

Elaborer une Stratégie de Plaidoyer

Tenant compte du temps et des ressources limités des responsables de mise en œuvre de programmes, les outils de la série *Straight to the Point* (Droit au But) de Pathfinder International offre des instructions claires et concises sur une variété de préoccupations relatives à la conception, la mise en œuvre et l'évaluation de programmes.



LES OUTILS DE PLAIDOYER

Les outils de plaidoyer « Droit au But » visent les organisations qui voudraient inclure dans leurs stratégies programmatiques un plaidoyer pour une élaboration de politiques publiques dans leur pays. Ces outils vous guideront à travers trois étapes essentielles au développement d'une initiative de plaidoyer.

1 Déterminer les Priorités du Plaidoyer vous aidera à débiter le développement d'une initiative de plaidoyer – sélectionner la question de plaidoyer.

2 Evaluer l'Environnement Politique pour le Plaidoyer vous aidera à comprendre l'environnement dans lequel vous travaillerez ainsi que les facteurs essentiels à considérer lors du développement de l'initiative.

3 Elaborer une Stratégie de Plaidoyer (*cet outil*) vous aidera à planifier une stratégie concrète pour l'atteinte de votre but, y compris déterminer vos activités spécifiques.

Ces trois étapes appliquées, vous serez prêts à lancer votre initiative de plaidoyer.

Dans cet outil, vous prendrez les informations collectées dans les outils précédents (par exemple : partenaires et adversaires potentiels, personnes influentes clés dans et hors du gouvernement, opinion publique) et les utiliserez pour déterminer les étapes spécifiques pour l'atteinte de votre but.

Pour développer votre stratégie de plaidoyer, vous devez répondre à des questions, y compris :

- Quel est le but de votre plaidoyer ?
- Quels sont les objectifs spécifiques qui permettront d'atteindre votre but final ?

- Quel partenaire ou collaborateur voudriez-vous avoir ? Quelles sont leurs contributions à votre initiative ?
- Quelles cibles (décideurs, agences gouvernementales, etc.) avez-vous besoin d'influencer pour atteindre votre but ?
- Quels événements clés à venir pourraient vous fournir l'opportunité de mobiliser et de plaider ?
- Quelle est votre approche en matière de plaidoyer (par exemple : directe ou indirecte) ?
- Quelles activités spécifiques mènerez-vous ? Quand ? Comment ?

Comment utiliser cet outil :

Bien que *paraissant* difficile à réaliser, les outils de plaidoyer « Droit au But » constituent en fait le moyen le plus rapide et le plus aisé de développer une initiative de plaidoyer. Si vous appliquez ces trois outils lors de un ou deux ateliers, vous serez bien préparé pour le lancement de votre initiative-un processus qui, autrement, durerait des mois. Malgré de nombreuses questions auxquelles répondre et de tableaux à remplir, sachez que vous n'avez pas besoin de trop écrire-vous pouvez juste prendre notes des informations essentielles.

L'outil *Elaborer une Stratégie de Plaidoyer* peut être développé par une personne. Cependant, *l'idéal serait de le faire concevoir par un noyau de leaders* issus de votre organisation ou coalition (si vous faites partie d'une) à travers un exercice d'équipe ou un atelier. Après qu'un noyau de leaders se soit associé pour diriger l'initiative, la stratégie devrait constamment être adaptée et ajustée à travers un processus de discussion ouverte et participative avec tous les acteurs concernés.

En utilisant cet outil, il est important de se rappeler que développer une stratégie de plaidoyer n'est pas forcément un

processus linéaire/direct. Vous avez besoin d'être flexible et parfois d'avancer ou reculer et répéter les étapes déjà effectuées. Des feuilles de papier additionnelles, un tableau à feuilles ou un ordinateur peuvent être utiles pour prendre notes et enregistrer les réponses.

Note : Des changements dans l'environnement politique (par exemple : nouveaux risques et opportunités et réactions d'individus et d'institutions que vous visez) peuvent affecter votre stratégie de plaidoyer et la gamme d'activités que vous conduirez. Aussi devriez-vous revoir périodiquement les outils *Evaluation de l'Environnement Politique pour le Plaidoyer* et *Elaborer une Stratégie de Plaidoyer*.

Avant de planifier votre stratégie de plaidoyer, vous devriez vous familiariser avec les termes et définitions courantes suivants :

PLAIDOYER

Le plaidoyer est une stratégie d'influence visant à pousser les décideurs à opérer un changement de politique (par exemple : créer des politiques et réformes de soutien, ou éliminer des politiques préjudiciables, assurer des financements et mettre en œuvre des politiques favorables).

Par plaidoyer, nous n'entendons pas activités d'information, éducation et communication (IEC). Le plaidoyer ne consiste pas à changer des pratiques spécifiques ni même à sensibiliser ou soutenir une communauté sur une question ou une pratique donnée. Le plaidoyer vise plutôt à changer l'opinion au sujet d'une politique-en particulier, l'opinion des décideurs-et à réaliser un changement spécifique de politique. Avant de mener des activités de plaidoyer sur une question d'ordre sanitaire, il est très souvent nécessaire de conduire des activités de changement d'opinion avec les médias, les membres de la communauté, les leaders religieux et autres, sans jamais oublier les prestataires de soins de santé.

Cependant, ces efforts ne seront considérés activités de plaidoyer que si les groupes cibles, par la suite, exercent une pression sur le processus d'élaboration des politiques. En outre, les efforts pour persuader les bureaux gouvernementaux/ministères/etc. à financer les activités de votre organisation ne sont pas un plaidoyer.

POLITIQUE

Dans le cadre strict de l'outil « Droit au But », une politique peut être un plan, une stratégie ou un agenda ; un programme ou une ligne de conduite ; un instrument des droits humains ; une décision budgétaire ; un projet de loi ; ou des règlements ou protocoles/orientation émis par un gouvernement, une entité multinationale, ou une institution.

DECIDEURS

Les décideurs sont généralement des représentants du gouvernement ou des personnes ayant un pouvoir politique formel (par exemple : parlementaires, ministres ou hauts responsables administratifs et leur personnel).

LOBBYING

Généralement, le lobbying est défini comme une action visant à influencer un projet spécifique de loi. Ainsi, alors que le lobbying peut faire partie d'une stratégie de plaidoyer, l'œuvre de plaidoyer n'implique pas forcément le lobbying. Par exemple, rencontrer un décideur et lui expliquer les avantages à autoriser les agents de santé communautaire à distribuer des contraceptifs injectables n'est pas du lobbying. Encourager le même décideur à signer un projet de loi le permettant, est du lobbying. Souvent, il existe des limites aux activités des ONGs. Avant d'envisager le lobbying comme part de votre stratégie de plaidoyer, examinez les lois et politiques de votre pays régissant les ONG en matière de lobbying et de plaidoyer.

Question, But et Objectifs

QUESTION DE PLAIDOYER

Votre question de plaidoyer devrait être spécifique et concrète. Elle devrait clairement refléter le changement de politique que vous voulez atteindre (c'est à dire, la question de plaidoyer devrait être directement liée à votre but). L'outil *Déterminer les Priorités de Plaidoyer* peut vous aider à identifier votre question.

Exemple de question forte : Les Agents de Santé Communautaires (ASCs) sont autorisés à distribuer des contraceptifs injectables.

Exemple de question faible : Planning familial.

Quelle est votre question de plaidoyer ?

BUT

Votre objectif de plaidoyer s'appuie sur votre question de plaidoyer en ajoutant *qui* (par exemple : personne, institution, bureau) va opérer le changement de politique, *comment* le changement de politique sera effectué (par exemple : par un projet de loi spécifique, une orientation, une réglementation) et *quand* il sera atteint. *Déterminez un but réalisable avec un calendrier réaliste.*

Exemple de but fort : Le Ministère de la santé émettra de nouveaux protocoles/lignes directrices pour la distribution de contraceptifs injectables par les ASCs en Décembre 2013.

Exemple de but faible : Le gouvernement permettra aux ASCs de distribuer des contraceptifs injectables.

Quel est votre but de plaidoyer ?

OBJECTIFS

Votre but devrait être divisé en quelques objectifs à court terme qui contribueront *directement* à atteindre le but. Les objectifs constituent les plus petites étapes à franchir pour pouvoir atteindre votre but final. Ils devraient être clairs et précis, et devraient inclure : le *changement* que vous voulez voir, *qui* (par exemple : une personne, une institution, un bureau) opérera ce changement, et *quand* il sera réalisé. Ils devraient être limités en nombre (pas plus de 3). Note : Si votre objectif est susceptible d'être plus long à atteindre que votre but, alors ce n'est pas un bon objectif.

Exemple d'objectif fort : En juin 2012, au Ministère de la santé, cinq champions de haut niveau feront des déclarations publiques en faveur de la distribution des contraceptifs injectables par les ASCs

Exemple d'objectif faible : Acquérir le soutien du Ministère pour la distribution des contraceptifs injectables par les ASCs.

Quels sont vos objectifs de plaidoyer ?

Objectif 1	
Objectif 2	
Objectif 3	

Cibles

Vos cibles premières sont les décideurs/hauts responsables/etc. qui ont le pouvoir d'effectuer le changement pour lequel vous plaidez. Lorsque vous ne pouvez influencer vos cibles premières, choisissez des cibles secondaires. Une cible secondaire est la personne/groupe/etc. que vous *pouvez* influencer et qui peut, à son tour, influencer votre cible première. Les cibles doivent être *spécifiques* (par exemple : une personne, un journal, un département, un comité) – « le public » ou « le gouvernement » sont trop généraux, et donc, ne constituent pas de bonnes cibles.

Identifiez cinq cibles premières pour chaque objectif. Puis, remplissez la position de la cible sur votre question de plaidoyer basé sur 2 critères : favorable/neutre/opposé, et informé/pas informé. Ensuite, notez qui dans votre organisation possède les contacts susceptibles d'influencer chaque cible première. Si vous n'avez pas les contacts nécessaires pour influencer la cible première, choisissez une cible secondaire (capable d'influencer la première) et notez l'information dans le tableau de la cible secondaire sur la prochaine page.

OBJECTIF 1

NOM DE LA CIBLE PREMIERE	POSITION PAR RAPPORT A VOTRE QUESTION	PARTENAIRES AVEC CONTACTS CAPABLES D'INFLUENCER LA CIBLE

OBJECTIF 2

NOM DE LA CIBLE PREMIERE	POSITION PAR RAPPORT A VOTRE QUESTION	PARTENAIRES AVEC CONTACTS CAPABLES D'INFLUENCER LA CIBLE

Cibles (suite)

OBJECTIF 3

NOM DE LA CIBLE PREMIERE	POSITION PAR RAPPORT A VOTRE QUESTION	PARTENAIRES AVEC CONTACTS CAPABLES D'INFLUENCER LA CIBLE

CIBLES SECONDAIRES

OBJECTIF #	NOM	CIBLE PREMIERE QU'IL/ELLE PEUT INFLUENCER	POSITION PAR RAPPORT A VOTRE QUESTION	PARTENAIRES AVEC CONTACTS CAPABLES D'INFLUENCER LA CIBLE

Programmation

Les activités de plaidoyer devraient être programmées en sorte de se produire juste avant la prise de décisions essentielles ou avant un événement important.

Quels événements à venir, dates significatives ou décisions gouvernementales pourraient offrir de grandes opportunités de mobilisation et de communication ?

Approches et Activités

APPROCHES

Il existe plusieurs moyens d'approche d'un plaidoyer. L'un d'eux est l'approche *publique*, qui signifie généralement mobiliser un large soutien du gouvernement et/ou du public par des activités hautement visibles. Comparez ceci à l'approche *privée*, qui implique travailler discrètement avec quelques partenaires essentiels pour effectuer les *changements* en coulisses.

Vous pourriez aussi envisager les approches *directes* contre *indirectes*. Les approches directes consistent à demander directement aux décideurs de prendre des mesures. Les approches indirectes consistent à influencer l'opinion à travers un tiers tel les médias, le public ou autres acteurs.

Quelle(s) approche(s) voulez-vous utiliser ?

- Publique**
- Privée**
- Directe**
- Indirecte**

En sélectionnant vos approches de plaidoyer, pensez au meilleur moyen d'exercer votre influence, en fonction des informations que vous aurez collectées avec l'outil *Evaluer l'Environnement Politique pour le Plaidoyer*. L'approche(s) que vous choisirez informera vos activités.

ACTIVITES

Vos activités de plaidoyer devraient être conçues de sorte à vous aider à atteindre vos objectifs individuels, vous pousser vers votre but.

Ci-dessous se trouve une liste d'activités de plaidoyer courantes. Vous devriez envisager de combiner certaines de ces activités pour chaque objectif. N'ayez pas peur d'utiliser également votre imagination, mais soyez sélectif. Vous ne pouvez pas et ne devriez pas tout faire. Tenez compte de votre expertise, capacité, vos fonds, et de ce qui aura le meilleur impact sur votre cible.

Exemples d'activités :

- Arrangez des visites de sites et des voyages d'études
- Tenez des séances d'information et des événements éducatifs
- Mener des séances de formation au plaidoyer
- Lancez des campagnes publiques de sensibilisation
- Organisez des discussions et des forums sur les politiques parmi les parties prenantes clés
- Documentez les problèmes pour les décideurs (par exemple, commander un rapport)
- Mobilisez les médias autour de votre question
- Tenez des réunions en personne avec les décideurs
- Mobilisez les groupes (membres de la communauté, groupes d'intérêt public, etc.) en faveur du changement de politique
- Fournissez des informations et recommandations techniques aux décideurs
- Utilisez les messages électroniques, appels téléphoniques, lettres, pétitions et médias sociaux pour mobiliser les électeurs afin qu'ils contactent les décideurs

Approches et Activités (suite)

Remplissez la charte ci-dessous pour vous aider à décider de l'activité à mener pour atteindre vos objectifs. Pour chaque activité, déterminer la programmation approximative. La programmation dépendra de la priorité donnée à chaque activité. *N'essayez pas de tout faire en même temps.* Identifiez le coût de l'activité et de la personne/organisation principalement responsable de sa conduite, et ce avec les partenaires qui les soutiendront. Soyez le plus détaillé possible dans vos plans et tactiques spécifiques, y compris comment ils vous permettront d'atteindre vos buts. Par exemple, n'écrivez pas juste « campagne de sensibilisation du public » - incluez le sujet de la campagne, vos cibles, les formes de medias que vous utiliserez, etc. Décidez sur 5 activités pour chaque objectif.

OBJECTIF 1

ACTIVITE	PERSONNE/ORGANISATION RESPONSABLE	PARTENAIRE(S)	PROGRAMMATION	COUT

OBJECTIF 2

ACTIVITE	PERSONNE/ORGANISATION RESPONSABLE	PARTENAIRE(S)	PROGRAMMATION	COUT

Approches et Activités (suite)

OBJECTIF 3

ACTIVITE	PERSONNE/ORGANISATION RESPONSABLE	PARTENAIRE(S)	PROGRAMMATION	COUT