

# FORMATION SUR LOBBYING ET PLAIDOYER

**Dr Salatiemoani  
Germain OUALLY**

**Université Norbert ZONGO**

**Consultant-formateur en management de projet.**

**(00226) 76 45 53 65**

**aborarsala45@gmail.com**



# PLAN DU MODULE

## MODULE I

### NOTIONS DE LOBBYING ET DE PLAIDOYER

1. Société civile, définition, mandat et fonction
2. Concept de lobbying et de plaidoyer
3. Différence entre lobbying et plaidoyer
4. Types et avantages du plaidoyer

## MODULE II

### PLANIFICATION D'UNE ACTION DE PLAIDOYER

1. Etapes d'un processus de plaidoyer
2. Définition des objectifs et stratégies de plaidoyer
3. Message du plaidoyer
4. Plan de lobbying ou de plaidoyer

## MODULE III

### MISE EN OUVRE D'UNE ACTION DE PLAIDOYER

1. Présentation des messages
2. L'utilisation des médias
3. Gestion des rencontres
4. Lettres de plaidoyer

## MODULE IV

### SUIVI EVALUATION D'UNE ACTION DE PLAIDOYER

1. Notion de suivi-évaluation
2. Démarche d suivi-évaluation d'une initiative de plaidoyer
3. Outils du suivi d'une initiative de plaidoyer

# **ECHANGES DE CONTEXTUALISATION**

## **OBJECTIF GENERAL**

**L'objectif général de cette formation est de préparer les jeunes (homme et femme) à mieux porter leurs aspirations et priorités auprès des instances locales de prise de décision.**

# **OBJECTIFS SPECIFIQUES**

seront outillés sur les questions du lobbying et du plaidoyer, de la planification d'action de plaidoyer, de la mise en œuvre et le suivi évaluation d'une action de plaidoyer.

# **INTRODUCTION**

**Le concept de développement est polysémique, il évoque plusieurs dimensions à la fois théoriques et même idéologiques.**

**Le développement semble être associé à la théorie de l'évolution naturelle et selon Gilbert Rist, le développement est assimilé au processus qui induit le changement dans l'évolution naturelle.**

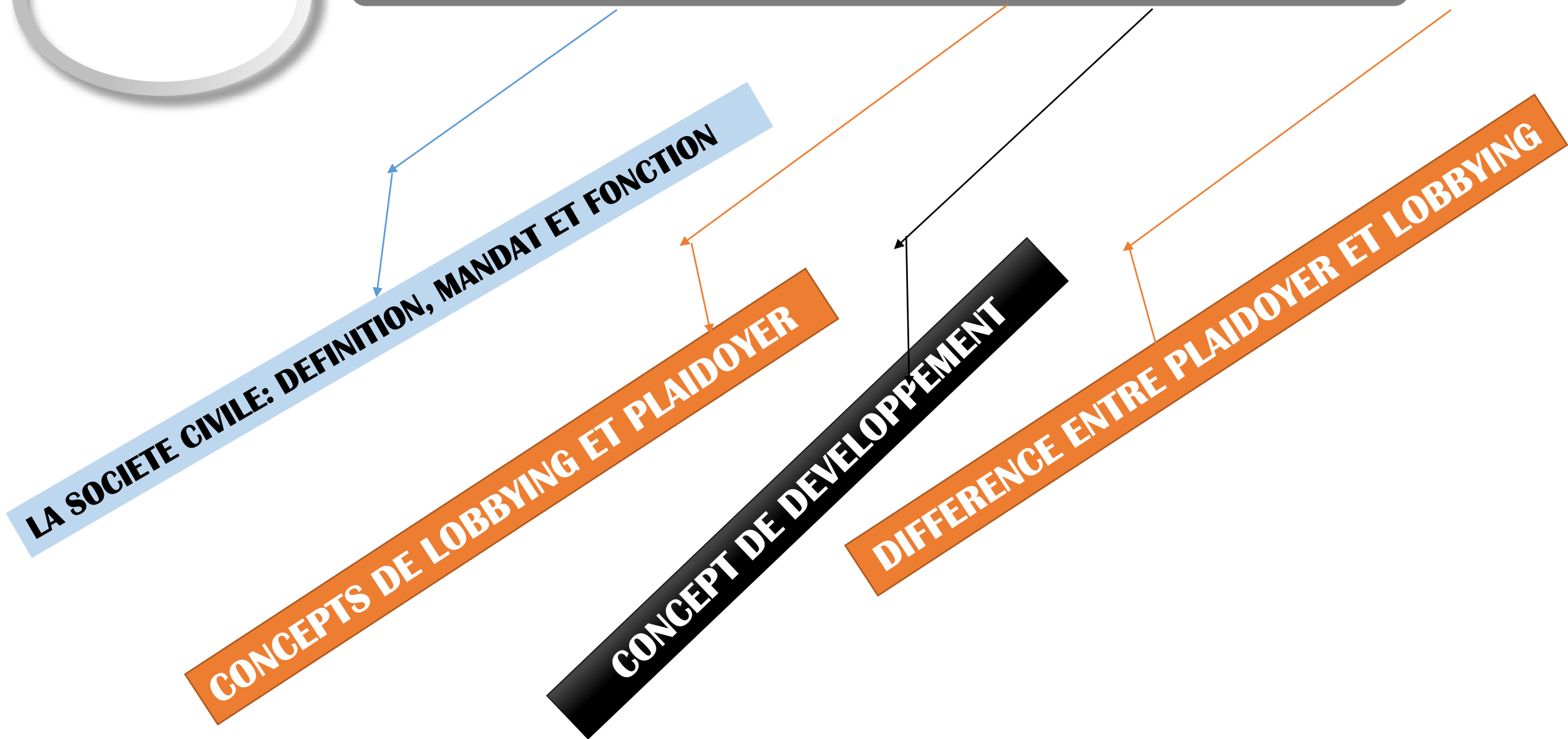
**Parler de développement c'est parcourir les domaines de la croissance, mais aussi de l'humain et du social sans oublier le politique. Cette situation de dimensions multiples au sein du concept rend difficile l'appréhension du concept et surtout sa**

**C'est ce qui justifie le présent module qui veut approcher le processus par le management.**

**Notre ambition est de partir du concept pour parvenir au processus afin de montrer la place du management dans la réussite des transformations socioéconomiques qui influent sur la vie de l'homme. Aussi aborderons nous la gestion des conflits dans la même dynamique.**

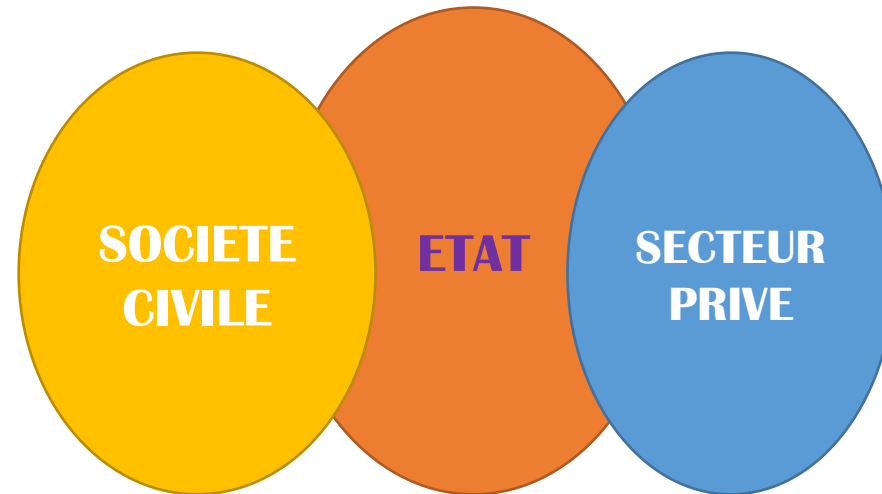
## MODULE I

# CONCEPTS DE LOBBYING ET PLAIDOYER

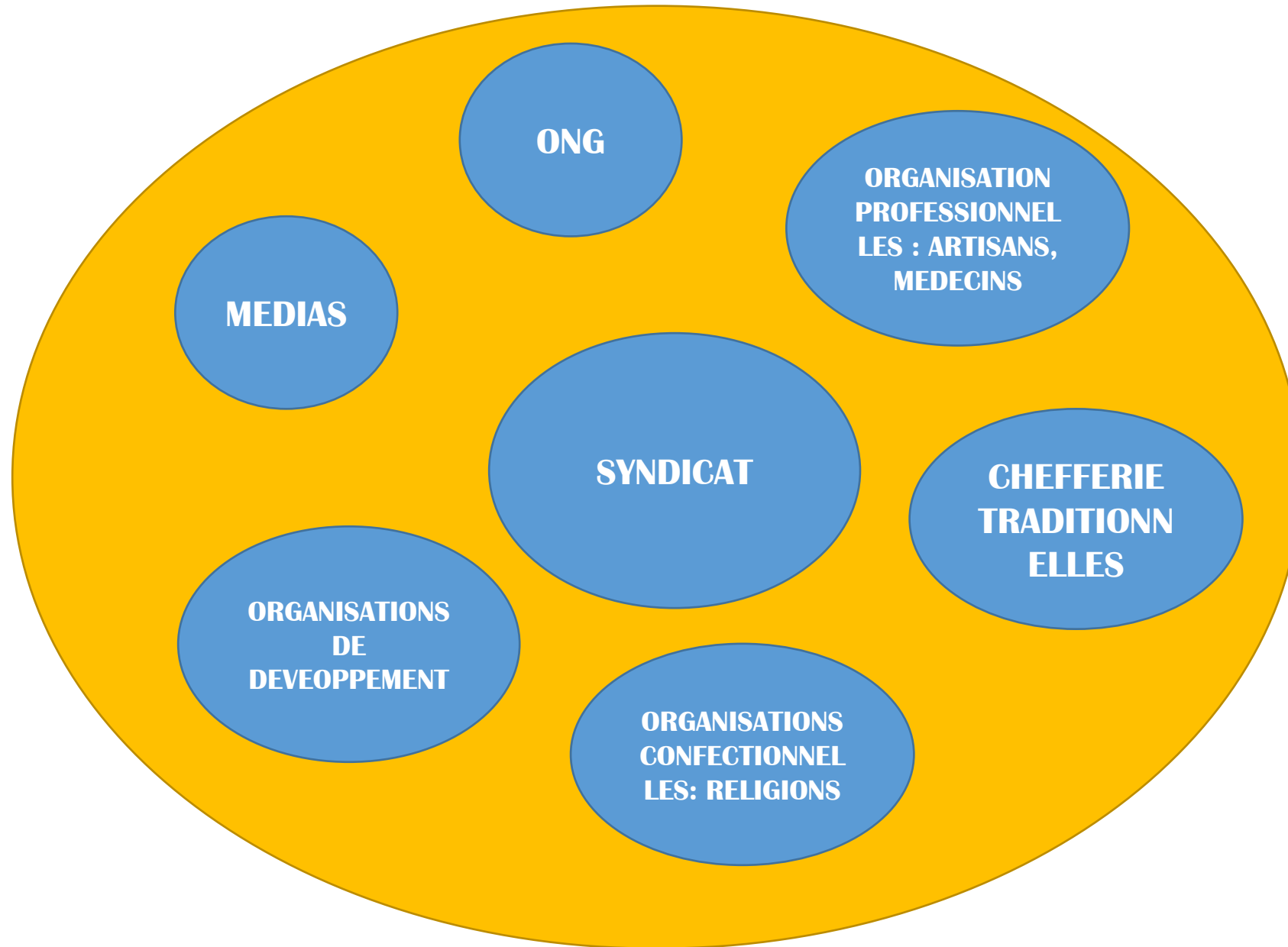




**La société civile est l'ensemble des organisations bénévoles en dehors de la famille, de l'Etat et du secteur privé, qui contribue à la satisfaction des besoins du citoyen et œuvre pour promouvoir et défendre ses droits et devoirs.**



# COMPOSITION DE LA SOCIETE CIVILE



**c'est l'ensemble des organisations ou structures ayant une existence juridique ou non et dont la vocation est d'exercer une activité d'intérêt général, de solidarité ou de coopération volontaire pour le développement locale, national ou international dans une relation dynamique de contre pouvoir social non conflictuel avec l'Etat. Pour une bonne gouvernance démocratique, il faut une société civile forte qui connaît et joue bien son rôle.**

## **MANDATS DES OSC**

- 1. Prestation de service : gestion déléguée des actions de développement**
- 2. Contre pouvoir à travers le contrôle des actions, le lobbying et le plaidoyer, la défense des intérêts des couches marginalisées.**

**3. Appui aux actions des gouvernants : participation aux réflexions, montage de projet...**

**4. Mobilisation sociale : information et formation des populations, promotion de participation citoyenne. C'est cet acte public des citoyens et des OSC de mobilisation des décideurs ou à les affronter autour des problèmes des citoyens ou du grand public qui fait de l'action civique un concept politique. Ce n'est pas parce que la société civile cherche à s'approprier le pouvoir politique.**

## **FONCTIONS DES OSC DANS L'ACTION CIVIQUE**

**1. Intensifier la participation des citoyens ou de la société civile à la formulation de politiques nationales ou à la levée des contraintes**

**institutionnelles ou juridiques dans un contexte de préparation et ce, à tous les niveaux.**

**2. Répondre aux forces de l'Etat, du marché et des institutions traditionnelles à travers un suivi de leur gestion des affaires publiques.**

**L'action civique relève donc de l'obligation et du droit du citoyen pour garantir l'intégrité du régime démocratique.**

## LE PLAIDOYER

Le plaidoyer est un processus continu qui a pour but le changement des attitudes, des comportements, des actions, des politiques ou des lois en faveur des personnes touchées par un problème ou une situation, en influençant les décideurs. Il concerne non seulement la création et la réforme des politiques, mais aussi la mise en vigueur et l'application efficaces des politiques. Il faut entendre par politique, un plan d'action, une ligne de conduite ou un ensemble de règlements adoptés par un gouvernement, une entreprise ou une institution, destinés à influencer et déterminer des décisions ou des procédures.

CONCEPT DE PLAIDOYER ET DE LOBBYING

**Le plaidoyer comprend deux phases :**

- ❖ **La planification du plaidoyer** englobe le processus grâce auquel les buts sont fixés, les cibles sélectionnées et les stratégies d'influence conçues.
- ❖ **L'activité de plaidoyer** est le moyen par lequel le plan est mis en œuvre; elle englobe la formulation de messages et les activités d'exercice de pression entreprises.

# LE LOBBYING

**Le lobbying peut être défini de façon opératoire comme une action menée par un « lobby », terme anglo-américain qui signifie groupe de pression, qui travaille ensemble de manière coordonnée vers un but commun. Il est utilisé pour renforcer l'action de plaider en élargissant sa portée et sa crédibilité auprès des décideurs.**

**C'est une stratégie systématique destinée à influencer les décideurs. C'est un supplément aux procédures officielles dont dispose une organisation pour réaliser ses souhaits. Un bon lobbying doit conduire à une amélioration du processus de prise de décision.**



**Groupe de pression ou lobby : groupe de personnes ayant des intérêts communs et agissant sur l'opinion publique et/ou l'Etat. Leurs moyens d'actions sont généralement des manifestations, des réunions d'informations mais aussi des pétitions. Nous pouvons citer les organisations de parents d'élèves, d'artisans, de commerçants, bref les organisations corporatistes, les organisations professionnelles et les regroupements de plusieurs organisations de la société civile.**

**DIFFERENCE ENTRE LOBBYING ET  
PLADOYER**

<b>PAR RAPPORT A :</b>	<b>LOBBYING</b>	<b>PLAIDOYER</b>
<b>DEFINITION</b>	<b>Stratégie d'influence d'un groupe sur un autre généralement décideur</b>	<b>Processus pour influencer les décideurs au sujet des politiques</b>
<b>BENEFICAIRES</b>	<b>Intérêt d'un groupe ou d'un individu Intérêt du public</b>	<b>Intérêt du public</b>
<b>QUI FAIT?</b>	<b>Organisations professionnelles Organisations corporatistes Autres organisations de la société civile</b>	<b>OSC</b>
<b>COMMENT?</b>	<b>Manifestation Rencontre Pétitions Pressions</b>	<b>Collaboration Persuasion Lobbying</b>

## Pourquoi mener un plaidoyer?

**Pour promouvoir les préoccupations et l'analyse des personnes ordinaires touchées par les conflits et l'insécurité.**

- **parce que le changement est inévitable. Ce qui ne l'est pas, c'est la direction du changement, et c'est cela que vous pouvez influencer.**
- **parce qu'au travers du plaidoyer, vous pouvez obtenir des changements du niveau local au niveau national et avoir un impact sur ceux qui influent sur les changements.**

➤ **parce que le plaidoyer a l'effet d'un **facteur multiplicateur** sur l'efficacité du travail que vous menez sur le terrain.**

### **Quel type de plaidoyer ?**

**Il existe de nombreux types différents d'activités de plaidoyer, qui vont des **réunions de lobbying** (exercice de pression) aux **séminaires**, en passant par les **ateliers de travail** et les **lancements de rapports**. Le type d'activité choisi est déterminé par de nombreux facteurs, dont le principal est la **probabilité de l'obtention d'un impact**.**

## **Exemples :**

- ✓ **le rassemblement des communautés** pour formuler leurs besoins et leurs préoccupations à l'attention des décideurs.
- ✓ **l'utilisation de votre expérience du travail** sur le terrain pour formuler des arguments basés sur des données concrètes sur la meilleure manière dont les autorités publiques peut prévenir et résoudre les situations des personnes touchées par un problème.
- ✓ **l'intervention directe** auprès des représentants gouvernementaux et des institutions publiques pour influencer les politiques publiques

## **Comment mener des activités de plaidoyer?**

**Comme le plaidoyer est un processus continu, et pas seulement un événement, la clé d'activités de plaidoyer efficaces réside dans l'élaboration d'une «stratégie de plaidoyer» qui est mise en œuvre au fil du temps avec créativité et persévérance.**

**Persuasion / Mobilisation / Lobbying / Alerte**

**Convaincre les autorités à travers un dialogue privé approfondi**

**Partager des informations de manière discrète avec des personnes choisies**

**Faire pression sur les autorités à travers des révélations publiques**

**Travailler avec d'autres organisations pour construire un réseau et  
défendre une position commune**

**Produire des rapports publics ou travailler avec les médias...**

## **CONCLUSION**

**Le plaidoyer et le lobbying sont des stratégies de communication pour le développement (CPD), un processus faisant l'objet de recherche et d'une planification qui est cruciale pour le changement social. Son principal objectif est de de changer ou renforcer les lois, les opinions, les attitudes, les visions, les politiques ou programmes des gouvernements, institutions ou des groupes sociaux. Un plaidoyer part d'objectifs précis avec des acteurs bien connus et une cible prédéterminée. C'est ce qui en fait un processus avec une démarche et qui mérite d'etre PLANIFIEE**



## MODULE II

**Etapes d'un  
processus de  
plaidoyer**

**Définition des  
objectifs et stratégies  
de plaidoyer**

**Message de  
plaidoyer**

**Plan de  
lobbying ou de  
plaidoyer**

# PLANIFICATION D'UNE ACTION DE PLAIDOYER

**La planification est une étape incontournable dans toute activité qui se veut réussie. Ainsi, planifier c'est prévoir dans le temps et l'espace.**

**Le plaidoyer étant mené par un groupe, il faudrait d'abord constituer une équipe multidisciplinaire et multisectorielle compétente selon le problème à résoudre.**

## **ETAPES D'UN PROCESSUS DE PLAIDOYER**

**PLANIFICATION C'EST ANALYSE ET  
PLANIFICATION PROPREMENT DITE**

## **ANALYSER DES POLITIQUES**

1. Identifier les objets de politiques liés au problème en question
2. Identifier les acteurs et institutions clés par rapport à ces objets de politiques
3. Analyser l'environnement des politiques
4. Identifier les options pour changer les politiques

## **DEFINIR UN OBJECTIF ET UNE STRATEGIE DE PLAIDOYER**

1. Choisir un objet de politique à traiter par votre action de plaidoyer
2. Choisir les publics cibles
3. Définir un objectif de plaidoyer
4. Identifier les alliés et les adversaires
5. Choisir les tactiques de plaidoyer à utiliser
6. Identifier les messages clés

## **ELABORER UN PLAN**

1. Définir les activités à mener pour la campagne de plaidoyer
2. Fixer un calendrier et les responsables
3. Préparer un budget
4. Mobiliser les fonds

## **EXECUTE SUIVRE ET EVALUER LE PLAN**

1. présenter les messages
2. utiliser les médias
3. Gérer les rencontres
4. Rédiger les lettres de plaidoyer
5. suivre et évaluer les actions

**Dans l'analyse de la politique il d'abord celle de la situation qui consiste à :  
décrire la situation en utilisant les données, les résultats des recherches;  
quels sont les causes profondes ?**

**quelle est la politique, réglementation en vigueur**

**quelles sont les valeurs socioculturelles liées au problème,**

**quels sont les conséquences si le problème n'est pas résolu?**

**qui sont ceux qui sont touchés par le problème ou seront touchés ou affectés?**

**IL FAUT FAIRE UNE ANALYSE SWOT OU FFOM**

**Forces et faibles correspond aux facteurs internes tandis que les  
Opportunités et les menaces aux facteurs externes.**

## **Etape 1. ANALYSE DE LA SITUATION ET DES POLITIQUES**

**FORCES**

**FAIBLESSES**

**OPPORTUNITES**

**MENACES**

## **CAS PRATIQUE D'ETUDE**

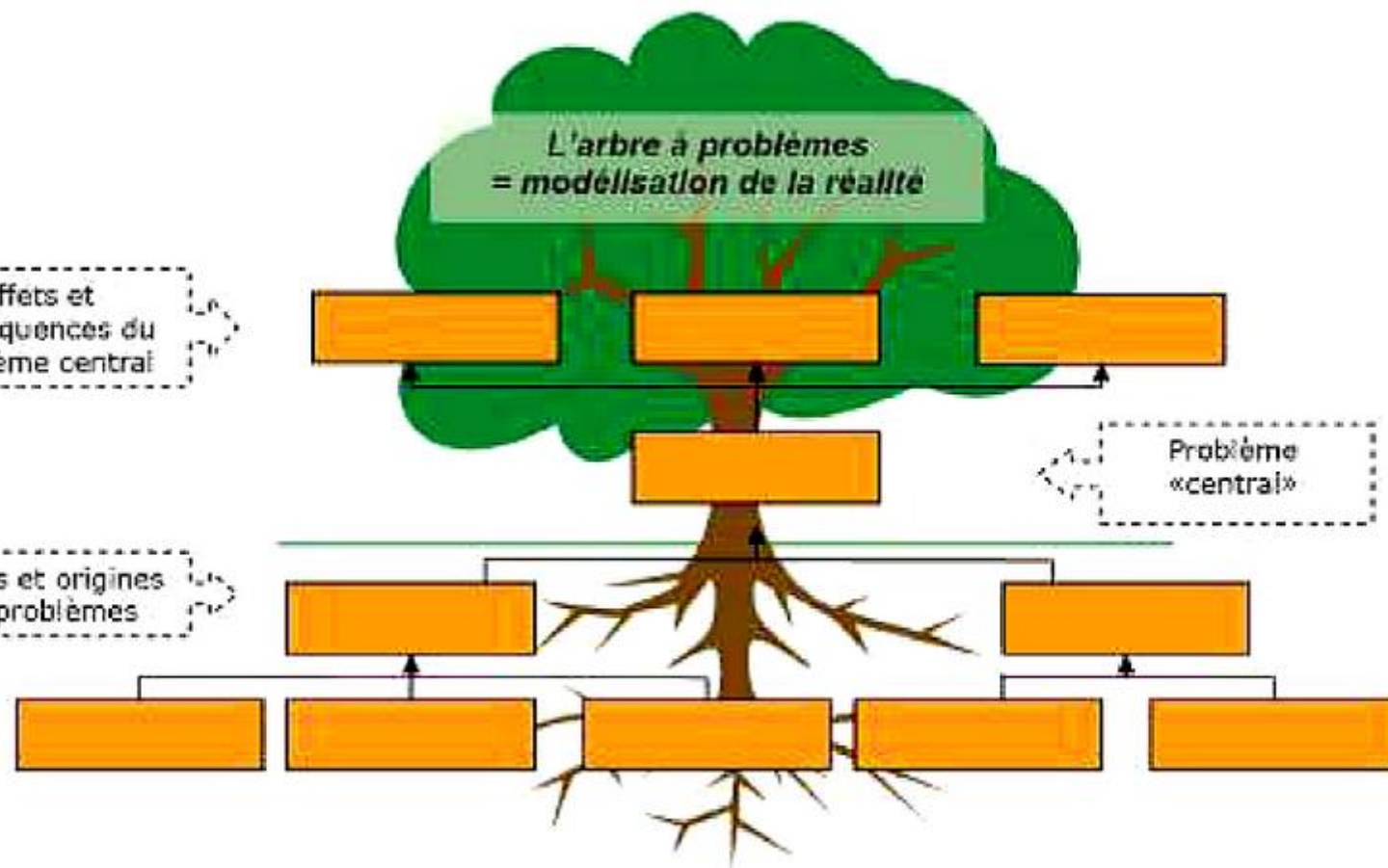
**Remplir la matrice SWOT en répertoriant les points forts et faibles internes et certaines des menaces et opportunités externes les plus pertinentes dans le cadre du travail sur un problème que votre club souhaite résoudre en plaidoyer en 2022.**

*L'arbre à problèmes  
= modélisation de la réalité*

Effets et  
conséquences du  
problème central

Problème  
«central»

Causes et origines  
des problèmes



**De l'AAP on passe à l'Arbre à solutions et on procède à la planification.**

**Ressources limitées → Se concentrer sur la solution la plus appropriée  
d'où une priorisation des solutions pour des résultats gérables et réalistes :**

**Aide à la prise de décision. Pour chacune des solutions potentielles se  
poser ces questions:**

- Quel est l'impact potentiel?**
- Quelle serait la mesure de l'impact sur la vie des personnes et communautés touchées si la solution était adoptée?**
- Qui en bénéficiera et qui sera exclu de ces avantages?**
- Quelles sont les perspectives de réussite?**



- **Est-il réaliste de penser qu'un changement conforme à notre solution proposée aura effectivement lieu?**
- **Serons-nous en mesure de maintenir notre action durant toute la durée du changement probable?**
- **Est-il probable qu'il pourrait y avoir des changements qui n'aboutissent peut-être pas à notre solution proposée mais qui pourraient tout de même bénéficier aux personnes et communautés touchées?**
- **Qui s'opposera à nous et quelle sera la puissance de leur opposition?**
- **Le travail sur cette question s'inscrit-il dans nos valeurs, notre mission et notre mandat organisationnels?**
- **Exploite-t-il nos points forts et réduit-il nos points faibles au minimum? Sommes-nous dotés de ressources suffisantes?**
- **Quelle incidence cela pourrait-il avoir sur le financement futur?**
- **Quelle incidence ce travail pourrait-il avoir sur les relations importantes?**

**La première étape prend fin avec la FORMULATION DU PROBLEME. Ainsi, le problème doit être formulé de façon claire et précise pour toucher la sensibilité de l'interlocuteur ;**

**la formulation doit faire ressortir l'ampleur et les conséquences du problème ;**

**faire ressortir les insuffisances des solutions déjà engagées ;**

**faire des propositions d'actions immédiates sollicitées.**

**Un problème de plaidoyer requière les critères suivants**

**avoir un intérêt pour plusieurs personnes au niveau national ou local ;**

**existence de données suffisantes sur le problème ;**

**existence de lien entre le problème et la situation vécue ;**

**nécessite une action urgente ;**

**existence d'alternatives de solutions au problème ;**

**existence d'un potentiel de soutien pour l'action .**

## **La définition des objectifs et stratégies de plaidoyer**

**Éléments à prendre en compte pour la fixation des objectifs du plaidoyer:**

**la politique officielle en vigueur ;**

**le contexte socioculturel ;**

**les forces qui peuvent aider et celles qui peuvent s'opposer ;**

**les contraintes budgétaires, matérielles ou techniques.**

**Les objectifs sont la spécification à laquelle une initiative de plaidoyer devrait aboutir. Les objectifs d'une initiative de plaidoyer doivent être "SMART":**

**Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et définis dans le Temps.**

**Ils doivent énoncer clairement ce qui va changer (le changement de politique attendu), qui va faire ce changement, dans quelle mesure, et quand. Quand les objectifs sont vagues et ambigus, il devient difficile de concentrer son attention et de comprendre clairement ce que votre initiative de plaidoyer cherche à atteindre. Cela rend aussi l'évaluation de vos efforts difficile.**

## **LE MESSAGE DE PLAIDOYER**

**Un message exprime au public cible ce qu'on lui demande de faire, pourquoi cela vaut la peine de le faire et l'impact positif d'une telle action. L'improvisation des messages peut non seulement vous faire perdre du temps, mais encore elle peut ne pas réussir à convaincre votre public cible, ou vous dévier des objectifs fixés.**

## **ELEMENTS ESSENTIELS D'UN MESSAGE DE PLAIDOYER :**

**• Quel est le but que vous voulez atteindre? • Pourquoi voulez-vous l'atteindre (et pourquoi les autres devraient-ils vouloir l'atteindre également? • Comment vous proposez-vous de l'atteindre? • Quelle action spécifique voulez-vous que le public entreprenne?**

**MERCI POUR VOTRE  
ATTENTION**