

RE-SO : Réformistes et solidaires

-- AGIR - Outils --

Outils

**Organiser une
manifestation**



Outils

Max

vendredi 10 septembre 2004

Meetings, manifestations de rue, prises de parole en public... militer donne de multiples occasions d'organiser des manifestations publiques. Cette fiche a pour but de vous donner quelques indications sur le choix à faire et les obligations à respecter.

► **Quelles manifestations publiques organiser ?**

Votre choix doit dépendre de plusieurs éléments : objet, public visé et attendu, régularité.

Pour une manifestation régulière (tous les ans, par exemple), l'organisation d'une fête est la plus recommandée. D'un aspect convivial elle permet à tous les militants de se retrouver ainsi qu'aux "*curieux*" et nouveaux de s'intégrer. En dehors de cette occasion, choisissez plutôt le meeting ou la manif de rue.

Vous choisirez entre l'un et l'autre en fonction de l'objet. En fait, la manifestation de rue correspond plus à une mobilisation de réaction (contre un événement, une déclaration, ...) et à une fin (démontrer le rassemblement d'une ville, de la gauche, des jeunes, ... pour le oui à la constitution, pour lutter contre le SIDA...); le meeting correspondant plus à une volonté de mobilisation pour préparer d'autres choses, ou d'autres échéances. De même, il faut prendre en compte le public attendu (au-delà d'un certain nombre, le meeting devient trop cher à organiser, le jeu n'en vaut plus la chandelle).

► **Le meeting**

Le but du meeting est multiple : faire connaître le Manifeste et ses positions, réunir divers représentants de la Gauche pour entamer un travail commun, mobiliser et encourager des militants à la veille d'une bataille difficile, recruter de nouveaux militants pour élargir nos actions. Souvent, un meeting réussi dans une ville, une université, un département, sera un véritable déclic pour mener une campagne. Rien de tel qu'une salle remplie, joyeuse, turbulente mais déterminée pour dynamiser tous les militants.

. La salle

Commencez par évaluer (en fonction des autres meetings, de la population, de l'importance de la campagne, mais aussi du contexte politique) le nombre de personnes attendues. IL vaut toujours mieux une salle trop petite où l'on est serré que trop grande et paraissant à moitié vide. La réservation de la salle passe en général par la municipalité (foyer municipal, maison des associations, gymnase...) ou par l'université (amphis) ou encore par les syndicats. Attention, si vous devez louer une salle cela revient cher (autour de 300 ? la soirée). N'oubliez pas que toute association loi 1901, déposée en préfecture, à droit au prêt d'une salle par la Mairie une fois par an. Vérifiez que la salle est sonorisée, sinon louer une sono (micros, sono 2x100 watts).

. Financement

Un meeting engage des frais. N'hésitez pas à demander une participation financière à l'entrée. 1, 2 ou 5 euros qui vous permettront souvent de ne pas être déficitaire. De plus, chacun en comprend

aisément la nécessité. Pour la campagne de préparation, contactez les personnalités locales, élus, organisations de gauche, pour leur demander une aide matérielle : affranchissement de courriers, impression de tract ou d'affiches. En effet, ils disposent souvent de leurs propres appareils techniques. La campagne doit démarrer 3 semaines avant le meeting par des diffusions de tracts ; à une quinzaine de jours de l'échéance, les collages commencent, la dernière semaine fait feu de tout bois...

. La tribune

Il faut des intervenants d'origine diverses. Pensez à discuter avec eux auparavant de leurs champs et thèmes d'intervention pour éviter la monotonie. Vous n'êtes ni au FN, ni à Cuba, insistez donc lourdement sur la nécessité pour un orateur de ne pas dépasser 20 minutes. Les intervenants ne doivent pas excéder le nombre de 5, sous peine d'ennui mortel. La durée des interventions *ex cathedra* ne devrait pas dépasser 1h30 grand maximum. Ensuite, ou avant, ou entre deux interventions, et selon la configuration de la salle, vous pouvez prévoir d'autres éléments : projection de documents, débat avec la salle, intermèdes musicaux...

Pour être réussi, un meeting doit être rythmé. Choisissez l'ordre de vos intervenants en fonction de leur talent d'orateur ou du caractère mobilisateur de leur discours : gardez le meilleur pour le début (chauffer la salle) et la fin (pour rester sur une impression dynamique).

. Pendant le meeting

L'entrée du meeting est en général une petite salle, très remplie, dans laquelle règne fébrilité et confusion : les deux ennemis du militant. Il faut donc être organisés. Comme vous avez pensé à inviter la presse, il faut l'accueillir (par un stand ou, si la salle est petite, un militant badgé "*accueil presse*") avec un support écrit (présentation du meeting, de la campagne, du mouvement organisateur...). Même chose pour vos éventuels invités, pensez à les accueillir et à leur réserver une place dans les premiers rangs.

Le service d'ordre (SO) fait un peu partie du folklore mais peut-être utile. En fait, il sert surtout à assurer l'organisation (guider le public, faire rentrer) et à écarter les inopportuns. Pour ce qui est des questions de sécurité, faites plutôt appel à la police républicaine. Après tout, ils sont là pour ça.

Enfin, n'oubliez pas de faire un stand à l'entrée et de demander aux participants de s'inscrire (cela permet de constituer un fichier pour la suite de la campagne). Présentez aussi sur stand vos publications et le "*merchandising*" : tee-shirts, badges, bulletins d'adhésion...

► **Manifestation de rue**

. La préparation

La manifestation de rue nécessite une autorisation de la Préfecture de Police. Cette demande doit être déposée le plus tôt possible (au moins 72 heures avant) auprès du Préfet de Police correspondant au lieu de la manifestation. Cette demande doit comprendre : une lettre à en-tête du demandeur, la date et l'heure, le lieu précis et/ou le parcours, le motif, la liste des organisateurs, les coordonnées postales et téléphoniques du responsable qui fera office d'interlocuteur.

Une manifestation doit être la plus unitaire possible. Dès votre décision arrêtée, avant même de la rendre publique, contactez vos différents partenaires (politiques, syndicaux, associatifs) pour voir s'ils seraient prêts à coorganiser l'événement. Au besoin, organisez une réunion unitaire sur ce thème. Une fois l'appel à la manifestation rédigé et les signataires recensés, reste à organiser.

. **La campagne**

Rien de bien différent de l'organisation du meeting, si ce n'est l'ampleur. Prévoir des communiqués de presse. Selon l'importance de la manifestation, il peut être utile d'organiser des événements de préparation : meetings ...

. **La manifestation**

Si l'appel à la manifestation est lancé par divers organisateurs, il faut prévoir avant l'ordre des cortèges. Inutile de revenir sur la confection des banderoles et panneaux, faites confiance à votre imagination. Prévoir une camionnette avec une sono avec au micro un(e) militant(e) imaginatif(ve) en pleine forme et à la voix forte. En effet, des slogans dépendent souvent du caractère dynamique d'une manifestation. Prévoir aussi un service d'ordre mixte devant et derrière le cortège. A l'arrivée de la manifestation appelez, au micro, à la dispersion. C'est indispensable d'un point de vue légal et cela vous couvre si certains décidaient de poursuivre plus loin et, parfois, plus violemment.

► **La fête**

Pour les aspects légaux : si c'est en plein air voir le paragraphe "*manif*", si c'est en salle celui consacré au "*meeting*".

. **Les stands**

Prévoir un village de stands pour présenter vos différentes activités. Un certain nombre d'entre eux peut être réservé à la location à d'autres associations qui jumellent ainsi présentation de leurs activités et soutien à votre cause. Vous devez prévoir des stands de nourriture et de boissons à mettre en place vous-mêmes ou avec des vendeurs de rue (dans ce cas, n'oubliez pas de leur faire reverser une partie des recettes).