

Introduction au plaidoyer strategique



BECAUSE
**I am a
Girl**

Préparée par Faty Kane
Regional BIAAG Coordinator



Objectifs et contenu de la session

- I. Explorer le cadre conceptuel du plaidoyer et en développer une compréhension partagée
- II. Passer en revue les différents éléments d'une stratégie de plaidoyer
- III. Discuter de quelques dispositions pratiques pour mettre en œuvre un plan de plaidoyer



BECAUSE
**I am a
Girl**

Cycle du plaidoyer



Qu'est-ce que le plaidoyer?

- Sensibiliser et mobiliser l'opinion publique pour influencer une décision politique
- Attirer l'attention/Mettre une question sur l'agenda public et politique
- Informer les communautés sur leurs droits et les encourager à tenir le Gouvernement redevable de ses actions
- Denoncer des violations et proposer des solutions

Définition:

Une série d'actions ciblées pour influencer un changement positif et durable au niveau des politiques et des pratiques.

L'analyse du problème et du contexte

Analyse du problème:

- Quelles sont les causes et conséquences du mariage des enfants?

Analyse du contexte:

Quels sont les éléments de contexte qui influencent positivement ou négativement sur le mariage des enfants?

- religion
- Environnement politique
- Conditions économiques
- Normes sociales, traditions,
- Etc.

La formulation des objectifs

Quels sont les changements que nous voulons voir :

- Au niveau des politiques?
- Au niveau des pratiques?

La formulation des objectifs

Des changements souhaités aux objectifs opérationnels:

Formuler des objectifs avec les critères suivants:

Spécifiques: L'objectif doit être simple à comprendre, clair, précis et compréhensible par tous rapidement. Si l'objectif est trop complexe, il faut le décomposer en plusieurs plus petits objectifs.

Mesurables:

Atteignables:

Réalisables:

Temporellement défini:

Identification des cibles et des audiences

Travail de groupe:

- Faire la cartographie des différentes parties prenantes qui peuvent réaliser ces changements:
 1. L'âge au mariage est fixé a 18 ans minimum pour les filles
 2. Toutes les unions religieuses ou traditionnelles sont enregistrées auprès de l'autorité locale (Maire)
 3. 20% du budget de l'éducation nationale sont consacres au maintien des filles a l'école

- Classifier les parties prenantes sous ces 3 catégories:
 1. Alliés
 2. Antagonistes
 3. Neutre

Travail de groupe: Choisir vos cibles en faisant une analyse du pouvoir

Niveau d'influence des différentes parties prenantes au niveau local et national	Local	National
Hautement influents		
Influents		
Pas influents		

Developpement de la strategie et mise en oeuvre

Développer vos messages de plaidoyer

1. Connaitre son contexte (analyse du contexte)
2. Avoir des données et informations fiables (recherche)
3. Comprendre les motivations, intérêts et sensibilités de vos cibles (pour adapter vos messages)
4. Identifier la meilleure personne pour délivrer le message

Groupe de travail

1. Choisir une cible et élaborer un message pour l'influencer
Choisir la personne qui va porter le message et justifier votre choix.

Choix des activités et opérationnalisation

Identifier la meilleure approche et attitude pour délivrer le message à la cible (lobbying? Réunion individuelle? Lettre ouverte dans la presse? Recherche? Action légale? Etc.)

- Identifier les moments les plus propices pour engager vos cibles (+ évaluation des risques)
- Si la question requiert une attention/mobilisation de l'opinion publique, assurez-vous d'intégrer des tactiques de campagne telles que les mobilisations de masse, l'affichage, les conférences de presse, les sit-in, etc.
- Identifier les dates clés pour assurer une attention médiatique

Plan de plaidoyer

Travail de groupe: Pour chaque cible, préciser que vous attendez d'eux.

Qui voulons nous influencer?	Quels sont nos messages?	Quelles sont les tactiques/stratégies a mettre en place et par qui?	Que voulons nous qu'ils fassent?

Mesurez et évaluez vos succès!

- Comment allez-vous savoir que vous avez atteint vos objectifs?
- Quels sont les changements que vous serez en mesure d'observer?

Les indicateurs de succès doivent être directement liés à vos objectifs et pourraient inclure:

Activités (output): Quels sont les retombées quantitatives de vos activités ?

Résultats (outcome): Quels changements apportés?

Impact: Quels seront les résultats à long terme ou des changements?

Mesurez et évaluez votre succès!

Moyens de vérification: Comment pouvez-vous prouver que ces changements ont eu lieu?

Plan de suivi :

- Définir les détails de comment et quand le plan de campagne sera révisé
- Déterminer qui sera responsable de la collecte des données pour le suivi des indicateurs de succès, comment ils vont le faire et comment régulièrement des rapports seront terminés.

Ressources utiles:

Centre de ressources de Girls Not Brides (site web)

Boite a outils sur le Plaidoyer (Plan International)

www.thechangeagency.org



Faty.kane@plan-international.org



BECAUSE
**I am a
Girl**