



Campagne *Ne la privez pas de son enfance* Prochaines étapes

Félicitations pour le lancement de votre campagne #NeLaPrivezPasDeSonEnfance

Votre contribution à cette campagne nous réjouit. Braquons les projecteurs sur le mariage des enfants et poussons les gouvernements à agir !

Vous avez déjà [créé votre pétition](#). Il est maintenant temps d'en faire la promotion et de mobiliser tous les appuis possibles envers votre campagne.

La présente boîte à outils propose des conseils sur les aspects suivants :

1. [Comment promouvoir votre pétition en ligne et recueillir des signatures](#) 1
2. [Comment mener des activités de plaidoyer pour votre campagne](#) 4
3. [Comment organiser un événement de campagne ou le dépôt de la pétition](#) 6
4. [Appui du secrétariat de Filles, Pas Epouses](#) 7

1. Comment promouvoir votre pétition en ligne et recueillir des signatures

Vous avez créé votre pétition et il est maintenant temps d'encourager les gens à la signer et à en faire part au plus grand nombre de personnes possible. Comment faire ? Différents moyens s'offrent à vous.

Courriel

Le courriel est l'un des outils en ligne les plus efficaces. Vous pouvez l'utiliser pour atteindre votre public cible et recueillir des signatures. L'appel à l'action doit être clair : on demande d'être solidaire des filles et de signer la pétition. Vous pouvez aussi demander à vos destinataires de mentionner la pétition à leurs amis ou de la partager sur les médias sociaux.

Votre courriel doit se démarquer. Il est important d'attirer et de retenir l'attention des gens à l'aide d'un message fort et convaincant.

Voici quelques conseils pour vous aider à rédiger un courriel de campagne efficace :

- Même si vous envoyez le message à une longue liste de destinataires, **écrivez comme si le courriel était adressé à une seule personne**. Le lecteur aura l'impression d'un message plus personnel et convaincant.
- **Utilisez un nom familier pour le champ « Expéditeur »**. Les gens sont plus disposés à ouvrir les courriels de véritables personnes qui les contactent directement.
- **Utilisez un message court et convaincant pour la ligne d'objet**. Essayez de limiter la ligne d'objet à 30 caractères. Vous vous assurez ainsi qu'elle apparaîtra sur tous les

appareils. Il est également recommandé d'interpeller directement vos destinataires dans la ligne d'objet pour les inciter davantage à ouvrir le courriel. Par exemple : « Êtes-vous prêt à défendre les filles ? »

- **Rédigez votre courriel en termes simples, clairs et convaincants.** Utilisez des phrases courtes et percutantes. Allez droit au but. Votre courriel a pour objet d'encourager les gens à signer votre pétition.
- **Ayez un appel à l'action clair.** Dites à vos lecteurs ce que vous attendez d'eux et pourquoi cela est important. Assurez-vous que le lien vers la pétition se distingue clairement. À cette fin, vous pouvez utiliser des caractères gras ou un bouton, si votre logiciel de courriel vous le permet.

Médias sociaux

Partagez le lien de votre pétition sur Facebook, Twitter et Instagram Stories et sollicitez des signatures.

Voici quelques conseils et idées pour que votre contenu sur les médias sociaux sorte du lot.

- **Quel est votre public cible ?** Décrivez les gens que vous cherchez à joindre. S'agit-il de décideurs politiques, de membres de votre communauté, de proches ? Concentrez vos efforts sur les médias sociaux utilisés par votre public cible.
- **Utilisez des images et des vidéos.** Les publications accompagnées d'une image sont plus susceptibles d'attirer l'attention, ce qui est encore plus vrai pour les vidéos.
- **Racontez des histoires.** Connaissez-vous des histoires de filles ou de membres de votre communauté touchés par le mariage des enfants ? Des histoires de militants ? De telles anecdotes contribuent grandement à donner un visage au problème et encourageront plus de gens à signer votre pétition. ****Veillez vous assurer d'avoir le consentement éclairé et un [formulaire de consentement signé](#) par toute fille ou adulte vulnérable dont vous partagez le récit. Veillez à ne pas partager son nom complet ni son emplacement et assurez-vous que la publication de l'histoire ne l'expose pas à des risques.****
- **Utilisez des graphismes.** Vous pouvez télécharger et utiliser les graphismes que nous avons créés pour la campagne. Vous pouvez aussi utiliser des outils gratuits en ligne comme [Canva](#) (en anglais) pour créer vos propres graphismes.
- **Présentez des données.** Beaucoup de gens ignorent la portée et les conséquences du mariage des enfants dans votre pays. Pour les sensibiliser, ayez recours à des données éloquentes. Vous pouvez utiliser notre [atlas du mariage des enfants](#) pour trouver des données sur votre pays. Vous pouvez aussi utiliser [l'indice Out of the Shadows](#) (en anglais) pour montrer comment le mariage des enfants est une forme de violence à l'égard des enfants.

Nous avons rassemblé quelques [messages clés, graphismes et exemples de publications sur les médias sociaux](#) pour vous aider à démarrer.

N'oubliez pas **d'utiliser les mots-dièse (hashtag) de la campagne.** Ajoutez les mots-dièses #NeLaPrivezPasDeSonEnfance et #StopStealingHerChildhood à vos publications et nous les partagerons sur les comptes de médias sociaux de *Filles, Pas Epouses*.

Représentants des médias

Un communiqué de presse peut vous aider à attirer l'attention des médias sur votre organisation et à sensibiliser le public à l'importance de mettre fin au mariage des enfants. Si vous organisez un événement, n'oubliez pas d'inviter les médias locaux.

- **Rédigez un communiqué de presse à partir de notre modèle.** Il suffit d'ajouter les renseignements manquants (renseignements sur votre organisation, citations et autres informations).
- **Envoyez le communiqué de presse à vos contacts des médias locaux.** Si vous ne savez pas qui contacter, communiquez avec nous.
- La plupart des journalistes reçoivent des centaines de courriels chaque jour. **Il est donc conseillé d'inscrire « communiqué de presse » accompagné d'un titre accrocheur dans l'objet du courriel.**
- **Les journalistes ne consacreront peut-être que quelques secondes à la lecture de votre courriel.** Si vous envoyez le fichier du communiqué de presse en pièce jointe, copiez son contenu dans le corps du courriel pour vous assurer qu'il sera vu.
- **Attention : un communiqué de presse n'est pas un article.** Il se peut que les journalistes prennent contact avec vous pour en savoir plus ou pour organiser des entretiens. Assurez-vous d'être disponible pour leur répondre.

Pour obtenir une liste de contacts parmi les médias locaux, ou pour toute autre question sur les interactions avec les médias, veuillez communiquer avec l'équipe de communication de *Filles, Pas Epouses* : media@girlsnotbrides.org.

Modèle de communiqué de presse :

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

Les dirigeants mondiaux doivent agir maintenant pour protéger l'enfance des filles, insiste [nom de l'organisation]

Date du communiqué de presse

[Ville] – Aujourd'hui, [Nom de l'organisation] a appelé publiquement [les leaders locaux/le chef d'État] à renforcer [son/leur] engagement à mettre fin au mariage des enfants [au/en/aux pays] lors d'un événement organisé à [ville].

[Décrire ce que vous avez fait. Par exemple, vous avez organisé un événement pour la remise de votre pétition à des leaders locaux.]

Chaque année, 12 millions de filles sont mariées avant l'âge de 18 ans et ainsi privées de leurs droits à l'éducation, à la santé et à la vie de leur choix. [Au/En/Aux pays], [X %] des filles se marient avant leur 18e anniversaire.

Selon [prénom et nom], [titre du poste] de [nom de l'organisation] : « [Insérer la citation de votre organisation].

La pétition s'inscrit dans la campagne mondiale #NeLaPrivezPasDeSonEnfance de Filles, Pas Epouses : Le Partenariat Mondial pour la Fin du Mariage des Enfants. Des membres de la société

civile, des militants et des membres de Filles, Pas Epouses de partout dans le monde exhortent leurs dirigeants à annoncer des actions d'accélération pour la fin du mariage des enfants lors du prochain sommet des Objectifs de développement durable (ODD), qui se tiendra les 24 et 25 septembre 2019 à New York, aux États-Unis.

En 2015, en vertu de leurs engagements envers les ODD, les dirigeants du monde ont convenu de mettre fin au mariage des enfants d'ici 2030. En septembre, des chefs d'État se réuniront pour la première fois depuis 2015 pour évaluer la progression des ODD. [Nom de l'organisation] veut s'assurer qu'on n'oubliera pas les filles lors du sommet et que les dirigeants du monde prendront des engagements pour mettre fin au mariage des enfants.

Selon Rachel Yates, directrice exécutive par intérim de Filles, Pas Epouses, un partenariat mondial de plus de 1 200 organisations de la société civile déterminées à mettre fin au mariage des enfants : « Le mariage des enfants expose des millions de filles à la violence et les empêche de réaliser leur plein potentiel et de vivre des vies heureuses, sûres et productives. Les dirigeants du monde ont le pouvoir de mettre fin à cette violation des droits humains. Ensemble, montrons-leur que nous ne tolérons pas le mariage des enfants.

Les filles mariées avant l'âge adulte sont plus exposées aux risques de violences physiques, sexuelles et émotionnelles. Elles risquent également davantage d'être victimes de violence conjugale tout au long de leur vie. Plus la différence d'âge avec leur mari est grande, plus elles sont susceptibles de subir des violences.

[Nom de l'organisation] entend [ajouter une petite description de vos prochaines démarches].
FIN

Pour en savoir plus ou pour organiser un entretien, prière de communiquer avec [nom], [poste], [organisation] : [courriel] / [numéro de téléphone].

Notes aux rédacteurs en chef

[Rédiger une courte biographie de l'organisation et indiquer l'adresse du site Web]

[Nom de l'organisation] est membre de Filles, Pas Epouses, un partenariat mondial de plus de 1 200 organisations de la société civile œuvrant dans 100 pays en vue de mettre fin au mariage des enfants et de permettre aux filles de réaliser leur plein potentiel. Pour en savoir plus, veuillez visiter www.fillespasepouses.org.

2. Comment mener des activités de plaidoyer pour votre campagne

Outre la promotion de votre pétition auprès de la population et des médias, une importante partie de votre campagne consistera à retenir l'attention des décideurs pour les pousser à l'action. Pour ce faire, vous pouvez notamment envoyer aux cibles de votre campagne une lettre dans laquelle vous exposez les demandes de la campagne et les priez instamment d'agir.

Comment trouver les coordonnées de mes cibles :

- Les coordonnées du bureau de votre chef d'État ou d'un de vos ministres devraient se trouver sur le site Web officiel de votre gouvernement.
- Si vous avez déjà des contacts au sein du gouvernement, envoyez-leur une lettre ou demandez-leur de vous indiquer à qui il serait préférable d'envoyer votre lettre.

Modèle de lettre pour une cible de campagne :

Bonjour [nom de la cible],

Je vous écris pour vous demander d'annoncer une « action d'accélération » en faveur de la fin du mariage des enfants lors du sommet des Objectifs de développement durable (ODD), qui se tiendra les 24 et 25 septembre 2019.

[Pourcentage] de filles de moins de 18 ans sont mariées [au/en/aux nom du pays]. Le mariage a des conséquences graves et considérables sur les filles. Les filles mariées sont plus susceptibles d'être victimes de violence et de demeurer prisonnières de la pauvreté. Elles sont souvent forcées d'abandonner l'école et peuvent faire face à de sérieuses complications liées aux grossesses précoces, voire en mourir. [Vous pouvez ajouter quelques détails sur le mariage des enfants dans votre pays.]

En septembre aura lieu le sommet des ODD, un événement important qui peut changer les choses. Tandis que les États se rencontrent pour discuter des moyens d'atteindre les objectifs du Programme 2030, nous vous prions de soulever le problème du mariage des enfants et de veiller à ce qu'on ne l'oublie pas. À moins de mettre fin au mariage des enfants, huit des dix-sept ODD ne pourront être atteints, notamment ceux liés aux aspects suivants : pauvreté, sécurité alimentaire, santé, éducation, paix et justice, égalité des genres et croissance économique.

[Nom des organisations participant à la campagne] et Filles, Pas Epouses : Le Partenariat Mondial pour la Fin du Mariage des Enfants ont lancé une campagne pour exhorter les dirigeants du monde à montrer qu'ils aspirent sérieusement à mettre fin au mariage des enfants. [Nombre de signataires de la pétition] personnes [au/en/aux nom du pays] ont signé notre pétition pour vous demander d'annoncer une « action d'accélération », à savoir un plan pour la mise en œuvre et le financement d'une action nationale en faveur de l'ODD 5.3 et de la fin au mariage des enfants. [Vous pouvez remplacer cette partie par la demande précise de votre campagne auprès de votre gouvernement eu égard au mariage des enfants].

Joignez-vous à nous et plaidez pour la fin du mariage des enfants lors du sommet des ODD en septembre.

Veillez agréer, [Monsieur le Président, Madame la Première ministre, etc.], l'assurance de ma très haute considération.

[Votre nom et le nom de votre organisation]

Engager le dialogue avec vos décideurs :

Si vous avez déjà de bons contacts au sein du gouvernement, vous pouvez essayer d'organiser une rencontre en personne avec des décideurs pour leur parler de votre campagne.

Voici quelques conseils pour une rencontre en personne avec des représentants du gouvernement ou des ambassadeurs :

- **Soyez préparé !** Sachez d'avance ce que vous allez dire. En particulier, assurez-vous de penser aux questions difficiles que l'on pourrait vous poser et préparez des réponses.
- **Pensez aux personnes que vous allez rencontrer.** Quels aspects de la campagne les intéresseront le plus ? Comment pouvez-vous susciter leur intérêt pour les encourager à appuyer la campagne ?
- **Indiquez clairement comment vous pouvez les aider.** Quels renseignements et quel soutien pouvez-vous donner à ces décideurs pour les aider à faire ce que vous leur demandez ?
- **Apportez un document de référence avec vous.** C'est toujours une bonne idée de remettre une courte note d'information décrivant ce que vous attendez des décideurs.
- **Effectuez un suivi** en envoyant un courriel contenant les principaux points de la rencontre et n'oubliez pas toute autre activité de suivi qui aurait été prévue.

3. Comment organiser un événement de campagne ou le dépôt de la pétition

Vous avez fait la promotion de votre campagne et fait circuler votre pétition : il est maintenant temps de songer à la façon de remettre votre pétition à votre cible de campagne. Voilà l'occasion de vous faire remarquer et d'attirer l'attention sur le problème. Il est préférable d'accomplir cette étape dans les jours ou les semaines précédant le sommet des ODD (les 24 et 25 septembre) pour que le message reste frais dans l'esprit de votre cible.

Nous apportons vos signatures à New York !

Nous apporterons toutes les signatures de la pétition pour la campagne mondiale et celles des campagnes nationales des membres de *Filles, Pas Epouses* à New York pour le sommet des ODD en septembre.

De nombreux représentants de gouvernements, décideurs et ONG se rassembleront à New York pour le sommet. Ce sera l'occasion pour nous de démontrer à quel point, partout dans le monde, la population exhorte les dirigeants mondiaux à agir à l'égard du mariage des enfants.

Nous vous tiendrons au courant du déroulement de notre campagne à New York par courriel et via les médias sociaux, en plus de vous fournir des moyens de participer virtuellement. De cette manière, nous ferons beaucoup de bruit, à la fois sur place et en ligne !

Organiser votre propre événement de campagne.

En plus d'envoyer vos signatures à New York avec les autres pétitions de *Filles, Pas Epouses*, vous pouvez contribuer à préparer le terrain en organisant votre propre événement de campagne ou de remise de pétition au cours de la période précédant le sommet des ODD.

La tenue d'un événement constitue une excellente façon d'attirer l'attention sur votre campagne et une occasion de mobiliser votre cible ou un décideur (par exemple, la ministre de la Condition féminine ou un représentant du gouvernement).

Aspects à prendre en compte concernant votre événement de campagne :

- **Soyez novateurs.** Que pouvez-vous faire pour attirer l'attention ? Songez à des orateurs intéressants qui pourraient prononcer une allocution sur le mariage des enfants, à des vidéos ou documents que vous pourriez partager ou même à un coup publicitaire pour attirer l'attention.
- **Comment déposer la pétition.** Invitez votre cible de campagne ou les décideurs pertinents et songez à une façon créative de leur remettre votre pétition.
- **Faites la promotion de l'événement.** Envoyez des invitations à vos sympathisants, aux médias et aux décideurs. Prenez beaucoup de photos et n'oubliez pas de les partager avec vos sympathisants en ligne. N'oubliez pas d'étiqueter (« taguer ») *Filles, Pas Epouses* pour que nous puissions accroître la portée de votre message !

Remettre les signatures de votre pétition.

Si vous décidez de ne pas organiser d'événement de campagne, il existe d'autres façons de déposer votre pétition.

- **Organisez une rencontre avec la cible de votre pétition ou des décideurs.** Voilà une excellente façon d'interagir avec votre cible au sujet du problème.
- **Déposez la pétition au bureau de votre cible.** Songez à une manière créative de présenter votre pétition, par exemple en y ajoutant des photos ou des graphismes qui la rendront plus attrayante.
- **Envoyez la pétition à votre cible par courriel ou par la poste.** Joignez-y une lettre d'accompagnement et le texte de votre pétition.

4. Appui du secrétariat de *Filles, Pas Epouses*

Si vous avez des questions ou nécessitez l'appui du secrétariat, veuillez communiquer avec :

Zoe Birchall : zoe.birchall@girlsnotbrides.org

Yasmin Mace : Yasmin.mace@girlsnotbrides.org

Matilda Branson : Matilda.branson@girlsnotbrides.org

Étiquetez-nous sur les médias sociaux ci-dessous et n'oubliez pas d'utiliser les mots-dièse de la campagne : #NeLaPrivezPasDeSonEnfance #StopStealingHerChildhood

Twitter : @GirlsNotBrides

Instagram : @GirlsNotBrides

Facebook : Girls Not Brides

Bonne chance !