

MOBILISER LES ACTEURS DE PLAIDOYER EN PLANIFICATION FAMILIALE EN RD CONGO

PAR LA MÉTHODE SMART CHART™

Malonga Miatudila, Alison Bodenheimer

**Kinshasa
10 juillet 2013**

BUT

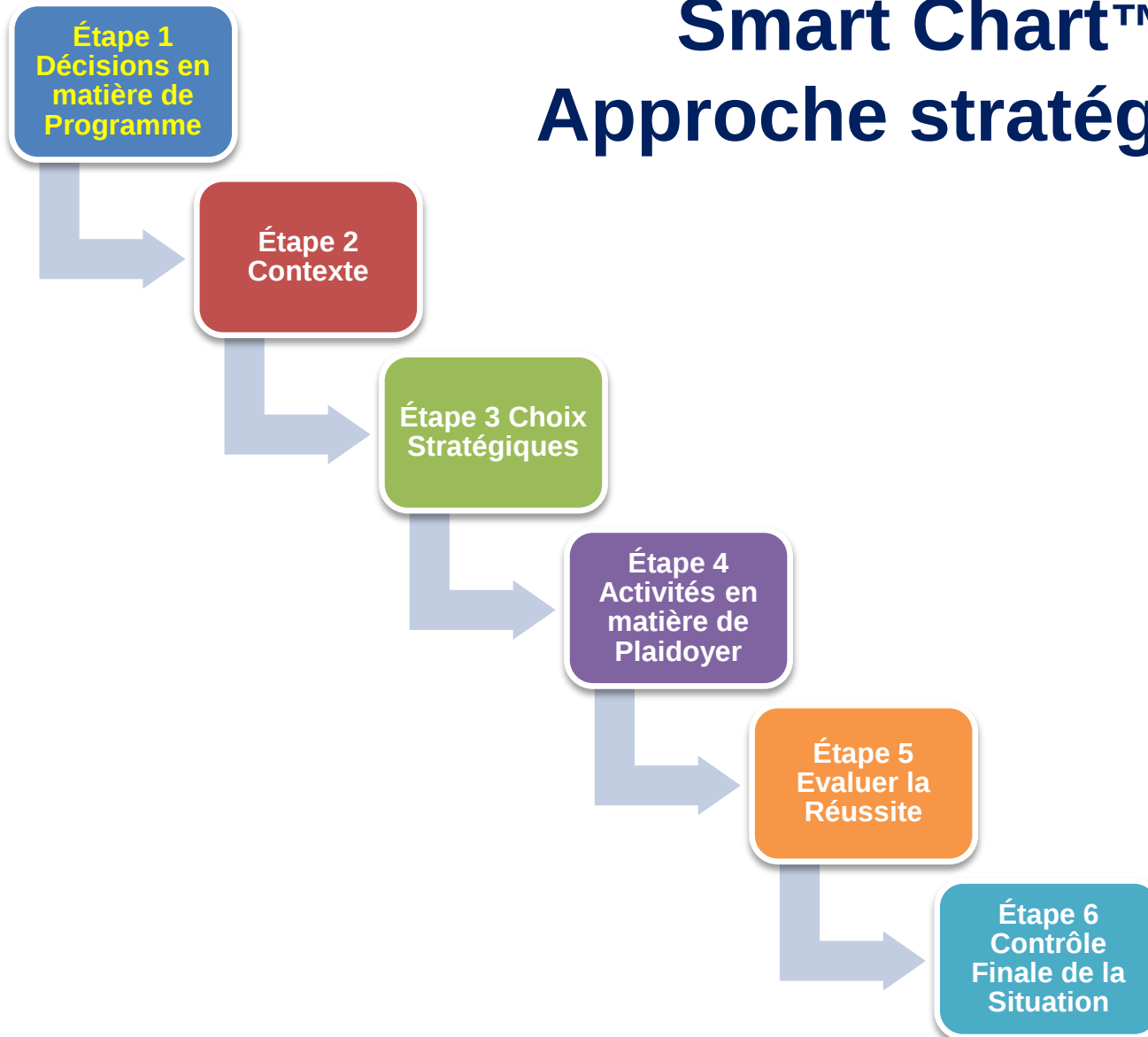
Faciliter la réalisation d'un consensus sur les cibles de l'engagement FP2020 que la RD Congo pourrait annoncer à la Conférence Internationale sur la PF à Addis Ababa (13-15 novembre 2013)

- *Faisons des choix et concentrons-nous sur un nombre de points limités*
- *Cibler les décideurs centraux*



Smart Chart™

Approche stratégique



Étape 1 : Pensez SMART pour décider en matière de programme et fixer des objectifs

S- M- A- R- T

S pécifiques

M esurables

A ccessibles

R éalistes

T emporellement définis

Étape 1 : Décisions en matière de Programme

But

Augmenter l'accès et l'utilisation de la contraception

Objectif

Le gouvernement de la RD Congo annonce un engagement fort FP2020

Cible

Qui peut agir pour que cet objectif soit atteint?

Étape 1: Qui peut agir pour que cet objectif soit atteint?

Qui détient le pouvoir susceptible de permettre l'atteinte de cet objectif?

(cible primaire)

Qui peut intervenir pour que les engagements en faveur de la PF se matérialisent?

(cible secondaire)

Étape 1: Décisions en matière de Programme

Qui est la cible primaire?

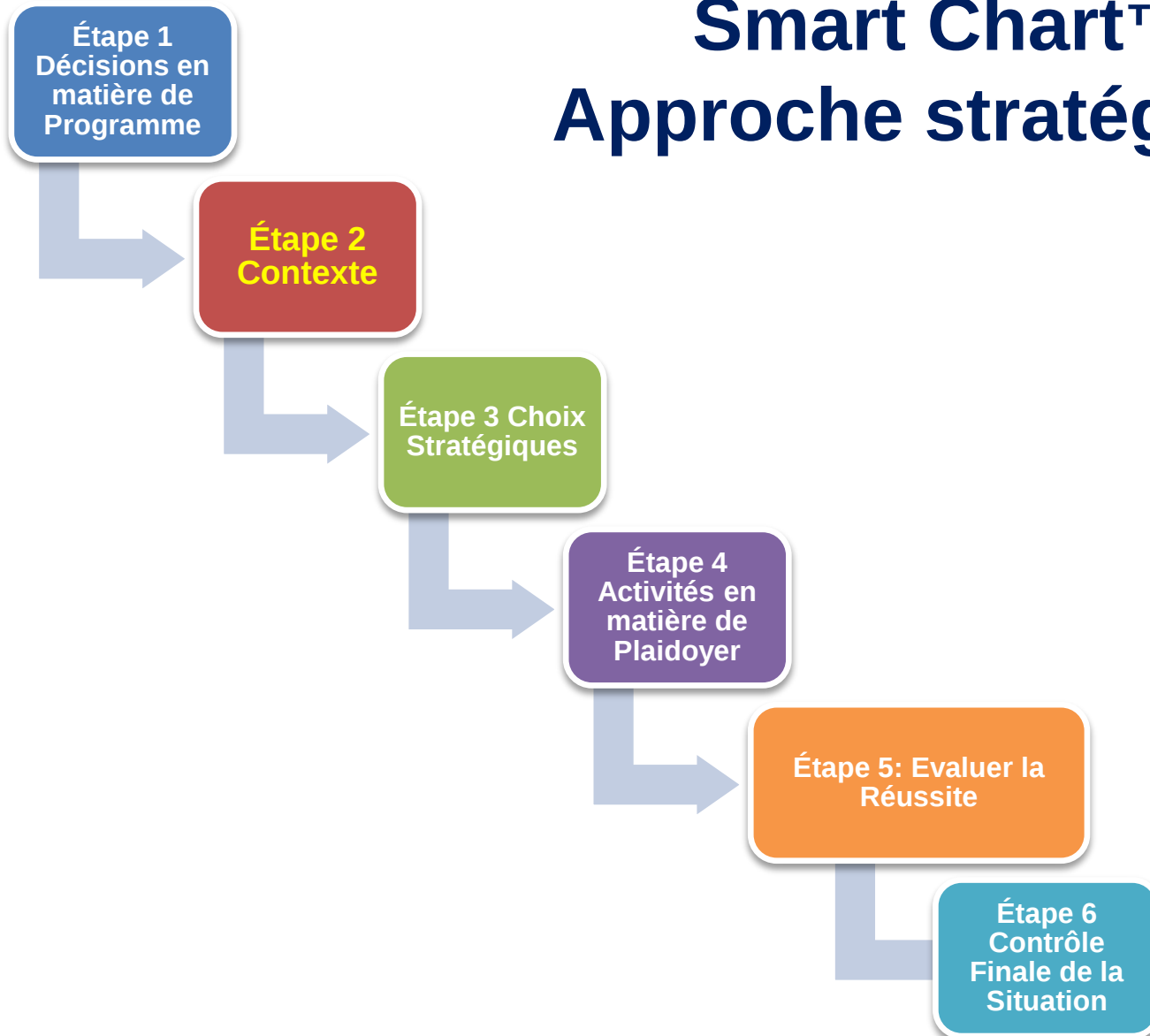
Travail en groupe:

Identifier les personnes qui
détennent le pouvoir susceptible
de permettre l'atteinte de cet
objectif



Smart Chart™

Approche stratégique



Étape 2 : Contexte



ÉTAPE 2 : Analyse du Contexte Interne et Externe

- L'équipe de plaidoyer possède-t-elle les relations nécessaires?
- A-t-elle le temps nécessaire?
- A-t-elle besoin de ressources supplémentaires?
- Y a-t-il d'autres facteurs externes qui pourraient rendre le plaidoyer plus facile ou plus difficile?
- Existe-t-il des raisons pour l'inaction de la part du gouvernement?
- Quels sont les atouts en matière de plaidoyer?
- Quels sont les contraintes en matière de plaidoyer?



Étape 2: Contexte

Analyse Interne et Externe

Travail en groupe :

Faire l'analyse interne et externe



Étape 2 : Contexte – où se trouve le gouvernement actuellement?

- Cadrer
- Renforcer/
Amplifier
- Recadrer



Étape 2 : Contexte

Position 1— Cadrez votre position

À utiliser dans le cas où :

- Aucun débat actif en la matière est en cours
- Peu de personnes ont les connaissances et les compétences requises
- Quelques idées préconçues existent

Étape 2 : Contexte

Position 2 — Renforcez ou Amplifiez

À utiliser dans le cas où :

- Débat en la matière est en cours
- Les termes de débats sont favorables
- La population est favorable à votre démarche

Étape 2 : Contexte

Position 3—Recadrer votre Position

À utiliser dans le cas où :

- La réussite est impossible dans le cadre actuellement défini
- Il existe un besoin de créer un nouveau cadre d'action et d'établir un dialogue plus productif

Étape 2 : Contexte

Besoin de:

- Cadrer votre position
 - Renforcer ou Amplifier
 - Recadrer votre position
- *Où en est la RD Congo maintenant?*



Étape 2: Contexte

Position 3 – Définir votre position

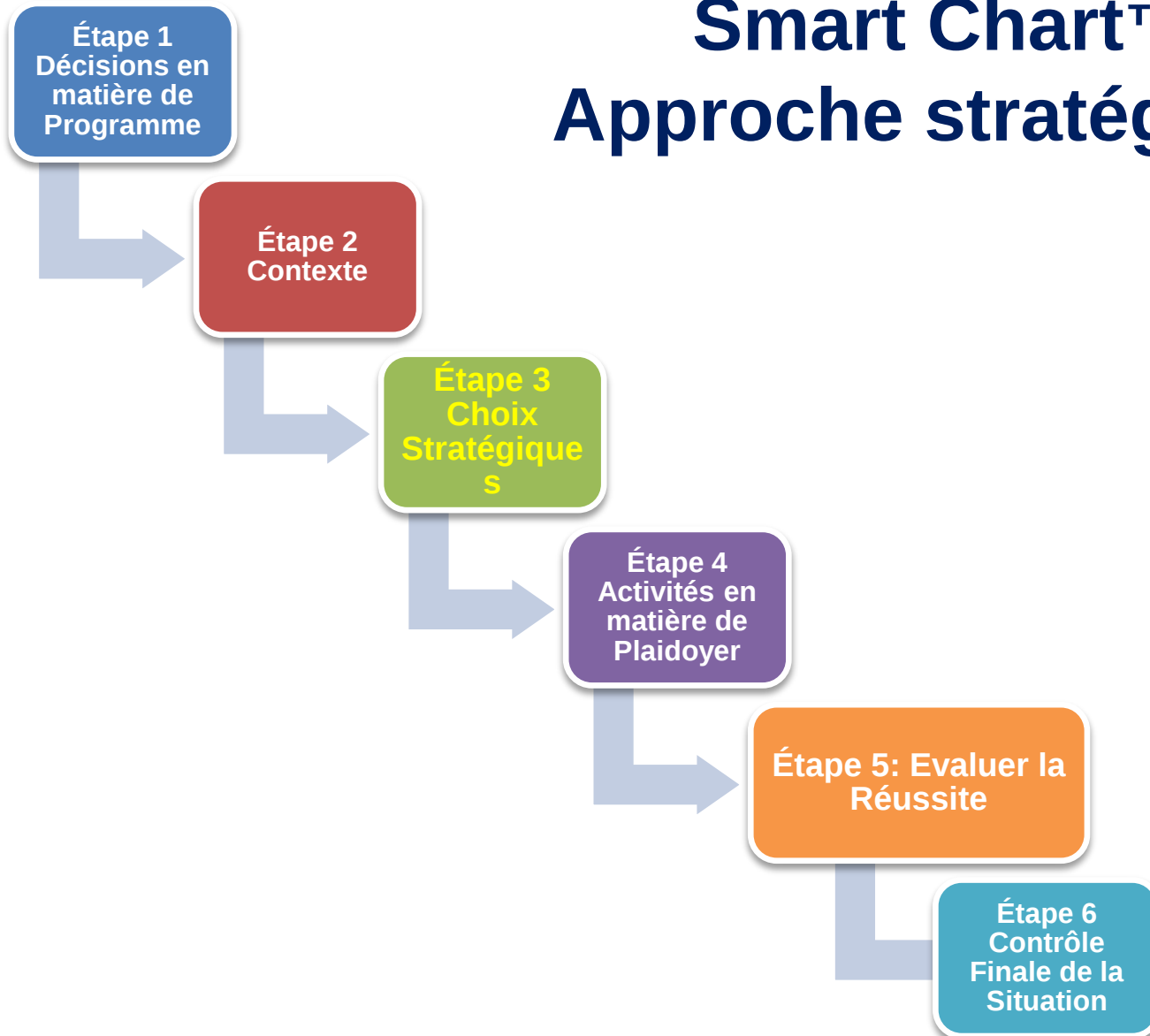
Travail en groupe:

Définissez la position du
gouvernement



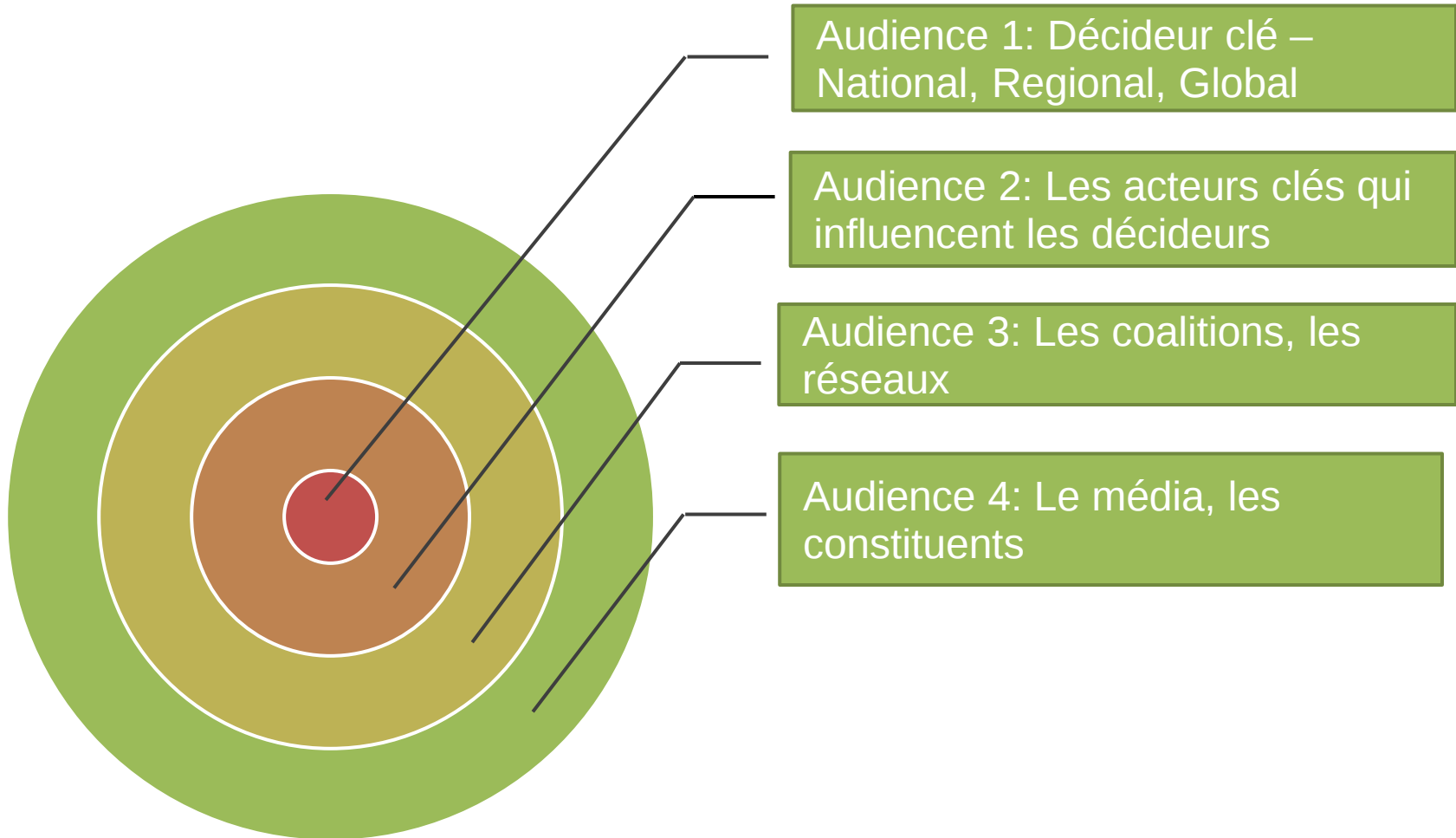
Smart Chart™

Approche stratégique



ÉTAPE 3 : Choix Stratégiques

Exemple: Qui Contrôle le Budget?



Étape 3: Choix Stratégiques

Que faire avec votre Audience

1. Partagez vos connaissances
2. Construisez une volonté d'agir
3. Produire une boîte à message



Étape 3: Choix Stratégiques

Partager votre connaissance si l'audience:

- ✓ Ne possède pas d'informations
- ✓ Possède des informations, mais ne s'en préoccupe pas
- ✓ Est d'accord, mais a besoin de soutien avant d'agir

Étape 3: Choix Stratégiques

Construisez une volonté d'agir si vous:

- ✓ Identifiez les obstacles
- ✓ Restez dans une zone de confort
- ✓ Donnez la priorité aux actes positifs plutôt qu'à la prise de risques

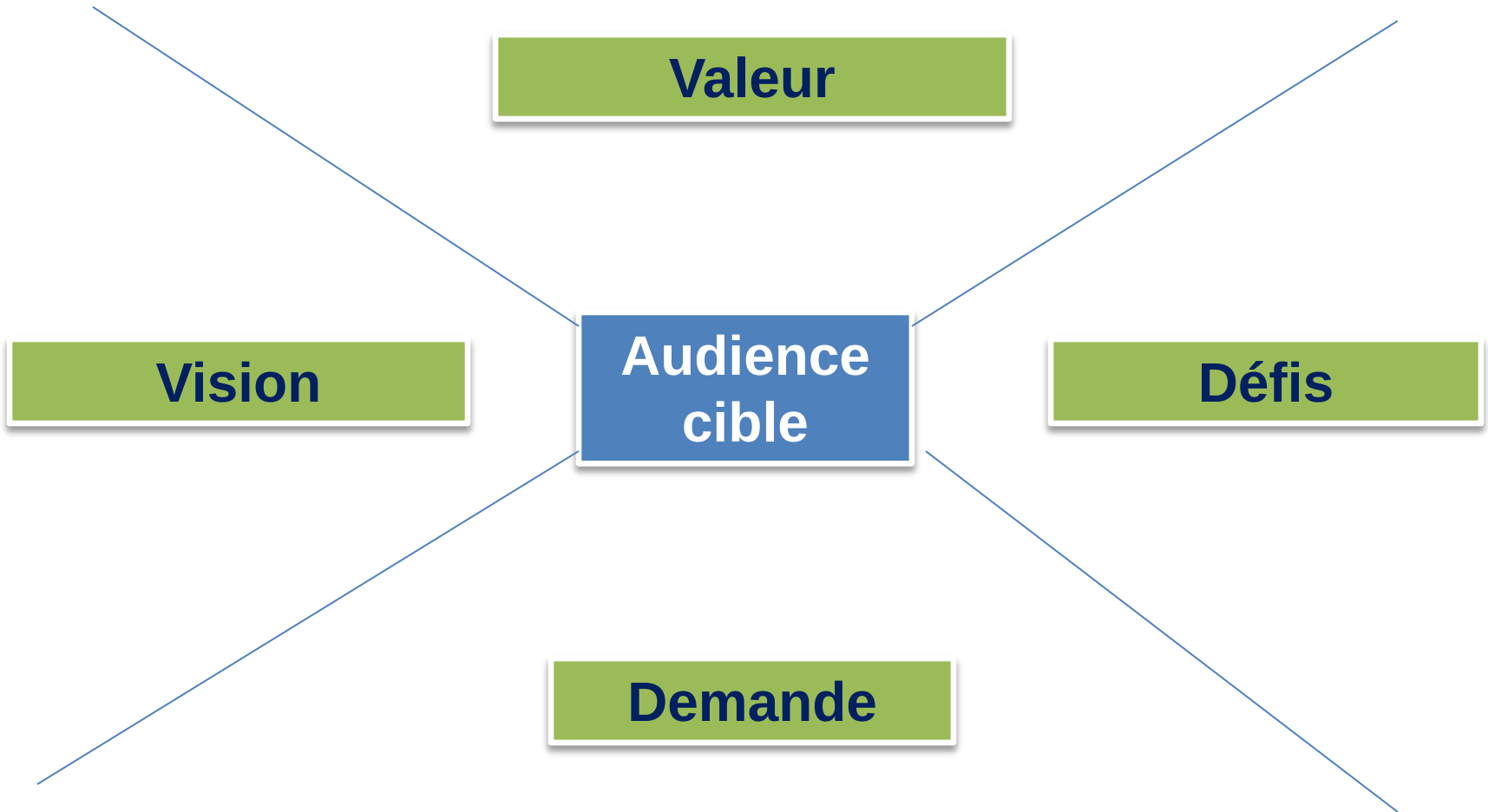
Étape 3: Choix Stratégiques

Travail en groupe:

Ciblez votre audience



Étape 3 : Choix Stratégiques - Produire une Boîte à Message



Étape 3 : Choix Stratégiques

Boîte à Message de type « Case »

Valeur :
Amener votre audience à
vous suivre positivement

Vision :
« Et après ? »
Ce qui aura changé
par l'intervention de
votre audience



Défis:
(c'est-à-dire, comment
surmonter les obstacles)

Demande :
Quelle est la SEULE ACTION
essentielle et spécifique à
mener?

Étape 3 : Choix Stratégiques

Boîte à message - Exemple

Valeur :

Il est crucial d'améliorer la santé maternelle pour atteindre les OMD

Vision :

Investir dans la planification familiale permet d'atteindre les OMD



Défis:

En répondant à des besoins jusqu'ici insatisfaits en matière de PF, vous sauvez des vies, des ressources, et atteignez des OMD

Demande :

Créer une ligne budgétaire en matière de contraception dans le cadre des dépenses à moyen terme

Étape 3 : Choix Stratégiques

Messages

- Le message reflète-t-il les problèmes majeurs ?
- Le message permet-il de surmonter – et non de renforcer les obstacles ?
- La demande formulée se trouve-t-elle dans la zone de confort de l'audience ?
- Si non, les avantages projetés l'emportent-ils sur le risque encouru ?



Étape 3 : Choix Stratégiques

Messages

- Le message propose-t-il une vision ou bien est-il axé sur la satisfaction personnelle ?
- Le message communique-t-il bien le besoin de réussite ?
- Le message est-il adapté au thème choisi ?

Étape 3 : Choix Stratégiques - Erreurs à éviter pour les messages

Ennuyeux !

J'en ai déjà assez !

Trop de statistiques !

Absence de situations intéressantes !

Étape 3 : Choix Stratégiques Messages

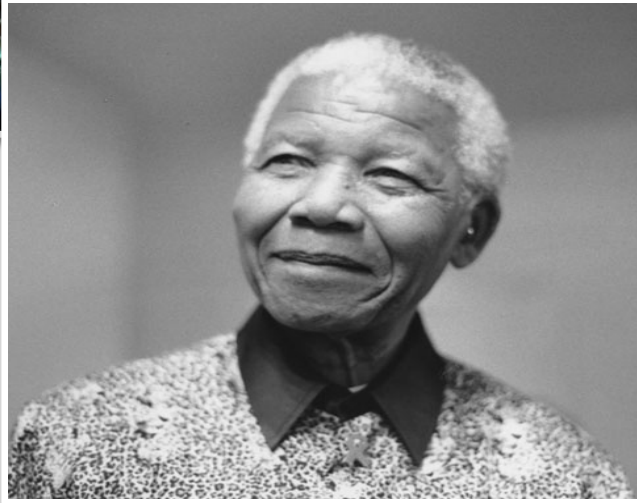
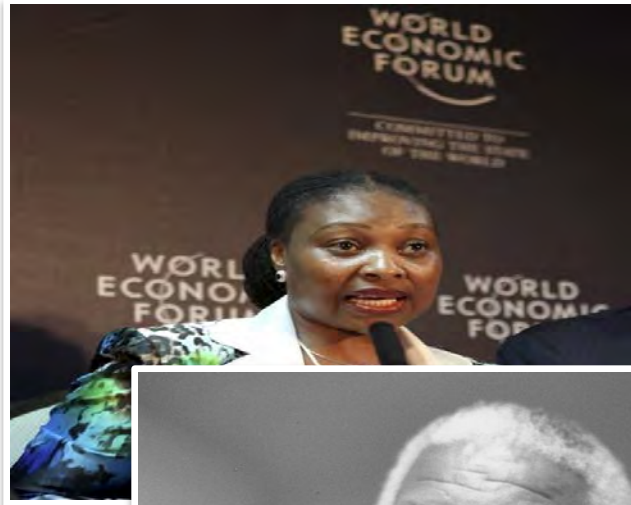
Travail en groupe:

Construisez une Boîte à Message
vision, valeur, etc.



Étape 3 : Choix Stratégiques

Porteurs de Message



Étape 3 : Choix Stratégiques

Décisions à Prendre

Message

- Points essentiels propre à chaque audience ciblée
- **Porteurs de Message**
- Qui correspondra le mieux ?
- Sont-ils disponibles? Ont-ils des connaissances?
- Quel est leur groupe social de référence en la matière ?
- Exemple d'un leader reconnu pour ses prises de décisions ?

Étape 3 : Choix Stratégiques

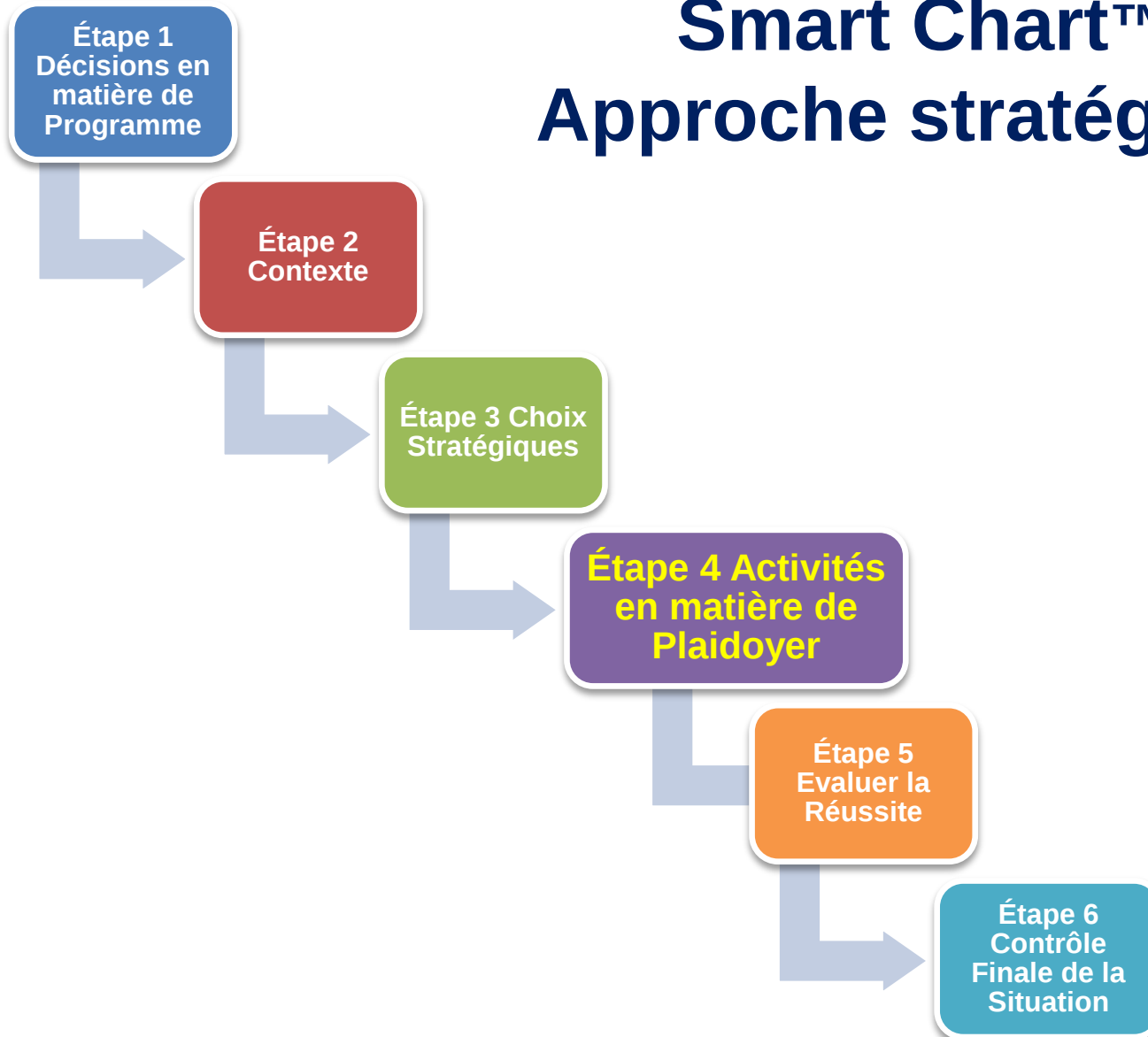
Travail en groupe:

Choisissez un porteur de message et faites les jeux de rôles pour présenter le « demande »



Smart Chart™

Approche stratégique



Étape 4 : Activités de Plaidoyer

Les Tactiques

- Présentation des évidences
- Réunions individuelles
- Évènements majeurs



Étape 4 : Activités pour le Plaidoyer

Période de mise en œuvre

- Existe-il au cours des prochains 3 mois des opportunités naturelles où on peut parler avec le gouvernement?



Étape 4 : Activités pour le Plaidoyer

Les ressources humaines

Quelles personnes/quelles organisations, seront chargées de la réalisation de quelles tâches ?

Comment gérer les missions, évaluer les avancées et rendre compte aux personnes intéressées ?

Étape 4 : Activités pour le Plaidoyer

Le Budget

Quels sont les coûts ?

Qui va payer?



Étape 4 : Activités pour le Plaidoyer

Tactiques: QUOI?

- Quelles activités mettrez-vous en place pour faire passer votre message à votre ou à vos audience(s) cibles ?

Plan de Travail: QUAND?

- A quel moment mettrez-vous en œuvre les différentes tactiques ?

Tâches: PAR QUI?

- Qui mettra en place les activités planifiées ?

Étape 4: Activités pour le Plaidoyer

Tâches et responsabilités

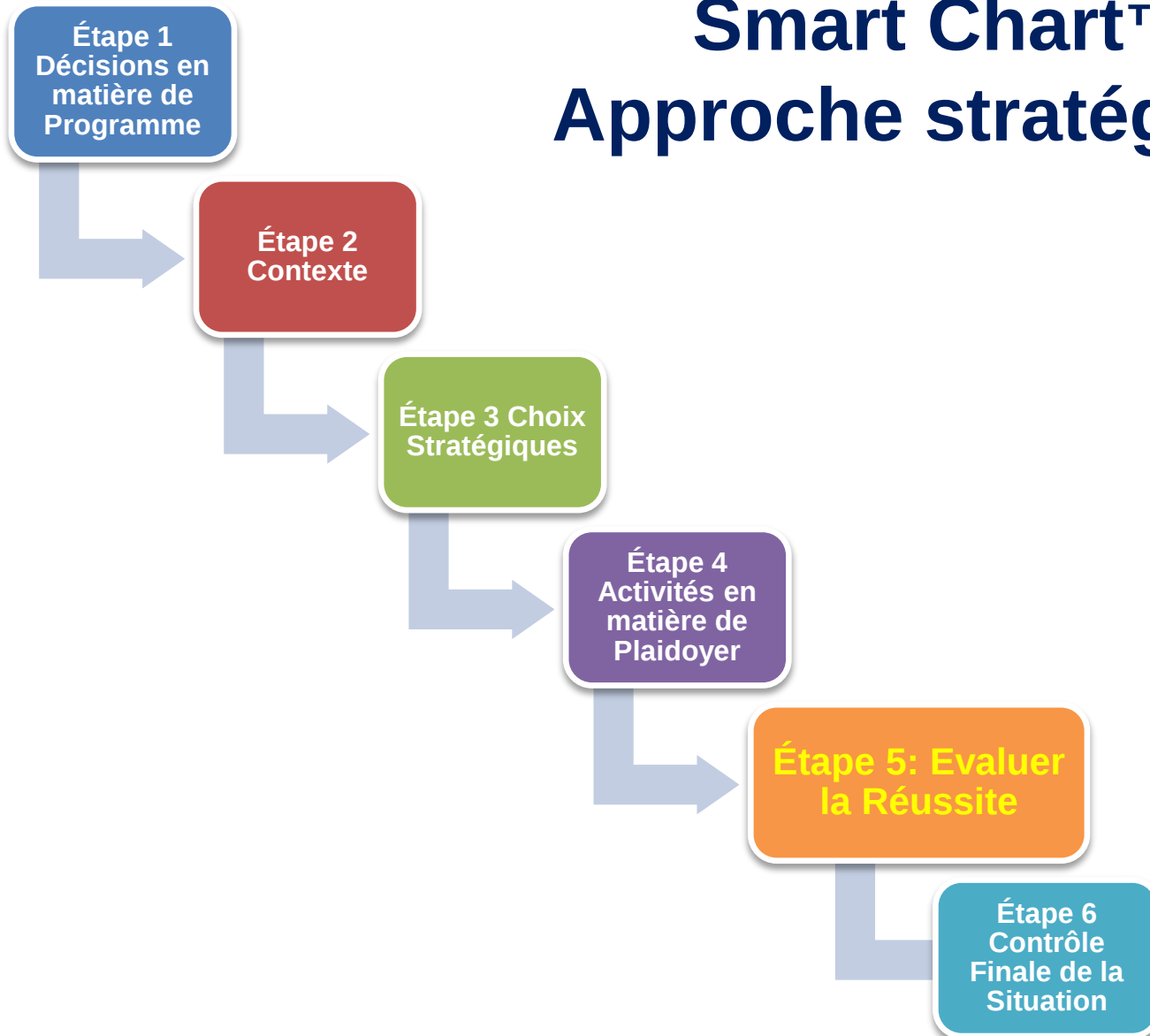
Travail en groupe:

Déterminer les tactiques de plaidoyer, les ressources humaines, le budget et les périodes de la mise en œuvre



Smart Chart™

Approche stratégique



Étape 5 : Évaluez votre Réussite

Actions

Ce que vous avez fait

Résultats

**Ce que vous avez
obtenu**

Étape 5: Évaluez votre Réussite

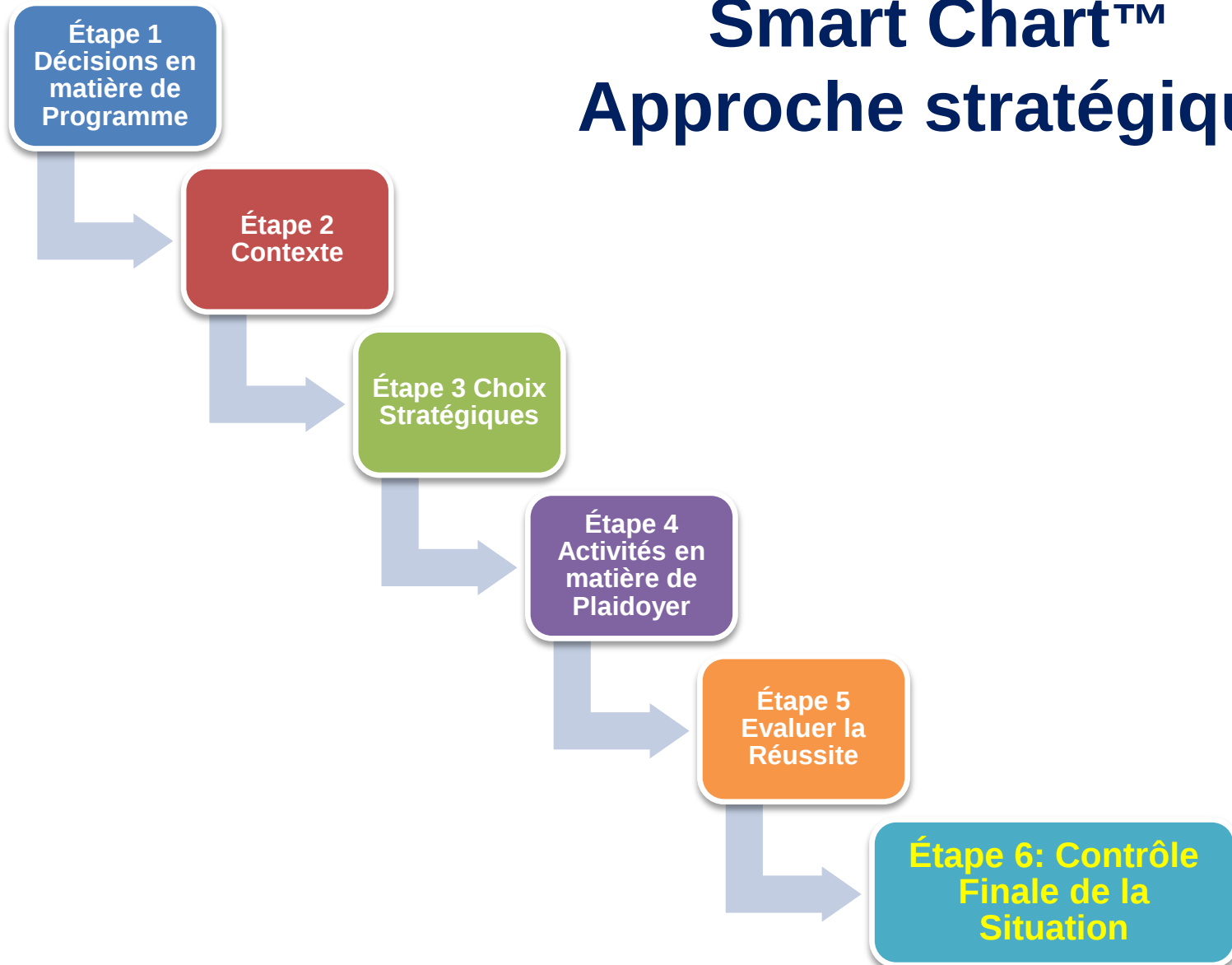
Travail de groupe:

Déterminer des Résultats et les Effets Attendus



Smart Chart™

Approche stratégique



Étape 6 : Contrôle Finale de la Situation

Faisabilité

Recherche d'incohérences

Analyse des hypothèses

Intégration d'un plan général

Examen régulier des progrès réalisés

Étape 6: Contrôle Finale de la Situation

Travail en groupe:

Réviser votre stratégie en fonction de votre situation réelle



Pour en savoir plus sur Spitfire Strategies™

<http://www.spitfirestrategies.com/>

Merci pour votre attention

