

# International Review of Community Development

## Revue internationale d'action communautaire



# L'arme à l'oeil

# L'arme à l'oeil

# El fusil al ojo

Bruno Soudan

Numéro 6 (46), automne 1981

Médias communautaires ou médias libres

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1034964ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1034964ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Lien social et Politiques

ISSN

0707-9699 (imprimé)

2369-6400 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Soudan, B. (1981). L'arme à l'oeil. *International Review of Community Development / Revue internationale d'action communautaire*, (6), 67–70.  
<https://doi.org/10.7202/1034964ar>

Résumé de l'article

*L'Arme à l'oeil* est un journal militant de la région de Tubize en Belgique qui concrétise un projet d'information, à la fois local et régional quant à ses sources, politique par la circulation des informations qu'il permet et démocratique dans sa distribution et sa production.

*L'Arme à l'oeil* constitue un puissant moyen de pression qui dénonce des situations d'abus commerciaux, d'inefficacité des pouvoirs communaux ou d'injustice sociale.

L'idée est simple : on veut tout simplement raconter la vie ordinaire pour la changer et c'est cette simplicité même qui fait de ce journal un instrument de mobilisation et de changement. Organiser en permanence cette « prise de liberté », c'est l'objectif de ce journal-action.

# L'arme à l'oeil

## B. Soudan

Seize mille exemplaires distribués gratuitement aux 45 000 habitants de Tubize, Ittre, Rebecq et Braine-le-Château (ouest du Brabant Wallon)... c'est le pari que l'*Arme à l'Oeil* tient depuis bientôt trois ans et qui concrétise un projet d'information.

- *Projet local et régional* car l'information distribuée n'est pas celle des grands quotidiens mais plutôt celle qu'on récolte dans les bistrotts, sur le marché ou en attendant son tour chez le boucher ; est aussi celle qu'on va chercher en assistant aux Conseils communaux, en interviewant telle personne, etc.
- *Projet politique* car dès qu'une information circule, elle ouvre les esprits, elle dévoile des faits, elle transforme ou confirme des points de vue, elle est politique !
- *Projet démocratique* car nous voulons que chaque habitant reçoive le journal gratuitement, nous ne voulons pas le réserver à trois cents abonnés privilégiés. Nous voulons aussi que chaque habitant puisse s'y reconnaître, parce qu'il y trouvera un article sur sa rue, parce qu'il y verra une photo de son cousin, parce qu'on y parlera de son travail, de l'avenir de son emploi, du montant de la taxe sur l'enlèvement des immondices, etc.

### *Momento historico :*

À l'origine (1974), la Compagnie du Téléphone est une jeune compagnie théâtrale. Durant quatre

ans, deux spectacles seront joués partout en région francophone, il s'agit de *Allo... ITT?* et de *Biceps Business*. En janvier 78, elle lance un projet d'animation globale dans la région de Tubize (ouest du Brabant Wallon). Ce changement de pratique correspond à un besoin de travail en profondeur qui n'est pas possible dans la décentralisation théâtrale.

Actuellement, le projet repose sur deux axes prioritaires :

1. Le café « Téléphone » qui permet la centralisation de nombreuses informations et l'organisation d'animations diverses.
2. Le journal toutes-boîtes l'*Arme à l'Oeil*.

### *Momento pratico :*

Chaque numéro du journal est tiré à 16 000 exemplaires en format 27/20. Toute la réalisation (textes, photos, maquettes) est effectuée par une équipe de trois permanents assistés d'un noyau d'une dizaine de « correspondants » bénévoles. Le journal est en partie distribué par la poste (communes rurales) et par l'équipe (Tubize-ville).

- L'impression d'un journal revient à environ 50 000 francs auxquels il faut ajouter 15 000 francs pour la distribution.
- Le financement se fait par la publicité (¼), par les abonnements et dons (¼), et par une convention avec le Ministère (½).

## *Momento politico :*

— *La vie communale* : la première organisation administrative, sociale et politique à laquelle chaque citoyen est confronté est celle de sa commune. Par la relation des conseils communaux, par l'interview des responsables, par la mise en évidence de certains abus... nous essayons d'intéresser l'habitant à la gestion de sa commune.

— *La vie des usines* : la région de Tubize a la chance (pour combien de temps encore?) de posséder un tissu industriel développé. Dans chaque numéro du journal, nous donnons la parole aux délégués syndicaux et aux travailleurs qui expliquent la situation de leur usine.

### **La force d'une information toutes-boîtes**

Quelques exemples d'interventions de *L'Arme à l'Oeil* feront mieux comprendre le rôle que peut jouer un journal toutes-boîtes quand il s'érige en groupe de pression vis-à-vis des pouvoirs en place.

« *QUAND ON SE MOQUE DES VIEUX* » (journal n° 17)

À Tubize, on vient de construire une cité nouvelles pour 1500 habitants. Cela a nécessité la réalisation de nouvelles routes. Pour percer l'une d'elles, on démolit deux maisons contiguës à celle des époux Hanard (85 et 83 ans).

Ceux-ci voient donc leur mur mitoyen devenir mur de pignon. Mais ce mur n'est pas prévu pour cela, il n'est épais que d'une demi-brique.

La commune de Tubize devait donc procéder à la réparation de ce mur. Durant dix mois, les choses traînent à tel point qu'il devient dangereux d'habiter la maison des époux Hanard. Tuile par tuile, leur toit s'effondre, brique après brique, leur mur s'effrite. Ils réclament sans cesse les réparations qui leur sont dues : pas de résultat.

Après avoir tout essayé, Mme Hanard décide de nous en parler. Nous réalisons une enquête détaillée pour connaître les responsabilités dans cette affaire.

Après nos multiples interventions, nous publions un reportage direct et accusateur. Le journal était à peine distribué dans la commune que les travaux de réparations commençaient. Après dix mois d'attente, la publication de notre reportage débloque la situation!

Les habitants de la région ont pu constater la force d'une information directe. Nombreuses furent les sollicitations pour aider l'un ou l'autre dans ses difficultés avec le pouvoir.

« *LE CARTON AU PRIX DU STEAK!* » (journal n° 16)

Il existe à Tubize un grand supermarché « Delhaize ». Au rayon boucherie, nous constatons que l'emballage cartonné

Nous analysons l'évolution de l'emploi, nous parlons des accidents de travail, du problème des navettes. L'organisation de débats sur l'emploi qui ont réuni des responsables de plusieurs usines a contribué voici peu à la constitution d'un comité de vigilance régionale.

— *La vie quotidienne* : Du prix du sac-poubelle aux jeunes qui cherchent un local pour répéter, du mur qui s'effondre à cause de la voirie au prix de l'essence qui augmente, de l'ouverture d'une crèche à la création d'une plaine de jeux...

Bref, tout ce qui fait la vie quotidienne des habitants nous intéresse.

des morceaux de viande intervient dans le calcul du prix. Nous calculons que la supercherie rapporte à ce magasin plus d'un million par an en vendant du carton au prix du steak. Après la parution du journal, le magasin rectifie immédiatement le calcul de son poids net.

De plus, il place une balance qui permet aux consommateurs la pesée de sa marchandise et il affiche clairement le poids de ses emballages. Action directe, résultat immédiat!

« *DE FAUSSES CARTES-POSTALES* » (journal n° 17)

Au rayon « cartes » du même magasin, nous découvrons des cartes-vues avec la mention « Un bonjour de Tubize ». Ce serait une excellente initiative si les vues présentées correspondaient bien à Tubize. En fait, il s'agit de photos prises dans une ville balnéaire étrangère!

Preuves à l'appui, nous dénonçons cette pratique dans notre journal. Immédiatement, la firme responsable de la fabrication de ces fausses cartes affiche une lettre dans l'entrée du magasin en annonçant qu'elle allait procéder à la destruction de ces cartes pouvant « prêter à confusion ». Encore un résultat immédiat pour une action qui visait la défense du consommateur.

« *ADIEUX BAUDEMONT!* » (journal n° 16)

La création d'un terrain de golf à Ittre, la construction d'une autoroute entre Haut-Ittre et Quenast : voilà deux projets qui mettaient en péril la survie de plusieurs quartiers de la région.

La pression exercée par *L'Arme à l'Oeil* a joué un rôle déterminant dans le non-aboutissement de ces initiatives dévastatrices.

Dans le premier cas, un gros propriétaire terrien voulait transformer 87 hectares de terres cultivées en un immense terrain de golf. Conséquence : quatre fermiers se retrouvaient sans travail et le hameau de Baudémont allait connaître une urbanisation accélérée et une importation massive de Bruxellois. Au

départ, seuls les fermiers étaient au courant du projet. Ils pouvaient difficilement « parler » vu qu'ils étaient toujours locataires du promoteur. Néanmoins le président du syndicat d'initiative d'Ittre fut mis au courant, et celui-ci nous transmit l'information. Aussitôt nous essayons d'en savoir plus : responsables communaux, fermiers, promoteurs sont interrogés.

Le mutisme qui règne autour de cette affaire nous incite à publier rapidement un article sur le sujet. Dans notre numéro 16, on dévoile le plan du golf, le nom du promoteur, ainsi que les magouilles nécessaires pour contourner le plan de secteur avec lequel le projet était incompatible.

Après la sortie du journal, l'information est reprise par plusieurs grands quotidiens. *Le Peuple* : « L'Arme à l'Oeil dénonce le sport pour riches aux dépens de tous. »

Quelques semaines plus tard le projet est proposé à l'approbation des Conseillers communaux. La réponse est claire et unanime : NON. Baudémont était sauvé.

« ROUTE EXPRESSE QUENAST-HAUT-ITTRE »  
(*journaux* n° 13, 14, 15)

Le deuxième cas est plus classique : un projet d'autoroute

*En résumé...*

*Le départ*

À l'époque où le moindre accouchement douteux d'un bovin californien est connu du monde entier dès les premières douleurs, il est incroyable de constater que l'internement en asile psychiatrique d'un vieux dont la maison gêne la construction d'un centre commercial est ignoré de tous dans sa région, dans sa rue, par ses enfants !

D'autres faits concernant l'avenir d'une région sont laissés dans l'ombre, jusqu'au moment de leur exécution : les plans d'aménagements, les projets immobiliers, les réformes communales... Sans parler des rationalisations d'entreprises qui sont connues quand les travailleurs reçoivent leur formulaire de chômage. Pourquoi ce silence ?

Manque d'un organe d'information, peur du qu'en dira-t-on, menaces directes... Ce manque de presse régionale est exploité par des boîtes publicitaires qui se lancent dans le rédactionnel où la démagogie règne en maître.

Toutes les considérations nous poussent à tenter l'expérience d'un journal toutes-boîtes régional. *L'Arme à l'Oeil* paraît pour la première fois en septembre 78.

sur nouveau site, des quartiers menacés. Menacés de disparaître, menacés de pollutions diverses, menacés d'être coupés du centre du village, etc.

Le projet existait depuis longtemps. À l'époque il y avait eu quelques oppositions, une campagne de presse, et puis c'était tombé dans l'oubli. Les gens n'y pensaient plus. Pourtant le projet continuait sa progression administrative.

Un jour, un habitant nous en parle et nous demande si nous savons où en est la question. Tiens, c'est une idée ! Nous téléphonons au ministère des Communications, nous rencontrons l'ingénieur principal et, dans le numéro 13 nous publions le tracé définitif de la nouvelle autoroute. Les gens réalisent que la route va passer dans leur maison ou leur jardin ; ils se rendent compte que leurs enfants devront traverser quatre bandes de circulation pour aller à l'école, etc.

Des comités de quartiers s'organisent, des pressions s'exercent. Actuellement le tracé a déjà été rectifié plusieurs fois en fonction des desiderata de la population. De plus, ces pressions populaires ont entraîné un tel retard au projet, qu'on peut espérer, vu les difficultés budgétaires du gouvernement, qu'il sera définitivement supprimé.

*Raconter la vie pour la changer*

Projet qui pourrait paraître ambitieux et pourtant... au niveau d'une région, d'une commune, c'est possible.

Au fur et à mesure de nos parutions, les exemples d'informations qui font bouger et agir n'ont cessé de se multiplier. Cela va des chardons que l'on coupe en hâte après notre parution, au mur qu'on refait suite à notre enquête, à la route qu'on rejette après nos révélations, au pseudo-fou qu'on libère, à l'égoût qu'on rectifie... Mais c'est aussi des conseillers communaux qui préparent leur dossier car le conseil sera relaté dans *L'Arme à l'Oeil*. Ce sont des dizaines de lettres, d'appels téléphoniques, des heures de discussions avec des gens qui sont aux prises avec l'injustice et l'arbitraire de notre société.

Au fil des numéros, c'est une méthode de travail qui s'est affinée. Un projet qui est devenu de plus en plus cohérent. L'ampleur du travail nous a forcés à décanter l'essentiel de l'accessoire.

*Vers un nouveau pari...*

Faire de notre journal un outil d'expression et d'action sociale et culturelle régionale, voilà le pari

que nous faisons pour la 3e année de parution de *L'Arme à l'Oeil*. Attention, il ne s'agit plus de permettre cette prise de « liberté » durant un événement bien précis mais de l'organiser en permanence. Ne plus faire de la démocratisation culturelle mais de la démocratie, voilà l'objectif que l'équipe de *L'Arme à l'Oeil* s'assigne pour l'avenir.

Comment y parvenir ?

Nous possédons un outil bien implanté dans la région. Chaque mois par l'intermédiaire du journal nous contactons 45 000 habitants. En retour, de nombreux lecteurs réagissent positivement ; encore faut-il être apte à leur répondre.

Plusieurs objectifs précis seront poursuivis cette année. Notamment la constitution d'un réseau de correspondants locaux qui draineront l'information de leur quartier vers le journal. L'élargisse-

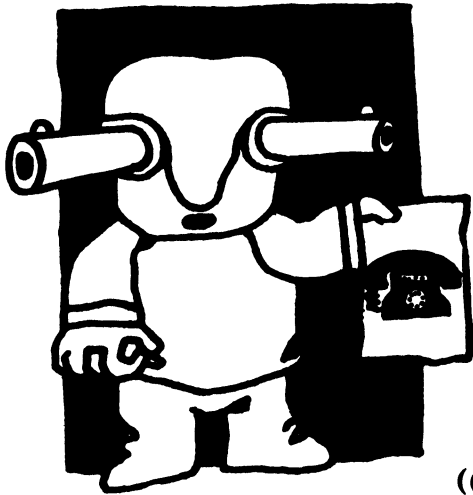
ment du contenu sera réalisé par une insertion toujours plus grande du vécu quotidien des habitants.

L'élaboration de projets alternatifs concernant les espaces communautaires, les industries, la politique communale sera une continuation des enquêtes réalisées dans le journal.

La recherche d'une identité régionale à travers des mémoires ouvrières, des dialectes, des coutumes, des fêtes locales sera présente dès nos prochains numéros.

Une assemblée générale de tous les abonnés du journal est prévue pour bientôt. Elle sera l'occasion de confronter les avis sur des questions précises.

Bruno Soudan  
*L'Arme à l'Oeil*  
1360 Tubize



# C'ARME À L'OEIL

(02) 355.68.76

compagnie du telephone  
133 rue de mons 1360 tubize