



**La réduction des
risques de catastrophe
menée par les jeunes :
Guide du plaidoyer**

Sommaire

Remarque.....	3
Glossaire et sigles	4
Introduction au plaidoyer	6
Le cycle du plaidoyer.....	7
Étape 1 : Identification des problèmes	7
Étape 2 : Collecte des preuves.....	11
Étape 3 : Définition des objectifs	16
Étape 4 : Identification des cibles.....	19
Étape 5 : Choix de la stratégie d'influence	25
Campagne publique	27
Médias.....	35
Activités de lobbying	37
Étape 6 : Établir un plan d'action de plaidoyer	43
Étape 7 : Suivi et évaluation	44
Ressources utiles relatives à la réduction des risques de catastrophe :.....	50
Ressources transversales.....	51
Bibliographie.....	53

Remarque

Le présent guide est un document de travail destiné au personnel de projet des partenaires de Y Care International visant à appuyer et gérer les activités de plaidoyer en faveur de la réduction des risques de catastrophe menée par les jeunes. Il n'est pas conçu pour être lu en une traite, mais plutôt en étapes, dans le but d'animer une série de sessions et de réunions avec votre groupe de plaidoyer mené par les jeunes. Au fil des pages, des encadrés en couleur vous aideront à préparer un plan de plaidoyer qui pourra être achevé à la fin de la lecture de ce guide. Voici comment sont conçus les encadrés :



Pistes de réflexion :

Cet encadré met en lumière les éléments essentiels sur une question donnée à prendre en compte tout au long du processus de planification du plaidoyer.



Outils :

Dans cet encadré, vous trouverez une mine d'idées et de conseils pratiques pour vous aider à mener à bien vos activités de plaidoyer ou concevoir des plans d'action.



Plan d'action de plaidoyer :

Cet encadré constitue l'élément de base de votre plan d'action de plaidoyer. Résumez les tâches accomplies dans le chapitre et écrivez-les dans cet encadré.

Glossaire et sigles

Activisme - activité menée par les défenseurs ou bénéficiaires d'une cause visant à sensibiliser et/ou exercer une pression sur les preneurs de décision.

Campagne de plaidoyer - projet ou ensemble d'actions visant à susciter une réponse de la part de l'audience ciblée.

Groupe cible - personnes, organismes ou agences faisant l'objet de la campagne de plaidoyer.

Partie prenante du plaidoyer - personnes ou organismes concernés par, ou en mesure d'influer sur un thème donné.

Plan/Stratégie de plaidoyer - plan ou stratégie reprenant l'ensemble des démarches, techniques et messages adoptés et visant à définir les buts et objectifs du plaidoyer.

Création d'alliances - obtenir, encourager et coordonner le soutien de groupes ou organismes aux solutions proposées sur une question donnée.

Sensibilisation - approfondir les connaissances du public sur un thème donné.

Campagne - ensemble d'actions ou d'événements visant à aboutir à un résultat.

ACC - adaptation au changement climatique.

Renforcement des capacités - processus continu par lequel une personne, un groupe, un organisme ou une société améliore sa capacité à identifier et relever les défis liés au développement.

GC - gestion des catastrophes.

RRC - réduction des risques de catastrophe.

Évaluation des risques, de la vulnérabilité et des capacités (ERVC) - collecter, analyser et synthétiser les informations relatives à la vulnérabilité d'une communauté face aux risques et sa capacité à gérer ces derniers.

Lobbying - tentative d'influencer, persuader ou exercer une pression sur les chefs d'entreprise et décideurs politiques afin d'élaborer des lois ou mener une action pour promouvoir une cause donnée.

Évaluation des besoins (EB) - procédure systématique visant à définir et répondre aux besoins ou combler les écarts entre les conditions actuelles et les conditions souhaitées.

Mener une campagne publique - mobiliser l'opinion et obtenir le soutien de groupes ou organismes en faveur des solutions proposées sur une question donnée.

Introduction au plaidoyer

Le plaidoyer est un éventail d'actions accomplies par des individus ou organisations pour provoquer un changement. Il peut s'agir d'un changement de politique ou de comportement d'un gouvernement local, d'une institution ou organisation, ou d'un individu en particulier. L'objectif ultime est de parvenir à influencer l'ordre du jour afin de susciter le changement positif souhaité.



Pour Y Care International, le plaidoyer sert à influencer et provoquer un changement qui améliore la vie des jeunes dans l'immédiat et à l'avenir.

Le plaidoyer donne la possibilité aux individus de susciter les changements qu'ils estiment nécessaires. Il s'effectue à tous les niveaux : local, national ou international. **Souvenez-vous** : une action de plaidoyer réussie cible autant le niveau *local* que *national* et implique les communautés locales afin de sensibiliser sur le thème et les droits applicables.

Les actions de plaidoyer peuvent être classées en **quatre** grandes catégories :

- **Campagnes publiques** : activités menées pour mobiliser l'opinion et un soutien démonstratif en faveur de votre position. Elles induisent un changement d'*attitude* et de *comportement*.
- **Campagnes médiatiques** : sensibiliser l'opinion publique à vos préoccupations grâce aux médias (radio, télévision, presse, internet), en vue de changer les attitudes et le comportement du public et encourager un soutien de vos actions de plaidoyer.
- **Renforcement des capacités** : accroître les connaissances de ceux qui sont touchés par une question donnée ; accroître leurs compétences et développer leurs structures pour leur permettre de réaliser leur propre action de plaidoyer.
- **Activité de lobbying** : processus par lequel on tente d'influencer les décideurs tels que des hommes politiques, des représentants de gouvernement ou des chefs d'entreprise. Il induit un changement de *politiques* et de *pratiques*.



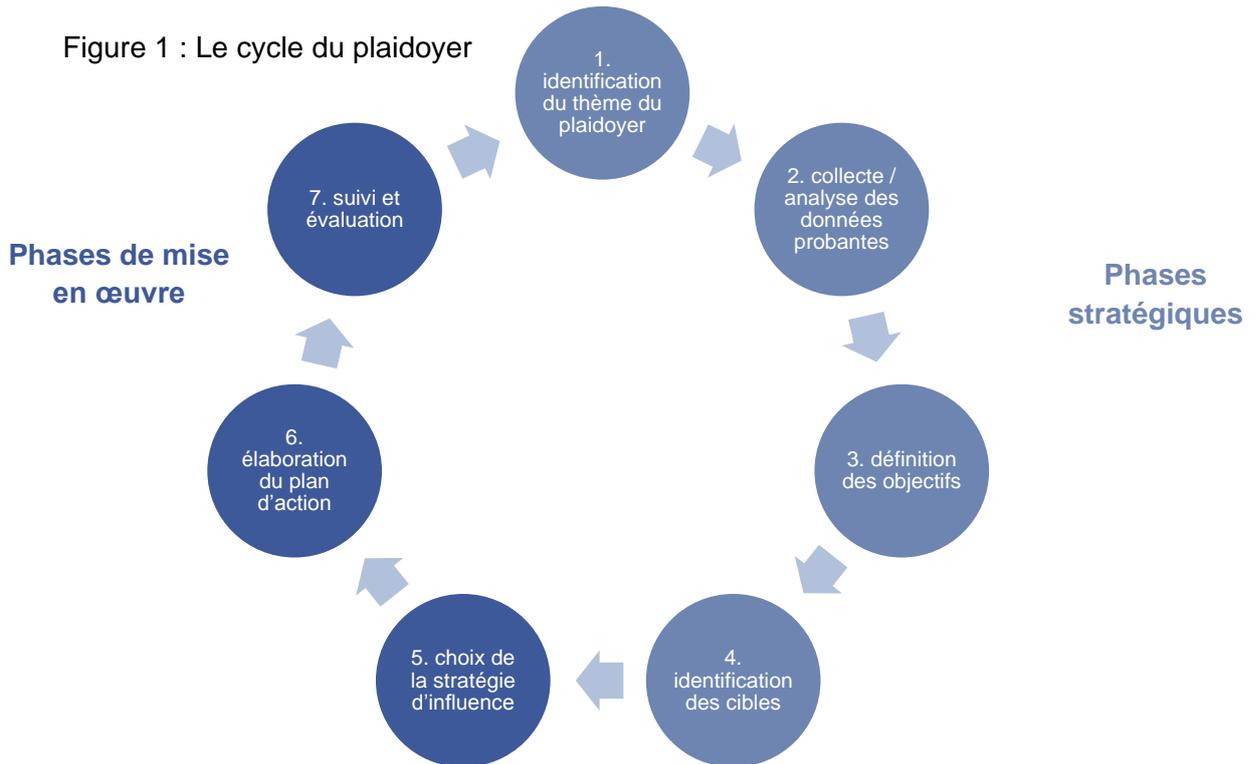
Pistes de réflexion : les 7 principales erreurs de la campagne de plaidoyer

1. Les buts et objectifs ne sont pas explicites.
2. La planification des actions est effectuée avant ou sans stratégie d'influence.
3. Les plans d'action ne comportent pas de calendrier.
4. La motivation n'est pas au rendez-vous.
5. Les messages passent inaperçus et n'interpellent pas l'opinion public.
6. Le suivi et l'évaluation ne sont pas efficaces.
7. La campagne n'est pas ciblée.

Le cycle du plaidoyer

La recette d'une campagne de plaidoyer réussie est la planification.

Le cycle du plaidoyer, décrit ci-dessous à la Figure 1, est un outil utile qui résume les 7 étapes à suivre pour réaliser une campagne de plaidoyer sur un thème donné. Le guide accompagne votre groupe de plaidoyer mené par les jeunes tout au long des 7 étapes dans la réalisation et la mise en œuvre d'une campagne de plaidoyer réussie.



Outils - Exercice 1 : Identification des jalons de la campagne de plaidoyer

L'objectif de cette activité consiste à apprendre quelles sont les étapes nécessaires à la préparation d'une campagne de plaidoyer et à réfléchir à l'ordre de planification et de livraison des travaux de plaidoyer.

Comment procéder : Les 7 étapes qui constituent les jalons de la campagne sont écrites sur des morceaux de papier.

- Un total de 7 jalons, composant le cycle du plaidoyer, est distribué aux membres du groupe de plaidoyer dirigé par les jeunes.
- Réunis en petits groupes, les participants tenteront de recréer le cycle du plaidoyer en plaçant les jalons dans le bon ordre. (N'oubliez donc pas de cacher le cycle du plaidoyer ci-dessus !)

Pistes de réflexion : Il est possible que certaines étapes se chevauchent, car l'exercice a aussi pour but d'encourager la discussion. L'important est de compléter toutes les étapes et de les ordonner dans un cycle logique. Une fois que les groupes ont terminé l'exercice, vous pouvez voir comment ils s'y sont pris.

Étape 1 : Identification des problèmes

La première étape d'une campagne de plaidoyer est essentielle. Elle consiste à déterminer quels thèmes doivent faire l'objet d'une action de plaidoyer.

Dans ce cas, votre rôle vise à aider les participants du groupe de plaidoyer mené par les jeunes à identifier les thèmes relatifs à la réduction des risques de catastrophe qui feront l'objet du plaidoyer. À cette fin, vous pouvez orienter la discussion en vous basant sur les résultats de la plus récente Évaluation des besoins (qui aura été effectuée avant le démarrage du projet), et sur les conclusions des éventuelles Évaluations des risques, de la vulnérabilité et des capacités (ERVC) existantes.



Éléments à prendre en considération : dans le choix d'une cause de plaidoyer

Le travail sur ce thème :

- a-t-il des chances d'aboutir ? comprend-il une cible clairement établie, un calendrier et des solutions politiques ?
- se traduira-t-il par une véritable amélioration de la vie des gens ?
- donnera-t-il aux gens le sentiment de leur propre pouvoir ?
- sera-t-il largement et profondément ressenti ?
- forgera-t-il des organisations et des alliances durables ?
- offrira-t-il des opportunités aux femmes et autres pour apprendre à mieux connaître le domaine de la politique et s'y impliquer ?
- permettra-t-il de révéler de nouveaux leaders ?
- va-t-il promouvoir la prise de conscience et le respect des droits ?
- va-t-il associer les préoccupations locales à des questions de plus grande ampleur, peut-être même à une échelle mondiale ?
- offrira-t-il des possibilités de collecte de fonds ?
- permettra-t-il à l'organisation de poursuivre sa vision et sa mission ?

Source : Veneklasen, L. and Miller, V. (2002) *A New Kind of Power, People and Politics – The Action Guide for Advocacy and Citizen Participation*. États-Unis.

Outils - Exercice 2 : Identification des thèmes liés aux catastrophes dans votre pays et votre communauté

L'objectif de cette activité consiste à identifier les thèmes liés aux catastrophes et à la réduction des risques de catastrophe dans votre pays et communauté.

Comment procéder : Munissez-vous d'une grande feuille de papier.

- Réunis en petits groupes, les participants écrivent sur une grande feuille de papier tous les problèmes liés aux catastrophes survenues dans leur pays et communauté.
- Puis, chaque groupe souligne les questions qu'il estime prioritaires.
- une fois l'exercice terminé, chaque groupe présente ses conclusions et les compare avec celles des autres groupes.

Pistes de réflexion : les écoles sont-elles sûres en cas de tremblement de terre, les autorités locales sont-elles prêtes à réagir, les systèmes d'alerte précoce sont-ils efficaces, qui est le plus exposé en cas de catastrophes, les établissements de santé sont-ils accessibles en cas d'inondation, etc.

Exemples de thèmes de plaidoyer relatif à la réduction des risques de catastrophe

- Encourager les autorités d'une zone à partager l'information avec leurs homologues responsables d'une zone voisine sur l'évacuation des eaux de crue par les barrages, qui représente un facteur de risque d'inondation significatif.
- Plaider en faveur de la création et/ou de la mise en œuvre de codes du bâtiment auprès des autorités locales et/ou nationales afin d'atténuer les effets des tremblements de terre.
- Défendre la cause d'une meilleure utilisation du sol, ce qui contribue à long terme à réduire le nombre d'inondations ponctuelles, le ravinement et la dégradation du sol.
- Lutter contre les projets d'infrastructures, comme les ponts et les routes, dont la conception et l'emplacement sont inappropriés parce qu'ils ont contribué à l'aggravation des crues ou qu'ils sont inaccessibles pendant les inondations.
- Inciter les gouvernements nationaux et les bailleurs de fonds internationaux à allouer des budgets plus importants à la réduction des risques de catastrophe.
- Encourager les gouvernements nationaux à rédiger, promulguer et mettre en vigueur une politique ou une législation relative à la gestion des catastrophes.
- Exercer une pression sur le gouvernement afin qu'il dispense gratuitement des cours de natation à la population vivant dans des zones inondables.
- Encourager les autorités locales à construire des abris anticyclone ou d'urgence, ou à renforcer les infrastructures des écoles pour les rendre plus résistantes aux catastrophes.
- Plaider en faveur de l'inclusion de représentants de la jeunesse dans les ministères concernés et leur participation aux consultations ou groupes de travail.
- Exercer une pression sur les ONG pour veiller à ce qu'elles fournissent de l'aide humanitaire, particulièrement aux groupes vulnérables notamment les femmes, les enfants et les personnes souffrant d'un handicap.

Source : Les 4 premiers points sont adaptés de Concern (2005) « Approaches to disaster risk reduction »

Ceci conclut la Phase 1. À présent, écrivez ci-dessous le résumé des points essentiels que vous avez identifiés dans la rubrique « Outils - Exercice 2 ». Cela vous aidera à rédiger le Plan d'action du plaidoyer dans l'Étape 6.



1. Identification des thèmes

Décrivez ici les catastrophes et problèmes relatifs à la réduction des risques de catastrophe qui ont été identifiés. Pourquoi est-il nécessaire de monter un plaidoyer sur ce thème / pourquoi avez-vous choisi ce thème ? Quelles ressources avez-vous utilisées pour appuyer votre décision ?

Étape 2 : Collecte des preuves

Tout bon plaidoyer repose sur une connaissance approfondie de la question traitée. Il est primordial de mener des recherches poussées avant d'élaborer un plan de plaidoyer, car le résultat de ces recherches délimitera le thème et vous apportera les preuves qui sous-tendront votre argumentation dans les étapes ultérieures du plaidoyer. La collecte de preuves peut avoir comme point de départ les informations réunies dans le cadre de l'Évaluation des besoins et de l'Évaluation des risques, de la vulnérabilité et des capacités.

Outre ces deux types d'évaluation, pensez à obtenir des informations de terrain, puisez les données statistiques dans les rapports (notamment Nations Unies, Banque mondiale, gouvernements, et ONG), dressez des comparaisons avec le Cadre de Sendai pour la réduction des risques de catastrophe, avec les travaux académiques, et demandez aux autres groupes ou ONG s'ils disposent d'informations utiles à votre cause.

En matière de réduction des risques de catastrophe, la recherche comprend l'étude des risques présents dans la communauté, région ou pays et leurs effets sur les gens, y compris les personnes vulnérables. Renseignez-vous sur l'existence éventuelle d'un plan ou d'une législation nationale relative à la gestion des catastrophes ou à la réduction des risques de catastrophe, ou toute autre législation officielle. Vérifiez si la réduction des risques de catastrophe est déjà prônée par des représentants ou hommes politiques. Les plans ou législations existantes, le cas échéant, en matière de gestion des catastrophes et de réduction des risques, sont-ils pleinement mis en œuvre ou est-ce que cet aspect pourrait être amélioré ? Mentionne-t-on le rôle joué par les jeunes ou les communautés dans la direction ou le soutien d'activités de réduction des risques de catastrophe ?

Consultez la **section des ressources utiles** à la fin du guide. Le groupe de plaidoyer mené par les jeunes y trouvera une liste de site Web et de bases de données qu'il pourra utiliser pour effectuer ses recherches.

Pistes de réflexion : pensez aux différents risques qui touchent votre région. Par exemple en cas de fréquents tremblements de terre, y a-t-il des codes du bâtiment efficaces en vigueur ? Sont-ils appliqués et contrôlés ? Sont-ils appliqués à l'ensemble des bâtiments ? Quels bâtiments ? Les infrastructures principales sont-elles protégées, notamment les écoles et hôpitaux ? Les groupes vulnérables sont-ils pris en compte dans les politiques et législations de réduction des risques de catastrophe, notamment les femmes, les personnes âgées, les personnes souffrant d'un handicap et les minorités ethniques ?

Souvenez-vous : Vos recherches permettent également d'établir des alliances avec d'autres organisations qui travaillent sur le même thème. Une collaboration pourrait s'avérer utile, afin de partager les ressources, élargir la visibilité de votre campagne, et produire de meilleurs résultats. D'autre part, le fait d'impliquer les organisations et communautés dans la collecte des informations pertinentes présente l'avantage de développer leurs capacités et compétences citoyennes, ce qui est la clé d'un plaidoyer réussi.



Pistes de réflexion : dans la réalisation de travaux de recherche

- **De quelles informations avez-vous besoin ?** À quelles questions avez-vous besoin de répondre ? Où sont les lacunes dans votre connaissance ? Quelles sont les causes du problème ?
- **Où pouvez-vous trouver l'information ?** Identifiez les sources d'information qui existent déjà. Ces informations sont-elles crédibles et fiables ? Sont-elles à jour ? Envisagez-vous de mener vos propres recherches, par exemple des enquêtes de terrain ou des entretiens ?
- **Qui contribuera à vos recherches ?** Qui allez-vous interroger, ou sur qui allez-vous enquêter ? Avez-vous veillé à constituer un échantillon représentatif de l'ensemble de la population à partir duquel tirer vos conclusions ?
- **Comment recueillerez-vous l'information ?** Comment allez-vous enregistrer les données de façon précise ? Envisagez-vous d'utiliser des questionnaires ? de mener des entretiens ? etc.
- **Comment allez-vous analyser et présenter l'information ?** Une fois les informations recueillies, vous devez analyser les résultats obtenus afin de vous familiariser avec la situation et tirer vos conclusions. Rédigez vos résultats de manière précise, pour vous-même et vos collègues.

Source : Water Aid (2007) Guide du plaidoyer

Dans ce processus, il est important de tracer les contours des principaux problèmes, leurs causes et leurs effets potentiels. Vous avez déjà abordé les problèmes dans la section « Outils - exercice 2 ». L'exercice 3, vous aidera à identifier les thèmes clés.



Outils - Exercice 3 : L'arbre à problèmes

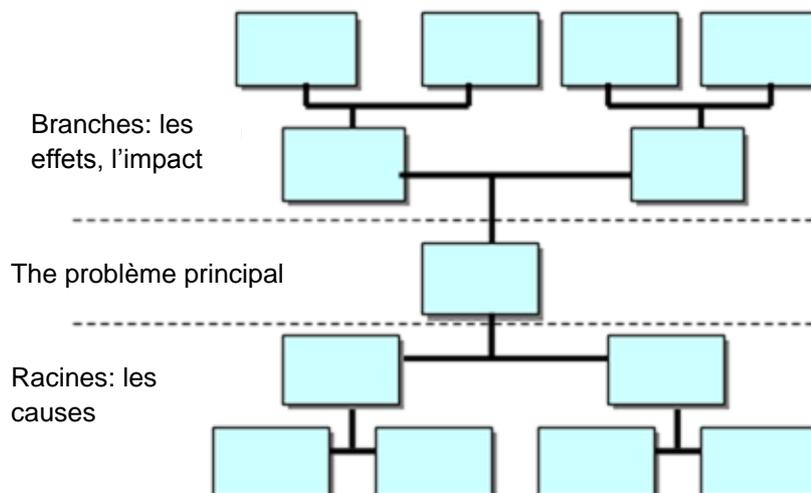
La méthode de l'arbre à problèmes permet d'analyser les différents éléments qui composent un thème donné. C'est une manière visuelle de comprendre les liens entre l'enjeu principal, les problèmes qui en découlent et ses causes premières.

Comment procéder : prenez une grande feuille de papier, des post-it (deux couleurs) et des stylos.

- Dessinez une arborescence sur la grande feuille et écrivez le problème crucial sur le tronc. Ce thème peut être celui que vous avez identifié en tant que priorité dans l'exercice 1.
- Avec votre groupe, écrivez les causes du problème sur des post-it d'une même couleur. Ensuite collez les causes au niveau des racines de l'arbre. Pour vous aider à identifier les causes premières, énoncez l'enjeu ou le problème et posez-vous la question de savoir quelles en sont les causes.
- Avec votre groupe, écrivez les conséquences du problème sur les post-it de l'autre couleur. Ensuite collez les conséquences au niveau des branches de l'arbre. Pour vous aider à identifier les conséquences, énoncez l'enjeu ou le problème et posez-vous la question de savoir quels en sont les effets.

Souvenez-vous : Cet exercice repose essentiellement sur la discussion des causes et conséquences. Il vous aidera grandement à segmenter un thème qui d'emblée pourrait paraître très vaste.

Exemple d'un arbre à problème plus structuré :



La méthode de l'arborescence permet également de développer les objectifs du plan de plaidoyer. L'étape 3 est consacrée à l'élaboration d'objectifs SMART. Cependant, il existe un autre moyen de définir les objectifs. Il faut simplement convertir l'arbre à problèmes en arbre à objectifs.

En reformulant chaque problème en résultat positif escompté, les causes premières deviennent des solutions premières.

Par exemple : Si le problème principal identifié est le haut niveau de mortalité suite aux tremblements de terre, avec comme cause première l'absence de codes du bâtiment, on pourrait exprimer un résultat positif souhaitable, à savoir « l'élaboration de codes du bâtiment ». C'est une façon simplifiée de définir les objectifs, mais elle permet d'amorcer la réflexion. Dans la section suivante, nous aborderons une méthode plus précise de définition des objectifs.



2. Collecte des preuves

Dans cette section, faites un récapitulatif des preuves que vous avez rassemblées et écrivez d'où proviennent les informations recueillies. Avez-vous créé des alliances ? Résumez ici également les conclusions obtenues l'arbre à problèmes (Outils - exercice 3).

Étape 3 : Définition des objectifs

Après avoir mené les travaux de recherche, et analysé les résultats, votre groupe de plaidoyer mené par les jeunes sera en mesure de créer ses objectifs de plaidoyer. Il est important que vous définissiez des objectifs précis, car vous disposerez alors de buts clairs et d'indicateurs quantifiables qui vous permettront de mesurer les progrès réalisés et faciliteront la création de votre Plan d'action de plaidoyer.

Tentez de définir 3 objectifs au maximum pour votre campagne de plaidoyer à l'aide de l'activité d'analyse SMART, présentée dans la section « Outils - exercice 4 ».

Dès que vous avez défini les objectifs, inscrivez-les à la fin de ce chapitre. De cette manière, vous n'aurez qu'à les recopier ultérieurement dans votre Plan d'action de plaidoyer.



Pistes de réflexion : Quels types de changement souhaitez-vous obtenir ?

- **Changement de discours :** modification de termes, expressions, de rhétorique et de notions utilisés.
Par exemple : Les autorités locales commencent à mettre l'accent dans leurs communications sur l'importance de la réduction des risques de catastrophe et l'adaptation au changement climatique.
- **Changement de procédure :** changement dans la manière de travailler.
Par exemple : les politiques et législations en matière de réduction des risques de catastrophe reposent sur une large consultation faisant participer les parties prenantes à tous les niveaux.
- **Changement d'attitude :** changements d'attitude à l'égard d'autres acteurs ou envers les causes et valeurs qu'ils défendent.
Par exemple : les autorités locales considèrent les ONG et groupes locaux comme de réels partenaires en matière de réduction des risques de catastrophe et travaillent en collaboration avec ces derniers, plutôt qu'en concurrence sur la livraison de services.
- **Changement de contenu :** changement réel dans la stratégie ou les documents de politique, ou les budgets.
Par exemple : introduction d'une stratégie nationale sur la réduction des risques de catastrophe et l'adaptation au changement climatique, et/ou accompagnée d'une augmentation du budget alloué à ces questions.
- **Changement de comportement :** changement durable dans la façon dont les gens ou les organisations agissent et se comportent.
Par exemple : changement au niveau local (allant jusqu'au national) d'attitude en matière de réduction des risques de catastrophe, et notamment en matière de sensibilisation aux aléas et aux risques de catastrophe.

Source : Adapté de « *World Vision Policy Guide* », ODI (2011)

Souvenez-vous : lorsque vous définissez les objectifs, restez attentif au contexte dans lequel vous travaillez. Par exemple, la situation politique de votre pays peut influencer la manière dont vous mettrez en œuvre certaines activités. S'agit-il d'une période pré-électorale, post-électorale ? Les changements de gouvernement impliquent souvent des changements de priorités en matière de politique, soyez vigilants. En outre, il est important de prendre conscience du statut de la parité et des relations de pouvoir dans le contexte dans lequel vous travaillez. Par exemple, les normes culturelles liées à l'égalité des sexes pourraient réduire la participation des femmes aux actions de plaidoyer.



Outils - Exercice 4 : analyse SMART

Spécifique : que souhaitez-vous réaliser exactement ? À qui souhaitez-vous faire passer le message ?

Mesurable : saurez-vous quand vous aurez atteint votre objectif ? Quels indicateurs utiliserez-vous pour mesurer les progrès accomplis ?

Acceptable : votre objectif est-il pertinent et approprié pour toutes les parties prenantes et pour le problème à l'étude ? Est-ce réaliste au vu de la situation politique et du contexte culturel dans votre pays (le gouvernement est-il ouvert aux propositions/initiatives des organisations ? les femmes sont-elles écoutées dans les réunions ?)

Réaliste : la réalisation de votre objectif est-elle réaliste et faisable, compte tenu des contraintes de temps et de ressources ?

Délimité dans le Temps : d'ici combien de temps voulez-vous que cela se produise ? Quel est le calendrier ?

Quelques exemples d'objectifs SMART :

- Convaincre le ministère de l'éducation de s'engager dans les 12 mois à venir, à inclure des cours sur les risques de catastrophe dans le programme national des écoles primaires et secondaires.
- Convaincre les autorités locales de soutenir les communautés locales lorsqu'elles effectuent des évaluations des risques, de la vulnérabilité et des capacités afin d'identifier les personnes et les zones les plus exposées aux risques et de définir des initiatives, dans un délai de 6 mois.
- Convaincre les autorités locales à inclure un représentant de la jeunesse dans leur groupe ou comité de gestion des catastrophes régional d'ici la prochaines élections.

D'autres objectifs qui ne sont pas SMART :

- La promotion de la sensibilisation aux risques dans les écoles.
- La promotion de la réduction des risques de catastrophe dans les communautés pauvres.

Est-ce que vous voyez la différence entre ces objectifs ? **Souvenez-vous** : soyez précis !



3. Définition des objectifs

Rédigez ici les objectifs de plaidoyer que vous avez obtenus par la méthode SMART.

Étape 4 : Identification des cibles

Les cibles sont les individus, organisations et/ou agences gouvernementales que votre groupe de plaidoyer mené par les jeunes souhaite influencer dans un domaine donné. La première étape importante consiste à repérer les parties prenantes qui ont une influence sur dans ce domaine (une partie prenante est un individu, ou un groupe de personnes intéressé, investi ou agissant en faveur ou contre le thème de votre plaidoyer). Cela vous permettra d'identifier tous les individus et groupes de personnes concernés par, exerçant une influence sur, ou agissant en faveur de votre cause. Il convient d'identifier les parties prenantes pour chaque objectif.

Après avoir fait le tour d'horizon des personnes qui sont impliquées dans chaque objectif, il est important de repérer les principaux acteurs et de retracer leur lien avec le domaine choisi afin de déterminer qui occupera un rôle central dans votre stratégie de plaidoyer. Veillez aussi à identifier les alliés, facilitateurs et adversaires potentiels. Ceux qui étaient hier des adversaires peuvent devenir des alliés (ou inversement) au fil de la progression de votre campagne de plaidoyer. Vous trouverez, dans les pages suivantes, les outils indispensables à tout groupe de plaidoyer mené par les jeunes qui souhaite procéder à l'identification et à l'analyse des parties prenantes. Ils sont répartis en 4 étapes :

1. Identification de l'ensemble des parties prenantes
2. Analyse des parties prenantes
3. Tri des résultats
4. Interprétation des résultats et sélection des cibles



Pistes de réflexion : dans l'identification des parties prenantes

- Y a-t-il des personnes affectées qui ne peuvent faire entendre leur voix ? Par exemple les femmes, les personnes souffrant d'un handicap ou les jeunes. Comment les inclure ?
- Qui représente les personnes touchées ?
- Qui est responsable de la fourniture des services requis ?
- Qui est susceptible de se rallier à votre proposition ou de s'y opposer ?
- Qui a la possibilité de renforcer votre effort de plaidoyer en y participant ? Ou de l'affaiblir en ne participant pas ?
- Qui a la possibilité d'apporter une contribution financière, matérielle ou technique à vos activités ?
- Qui pourrait appuyer ou seconder votre message de plaidoyer ?

Source : *The World Bank Participation Sourcebook (1996)*.



Outils - Exercice 5 : session de brainstorming sur l'identification des parties prenantes

L'exercice a pour but de dresser une liste exhaustive des parties prenantes au sujet de votre plaidoyer.

Comment procéder : vous aurez besoin de grandes feuilles de papier (une par groupe), des post-it (un paquet par groupe) et des stylos ou crayons.

- Les jeunes agents de plaidoyer se répartissent en groupes et écrivent le nom de tous ceux (individus, groupes, organisations, ministères, etc.) qui interviennent, selon eux, dans le thème traité (1 idée par note). Collez les notes sur la feuille de papier pour former la session de **brainstorming**.

Souvenez-vous : l'exercice de brainstorming vise à rassembler le plus d'idées possible. Il y aura un temps pour l'analyse et la discussion plus tard.

Pistes de réflexion : alliés, adversaires, acteurs officiels et de la société civile, intervenants directs ou indirects, au niveau des communautés et organisations locales, notamment les dirigeants locaux, hommes politiques, personnel d'ONG, etc. Encouragez les jeunes agents de plaidoyer à se pencher sur chaque objectif du plaidoyer.

- Au bout de 20 à 30 minutes, les participants présentent les idées qu'ils ont trouvées. Ont-ils pensé aux mêmes personnes ? Ont-ils présenté de nouvelles idées ?
- Sur une grande feuille de papier qui servira de base au brainstorming, ajoutez toutes les idées proposées par les différents groupes. Est-il possible de les réunir d'une façon ou d'une autre ? Partagent-elles des positions sur le thème donné ? Par exemple selon le type d'organisation. Cette réflexion servira de point de départ à l'analyse des parties prenantes.



Jeunes volontaires brainstorming



Outils - Exercice 6 : analyse des parties prenantes

L'étape suivante du processus consiste à analyser les parties prenantes afin de déterminer quelles seront les **cibles** clés de votre campagne de plaidoyer.

Comment procéder : vous aurez besoin de grandes feuilles de papier et de stylos / crayons.

Dessinez un tableau comme indiqué ci-dessous. Puis, avec le groupe, notez sur la feuille toutes les parties prenantes que vous avez identifiées dans la rubrique « Outils - exercice 5 ». Les noms ci-dessous sont donnés à titre d'exemple uniquement.

Partie prenante	Attitude envers votre cause	Importance du problème aux yeux de la partie prenante	Influence exercée par la partie prenante sur la question
Dirigeant local	A	M	H
Représentant Politique	P	M	L
Personnel ONG	PP	H	H
<i>Ajouter votre propre abréviation</i>			
<i>Ajouter votre propre abréviation</i>			

Ensuite, les jeunes défenseurs devront identifier pour chaque partie prenante trois éléments en lien avec leur positionnement sur le thème traité :

1. Quelle est l'attitude de la partie prenante vis-à-vis de votre position ?

Choisissez l'une des mentions suivantes et inscrivez-la dans la première colonne du tableau pour chaque partie prenante : très anti / très contre = AA; anti / contre = À; neutre = N; pro / pour = P; très pro / pour = PP

2. Quelle importance revêt la question pour cette partie prenante ?

Choisissez l'une des mentions suivantes et inscrivez-la dans la deuxième colonne du tableau pour chaque partie prenante :

Faible = F (la question a peu d'importance à leurs yeux); Moyen = M; Haute / élevée = H (la question a beaucoup d'importance à leurs yeux)

3. Quelle influence la partie prenante exerce-t-elle sur la question ?

Choisissez l'une des mentions suivantes et inscrivez-la dans le tableau pour chaque partie prenante :

Faible = F; Moyen = M; Haute / élevée = H

Remarque : vous ne connaissez peut-être pas la position de toutes les parties prenantes et devrez parfois approfondir vos recherches, mais c'est un bon début.

Maintenant que vous avez complété l'analyse des parties prenantes, vous pouvez commencer à définir les parties prenantes prioritaires pour savoir dans quelle mesure elles pourraient faciliter votre campagne de plaidoyer. Devraient-elles être des cibles ou des alliées ? **Souvenez-vous** : ceux qui accordent une importance à la problématique et qui exercent une influence sur celle-ci seront probablement vos cibles primordiales. Ceux qui n'exercent pas d'influence et/ou qui sont fortement opposés à votre position sur la problématique seront probablement moins ciblés.

Afin de visualiser tout ceci, transposez les résultats de l'analyse des parties prenantes effectuée dans l'exercice 6, dans un tableau des alliés et adversaires similaire à celui qui est présenté dans la rubrique « Outils - exercice 7 ».



Outils - Exercice 7 : trier les résultats - tableau des alliés et adversaires

Comment procéder : vous aurez besoin de grandes feuilles de papier et de stylos / crayons.

Dessinez le tableau suivant. Puis, demandez aux membres du groupe de plaidoyer dirigé par les jeunes de remplir le tableau avec les parties prenantes et les codes du tableau de l'exercice 6.

Influence de la partie prenante	Élevée / haute	Dirigeant local (M)			Personnel ONG (H)	Importance du problème pour la partie prenante H - Haute / élevée M - Moyenne F - Faible	
	Moyenne						
	Faible			Représentant Politique (M)			
		Tout à fait contre	Contre	Neutre	Pour	Tout à fait pour	
		Attitude de la partie prenante vis-à-vis de l'objectif					

À l'aide du tableau qu'ils ont complété dans l'exercice 6, les jeunes défenseurs doivent ajouter toutes les parties prenantes dans les cases appropriées, en fonction de leur influence et attitude respectives envers le thème traité.

L'axe vertical représente l'influence de la partie prenante (« faible » à « élevée »). L'axe horizontal représente l'attitude de la partie prenante (de « tout à fait contre » à « tout à fait pour »). Écrivez un F, M ou H à côté de chaque partie prenante selon le degré d'importance accordé à la question.



Outils - Exercice 8 : Interprétation des résultats et sélection des cibles

À présent, le tableau des alliés et adversaires devrait être complet, et inclure l'ensemble des parties prenantes identifiées.

Les parties prenantes qui sont inscrites dans les cases ombrées seront vos principaux alliés et adversaires. Discutez entre vous quelles seront les parties prenantes que vous aurez le plus de chance de convaincre.

Pistes de réflexion : Avec qui avez-vous des contacts ? Qui est le plus ouvert à l'écoute des jeunes et des membres de la communauté ? Qui a déjà travaillé sur la question ? Qui est le plus susceptible de faire bouger les choses ou d'influencer d'autres en faveur de votre campagne de plaidoyer ? Combien de cibles êtes-vous capable de viser (avec vos propres moyens) ?

Les parties prenantes que vous avez sélectionnées sont à présent vos **cibles**.

Souvenez-vous : la position des parties prenantes peut évoluer ; votre but est de les influencer afin qu'elles soutiennent davantage la cause que vous défendez. N'hésitez pas à refaire cet exercice dans un an pour vérifier s'il y a eu des changements de position.

Source: Ian Chandler, The Pressure Group (2014) Stakeholder Analysis.

Le public cible est divisé en deux groupes :

- **Public prioritaire** - ce sont des décideurs qui sont habilités à faire évoluer directement les choses. Par exemple, les ministères, agences et départements, hauts dignitaires des administrations locales et nationales, députés, bailleurs de fonds, et leurs gouvernements.
- **Public secondaire** - il s'agit des personnes qui sont capables d'influencer la décision du public prioritaire. Par exemple, les médias, dirigeants et membres de la communauté, enseignants, organisations multilatérales, ONG, instituts de recherche, associations professionnelles et toute autre source dont le rôle est d'informer ou conseiller les décideurs.

Il convient de distinguer ces deux groupes, car bien souvent vous ne pourrez pas joindre directement votre public prioritaire. Toutefois, grâce à une planification de plaidoyer efficace, vous pourrez avoir accès au public secondaire, qui lui est plus influent et est en contact avec les décideurs (Ian Chandler, 2014).



4. Définir les cibles

Faites un résumé de votre analyse des parties prenantes, des conclusions et de la sélection des cibles (Outils - exercices 7 & 8).

Étape 5 : Choix de la stratégie d'influence

Si vous voulez que votre plaidoyer soit efficace, il est capital de choisir les méthodes les plus à même de vous aider à atteindre vos cibles de plaidoyer, en tenant compte de votre public ainsi que des ressources, des compétences, des contacts et du temps dont vous disposez. Il est également essentiel de choisir plusieurs méthodes pour atteindre vos cibles, ce qui constituera sans doute l'approche la plus efficace.

Souvenez-vous : tenez compte des compétences de l'équipe et des participants au groupe de plaidoyer mené par les jeunes. Considérez les avantages que peuvent apporter les jeunes à la tête d'une campagne de plaidoyer et mettez leur créativité à profit. Il est peu recommandé, par exemple, de mettre au point une vidéo de campagne si vous n'avez pas accès à la technologie nécessaire ou si vous n'avez pas dans votre entourage une personne capable de manipuler une caméra ou d'utiliser un logiciel de montage.

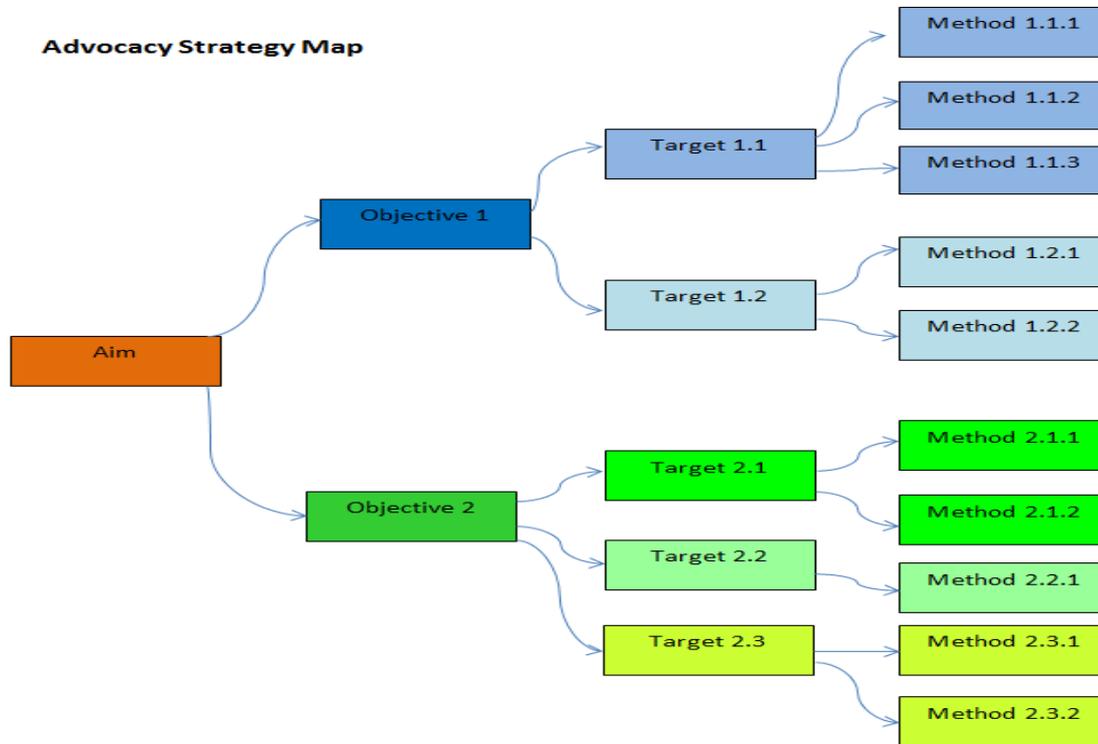
Souvenez-vous : réfléchissez à votre environnement de travail. Quelle est la situation politique ? S'agit-il d'une période pré-électorale ou post-électorale ? Ces éléments peuvent jouer sur vos possibilités d'organiser des rencontres avec des décideurs politiques influents. Les changements de pouvoir peuvent également s'accompagner de modifications au niveau des politiques prioritaires, ce qu'il convient de prendre en compte. Est-ce que cela peut entraver le bon déroulement de certaines activités ou mettre des jeunes en danger vis-à-vis des autorités ? Analysez également les restrictions avec lesquelles les décideurs peuvent avoir à jongler en matière de budget ou de ressources. Une fois de plus, réfléchissez aux relations de pouvoir entre les sexes et analysez dans quelle mesure celles-ci peuvent influencer la participation des femmes aux actions de plaidoyer, tout en vous efforçant de trouver des solutions pour en contrecarrer les effets.

Les méthodes peuvent inclure des réunions de lobbying avec des représentants du gouvernement, des pétitions, des rassemblements, des manifestations en tous genres et des conférences. Cette section vous propose tout un éventail de méthodes et d'outils que vous pouvez adapter à votre guise. Cliquez sur [ce lien](#) pour consulter une liste de *198 tactiques non violentes* établie par Gene Sharp (1973) et trouvez de l'inspiration !

Après avoir décidé des méthodes les plus appropriées, vous pouvez en dresser la liste dans votre plan d'action général de plaidoyer, que vous établirez à l'étape 7.

L'élément capital dont vous devez vous souvenir au moment de sélectionner vos méthodes est que celles-ci doivent correspondre au plus près à vos **objectifs** et à vos **cibles**. C'est ce que vous montre le schéma relatif à la stratégie de plaidoyer ci-dessous. Comme vous pouvez le constater, certains objectifs présentent plus de cibles que d'autres, et certaines cibles plus de méthodes. Il n'existe aucune règle précise régissant le nombre de méthodes que vous pouvez adopter. Vous pouvez

en utiliser autant que vous l'estimez opportun et nécessaire pour obtenir le changement escompté.



Comme indiqué à l'étape 1, les types de plaidoyers peuvent être regroupés, au sens large, en quatre catégories principales, et la section suivante aura pour vocation de vous éclairer davantage sur ces différentes stratégies :

1. Activités de campagne (campagne publique)
2. Travaux médiatiques
3. Renforcement des capacités
4. Activités de lobbying

Campagne publique

Une campagne publique est un processus qui consiste à mobiliser l'opinion et à l'inciter à agir pour témoigner de son soutien en faveur de vos efforts de plaidoyer. L'avantage supplémentaire que comporte la conduite d'une campagne publique relative aux catastrophes et à la réduction des risques de catastrophes est qu'elle offre des possibilités pour **renforcer les capacités** de cibles locales majeures. Les activités de lobbying peuvent comprendre la rédaction de courrier ou la rencontre de cibles gouvernementales spécifiques, par exemple, mais une campagne publique impliquera davantage de **travaux médiatiques**.

Mener une campagne publique peut se révéler extrêmement efficace pour transmettre votre message aux « masses » et accroître le soutien et renforcer la sensibilisation à votre cause. Les modifications de l'opinion publique sur un enjeu peuvent influencer les actions des décideurs politiques et des gouvernements.

Voici un exemple d'activités de plaidoyer en faveur de la réduction des risques de catastrophes dirigées par les jeunes de la communauté à la Sierra Leone

Y Care International a œuvré en partenariat avec la Young Men's Christian Association (YMCA) de la Sierra Leone et les communautés des bidonvilles à Freetown afin de réduire les risques de catastrophes tels que les inondations et les épidémies de choléra grâce à l'implication des jeunes. Les jeunes ont formé des comités de gestion des catastrophes et ont mené en pratique des activités de réduction des risques de catastrophes comme le ramassage des déchets dans les canaux de drainage avant la saison des pluies. Ils ont également permis de sensibiliser les membres de la communauté au risque que peut représenter le fait de jeter les déchets dans ces canaux. De surcroît, ils ont fait pression sur le conseil municipal afin qu'il mette en place des services de collecte des déchets au sein de la communauté.

La motivation et l'énergie des jeunes ainsi que le pouvoir qu'ils détiennent lorsqu'il s'agit d'influencer leurs pairs et leurs familles ont été la clé pour mener des campagnes de sensibilisation en matière de réduction des risques de catastrophes et organiser des activités communautaires. Si on ajoute à cela les contacts que la YMCA entretenait avec le conseil municipal de Freetown pour la défense d'un enjeu spécifique sur lequel le conseil disposait d'un pouvoir de changement, on réunit ainsi toutes les conditions qui ont permis à cette campagne de devenir un véritable succès.





Pistes de réflexion : Idée pour mener une campagne publique

Création d'un manifeste : un manifeste offre une idée du message qui se trouve au cœur de votre campagne. Il s'agit d'une description succincte et claire de toutes les raisons qui vous ont poussé à mener campagne, des problèmes que vous souhaiteriez voir résoudre et des solutions que vous proposez. Vous pouvez ensuite utiliser ce manifeste lors de toutes vos campagnes publicitaires – sur des brochures, des sites web, etc. Pour en savoir plus sur la façon dont il convient de rédiger un manifeste, référez-vous à la rubrique Outils - exercice 9.

Intervention du public : votre objectif peut consister à rallier des individus à votre cause en vue de mener des actions ou bien simplement dans le but d'influencer le comportement de l'opinion générale ou des hommes et femmes politiques. Votre but sera de motiver et d'influencer des groupes de personnes afin de les sensibiliser à l'importance des questions liées à la réduction des risques de catastrophes.

Courrier de masse : il s'agit ici d'envoyer des lettres, des e-mails ou des brochures à une cible définie. Et pourquoi pas votre manifeste aussi. Réfléchissez aux coûts que peuvent entraîner la production et l'envoi de lettres et de brochures ainsi qu'au nombre de vos cibles disposant d'un accès à l'internet et aux e-mails.

Pétitions : collecter un grand nombre de signatures, accompagnées de noms et d'adresses (e-mail) peut s'avérer efficace pour montrer au pouvoir en place le soutien de masse acquis à votre cause. Servez-vous des médias pour obtenir un maximum de couverture médiatique.

Manifestations : les manifestations de campagne telles que les marches, les rassemblements autour d'un conférencier, les programmes éducatifs et les activités de danse, de chant ou de théâtre peuvent favoriser la sensibilisation. **Réfléchissez aux** : compétences et à l'expérience dont dispose votre équipe au sein de votre organisation, car vous pourrez tirer profit de leur savoir-faire au moment d'envisager les options possibles. La section suivante vous livrera plus de détails quant aux idées de manifestations.

Travaux médiatiques : les médias peuvent exercer une influence décisive dans votre stratégie de campagne. La télévision, la radio, les journaux et la presse peuvent offrir une position stratégique pour influencer tant les cibles principales qu'un public plus large. Efforcez-vous de savoir s'il existe un journaliste qui nourrit un intérêt particulier pour les questions de réduction des risques de catastrophes ou pour votre thématique de plaidoyer, car il pourrait éprouver l'envie de soutenir votre cause par une couverture médiatique et leur réseau de contacts dans le milieu industriel. N'hésitez pas à utiliser des médias imprimés, comme les posters ou les brochures, dont vous pouvez vous servir pour vous faire connaître et qui sont très efficaces lorsqu'il s'agit de concentrer votre message, même s'ils peuvent se révéler onéreux et difficiles à adresser à une cible précise.

Source : Adapté de WaterAid (2007) *Advocacy Guide*



Outils - Exercice 9 : Créer un manifeste ou définir un message clé - la formule « observer + agir »

Votre message doit être clair et fort. Il doit expliquer le sens de votre proposition, en quoi elle vaut la peine d'être réalisée et dans quelle mesure elle contribuera à améliorer la situation dans la région. La formule « observer + agir » peut vous être utile.

Écrivez les éléments suivants au sujet de votre enjeu de plaidoyer en 500 mots tout au plus :

1. Rédiger une courte phrase qui illustre votre enjeu de plaidoyer et votre position
2. Démontrez en quoi il s'agit d'un enjeu important
3. Fournissez un exemple – une étude de cas de votre région – pour montrer les impacts que le changement peut engendrer
4. Présentez votre solution afin d'expliquer quels changements il convient d'opérer

Par exemple :

1. La sensibilisation et l'éducation en matière de prévention des catastrophes réduisent la vulnérabilité des individus face aux désastres qui surviennent dans leurs communautés au Bangladesh.
2. Le Bangladesh est l'un des pays les plus exposés aux désastres dans le monde, une grande majorité de sa population étant souvent victime d'inondation, de cyclones et de fortes marées. Environ 80 % du pays est composé de plaines régulièrement inondées en période de mousson. Les communautés sont généralement dotées de peu de mécanismes pour contrecarrer ces inondations et se disaient impuissantes pour réduire les risques de catastrophes lorsque l'on leur posait la question. Y Care International a travaillé de concert avec YMCA Bangladesh à trois endroits différents afin de mener un projet de réduction des risques de catastrophes dirigé par les jeunes et visant à améliorer la sensibilisation et l'état de préparation des communautés les plus vulnérables.
3. Un membre de la communauté impliqué dans le projet a déclaré : « Les agences d'aide humanitaire viennent toujours vers nous avec des biens de première nécessité après une catastrophe, mais le programme de formation des formateurs en matière de réduction des risques de catastrophes nous a permis de prendre pleinement conscience et d'acquérir assez de confiance en matière de réduction des risques pour que nous puissions nous aussi réaliser que nous sommes capables d'agir sur la question et réduire les dégâts grâce à une bonne préparation. »
4. Si l'on veut atteindre le plus de communautés vulnérables que possible, il est capital de développer les projets de formation et de sensibilisation au niveau de la communauté en matière de réduction des risques de catastrophes dirigés par les jeunes, et de les inclure dans les plans de développement des gouvernements locaux.

Ces informations ont été obtenues par le biais d'un projet pilote en matière de réduction des risques de catastrophes mené par Y Care International et YMCA Bangladesh en 2013-2014.



Les volontaires de la communauté YMCA du Village Disaster Volunteer Group à Chittagong, Bangladesh

Dans le cadre d'une campagne publique, vous n'aurez bien souvent que très peu de temps pour convaincre votre public de votre position de plaidoyer. Effectuez l'exercice suivant afin de vous exercer à résumer encore plus votre message. Les Boîtes à outils exercices 11 et 12 vous apportent également des activités pour apprendre à s'exprimer en public et à convaincre une cible. Il peut s'avérer judicieux de prendre l'exercice 10 ci-dessous en parallèle.



Outils - Exercice 10 : Présentation simple

Par présentation simple, il faut entendre une description concise, judicieusement agencée et bien rodée de votre enjeu de plaidoyer, qui soit facile à comprendre et à la fois convaincante en moins de temps qu'il ne faut pour le dire – **maximum 1 minute !**

- Chaque jeune défenseur d'une cause doit choisir une partie prenante devant laquelle s'exprimer.
- Chaque jeune défenseur d'une cause doit écrire sa propre description de l'enjeu de plaidoyer choisi.
- Chaque description ne doit pas dépasser 1 minute et résumer les arguments principaux en faveur de votre enjeu de plaidoyer.
- Lorsqu'ils sont prêts, chacun doit alors présenter sa description devant le groupe, avec quelqu'un qui chronomètre leur performance. Après 1 minute, ils doivent impérativement s'arrêter, même s'ils n'ont pu aller jusqu'au bout de leur texte !
- Les membres du groupe doivent ensuite fournir des commentaires constructifs sur les bons points et ceux à améliorer.

Les jeunes défenseurs doivent réfléchir : au public devant lequel ils s'expriment. S'agit-il d'un haut fonctionnaire, d'un membre de la communauté ou d'autre ?

Souvenez-vous : adaptez le message conformément au public, évitez le jargon trop compliqué, soyez clairs et basez-vous sur des faits, résumez le changement principal à apporter, incluez les raisons pour lesquelles ce changement est si important.

Manifestations

Les manifestations publiques peuvent servir à sensibiliser ou à influencer les cibles sélectionnées. Elles sont également l'occasion de faire appel aux médias qui peuvent diffuser l'événement devant un plus large public. Plus loin, nous passerons en revue plusieurs types de manifestations que vous pourriez organiser dans le cadre de votre campagne publique.

Conférences, séminaires et ateliers

L'organisation de conférences, de séminaires et d'ateliers constitue un moyen de sensibiliser le public à votre enjeu de plaidoyer et d'atteindre un plus large public.

Une manifestation publique peut servir à influencer vos cibles – il pourrait être intéressant par exemple d’inviter un groupe de cibles afin de transmettre votre message au maximum de personnes clés. Vous pouvez également organiser des séances de formation à la réduction des risques de catastrophes pour les membres de la communauté afin d’accroître l’éducation de vos cibles et de les sensibiliser davantage à la réduction et à la prévention des risques de catastrophes.

Souvenez-vous : tenez compte de l’accès ou des réticences que certaines personnes peuvent avoir à l’égard de différentes manifestations et rassemblements en vue de n’exclure aucun groupe, comme les femmes ou les personnes handicapées. Vous pourrez attirer l’attention des médias locaux si vous êtes capables d’attirer des orateurs de renom à défendre votre campagne ou si un public nombreux vient assister à vos manifestations – *cf. section suivante pour plus d’informations sur les médias.*



Y Care International soutient YMCA et d’autres organisations centrées sur les jeunes à travers le monde afin de renforcer les capacités nationales et régionales en matière de réduction des risques de catastrophes par le biais d’ateliers et de formations en vue de leur permettre de soutenir des projets menés par les jeunes en matière de réduction des risques de catastrophes au sein des communautés dans lesquelles elles sont actives.

Lorsque vous organisez une manifestation publique telle qu’une réunion publique avec les décideurs locaux, des ateliers ou de grandes conférences, l’équipe et/ou les jeunes agents de plaidoyer vont devoir être armés pour s’exprimer au sujet de vos enjeux de plaidoyer. Or il n’est pas facile pour tout le monde de s’exprimer ainsi en public, mais souvenez-vous de l’exercice relatif à la brève présentation dans la rubrique « Outils- exercice 10 », assurez-vous que vous connaissez le public devant lequel vous vous exprimez, préparez-vous comme il se doit, et suivez les étapes ci-dessous pour un discours réussi !



Outils - Exercice 11 : Conseils sur l'art du discours

- 1. Plan** - Qui est votre public ? Que souhaitez-vous accomplir par votre discours / exposé ? Pourquoi présentez-vous un exposé ? Où se tiendra-t-il ? Réfléchissez à l'aménagement de la salle, etc. Quand se tiendra-t-il ? À quel moment du cycle de la campagne souhaitez-vous le placer ? Comment allez-vous tenir votre discours ? Avec un support visuel ? De quel équipement technique aurez-vous besoin, est-il disponible dans la salle ? Quelle est la durée de votre discours ? Souvenez-vous du message clé que vous aurez préparé aux exercices 9 et 10. Comment allez-vous structurer votre discours ? - 1 Présentez-vous, annoncez le thème de votre discours, expliquez le format de votre présentation, notamment la tenue éventuelle de questions-réponses 2. Concentrez-vous sur les points clés et étayez votre discours d'exemples concrets, avez-vous prévu e montrer des photos, des schémas, etc.? 3. Résumez votre discours et discutez de vos points d'action. Que souhaitez-vous provoquer, que peut faire votre public pour vous aider et soutenir votre campagne de plaidoyer ?
- 2. Entraînez-vous**, entraînez-vous, entraînez-vous ! C'est en forgeant qu'on devient forgeron. Veillez à répéter votre discours autant de fois que possible avec vos collègues ou les participants du groupe de plaidoyer mené par les jeunes, afin de maîtriser le contenu et obtenir l'avis de votre entourage. Vous pouvez, si vous le décidez, préparer des cartes afin de vous guider dans la suite logique de votre discours, mais veillez à ne pas lire l'intégralité du discours !
- 3. Faites participer votre public** - prenez une grande respiration et parlez lentement. Il est normal que vous soyez nerveux au début, cependant votre discours aura un meilleur impact si vous respirez profondément, faites des pauses et ne parlez pas trop vite. Faites pleinement participer votre public en lui posant des questions, en montrant des photographies, des diagrammes, etc. Veillez à laisser suffisamment de temps pour les questions.
- 4. Langage corporel** - Tenez-vous bien droit, maintenez le contact visuel, souriez et respirez profondément. Cela vous donnera une meilleure assurance. Marchez dans la salle si vous en avez la possibilité, ne vous cachez pas derrière le podium (le cas échéant). Cela vous détendra et captera l'attention de votre public. N'oubliez pas de penser positif. S'exprimer devant un public peut être très stressant. En gardant un mental positif, vous transmettez votre enthousiasme au public à travers votre discours. Rappelez-vous pourquoi vous êtes là ; pour insuffler un changement positif dans votre communauté et de sensibiliser sur les catastrophes majeures et les questions relatives à la réduction des risques de catastrophes. Concentrez-vous sur ces points pour apaiser vos craintes.

Brochures et affiches

Une autre méthode qui permet de toucher un maximum de personne est le recours à différents supports imprimés. Il peut s'agir d'une brochure remplie d'information détaillée ou d'une affiche qui met en lumière les points principaux et les messages de réduction des risques de catastrophes.

Souvenez-vous : pensez à votre public cible que vous souhaitez atteindre en créant l'affiche ou la brochure. Prenez en compte le nombre de copies à imprimer, le coût d'impression, et réfléchissez où vous souhaitez coller ou distribuer vos supports imprimés. Quel est le message principal que vous souhaitez transmettre, que voulez-vous changer ? Rappelez-vous que votre message doit être percutant et clairement compréhensible. Utilisez un langage qui sera compris de votre public cible ! Veillez à ce que tout matériel visuel utilisé soit représentatif de l'ensemble de votre communauté. Par exemple, assurez-vous qu'il inclue, entre autres, des hommes et des femmes, des personnes issues d'ethnies différentes, des personnes de tout âge et des personnes souffrant d'un handicap.



Des jeunes formés par YMCA distribuent des affiches et des brochures afin de sensibiliser les communautés locales sur le risque de contracter le virus Ébola au Sierra Leone.

Arts de la scène

La production artistique, qui se décline sous différentes formes d'arts de la scène, est une façon amusante de sensibiliser le public à votre cause. Cette méthode comporte l'avantage d'atteindre un large public varié, quel que soit son niveau d'éducation, de façon ouverte, amusante et accessible.



Pistes de réflexion : les différents types d'arts de la scène

- Exposition d'art ou de photographie
- Concert de musique
- Animations et théâtre de rue
- Spectacle de marionnettes
- Chants et comptines
- Danse
- Film et vidéos

Souvenez-vous : Les démarches innovantes sont efficaces lorsqu'il s'agit d'attirer l'attention du public. Veillez toutefois à bien établir le lien avec votre message de réduction des risques de catastrophes et les objectifs du plaidoyer.



Les jeunes agents de plaidoyer, invités par une station de radio lors de la crise du virus Ebola, ont joué un morceau de musique élaboré par YMCA pour diffuser leur message.

Médias

Les médias jouent un rôle majeur dans le renforcement de la sensibilisation et du soutien aux travaux de réduction des risques de catastrophes. Selon le bureau des Nations Unies pour la réduction des risques de catastrophes (UNISDR), la transmission des messages RRC aux communautés et aux décideurs politiques est d'autant plus efficace lorsque les journalistes et les experts ou gestionnaires de catastrophes travaillent en étroite collaboration. Il existe un guide destiné aux médias à cette fin - voir la rubrique « *ressources utiles* » pour obtenir de plus amples informations à cet égard.

Si vous envisagez de recourir aux médias dans votre campagne de plaidoyer, veuillez à planifier ce que vous voulez accomplir, et à choisir les méthodes appropriées pour ce faire. Posez-vous les questions suivantes : **Quel** message souhaitez-vous transmettre aux médias ? **Qui** souhaitez-vous cibler de cette façon ? **Comment** toucherez-vous ce public ? **Quand** comptez-vous lancer la campagne médiatique et comment s'intègre-t-elle dans les autres stratégies ?

Souvenez-vous : les médias représentent un **outil** de plaidoyer, mais aussi une **cible** potentielle de vos efforts de plaidoyer.



Pistes de réflexion : les types de médias

L'équipe et les jeunes défenseurs devront prendre en compte le type de média auxquels les groupes ciblés ont accès et adapter la méthode en fonction.

- La cible se trouve-t-elle dans une zone urbaine ou rurale ? Souhaitez-vous toucher des professionnels ou le grand public (ou un groupe spécifique de personnes au sein du public, par exemple les jeunes) ?
- Ont-ils accès à la télévision, à internet ou à la radio ?
- Seront-ils plus réceptifs à une communication écrite, par exemple un article ? Ou à un support visuel, par exemple une affiche ou un clip vidéo en ligne ?

Source : WaterAid (2007) *Advocacy*



Outils - Exercice 12 : Identification des médias locaux

Cet exercice a pour but d'identifier les opportunités de visibilité médiatique de votre campagne de plaidoyer et d'apprendre les stratégies pour influencer vos cibles.

Comment procéder : Munissez-vous de stylos et de feuille de papier.

- Réunis en petits groupes, les jeunes défenseurs devront identifier les principaux types de médias présents dans leur pays.
- Une fois ce travail terminé, les groupes tenteront de trouver des actions basées sur l'exercice précédent et recueillir les informations susceptibles de toucher ces types de médias.
- Quelqu'un parmi votre équipe, organisation ou groupe de plaidoyer dirigé par les jeunes a-t-il des contacts avec des gens qui travaillent dans les médias identifiés ?

Souvenez-vous : Il convient également de prendre en compte les questions relatives à la liberté de la presse et à la censure. Veillez à ce que le message que vous vous apprêtez à diffuser au grand public ne vous mette pas en danger.

Activités de lobbying

Le lobbying est un processus par lequel on tente d'influencer ou d'exercer une pression sur des personnes afin de susciter un changement. Les personnes ciblées sont en général des responsables du gouvernement ou des décideurs clés, qui ont le pouvoir de faire bouger les choses.

Les activités de lobbying se déclinent en plusieurs démarches. Certaines revêtent un caractère formel, comme la rédaction de courrier ou la rencontre avec des responsables, et d'autres sont plus informelles, par exemple, le développement de réseau et la présence à des événements.

Souvenez-vous : Les activités de lobbying ne produisent pas nécessairement de changements immédiats. Il s'agit d'un processus de longue haleine qui évolue au fil des négociations entre individus. En outre, le processus d'élaboration, d'examen et d'approbation des plans, lois et politiques gouvernementales nécessite souvent plusieurs années. Cela dépend du système et du contexte politique qui prévaut dans votre pays. Il est important de prendre en compte ces facteurs dans votre Plan d'action de plaidoyer, le cas échéant.

Il n'est pas toujours aisé de contacter les représentants du gouvernement dans certains pays. Adressez-vous dans un premier temps aux représentants des autorités locales ou à des fonctionnaires subalternes. Par exemple, si vous avez l'intention de faire du lobbying auprès d'un ministère, il sera plus facile de contacter d'abord des fonctionnaires moins haut placés ou responsables municipaux, comme les maires, et de remonter le fil de la hiérarchie pas à pas. Vous pourrez ainsi rallier leur soutien et organiser des entrevues avec leurs supérieurs par leur intermédiaire. Cela vous permet également d'obtenir l'appui des institutions par le truchement de responsables qui sont intéressés et favorables au thème de votre plaidoyer. En revanche, si vous connaissez déjà un représentant officiel qui vous soutient fermement, n'hésitez pas à le contacter dès le début, car il souhaitera peut-être que vous collaboriez avec ses collègues pour générer un changement. Avant la réunion, pensez à vous entraîner sur ce que vous comptez dire, jusqu'à ce que vous soyez à l'aise avec les informations essentielles relatives à votre thème. Les participants du groupe de plaidoyer dirigé par les jeunes pourront s'exercer entre eux. Par cet échange, les jeunes agents de plaidoyer auront l'occasion de se familiariser avec le message et de renforcer leur confiance en eux.

Les pages suivantes contiennent des conseils sur les éléments à prendre en compte avant, pendant et après la réunion de lobbying.



Pistes de réflexion : préparation à la réunion de lobbying

Déterminez clairement les raisons pour lesquelles vous voulez influencer cette personne

- Que peut-elle faire pour votre cause, et que voulez-vous qu'elle fasse ?

Définissez le résultat escompté de la réunion

- Le résultat idéal reviendrait à ce que la personne accepte d'emblée toutes vos demandes, mais il est peu probable que cela puisse se faire en une séance. C'est pourquoi vous devez clairement définir vos priorités et la réponse minimale requise de la part de la personne ciblée pour faire avancer le processus.
- Il peut s'agir, par exemple, de prévoir une deuxième réunion, de convaincre la personne de visiter votre projet / communauté, ou d'obtenir un engagement visant à mener des actions intermédiaires.
- Vous choisirez éventuellement comme objectif d'obtenir de la part de la cible des informations relatives aux positions et priorités d'autres personnes.
- Si votre interlocuteur est favorable à votre position de plaidoyer en matière de réduction des risques de catastrophe, songez à lui demander s'il consent à ce que vous le citiez auprès d'autres personnes et dans votre campagne médiatique.

Connaissez votre cible

- Que sait-elle sur la question et quelle est son opinion ? Quelles sont ses priorités ? Est-elle influente et peut-elle influencer d'autres cibles qui lui sont supérieures ? Servez-vous de l'analyse des parties prenantes pour vous aider.
- Quelle est sa personnalité ? Quelle est la meilleure façon de communiquer avec elle ?

Préparez votre argument et entraînez-vous

- Définissez les principaux arguments qui ont le plus de chance d'interpeller votre cible. De quelles preuves disposez-vous pour appuyer vos dires ? Veillez à vous munir de faits, chiffres et statistiques convaincants à distribuer.
- Quels contre-arguments va-t-elle mettre en avant ? Comment comptez-vous y répondre ?
- Utilisez les techniques vues dans les rubriques « Outils - exercices » de ce chapitre.

Mettez-vous d'accord sur vos rôles et interventions

- Avez-vous noué des alliances de collaboration et de soutien avec d'autres organisations ?
- Combien de personnes vous accompagneront et quels seront leurs rôles ? Combien d'entre eux sont des membres du groupe de plaidoyer dirigé par les jeunes et combien des représentants de votre organisation ou d'autres organisations axées sur les jeunes ? Une personne doit diriger la discussion afin d'éviter d'avoir trop de gens qui parlent et pas assez qui écoutent.
- Habillez-vous de manière appropriée.

Source : Adapté de Ian Chandler (2015)



Pistes de réflexion : Pendant la réunion de lobbying

- Veillez à établir un lien (une relation dans laquelle un individu ou un groupe concerné comprend les sentiments ou idées de l'autre et communique facilement).
- Soyez polis et assurez-vous que tout le monde ait été présenté.
- Soyez détendu et serein.
- Écoutez attentivement et participez à la discussion.
- **Souvenez-vous** : Votre objectif n'est pas d'avoir raison, mais d'influencer la cible et d'obtenir un accord. La cible ne changera pas d'opinion si elle ne sent pas écoutée ou si ses motifs ne sont pas respectés. Il n'est pas utile de chercher la confrontation.
- Si on vous y invite, commencez par présenter votre cause, donnez un aperçu de la problématique et ce que vous attendez de la cible. Présentez les points principaux en premier.
- Écoutez ce qu'ils ont à dire et n'hésitez pas à poser d'autres questions si vous souhaitez obtenir plus d'information.
- Il est possible que votre cible ne soit pas familière avec les questions de réduction des risques de catastrophes et vous devrez expliquer en quoi c'est important et quelle est votre position de plaidoyer. Soyez prêts à reprendre les bases.
- Dans un autre cas de figure, votre cible sera en accord avec votre position, mais ne disposera pas de budget. Pensez alors à d'autres façons qui s'offrent à elle de soutenir votre cause.
- Répondez à toutes les objections qu'elle vous adresse, mais ne vous écartez pas de vos priorités et concentrez-vous sur ce que vous souhaitez obtenir (ne vous laissez pas distraire). Si vous ne connaissez pas la réponse à une question, dites que vous allez vous renseigner et tenez toujours votre promesse.
- Expliquez pourquoi l'engagement des jeunes sur cette problématique est important.
- Prenez des notes, le cas échéant.
- Restez vigilants face aux tactiques d'intimidation, de blocage et autres manœuvres dilatoires qui pourraient être utilisées contre vous et ne cédez pas aux flatteries et promesses en l'air.
- Trouver un accord - environ à mi-parcours de votre entrevue, recentrez le sujet sur ce que vous souhaitez obtenir de la cible, et accordez-vous sur les prochaines étapes.
- Demandez si vous pouvez faire quelque chose, ou fournir des informations complémentaires, afin d'aider la cible à convaincre ses supérieurs hiérarchiques ou d'autres personnes influentes.
- Soyez prêts à négocier et à faire de légers compromis.
- À la fin de la réunion, résumez ce qui a été convenu de manière à ce qu'il n'y ait pas d'équivoque sur les étapes suivantes.

Source : Adapté de Ian Chandler (2015)



Pistes de réflexion : Après la réunion de lobbying

Réflexion et examen

- Il est primordial de faire un débriefing avec les membres de votre groupe immédiatement à la suite de la réunion.
- Passez en revue ce qui a été dit et évaluez les différentes possibilités d'aller de l'avant.
- Planifiez les étapes suivantes.
- Commentez les interventions de chacun pour améliorer vos techniques et compétences et vous aider à préparer vos réunions suivantes.
- Rédigez un rapport de la réunion qui sera conservé dans vos dossier et distribué aux collègues qui n'étaient pas présents à la réunion.

Suivi

- Écrivez directement aux personnes que vous avez rencontrées, remerciez-les de vous avoir consacré du temps et confirmez les points qui ont été convenus lors de la réunion. C'est une excellente façon de consigner ce qui a été discuté.
- N'oubliez pas de remplir les engagements que vous avez pris, et faites-le sans délai.
- À présent, vous êtes fin prêts pour planifier votre prochaine réunion ou activité de plaidoyer.

Source : Ian Chandler (2015)



Le jeu présenté ci-dessous vous aidera à réfléchir aux compétences de communication nécessaires lorsque l'on tente d'influencer un groupe ou une personne.



Outils - Exercice 13 : Compétence d'influence - Jeu de la chambre 101

La chambre 101 est une pièce dans laquelle on dépose toutes les choses désagréables, inutiles et ennuyeuses du monde.

Le but du jeu est d'exercer des compétences d'influence et des capacités de conviction dans un débat amusant et compétitif, en tentant d'influencer un participant sur son choix de placer un objet dans la chambre 101.

De quoi aurez-vous besoin : Prévoyez des grandes feuilles de papier, marqueurs, bloc-notes et stylos pour chaque groupe.

Comment procéder :

- Répartissez les participants en groupe de trois personnes.
- Chaque groupe choisit 3 objets ou concepts qui devront être placés dans la chambre 101. Cela peut être n'importe quelle chose qu'il estime ennuyeuse ou désagréable. Par exemple, quelque chose de minuscule comme une piqûre d'insecte ou de très vaste, comme la pauvreté dans le monde.
- Après avoir choisi, les groupes devront réfléchir aux raisons pour lesquelles ces éléments doivent être rangés dans la Chambre 101. Ils devront aussi prévoir les contre-arguments et préparer une conclusion à leur argumentation. Accordez-leur environ 10 minutes de préparation.
- Demandez au premier groupe de présenter les arguments en faveur de leur premier objet/ concept. Les autres groupes lanceront ensuite le débat et présenteront leurs contre-arguments afin que l'objet/concept n'aille pas dans la chambre 101 (même s'ils sont d'accord).
- À présent, le premier groupe doit défendre son point de vue en se servant de ses capacités de conviction pour répondre aux arguments avancés par les autres groupes.
- Le premier groupe présente sa conclusion et résume les raisons principales pour lesquelles il convient de placer l'objet/concept dans la chambre 101. Chaque groupe dispose de 5 minutes environ (en fonction du nombre de participants).
- Les autres groupes procèdent au vote pour décider s'il faut placer ou non l'objet/concept dans la chambre 101, en s'appuyant sur la qualité des arguments mis en avant par le premier groupe. Indiquez les résultats du vote sur la grande feuille du tableau.
- Chaque groupe présente tour à tour les 3 objets/concepts qu'il souhaite ranger dans la chambre 101. Le groupe qui est parvenu à placer le plus d'objets/concepts dans la chambre 101 est le vainqueur de la partie.

Discussion : Quelles techniques le groupe gagnant a-t-il utilisées pour vous convaincre à placer leurs objets/concepts dans la chambre 101 ? Quelles capacités sont importantes pour influencer ou persuader d'autres personnes ?

Pistes de réflexion : compétences de communication, par exemple, discours positif, passion, enthousiasme pour la cause défendue, capacité de démontrer quels sont les avantages pour l'autre, ...etc.

Remarque à l'attention du modérateur : Vous êtes le gardien du temps. Cette activité devrait idéalement être accomplie en 60 minutes par un groupe de taille moyenne. Vous devez donc probablement rappeler les groupes à l'ordre afin qu'ils passent à la conclusion de leur argumentation, ou inviter les joueurs à passer à la suite du jeu quand les débats deviennent trop vifs ! Veillez à ce qu'une seule personne parle à la fois, et assurez-vous que chacun dispose d'un droit de parole égal.



5. Stratégie d'influence

Cette section décrit les activités clés de votre campagne de plaidoyer que vous devrez monter. Pensez à la carte de la Stratégie de plaidoyer en début de section. Quels sont les objectifs et les cibles visés, et quelles stratégies avez-vous sélectionnées ? Avez-vous l'intention de faire appel aux alliances récemment forgées ou comptez-vous nouer un partenariat avec les médias locaux, par exemple.

Étape 6 : Établir un plan d'action de plaidoyer

Une fois vos objectifs, vos cibles et votre stratégie d'influence adéquate correctement définis, vous êtes en mesure de rédiger votre **Plan d'action de plaidoyer**. Vous devriez déjà posséder la plupart des informations essentielles à votre Plan d'action de plaidoyer en faveur de la réduction des risques de catastrophe que vous avez dû rassembler lors des exercices effectués et des résumés rédigés dans les encadrés à la fin de chaque chapitre. Vous pouvez à présent créer un tableau récapitulatif vos activités, à l'image de celui figurant dans l'encadré ci-dessous. N'oubliez pas de préciser le responsable de chaque activité.



Outils - Exercice 14 : Outil - exercice 14 : résumé de votre Plan d'action de plaidoyer présentant les échéances et les responsables d'activité

Vous devez inclure dans un tableau récapitulatif, comme celui figurant ci-après, vos :

- Objectifs : liste d'objectifs définie à l'Étape 3 du processus.
- Cibles : liste des parties prenantes ciblées par vos activités pour chaque objectif (Étape 4).
- Activités : stratégies spécifiques utilisées pour influencer vos cibles (Étape 5).
- Indicateurs de progrès : ensemble des résultats utilisés pour mesurer si votre stratégie a été efficace.
- Suivi : date ou période utilisée pour contrôler l'avancement de vos activités et qui vous permet d'évaluer leur succès et de les ajuster si cela vous semble nécessaire. *Vous trouverez de plus amples informations sur le suivi et l'évaluation à l'Étape 7 du présent guide.*
- Calendrier : délai fixé pour la mise en œuvre de chaque activité.
- Responsabilité : personnes ou groupes de personnes responsables de la mise en place de chaque activité.

Objectifs	Cibles	Calendrier	Indicateurs de progrès	Bilan	Responsabilité	Suivi
100 % des écoles des districts de X, Y et Z intègrent la sensibilisation à la réduction des risques de catastrophe à leur programme.	Autorité chargée de l'éducation	Réunions de lobbying avec les ministres de l'Éducation pour mettre en lumière les avantages d'adopter un programme national.	80 % des jeunes interrogés ont reçu les principaux messages de réduction des risques de catastrophe. Les données sont ventilées par sexe.	Dans les 6 mois.	YMCA	Juin 2015
	Écoles locales	Ateliers avec des enseignants et des élèves afin de les sensibiliser aux problématiques locales de la réduction des risques de catastrophe.		D'ici septembre 2015		
	Médias	Réunions de lobbying pour convaincre les médias locaux de diffuser gratuitement les principaux messages de réduction des risques de catastrophe.	Diffusion dans les principaux journaux et le programme d'informations télévisés et sur au moins deux chaînes de radio.	Dans les 3 mois. D'ici juin 2015.	Groupe de plaidoyer dirigé par les jeunes	Mai 2015.

Étape 7 : Suivi et évaluation

Il est vital d'intégrer les activités de suivi et d'évaluation à votre Plan d'action de plaidoyer. Si vous voulez garantir que votre Plan d'action de plaidoyer en faveur de la réduction des risques de catastrophe est efficace et suscite le changement, vous devez suivre les activités que vous avez mises en place et examiner et évaluer leurs résultats. Par ailleurs, cela vous permettra de noter les progrès réalisés (et de les célébrer !), mais aussi de tirer des enseignements des activités qui n'ont pas été un franc succès.

Les groupes de plaidoyer dirigé par les jeunes doivent être pleinement impliqués dans le suivi et le compte-rendu des progrès réalisés et dans l'identification des changements vécus ou constatés.

Suivi : examen continu du projet qui permet de vérifier que les « choses progressent comme prévu » et d'effectuer des améliorations et des changements.

Évaluation : une évaluation est souvent menée lors des étapes significatives d'un projet, par exemple, au début, au milieu ou à la fin d'un projet. Les évaluations permettent d'examiner et d'évaluer ce qui a été accompli, les progrès réalisés vers les résultats escomptés et d'identifier les enseignements tirés.



Pistes de réflexion : données de référence, intrants, résultats et impacts de votre projet.

Vous devriez, lors de la mise en œuvre des différentes activités de votre campagne de plaidoyer, recueillir des informations qui seront utiles lors de la phase de suivi des progrès.

- **Données de référence** : Au début de vos activités de plaidoyer, il est important de comprendre quelle est la situation actuelle concernant la cause que vous défendez. Sans connaître l'état de la situation avant votre intervention, il sera difficile d'identifier les changements que vous avez créés ou auxquels vous avez contribué.
- **Intrants** : désignent les ressources que vous avez utilisées et les actions déployées, par exemple, le nombre de courriels envoyés, les plans que vous avez élaborés, le nombre de brochures produites, le temps consacré à chaque activité, le financement, les plans de lobbying, les séances de formation, les réunions organisées, etc.
- **Résultats** : désignent les résultats immédiats des actions mises en œuvre, par exemple, les réponses aux courriels, les informations que vous cherchez à obtenir dans le cadre de votre campagne, les rapports produits, les comptes rendus de réunion, les comptes rendus de visite, le nombre de mentions de votre campagne dans la presse, etc.
- **Indicateurs** : une manière objective de mesurer les progrès accomplis. Ils indiquent si le changement a lieu.
- **Résultats** : changements à moyen terme résultant du projet, par exemple, au niveau des connaissances disponibles, comportements ou accès à l'information/services.
- **Impact** : changement final recherché sur le long terme. Il est peu probable que vous parveniez à créer ce changement vous-même sur une courte période. Il est plus réaliste de penser que vous y contribuerez, tout comme de nombreux autres acteurs.

Source : Adapté de WaterAid (2007) *Advocacy Guide*

Suivi de vos activités de plaidoyer

Lors de la mise en œuvre de votre plan de plaidoyer, vous devez posséder un outil simple que vous pouvez utiliser pour suivre les actions que vous mettez en œuvre et les personnes avec qui vous échangez à ce sujet de manière quotidienne, hebdomadaire ou mensuelle.

Il est préférable d'opter pour un outil simple afin que les jeunes agents de plaidoyer puissent l'utiliser sans l'aide de l'équipe de projet. Y Care International utilise le modèle suivant pour suivre les mesures de plaidoyer prises par les jeunes défenseurs :

Date	Lieu	Action	Objectif	Nombre de personnes ciblées		Notes/résultats immédiats
				Hommes	Femmes	

À l'aide de ces informations, vous pouvez analyser tous les mois :

- le type d'activités menées
- le lieu où elles ont été menées
- les personnes ciblées (vous pouvez également ajouter des questions sur les tranches d'âges, par exemple, les 15-24 ans ciblés)
- les résultats immédiats de ces actions ; ils sont bien souvent minimes et reflètent la prise de conscience accrue d'un sujet, mais nous ne pouvons attendre de grands changements après seulement une interaction.

Sur la base de ces informations régulières, nous pouvons il est possible d'évaluer si le Plan d'action de plaidoyer est déployé dans les temps et saisir l'ampleur des petites modifications que nous apportons.

Il est crucial que l'équipe de projet discute de l'avancement des activités avec les jeunes agents de plaidoyer et qu'elle comprenne les défis auxquels ils font face pour les aider à trouver des solutions. De telles réunions doivent être organisées tous les trimestres ou tous les six mois, mais ne doivent pas se substituer à un contact et un soutien réguliers. Au cours de ces réunions de bilan, vous devez poser quelques questions directrices afin de comprendre les processus mis en place par les jeunes agents de plaidoyer. Y Care International utilise les questions suivantes :

La réduction des risques de catastrophe menée par les jeunes : Guide du plaidoyer

1. Quel a été votre public cible ce trimestre ?
2. Avez-vous pu établir un échange avec eux ? Si ce n'est pas le cas, pour quelles raisons ?
3. Quelles sont vos réussites ce trimestre ?
4. Qu'est-ce qui n'a pas fonctionné ou a posé des difficultés ? Comment avez-vous traité ce problème ?
5. Quels résultats avez-vous constaté suite à vos activités, par exemple, ils ont posé des questions, ils se sont impliqués dans des activités, ils ont davantage communiqué, une réduction de la stigmatisation et de la discrimination, etc.
6. Quels sont vos plans pour le prochain trimestre ?

Au moment d'une évaluation, vous posséderez déjà un grand nombre d'informations recueillies grâce à vos activités de suivi. L'évaluation doit donc être considérée comme une occasion d'examiner l'ensemble des changements, d'en tirer des enseignements et d'élaborer des plans pour le prochain trimestre et pour tous les changements prévus au cours du processus.

Pour obtenir ces informations, vous pouvez utiliser les questions de l'encadré « Outils - exercice 15 » et « Outils - exercice 16 ». L'« Outil - exercice 15 » est destiné à aider l'équipe de projet à poser des questions aux jeunes agents de plaidoyer et l'« Outil - exercice 16 » à aider l'équipe de projet à répondre. La variété des questions montre que chaque groupe a une relation différente aux actions de plaidoyer et que certaines personnes sont mieux placées que d'autres pour répondre à certaines questions.



Outils - Exercice 16 : Guide de l'entretien d'évaluation destiné à l'équipe de projet

En tant qu'organisme, vous devez analyser l'état d'avancement de vos actions de plaidoyer, et ce, également d'un point de vue financier, et étudier l'influence et le niveau de collaboration de votre organisme. Outre les questions ci-dessus destinées aux jeunes défenseurs, l'équipe de projet devrait répondre aux questions suivantes.

Construction d'alliances

1. Comment votre coalition avec d'autres organismes a-t-elle réussi à attirer l'attention sur la cause et à mobiliser un soutien en faveur de l'objectif de plaidoyer ?
2. Y a-t-il eu des conflits lors de la construction des alliances ? Comment pourraient-ils être traités et résolus ?
3. Existe-t-il un haut niveau de coopération et d'échange d'informations entre les membres de l'alliance ? Comment les relations au sein de la coalition pourraient-elles être renforcées ?
4. En quoi votre réseau a-t-il été utile au plaidoyer ? Comment pourriez-vous élargir ou améliorer votre réseau ?

Gestion globale/questions organisationnelles

1. Vos efforts de plaidoyer sont-ils financièrement viables ? Comment pourriez-vous mobiliser des ressources supplémentaires ?
2. Comment auriez-vous pu utiliser plus efficacement vos ressources financières ?
3. Tous les événements ont-ils été organisés avec succès et les réunions se sont-elles déroulées sans problème ? Si ce n'est pas le cas, pourquoi ? Comment pourriez-vous améliorer la logistique ?
4. Vous ou votre organisme, vous sentez-vous accablé ou découragé ? Comment pourriez-vous obtenir plus d'aide ? Devriez-vous cibler davantage votre objectif ou étendre votre calendrier pour faciliter vos efforts ?

Apprentissage sur le plaidoyer

Recommandation
Approche
<p>Le plaidoyer ne doit pas être seulement considéré comme un tournant politique. Il doit être plus étroitement lié à toutes les composantes du projet et doit impliquer un groupe diversifié de parties prenantes qui peut engager plusieurs vagues de changement et ancrer les changements essentiels d'un projet dans une communauté, un groupe de personnes ou un État.</p> <p>Les jeunes et les organismes chargés de la mise en œuvre doivent se mobiliser pour participer aux espaces de prise de décision et plaider en faveur d'une politique à l'image des besoins actuels des jeunes vulnérables.</p> <p>Les activités de projet doivent être considérées comme interdépendantes et comme un moyen d'impliquer les communautés et les personnes dans des actions à plus long terme. Une courte formation ou d'autres intrants pourraient sensibiliser une jeune personne afin qu'elle participe à une formation au plaidoyer et mobilise les compétences acquises pour devenir un défenseur.</p>
Stratégie
<p>Les projets doivent considérer le plaidoyer comme un objectif à long terme qu'il est peu probable d'atteindre au cours d'un seul et unique projet de trois ans. Les stratégies doivent être à la fois réalistes sur le plan des délais et des ressources, mais également prévoir un engagement à long terme.</p> <p>Les stratégies de plaidoyer doivent comprendre une analyse des parties prenantes et des évaluations des risques afin d'identifier les acteurs extérieurs au projet qui pourraient intervenir dans la création/la lutte contre le changement et dans l'évaluation des événements et des processus d'influence. Bien que ces actions ne soient pas comprises dans le contrôle du projet, les plans peuvent être suffisamment flexibles pour s'assurer qu'ils ne minent pas le projet.</p>
Attentes
<p>Les attentes des jeunes agents de plaidoyer doivent être traitées avec attention afin qu'ils/elles ne soient pas déçu(e)s par la lenteur éventuelle du changement et un plan à long terme doit se concentrer sur un nombre restreint d'objectifs réalisables.</p>
Genres
<p>La conception du programme doit refléter de manière adéquate les besoins spécifiques à chaque sexe et doit fournir des ressources supplémentaires lorsque la participation d'un groupe risque d'être limitée par les rôles dévolus à chacun des deux sexes. Ces ressources peuvent prendre la forme d'un système de garde d'enfants, d'horaires plus flexibles pour les séances d'informations ou de formations relatives aux genres ou à l'acquisition de compétences pratiques afin de soutenir la lutte contre ces obstacles.</p> <p>La question du genre doit être intégrée aux stratégies de plaidoyer afin d'améliorer l'équité, et ce, sous la forme d'objectifs de politiques égalitaires spécifiques ou de caractéristiques transversales afin de s'assurer que les stratégies, les approches et les objectifs prennent en compte la question du genre et ne reproduisent pas des</p>

stéréotypes ou des attitudes négatives.

Il est également important de porter une attention particulière à la création de groupes de plaidoyer, composés de groupes spécifiques de jeunes, tels que des jeunes femmes ou de jeunes handicapés.

Défenseurs

Les formations au plaidoyer doivent transmettre des compétences et des connaissances accessibles et faciles à utiliser et à partager.

Le plaidoyer doit aborder les besoins réels des jeunes et adopter une approche participative. Les défenseurs ne doivent pas seulement faire entendre leur voix, mais doivent concevoir, mettre en œuvre, suivre et évaluer leurs travaux et leur approche du plaidoyer, autrement il y a peu de chance que leur engagement soit durable et à long terme.

Interactions

La planification du plaidoyer doit comprendre l'examen de l'ensemble des parties prenantes et leurs liens avec les données clés. L'évaluation doit déterminer comment et à quel moment ces acteurs peuvent être impliqués dans le processus et à quel niveau ils passeront de bénéficiaires du message de plaidoyer à défenseurs actifs de la cause des jeunes.

Capacités

Les organismes doivent œuvrer à améliorer les compétences de leur personnel à travers la formation ou chercher à établir de nouvelles collaborations avec des organismes de défense plus expérimentés.

Au cours de la phase de conception du programme, il est important d'évaluer les capacités organisationnelles de Y Care International et de ses partenaires afin de déterminer si leurs capacités sont suffisantes pour gérer les composantes du plaidoyer et si les objectifs sont réalistes au vu des ressources disponibles.

Médias

La première étape des actions de plaidoyer est souvent de cibler les médias. En effet, on ne peut pas présumer que ces derniers comprennent ou soutiennent une cause sans y être sensibilisés. Les informer leur permet d'agir en faveur de la cause plutôt que de simplement relayer les informations sur les actions des défenseurs.

Les agents de plaidoyer peuvent être formés à travailler plus activement avec les médias et à utiliser les réseaux sociaux afin de relayer eux-mêmes leurs actions sans passer par un tiers.

Ressources utiles relatives à la réduction des risques de catastrophe :

Certains des sites Web et des rapports suivants pourront vous être utiles pour recueillir les principales données, statistiques et images de votre base de données et soutenir ainsi votre position de plaidoyer.

Le Réseau mondial d'organisations de la société civile pour la réduction des risques de catastrophe (*Global Network for Disaster Reduction – GNDR*) : réseau d'ONG œuvrant à la réduction des risques de catastrophe au niveau mondial. Il agit comme groupe de pression avec pour objectif d'améliorer les travaux des gouvernements nationaux et des organismes internationaux sur la préparation aux catastrophes. Le site Web du GNDR constitue une excellente ressource pour partager des informations et se tenir informé des dernières activités et politiques ! <http://www.globalnetwork-dr.org/>

Consultez la section « **Views from the Frontline** » (Point de vue du front), une étude nationale sur l'efficacité (ou l'inefficacité) des gouvernements en matière de préparation aux catastrophes (disponible en anglais). <http://globalnetwork-dr.org/programmes/views-from-the-frontline.html>

Le Dispositif mondial de réduction des effets des catastrophes et de relèvement (*Global Facility for Disaster Reduction and Recovery – GFDRR*) : le GFDRR est un partenariat mondial, dirigé par la Banque mondiale, visant à aider les pays à haut risque et à faibles capacités à mieux comprendre et à diminuer leurs vulnérabilités aux catastrophes naturelles et s'adapter au changement climatique. Il soutient les gouvernements dans l'intégration de politiques de gestion des risques et des catastrophes climatiques dans les stratégies nationales. Il sert également comme plate-forme mondiale pour le partage de connaissances et le renforcement des capacités en matière de résilience au changement climatique et aux catastrophes.

Le Rapport sur les catastrophes dans le monde : rapport annuel publié par la Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge. Il rassemble les dernières tendances, données et analyses des causes actuelles. <https://www.gfdr.org/>

Réseau Action Climat : Le Réseau Action Climat (RAC) est un réseau de plus de 900 organisations non gouvernementales (ONG) dans plus de 100 pays différents dont le but est d'inciter les gouvernements et les citoyens à prendre des mesures pour limiter le changement climatique dû à l'activité humaine à un niveau écologiquement soutenable

Stratégie internationale des Nations Unies pour la prévention des catastrophes (ONU/SIPC) : la mission de l'ONU/SIPC est de servir de point central entre les organismes des Nations Unies pour coordonner la réduction des

catastrophes et garantir la synergie entre les différentes activités de réduction des catastrophes. <http://www.unisdr.org>

Défenseurs de la réduction des risques de catastrophe : nommés par l'ONU/SIPC, les défenseurs de la réduction des risques de catastrophe plaident en faveur de la formation de communautés résilientes et de la diminution des risques de catastrophe. Les défenseurs sont des personnalités politiques clés qui s'engagent et agissent en faveur de la réduction des risques de catastrophe.

<http://www.unisdr.org/we/advocate/drr-champions>

Guide pratique des médias : l'ONU/SIPC a publié un manuel portant sur l'importance des journaux, de la radio et des autres médias dans la sensibilisation aux catastrophes. Guide pratique :

<http://www.unisdr.org/we/inform/publications/20108> Pages Web de l'ONU/SIPC destinées aux médias : <http://www.unisdr.org/partners/media>

Cadre mondial pour la réduction des risques de catastrophe de la Conférence mondiale sur la réduction des risques de catastrophe de mars 2015 : Cadre de Sendai pour la réduction des risques de catastrophe 2015-2030

<http://www.wcdrr.org/>

Jeu « Halte aux Catastrophes » : ce jeu a été créé par l'ONU/SIPC comme outil éducatif pour les enfants. Ce jeu de simulation en ligne permet d'apprendre à se préparer à différents types de catastrophes naturelles, telles que les tsunamis ou les tremblements de terre. La section « Information » contient également un guide pour les enseignants, ainsi que des fiches d'informations pour les étudiants sur chaque type de catastrophe www.stopdisastersgame.org/en/isdr.html

Prevention Web : plate-forme de partage d'informations, d'outils et d'actualités destinée à la communauté de réduction des risques de catastrophe (disponible en anglais). <http://www.preventionweb.net/english/>

Base de données sur les situations d'urgence : la base de données sur les situations d'urgence est une base de données en ligne et libre d'accès qui fournit des informations sur le nombre et le type de catastrophes dans un pays donné, ainsi que sur leur impact humain (nombre de morts, nombre de blessés et montant des dommages économiques) (disponible en anglais) <http://www.emdat.be/>

Ressources transversales :

Approche basée sur la problématique hommes-femmes :

Working Together for Disaster Risk Reduction – Good Practices and Lessons Learned (Stratégie internationale des Nations Unies pour la prévention des catastrophes 2007) : recueil d'études de cas rappelant le rôle joué par les femmes dans les communautés exposées aux catastrophes. Il offre un aperçu de la façon dont la réduction des risques de catastrophe peut être promue grâce au soutien et à l'autonomisation des femmes vivant dans les communautés, dans le but de

fonder des communautés résilientes. Disponible à l'adresse suivante : http://www.gdnonline.org/resources/UNISDR_gender-good-practices.pdf

PNUD. Learning and Information Pack, Gender in Development Programme, Process and Advocacy Skills for Gender Mainstreaming, 2001 (disponible en anglais).

Adaptation au changement climatique :

Le Centre climatique de la Croix-Rouge/du Croissant-Rouge a été créé en 2002 dans le but d'aider ce mouvement et les autres à comprendre et à traiter les incidences humanitaires du changement climatique. Le Guide climatique de la Croix-Rouge/du Croissant-Rouge résume les expériences de plus de 30 pays ; <http://www.climatecentre.org/site/publications?type=3>

Handicap :

La Déclaration de Bonn sur les personnes handicapées dans les situations d'urgence humanitaire émet des recommandations en faveur de l'inclusion de personnes handicapées dans les activités de réduction des risques de catastrophe (disponible en anglais).

Découvrez si votre pays a signé ou ratifié la Convention relative aux droits des personnes handicapées à la page suivante : <https://wecando.wordpress.com/2008/04/08/bonn-declaration-on-persons-with-disabilities-in-humanitarian-emergency-situations/>

Personnes âgées :

Plaidoyer de HelpAge en faveur des personnes âgées : *Some practical suggestions – Advocacy by older people with older people and for older people, 2007.* Disponible à l'adresse suivante : www.helpage.org/resources/manuals.

Bibliographie

- Concern (2005) *Approaches to disaster risk reduction*, Concern Worldwide, disponible à l'adresse suivante :
<https://www.concern.net/resources/approaches-disaster-risk-reduction>
- Chandler, I. (2010) *Advocacy and Campaigning : How to Guide*, The Pressure Group, [Online] disponible à l'adresse suivante :
<http://www.bond.org.uk/resources.php/45/how-to-guide-advocacy-and-campaigning>
- Chandler, I. (2014) *Advocacy and Campaigning : mini-guide for Stakeholder Analysis*, The Pressure Group, [Online] disponible à l'adresse suivante :
<http://thepressuregroup.org/wp/wp-content/uploads/2014/12/Mini-Guide-4-Stakeholder-Analysis.pdf>
- Chandler, I. (2015) *Advocacy and Campaigning : mini-guide for Lobbying*, The Pressure Group, [Online] disponible à l'adresse suivante :
<http://thepressuregroup.org/wp/wp-content/uploads/2015/02/Mini-Guide-6-Lobbying.pdf>
- IFRC (2009) *A practical guide to advocacy for disaster risk reduction*, Délégation sud-asiatique de la Fédération internationale de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge : New Delhi.
- IFRC (2012) *Disaster risk reduction : a global advocacy guide*, Fédération internationale de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge : Genève.
- ODI (2011) *Strengthening World Vision Policy Advocacy: a guide to developing strategies*, Overseas Development Institute : Londres. Disponible à l'adresse suivante : <http://www.odi.org/publications/5921-world-vision-policy-advocacy-strategies-guide>
- Veneklasen, L. and Miller, V. (2002) *A New Kind of Power, People and Politics – The Action Guide for Advocacy and Citizen Participation*. États-Unis.
- Water Aid (2007) *Guide du plaidoyer*, Water Aid : Londres. Disponible à l'adresse suivante : <http://www.bond.org.uk/resources.php/31/advocacy-source-book>
- Banque mondiale (1996) *The World Bank participation sourcebook*. Washington, D.C: La Banque mondiale. Disponible à l'adresse suivante :
<http://documents.worldbank.org/curated/en/1996/02/696745/world-bank-participation-sourcebook>
- Y Care International (2013) *Bangladesh project : Empowering communities in Bangladesh with disaster management skills and knowledge* [Online], disponible à l'adresse suivante :
<http://www.ycareinternational.org/publications/empowering-communities-in-bangladesh-with-disaster-management-skills-and-knowledge/>

La réduction des risques de catastrophe menée par les jeunes : Guide du
plaidoyer

Document compilé par Anna MacPhail

© Y Care International 2015

Toutes les photographies © Y Care International

Y Care International
67-69 Cowcross Street
London EC1M 6BP
United Kingdom

Tel +44 (0)20 7549 3150

Fax +44 (0)20 7549 3151

enq@ycareinternational.org

www.ycareinternational.org

Y Care International est un organisme de bienfaisance
enregistré et une société limitée par garantie, enregistrée en
Angleterre et au Pays de Galles.

Charité pas: 1109789. Société no: 3997006.

Siège social: Kemp House, 152-160 City Road,
London EC1V 2NP

YCARE
INTERNATIONAL