

# DES CAMPAGNES AU CŒUR DE L'ACTUALITÉ

Les campagnes de sensibilisation sont des temps forts du mouvement depuis sa création. Elles poursuivent un triple objectif : permettre une prise de parole publique sur des enjeux sociaux et culturels importants, défendre des revendications auprès des pouvoirs politiques, et proposer des outils d'animation aux groupes locaux qui souhaitent se saisir de ces enjeux. Retour en images sur quelques campagnes qui ont marqué l'histoire des Equipes Populaires.

## 1955 : « Ta famille, ta première équipe »

Les thématiques dans les années 1950 portent sur le milieu du travail, l'éducation populaire, la culture, l'utilisation des loisirs. Celle de 1954-1955 est consacrée à la vie familiale avec le slogan, « Ta famille, ta première équipe ». Elle interroge l'homme, comme mari et époux, agissant dans un couple égalitaire, le père et l'éducateur, vis-à-vis de ses enfants.



## 1972 : Manifeste sur les inégalités sociales

Vie féminine et les EP présentent le *Manifeste sur les pauvretés et les inégalités sociales* (Photo : Jeanine Wynants pour VF et Maurice De Backer pour les EP), fruit des enquêtes menées au sein et par les groupes des deux mouvements. Après avoir dénoncé les situations profondément inégalitaires cumulatives, le Manifeste est un cri de colère contre le capitalisme, l'exploitation et le manque de volonté politique pour corriger les inégalités.

Fin des années 70 et durant les années 80, le mouvement change son fusil d'épaule. Il renonce à organiser de grandes campagnes qui sont considérées comme « imposées par la structure » et opte pour développer la « pédagogie des projets » en soutenant fortement les initiatives locales. Dans les années 90, la nécessité d'avoir une parole publique commune se fait à nouveau sentir. C'est le cas notamment de la vaste campagne sur la réduction du temps de travail qui a mobilisé le mouvement en 89-90 (voir article pages 24-25). Depuis lors, les campagnes grand public et le soutien aux projets locaux se complètent harmonieusement.



## 2004 : « Crédit facile : N'avez pas n'importe quoi ! »

Les Equipes Populaires adhèrent pleinement à l'esprit du nouveau décret sur l'éducation permanente, qui invite les associations à « sortir de leur cocon » et à s'ouvrir sur l'espace public. La première « Journée sans crédit » est organisée le dernier samedi de novembre 2004. Soutenue par une plateforme bilingue de 30 associations, cette initiative a permis de nombreuses avancées législatives et une très large sensibilisation du public au fléau du crédit à la consommation. (voir article pages 26-27)



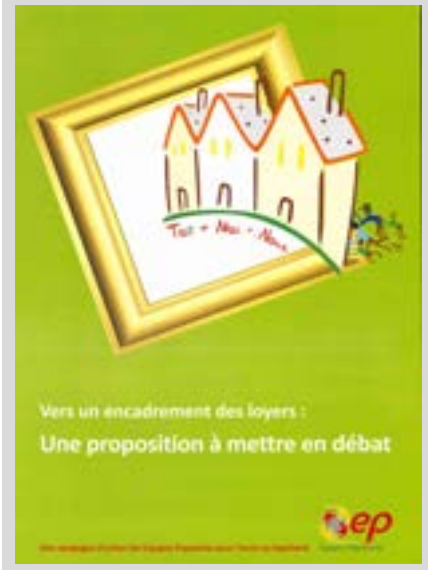
## 2005 : « Energie : Au chaud, mais pas trop ! »

La libéralisation du marché de l'énergie fait craindre à juste titre une dérégulation du secteur et une augmentation des factures pour les ménages les plus précaires. Une première campagne est organisée, donnant naissance en 2006 au Réseau wallon pour l'accès durable à l'énergie. (voir article pages 28-29)



## 2009-2010 : Pour un encadrement des loyers

L'augmentation du prix des loyers grève le budget des ménages les plus précaires, en particulier à Bruxelles où les locataires sont plus nombreux que les propriétaires. Les Equipes Populaires entament une croisade pour obtenir un encadrement des loyers. Cette campagne a permis d'obtenir une « grille indicative des loyers » à Bruxelles et en Wallonie, première étape pour espérer une régulation du marché locatif. (voir article pages 30-31)



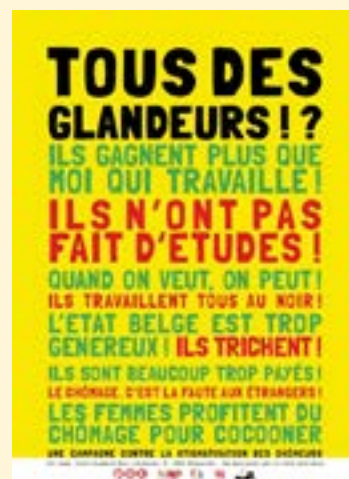
## 2008 : « Notre cerveau n'est pas à vendre »

Face à l'invasion grandissante de la publicité dans l'espace public et en particulier sur les chaînes de télévision, les EP créent une plateforme associative pour dénoncer le futur contrat de gestion de la RTBF qui fait la part belle à la publicité. Inadmissible à nos yeux pour une télévision de service public !



## 2013-2014 : Tous des glandeurs ?!

La dégressivité des allocations de chômage et la stigmatisation de ce que certains appellent des « glandeurs » nous ont amenés à faire campagne pour dénoncer la violence institutionnelle et la pression sociale qui affectent les sans-emploi. Un journal édité à 60.000 exemplaires est distribué dans toutes les grandes gares wallonnes ainsi que dans le cadre des activités organisées en région. Une campagne menée en partenariat avec *Présence et Action Culturelles* (PAC).



## 2015-2016 : Néolibéralisme : Démasquons les mots qui mentent

Optimisation fiscale, charges patronales, plan de modernisation... sont autant de mots utilisés dans le langage néolibéral. Mettre en évidence l'évolution sournoise du langage dans les médias et dans la bouche des décideurs politiques et économiques était au cœur de cette campagne de sensibilisation. Objectif : montrer le vrai visage du néolibéralisme à travers l'analyse des mots.

Un Dictionnaire *Le Petit menteur illustré* a été réalisé collectivement pour éveiller l'esprit critique de manière pédagogique et ludique... pour retrouver l'envie et le pouvoir d'agir. Il a servi de base à une série d'actions publiques et d'animations dans les groupes locaux et d'autres associations.



## 2017 : Investissons dans les paradis... sociaux !

Face au définancement et au danger de privatisation de la sécurité sociale, les EP et le CIEP ont mené une campagne autour de la question centrale :  
*Pourrions-nous survivre dans un monde sans sécurité sociale ?*

L'outil-phare de cette campagne, le jeu en ligne *SecuWars*, permet de se projeter de manière humoristique dans un monde sans sécurité sociale et de tester ainsi sa réaction face aux aléas de la vie.

Une pétition citoyenne a également été lancée en faveur de l'investissement dans les paradis... sociaux.



## 2018 : Surfez couverts !

Nos données personnelles sont une mine d'or pour les GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft). Un business très juteux qui pose question, tant en termes de protection de la vie privée que de formatage de nos modes de vie et de consommation. Les Equipes Populaires ont mené une campagne d'information afin que chacun mesure l'ampleur du phénomène et se protège un maximum lorsqu'il surfe sur le net. Mais aussi et surtout pour remettre ces enjeux sur la place publique. Dans le cadre de cette campagne, de nombreuses « *crypto parties* » ont été organisées pour mieux comprendre et se défendre face à la collecte des données et à l'intrusion dans nos vies privées.



## 2019 : Soupe populiste, gavage simpliste

A l'approche des élections de mai 2019, les Equipes Populaires ont lancé une campagne de vigilance face aux discours populistes en apparence séduisants mais dangereux. Ces discours nous gavent de leurs pseudo-solutions simplistes, dangereuses pour nos libertés et nos droits.

De multiples actions publiques parodiant la recette de la soupe populiste ont été organisées. Un livre « *Entre démocratie et populisme : 10 façons de jouer avec le feu* » a également été édité pour appeler à la vigilance. Dans nos engagements, nos critiques et nos propositions, parlons un langage clair, précis et sans ambiguïtés.



## 2022 : Faut-il se battre pour faire valoir ses droits sociaux ?

A l'heure de mettre ce numéro de Contrastes spécial 75 ans sous presse, les EP ont lancé leur nouvelle campagne sur le nonaccès aux droits sociaux. Celle-ci a démarré par une collecte large de témoignages de personnes exclues de leurs droits et par la publication d'un Contrastes sur le sujet. Les EP veulent dénoncer les embûches et les freins, extrêmement nombreux, entre les personnes et les droits auxquels elles ont... droit. Ces droits sociaux recouvrent tous les domaines de la vie comme l'éducation, la santé, l'emploi, le chômage, le logement, la culture, et toutes les allocations et aides sociales.

