A picture containing text, screenshot, electronics, computer

Description automatically generated

**Phase 1: Établir un consensus**

**Étape 1 Comprendre le contexte**

|  |  |
| --- | --- |
| **1.1 Analysez le contexte de votre sujet** | |
| **Utilisez les données probantes et les connaissances du sujet pour comprendre comment cibler votre plaidoyer.** Utilisez la grille ci-dessous pour détailler et faire état de tout ce que vous savez ou pouvez apprendre sur votre sujet –des statistiques officielles aux opinions d’experts, aux connaissances de vos pairs et autres plaideurs. Rassemblez autant d’informations pertinentes détaillées que possible, en commençant par les questions ci-dessous. Au sein de votre groupe de travail, commencez par aborder le sujet de manière holistique. Identifiez les lacunes qui demeurent et cherchez des informations additionnelles. Ensuite, utilisez tout ce que vous savez pour préciser où, comment et sur qui vous allez cibler votre plaidoyer. | |
| **Environnement** | **Données Probantes** |
|  |  |
| **Acteurs** | **Politiques** |
|  |  |
| **1.2 Trouvez les opportunités du plaidoyer** | |
| **Identifiez vos opportunités stratégiques.** Quelles opportunités ou quels obstacles au plaidoyer voyez-vous dans votre contexte ? Parmi elles, lesquelles (une nouvelle administration, de nouvelles politiques, des besoins communautaires, etc.) vous permettraient d’obtenir un gain de plaidoyer dans les six prochains mois ? Faites peser les opportunités par rapport aux obstacles. | |
|  | |

**Étape 2 : Décider qui impliquer**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **2.1 Liste des parties prenantes** | | | | | |
| **De qui avez-vous besoin dans votre groupe de travail pour atteindre votre opportunités du plaidoyer?** Réfléchissez aux personnes et organisations qui pourraient devenir des alliés potentiels. Ajoutez leurs coordonnées dans le tableau ci-dessous et cochez la case correspondante dans la colonne « À inclure en priorité » si cette personne serait déterminante dans vos efforts de plaidoyer. | | | | | |
| **Nom de la personne** | **Organisation et poste** | **Téléphone** | **E-mail** | **À inclure en priorité** | **Notes** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

**Étape 3 : Définir un objectif SMART**

|  |
| --- |
| **3.1 Accordez-vous sur votre but à long terme** |
| Dans l’espace ci-dessous, énoncez de manière concise un but de plaidoyer pour vous aider à orienter et focaliser votre premier objectif SMART. |
|  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **3.2 Créez un objectif SMART** | | |
| Revoyons votre contexte. Quelle est la première étape pour atteindre votre but ? Que pouvez-vous réaliser en moins de 6 à 12 mois ? | | |
|  | | |
| **3.3 Votre objectif est-il bien smart ?** |  |
| **Pour le savoir, répondez aux questions suivantes :** | **Cochez si Oui** |
| **Spécifique**  Votre objectif établit-il clairement le résultat désiré, y compris le décideur et l’action ou la décision que vous recherchez ? |  | |
| **Mesurable**  Y a-t-il des indicateurs spécifiques quantitatifs ou qualitatifs qui peuvent mesurer ou vérifier si l’objectif de votre plaidoyer a été atteint, et dans quelle mesure ? |  | |
| **Atteignable**  Votre objectif est-il faisable dans les délais impartis, compte tenu de la situation actuelle et des ressources disponibles ? |  | |
| **Réaliste (ou pertinent)**  Selon les données probantes disponibles, l’objectif contribuera-t-il effectivement à faire avancer le but primordial de vos efforts de plaidoyer ? |  | |
| **Temporellement défini**  Votre objectif fixe-t-il clairement une date anticipée d’ici laquelle l’objectif de plaidoyer devra être atteint ? |  | |

**Phase 2: Concentrer les efforts**

**Étape 4 : Connaître le décideur**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **4.1 Confirmez que vous avez choisi le bon décideur** | | |
| Examinez comment les décisions sont prises sur votre sujet. Qui propose des actions et qui à l’autorité décisionnaire pour faire advenir le changement que vous avez identifié dans votre objectif SMART ? Avez-vous les relations nécessaires pour accéder immédiatement au plus haut niveau de décision, ou y a-t-il un point d’entrée plus accessible ou plus adéquat ? Avez-vous besoin de cibler plus d’un décideur pour réaliser votre objectif ? **Écrivez ci‑dessous le nom du décideur et le poste de cette personne**. Si vous avez identifié plus d’un décideur, décidez de celui ou celle que vous approcherez en premier et pourquoi. | | |
|  | | |
| **4.2 Apprenez à connaître votre décideur** | | |
| Écrivez ce que vous savez du décideur clé. Parlez aux informateurs clés pour rassembler toutes les informations qui vous manquent. Votre groupe n’aura peut-être pas toutes les réponses aux questions suivantes. Prenez note des éléments qui devront faire l’objet d’une recherche supplémentaire. | | |
| **Que savez-vous du décideur ?** | | |
| D’où vient-il/elle ? Quelle est sa **formation/profession** ? |  | |
| Quel est son niveau d’**autorité** dans son organisation ? |  | |
| A-t-il/elle déjà **fait** **quelque chose** qui suggère qu’il/elle pourrait donner suite à votre requête ? |  | |
| A-t-il/elle déjà **dit quelque chose** pour ou contre votre objectif ou le problème auquel vous tentez de répondre ?  Dressez la liste de toutes ses déclarations pertinentes. |  | |
| Est-il/elle **disposé(e) et capable** d’agir sur des questions qui lui tiennent à cœur ? |  | |
| Qui est dans son **cercle social/politique** ?  Qui écoute-t-il/elle le plus ? |  | |
| **À quoi le décideur attache-t-il/elle de l’importance ?** | | |
|  | **Cochez si Oui** | **Preuve de sa position** |
| **Développement socio-économique**  Votre décideur est-il/elle engagé(e) à faire progresser l’économie et le développement social du pays ? |  |  |
| **Efficience (rapport coût-efficacité)**  Votre décideur est-il/elle connu(e) pour être soucieux du budget ? |  |  |
| **Jeunesse**  Les jeunes sont-ils au cœur de l’agenda de votre décideur ? |  |  |
| **Santé**  La santé publique est-elle au cœur de l’agenda de votre décideur ? |  |  |
| **Droits universels ou croyances religieuses**  Votre décideur a-t-il/elle utilisé des arguments religieux ou fondés sur les droits humains pour justifier ses actions ou positions ? |  |  |
| **Carrière**  Une action politique en faveur de votre sujet pourrait-elle faire avancer la carrière ou la réputation de votre décideur ? |  |  |
| **Autres sujets**  Ses déclarations publiques, ses actions politiques ou des renseignements confidentiels vous permettent-ils d’éclairer les valeurs de votre décideur ? |  |  |
| **Quelle est la valeur centrale de votre décideur ?** | | |
| Parmi toutes les valeurs que vous avez attribuées à votre décideur, laquelle semble être sa force motrice ? Sélectionnez sa valeur « centrale », fondamentale, et écrivez-la ci-dessous. | | |
|  | | |
| **En quoi répondre « oui » à votre requête bénéficiera au décideur ?** | | |
| Votre argument doit se focaliser sur le positif et transmettre l’idée que le leadership du décideur peut faire la différence. | | |
|  | | |

**Étape 5 : Formuler la bonne requête**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **5.1 Les différentes manières de défendre votre cause : Les trois « E »** | | | | |
| On décide de faire quelque chose pour de nombreuses raisons, aussi, chacun est plus sensible à certains types d’arguments que d’autres, qu’ils soient fondés sur des données, transmettent de l’émotion, ou qu’ils fassent appel au sens éthique. **Rédigez les arguments scientifiques, émotionnels et éthiques qui sous-tendent votre cause** | | | | |
| **Ensemble de preuves**  Quels faits établis soutiennent votre objectif ? | | **Émotion**  Comment pouvez-vous humaniser le besoin d’action que vous recherchez ? | **Éthique**  Quels arguments religieux, culturels ou éthiques soutiennent votre objectif ? | |
|  | |  |  | |
| **5.2 La boîte à messages en cinq points** | | | | |
| **La boîte à messages en cinq points compile tout le travail de base que vous avez effectué aux étapes 3 à 5, et synthétise ces informations pour en arriver à votre requête.** Répondez aux questions suivantes pour développer un message de plaidoyer adapté. | | | | |
| 1. Identifiez le décideur | En vous référant au décideur par son nom, et pas uniquement son titre, vous pourrez mieux adapter votre message. Revenez sur vos réponses de l’étape 4.1. Écrivez-les dans la case à droite. | | | (Nom et poste) |
| 1. Identifiez la valeur centrale du décideur | Qu’est-ce qui est important pour lui/elle ? Quelles déclarations publiques ou changements de politique le/la décideur a-t-il/elle introduits, respectivement, sur ce sujet ? Recopiez la valeur centrale de votre décideur identifiée à l’étape 4.2. | | | Valeur centrale : |
| 1. Anticipez ses objections et préparez vos réponses | Relisez les arguments scientifiques, émotionnels et éthiques que vous avez identifiés à l’étape 5.1 et anticipez les objections potentielles de votre décideur. Pour chaque objection, rédigez une ou plusieurs réponses potentielles. Ne donnez que les informations les plus pertinentes en fonction des valeurs du décideurs et des défis auxquels il/elle fait face. | | | Objection : |
| Réponse : |
| 1. Articulez votre requête SMART | La requête SMART est une réitération de votre objectif SMART, mais formulée comme une demande pour votre décideur. Dans l'encadré de droite, écrivez votre requête SMART, puis vérifiez-la par rapport aux critères SMART ci-dessous. | | |  |
|  | | | Cochez chaque critère auquel la requête répond. |
|  | | | * Spécifique |
|  | | | * Mesurable |
|  | | | * Atteignable |
|  | | | * Réaliste, pertinente |
|  | | | * Temporellement définie |
| 1. Répondez à la question: « Quel bénéfice ?” | Quels bénéfices correspondent à la valeur centrale du décideur ?  Expliquez au décideur pourquoi faire ce que vous lui demandez de faire bénéficiera au décideur lui/elle-même et renforcera ses valeurs, telles qu’identifiées à l’étape 4.2. | | |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **5.3. Sélectionnez le messager** | | | |
| Dressez la liste des personnes qui ont le plus de chances de pousser votre décideur à agir, et priorisez-la ou les deux personnes à qui vous avez accès ou qui ont le plus d’influence sur le décideur. Dans la colonne des notes, ajoutez des informations pertinentes (par exemple, leur relation avec le décideur ou la personne qui les contactera s'ils ne sont pas membres de votre groupe de travail sur le plaidoyer). | | | |
| **Nom** | **Titre** | **Téléphone/Email** | **Notes** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **5.4 Entraînez-vous à présenter votre requête de plaidoyer** | | | |
| **Simulez une réunion avec votre décideur à tour de rôle. Répartissez-vous en groupes de deux, sélectionnez une personne qui jouera le rôle du décideur, et l’autre celui du messager.** Utilisez les arguments de la boîte à messages en cinq points pour persuader le décideur d’agir. Le décideur devra se baser sur les valeurs identifiées à l’étape 4 pour répondre aux arguments, poser des questions et émettre des objections. Prenez des notes sur ce qui a ou n’a pas fonctionné à travers cette simulation. | | | |
| **Notes de l’exercice** | | | |
|  | | | |

**Étape 6 : Créer un plan de travail**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **6.1 Faîtes l’inventaire de vos ressources** | | | |
| **De quelles ressources aurez-vous besoin pour soutenir votre plaidoyer ? Quelle contribution votre organisation, les membres de votre groupe de travail, ou leurs organisations respectives peuvent-elles apporter en termes de financement, ressources humaines, compétences, etc. ? Avez-vous le temps, l’influence, et l’accès nécessaires ?** Cet examen interne couvre également les défis ou difficultés que vous pourriez rencontrer si vous n’aviez pas suffisamment d’influence, de financement ou de temps pour mener à bien votre stratégie de plaidoyer. Dans le formulaire ci-dessous, répondez par « oui » ou « non » à chaque question et décrivez la ressource correspondante dans la colonne suivante à droite. Si votre réponse est “non,” définissez comment votre groupe de plaidoyer obtiendra les ressources manquantes. | | | |
| De quelles ressources disposez-vous dans votre groupe de plaidoyer ? (chaque personne, organisation, ou collectivement) | Oui/Non | Décrivez-les ici | Si non, comment les obtiendrez-vous ? |
| * Avez-vous les ressources financières ? * Avez-vous le temps ? * Avez-vous des preuves (des données) pour soutenir votre requête ? * Avez-vous les ressources humaines nécessaires pour mettre en œuvre votre stratégie ? * Avez-vous accès à votre décideur et celles et ceux qui l’influencent ? |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **6.2 Créez un plan de travail smart** | | | |
| **Créez un chronogramme détaillé en assignant des rôles pour des activités spécifiques.** Désignez une personne ou organisation pour coordonner la stratégie et vérifier que toutes les activités du plan de travail soient mises en œuvre. Estimez les coûts de chaque activité. Ensuite, indiquez qui est responsable d’exécuter l’activité. Établissez des échéances pour suivre l’avancement de votre stratégie. | | | |
| **Coordinateur/trice de la stratégie :** | | | |
| **Activité** | **Coût estimé** | **Personnes responsables et leurs affiliations** | Calendrier |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**Phase 3 : Réussir le changement**

**Étape 7 : Présenter les arguments**

**Étape 8 : Suivre le plan**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **8.1. Extrants.** Référez-vous à la liste des activités dans votre plan de travail SMART. Sélectionnez les trois activités les plus importantes que vous surveillerez. Quel(s) produit(s) générerez-vous à travers les activités mises en œuvre ? Quelles sources, outils ou moyens utiliserez-vous pour mesurer ou vérifier votre/vos extrant(s) ? | | |
| **Objectif :** | | |
| **Activité** | **Extrant** | **Source de données ou moyens de vérification** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **8.2. Résultats.** Sélectionnez au moins deux résultats attendus si/quand l’objectif est atteint. Commencez par le résultat directement  associé à votre objectif SMART ; ensuite, anticipez les résultats subséquents qui pourraient découler d’un résultat ou  d’un gain de plaidoyer. Quelles sources, outils ou moyens utiliserez-vous pour mesurer ou vérifier vos/votre résultat(s) ? | | |
| **Objectif :** | | |
| **Résultat attendu** | **Indicateur(s) du résultat** | **Source de données ou moyens de vérification** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **8.3 IMPACT.** Pour traduire votre but en impact, décrivez les réalités les plus pertinentes qui soient à la fois mesurables et observables si le but est atteint. Lorsque vous obtiendrez plusieurs gains de plaidoyer, quels indicateurs permettront de démontrer l’impact ? Quelles sources, outils ou autres moyens utiliserez-vous pour mesurer, vérifier ou illustrer votre impact ? | | |
| **Impact attendu (énoncé du but)** | **Indicateur(s) d’impact** | **Source de données ou moyens de vérification** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**Step 9: Capture Results**

|  |
| --- |
| **9.1 Écrivez votre histoire** |
| Utilisez la fiche ci-dessous pour définir le plan de votre histoire de plaidoyer. |
| **Public cible** |
| Qui cherchez-vous à toucher à travers votre histoire (ex : des bailleurs de fonds, des membres du groupe de plaidoyer, des législateurs, d’autres organisations) et pourquoi ? |
|  |
| **Format** |
| Quelle est la meilleure manière de raconter votre histoire (ex : étude de cas, blog, vidéo, article de presse) ? |
|  |
| **Plan de dissémination** |
| Comment prévoyez-vous de communiquer votre histoire aux publics cibles (ex : présentation, site internet, email, réseaux sociaux) ? |
|  |
| **Titre** |
| En 15 mots ou moins, **résumez le résultat du plaidoyer** et pourquoi il est important. Rendez-le aussi spécifique et mesurable que possible. |
|  |
| **Résumé et message clé** |
| **Quel est le changement significatif dont vous parlez ?** Le résumé devrait être d’un ou deux paragraphes et développer les informations du titre. Il devrait être simple, direct, et répondre aux questions de base : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ? Qui a pris quelle décision à quelle date et dans quelle juridiction ? Incluez des détails sur la population potentiellement ou réellement touchée par le changement (si disponibles). |
|  |
| **Contexte** |
| **Quels éléments de contexte sont nécessaires pour comprendre l’importance du gain de plaidoyer ?** Quelle était la situation avant le gain  de plaidoyer ? Fournissez des données de base pertinentes, si disponible. Fournissez des données comparatives ou des informations de base,  le cas échéant, pour aider à contextualiser les données et l’histoire racontée. |
|  |
| **Stratégie et remerciements** |
| **Expliquez brièvement les aspects clés de votre stratégie de plaidoyer.** Qu’a fait votre groupe de travail pour décrocher ce gain de plaidoyer ?  Quel a été le rôle de votre organisation (le cas échéant) ? Comment avez-vous appliqué l’approche de plaidoyer SMART ? Quel a été le rôle d’autres partenaires et responsables politiques ? Incluez les noms de tous les partenaires et responsables politiques pertinents à qui vous devriez attribuer du crédit. |
|  |
| **Implications et étapes suivantes** |
| **Comment cela affectera-t-il vos futures activités ou votre capacité à atteindre votre but ?** Qu’anticipez-vous ensuite ? Quelles sont les étapes suivantes immédiates pour vous assurer que ce gain se traduise en actions concrètes ? (ex : si les sages-femmes sont maintenant autorisées à fournir des services de planification familiale post-partum, leur curriculum de formation devra-t-il être modifié ? Y a-t-il des besoins de financement pour les former ?) |
|  |
| **Citations, photos et graphiques [facultatif]** |
| **Les citations peuvent donner du rythme à votre résumé.** Elles peuvent offrir des perspectives informées sur l’impact (en répondant à la question « Qu’est-ce qu’on en a à faire ? ») ou enrichir votre contenu. Par exemple, vous pourriez citer un champion local ou un représentant du gouvernement. Assurez-vous de faire valider la citation par la personne concernée. Les photos peuvent captiver le lecteur et amplifier la reconnaissance du décideur ou de la cause plaidée. N’utilisez pas de photos de civils sans leur permission. Les graphiques peuvent faciliter la compréhension de vos résultats et de leur impact potentiel et ne doivent présenter qu'un seul point clé. |
|  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Modèle de suivi des progrès** | | |
| **Objectif de plaidoyer SMART :** | **Statut de l’objectif**  Indiquez « X » dans la case correspondant au statut de votre objectif  \_\_\_**En cours**  Date à laquelle les efforts de plaidoyer ont débuté : \_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_**Réalisé**  Date à laquelle l’objectif a été réalisé : \_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_**Modifié** | |
| **Activités clés**  Insérez les activités clés de votre plan de travail. | **Extrants**  Quel(s) produit(s) générerez-vous à travers les activités une fois mises en œuvre ? | **Source de données ou moyens de vérification**  Quelles sources, outils ou autres moyens utiliserez-vous pour mesurer ou vérifier votre/vos extrant(s) ? |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Extrants**  Commencez par le résultat directement associé à votre objectif SMART ; ensuite, réfléchissez aux résultats subséquents qui pourraient découler de ce premier gain de plaidoyer. | **Source de données ou moyens de vérification**  Quelles sources, outils ou autres moyens utiliseriez-vous pour mesurer ou vérifier votre/vos résultat(s) ? | |
|  |  | |
|  |  | |
|  |  | |
|  |  | |
| **Réflexions**  Réfléchissez régulièrement à votre expérience et à ce que vous avez appris au cours du processus de plaidoyer. Décrivez toutes opportunités et difficultés attendues ou inattendues. Utilisez vos réflexions pour confirmer si vous êtes ou non dans la bonne voie ou si vous devez réévaluer et affiner votre stratégie de plaidoyer. | | |
| **Opportunités** | | |
| **Défis** | | |