

## Avortement : le retour des « Survivants ».

Article rédigé par , le 13 juillet 2016

[Source : [Famille Chrétienne](#)]

Ce mouvement entend dénoncer la banalisation de l'avortement par des actions fortement médiatisées. Explications d'Émile Duport, l'un des organisateurs.

### **Pourquoi [le mouvement « Les Survivants »](#) resurgit-il tout d'un coup sur la scène médiatique ?**

Ce mouvement, créé en 1998, rassemblait des jeunes nés après [la loi Veil](#), qui n'avaient logiquement pas pu s'exprimer au moment du vote de la loi dépenalisant l'avortement. « *Survivants* », car nous estimons que nous avons 1 chance sur 5 de ne pas voir le jour : chaque année en France, 200 000 avortements sont pratiqués pour 800 000 naissances.

Aujourd'hui, nous sommes 200 jeunes, animés par le désir de dénoncer les dégâts causés par la loi de 1975. Par des actions radicales, surprenantes et inattendues, nous voulons faire prendre conscience à la société de ce qu'elle représente réellement un avortement, et que des alternatives à l'IVG doivent être développées.

### **Qu'entendez-vous précisément par « actions radicales » ?**

Nous pouvons nous définir comme un mouvement d'« agit-prop » mettant en œuvre des actions à fort potentiel médiatique. Nous développons trois types d'action, à commencer par les opérations de type événementiel. Nous sommes là sur le même registre que les Femen ou bien Act Up. Nous nous en différencions par deux principes : la non-violence et la joie de vivre. Nous ne cherchons évidemment pas à choquer les personnes, tout en sachant bien que, de nos jours, être opposé à l'avortement suscite déjà le scandale.

Ensuite, nous mettons en œuvre ce qu'on peut appeler une « guérilla marketing », en travaillant sur des actions de détournement, soit de publicité, soit de mobilier urbain.

Enfin, nous mettons l'accent sur le digital et la créativité graphique et visuelle. Nous voulons créer des codes visuels qui soient beaux graphiquement afin que notre message soit pris au sérieux. Et il l'est déjà : des blogs qui ont pignon sur rue dans le milieu de la publicité reconnaissent – sans forcément nous approuver – le fait que nous avons renouvelé les codes graphiques des « pro-life ».

### **Des actions du même type que les Femen n'engendrent-elles pas des crispations, et, au final, ne risquent-elles pas de devenir contre-productives ?**

Nous sommes dans le combat d'opinion et nous voulons le gagner. Cela explique notre radicalité. Pour l'instant, vu l'omerta ambiante de la classe médiatique et politique, l'argent qu'on investit contre nous, nous ne pouvons pas nous contenter de messages passant par des canaux habituels. Il nous faut aller plus loin.

### **Des personnes ont-elles été touchées par votre message ?**

Notre vocation est avant tout de relancer le débat sur l'IVG et de rappeler que la question de l'avortement ne concerne pas que la femme, mais toute la société. Quelques personnes qui ont pratiqué un avortement et qui ont vécu une expérience de guérison viennent nous faire partager leur histoire, sans pour autant devenir militantes.

### **Vous dites que la question de l'avortement ne concerne pas que la femme. Pourquoi ?**

La baisse du nombre d'avortements est un défi collectif. Nous dénonçons en premier lieu le fait que notre société empêche les femmes qui ont pratiqué un avortement d'exprimer leur culpabilité. Elles en sont rendues à se sentir coupables de ressentir une culpabilité, à cause du discours ambiant expliquant que l'avortement est un droit fondamental.

Mais les souffrances existent. Elles restent cachées, car les laisser s'exprimer risquerait de remettre en cause ce « droit ». Elles sont la preuve que l'avortement fait resurgir un manque dont la source provient de la forme d'existence – l'embryon – que l'on a supprimée. Reconnaître ces souffrances serait reconnaître ce qui se cache derrière l'acte d'avorter.

### **Comment votre mouvement compte-t-il se déployer ?**

Nous voulons accueillir tous les jeunes, croyants ou non, politisés ou non, qui souhaitent mettre à disposition leurs compétences pour atteindre notre objectif. Nous organisons un week-end d'intégration et de formation les 2, 3 et 4 septembre prochains. Nous y serons formés aux méthodes d'action médiatique, en travaillant notre discours et nos arguments. Des équipes seront également constituées, en fonction des talents de chacun.

**Hugues Lefèvre et Pierre Erceau**