

# Techniques de plaidoyer



# **Module 3.**

## **Mise en œuvre**

# Quels outils de plaidoyer ?



# Questions ouvertes...

- Comment utiliser et **articuler** au mieux les outils dans le temps pour servir nos objectifs de plaidoyer ?
- Certains outils sont-ils des **prérequis** ?
- Comment **adapter** les outils au contexte dans lequel on se trouve ?
- Comment **choisir** les outils en fonction du budget et des **ressources** dont on dispose ?
- Quelles sont les **limites** des différents outils ?

# Utiliser au mieux les outils

Même si chaque mode d'action a un but particulier, ils ne sont pas indépendants pour autant:

- Les campagnes de cartes postales adressées à un décideur peuvent « ouvrir des portes » pour un RDV de lobby sur une question spécifique
- Un communiqué de presse bien repris par les médias peut permettre d'atteindre une cible de 1<sup>er</sup> niveau et « sauter » des étapes de lobby
- Une action « coup de poing » peut faire basculer brusquement l'opinion publique en votre faveur

# Un CP, mieux que 10 RDV ?

Été 2011: Famine dans la corne de l'Afrique

Plusieurs rencontres ONG/Gouvernement sur la réponse de la France: annonce une conférence des donateurs et une contribution de 10 millions € (besoins chiffrés à 1M\$)

**Le Monde** **Famine en Afrique : Oxfam se gausse de la diplomatie française**  
LEMONDE.FR avec AFP | 27.07.11 | 15h10 • Mis à jour le 27.07.11 | 20h07

**Famine: la conférence française  
«qui fait pschiitt»**

**Selon l'ONG Oxfam, l'activité française sur la situation dans la Corne de l'Afrique cache «la faiblesse de ses engagements financiers»**



30 juillet: le gouvernement français triple son aide: 30M€

# Action « coup de poing »

Greenpeace dénonce depuis des années la sûreté du nucléaire et demande le démantèlement des centrales française



5 décembre 2011: des militants de Greenpeace entrent dans les centrales de Nogent et de Cruas

Mars 2012: GP publie un sondage: 2/3 des Français estiment qu'un accident nucléaire "aussi grave" que celui de Fukushima pourrait survenir en France

54% qu'il est "possible de se passer" de l'atome

# Adapter les outils au contexte... et au budget

Vous n'utiliserez pas les mêmes outils selon...

## Le pays

- Le degré de liberté de la presse et de parole dans le pays
- Selon votre accès aux décideurs
- Selon que votre public cible est majoritairement lettré ou illettré
- Selon les coutumes, les moyens et habitudes des populations
  - Tradition orale/écrite
  - Mobilisation par carte postale ou SMS, etc.

## Votre organisation

- Moyens humains, techniques, financiers
- Réseau international



# Quels outils de plaidoyer ?



# Expertise & Recherche

Veille stratégique

Réseaux

Revue littérature

Recherche

Appui technique

# Questions ouvertes...

- Utiliser l'expertise existante ou développer sa propre expertise?
- Comment assurer la qualité de l'expertise ? « Faire » ou « faire-faire » ?
- Comment tirer bénéfice d'un partenariat / groupe de travail ONG-Recherche ?
- Diffusion: quels canaux ? Comment cibler les destinataires ? Comment être lu?!

# 1. Veille stratégique

## Objectif

Connaître les derniers développements  
Comprendre les processus décisionnels,  
Connaître les calendriers  
Base de l'analyse des acteurs et du pouvoir

## Moyens

Revue de presse, flux RSS, Filtres Google  
Bulletins d'information institutionnels  
Réseaux de partenaires et alliés  
RDV plaidoyer et groupes de travail



# Veille

CENTRE D'ÉTUDES  
ET DE PROSPECTIVE



Bonjour,  
Veuillez trouver ci-dessous la dernière sélection du blog Veille Prospective & Évaluation (<http://veilleagri.hautetfort.com/>).

*NB: La veille prospective du CEP est une activité de sélection d'informations extérieures au MAAPRAT, réalisée à partir d'un corpus non figé d'environ 300 sources de différentes natures (médias, institutions nationales et internationales, think tanks, instituts de recherche, etc.). Il ne s'agit pas de productions du ministère et les informations sélectionnées ne présentent pas la position officielle du ministère.*

En vous souhaitant bonne réception, bien cordialement,  
Céline Laisney  
Chargée de mission Veille  
Centre d'études et de prospective

---

## PROSPECTIVE / PRÉVISION / ÉVALUATION

---

### Scénario Aferres 2050

L'association Solagro a présenté le scénario *Aferres 2050*. Il s'agit d'une prospective normative, proposant un seul scénario pour l'agriculture et l'alimentation en France métropolitaine à l'horizon 2050, et intégrant des objectifs ambitieux : forte productivité, facteur 4, réduction des pressions sur l'environnement, adaptation au changement climatique.

Pour lire la note entièrement, veuillez [cliquer ici](#)

---

### Perspectives 2011-2020 de la Commission européenne

La DG Agri de la Commission européenne a publié ses *Perspectives 2011-2020*. Raisonnant à cadre politique et commercial inchangé, elles tablent sur le fait que les prix des matières premières resteront fermes, stimulés par une forte demande mondiale (notamment des pays émergents) et le développement des biocarburants.

Pour lire la note entièrement, veuillez [cliquer ici](#)



## Groupe interministériel français sur la sécurité alimentaire



### Présentation du Gisa

---

- Crises alimentaires

---

- Gouvernance mondiale

---

- Volatilité des prix

---

- Acquisitions foncières

---

- Changement climatique

---

- Nutrition

---

### Agenda

---

### Liens utiles

---

## Gisa

### Une plateforme française multi-acteurs et multisectorielle

Le [Ministre des affaires étrangères et européennes](#) (MAEE), en partenariat avec le [Ministre de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche, de la ruralité et de l'aménagement du territoire](#) (MAAPRAT), a mis en place en avril 2008, en réaction à la crise alimentaire, une task-force interministérielle sur la sécurité alimentaire, ayant pour objectif de proposer une série de mesures afin de répondre à la dégradation de la situation alimentaire des pays pauvres et à ses conséquences politiques, économiques et sociales.

Cette task-force, nommée Groupe Interministériel pour la Sécurité Alimentaire (GISA), bénéficie d'une feuille de route, signée par le Secrétaire Général du Ministre des affaires étrangères et européennes, mettant l'accent sur trois types de tâches :

- un travail de veille et prospective sur la situation alimentaire dans les pays en développement ;
- la préparation des positions françaises dans les enceintes internationales (FAO, PAM, OMC, OCDE, FMI, Banque mondiale, etc.) ;
- la préparation des initiatives françaises et européennes pour faire face à la situation d'insécurité alimentaire (à court, moyen et long termes).

## Actualités

**Présentation du portefeuille  
développement rural de  
l'AFD**

[document de présentation](#)  
- 24 janvier 2012

### G20

[Communiqué des  
Ministres du Développement](#)

[Conférence de Montpellier  
sur la recherche. Résumé de  
la Présidence](#)

[Plan d'Action des  
Ministres de l'Agriculture](#)

**Crise alimentaire dans la  
Corne de l'Afrique**

[Réponse française](#)



# Agenda européen

[+ iCal](#)

Mars 2012

[< Précédent](#) [Suivant >](#)

Filtrer :  Agenda institutionnel  Conférences et débats  Atelier EurActiv  Grand débat EurActiv [Appliquer](#)

[Afficher les événements passés](#)

Semaine N° 13

**28 Mar** **Mini session plénière**  
28 mars 2012 - 29 mars 2012  
📍 Bruxelles

**28 Mar** **Salon ProDurable 2012**  
Conférences et débats  
28 mars 2012 - 29 mars 2012  
ProDurable  
📍 Paris  
*Energie & environnement*

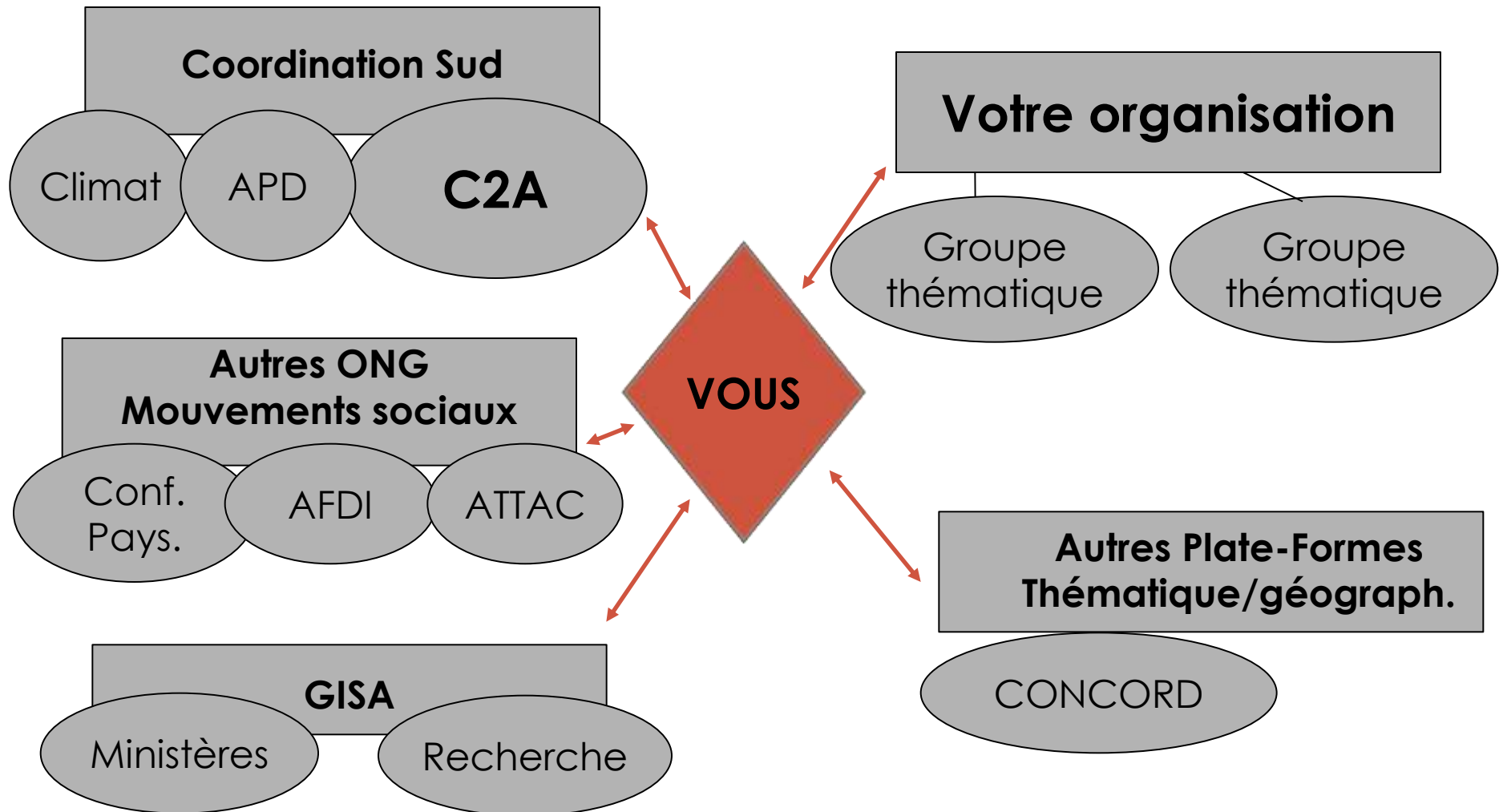
**28 Mar** **La Chine : une menace pour nos entreprises ?**  
Conférences et débats  
28 mars 2012  
ANAJ-IHEDN  
📍 Paris  
*Économie et finance*

**29 Mar** **Clean Energy & Passivehouse**  
Conférences et débats  
29 mars 2012 - 31 mars 2012  
Clean Energy & Passivehouse  
📍 Stuttgart  
*Energie & environnement*

**29 Mar** **Forum des Médias : Un printemps de l'information pour notre bien commun ?**  
Conférences et débats  
29 mars 2012  
Europe Créative  
📍 Nantes  
*Innovation et créativité*

**30 Mar** **Conseil informel Affaires économiques et financières**  
30 mars 2012 - 31 mars 2012  
📍 Copenhague  
*Économie et finance*

## 2. Utiliser les réseaux





# Quelques réseaux thématiques

- PAC 2013
- EPA 2008 / C-epa / Cotonou Trade / Banana Trade...
- C2A de Coordination Sud
- Landgrab-Google group
- EFSG de Concord

# 3. Diffuser un rapport...

## Sous différents formats

- Notes de synthèses
- Documents de position, notes de lobby
- Média brief, Q&R

## Par différents canaux

- Par la presse : CP, conférence de presse, média briefing
- Par listes de diffusion : experts, groupes de travail
- Lors de RDV avec des décideurs

Expertise  
Recherche

**Lobbying**

Comm. /  
Médias

Mobilisation /  
Campagne

# Lobbying

Document de position / note de lobby

Courrier de lobbying

Rendez-vous et réunions formels avec décideurs

Participation à des groupes de travail ministériels

Contacts informels

Organisation de séminaire / table ronde

Prise de parole lors de réunions publiques

Organisation de visites terrain pour décideurs

Participation aux espaces de consultation publiques

Proposition de questions parlementaires, d'amendements

Etc.

# Questions ouvertes...

- Jusqu'à quel point faut-il être expert ou spécialiste d'un dossier pour être à l'initiative d'un travail de lobbying ?
- Faire un travail de lobbying oblige-t-il à entrer en négociation avec les décideurs ?
- Où commence et s'arrête le travail de lobbying ?
  - Co-signer un positionnement
  - participer à un RDV avec un décideur
  - Déjeuner régulièrement avec des contacts

# 1. Document de position

Objectif	Exprimer la vision et les objectifs sur un sujet
Cible	Audience large: décideurs, alliés, chercheurs... Diffusion large: listes, site internet...
Forme	Court et intelligible Basé sur l'expertise de l'organisation Avec ou sans recommandations (note lobby)
Suivi	Diffusion nécessaire mais pas suffisante: prise de RDV, discussion informelle, etc.

## 2. Courrier à un décideur

<b>Objectif</b>	Demander un RDV Officialiser une rencontre Prise de position (négociation, réunion) Prévenir d'une action ciblée
<b>Cible</b>	Décideur auquel vous n'avez pas accès (hiérarchie, géographie)
<b>Forme</b>	Courrier officiel, signé par Directeur/Président Demande claire
<b>Suivi</b>	RDV Discussion informelle par téléphone, etc.

# 3. Rendez-vous décideurs

**Objectif**      Obtenir/fournir des informations  
Convaincre de vos positions  
Présenter un rapport...

**Enjeux**        Éviter la confrontation!  
Assurer un suivi!



# Avant d'organiser un RDV, demandez-vous...

- Pourquoi vous rencontrez ces personnes à ce moment?
- Qui sont les personnes que vous rencontrez? (centre d'intérêts, préoccupations, etc.)
- Qu'espérez vous en obtenir spécifiquement? (Des informations, influencer sur sa position, le tenir au courant ?)
- Qui aborde quel point? Quel répartition du temps?
- Quelles suites vous envisagez de donner au RDV?
- Si vous avez prévu des réponses aux points qui les intéressent...
- Si vous avez lu le journal ce jour et avez une idée approximative de l'actualité!

## 4. Groupe de travail ministériel

### Objectif

Suivre les dossiers sur le long terme  
Développer des relations de travail  
Obtenir et fournir de l'information  
régulièrement

### Enjeux

Être membre sans être décisionnel  
Négocier en interne ET maintenir la pression  
en dehors

# Choisir vos interlocuteurs

Ne négligez pas des « niveaux » d'acteurs

- Ne soyez pas obsédés par les représentants de « haut niveau » ; la plupart des décisions sont prises plus bas
- les positions des fonctionnaires changent moins vite que celles de certains ministres: cibles intéressantes!

Bâissez des relations de long terme

- Vos contacts d'aujourd'hui sur un sujet seront demain sur un autre poste ou dans une autre organisation
- Maintenez vos interlocuteurs au courant de vos activités et celles de votre organisation: vous ne savez jamais quand ils peuvent être en mesure de vous aider dans le futur

# Connaître vos interlocuteurs

Passez du temps dans les réunions, téléphonez régulièrement

Partager l'information, aidez les dans leur travail

- Pouvez vous fournir des informations qu'ils n'ont pas facilement, leur donner des contacts qu'ils pourraient trouver utile, des articles qu'ils n'ont pas vu?

Comprenez les façons dont une cible entre en contact avec votre organisation

- Les médias, les messages de campagne, leurs propres contacts et amis, etc.

Expertise  
Recherche

Lobbying

**Comm.  
Médias**

Mobilisation /  
Campagne

# Communication & Médias

Communiqué de presse

Interview Radio/TV

Conférence et dossier de presse

Tribune

Encart journaux

Blog, Twitter

VIP

Spot tv/radio

Affichage publique

Evénements visuels et médiatiques

Etc.

# Questions ouvertes...

- Comment cibler les médias qui nous intéressent ?
- Quels types de relations établir ?
- Comment adapter son message ?

# 1. Tribune

<b>Objectif</b>	Développer une opinion Orienter les débats d'actualité
<b>Forme</b>	Écriture normée: texte court, exprime une opinion originale, chute
<b>Facteur de Réussite</b>	Auteur connu ou reconnu « Faire signer » Inscrit dans une stratégie média

- > Une tribune est souvent difficile à placer et demande beaucoup de temps et de relation média
- > Pensez bien aux autres outils (CP)



## 2. Conférence et dossier de presse

- Objectif** Développer ou lancer un sujet (campagne)  
Offrir des angles variés de traitement  
Obtenir des interviews
- Forme** Plusieurs intervenants  
Animation
- Pensez à** Répartir les thématiques  
Ne pas monopoliser la parole  
Qu'un directeur/président attire plus de monde  
Gardez du temps pour les questions et itw  
Prévoir à manger et à boire!

# 3. Communiqué de presse

<b>Objectif</b>	Réagir à l'actualité Provoquer une interview, une reprise Lancer un rapport, créer l'actualité Atteindre un objectif de lobby
<b>Forme</b>	Court, intelligible et incisif Alterne propos analytiques et citations
<b>Facteur de réussite</b>	Timing: être réactif! Se mettre dans la logique des journalistes
<b>Alternative</b>	Lignes réactives

## 4. Réussir une interview...

- Faire une « pré-interview »
  - Que souhaite-il aborder en priorité ?
  - Quel sera le format final ?
  - Demander d'être rappelé dans 5mn!
- Tout ce que vous dites peut être retenu contre vous !
- « Monsieur Marchais vous ne répondez pas à mes questions » !! « Monsieur El Kabash, vous venez avec vos questions, je viens avec mes réponses » !
- Préparez 2 ou 3 messages et répétez les!
- Vous ne vous adressez pas à un public de spécialiste
  - 1 image, 1 chiffre, 1 anecdote

Expertise  
Recherche

Lobbying

Comm. /  
Médias

**Mobilisation /  
Campagne**

# Mobilisation

Pétition

Stunts, happenings et actions de rues

Manifestation

Pièces de théâtre

E-actions (email, Facebook, Twitter, SMS, etc)

Affichage d'un signe distinctif militant

Rencontre, débats

Forums

Animations

Bannière web

Etc.

# Questions ouvertes...

- Mobilisation, EAD et sensibilisation: où est la frontière? quelles complémentarités ?
- « Masse critique » de supporters pour servir le plaidoyer?
- Quels outils de mobilisation dans les PED ?

# 1. Pétition / interpellation

## Objectif

Sensibiliser l'opinion

Proposer une action: interpellation décideur

Utiliser pouvoir du consommateur/électeur

Donner de la légitimité au message et à l'organisation

## Forme

Dépliant / carte postale

Site internet de signature

Facebook, Twitter

## 2. Stunt, Happening, « flash mob »

### Objectif

Interpeller et mobiliser le public  
Créer des opportunités médiatiques  
Illustrer visuellement la situation que vous dénoncez

### Forme

Permettre de réaliser des photos, des vidéos  
...