



Un parti souple

Chapitre 3. Un parti souple

Table des matières

Introduction 75

1. La tactique est partie intégrante du marxisme 75

 1.1. Stratégie et tactique sont sœurs jumelles 75

 1.2. La tactique n'est pas un but en soi.

 La tactique est au service de la stratégie. 77

2. La tactique est un art.

 Trente recommandations pour une bonne tactique. 79

3. Le PTB tel qu'il est.

 Le profil positif du parti des gens d'abord 100

4. Attention particulière à la tactique syndicale 102

 4.1. Notre attitude fondamentale est celle de renforcer
 les syndicats 102

 4.2. Nous défendons la plus grande démocratie
 possible dans les syndicats 103

 4.3. Nous défendons l'unité la plus grande possible
 des syndicats 104

Introduction

Un parti souple est un parti qui sait s'adapter aux circonstances dans lesquelles il travaille. Cela s'oppose à un parti rigide qui, quelle que soit la situation, agit toujours de la même manière tant sur le plan politique que dans la façon de s'organiser.

Un parti souple n'est pas un parti sans principes. Bien au contraire, une meilleure maîtrise et une meilleure compréhension des principes (voir le chapitre 2), permettent aussi dans la pratique de manier avec plus de souplesse et de créativité la politique, l'organisation et l'action.

Certains membres du parti sont d'avis qu'il s'agit seulement d'être fermes sur les principes. C'est une erreur. Le principal objectif du parti c'est d'être ferme sur les principes *et* d'être souple. Les deux, et en même temps. Un corps a besoin d'une colonne vertébrale ferme, mais aussi de membres souples. Sans souplesse des membres, la fermeté sur les principes devient la fermeté d'un squelette, une colonne vertébrale décharnée, sans matière vivante.

1. La tactique est partie intégrante du marxisme

1.1. Stratégie et tactique sont sœurs jumelles

Penser de manière stratégique veut dire : savoir à quoi nous voulons arriver, quels sont nos objectifs à long terme, comment nous pensons les atteindre, quels sont nos alliés et nos ennemis. Toute organisation, toute institution, tout parti ont une stratégie. Dans le chapitre précédent, nous avons présenté l'essentiel de notre stratégie. En résumé :

1. Nous voulons arriver au socialisme.
2. Nous créons des rapports de force par la conscientisation (sensibilisation), l'organisation et l'action sociale (mobilisation).
3. Nous sommes un parti des travailleurs.

Penser de manière tactique veut dire : trouver le chemin et les méthodes les plus adaptés pour progresser dans cette direction. Nous ne progressons pas d'un pas si nous assommons les gens avec de « grandes vérités » ou notre « programme complet ». Nous voulons maîtriser l'art de mettre les esprits et les coeurs en mouvement. C'est le cas quand les gens font leurs propres expériences, quand ils prennent une affaire à cœur, quand ils bougent, s'organisent et luttent. C'est pour ça qu'il est essentiel de tenir compte des rapports de force existants, du contexte idéologique et du niveau de conscience.

Pour notre parti, ça veut dire entre autres :

1. Rechercher des mots d'ordre et des revendications plus appropriés, tenir réellement compte de ce pour quoi les travailleurs veulent vraiment bouger.
2. Varier les formes de lutte, décrocher de petites victoires.
3. Adapter sa communication pour l'esprit et le cœur, dans le fond et la forme, dans la langue et l'image, avec clarté et créativité, en joignant sérieux et humour...
4. Rechercher des formes d'organisation souples et des initiatives pour rendre le parti plus accessible. Accorder plus d'importance au travail dans les organisations et associations existantes (en premier lieu les syndicats) et à la collaboration avec divers alliés.

1.2. La tactique n'est pas un but en soi.

La tactique est au service de la stratégie.

Une tactique intelligente est celle qui dit quand il faut attaquer, quand on doit se défendre. Ça change d'après la situation. Une équipe qui utilise toujours la même tactique dans toutes les situations perd le match. Une équipe qui ne fait qu'attaquer aveuglément va se faire avoir. Une équipe qui reste sur la défensive ne marquera jamais. L'abc de la tactique est donc de bien évaluer ses propres points forts et points faibles et ceux de l'adversaire, de savoir saisir ses chances et aussi de savoir reculer quand il le faut.

Le parti doit tenir compte de deux choses aujourd'hui :

1. Nous nous trouvons globalement dans une phase défensive (voir chapitre 1). Le mouvement des travailleurs est sur la défensive et subit constamment des attaques contre son niveau de vie, ses acquis, ses conditions de vie et de travail. Toute la société, les médias, l'idéologie dominante poussent à l'individualisme, au chacun-pour-soi au détriment de la collectivité. Cela a des répercussions sur le niveau de conscience et sur le rapport de forces.

Notre tactique doit mieux répondre à ça. Le parti ne pourra intervenir comme avant-garde que s'il est en état de gagner l'esprit et les cœurs des masses. Cela suppose des méthodes appropriées. Une mauvaise estimation des rapports de force, quand on est aveugle aux nouvelles conditions et quand on veut continuer à travailler « comme avant », cela conduit à des erreurs tactiques (par exemple une tactique d'extrême gauche). On tombe alors dans la routine, dans une rigidité qui s'accroche à des formules toutes faites sans chercher comment on peut vraiment percer.

2. Être dans une phase défensive ne veut pas dire qu'il est impossible de décrocher des victoires. Nous voulons mieux

choisir nos cibles et tout faire jusqu'au bout pour les atteindre. Nous voulons concentrer nos forces au lieu d'allumer des feux de paille qui s'éteindront vite. Nous voulons mieux faire la différence entre notre programme complet et ce que nous pouvons imposer maintenant.

Nous pouvons parler de victoire quand le parti est arrivé à réaliser quelque chose. Il faut alors ne pas négliger de mettre ces résultats en avant. Pensons par exemple à la diminution de la taxe poubelles et à la réouverture du bassin de natation à Hertstal, à l'abrogation de la taxe parking et de la taxe familiale à Zelzate, à la pension des mineurs au Limbourg, aux grandes baisses de prix des réducteurs de cholestérol grâce à l'action kiwi, au maintien de l'ouverture du bureau de poste à Gand, à l'assainissement du quartier Moretusburg aux frais du pollueur Umicore, au maintien de la section des urgences à l'hôpital Hoge Beuken à Hoboken, aux assainissements de l'environnement à Genk, etc.

La tactique doit toujours rester subordonnée à la stratégie. Notre intention reste toujours de faire des progrès dans la direction de notre but stratégique. La tactique doit nous aider à faire des pas en avant dans cette direction. Nous ne sommes pas des populistes qui recherchent les succès faciles et la démagogie à bon marché. En d'autres termes, *la tactique n'est pas un but en soi.*

L'art de la tactique est nécessaire aussi pour

1. mobiliser les gens contre des situations intolérables ou l'exploitation ;
2. rendre les gens plus conscients, tant à propos de la société dans laquelle nous vivons que de l'alternative qui se présente.
3. aider des gens à travailler ensemble et les organiser de manière durable. Organiser de manière durable, ça peut être dans

des organisations de masse (jeunes, femmes, paix, solidarité internationale, environnement...), dans les organisations syndicales et dans le parti lui-même.

2. La tactique est un art.

Trente recommandations pour une bonne tactique.

La tactique est un art. La tactique a des lois qui lui sont propres. Tout le monde peut l'apprendre et l'approfondir. La tactique est importante pour le parti dans son ensemble. La tactique compte pour chaque section du parti et chaque groupe de base. Mais la tactique est importante aussi pour chaque membre du parti individuellement : comment est-ce que je me comporte avec mes camarades de travail ? Comment est-ce que j'interviens dans le syndicat ? Qu'est-ce que je fais dans le quartier, à l'école de mes enfants, dans mon club de sport ?

Nous voulons arriver à ce que chacun utilise ces trente recommandations comme une *check-list*. Si nous nous formons tous à ça, ce sera un grand pas en avant pour le parti.

1. Nous considérons la tactique comme un art pour le parti
2. Nous considérons la tactique comme un art politique
3. Pour chaque tactique, nous partons d'une analyse étayée
4. Nous nous appuyons toujours sur une analyse sobre et objective des rapports de force
5. Nous nous appuyons sur la démocratie dans le parti pour développer une politique et une tactique correctes
6. Nous nous appuyons sur nos élus pour affiner la tactique
7. Nous nous appuyons sur des enquêtes et des contacts en dehors du parti pour définir notre tactique

8. Nous faisons la distinction entre différents niveaux
9. Nous pensons et agissons en fonction de la majorité
10. Nous construisons des réseaux aussi larges que possible
11. Nous exploitons les contradictions de l'adversaire
12. Nous louvoyons et nous concluons des compromis
13. Nous voulons être en mesure de saisir le bon moment
14. Nous nous occupons des problèmes concrets des gens
15. Nous réalisons des choses concrètes
16. Nous recherchons de petites victoires
17. Nous soutenons tout ce qui est positif
18. Nous encourageons les activités populaires, sportives et culturelles
19. Nous faisons la distinction entre ce qui se passe en salle et ce qui se passe en cuisine
20. Nous mettons en avant des personnalités reconnaissables et des porte-paroles
21. Nous menons une politique médiatique avantageuse
22. C'est nous qui déterminons le sujet
23. Nous tournons le débat à notre avantage
24. Nous utilisons la force de l'exemple positif
25. Nous parlons une langue directe et simple, compréhensible pour les gens
26. Nous laissons les faits parler d'eux-mêmes
27. Nous nous adressons à l'esprit et au cœur, nous recourons au texte et à l'image dans du matériel professionnel
28. Sur le plan de l'organisation non plus, nous ne reconnaissons aucune « vérité éternelle »
29. Nous encourageons une riche palette d'organisations de masse
30. Nous recherchons les alliances les plus larges possibles

1. Nous considérons la tactique comme un art pour le parti.

Certains camarades pensent, à tort, qu'une bonne tactique ça revient à faire passer le parti à l'arrière-plan. Au contraire, le souci de la tactique sert à pouvoir bien mettre le parti en avant, de manière correcte. Le PTB est *le parti des travailleurs* et c'est comme ça que nous voulons être connus.

2. Nous considérons la tactique comme un art politique.

Il existe une idée tenace selon laquelle combattre le sectarisme reviendrait à « faire moins de politique ». C'est tout le contraire. Plus on intervient d'une manière concrète, argumentée, fondée, mieux on persuade et on mobilise. Plus on est capable de « jouer du piano », plus on peut intervenir de manière diverse, étayée et concrète, plus on peut progresser. L'incapacité de convaincre ou de recruter les gens vient surtout du recours à des slogans et à des raisonnements stéréotypés qui montrent qu'on n'y croit pas soi-même.

3. Pour chaque tactique, nous partons d'une analyse étayée.

Le marxisme combine une approche scientifique avec un point de vue de classe.

La campagne kiwi a montré en quoi l'approche scientifique et la méthode marxiste sont nécessaires. Le dossier kiwi allait au cœur du problème, et frappait donc aussi au cœur (et au portefeuille) de l'industrie pharmaceutique. Le marxisme montre l'importance de l'économie et de la production de plus-value. Cela permet d'aller à l'essentiel et d'avancer des propositions portant sur l'essentiel. Dirk Van Duppen (médecin, membre du PTB, père du modèle kiwi en Belgique) gagnait dans les débats parce que sa compétence était irréfutable.

La compétence scientifique est un pilier indispensable. Le parti veut se débarrasser de l'idée que ce serait de l'« intellectualisme » ou de l'« académisme ». Plus encore : sans compétence, il ne peut être question de politique rouge. « Rouge et expert », ces qualités sont comme des sœurs siamoises, l'une ne va pas sans l'autre. Si c'est nous qui dictons l'agenda de l'affaire kiwi, c'est grâce à cette expertise : la science au service du peuple et de la lutte. Ça veut dire aussi qu'il faut se donner les moyens de travailler à cette compétence.

4. Nous nous appuyons toujours sur une analyse sobre et objective des rapports de force.

Au commencement de chaque campagne, de chaque action sociale ou de chaque lutte, nous étudions la situation avec précision. Pendant la préparation de la lutte contre le pacte des générations et au cours de la lutte, nous avons su bien évaluer ces rapports de force. Nous avions une bonne analyse de nos points forts et des faiblesses du gouvernement. Nous pouvions donc traduire cela en mots d'ordre, revendications et points de rupture adaptés. En même temps, nous n'avons ni sous-estimé ni surestimé la disposition à l'action.

Le gauchisme au contraire, prend ses désirs pour la réalité. C'est une erreur dangereuse. Si on ne voit pas ses désirs se réaliser, on tombe dans le pessimisme et la mélancolie.

Si les rapports de forces sont défavorables, ça ne veut pas dire que nous devions nous incliner ou soupirer qu' « il n'y a rien à faire ». Nous devons changer les rapports de force en nous appuyant sur les masses, sur nos alliés dans les syndicats et les milieux progressistes. C'est justement à ça que sert une tactique appropriée.

5. Nous nous appuyons sur la démocratie dans le parti pour développer une politique et une tactique correctes.

Les revendications et les mots d'ordre dans la lutte contre le pacte des générations sont le fruit d'une large consultation menée lors d'assemblées générales et de réunions de groupes de base et de noyaux de militants. Pour élaborer notre politique et notre tactique, nous voulons écouter attentivement ce qui vit dans le parti. Nos membres ont de nombreux contacts avec les gens. Nous avons beaucoup de membres syndicalistes, souvent avec une expérience très riche, qui sont tout le temps confrontés à des problèmes tactiques. Ils savent ce qui passe et ce qui ne passe pas, comment présenter les choses de façon avantageuse, comment parler des sujets les plus délicats, etc. Leurs avis, nous devons les prendre au sérieux.

6. Nous nous appuyons sur nos élus pour affiner la tactique.

Tous les jours, ils sont confrontés aux préoccupations de la grande masse, aux positions politiques et à la popote interne des autres partis. Ils doivent continuellement prendre position et conclure des alliances. Cela leur permet d'accumuler une grande expérience, de se montrer souples tout en maintenant les principes. Nous devons utiliser cela au mieux et non le condamner comme « électoralisme ». Le plus important c'est que les élus eux-mêmes s'en tiennent aux principes, qu'ils travaillent sous la direction du parti et organisent leur travail en fonction de la lutte (selon la devise « terrain-conseil-terrain »).

7. Nous nous appuyons sur des enquêtes et des contacts en dehors du parti pour définir notre tactique.

Exemple : à Genk se pose le problème de la pollution de l'air par l'entreprise ALZ. Mais certains ont fait observer que « si

on s'attaque à ce problème, l'usine pourrait fermer et s'installer là où les normes environnementales sont moins strictes et les salaires plus bas. Pour nous, l'emploi est plus important que l'environnement. »

Comment aborder la contradiction entre ceux de l'usine et ceux du quartier ? Le quartier se préoccupe d'ailleurs aussi d'éventuelles pertes d'emploi. D'emblée, nous prenons contact avec la délégation syndicale d'ALZ. Nous n'avons rien voulu entreprendre sans les consulter. Nous avons formulé la pétition en n'exigeant pas d'autre action de l'entreprise que de mesurer la pollution. Ensuite nous sommes passés à des mesures concrètes et réalistes que la commune pouvait prendre : nettoyer régulièrement l'école et le quartier les plus touchés. Nous avons donné aux habitants dix recommandations concrètes pour faire face eux-mêmes au problème. Toute cette agitation a conduit finalement à ce résultat : ALZ a construit un hangar pour contenir la dispersion des poussières. Notre action a conduit ALZ à prendre des mesures sans que cela menace aucun emploi.

8. Nous faisons la distinction entre différents niveaux.

Parmi la population travailleuse, il y a des groupes plus ou moins conscients, il y a des pionniers, des hésitants et des suiveurs. Dans chaque lutte, tout l'art est de s'appuyer sur l'avant-garde pour attirer dans son camp le groupe intermédiaire et isoler l'arrière-garde. Nous devons utiliser les idées les plus avancées pour vaincre les sentiments d'impuissance et de doute, pour contrer dans la population travailleuse les idées du patronat et du gouvernement. Nous devons armer les chefs de file avec les meilleures analyses et les meilleures positions pour qu'ils puissent à leur tour les diffuser.

Exemple : fin août 2005, le front du futur pacte des générations était encore relativement calme. Il était important de bien évaluer la situation. La lutte de classe pour la prépension s'était-elle déjà éteinte en silence ? N'était-il plus justifié d'en faire encore une campagne centrale ? Voici le jugement du Conseil national : « La prépension reste un point sensible, comme tous les sondages le montrent depuis trois ans (le nôtre aussi). Ce n'est pas parce qu'on n'en dit pas grand-chose dans les ateliers qu'il n'y a pas une résistance qui couve. Certains pensent : "Aujourd'hui les gens n'en parlent pas, nous n'avons donc pas à nous en occuper". Ça c'est une conception apolitique. Nous savons que les gens sont contre les mesures, nous savons aussi qu'ils n'ont pas encore reçu d'information précise sur l'attaque du gouvernement. C'est donc notre tâche de diffuser largement cette information et de proposer des mots d'ordre. Dans la période actuelle, la campagne prépension doit être la priorité pour toutes les sections d'entreprise. Les mouvements de lutte n'évoluent pas en ligne droite. Ils font des tours et des détours. Des périodes calmes alternent avec des explosions. »

On doit distinguer l'avant-garde, le grand groupe intermédiaire et l'arrière-garde. Nous devons nous associer conscientement l'avant-garde et l'organiser dans le parti et le mouvement syndical pour la mettre en état de mobiliser largement. Nous devons entraîner le groupe intermédiaire pour qu'il se réveille et se développe dans la lutte. Nous devons isoler tactiquement l'arrière-garde. On ne peut pas utiliser le point de vue de l'arrière-garde pour défendre que la prépension « n'est pas une préoccupation », que les gens « ne veulent pas se battre pour ça ».

9. Nous pensons et agissons en fonction de la majorité.

Dans nos mots d'ordre, modèles d'action et propositions d'organisation, nous devons tenir compte du niveau de conscience réel des larges couches de la population.

Exemple : dans la question de la séparation du pays qui menace, nous devons très bien savoir comment pense la majorité en Flandre, en Wallonie et à Bruxelles et en tenir compte dans une tactique adaptée. Cela ne veut pas dire suivre la majorité. Dans chaque partie du pays, nous avons divers préjugés à combattre, mais nous défendons partout l'unité nationale, l'arrêt de la régionalisation. Nous utilisons les arguments qui prennent et ils sont différents suivant les régions.

10. Nous construisons des réseaux aussi larges que possible.

Nous nous efforçons de travailler avec le plus grand nombre de gens, même s'ils ne sont pas d'accord avec nous. Les relations régulières avec un large cercle de contacts peuvent avoir lieu en différents lieux et à différents niveaux.

Nous encourageons chacun à s'implanter dans son quartier, dans son entourage. Les liens personnels sont très importants pour faire évoluer les gens.

Au travail aussi, on peut constituer un réseau autour de soi. Nous voulons accorder plus d'attention aux nouvelles méthodes de travail en réseaux. Pendant la lutte à VW, il y avait en activité deux sites Web et un forum de discussion d'ouvriers. Divers membres du parti y sont intervenus. Pendant la lutte à Opel, un ouvrier a ouvert un forum international. Ce sont souvent des méthodes intéressantes pour toucher des jeunes et établir des contacts.

Des faiseurs d'opinion, journalistes, universitaires, personnes actives dans le monde culturel et sportif ont souvent sur les cho-

ses une vision plus large, ou une expérience vraiment importante. Nous voulons constituer des réseaux avec eux. La campagne kiwi en est le meilleur exemple. Le docteur Dirk Van Duppen a développé son autorité par des contacts dans le mouvement syndical, le KWB⁵⁸, l'ACW⁵⁹ et la mutualité chrétienne, dans les milieux universitaires, dans des cercles de médecins et de pharmaciens, chez des élus d'autres partis. C'est une erreur de croire que le travail au sommet s'opposerait au travail à la base. Que du contraire, il faut justement une combinaison qui fait une place spécifique aux professeurs et aux scientifiques, aux journalistes, aux dirigeants d'organisations sociales, aux délégués syndicaux et à la base syndicale, aux membres d'autres partis, aux contacts de toutes sortes d'organisations, etc. Nous devons aussi oser des contacts avec des gens « de haut niveau ». Des liens se créent avec eux et on apprend de leur tactique.

11. Nous exploitons les contradictions de l'adversaire.

Unité entre alliés, division chez l'ennemi, voilà un principe tactique important. Pendant la campagne kiwi, on a appliqué ça très adroitement. Les firmes qui produisent des médicaments génériques ne le font pas pour nos beaux yeux, mais pour en retirer leur part de profit. Mais le débat sur le modèle kiwi leur a permis d'aller à l'offensive contre le pouvoir et l'arbitraire des transnationales pharmaceutiques. Nous pouvons exploiter cette contradiction pour trouver une porte d'entrée au modèle kiwi.

On a lancé le modèle kiwi après que le ministre de la Santé de l'époque Frank Vandenbroucke ait accordé le monopole au réducteur de cholestérol Zocor. Le président du SP.a, Stevaert s'est rangé derrière le modèle kiwi qui causait tant de souci au ministre SP.a Vandenbroucke. Cela a permis d'avoir plus d'écho

dans le public à la fois à la base du SP.a et dans les milieux syndicaux socialistes.

12. Nous louvoyons et nous concluons des compromis.

Un bon compromis peut être nécessaire pour consolider les résultats d'une mobilisation maximale. Dans la lutte pour la réintégration de Marc Dewachter comme délégué syndical à Umicore Hoboken, nous avons refusé un mauvais compromis parce qu'il comportait que Marc renonce à son appartenance au parti. Par contre nous avons accepté un deuxième compromis parce qu'il permettait à Marc de militer comme membre du PTB dans le syndicat. Ainsi l'essentiel était sauvé et les rapports de force à ce moment ne permettaient pas d'aller plus loin. Ce dont il s'agit, c'est de toujours vérifier si le résultat favorise ou non un progrès de la conscience ; si le résultat favorise l'organisation ou la désorganisation ; si le résultat préserve la capacité de lutter et de vaincre ou au contraire la freine.

Dans le même ordre d'idées, il y a aussi la nécessité de préserver l'unité quand les perspectives de continuer la lutte s'épuisent. Nous voulons quitter la scène les derniers, mais ça ne veut pas dire que nous devons nous isoler en continuant comme des gens qui crient dans le désert.

13. Nous voulons être en mesure de saisir le bon moment.

Ça veut dire : à certains moments, quand toutes les circonstances le permettent, il faut prendre l'initiative, accélérer le mouvement, pas temporiser. C'est comme de sentir le bon moment de placer un démarrage dans une course cycliste.

La semaine suivant les élections communales de 2006, ç'a été notre « semaine de la presse néerlandophone ». Chaque jour, nous

étions dans les grands journaux. Que s'était-il passé ? A des journalistes qui auraient déjà voulu nous donner la parole avant les élections, nos bons résultats ont donné une nouvelle possibilité. Les rapports de forces dans leur rédaction étaient (très légèrement) modifiés. La semaine suivante ils avaient de nouveau changé et on en revenait à la politique du silence. Nous avons donc dû profiter vite et en profondeur de cette occasion de faire connaître le renouveau du PTB et de renforcer de manière durable le soutien de progressistes qui s'étaient déclarés en notre faveur. Le « PTB nouveau » était arrivé. En saisissant rapidement le créneau favorable, nous avons pu entrouvrir la porte des médias jusqu'à aujourd'hui et réussi à faire passer notre propre profil.

14. Nous nous occupons des problèmes concrets des gens.

Il n'y a pas de petits problèmes. Les révolutionnaires sont les meilleurs combattants pour les réformes parce qu'ils prennent à cœur les petits et les grands soucis des gens. Notre vision socialiste de société nous donne la détermination de défendre de façon conséquente les intérêts des ouvriers, des employés et fonctionnaires.

Ce qui nous distingue des réformistes, c'est notre manière d'entreprendre les actions pour des réformes. Chaque lutte offre la possibilité d'activer des gens. Dans l'action collective, les gens apprennent à prendre eux-mêmes leur sort en mains. Chaque lutte apporte des possibilités de compréhension et de conscience (par exemple par des mots d'ordre qui visent la toute-puissance des monopoles). Chaque action crée des possibilités d'organisation et de coopération durable. La mobilisation, la conscientisation et l'organisation durable sont vitales pour réaliser finalement une nouvelle société.

15. Nous réalisons des choses concrètes.

Nous ne sommes pas des vendeurs de belles paroles mais des gens qui agissent. C'est ainsi que nous voulons qu'on nous voie : comme un parti qui réalise quelque chose, qui est près des gens.

Les maisons médicales de Médecine pour le Peuple constituent toujours le meilleur exemple de notre capacité de réalisation. Les avocats du parti s'impliquent pour la protection des délégués et le droit de grève, pour la lutte des sans-papiers dans l'organisation de front UDEP, pour la protection du mouvement communiste. Le secteur étudiant de Comac aide les étudiants à préparer leurs examens dans une « blocus collective » annuelle. Les Pionniers organisent des écoles de devoirs. L'organisation du parti Amitié sans frontières aide les réfugiés et organise des rencontres lors des fêtes de fin d'année. Nous voulons explorer la possibilité de tenir des permanences sociales ou un guichet où on puisse demander conseil sur des questions déterminées, bien délimitées, comme on le fait actuellement à Herstal sur les prix de l'énergie. Le nouveau portail www.ptb.be offre aussi de grandes possibilités de créer ce genre de points de contact.

Nous voulons réunir toutes les propositions pour appliquer ces exemples de façon créative sur d'autres terrains, en commençant par les entreprises et les syndicats. Exemple : la vente de roses en solidarité avec les victimes d'accidents de travail par le C-DAST (le Centre de défense et d'action pour la santé des travailleurs, créé par Médecine pour le Peuple). Ou le procès contre le système de points de pénalisation à Ford Genk.

16. Nous recherchons des petites victoires.

Les petites victoires sont importantes pour préserver l'enthousiasme et la capacité d'action. Elles soutiennent le moral des mem-

bres et sont la meilleure publicité pour le parti dans les larges masses. Encore faut-il oser revendiquer ces victoires au nom du parti.

Notre meilleur atout pour décrocher des victoires, c'est la mobilisation de la population.

Pour décrocher de petites victoires, il importe de mener un dossier jusqu'à son terme. Nous n'allumons pas des feux de paille qui s'éteignent dès que nous nous éloignons. Nous respectons nos engagements.

17. Nous soutenons tout ce qui est positif.

Le PTB entend soutenir toutes les aspirations légitimes de la classe ouvrière. Nous voulons être en mesure de découvrir les aspirations des travailleurs. Celles-ci ne sont jamais « pures », il y a toujours des « imperfections », comme dans un diamant non taillé. Nous ne devons pas avoir peur de la poussière ou des « déchets », nous devons voir le diamant qui se cache derrière. Nous devons donc apprendre à découvrir toutes les tendances positives et à protéger l'enthousiasme des travailleurs.

Le gauchisme au contraire s'aveugle sur « le négatif », ce qui est diamétralement opposé à une attitude communiste. Les communistes ne se lamentent pas sur « le négatif ». Ils soutiennent et développent le positif et l'utilisent pour surmonter le négatif ou l'isoler.

18. Nous encourageons les activités populaires, sportives et culturelles.

Dans l'entreprise, tout ce qui compte, c'est la relation patron-travailleur. On travaille une grande partie de sa journée pour le profit du patron. La plupart des gens ont peu de possibilités d'utiliser leur créativité et leurs talents au bénéfice des autres tra-

vailleurs. En dehors des heures de travail, beaucoup participent à des activités sportives, musicales, culturelles. De telles activités apprennent aux gens à travailler ensemble, à s'organiser et à utiliser de façon créative leurs talents pour d'autres travailleurs.

Nous soutenons pleinement ces activités et nous apprécions l'engagement de tant de gens. Nous développons aussi de telles activités nous-mêmes. Pensez au « Tour de Frans » annuel à Zelzate qui permet aux sympathisants et membres du parti de déployer leurs capacités au service d'une offre variée de randonnées à vélo, de rallyes gourmands, de promenades urbaines, de tir aux claires, de concours de pêche, de kermesse, etc.

19. Nous faisons la distinction entre ce qui se passe en salle et ce qui se passe en cuisine.

Les meilleurs chefs coqs ne révèlent pas tous leurs secrets. La situation dans la cuisine est souvent plus chaotique que l'ambiance soignée de la salle. Il faut dans le parti assez d'attention et d'espace pour toutes les questions stratégiques et tactiques. Vers l'extérieur, nous devons savoir ce qui est essentiel. Dans le temps et l'espace limités que les médias nous accordent, nous voulons nous concentrer là-dessus, même si les journalistes s'intéressent souvent plus à notre cuisine interne ou aux points difficiles de notre programme.

20. Nous mettons en avant des personnalités reconnaissables et des porte-parole.

Cela joue un grand rôle dans la réputation de notre parti, dans la manière dont les gens voient le parti. Nous voulons un parti de « gens vivants », de gens « en chair et en os ». Nous voulons nous atteler sérieusement à la question de jeunes porte-paroles nationaux. Dans tout dossier important, le parti veut former un spé-

cialiste qui se profile dans les débats, dans les médias. Le nouveau portail www.ptb.be peut jouer un rôle important pour profiler des porte-paroles et des spécialistes. Enfin nous voulons aussi organiser des formations aux médias pour un large groupe de cadres.

21. Nous menons une politique médiatique avantageuse.

Sur ce plan, nous n'avons évidemment pas toutes les cartes en mains. La plupart des médias restent finalement entre les mains de quelques grands groupes de presse et de leurs actionnaires.

Mais il serait parfaitement idiot d'en conclure que nous ne devons pas faire nous-mêmes plus d'efforts envers les médias. Ce que peut d'ailleurs faire tout groupe de base ou toute section du parti. Les journalistes sont des hommes et des femmes qui savent apprécier les bonnes actions, les actions ludiques, les arguments bien développés et les résultats que nous pouvons leur présenter. Une modeste percée a d'ailleurs été réalisée sur cette base lors des dernières élections communales.

Nous voulons chercher constamment de possibles ouvertures. En prenant contact nous-mêmes avec des rédactions, nous avons obtenu des ouvertures au *Soir*, dans la *Gazet van Antwerpen* et dans le test électoral de la VRT. Nous voulons réagir à l'actualité par des communiqués de presse, mener des actions symboliques et ludiques pendant nos campagnes (comme le car paracétamol aux Pays-Bas). Nous voulons exploiter beaucoup plus activement les courriers de lecteurs et les forums publics sur les sites internet des journaux.

22. C'est nous qui déterminons le sujet.

Quand nous apparaissions dans les médias, la règle d'or c'est que nous devons déterminer nous-mêmes le sujet. Nous ne pou-

vons pas tirer dans toutes les directions et nous faisons donc mieux de nous en tenir à l'essentiel de notre message. Nous évitons les débats perdus d'avance. On peut toujours éluder les questions embêtantes, soit qu'elles ne portent pas sur des problèmes actuels, soit qu'il s'agisse de provocations ou de questions qui ne sont pas accessibles au grand public.

Ça ne veut pas dire qu'il faut rejeter toutes les questions difficiles. Ça veut dire que c'est à nous de voir ce qui est à l'ordre du jour et ça veut dire que nous ne réagissons pas d'office à tout.

23. Nous tournons le débat à notre avantage.

Nous ne voulons pas seulement avoir raison, nous voulons convaincre. Défendre son affaire de manière avantageuse ne veut pas dire se taire sur les thèmes plus difficiles. Cela veut dire surtout que sur ces questions aussi nous savons découvrir l'angle d'attaque le plus avantageux. La meilleure manière de contrer le Vlaams Belang, c'est de montrer que c'est un parti des riches et du patronat. Leur racisme et leur nationalisme servent à diviser les travailleurs pour faciliter la réalisation de leur programme. On peut marquer des points sur des problèmes difficiles comme le racisme et les réfugiés en les personnalisant sur base d'exemples comme Semira Adamu (qui a été étouffée avec un coussin par des gendarmes) ou Angélica (la fillette équatorienne en centre fermé).

Un syndicaliste écrit ainsi fort justement : « On ne peut pas exclure des attaques frontales contre le racisme. Mais un principe tactique important c'est qu'on doit toujours bien analyser quand il faut attaquer et quand non. Les ouvriers, qui se trouvent pour la plupart en permanence dans une situation de conflit avec leur chef et leur patron, sont très habitués à ça. À quel moment je vais dire ça ou non ? à quel moment je vais faire ça ou non ?

comment je vais le dire ou le faire ? La volonté de comprendre les lois de la tactique dépend souvent de la volonté de gagner, d'atteindre des résultats pratiques. La tactique, c'est essentiellement la recherche des tours et détours, des bons moments et des bons moyens pour atteindre un certain but. »

24. Nous utilisons la force de l'exemple positif.

L'existence d'un impôt sur la fortune en France et aux Pays-Bas contredit l'argument de la fuite des capitaux. Des expériences positives de lutte sont souvent beaucoup plus convaincantes que beaucoup d'arguments. Les succès des dockers contre la directive européenne Port Package (que le personnel de bord puisse lui-même charger et décharger) ou des jeunes Français contre le Contrat première embauche (liberté de licencier pendant les deux premières années) sont des encouragements forts pour le reste de la classe ouvrière.

Exemple : la guerre des médicaments est devenue un feuilleton à succès quand on y a ajouté le kiwi. L'idée du kiwi a été amenée par un responsable des Mutualités chrétiennes : « Dirk, il faut que tu ailles voir comment ils font en Nouvelle-Zélande ! » C'est comme ça qu'on a trouvé aux embrouilles du ministre Vandebroucke une solution de rechange simple, réaliste, logique et pratique qui profite aussi bien aux patients qu'à l'assurance maladie. Le modèle kiwi ! Ça donnait une perspective à la lutte. Ça a été la base d'une large mobilisation et d'un large front.

25. Nous parlons une langue directe et simple, compréhensible pour les gens.

Nous simplifions nos messages, notre matériel, nos activités, en sorte que les gens avec qui nous travaillons se sentent à l'aise.

Il faut accorder une attention particulière à éviter le jargon de parti, à simplifier le message, tant dans le texte que dans l'image. Il faut s'adresser à l'esprit et au cœur, avec humour et sérieux. L'humour est une arme puissante dans la communication. Nous pouvons apprendre de tribuns ouvriers comme Roberto D'Orazio ou Jan Cap, qui sont très éloignés d'une langue bureaucratique renfrognée. Nous pouvons apprendre de la manière dont des dirigeants populaires comme Hugo Chávez arrivent à soulever les foules.

26. Nous laissons les faits parler d'eux-mêmes.

Ce qui importe dans un dossier, ce sont les faits, les faits, les faits..., que le lecteur puisse en tirer lui-même ses conclusions. Les gens en sont capables ! Certains ont trouvé le livre de Dirk Van Duppen « trop sec et trop distant ». Ils disaient : « il manque l'indignation ». Mais ce n'est pas juste. Oui, il faut de l'émotion, mais alors autant que possible issue du vécu et dans une proportionnalité raisonnable aux faits. D'accord, il faut émouvoir le lecteur ou l'interlocuteur : le confronter aux faits doit « lui faire bouillir le sang » comme l'écrivait le magazine *Humo* à propos du livre. Mais on ne peut pas dire : « maintenant votre sang doit bouillir parce que moi je suis indigné ». Si le lecteur ou l'interlocuteur tire ses propres conclusions de vos données, s'il s'en indigne, ces conclusions et cette indignation seront bien plus profondes.

27. Nous nous adressons à l'esprit et au cœur, nous recourons au texte et à l'image dans du matériel professionnel.

Nous nous basons sur des analyses et des dossiers solidement étayés. Ceux-ci débouchent sur des propositions où tout se tient.

Ça, c'est le travail qui s'adresse à l'esprit. Reste encore à gagner les coeurs. Là, le contact direct est déterminant. Mais lorsqu'il s'agit de toucher un plus grand groupe de gens, il devient impossible de rencontrer chacun personnellement, de lui proposer une tasse de café et de lui exposer patiemment tout notre discours. Là, ce qui est important, c'est l'impression qu'on laisse aux gens. Un style maison aide à communiquer l'âme du parti. Un style maison contribue à ce que les gens se sentent bien au contact de l'image du parti.

Sur le portail du parti, dans l'hebdomadaire *Solidaire*, dans les dépliants de masse et dans les dizaines de dépliants d'entreprise ou de quartier, nous ne nous adressons pas seulement à l'esprit mais au cœur. Une image en dit plus long que dix longues phrases. Un bon titre a plus d'effet qu'un slogan ronflant. Dans un dépliant de masse, les images, les dessins, les titres et sous-titres sont aussi importants que le texte lui-même.

28. Sur le plan de l'organisation non plus, nous ne reconnaissons aucune « vérité éternelle ».

Nous voulons rechercher constamment les formes d'organisation qui correspondent le mieux aux circonstances. Aujourd'hui, nous voulons surtout rendre notre parti plus accessible, pour qu'il devienne le parti des travailleurs (voir chapitre 4). Les formes d'organisation peuvent varier selon les hauts et les bas du mouvement. Pendant la lutte contre le pacte des générations, nous avons ouvert plus largement les groupes de base. En cinq mois, d'octobre 2005 à mars 2006, 483 personnes sont devenues membres du parti, dont près de 200 syndicalistes.

Le parti veut disposer à tout moment d'une offre variée d'activités accessibles et populaires. Parmi elles, aussi des activités

de caractère familial. Le *Tour de Frans* à Zelzate est une vraie fête populaire et le *Café Santé* de Hoboken est une sympathique causette du vendredi de Médecine pour le Peuple où beaucoup de sympathisants viennent tous les mois.

29. Nous encourageons une riche palette d'organisations de masse. Elles sont d'une importance vitale pour permettre aux gens d'accumuler des expériences.

À côté du travail dans les organisations de masse existantes (comme les syndicats, comités de quartier, maisons de jeunes, associations de solidarité internationale ou pour la paix, organisations de défense de l'environnement, etc.), le parti peut être l'initiateur de nouvelles organisations de masse. Il s'agit d'organisations qui sont actives sur un terrain particulier du programme du parti et qui attireront sur ce terrain un public plus large de non-membres du parti. La principale organisation de masse du parti est le mouvement de jeunes Comac. Ensuite, il y a entre autres Marianne, l'organisation de femmes ; les Pionniers, l'organisation des enfants ; et Amitié sans frontières, pour le travail avec les réfugiés.

30. Nous recherchons les alliances les plus larges possibles.

Dans tout mouvement de lutte pour le progrès social, pour la démocratie, pour la solidarité internationale, pour paix ou pour la préservation de la nature, nous développons une politique active de front uni. Le but est de mettre sur pied la mobilisation la plus large et la plus forte possible. Les fronts unis conduisent des mouvements de masse. Collaborer implique parfois aussi des concessions sur la plate-forme pour maintenir l'unité. Cela va

à l'encontre des tendances sectaires qui veulent avoir toujours raison en tout.

Dans le front, nous voulons apprécier l'aspect positif des organisations avec lesquelles nous collaborons. Le PTB a le souci d'une attitude ouverte, honnête et confiante entre les divers partenaires du front. S'il y a des critiques à faire, nous voulons le faire d'une manière mesurée. Le but doit toujours être de renforcer le travail de front et l'action.

Jouer du piano

L'intention est d'appliquer en même temps le plus grand nombre de ces recommandations. Un bon exemple est celui de Christine, membre de groupe à Gand. Elle lance dans son comité de quartier une lutte contre les dégâts des eaux. Elle y applique d'emblée différents principes tactiques :

- Commencer par prendre conscience de l'importance du problème et qu'il faut s'en occuper (point 14). Dans le passé, on nous fermait la porte au nez quand nous disions que nous étions du PTB. Les habitants du quartier sont maintenant très positifs à notre égard.
- Elle a rassemblé tous les cas (point 10) et s'est adressée au comité de quartier (point 11).
- Le comité de quartier a été reçu par le bourgmestre. C'était déjà une victoire en soi (point 16).
- Ils ont constitué un dossier des cas d'inondation et de leurs conséquences et rédigé des revendications sur cette base (point 15).
- En se comportant de manière tactique dans l'entrevue avec le bourgmestre (savoir reconnaître ce qu'il y a de positif), elle a pu se profiler comme responsable du comité (point 20).

3. Le PTB tel qu'il est. Le profil positif du parti des gens d'abord

Nous voulons déterminer nous-mêmes le profil du parti. Nous pouvons y contribuer activement. Même si nous n'avons pas tous les éléments en mains, nous pouvons mettre en avant nous-mêmes un profil positif du parti, le présenter tel qu'il est et pas comme dans les préjugés, les clichés et les demi vérités.

Notre profil est contenu dans le slogan « Les gens d'abord, pas le profit ».

1. *Un parti politique aux multiples facettes.* Notre parti se présente d'abord comme un parti politique. Nous ne sommes pas un groupe de pression syndical, mais un parti qui, par des actions politiques, s'adresse à l'ensemble des travailleurs. Dans le monde d'aujourd'hui, nous voulons nous manifester d'abord comme un parti avec un programme social fort. Un parti qui défend la justice sociale et la solidarité internationale. Un parti qui lutte pour les droits démocratiques et la paix. Un parti qui s'engage pour la préservation de l'environnement pour les générations futures. Un parti qui veut mettre fin à l'exploitation de l'homme.
2. *Un parti où les travailleurs se sentent chez eux.* Un parti où ouvriers, employés, fonctionnaires, jeunes et intellectuels, ou encore indépendants sont les bienvenus. Un parti où chaque membre se sent chez lui et est fier de son parti. Un parti où chacun apporte sa contribution à son rythme. Un parti actif, avec de nombreux membres, implanté dans les entreprises, bureaux, communes et quartiers. Un parti en chair et en os. Un parti où il y a place aussi pour l'humour. Donc pas un parti de gens « beaucoup trop sérieux ».

3. *Un parti de victoires, même petites.* Pas seulement un parti qui sait tout expliquer, mais un parti qui fait quelque chose. Pas un parti qui se lamente sur ce qui va mal, mais un parti qui offre une perspective en aidant la population travailleuse à décrocher de petites victoires.
4. *Un parti transparent, une maison de verre.* Nous n'avons rien à cacher. Nous ne travaillons pas par en dessous de la table ou comme un lobby. Nous avons un style de travail ouvert et démocratique. Nous avons une charpente d'acier, mais une maison de verre.
5. *Un parti à l'écoute.* Un parti qui travaille continuellement avec des questionnaires. Une oreille attentive à ce qui se passe dans l'atelier, à l'école, au bureau, dans le quartier. Nous restons déterminés, mais nous ne sommes plus prétentieux. Donc pas le parti « qui a toujours raison », ni le parti « donneur de leçons » et encore moins le parti du « monopole de la vérité ».
6. *Un parti nuancé.* Un parti avec des analyses, des positions et des interventions étayées. Dans notre discours, nous voulons autant que possible laisser les faits parler d'eux-mêmes. Pas un parti du noir et du blanc. Pas un parti dont le discours est plein de points d'exclamation et de superlatifs surchargés. Mais bien un parti franchement à gauche, qui dit ce qu'il en est sans mâcher ses mots.
7. *Un parti des actes.* Pas un parti du bavardage. Un parti d'action, un parti qui réalise quelque chose, comme Médecine pour le Peuple avec ses cinquante médecins dans onze maisons médicales qui soignent gratuitement les 25 000 patients inscrits chez eux.
8. *Un parti qui sait coopérer.* Un parti qui coopère avec les grandes organisations sociales et avec tous ceux qui recherchent

le progrès social, les droits démocratiques, la solidarité internationale, la paix et la préservation de l'environnement. La lutte pour des médicaments moins chers (kiwi) en est un exemple.

9. *Un parti communiste d'aujourd'hui, qui cherche sa propre voie.* Un parti sans dogmes ni recettes de cuisine rigides.

4. Attention particulière à la tactique syndicale

4.1. Notre attitude fondamentale est celle de renforcer les syndicats

Les syndicats sont les organisations les plus importantes des travailleurs. Les syndicats remplissent un autre rôle que le parti. Le parti organise tous ceux qui aspirent au socialisme (ce qui n'est naturellement pas « toute la classe des travailleurs »). Au contraire le syndicat organise presque toute la classe ouvrière comme classe, en tout cas dans notre pays.

Il n'y a donc aucune « concurrence » entre le parti et le syndicat. Que du contraire. Le syndicat est irremplaçable pour unir la classe ouvrière dans la lutte contre le capital. C'est une tâche que nous devons apprécier à sa juste valeur, plus que jamais dans une période où la stratégie centrale du capital est la division et la dispersion. C'est la tâche du syndicat de mener la lutte de classe et nous voulons nous engager dans le syndicat pour y contribuer. Le syndicat dans son ensemble appartient au front pour le progrès social, la démocratie, la paix, la préservation de la nature. Dans toute notre intervention, notre attitude de base doit être une attitude de renforcement des syndicats.

Comme parti politique, nous défendons loyalement nos positions envers les syndicats. Sur ce plan, nous aspirons à l'unité avec la plus grande majorité des responsables syndicaux et des délégués.

Le syndicat est traversé par divers courants politiques. Il y a beaucoup de forces anticapitalistes en action, et il y a aussi des forces qui prêchent la réconciliation avec le système. Ce n'est pas une contradiction entre base et sommet mais une contradiction qui traverse tout le syndicat du haut en bas. Comme parti, nous dirigeons nos critiques contre les partis bourgeois qui essayent d'imposer leurs points de vue dans les syndicats et qui prennent la défense du capital. Nous savons que certains responsables syndicaux y contribuent activement. Quand nous critiquons, nous le faisons tactiquement : avec mesure, dans une attitude positive et en nous appuyant sur les positions des travailleurs. Nous appelons au développement complet de la démocratie pour offrir ainsi une porte de sortie. Nous soutenons positivement les bonnes positions du syndicat.

À des étapes cruciales de la lutte, le parti défend sa vision mais s'incline devant les décisions de la majorité. C'est l'organisation de masse qui mène la lutte. Ceci est en rupture avec notre passé où nous avons souvent appelé à des aventures sans relais syndical.

4.2. Nous défendons la plus grande démocratie possible dans les syndicats

L'antisyndicalisme est très vivant à la base. C'est souvent sous l'influence de la droite et des patrons, mais aussi de mouvements de luttes cassés, de déceptions à propos de décisions de certains

responsables syndicaux. Le syndicat a pour tâche d'unir les masses dans la lutte contre le capital et d'être un lieu de formation à une autre vision de société. Ce n'est pas possible sans le plus grand déploiement de la démocratie. Tous les points de vue doivent pouvoir s'exprimer.

4.3. Nous défendons l'unité la plus grande possible des syndicats

La division en trois syndicats « concurrents » n'est pas une bonne chose et conduit souvent à des conflits inutiles et à des déchirures parmi les travailleurs. Notre intervention tactique dans les syndicats part toujours d'une volonté d'unité. Nous défendons l'unité et la coopération maximale entre les trois syndicats et combattons aussi la division des syndicats selon une ligne de fracture nationaliste.