

17èmes Rencontres nationales - Dijon
Samedi 02 & Dimanche 03 février 2007
Document préparatoire

PROJET DE STRATEGIE

Proposée par CIGaLes - Centre LGBT Dijon Bourgogne

Pour la Fédération Française des Centres LGBT

Dossier adopté par le Conseil d'administration de CIGaLes le 18 janvier
2008

Dossier validé par la Commission de Coordination en date du 23 janvier
2008



CIGaLes

Centre LGBT Dijon Bourgogne



Préambule

Les premières réflexions autour d'une stratégie pour la Fédération émergèrent lors de la préparation des 15^e Rencontres de Reims en décembre 2006.

A cette occasion, la Commission de coordination a réalisé une sorte de « brainstorming » sur les objectifs que chacun pensait que la Fédération devait atteindre dans les 5 années à venir.

C'est ainsi que des items – tels que : devenir un acteur reconnu de l'Education nationale, dans le domaine de la santé des personnes LGBT, former voire professionnaliser les militantEs, travailler sur la sursuicidalité, doter la Fédération d'un budget cohérent, augmenter la diversité géographique des Membres, élargir la ComCo à la parité, améliorer la représentativité LGBT, être plus visible politiquement et médiatiquement – furent proposés.

La seconde étape fut donc tout naturellement de présenter ces premières ébauches de réflexion lors des Rencontres rémoises de janvier 2007.

C'est ainsi que chaque Membre repartit avec des devoirs, puisque l'Assemblée décida qu'aux Rencontres suivantes, chaque Membre devait proposer 5 objectifs pour la Fédération, à accomplir dans les 5 prochaines années, par 5 moyens différents.

Aux Rencontres mancelles de juillet, des ateliers furent organisés en sous-groupes, desquels ressortirent plusieurs items.

C'est ainsi que l'Assemblée mandata la Commission de coordination pour rédiger une copie stratégique à valider aux prochaines Rencontres.

Lors de sa réunion de travail nancéienne 16R+1 de début septembre, la Commission de coordination s'est répartie le travail à accomplir et a confié au Conseil d'administration de CIGaLes – Présidence en exercice et sur la base de leurs propositions présentées aux 16R – le soin de rédiger cette copie stratégique. Celui-ci a constitué en son sein un groupe de travail, auteur du présent dossier.

PV 15R : « La ComCo demande aux Membres et à leurs adhérentEs que pour les prochaines Rencontres de cet été, à savoir dans 6 mois, chacunE propose 5 objectifs à 5 ans pour la Fédération, avec pour chacun 5 voies empruntables). »

PV 16R : « Résolution IC/16R/B2 : Sans opposition manifeste, l'assemblée mandate la Commission de Coordination pour présenter une stratégie fédérale rédigée. »

Historique

Initialement créée sous le nom de « INTER-CGL », la Fédération française des Centres LGBT existe depuis 1998. Elle fut fondée par les CGL Marseille Provence, Paris, Montpellier et FGL Lyon dans le but de favoriser l'échange de leurs expériences.

C'est en 2002 que la Fédération prend le nom d'« Inter Centres LGBT », crée son organe exécutif intitulé Commission de Coordination et en 2003 que les statuts sont déposés à la Préfecture de Lille pour se constituer en association loi 1901, année du départ de son développement actuel.

Plusieurs réalisations sont à mettre à l'actif de la Fédération, telles la participation aux auditions de création de la Halde, sa contribution auprès du Ministère de la Défense en 2005 pour la reconnaissance de la déportation pour motif d'homosexualité, son appui à la création de la Journée Mondiale de Lutte contre l'Homophobie du 17 mai, entre autres.

La Fédération a donc aujourd'hui plus de 5 ans d'existence. Le nombre de ses Membres n'a cessé de croître, pour atteindre 9 Titulaires et 23 Associés. Sa présence dans les médias est encore anecdotique.

Introduction

La Fédération, que l'on peut considérer être à un stade de croissance, ne pourra pas évoluer sans se doter d'une vision à courte et moyenne échéance. Fonctionner au coup par coup, tel que c'est le cas jusqu'à présent – et cela semblait normal pour un premier stade de développement, reviendrait à se freiner soi-même.

Le Conseil d'administration a pris très au sérieux de participer à l'élaboration d'une stratégie pour la Fédération.

C'est dans cette démarche que nous avons, par exemple, tenté de pointer, sans jugement, ce qui fonctionnait bien dans notre Fédération, et ce qui marchait moins bien.

Nous sommes réellement convaincus de la pertinence d'une stratégie, tant pour le cap qu'elle définit que pour l'impulsion qu'elle peut générer. C'est pourquoi le Conseil d'administration de CIGaLes s'est engagé, depuis la réunion ComCo 16R+1, dans une réflexion profonde sur la Fédération, son fonctionnement, son identité, afin de définir des objectifs clairs pour son orientation et construire une proposition de stratégie.

RECONNAITRE NOS FORCES ET NOS FAIBLESSES

Cet « inventaire » est l'image que nous avons observée de la Fédération à l'automne 2007. Ce constat, non exhaustif et sans jugement, et la reconnaissance de nos forces et de nos faiblesses constituent l'étape nécessaire et le point de départ d'une réflexion sur une stratégie.

Un colosse aux pieds d'argile

Si un nombre important d'associations est aujourd'hui adhérent de la Fédération, leur implication plus avant dans la vie de la Fédération reste disparate, inégale et insuffisante.

En effet, toutes les associations ne sont pas au même stade de développement – ancienneté de création, taille, implication locale, champs d'intervention, etc -. Cela peut bien entendu influencer sur la capacité à pouvoir relayer des campagnes en local, que ce soit tant en capacités humaines que financières. On regrette par exemple la disparition régulière d'associations et l'occurrence de crises locales internes qui freinent la participation aux débats fédéraux.

Par ailleurs, la Fédération peine à devenir une organisation nationale crédible. Son existence et ses actions manquent de lisibilité, tant en interne qu'en externe. Combien d'entre vous ne se sont pas un jour ou l'autre déjà demandé à quoi pouvait donc bien servir la Fédération ?

La Fédération manque de rythme interne et sa capacité à produire du matériel demeure limitée.

Le manque de communication interne, tant au niveau des informations que des débats, induit la nécessité de tisser un lien plus ou moins matériel entre les Membres.

Un outil incompris

En dehors des Rencontres nationales qui rassemblent un nombre relativement important de représentants des structures locales, l'investissement dans la Fédération reste trop faible.

Pour certaines d'entre vous, cet investissement ne dépasse pas la simple adhésion. En effet les associations ont du mal à s'approprier cet outil fédéral et à saisir l'apport qu'il représente pour elles.

Nous notons une pertinente corrélation entre le statut hiérarchique des Membres et leur implication, allant même jusqu'à sous-estimer leur participation et leur propre positionnement lors des temps de votes.

La hiérarchisation des Membres entre Titulaires et Associés (Affinitaires et Observateurs) restent incomprises et synonymes d'adhérents au rabais.

Le statut de Membres Associés, puisqu'amputé de voix délibérative, inhibe la participation et freine le sentiment d'appartenance à l'entité collective nationale.

Du potentiel humain et du savoir-faire

Parce qu'elle existe et par son implantation géographique dans les régions et les départements, la Fédération reste une organisation représentative crédible.

Son fonctionnement non centralisé à la capitale est un atout à conserver.
On imagine difficilement une Fédération qui, depuis Paris, parlerait pour la France, induisant nécessairement une décroissance des liens avec les Régions.

Les Rencontres biennuelles sont les événements majeurs de la vie de la Fédération. Elles constituent une formidable bouffée d'oxygène pour tous les participants, réactivant l'énergie militante pour leur quotidien local. Elles abordent une pluralité de champs d'intervention (politique, mémoire, santé, activités, conjugalités, homophobie, etc).

L'atout phare de la Fédération demeure par-dessus tout les personnes qui la composent, représenté par un potentiel intellectuel et humain inégalé.
Nous sommes toutes et tous des acteurs associatifs compétents.
Notre expérience sociale de terrain est un atout décisif dans notre escarcelle.
Nous sommes donc tous les uns envers les autres des personnes ressources disponibles pour tel ou tel sujet, apporter tel ou tel éclairage, tel ou tel savoir.

DEFINIR NOTRE IDENTITE FEDERALE

Nous devons collectivement définir le périmètre d'actions de la Fédération, non pas eu égard à ce que les autres, à l'extérieur, voudraient nous voir faire, mais bien de notre point de vue, là où nous voulons réellement agir.

Du lien social

La Fédération doit être une organisation fédératrice, construite de liens étroits entre les Membres, et aussi un lieu d'échanges, de débats et de confrontations.

Proposition à mettre en œuvre de suite : mettre à jour, élargir le forum des référentEs, inciter à y participer, sans reprendre la mauvaise habitude de poster 30 courriels par jour.

Pour être efficace, la communication doit être régulière et porter sur l'essentiel.

Proposition à étudier pour application d'ici à deux ans : passer à 3 Rencontres par an selon le rythme début mars / début juillet / mi-fin octobre. Le but serait de mieux prendre en considération les temps de réflexion, de conception et de relais des campagnes.

Proposition à étudier pour application d'ici à deux ans : organiser des « Rencontres » thématiques intermédiaires, c'est-à-dire sur un ou deux thèmes précis, en groupes de travail restreint, pour permettre d'approfondir la réflexion mais aussi de passer à un temps de formation. Il ne s'agirait évidemment pas d'assemblée plénière décisionnaire.

Du militantisme

Nous sommes pertinents sur l'ensemble des sujets LGBT et donc potentiellement amenés à prendre position.

De plus, la Fédération doit contribuer au développement des associations Membres en proposant des matériels, de l'aide, etc.

Ainsi la Fédération doit s'attarder à relayer les campagnes locales et à en impulser au niveau national, ceci sur tous les champs, sans prioriser le militantisme social sur le militantisme politique et inversement.

Proposition à mettre en œuvre de suite : rédaction d'un tract militant sur la thématique générale de l'égalité des droits, type plateforme de revendications LGBT, logotypé Fédération et association locale.

Proposition à mettre en œuvre d'ici une année : réfléchir à l'évaluation des campagnes, en considérant par exemple qu'une campagne relayée par moins de la moitié des Membres n'est pas réussie.

De la politique

La Fédération doit devenir une instance de référence à l'échelle nationale sur toutes les questions LGBT, un interlocuteur privilégié des politiques et des médias.

En respectant son indépendance de toute organisation politique, elle doit s'emparer néanmoins du débat dans lequel elle doit être l'un des protagonistes principaux.

Elle doit pouvoir à la fois communiquer sur ses prises de positions et ne pas hésiter à dénoncer tout propos public et toute pratique contraire aux revendications.

Elle doit par ailleurs s'attacher à ce que les Membres s'approprient également du débat politique et s'en sentent légitimes. La Fédération doit veiller à ce que les Membres ne deviennent pas des refuges communautaristes dans lesquels l'absence de débat politique soit la règle.

Notre mouvement ne s'explique pas uniquement par notre orientation commune mais aussi par nos aspirations.

C'est pourquoi nos associations doivent être aussi capables d'intégrer les problématiques bis et trans' par exemple.

Proposition à mettre en œuvre de suite : dans le processus de décision, le consensus le plus large doit toujours être recherché ; toutefois un vote doit pouvoir s'organiser, non pas dans une logique gagnant – perdant, mais dans l'optique de sonder et définir une position majoritaire. On pourrait par ailleurs considérer qu'une position emportant moins des deux tiers des Membres votants ne pourrait prétendre à devenir l'orientation majoritaire.

ORGANISER ET REPRESENTER LA FRANCE LGBT

Recruter, construire et pérenniser

La Fédération n'est certainement pas exhaustive.

Nous devons avoir comme objectif permanent d'aller au contact de nouvelles associations, de les inviter, pour les recruter.

Proposition à mettre en œuvre d'ici à un an : réaliser un inventaire le plus exhaustif possible des structures LGBT existantes en France.

La Fédération doit mettre à disposition de ses Membres un arsenal de fiches techniques thématiques, de documentations, de bibliographies, etc.

Proposition à mettre en œuvre de suite : la Commission de coordination établit une liste de thèmes / activités / etc à aborder et lance un appel à contribution auprès des Membres. Avec les retours et d'éventuels compléments, la ComCo finalise.

Une fois encore, nous sommes toutes et tous des acteurs associatifs compétents !

Proposition à mettre en œuvre d'ici un an : construire un annuaire des compétences dans lequel les administrateurs des Membres et leurs bénévoles pourraient s'y inscrire comme détenteurs d'un savoir sur tel ou tel sujet, tel ou tel thème, telle ou telle activité et consentir à être appelé. Ainsi une association qui voudrait mettre en place une nouvelle activité pourrait prendre conseil auprès de ces personnes.

Pérenniser l'engagement des associations dans la Fédération passe par conserver des liens réguliers avec celles-ci.

Proposition à mettre en œuvre d'ici un an : chaque association doit se voir attribuer un « tuteur » de la ComCo selon le portefeuille déjà en place. Le tuteur doit instaurer un contact régulier, par exemple bimestriel, avec les associations. A cette occasion il s'informer de la santé générale de l'association, ses activités importantes, le déroulement des campagnes nationales, etc.

Proposition à mettre en œuvre d'ici deux ans : dans le souci de faire circuler l'information entre les Membres, la Fédération instaurera un bulletin interne d'information trimestriel, type newsletter d'une page. Le public et des associations non encore Membres pourraient s'inscrire sur le site internet de la Fédération pour la recevoir.

Pérenniser et développer la Fédération passe également par l'élaboration de campagnes nationales de communication, militantes, etc.

Une campagne nationale est par nature une intervention publique, ce qui signifie potentiellement médiatisable, qui apporte aux Membres des matériels à diffuser dans un esprit de cohérence d'action au niveau national, dans le respect de leur autonomie.

De la démocratie

D'un point de vue démocratique, la hiérarchisation des Membres pose le problème suivant : l'ensemble des Membres n'a pas la même voix, et ne peuvent donc pas peser équitablement dans la prise de position.

C'est ainsi que nous sommes arrivés à la situation où seuls 9 Membres titulaires peuvent emporter un vote sans que les 23 autres associations, de part leur statut, ne puissent l'infléchir.

Il apparaît donc important d'élargir notre corpus électoral « Titulaires », en maintenant un statut non délibératif d'observateur, à destination des associations nouvellement adhérentes ou en demande d'observation.

Proposition à mettre en œuvre d'ici un an : Supprimer le statut d'Associé Affinitaire pour augmenter significativement le nombre de Membres Titulaires.

Proposition à mettre en œuvre d'ici un an : Donner la possibilité aux Membres observateurs depuis un an révolu de candidater au statut de Titulaire.

Proposition à mettre en œuvre d'ici un an : Instaurer la règle selon laquelle, dans les prises de décision, un consensus est recherché et qu'en cas de vote, la majorité des deux tiers des Membres votants est nécessaire pour l'emporter.

Par ailleurs, la Fédération doit travailler à l'évolution de ses fondements statutaires, notamment pour actualiser le fonctionnement de la ComCo.

Proposition à mettre en œuvre d'ici deux ans : Proposer aux Membres une évolution des statuts et du règlement intérieur de la Fédération.

Sur la voie d'un budget

Les rapports financiers successifs montrent bien qu'à l'instar de la France, les caisses sont vides. Sauf que celles de la Fédération n'ont jamais été pleines !

Le budget quasi-nul de la Fédération est un problème. Et peut représenter une démotivation à notre création.

Notre Fédération est d'envergure nationale, nous devons explorer des pistes de subventions ministérielles, qui nous permettent de toucher des financements de fonctionnement au sens large, pour le moment limité à l'organisation de Rencontres à thématique Santé.

Nous pouvons aussi étudier la question de la reversion.

Il ne s'agit évidemment pas de priver nos associations de ce type de financements, mais plus de faire adhérer aussi nos adhérents à la Fédération, leur expliquer qui elle est et pourquoi il est important d'y apporter une contribution pécuniaire aussi.

Il nous semble évident que cette mise en place de reversion ne trouve sa légitimité que si nos associations y voient un retour « sur investissement », non pas pécuniaires, mais de matériels de communication, de productions, de formation, etc.

Proposition à mettre en œuvre d'ici deux ans : Instaurer une reversion, c'est-à-dire qu'une quote-part des cotisations payées par nos adhérents physiques soit dévolue à la Fédération.

CONCLUSION

Le présent dossier est et demeure un document de travail, soumis à débat lors des 17^è Rencontres.

Adopter des axes stratégiques, c'est en soutenir les principales orientations, et non l'ensemble de toutes les propositions d'actions.

Nous ne pouvons qu'inviter chacunE à s'appropriier le texte, les idées, les faire siennes, être force de proposition d'idées supplémentaires.

Chaque action menée pour mieux faire un des aspects décrits aura des répercussions, des conséquences sur d'autres aspects non encore travaillés. C'est pourquoi cela est aussi une démarche progressive, sans vouloir tout réaliser en une seule fois.

Merci de l'attention que vous aurez portée à ce dossier.