

Processus de refondation du Réseau "Sortir du nucléaire"

Pistes de réflexion proposées par le CA

A/ Dimension fédérative et représentativité

Affirmer le Réseau comme organisation citoyenne et activiste, basée sur un maillage du territoire par des groupes et individus actifs, ou sympathisants.

Maillage à renforcer, en suscitant la création de groupes spécifiquement antinucléaires, clairement affiliés au Réseau.

Vocation à toucher et convaincre le grand public et les relais d'opinion par un travail militant de terrain, en même temps que par un travail de communication (comprise au sens large du terme).

Vocation à faire de la sortie du nucléaire un sujet politique majeur.

Le Réseau est déjà devenu, dans les faits, une fédération de groupes et d'individus : des milliers de personnes le soutiennent financièrement et participent à ses principales actions. Proposition de faire évoluer les statuts du Réseau pour que cette double nature soit assumée et valorisée. Il serait nécessaire de repenser le rôle réel de ces acteurs, au-delà du seul enjeu de communication (faire valoir "XXX groupes fédérés").

1 - Les individus

Le but serait de donner une place réelle aux individus (militants, donateurs) dans le Réseau et dans ses choix, place à ce jour inexistante en terme de représentation. Les individus représentent un formidable potentiel à ce jour inexploité dans le Réseau, qui est de fait devenu une fédération de groupes et d'individus.

Statut d'adhérent individuel :

Il faudrait réfléchir à créer un statut d'adhérent individuel, à définir dans ses modalités, avec mécanisme de représentation en AG. L'adhésion individuelle serait placée à un niveau bas (10 € par an). Pour les individus se revendiquant d'un groupe donné, il pourrait y avoir un reversement par le Réseau au groupe concerné, par exemple de 50% de l'adhésion. Les groupes bénéficieraient de la puissance de communication du Réseau dans l'appel à adhésion : le Réseau pourrait appeler les adhérents à adhérer au Réseau en s'affiliant au groupe local le plus proche d'eux.

Collège des individus :

Les adhérents individuels « indépendants » (non affiliés à un groupe) pourraient être représentés au travers d'un collège de représentation. Quant aux adhérents individuels affiliés à un groupe, ils seraient représentés à travers les groupes, comme c'est le cas aujourd'hui.

Relais locaux :

Réfléchir à la création d'un statut de "relais local", pour les militants actifs mais qui ne sont pas membre d'un groupe (par volonté ou impossibilité), avec un "contrat" passé avec le Réseau.

Personnes ressources :

Apprendre à valoriser plus et mieux les compétences bénévoles de personnes ressources à travers un annuaire interne. Les personnes ressources sont une énorme richesse du Réseau, trop peu exploitée à ce jour.

2 - Les groupes

Représentativité des groupes :

A propos du principe "1 groupe = 1 voix" : la question est posée de savoir s'il est opportun ou non de le faire évoluer vers une représentativité du poids respectif des groupes (avec pondération pour éviter entrisme/maîtrise des majorités par peu de groupes). Comment définir un "groupe" au sens des statuts du Réseau ? Définir un nombre minimal d'adhérents (5 adhérents, par exemple) ? Introduire une distinction entre les groupes qui apportent un simple soutien moral et ceux qui mènent effectivement des actions antinucléaires ?

Fonds de soutien financier aux actions des groupes :

Redistribuer une partie des ressources du Réseau aux groupes locaux. On peut envisager des dispositions diverses, à étudier en détail. Deux propositions en ce sens :

- pour favoriser l'émergence de nouveaux groupes spécifiquement antinucléaires, proposer un kit de départ, qui pourrait comporter du matériel gratuit (banderole, tracts, badges, autocollants, brochures, ...) et un soutien financier systématique aux premières actions ;
- consacrer un pourcentage donné du budget annuel du Réseau pour un soutien financier direct aux actions des groupes adhérents

3 - Collèges de représentation

Le but serait de permettre aux différentes composantes du Réseau de trouver leur place au sein du Réseau tout en élargissant le cadre à de nouvelles composantes trop peu prises en compte jusqu'à ce jour (militants et donateurs individuels, organisations nationales, collectivités locales)

En ce sens, réfléchir à la création de collèges de représentation, préservant la majorité des voix pour les groupes (55 % par exemple), mais donnant un droit de vote à d'autres composantes :

- collège des adhérents individuels : 30 % par ex.
- collèges des organisations nationales (associations , partis politiques, syndicats...) : 15 % par ex.
- collège des collectivités publiques : 5 % par ex.

La question spécifique d'une représentation minoritaire (de l'ordre de quelques pour-cent) des salariés par le biais d'un collège dédié devrait également être mise à l'étude.

B/ Stratégie du Réseau et prise en compte de la faisabilité

Le processus d'élaboration stratégique du Réseau est déficient et lacunaire, et donc à réformer.

Le rôle du CA n'est pas explicité ; il ne fait pas consensus parmi les représentants de groupe, ni même parfois parmi les administrateurs ; le rôle central du CA dans l'élaboration de la stratégie du Réseau n'est donc pas suffisamment intégré/accepté, ni traduit en pratique.

Le travail en commissions n'est pas assez développé et légitimé ; administrateurs accaparés par trop de choses, dans l'impossibilité d'assumer le rôle premier du CA qu'est l'élaboration et la conduite stratégique de l'association.

L'élaboration stratégique est déterminée par le vote de campagnes et motions dont l'élaboration et la recevabilité ne sont absolument pas encadrées. La plupart du temps, aucun lien n'est fait entre l'activité passée et présente du Réseau, et les propositions de campagnes ; aucun lien n'est fait entre les différentes propositions de campagne soumises au vote de l'AG, qui s'inscrivent de fait dans une sorte de compétition ; aucune évaluation de la pertinence ni de la faisabilité des campagnes ou motions n'est effectuée, ni présentée à l'AG ; aucune limitation du nombre de campagnes ou actions à engager n'existe ; aucune leçon n'est tirée en AG du fait que certaines décisions passées n'ont pas été mises en œuvre ; etc.

Une stratégie doit pouvoir être pluri-annuelle. Or, le système de campagnes et motions votées en AG annuelle impose au Réseau un rythme parfaitement artificiel de "1 année = au moins 1 nouvelle grande campagne". Il faut se donner les moyens d'une stratégie qui peut se déployer sur plusieurs années.

Solutions proposées :

1 - Motions et campagnes :

Encadrer la recevabilité des propositions de motions et de campagnes :

- une proposition ne serait recevable que si elle est portée par au moins un nombre minimal de groupes (de 3 à 5 ?).
- chaque proposition devrait être soumise très en amont de l'AG, et faire l'objet d'une évaluation de faisabilité (temps de travail / moyens financiers) par le CA et le Comité de gestion.
- prévoir un échange systématique entre le CA et les groupes qui formulent une proposition, avant que celle-ci soit ou non déclarée recevable par le CA.

2 - "Université" de réflexion stratégique :

Déconnecter en deux temps distincts :

- l'élaboration d'analyses et de propositions stratégiques
- la prise de décision sur la stratégie à mettre en oeuvre

D'où l'idée d'une "université de réflexion stratégique" du Réseau. Ce temps de travail de réflexion non décisionnaire rassemblerait des administrateurs, des représentants de groupe, des salariés, des personnes ressources dotées d'une expertise identifiée. La forme à adopter devrait permettre un réel travail d'analyses/bilans/état des lieux, de réflexion, d'élaboration de propositions. Les propositions de campagnes/motions formulées par les groupes pourraient aussi être examinées d'abord dans ce cadre-là, et non pas directement en AG. A la suite de cette réflexion, le CA serait chargé de faire une synthèse qui servirait à sa propre réflexion et en vue de la préparation de l'AG.

3 - Consultation des groupes par le CA en cours d'année :

Associer les groupes au fil de l'année (hors AG) à certains choix politiques/stratégiques du CA. Organiser des sondages, pour recueillir l'avis des groupes sur certaines positions politiques par exemple, ou sur certaines actions, etc. (Ce type de consultation n'est possible en pratique que pour des sujets ne présentant pas de caractère d'urgence, et laissant de ce fait un délai compatible avec le lancement et le dépouillement d'une consultation.)

C/ Porte-parolat et communication

1 - Développement d'un porte-parolat collectif, refus du porte-parolat unique

Nécessité de dépersonnaliser la fonction de porte-parole. Le choix d'un porte-parole salarié capable de répondre quotidiennement aux sollicitations représente avant tout un confort pour les journalistes. Mais ce choix occasionne une prise de risque pour l'organisation, qui accepte de voir son identité de personne morale, fédération de nombreux groupes divers, plus ou moins confondue avec celle d'une unique personne physique.

Mettre en place un pool de porte-parole du Réseau qui inclurait non seulement des administrateurs et des salariés, mais aussi des personnes ressources bien identifiées, porte-parole bénévole pour des thématiques bien ciblées, ou pour un site nucléaire donné. Avec engagement clair de part et d'autre, intervention cadrée de ces porte-parole bénévoles.

Un salarié chargé de tout le travail de relations presse est indispensable. Chargé notamment de coordonner le porte-parolat du Réseau, l'attaché de presse ne doit pas être le porte-parole. Au plus, il doit intervenir comme porte-parole uniquement en dernier recours, en l'absence d'autre porte-parole disponible, notamment dans des cas d'urgence.

2 - Séparer les positions du Réseau et sa communication

Déconnecter systématiquement l'élaboration des positions politiques et stratégiques du Réseau d'une part, et l'élaboration des communiqués d'autre part. Mettre fin au mécanisme de définition des orientations politiques/stratégiques par le fait même de rédiger un communiqué et de le soumettre au vote. Il faut que les communiqués soient « simplement » l'émanation de positions de fond déjà validées après une phase de débat.

D/ Direction et équipe salariée

1 - Co-direction

Atténuer la dépendance structurelle du Réseau vis-à-vis de son directeur historique Philippe Brousse, en tendant vers :

- une co-direction partagée entre deux salariés
- une répartition de certaines responsabilités vers d'autres postes salariés et/ou vers le CA

2 - Évolution de l'équipe salariée

Réflexion en cours sur la redéfinition des postes de l'équipe salariée (chargé de campagnes, responsable des publications papier et web, attaché de presse, directeur adjoint...)