

Dans un article opportun de Patrick Cockburn, The Independent attire notre attention sur les éléments de langage des responsables israéliens dont les principes sont posés par un rapport "secret" en date de 2009 et rédigé par le sondeur Frank Luntz, membre du groupe de pression The Israël Project. Les principes du "Global Language Dictionary", véritable bréviaire à destination des autorités israéliennes conçu par le lobby pro-israélien américain se retrouvent à tous les niveaux de communication de l'état hébreu, notamment lorsqu'il communique à destination du public américain et, par ricochet, européen. Il devrait être lu par les journalistes qui écrivent sur le conflit israélo-palestinien afin de bien faire la différence entre la communication qu'ils rapportent et les actions qui ont lieu sur le terrain.

Article de The Independent : "[Israel-Gaza conflict: The secret report that helps Israelis to hide facts](#)"

Le document, originellement confidentiel, est encore consultable sur internet mais de manière moins aisée qu'on pourrait le croire. Le voici en [version PDF](#).

• **Genèse du document, auteur et promoteur.**

Ce document d'une centaine de pages est issu d'une série de deux ouvrages, portant le même titre, et écrit par le même homme, le sondeur républicain Frank Luntz. La première version du document date de 2003, selon les propres propos de son auteur dans la préface de la version de 2009. Cette dernière, qui fait l'objet de cet article, est le fruit de "recherches" menées par l'auteur en 2008 et 2009 et n'était pas destinée à la distribution où à la publication hors du cercle des membres de l'*Israel Project* et des destinataires de leurs projets et actions.

L'auteur, Frank Luntz, est un sondeur "vedette" du camp républicain. Je ne développerai pas la personnalité ou les activités de l'auteur. Je renvoie vers sa [page Wikipédia](#) qui liste une bonne part de ses articles. Je renverrai également à cet [article de The Atlantic](#), paru au début d'année et traitant de son "agonie".

Plus intéressante est la présentation du groupe *The Israel Project*. L'organisation, [toujours active](#), se présente comme un organisme à but non lucratif qui fournit des éléments factuels aux médias, aux décideurs et au public. Fondé en 2003, l'organisation n'est officiellement rattachée à aucun gouvernement et ne fait pas de lobbying ([source](#)). Au vu de son [Conseil d'Administration](#) et de son "[Comité des Conseillers](#)", composés de représentants et sénateurs démocrates et républicains, on peut penser que son influence en temps que lobby pro-israélien est relativement importante. L'organisation dispose d'un bureau à Washington et à Jérusalem. Les [projets](#) de l'organisation sont variés, construction de sites internet d'information, mise en relation des journalistes, décideurs et experts, organisation de "visites géopolitiques" en Israël etc...

• **Nature et objectif du manuel**

Ce document est clairement un bréviaire de communication à destination des responsables israéliens chargé d'élaborer une stratégie à destination du public et des médias, de même qu'un outil pour les responsables américains en charge de défendre les intérêts de l'état hébreu au Congrès ou dans les médias. Le terme *Hasbara*, désignant les opérations de communication et de propagande destiné à défendre ou expliqué le point de vue et les actions du gouvernement israélien, est particulièrement pertinent ici. Ce document structure cette stratégie de communication autour de plusieurs pôles et envisage les méthodes de communication à utiliser par les chargés de relations publiques. Patrick

Cockburn voit dans ce bréviaire une des raisons de l'amélioration de la communication de l'état hébreu à destination de l'Occident. Il est assez intéressant de noter que la préoccupation de certains groupes de pression est de s'assurer que la communication de l'état hébreu atteigne son but en Europe et aux États-Unis. L'occurrence *Europe* revient plus d'une trentaine de fois. L'occurrence *America* (ou *american*) revient plus de 200 fois (!).

Quand on aborde la préface du document, l'objectif du bréviaire apparaît clairement. Ainsi, la fondatrice de The Israel Project affirme que : *"Au nom de notre Conseil et de notre équipe, nous offrons ce guide aux leaders visionnaires qui sont sur les lignes de front de la guerre médiatique pour Israël. Nous voulons que vous réussissiez dans la conquête des cœurs et des esprits du public. Nous savons que quand vous réalisez votre mission, vous contribuez à aider à la fois Israël et notre famille juive mondiale. Ainsi, nous offrons ces mots avec nos vœux les plus sincères pour tous vos succès. Que vos mots aident à apporter la paix et la sécurité à Israël et au peuple juif !"*. Quant à Frank Luntz, après une présentation plutôt classique de son travail il souhaite que les "défenseurs d'Israël" bénéficieront de son ouvrage et conclut comme un rappel que *"ce n'est pas ce que vous dites qui compte. C'est ce que le public entend"*.

• Publication initiale du document

Le document a été rendu public pour la première fois dans un article de Newsweek en juillet 2009, quelques semaines après la fin de l'opération Plomb Durci. L'article, désormais introuvable, n'a pas mené à un énorme retentissement. Quelques articles ont repris l'information sous l'angle d'une technique pour justifier la colonisation en cours dans les territoires palestiniens. Le blogueur Richard Silverstein en avait fait un compte rendu, le lendemain de sa publication par Newsweek. Il estimait que cette publication devrait avoir autant de retentissement à l'encontre du lobby israélien que si un plan de bataille avait fuité. Cela n'a pas été le cas, et les médias internationaux en ont peu parlé, à la différence de la Charte du Hamas, immédiatement exploitée, et qui est d'ailleurs soigneusement reproduite en annexe du document de Luntz.

• Contenu du document

Passons sur la couverture digne d'un travail d'écoliers pour un projet humanitaire.

- Structure générale : 18 chapitres accompagnés de 4 annexes. Présentation des plus claires et des plus fonctionnelles, on sent la volonté de parvenir à un manuel pratique. Après 2 chapitres consacrés aux 25 règles d'une communication efficace et aux mots qui fonctionnent. Les 16 chapitres suivants suivent une logique thématique déclinant les principes des 2 premiers chapitres à 16 domaines ou problèmes de communication.

Voici la liste des chapitres :

25 règles d'une communication efficace - Les mots qui fonctionnent - Comment parler du gouvernement autonome palestinien et de la prospérité - Isoler le Hamas, soutenu par l'Iran, comme un obstacle à la paix - Le langage de la lutte contre un Iran nucléaire - Gaza : Le droit d'Israël à l'auto-défense et à des frontières sûres - La Paix : Le message central - Les colonies - Jerusalem - Les garanties de prêts et l'aide militaire - Le mur de sécurité et les points de contrôle - Le droit au retour = Le droit à la confiscation - Les Nations-Unies - Parler des arabes-israéliens - Parler des enfants et de la culture de la haine - Les leçons à retenir du langage du président Obama - Parler à la gauche américaine - Israël sur la communication des campus.

Voici la liste des annexes :

Les questions les plus difficiles - La charte du Hamas - Faits importants - Les posters qui fonctionnent.

- Structure des chapitres et des annexes : Hors les deux premiers chapitres, les autres sont subdivisés en plusieurs points dont l'idée essentielle est mise en exergue et agrémentés de plusieurs études d'opinion, conseils, stratégies etc... Chaque chapitre contient une ou plusieurs citations ou formules types à destination des responsables de la communication sous un encadré intitulé "Les mots qui fonctionnent" et parfois des "Mots qui ne marchent pas". On sent l'influence d'un véritable professionnel dans la rédaction. Les annexes ont pour but de se sortir de plusieurs questions très difficiles que nous développerons ultérieurement.

Tenter d'être synthétique au vu des multiples techniques déployer est illusoire, il me semble préférable de citer quelques passages équivoques, d'insister sur les méthodes de communication et de finir par une étude de cas.

• « Les techniques d'une communication efficace »

Les premières pages sont consacrées à ces techniques d'une communication efficace, "25" (en réalité 26) sont successivement développées. En voici la liste assortie d'un bref commentaire :

- Les personnes à persuader (Persuadables) ne se soucieront pas de ce que vous savez avant de savoir à quel point vous vous en souciez. Montrer de l'empathie pour les DEUX camps : Le but est de gagner les cœurs et les esprits en désarmant les sceptiques par l'affichage d'une préoccupation pour la paix pour les deux camps.
- Expliquer vos principes : Le public américain réagit d'autant mieux qu'il connaît le pourquoi d'une action.
- Différencier clairement le peuple palestinien et le Hamas : Le but est de ne pas donner l'impression d'attaquer le peuple palestinien, mais le Hamas, largement perçu comme une organisation terroriste (même si les palestiniens ont élu le Hamas).
- Il n'y a JAMAIS et TOUJOURS, aucune justification pour le massacre délibéré de femmes de d'enfants, JAMAIS : Le but est de renverser le postulat (erroné de mon point de vue) selon lequel les palestiniens chercheraient à justifier leurs actions répréhensibles par leur désespoir. Pointer du doigt l'acceptation commune de ne pas tuer des femmes et des enfants. L'argument, pris isolément, est aisément réversible cependant.
- Ne pas prétendre qu'Israël est exempt de fautes et de défauts : utiliser l'humilité.
- Faire attention au ton employé : Israël est désormais plus largement vu comme un agresseur ou un occupant, ce qui implique de ne pas employer un ton condescendant ou paternaliste.
- Stop-Stop-Stop : Derrière ce titre, il s'agit de reprendre constamment le vocabulaire militariste des organisations extrémistes pour se le réapproprier ("nous savons ce qu'est le terrorisme") ou le dénoncer ("cessez d'utiliser le langage de la violence")
- Rappeler incessamment au public qu'Israël veut la paix : Raison 1 : Parce que le contribuable américain ne veut pas que son gouvernement finance un pays s'il n'y a pas d'espoir de paix / Raison 2 : Parce que c'est la partie qui est perçu comme voulant la paix qui gagne sur le terrain de la communication.
- Les américains veulent une équipe à acclamer. Laisser le public connaître des choses positives sur Israël.
- Établir des parallèles directs entre Israël et l'Amérique, y compris la nécessité de se défendre face au terrorisme : « Le langage d'Israël est le langage de l'Amérique (États-Unis) : "démocratie", "liberté", "sécurité", "paix" ».
- Ne pas parler de religion. L'auteur insiste sur le fait que cela peut être dur pour la communauté juive, mais que pour le public américain et européen il est important de ne pas apparaître comme un

état religieux extrême.

- Peu importe ce sur quoi porte la question, construire un message pro-Israël productif : Pas besoin de répondre à la question directement, la maîtrise de la réponse rend nécessaire de construire un message en faveur de la politique israélienne.
- Parler du futur, pas du passé.
- Utiliser des questions rhétoriques.
- Espoir : Utiliser le langage de l'espoir car c'est ce que les gens veulent entendre.
- Aller là où les gens sont : établir une stratégie de communication qui rencontrera la portée la plus importante.
- "Keep It Simple, Stupid" (K.I.S.S), et dire, dire encore... : technique classique.
- Éviter l'analyse paralysante (analysis paralysis) et être pro-actif : Éviter l'écueil de plusieurs associations pro-israélienne et ne jamais oublier le but fondamental qui est d'amener plus de personnes à soutenir la position israélienne.
- Ce n'est pas juste ce contre quoi vous êtes, mais ce dont vous êtes en faveur qui compte.
- Toujours commencer son discours, son communiqué de presse ou son débat par l'élément le plus positif.
- Toujours concéder au moins un point (même non essentiel) dans un débat.
- Ne jamais, jamais, JAMAIS, s'exprimer en énoncés déclaratifs.
- Reconnaître la complexité de la situation avant de la simplifier et de la clarifier.
- Ne jamais essayer d'étaler sa crédibilité avec les médias : éviter de renvoyer aux défauts de crédibilité des médias, surtout aux États-Unis.
- Idem avec la communauté internationale : Ne pas se plaindre de la situation du Monde Vs Israël.
- La réciprocité (*mutuality*) est un concept clé : Principalement en ce qu'il permet de mettre les partenaires sur un même pied et d'éviter de présenter les choses selon la grille "David contre Goliath".

• Quelques citations extraites du document :

- *"L'objectif est de gagner de nouveaux cœurs et esprits pour Israël sans perdre le soutien dont Israël dispose déjà"* (page 4).
- *"Si cela sonne comme si vous attaquez le peuple palestinien (alors même qu'ils ont élu le Hamas) plutôt que son leadership, vous perdrez le soutien du public"* (page 5).
- Les mots qui fonctionnent : *"Les israéliens sont-ils parfaits ? Non. Faisons-nous des erreurs ? Oui. Mais nous voulons un meilleur futur et nous travaillons dans ce but"* (page 6).
- *"Une fois que vous avez établi que vous vous souciez autant des israéliens que des palestiniens et que vous voulez la paix, vous pouvez commencer le processus d'établissement d'une connexion forte entre américains et israéliens basée sur les valeurs et intérêts communs"* (page 9).
- *"Après tout : Par opposition à ceux qui, au Moyen-Orient, endoctrinent leurs enfants pour devenir des semeurs de haine et des kamikazes, Israël éduque ses enfants à lutter pour la paix et le progrès"* (parmi les éléments qui doivent rassurer les américains sur le fait qu'ils puissent supporter Israël, comme ils supporteraient l'Amérique (page 11).
- *"Les américains qui voient la Bible comme leur guide de référence pour les affaires étrangères"*

sont déjà supporters d'Israël" (page 12). Voir également le guide pour les interviews au bas de la page 12.

- Un échantillon de questions à garder en tête : *"Comment puis-je faire la paix avec un gouvernement qui me veut mort ?" / "Comment puis-je faire la paix avec une population à qui il est enseigné ces mots - enseigné de haïr les juifs, pas seulement les israéliens - depuis leur naissance ?"* (page 14)

- ***"Les citoyens d'Israël dépendent de nous. Ensemble nous pouvons utiliser une communication stratégique pour qu'Israël et les juifs se sentent plus sûrs et sécurisés"*** (page 18).

- Le glossaire page 19 à 21.

- *"Il y a des moyens efficaces de respecter le but final d'un gouvernement autonome palestinien tout en questionnant légitimement le moment où cela sera possible. C'est une zone rhétorique dans laquelle vous devez opérer"* (page 22).

- *"Souligner la nécessité de suivre un processus par étapes ou un plan d'action. Cela communique un sérieux dans l'approche plutôt que la rhétorique vide habituelle. (...). **Il n'est pas suffisant de dire paix, paix, paix. Ce n'est pas crédible si vous ne parlez pas de processus ou de plan**"* (page 24).

- *"Lier le plan économique au plan politique. L'argument économique est si puissant qu'il vous permettra de parler du délai pour implanter la solution politique sans perdre l'opinion du public - aussi longtemps que vous allez lier les deux composantes"* (page 25).

- *"Vous devez tout simplement parler de la situation difficile du peuple palestinien comme une part de votre approche générale pour atteindre la paix"* (page 27).

- *"Vous gagnez de la crédibilité en offrant d'améliorer leurs vies parce que c'est la bonne chose à faire (...) bien plus qu'en le faisant pour votre propre sécurité"* (page 28).

- *"Juste parce que vous êtes pro-israélien ne veut pas dire que vous devez être dépeint comme anti-palestinien - et vous ne devez pas l'être. Les défenseurs les plus efficaces d'Israël sont également pro-palestinien. Cela peut être un anathème pour certain lecteurs, mais c'est exactement ce que les européens, les américains et la gauche américaine en particulier veulent entendre. (...) le langage ci-dessous amènera des applaudissements partout"* (page 31).

- ***"Les américains commencent à différencier le Hamas et l'Autorité Palestinienne de Abbas, blamant le Hamas plutôt que l'Autorité Palestinienne pour les attentats-suicides. C'est actuellement une tendance très dangereuse parce que cela peut les amener à excuser ou rejeter le terrorisme et la culture de haine répandue par l'Autorité Palestinienne elle-même"*** (Le gouvernement d'Union Nationale a dû être fêté sur le plan de la communication) (page 31).

- *"Vous devez isoler le Hamas comme : 1° Une cause critique du délai pour une solution à deux états - 2° La source la plus importante de préjudice pour le peuple palestinien - 3° La raison pour laquelle doit défendre son peuple d'une vie de terreur"* (page 33)

- ***"Établissez continuellement la connexion entre l'Iran et le Hamas et le Hezbollah soutenus par l'Iran"*** page 37).

- ***"Nous suggérons une approche rhétorique qui permettra certainement à Israël de gagner une certaine crédibilité lorsqu'Israël parle de l'Iran."*** => Parler de diplomatie économique plutôt que de sanctions - Évoquer l'intérêt mondial d'un Iran non nucléaire - Parler de la prévention en évoquant des éléments connus (comme associer un nouveau 11 septembre à l'Iran) - Personnaliser le problème pour l'audience américaine (ou britannique, on se souvient de la pub avec le Palais Royal sous une pluie de roquettes) - Ne pas comparer l'Iran aux nazis, *"même si c'est étrangement similaire"* (?) (chapitre sur l'Iran).

- *"Le monde veut et a besoin d'entendre que la terreur peut être stoppée. Ils doivent croire qu'à un certain point, les parties peuvent s'entendre et trouver un terrain d'entente. Vous pouvez ne pas vouloir entendre cela mais le camp qui semble vouloir le plus la paix gagnera le support du public non-aligné"* (page 59).

- La meilleure approche de communication concernant la colonisation : *Parler de la volonté de négocier et de Camp David "dans la même phrase" - "Donner des exemples concrets de sacrifices israéliens en faveur de la paix" - "Rappeler les responsables israéliens qui ont fait preuve de bonne volonté sur ce sujet" - "La colonisation et la construction de logements est nécessaire pour la sécurité d'Israël"* (page 62).

- Le chapitre sur Jérusalem se résume facilement en la formule : ne pas en parler pour avancer sur d'autres sujets.

- Sur le mur de sécurité et les points de contrôle "il faut utiliser des questions rhétoriques, nous devons reconnaître que le peuple palestinien a des rêves et des espoirs également". S'en suit un "Top 8" des manières d'en parler. Il ne faut pas jamais concéder la prise (même infime) d'une parcelle de terre.

- ***"Nous ne pouvons pas laisser cette phrase ("le droit au retour") dans le lexique des responsables (internationaux)"*** (page 75). Mobiliser la différence entre la Shoah qui a amené la fondation de l'état d'Israël et les revendications palestiniennes est la stratégie retenue.

- Le langage parfait pour parler de l'ONU c'est de concéder qu'on est prêt à coopérer avec pour les éléments secondaires, puis ensuite attaquer en ce qui concerne un accord de paix en soulignant que l'ONU n'est pas un médiateur impartial. *"Ils ont constamment pris une position unique anti-américaine, anti-israélienne"* (page 80).

- La bataille de communication se joue aussi pour répandre la crainte que l'éducation donnée aux enfants au Moyen-Orient est un enjeu de haute lutte et qu'il faut placer en contraste avec le système israélien.

- ***"Le langage du Président Obama (sur le processus de paix) est tellement similaire à ce que nous vous avons recommandé de dire depuis des années qu'il pourrait aisément être repris directement dans notre plan d'action"*** (page 87).

- ***S'inspirer de la technique américaine d'opérer un rapprochement "avec le peuple iranien" pour isoler ses dirigeants et l'appliquer avec le "peuple palestinien" et isoler ses dirigeants.***

- Tout un guide thématique pour parler à l'Amérique de Gauche dans les pages 90.

- Quelques questions difficiles en annexes (avec les réponses toutes faites) :

Est-ce qu'Israël parlera un jour au Hamas ? (toute la communauté internationale le refuse, terrorisme etc...).

Est-ce qu'Israël bombardera l'Iran ? (Soutenir les efforts américains - Iran sponsor terrorisme - Question rhétorique - Agir maintenant en réclamant des sanctions à travers un langage adouci)

Supportez-vous le plan de paix saoudien ? (Soutenir les efforts de paix en général - parler des points positifs puis pointer les manques - Dire que les nations arabes n'en font pas assez pour la Palestine - Finir par une question rhétorique sur la richesse des saoudiens et la pauvreté des palestiniens).

• Étude d'un chapitre : Gaza (chapitre 6)

Au vu des événements actuels, il importe d'accorder une attention particulière à Gaza. Dans le document la question est liée automatiquement à la question des frontières sûres et du droit à l'auto-défense.

- Concernant le droit à l'autodéfense, l'auteur identifie une clé : assurer l'équilibre entre la perception que la montée du Hamas rend Israël moins sûr et la volonté de l'opinion qu'Israël ne fasse pas subir de dommages excessifs aux civils palestiniens. Sa stratégie de communication se décline ensuite de la manière suivante :

1° Manifester de l'empathie pour placer le débat sur comment cela peut être stopper plutôt que sur qui a commencé ou la proportionnalité de l'intervention.

2° L'usage du terme "délibéré" pour les tirs de roquettes est essentiel à la stratégie de communication pour donner une portée d'autant plus importantes à ces actes.

3° Dépeindre une image vive de la vie des civils et des enfants israéliens sous la menace des attaques de roquettes. L'objectif est "d'humaniser" pourquoi Gaza (l'intervention) est arrivée et ce que vit la population israélienne. "**Normalement nous ne reconnaissons pas les chiffres, mais cette fois nous le faisons - seulement avec une composante humaine**" (nombre de roquettes total ou par jour, durée de la situation etc...). L'auteur propose d'*utiliser des questions rhétoriques pour gagner la permission de l'audience pour les actions d'Israël*".

4° Rappeler le DROIT d'Israël de se défendre, tout en gardant conscience de la nécessité d'éviter les pertes civiles, ou tout du moins d'orienter sa communication en ce sens (on l'a beaucoup vu avec l'ambassadeur israélien aux États-Unis qui a estimé qu'Israël méritait le prix nobel de la Paix).

5° Rappeler l'engagement pour la paix malgré les attaques de roquettes pour éviter le revers de la mauvaise excuse pour éviter la paix. Il faut l'afficher ainsi.

6° Même si vous n'avez pas été là où des roquettes sont tirés et que vous ne vivez pas là, répondez que vous y êtes et dites que c'est terrifiant. Le mensonge comme arme de communication.

7° "*Utiliser des questions rhétoriques si vous êtes piégé sur une question sur la proportionnalité*".

- Concernant la défense des frontières, l'auteur recommande tout d'abord de :

1° Se fondre dans l'opinion du destinataire, par exemple en reconnaissant la complexité de la situation.

2° Lorsqu'il est question des frontières il ne faut jamais faire mention de l'histoire et des frontières de 1967. Il faut uniquement s'en tenir à l'exaltation de ce droit fondamental.

3° Lorsqu'il est question de territoire, il faut au contraire s'abstenir de rester général. Le public est d'accord avec l'affirmation selon laquelle Israël devrait en revenir aux frontières de 1967. En revanche, le public est également d'accord avec l'affirmation selon laquelle Israël doit posséder le territoire autour des aéroports pour préserver le monde d'une catastrophe aérienne. Manier le général et le particulier en fonction de ses buts...

4° Diffuser l'idée que rendre des terres ou se retirer des terres de l'autorité palestinienne n'amènera qu'à plus de guerre, le retrait de la bande de Gaza ayant été vécu comme un "*désastre stratégique*".

• Conclusion

Comme tout manuel de communication, ce document n'est pas prescriptif d'actions politiques concrètes, il est prescriptif de méthodes permettant de donner à une audience déterminée des éléments permettant d'obtenir son adhésion en vue de l'accomplissement plus aisé de buts politiques prédéterminés. Il ne faut pas donc pas voir le Global Language Dictionary de Frank Luntz comme un cahier de doléances politique à destination des responsables israéliens pour qu'Israël dispose d'une meilleure image aux États-Unis, mais comme un moyen à leur disposition pour atteindre ce but par la propagande et la communication.

À ce titre, il convient que toute personne intéressée par le conflit se fasse sa propre opinion sur ce texte et sur ces techniques. Une responsabilité toute particulière pèse sur les journalistes, premiers relais de cette communication et intermédiaire direct de la parole politique communicante. Si la communication politique ne s'éloigne pas toujours de l'action politique, l'information sur ces méthodes de communication par l'emploi du vocabulaire adapté plutôt que la simple reprise brute de ces déclarations est de la responsabilité des journalistes. Cependant, la généralisation de l'information en continu tend à limiter la place pour cette information nécessaire.

Gardons nous de faire preuve de naïveté dans l'analyse de ce document, il ne couvre qu'imparfaitement la communication du gouvernement israélien à destination des citoyens israéliens. Néanmoins, la main-mise des médias américains sur l'information diffusée en Occident accroît sa portée dans ce champ.

L'analyse de ce document doit être complétée par une attention particulière sur les événements du terrain afin de mesurer la distance qui sépare ces derniers de la communication officielle. Quand la communication est le dernier stade d'une action politique ou militaire en tant que sa diffusion au public, il convient de rechercher si la communication ne cache pas l'action. Quand la communication est son premier stade, la préparation de l'opinion, il convient de rechercher si l'action n'a pas dévié ostensiblement de la communication.

Joachim Bergoug – Points de vue Alternatifs (27 juillet 2014)