à son bureau ou à son domicile. Il ne s'agit pas d'une confrontation violente, mais ce n'est pas une visite amicale. Le groupe est là pour obtenir l'attention du patron ou du bailleur, de montrer qu'il existe un véritable soutien derrière la revendication, et de le faire réfléchir à deux fois à des représailles. Nous n'engageons pas la conversation – en fait, il arrive que ces actions soient entièrement silencieuse. Une fois que l'ensemble du groupe est rassemblé devant le patron ou le propriétaire, le travailleurE, la travailleuse ou locataire touchéE fait un pas en avant et donne la lettre de revendication, puis nous repartons.

Certains, certaines ont fait valoir qu'il serait plus rapide et plus facile d'envoyer la lettre de revendication par la poste. Dans certains cas, cela pourrait être vrai, dans le sens où nous pourrions obtenir la satisfaction de nos revendications plus efficacement de cette façon, mais elle ne servirait pas notre objectif plus large de construire le pouvoir du peuple. Transmettre la revendication en personne en tant que groupe crée un sentiment de solidarité, ce que l'envoi d'une lettre ne pourrait jamais faire. Les personnes qui y prennent part finissent par se sentir personnellement connectées à la lutte. Cela signifie que si le patron ou propriétaire ciblé prend peur et cède rapidement, c'est une victoire qui développe le pouvoir de toutes celles et tous ceux qui ont participé à la transmission de la revendication. Si la cible ne cède pas rapidement, alors toutes celles et tous ceux qui sont venus ont maintenant beaucoup plus de chances d'être prêtEs et désireux/ses de se mobiliser pour les actions qui s'ensuivent. Si nous avions satisfait nos demandes en envoyant seulement une lettre, les seules personnes qui auraient participé à la victoire auraient été les unE ou deux individuEs qui avaient écrit la lettre et l'avaient posté. Cela ne contribuerait en rien à renforcer développer du pouvoir pour l'avenir.

Lorsque nous planifions une action de transmission de revendication, nous ne voulons pas que le patron ou propriétaire

sache que nous arrivons. Sans l'effet de surprise, l'action aurait beaucoup moins d'impact. Il pourrait même prendre des dispositions pour être absent au moment de l'action, ou nous faire attendre par la police. Ce qui s'est réellement passé à Sea-Sol une fois, quand on a bêtement transmis l'appel en ligne à une action dans laquelle nous nommions la compagnie que nous ciblions. Depuis, quand nous annonçons une action de transmission de revendication nous avons toujours fait en sorte de ne pas diffuser le nom du patron ou propriétaire concerné. Parfois, nous leur attribuons un nom de code.

Les actions de transmission de revendication peuvent être une expérience tendue pour certains de nos membres, surtout des nouvelles personnes. Alors que nous approchons du bureau ou de la maison de la cible, les personnes qui sont devant semblent vouloir marcher vite, tandis que celles plus à l'arrière sont à la traîne. Nous avons constaté que cela conduit à une situation où la personne qui est devant arrive presque seule dans le bureau de la cible, et dans sa nervosité, remet la lettre de revendication et se retourne pour partir avant que la plupart de ses soutiens aie eu la chance de rentrer par la porte. Évidemment, cela gaspille beaucoup de la puissance de l'action. Pour éviter cela, nous insistons maintenant pour demander aux personnes qui sont devant de marcher lentement, et à la personne chargée de la transmission de la revendication de rester à l'arrière de la foule après que nous nous soyons toutes et tous rassemblés devant l'objectif. Puis, une fois que la présence totale du groupe a été ressentie, nous nous séparons comme la Mer Rouge tandis que le porteur ou la porteuse de la lettre passe au milieu de nous et remet la revendication.

#### 4.4 Pourquoi ne pas refuser de partir jusqu'à ce que le patron/bailleur cède ?

Certaines, certains ont demandé pourquoi nous ne sommes pas juste restés là dans le bureau de la cible jusqu'à ce qu'elle aie résolu le problème. Sans doute il arrive que cela puisse lui

faire peur au point de céder sur le champs. Mais qu'en est-il à d'autres moments, quand elle décide d'être têtue et refuse de céder ? Pour nous contrer, tout ce qu'elle aurait à faire serait d'appeler les flics et attendre. Après un certain temps les flics arriveraient à nous faire partir de force, et avec notre effectif actuel nous ne serions pas en mesure de tenir longtemps. Ensuite, nous serions obligé de passer notre temps sur la défense juridique au lieu de planifier de nouvelles actions contre le patron ou le propriétaire. De plus, après avoir démarré notre campagne avec une telle action intense, nous aurions peu ou pas d'opportunité d'augmenter encore la pression.

En choisissant de quitter les lieux dès que nous avons délivré notre message, avec une promesse de plus d'action à venir, nous gardons l'initiative. Au lieu d'essayer de défendre un espace que nous n'aurions pas réellement été en mesure de défendre, nous restons à l'attaque. Cela rend très difficile pour le patron ou le propriétaire de nous contrer. Nous sommes là devant eux avant même qu'il ne sache ce qui se passe, et puis nous sommes partis avant qu'il ne puisse amener les flics. Nous le laissons avec une impression de force, et nous le laissons se demander ce que nous allons faire par la suite.

Enfin, en fonction de la revendication, il n'est pas toujours possible, même pour le patron ou le propriétaire de l'accorder sur-le-champ. Qu'en est-il des réparations d'un bâtiment ou d'un meilleur équipement de sécurité au travail ? Dans ce cas, le mieux que l'on pourrait obtenir dans l'immédiat serait de le contraindre à une promesse écrite, qu'il serait alors susceptibles de briser dès que nous serions sortis.

## ★ Chapitre 5

# Stratégie

Dans cette partie nous résumons les principes fondamentaux de la stratégie utilisée dans les combats de SeaSol.

Si le patron/propriétaire ne cède dans le délai imparti, la campagne de pression commence. Grâce à une série continue d'actions, nous visons à créer une situation de plus en plus désagréable pour le patron ou le propriétaire, et que dont la seule issue soit pour eux de satisfaire nos revendications.

Il est inutile de faire une transmission de revendication sans être prêtEs à l'appuyer avec un plan d'action qui peut forcer l'ennemi à céder. C'est pourquoi nous nous demandons : quels sont les points de pression que nous pouvons utiliser contre l'ennemi ? Combien de personnes peut-on mobiliser pour une action, et que sont prêts à faire les gens lors de ces actions ? Tout cela nécessite une analyse sérieuse et approfondie de notre propre force.

Notre stratégie de campagne est basée sur l'idée fondamentale que le patron ou le propriétaire ne cédera pas à cause de ce que nous venons de lui faire : il cédera à cause de la peur de ce que nous allons lui faire par la suite. Donc, nous devons être en mesure d'intensifier, ou d'augmenter la pression à mesure que passe le temps, et nous devons nous préserver afin que nous puissions soutenir la lutte aussi longtemps qu'il le faudra. Au moins une fois au cours d'une lutte, nous listons les tactiques possibles et les classons de la plus petite à la plus forte pression opérée. Puis on planifie combien de fois et dans quel ordre il faut les mener à bien.

Pour illustrer ceci, voici une liste des actions que nous avons effectué dans notre lutte contre les Propriétés Nelson, depuis le début jusqu'à la fin :

★ Nous avons fait la transmission en groupe de la revendication.

★ Nous avons commencé l'affichage et le réaffichage de placards « Ne louez pas ici » autour de nombreux bâtiments différents appartenant à Nelson.

★ Nous avons commencé des discussions sur les droits des locataires en utilisant le porte-à-porte auprès des locataires de Nelson

★ Nous avons commencé une série de petits piquets en face du bureau de Nelson.

★ Nous avons livré des lettres aux voisins de Nelson, les mettant en garde au sujet d'un propriétaire sans scrupules sans le nommer encore- au milieu d'eux, et promettant de revenir en masse pour discuter du problème en détail avec chaque voisin. Nous avons veillé à ce que Nelson lui-même en aie obtenu une copie.

Et puis nous avons gagné.



## ★ Chapitre 6

# Une classification des tactiques

Dans cette partie, nous décrivons nos critères d'évaluation tactique et élaborons une classification des tactiques que nous avons essayé.

Pour toute tactique potentielle nous devons nous poser ces questions :

★ Est-ce que cela leur fait du mal ? Par exemple, est-ce que ça leur coûte de l'argent ? Cela nuit-il à leur réputation ? Cela nuit-il à leur carrière ?

★ Est-ce que cela nous fait du mal ? Est-ce que cela met trop de pression sur les personnes ? Est-ce que cela nous vaudra d'être arrêtéEs, inculpéEs ou poursuiviEs ?

★ Pouvons-nous mobiliser pour cela ? Est-ce que nos membres apprécient cette tactique ? Vont-ils/elles le comprendre ? Seront-ils/elles capables de le faire ? Est-ce à un moment où les personnes sont disponibles ?

Nous voulons que toutes nos actions permettent aux personnes de se radicaliser et d'acquérir de l'expérience, de la confiance, de la connaissance. Nous voulons agir de manière autonomisante, en évitant la perte de pouvoir qui provient du fait de se reposer sur des bureaucrates, des travailleuses sociales ou travailleurs sociaux, des politiciens, des avocats et autres « experts ».

Nous adoptons des approches différentes pour différentes cibles. Nous essayons d'être créatifs/créatives et souples. Les sessions de brainstorming où on liste les tactiques sont parfois hilarantes. Le Piquetage était idéal pour Pita Pit parce que c'était un restaurant public dans une zone piétonnière fortement fréquentée. Le Piquetage n'était pas une bonne idée pour les appartements Capitola, car il était difficile de savoir quand

les locataires potentiels pourraient apparaître pour visiter l'endroit, mais mettre en place à plusieurs reprises des placards « Ne louez pas ici » a très bien fonctionné.

Voici quelques-unes des types de tactiques que SeaSol a utilisés jusqu'à présent. Chacune a ses avantages, ses inconvénients et ses considérations logistiques.

## Distribuer des tracts devant un lieu de travail

Distribuer des tracts sur un lieu de travail peut cibler les clients et clientes, les travailleuses et travailleurs, ou des passantes ou passants au hasard. La seule distribution de tracts est un peu moins agressive que le piquetage avec des pancartes/banderoles. Le contenu peut être soit purement informatif, juste éveiller la sympathie et sensibiliser au problème (en apparence- en réalité il s'agit toujours de faire paniquer le patron), ou il peut avoir ouvertement pour objet de détourner les clients, comme dans le cas où il est dit « N'achetez pas ici ! ».

## Le Piquetage d'un magasin / restaurant / hôtel

Le moment choisi pour mettre en place un piquet est vraiment important et nécessite souvent la reconnaissance préalable de l'emplacement pour déterminer le moment où l'impact est le plus grand. Nous avons constaté que les messages directs recueillent le plus d'attention : « Ne Louez / N'achetez/Ne Mangez pas ici » attire l'attention des personnes plus qu'un slogan nébuleux du type « Justice pour tous les travailleurs/travailleuses ! » ou un autre du même genre. Quand nous piquetons nous distribuons en général un tract agressif en même temps. Nous avons aussi essayé d'autres trucs pour aider à casser les affaires de la cible. Par exemple, dans la lutte de Jimmy John, nous avons distribué des coupons pour Subway, dans les luttes de Greenlake et Nelson nous avons recueilli des commentaires négatifs en ligne pour les montrer aux clientes et clients potentielLES ; dans la lutte de Tuf Shed

nous avons une liste d'autres entrepôts vers lesquels diriger les personnes.

Dans certains cas, le piquetage peut susciter l'opposition des employés/employées actuelles, surtout s'ils sont des employés/employées de restaurant qui dépendent des pourboires. Récemment, nous avons discuté de l'idée de toujours faire une semaine ou deux de distribution de tracts ou de piquetage moins agressif, avant de commencer à casser plus agressivement les affaires. Cela nous donnera l'occasion de prendre contact avec les employés et employées actuels d'une manière positive et de leur expliquer le problème. Nous avons aussi commencé à collecter de l'argent pour le pot de pourboire lors du piquetage devant un café ou un restaurant.

## Le Piquetage d'un bureau

Habituellement le piquetage du bureau d'une entreprise ne fait pas fuir les clients, mais cela suscite de l'embarras. Encore une fois le timing est essentiel. Quand sont leurs heures de pointe ? Parfois, nous n'avons pas été sûr qu'on nous avait remarqué, donc nous nous installions juste en face de la porte jusqu'à ce qu'on nous demande de partir.

## L'Affichage autour d'un magasin / restaurant / hôtel

Encore une fois, le contenu peut être informatif ou alors appelant au boycott. Les affiches sont généralement destinées aux passantes et passants donc nous les disposons en conséquence (au niveau des yeux, en face de trottoirs). Les Affiches sont souvent arrachées rapidement.

L'Affichage autour de logements locatifs vacants. Les affiches disent généralement « NE LOUEZ PAS A [nom du bâtiment] », et elles mettent en évidence les problèmes qui feront fuir les locataires potentiels, tels que les parasites, les moisissures, le vol de caution, etc... Nous mettons en avant que si quelqu'un loue à ce bailleur, il/elle subira aussi les injustices de ce bailleur. Ici, nous faisons appel à l'intérêt personnel des

locataires potentiELes, alors que dans un tract « n’achetez pas ici », nous faisons généralement plus un appel moral. Pour s’assurer que le propriétaire voit le lien entre ces affiches et nos conflits et revendications, nous ajoutons un petit texte explicatif en bas, tel que « Les Propriétés Nelson sont actuellement en train de persécuter l’ancien locataire Maria. Vous pourriez être le prochain/la prochaine. »

### Visiter les voisins, voisines avec des tracts

Exposer le linge sale du patron ou du bailleur devant leurs voisins, voisines peut souvent les rendre extrêmement mal à l’aise. Ceci est plus efficace quand ils vivent dans un quartier chic. Vous pouvez approcher les voisins et voisines, sous prétexte que, en tant que voisines et voisins, ils pourraient être en mesure d’influencer le patron ou le propriétaire afin qu’il « fasse la bonne chose. » Si les voisins, voisines exercent une pression, cela a plus probablement à voir avec le fait que les activités du patron ou du propriétaire soumettent le quartier à une situation inconfortable, plutôt qu’avec des considérations morales.

### Visiter le lieu de travail du propriétaire (s’il en a)

Les enjeux de la visite d’un lieu de travail sont très semblables à la visite d’un quartier : mettre le patron/propriétaire dans une position inconfortable. Il est bon de se montrer avec un groupe assez grand pour obtenir beaucoup d’attention, de parler de la question au patron de la personne et/ou à ses collègues de travail. Nous espérons que cela générera ensuite une pression secondaire sur le propriétaire, par l’intermédiaire de son patron - leur ordonnant de veiller à ce que cela ne se reproduise pas.

## Courrier de présentation aux voisins, voisines ou collègues de travail

Dans le passé, nous faisons des visites aux voisines, voisins ou au lieu de travail sans aucun avertissement, comme une tactique spécifique. Cela a réussi à beaucoup secouer les patrons ou propriétaires, mais ça ne les a pas amené à céder. Le problème était que cela n'a pas généré une pression continue. Après que nous l'ayons fait, le mal était fait – ils avaient été « démasqués » auprès des voisins, voisines ou collègues. Avant que nous l'ayons fait, ils ne savaient pas qu'on allait venir. Donc, cela n'a pas ajouté de pression.

Après avoir été confronté à ce problème à plusieurs reprises, nous avons décidé d'essayer de faire l'action en deux parties. La deuxième partie est la visite comme décrite ci-dessus. La première partie, une à trois semaines plus tôt, se compose de la diffusion ou du dépôt discret (sur les portes ou les pare-brises de voiture) de « courrier de présentation » aux voisins, voisines ou aux collègues de travail du patron ou bailleur, en s'assurant que le patron ou le propriétaire lui-même en reçoit une copie.

Voici un exemple d'une de ces lettres, lors de notre lutte contre les propriétés Nelson.

*Bonjour,*

*Nous aimerions vous rencontrer, en tant que résidentes et résidents investiEs dans le quartier, afin d'évoquer une situation tragique que vous pourriez être en mesure d'améliorer par votre influence. Maria et sa famille, qui ont récemment déménagé après avoir souffert de problèmes de santé dus à la négligence du propriétaire, sont encore maintenant victimes d'abus de la part d'une entreprise sans scrupules appelé Propriétés Nelson, qui est implantée dans ce quartier. Après avoir perçu des loyers sans faire d'entretien de base, Nelson poursuit maintenant Maria et sa famille pour obtenir encore plus d'argent qu'ils ne doivent pas et ne pos-*

*sèdent pas, et a également à tort empêché leur caution - un petit bénéfice supplémentaire pour Nelson, mais une perte énorme pour un travailleur à faible revenu comme Maria.*

*Un groupe de militantes et militantes concernéEs parcourront bientôt le quartier pour distribuer plus d'informations et pour discuter de cette question de manière plus approfondie avec chaque ménage dans la rue.*

*Nous sommes impatientEs de vous rencontrer !*

*Cordialement,*

*Seattle Solidarity Network [www.seasol.net](http://www.seasol.net)*

Ces lettres sont vagues et polies - nous ne voulons pas avoir l'air de brutes, mais elles ont permis d'informer le patron ou propriétaire ainsi que les voisines, voisins ou collègues que nous allons bientôt faire quelque chose qui va les rendre mal à l'aise. Elles contiennent juste assez d'informations pour que le patron ou le propriétaire sache que cela les concerne, mais il ne sera pas forcément très clair de qui il s'agit pour les voisines, voisins ou collègues. Cela nous laisse beaucoup de possibilités d'être plus précisEs lorsque nous visitons le quartier ou le lieu de travail.

Dans cet exemple particulier, nous les avons combattu pendant un mois, puis ils ont cédé dans un délai de deux jours après que nous ayons livré cette lettre.

## Afficher autour de la maison du patron ou du bailleur

Nous avons constaté que c'était un moyen efficace de sortir le linge sale de la cible devant ses voisines, voisins et les membres de leurs familles. Ceci est similaire au fait de se présenter en personne, mais plus facile à réaliser . cela nécessite moins de personnes et peut être répété à plusieurs reprises si les affiches sont arrachées. Assurez-vous d'inclure à la fois le nom et l'adresse du patron ou du bailleur sur l'affiche et si possible une photo du patron ou du bailleur ou de leur maison.

## Interpeller les réunions du conseil municipal

La plupart des conseils de municipaux ont une période de consultation publique où chacun, chacune peut s'exprimer. Ceux-ci sont souvent télévisés. Ils sont généralement peu fréquents, donc un groupe assez important et organisé avec un message convaincant tend à attirer l'attention. Ceci est principalement utile si le patron ou le propriétaire a des relations d'affaires avec la ville, ou si le conseil a des décisions à prendre qui auront un impact sur leur entreprise d'une certaine façon. Sinon, cette tactique n'est pas susceptible d'avoir beaucoup plus d'impact, à moins que la cible soit d'exceptionnellement haut profil et soucieuse de sa réputation.

Venez préparés avec un discours bref, de sorte que vous ne l'inventiez pas au fur et à mesure. Cette tactique a plus d'impact si elle est combinée avec un piquet devant l'entrée extérieure avant le début de la réunion. Nous avons constaté que cela fonctionne bien lorsque tous les soutiens sont debout pendant que l'orateur ou l'oratrice parle et applaudissent une fois qu'il ou elle aie fini. Cela permet de faire sentir la présence du groupe par le conseil en lien avec ce que dit l'orateur ou l'oratrice.

## Perturber des Événements (tels que des journées portes ouvertes)

Cette tactique est plus pertinente dans un combat de longue haleine, où vous essayez de trouver tous les moyens possibles pour faire mal à votre cible. Lorsque vous avez constaté, en général par la recherche en ligne, que l'entreprise contre laquelle vous vous battez organise un événement qui est ouvert au public, vous pouvez y faire aller quelques personnes « en civil » – sans signes de piquetage – qui se mêlent à la foule. Puis, après un signal convenu (quelqu'un crie : « yee-haw ! »), elles commencent à distribuer des tracts à la foule pour informer tout le monde des méfaits de l'entreprise. N'oubliez pas de sauvegarder quelques snacks gratuits pour vos camarades à

l'extérieur.

## Piquetage lors de réunions et d'événements publics

Toute réunion, un congrès ou tout autre événement auquel votre cible est connecté peut être une bonne occasion pour des piquets. Votre cible peut avoir des relations avec des organismes gouvernementaux, des rencontres avec des entreprises donneuses d'ordre, appartenir à un country club, ou être reliée à un organisme de bienfaisance. Ceux-ci peuvent offrir des possibilités de piquetage où vous pouvez ternir leur réputation aux yeux des gens dont ils se soucient de la bonne opinion.

## Appel pour organiser la visite d'un appartement

Si un propriétaire a des lieux qu'il cherche à remplir, vous pouvez les perturber par téléphone en organisant des visites. Cela fonctionne mieux lorsque cela est combiné avec un piquetage ou une distribution de tracts devant l'entrée du bureau de location ou à l'extérieur du lieu à louer. Ensuite, la personne qui a organisé le rendez-vous peut soit : (1) ne pas se présenter et appeler plus tard pour dire qu'elle a changé d'avis après avoir reçu un dépliant sur le conflit, ou (2) si elle est une bonne actrice elle peut effectuer la visite et paraître très mal à l'aise vis-à-vis des personnes piquetant/distribuant des tracts devant l'entrée.

## Les commentaires en ligne

Certaines entreprises s'appuient fortement sur Internet pour trouver des clients et des clientes. Il existe plusieurs sites Web populaires où n'importe qui peut poster des avis sur les commerces. Un barrage soudain de commentaires négatifs peut avoir un impact majeur. De plus, il s'agit d'une tactique amusante que beaucoup de gens peuvent faire sur leur temps personnel, et même les soutiens d'autres villes peuvent aider. Pour que cette tactique soit efficace, la cible doit être en mesure de



voir que le barrage de critiques négatives est connecté à votre conflit et vos exigences

## Des événements de charité satiriques

Si votre cible est connue pour être riche et est vulnérable à l'humiliation publique, tenir de très visibles événements « charitables » en leur nom peut être un moyen astucieux de les ridiculiser. Pour obtenir que cette tactique ai l'impact le plus fort, il faut la planifier bien à l'avance et lui faire beaucoup de publicité avec des affiches et/ou des flyers. En voici un exemple :

*Les pauvres propriétaires Harpal Singh Supra et Tajinder ont besoin de votre aide! Pendant des mois, ils n'ont pas été en mesure de maintenir des conditions de sécurité et sanitaires décentes- telles que l'eau potable et la ventilation – dans la maison située au 24260 SE 132e Avenue, Kent. En signe de protestation, la famille qui y vit a décidé de refuser de payer le loyer. Les propriétaires sont dans un tel besoin de cet argent qu'ils sont en train d'expulser la famille!*

*Vous et votre famille êtes cordialement invités à une vente charitable de pâtisseries pour Harpal Supra et Tajinder Singh, de 15 heures à 18 heures le dimanche 26 avril, au 24 260 132e Ave SE, Kent – juste à côté du Temple Gurudwara Sacha.*

*Venez manger, et contribuer à hauteur de ce que vous pouvez – même 1 \$ ou 50 cents – pour aider Harpal Singh Supra et Tajinder.*

Lorsque nous avons finalement gagné notre lutte longue d'une année contre les Associés Lorig, l'une des conditions pour céder, c'est que nous acceptions formellement de ne plus tenir de ventes charitables de pâtisseries pour Bruce Lorig.

## L'Enquête de locataires

Quand vous combattez un grand propriétaire, vous trouverez peut-être intéressant de faire du porte-à-porte pour informer toutes et tous les autres locataires de leurs droits et poser des questions sur les abus des propriétaires. Nous appelons cela une « enquête locataire ». En général, nous y allons avec un dépliant d'une demi-page qui répertorie un tas de problèmes habituels entre propriétaires et locataires et invite les personnes à entrer en contact si elles aimeraient en savoir plus sur leurs droits. Nous nous assurons de laisser trainer certains d'entre eux autour du bâtiment, de sorte que la direction ait forcément connaissance de notre visite. Cette tactique a tendance à rendre les propriétaires très nerveux, et c'est un excellent moyen d'établir de bonnes relations avec les autres locataires qui ne sont pas directement impliqués dans la lutte.

## Pacte de désobéissance

Nous avons participé à plusieurs luttes dans lesquelles un groupe de locataires ont toutes et tous été confrontés à des expulsions ou des hausses de loyer importantes. Dans cette situation, une tactique efficace a été de former un « pacte de désobéissance » mutuel entre toutes les personnes touchées (ou toutes celles qui y sont prêtes), et d'informer le propriétaire qu'aucune d'entre elles ne va se plier à la hausse ou volontairement quitter le bâtiment jusqu'à ce que toutes leurs revendications aient été satisfaites. Cela met le propriétaire dans une position difficile, car recourir à des expulsions forcées, même d'un ou une seule locataire peut être un processus long et coûteux, donc pour tout un groupe de locataires, cela peut être plus dommageable que de céder à la revendication. Voici un exemple d'une « lettre de désobéissance », signée par dix résidents et résidentes d'un immeuble d'habitation :

*Nous, locataires des appartements Kasota, propriétés de l'institution Sound Mental Health, vous informons par la présente que nous ne pouvons pas ac-*

*cepter la manière cruelle et injuste dont nous sommes actuellement expulsés de nos domiciles. Vous nous avez imposé une augmentation de loyer qui est si extrême, que vous deviez être conscient que nous n'avions pas les moyens de la payer. Il semble que votre intention est simplement de nous chasser de nos habitations.*

*Si on doit nous chasser de nos domiciles, nous insistons respectueusement pour que vous fournissiez à chacun et chacune de nous une aide au déménagement, afin que nous puissions trouver d'autres endroits pour vivre et ne pas rejoindre les rangs des sans-abris.*

*Nous nous engageons par la présente :*

*À moins que, et jusqu'à ce que toutes et tous et chacun, chacune d'entre nous aie reçu une aide au relogement adéquat, aucunE de nous ne paiera le loyer augmenté ou ne quittera volontairement le bâtiment.*



## ★ Chapitre 7

### Les réunions

Dans cette partie, nous traitons de ce qui est nécessaire pour que les réunions du réseau de solidarité soient inclusives, démocratiques et efficaces pour faire avancer les choses.

Les réunions peuvent paraître un sujet ennuyeux sur lequel lire ou sur lequel écrire, mais en fait, nous passons plus de temps ensemble dans les réunions que nous ne le faisons sur les lignes de piquetage. Les réunions sont l'endroit où se passe la planification réelle de nos campagnes. Les Réunions sont également là où nous mettons en pratique la démocratie directe. Dans cette section, nous allons passer en revue quelques-unes des principales pratiques que nous avons développées au cours des trois ans de réunions de SeaSol.

Nous nous réunissons chaque semaine, et nous faisons réellement des choses au cours de ces réunions. Lorsque SeaSol s'est formée, on ne se réunissait que deux fois par mois. Les longs intervalles entre les réunions ordinaires signifiaient que la plupart de la logistique et de la planification de nos luttes devait se faire entre ces réunions, de manière séparée au cours de séances de planification ad hoc entre les organisatrices et organisateurs les plus actifs/ves. Cela rendait difficile pour les nouvelles personnes de commencer à participer d'une manière significative. Cela était également difficile pour notre emploi du temps. Lorsque nous sommes finalement passés à des réunions chaque semaine, fractionnant les réunions en petites groupes de discussion en cas de besoin, cela a sérieusement amélioré notre capacité à croître et à mener plus de luttes. Maintenant, ces réunions régulières sont l'espace où la quasi-totalité de notre planning actuel est réalisé, et il y a rarement besoin de séances de planification distinctes entre les deux. Les réunions régulières offrent désormais un espace où toute

et tout membre de SeaSol qui veut s'impliquer peut facilement commencer à participer, aux côtés de personnes plus expérimentées, à la planification et à l'exécution de nos campagnes. Avoir une « perméabilité » au sein du groupe, grâce à laquelle de nouvelles personnes peuvent facilement se porter volontaires pour des tâches et peuvent s'impliquer dans le travail concret d'organisation très rapidement, donne un énorme coup de pouce à notre capacité à impliquer et former de nouvelles organisatrices et nouveaux organisateurs. En outre, nos réunions sont maintenant bien mieux fréquentées, car elles sont beaucoup plus dignes d'attention.

Nous attribuons des responsabilités claires pour des tâches spécifiques. Dans une démocratie représentative, ou dans une organisation basée sur des salariéEs ayant un conseil d'administration, il y a généralement une distinction permanente entre les rôles « législatifs » et « exécutifs », en d'autres termes, entre ceux qui prennent les décisions et ceux qui les exécutent. Dans une démocratie directe et participative comme à SeaSol, ce n'est pas le cas. Parce que nous n'avons pas « d'exécutif » permanent dont on peut attendre qu'il réalise les décisions du groupe, chaque fois que nous décidons de faire quelque chose, nous devons alors nous demander : « qui d'entre nous aura la responsabilité de s'assurer que cette tâche se fasse ? » Dans le cas contraire, le plus souvent elle ne se fera pas du tout, et nos décisions démocratiques n'auront pas de sens. Quand on donne la responsabilité à quelqu'unE pour une tâche spécifique, cela ne signifie pas que nous lui donnons une autorité, dans le sens d'une capacité coercitive pour commander les autres qui l'entourent. Il/elle doit juste demander gentiment de l'aide, et espérer que d'autres soient prêtEs à coopérer. Si tout le reste échoue, il ou elle n'a plus qu'à le faire lui-même/elle-même.

Nous créons un ordre du jour au début de chaque réunion. Quiconque est présentE au début de la réunion a la possibilité de contribuer à l'ordre du jour. Ce processus ne prend pas longtemps, parce que les principaux éléments ont tendance à être les mêmes chaque semaine : les appels reçus, la planifi-

cation des luttes en cours, les moyens de sensibilisation pour attirer de nouvelles et nouveaux membres, etc etc

La gestion du temps est essentielle. Certaines personnes aiment utiliser les réunions de groupe comme des opportunités pour de longues rodomontades sur divers sujets. Si l'on permettait cela, nos réunions dureraient infiniment et nous ne pourrions pas faire pas grand-chose. Pour éviter cela, lors de l'ordre du jour nous fixons une limite de temps pour chaque sujet, et nous demandons à quelqu'unE de jouer le rôle de « gardien ou gardienne du temps » pour la réunion. Cela nous permet de gérer la longueur totale de la réunion, et de s'assurer que tout ce qui est essentiel soit fait.

Nous recourrons à une animation énergique de la réunion . Dans notre expérience, le facteur probablement le plus important pour qu'une réunion de travail de SeaSol marche bien est d'avoir une animatrice ou un animateur énergique et compétentE. C'est le travail de l'animatrice ou de l'animateur de s'assurer que nous progressons dans l'ordre du jour, que les décisions sont prises démocratiquement, et que toutes celles et tous ceux qui veulent participer ont la possibilité de le faire. C'est une compétence difficile, et il faut du temps, de l'effort et de la pratique pour la développer. Nous essayons toujours de nous entraider afin que chacun et chacune de nous s'améliore sur ce point.

Voici quelques conseils que nous avons réunis pour les transmettre à de nouvelles personnes dans SeaSol qui veulent essayer d'animer une réunion :

### **Trucs et astuces pour faciliter une réunion de SeaSol**

★ Repérez les propositions dans ce que les personnes disent. Essayez d'orienter le groupe vers la prise de décisions et leur mise en application, au lieu de parler dans le vide.

★ Reformulez les propositions afin que tout le monde sache ce qui est décidé. Voici quelques phrases que vous pouvez utiliser : « Ce que j'entends, c'est ... » et « Nous avons une proposition de ... »

- ★ En cas de doute, procédez à un vote.
- ★ Notez la liste des personnes qui veulent prendre la parole sur un sujet. Appelez les personnes dans l'ordre. Si cela est trop difficile à suivre, vous pouvez recruter quelqu'un ou quelqu'une pour vous aider à gérer la liste.
- ★ N'ayez pas peur d'interrompre les personnes si elles parlent en dehors de leur tour, ou trop longtemps, ou interrompent d'autres personnes.
- ★ N'abusez pas de votre position en tant que président ou présidente pour donner à votre avis du poids, du temps ou de l'autorité.
- ★ Soyez neutre lorsque vous demandez des votes, et utilisez le même ton de voix pour toutes les options. Par exemple : « Qui est pour ? », « Qui est contre ? » Plutôt que : « Est-ce que quelqu'un ou quelqu'une veut voter contre cela ? »
- ★ Assurez vous qu'il y ai toujours quelqu'unE qui prenne les notes et quelqu'unE qui gère le temps
- ★ Spécifiez la longueur de l'ordre du jour au début de la séance afin que le groupe sache ce qui l'attend. Cela peut amener les personnes à décider de passer moins de temps sur certains points.
- ★ Vous pouvez demander au gardien ou à la gardienne du temps de vous donner des avertissements (5 min, 3 min, 1 min)
- ★ Demandez la permission aux participants et participantes à la réunion pour « prolonger le délai de l'ordre du jour » (éventuellement par le biais d'un vote rapide).
- ★ Faire un point régulièrement sur le temps qui reste pour la réunion, et quand la réunion est censée finir.
- ★ Besoin d'une pause ? Demandez à quelqu'un ou quelqu'une de prendre le relais en tant que président ou présidente.
- ★ Si votre bouche devient sèche, c'est un signe que vous parlez trop.



## ★ Chapitre 8

# Mobiliser

Dans cette partie, nous décrivons comment nous nous avons réussi à toujours avoir assez de personnes pour nos actions

Dès lors que l'objectif d'un réseau de solidarité est de s'engager dans l'action directe, mobiliser les personnes pour des actions est l'une des choses les plus importantes que nous faisons en tant que groupe. Nous prenons notre capacité à mobiliser très au sérieux. Nous essayons de ne pas faire perdre du temps aux personnes ou de les perturber du fait de l'annulation ou le report fréquent des actions, et nous essayons de nous assurer que nos actions valent la peine de s'y rendre.

Le principal outil pour mobiliser de SeaSol est un arbre téléphonique, avec actuellement environ 170 personnes. Chaque membre de l'équipe organisatrice (Qu'est-ce que c'est ? Voir la section sur la « capacité d'organisation et la structure du groupe ») est une « branche » sur l'arbre et compte environ 10 personnes à mobiliser chaque fois que nous avons une action d'envergure. Chaque fois que possible, nous voulons utiliser la force de liens sociaux existants, si par exemple quelqu'une ou quelqu'un sur la chaîne téléphonique est une ou un amiE proche de l'un des organisateurs ou l'une des organisatrices, alors elle ou il devrait probablement être sur la liste d'appel de l'organisatrice ou l'organisateur. Nous avons aussi une liste d'emails de masse pour les annonces d'action. Les emails « en masse » n'amènent rarement beaucoup de personnes à venir, mais ils sont utiles pour un rappel ou un renseignement. Un email individuel envoyé à un ami ou une amie qui lit beaucoup ses mails (« Hey Kate, peux-tu te mobiliser pour cela ? »), c'est une autre histoire ; l'invitation personnelle peut bien fonctionner sur n'importe quel support, selon les habitudes et les préférences de la personne que l'on invite. Indépendamment de

la façon dont nous contactons quelqu'un ou quelqu'une pour une action, notre objectif est toujours d'obtenir une réponse de sa part – oui, non ou peut-être – si oui ou non il ou elle va venir. Une personne qui a dit : « Oui, je serai là » à un autre être humain est beaucoup plus susceptible de se présenter à une action que quelqu'une ou quelqu'un qui a juste reçu un message. Pour cette raison, lors de coups de téléphone nous faisons un effort concerté pour parler aux personnes plutôt que de parler à leur messagerie vocale. Avant de laisser un message, nous essayons de téléphoner sur deux jours différents, parfois à des moments différents.

Il est important d'avoir des attentes réalistes quant à la participation. Si vous souhaitez obtenir un grand nombre de personnes à une action, il faut généralement beaucoup de travail et d'organisation. Sur une trentaine de personnes qui disent « oui », nous avons généralement constaté qu'environ entre quinze et vingt apparaîtront. Sur dix personnes qui disent « peut-être », on peut s'attendre entre zéro et deux (ce qui signifie peut-être pas!).

Faire toujours un bon travail de mobilisation nécessite une certaine structure et une certaine responsabilité collective. Notre équipe organisatrice indique toujours une date limite à laquelle nos appels doivent avoir été effectués. Nous rendons compte de nos résultats les uns et les unes aux autres par courriel. Ensuite, la personne « de référence » pour l'action fait le point avec celles et ceux qui n'ont pas encore fait de compte rendu, pour voir s'ils/elles ont besoin d'aide et s'assurer que cela soit fait.

## ★ Chapitre 9

# Structure et capacité d'organisation

Dans cette partie, nous aborderons les enjeux de la structure organisationnelle et de former des organisatrices et organisateurs solides

Au début, SeaSol n'avait presque pas de structure formelle. Il n'y en avait pas beaucoup besoin, puisque nous étions un petit groupe de personnes ayant un faible niveau d'activité. Nous étions conscientes et conscients que nous pourrions avoir plus besoin par la suite de structures formelles, à mesure que le groupe deviendrait plus grand et plus actif, mais nous n'avons pas essayé de les mettre en place par avance. Avec le recul, cela semble avoir été une sage décision. Si nous avions passé notre temps à discuter, planifier, puis à maintenir des structures formelles dont nous pourrions hypothétiquement avoir besoin à un moment donné dans le futur, cela aurait été un frein sérieux à notre capacité à commencer à agir et à construire une force réelle. Au lieu de cela, au fil du temps, nous avons ajouté des éléments d'organisation structurelle (par exemple, une équipe d'organisation, un rôle de secrétaire, une définition de l'adhésion) à partir de nos besoins, dès lors que la taille et la complexité grandissante du groupe avaient créé à la fois la nécessité et la capacité à les entretenir.

Par exemple, au cours de notre première année d'existence, nous avons laissé de manière informelle presque toutes les tâches administratives à une personne dévouée, fiable, qui avait une tonne de temps libre. C'est elle qui a répondu aux appels, répondu aux e-mails, et mis en place les premières réunions pour de nouveaux combats. La tâche n'était pas sujette à élection ou même formellement définie. Le travail avait juste besoin d'être fait, et si nous n'avions qu'une seule personne qui était capable et désireuse de le faire de manière cohérente, c'é-

tait à elle de le faire. Puis, plus tard, dès lors que nous avons plusieurs personnes fiables et dévouées qui étaient en mesure d'assumer ce fardeau, nous avons créé un rôle formellement défini appelé « tâches de secrétariat », qui change de mains chaque semaine ou presque.

A mesure que nous avons développé la structure de SeaSol, nous avons toujours butté sur le fait qu'il y avait des niveaux très inégaux de participation entre les différentes personnes dans le groupe. En principe, nous préférierions que tout le monde participe de manière égale. Toutefois, cela ne semble pas être possible dans une organisation basée sur le bénévolat. Nous aurons toujours (si nous avons de la chance) des personnes qui veulent passer la moitié de leurs heures éveillées aux tâches d'organisation du réseau de solidarité, tandis que d'autres ne veulent recevoir qu'un e-mail occasionnel, et que le reste se situe quelque part entre les deux. SeaSol a décidé d'accepter cette inégalité comme un fait de la vie, et de développer une structure qui permet différents niveaux d'implication. Nous essayons de rendre aussi facile que possible aux personnes [le fait] de passer d'un niveau à l'autre.

Quand quelqu'un ou quelqu'une s'inscrit en ligne à notre liste téléphonique ou notre liste d'email annonçant les actions, et qu'il ou elle n'a pas encore été à une action ou à une réunion, dans un premier temps nous le ou la considérons comme un « soutien ». A ce niveau, [les soutiens] vont tout au plus recevoir environ une fois par mois un appel téléphonique pour les inviter à une action. Une fois que quelqu'un ou quelqu'une participe à une action, à la fin de l'action, il ou elle sera invitéE à devenir « membre ». Être membre ne les oblige pas à payer des cotisations, mais cela signifie se considérer comme une partie de SeaSol, en s'engageant à participer à des actions chaque fois que possible, et à recevoir des appels téléphoniques et des courriels beaucoup plus fréquents. Lorsque quelqu'un ou quelqu'une fait appel à SeaSol pour son propre conflit de travail ou de logement, il ou elle est tenuE de devenir membre si elle ou il ne l'était pas déjà.

Le plus haut niveau d'engagement est d'être un « organisateur » ou « organisatrice », c'est à dire un membre du comité d'organisation (ou « équipe »). Bien qu'il soit techniquement un comité élu, nous encourageons toute personne qui le souhaite à y adhérer. Les organisatrices et organisateurs s'engagent à venir à toutes les réunions hebdomadaires et à être les « branches » de l'arbre téléphonique chaque fois que nous mettons en oeuvre une mobilisation. Les Membres du comité organisateur sont aussi celles et ceux qui répondent aux appels et qui prennent les devants de la rencontre avec les personnes en vue de nouvelles luttes potentielles. Le comité d'organisation n'a pas de pouvoirs spéciaux, ni ne se reconte jamais séparément du reste de SeaSol. Il s'agit d'un poste de responsabilité, et non d'autorité.

Avoir ce noyau engagé est absolument essentiel à la capacité SeaSol à maintenir son activité, à faire avancer les choses de manière cohérente. Lorsque les projets ne disposent pas d'un groupe de personnes qui se sont engagées à faire un certain nombre de tâches, ils ont tendance à se retrouver avec une ou deux pauvres âmes surchargées de travail qui font réellement tout ce qu'elles peuvent pour porter le choses à bout de bras, alors que les gens autour d'eux disent : « Wow , ça fonctionne ! C'est facile ! Ca va tellement de soi ! »

Toute l'énergie qui nous reste en dehors des tâches basiques d'organisation, nous essayons de l'utiliser à développer les capacités organisationnelles des nouvelles personnes. Nous avons des formations semi-régulières qui portent sur les compétences de base qu'il faut acquérir pour lancer une campagne d'action directe. Ensuite, nous faisons souvent des séances de suivi en tête-à-tête où nous partageons nos points forts, nos enjeux et nos objectifs en tant qu'organisatrices et organisateurs.

Il y a souvent un équilibre difficile à trouver entre le fait de former de nouvelles personnes et la nécessité de s'assurer que les choses se fassent. Les personnes n'aiment pas se sentir encadrées, mais d'un autre côté, les laisser en situation d'échec face à une tâche ou être dépassées ne peut être encore plus

démoralisant et dévalorisant. Nous avons quelques stratégies pour tenter de trouver le juste milieu.

Tout d'abord, nous maintenons une culture de groupe qui désapprouve plus ou moins la négligence et qui valorise la fiabilité. Lorsque l'on prend en charge une tâche, tout le monde s'attend à ce qu'on fasse réellement la tâche dans le délai imparti, puis que l'on rende compte de ses progrès. Lorsqu'on procède ainsi, on gagne un certain respect au sein du groupe. Lorsque on ne le fait pas, on le perd. Cela génère une véritable pression sociale poussant à se tenir à ce qu'on a dit qu'on allait faire.

Deuxièmement, nous faisons un effort pour pousser les personnes à aller au-delà de leurs craintes et à essayer de nouveaux aspects des tâches d'organisation. Cela peut être aussi simple que de faire une tâche avec quelqu'un ou quelqu'une la première fois, puis la seconde fois lui demander : « Pourquoi n'essaye tu pas de mener l'affaire cette fois ? » L'axiome standard pour cela est : « observez, effectuez, enseignez », mais il devrait probablement être « voyez un peu, faites beaucoup, puis enseignez. » Troisièmement, nous effectuons un suivi auprès d'elle pour offrir un soutien et aider à surmonter des obstacles auxquels les personnes sont confrontées lorsqu'elles cherchent à réaliser des tâches. Quand une nouvelle personne se porte volontaire pour prendre en charge quelque chose, nous nous assurons souvent que quelqu'un ou quelqu'une qui est un ou une volontaire plus expérimenté soit sa personne « support », l'aidant à traverser les difficultés et à se remettre en selle si elle est dépassée.

Enfin, il convient de mentionner que l'obstacle le plus fréquent qui empêche les personnes de développer leur capacité organisationnelle au sein de SeaSol a été la désorganisation personnelle, c'est à dire ne pas tenir un calendrier. Par le simple et seul fait de commencer à tenir un calendrier, nous avons vu des personnes désespérément négligentes se transformer de manière spectaculaire et devenir des organisatrices ou organisateurs impressionnants.

## ★ Chapitre 10

# L'organisation sur le lieu de travail et d'habitation

Dans cette partie, nous décrirons nos efforts actuels visant à l'élargissement du champ d'action de Seasol pour y inclure la construction de comités de travailleuses, travailleurs et de locataires sur les lieux de travail et des immeubles d'habitation.

Jusqu'ici, la plupart des luttes liées au travail de Seasol ont été en faveur de quelqu'un ou quelqu'une qui avait déjà démissionné ou été licenciéE, et à qui il était dû des salaires, ou qui avait été licenciéE injustement, ou contre qui l'employeur exerçait en quelque sorte toujours des représailles ( en menaçant de le/la poursuivre, de l'empêcher de toucher le chômage ou des indemnités d'accident du travail, etc...) De même, la plupart de nos luttes contre les propriétaires ont été en faveur de quelqu'une ou quelqu'un qui avait quitté l'immeuble et s'était fait voler sa caution ou à qui on voulait faire payer des charges indues. Dans ces situations, l'ex-employé, ex-employée ou l'ex-locataire n'a plus grand chose à perdre dans la riposte, puisque l'employeur ou le propriétaire cibléE n'est plus en mesure de le/la virer ou de l'expulser. Cela nous permet de nous lancer presque immédiatement dans une campagne d'action publique pour faire face à l'injustice individuelle.

Cependant, lorsque nous travaillons avec quelqu'un ou quelqu'une qui veut notre aide dans la lutte contre son patron ou propriétaire actuel, la stratégie doit être différente. Si une travailleuse, un travailleur ou locataire devait cibler son patron ou propriétaire actuel par une campagne Seasol, tout en restant isoléE au sein de son propre lieu de travail ou immeuble, il/elle serait presque certainE d'être touchéE par d'extrêmes représailles,

allant jusqu'au licenciement ou l'expulsion. Par conséquent, dans cette situation, au lieu de lancer immédiatement une campagne ouverte pour soutenir l'individuE, notre première tâche est de l'aider à construire un solide comité des travailleuses et travailleurs sur le lieu de travail, ou de locataires dans l'immeuble. Cela doit se faire « de manière souterraine » autant que possible, par le biais d'une organisation prudente, pas à pas. C'est seulement alors, une fois qu'il y aura un groupe uni sur le lieu de travail ou l'immeuble, qu'il sera censé pour lui ou elle (ou pour Seasol) de se lancer dans une lutte publique et ouverte contre le patron ou le propriétaire.

Seasol commence seulement maintenant à entamer un travail sérieux visant à développer sa capacité à faire ce genre de travail d'organisation « de l'intérieur » de manière efficace, tout en continuant à mener ses luttes habituelles « extérieures » en même temps. Nous travaillons dans ce sens en commun avec l'IWW<sup>1</sup>, en faisant un usage intensif du programme de formation sur les pratiques d'organisation sur le lieu travail de l'IWW. C'est le prochain objectif. [Thème musical entraînant]

Vous avez des questions ?

Vous voulez nous parler ?

Vous passez par Seattle ?


Contactez les auteurs : [coldbandtbarnacle@seasol.net](mailto:coldbandtbarnacle@seasol.net).

---

1. L'IWW, « International Workers of the World » est une organisation syndicale révolutionnaire à vocation internationale, mais implantée principalement ces dernières années dans les pays anglosaxons. Née aux Etats-Unis, elle a fortement marqué l'histoire syndicale et le mouvement ouvrier nord-américain -NDT







logoBraseroSocialBW.jpg

**Traduction française, mise en page et édition  
par *Brasero Social*, Juin 2013.**

Un espace de solidarité parmi d'autres où on se réunit, on se serre les coudes, et on se réchauffe les mains sur les braises en ces temps d'hiver social. Des braises pour alimenter nos luttes populaires, pour combattre les inégalités économiques et sociales.

Une manière de diffuser des critiques contemporaines de la hiérarchie, du capitalisme, un projet de société communiste libertaire.

Bref, *Brasero social*, une association d'éditions autogérée, à base militante, qui veut contribuer à la diffusion d'une pensée anarchiste-communiste contemporaine, en provenance des 4 coins du monde !