

# Plaidoyer pour l'assainissement : un guide succinct

Activités de plaidoyer pour l'assainissement à l'occasion de l'Année internationale de l'assainissement et au-delà



© Borchling/Agenda-foretext



## L'Année internationale de l'assainissement 2008

En décembre 2006, l'Assemblée générale des Nations Unies a déclaré 2008 l'Année Internationale de l'Assainissement (AIA). L'AIA a deux objectifs majeurs : attirer l'attention de la communauté mondiale sur l'impact de l'assainissement sur la santé publique, sur la dignité humaine, sur le développement économique et social et sur l'environnement ; ainsi qu'accélérer les progrès envers la réalisation de la cible pour l'assainissement des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD).

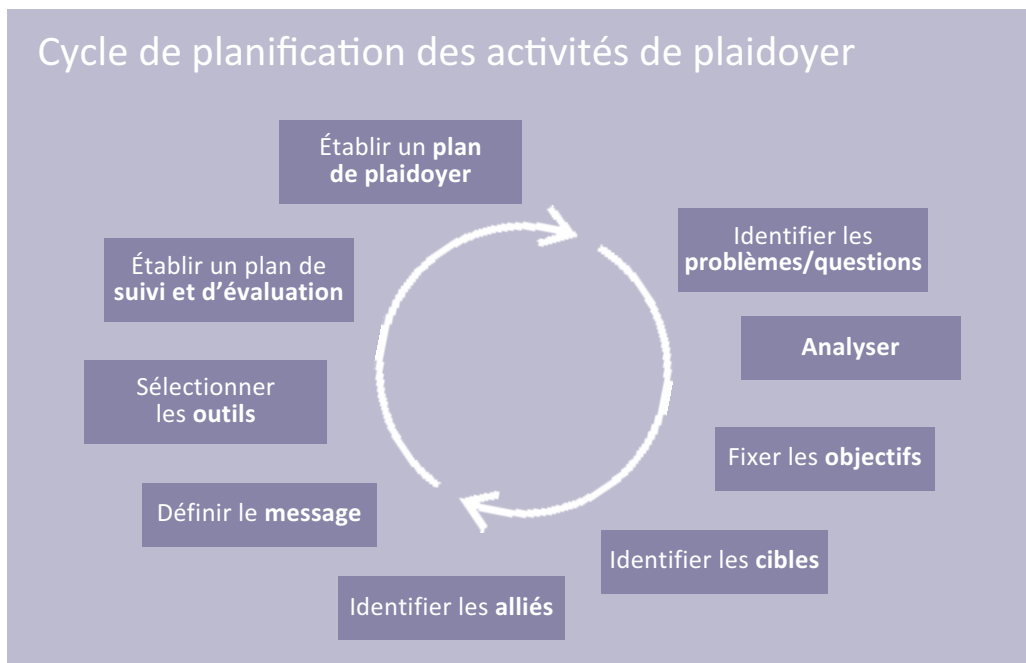
L'existence même de l'AIA est un bon exemple de plaidoyer réussi. Le Conseil consultatif sur l'eau et l'assainissement auprès du Secrétaire général de l'ONU (UNSGAB) et la société civile ont fait pression sur les représentants des gouvernements afin qu'ils reconnaissent l'importance de l'assainissement, ce qui a finalement mené à la désignation de l'année 2008 en tant qu'Année internationale de l'assainissement par l'Assemblée générale. L'AIA est à son tour un exercice de plaidoyer

majeur, un outil qui tourne les projecteurs vers l'urgence du problème des mauvais systèmes d'assainissement et qui amène les dirigeants et les décideurs, les médias et le public à dialoguer sur les solutions à apporter à cette crise.

Cette trousse de plaidoyer a été développée pour vous informer et vous assister dans la planification et l'élaboration de vos propres activités de plaidoyer pour l'assainissement dans votre pays ou votre région.

## Étapes et éléments clés pour la planification des activités de plaidoyer

Le terme plaidoyer a ses origines dans le droit, mais sa signification contemporaine est « le processus de gestion de l'information et des connaissances de façon stratégique afin de changer et/ou d'influencer les politiques et les pratiques qui affectent la vie des personnes – en particulier des personnes défavorisées ».



Des activités de plaidoyer efficaces nécessitent une planification adéquate. Le cycle de planification des activités de plaidoyer montre les étapes les plus importantes de planification et de mise en œuvre du travail de plaidoyer. En pratique, cependant, certaines de ces étapes sont souvent négligées, ce qui rend difficile la mesure et l'évaluation de l'efficacité et des impacts des efforts de plaidoyer. Ainsi, il est important de planifier vos activités de plaidoyer de façon systématique. Les questions clés sont les suivantes :

1. Identifier les problèmes/questions : que voulons-nous changer ?
2. Analyser : que savons-nous déjà, et quelles informations pouvons-nous utiliser ?
3. Fixer des objectifs : quels sont nos objectifs de plaidoyer spécifiques ?
4. Identifier les cibles : qui souhaitons-nous influencer ?
5. Identifier les alliés : avec qui pouvons-nous collaborer ?
6. Sélectionner les outils et définir les messages : quelle est la meilleure façon d'atteindre nos cibles ?
7. Etablir un plan de suivi et d'évaluation : comment pouvons-nous mesurer l'impact de ce que nous avons réalisé ?

# Répondre aux questions clés et planifier vos activités



## 1. Identifier les problèmes/questions : que voulons-nous changer ?

L'Année internationale de l'assainissement se concentre sur les questions suivantes : un mauvais assainissement porte préjudice à la santé humaine, entraînant des millions de décès d'enfants et de bébés ; un mauvais assainissement freine le développement économique et social ; un mauvais assainissement dégrade l'environnement. Cependant, changer cette situation est possible : nous savons ce qu'il faut faire. Commencez par utiliser les informations contenues dans cette trousse pour identifier les problèmes les plus urgents dans votre contexte local et national.

## 2. Analyser : que savons-nous déjà et quelles informations pouvons-nous utiliser ?

Pour assurer votre crédibilité aux yeux de vos groupes cibles, vous devez être bien informés et en savoir plus que les simples faits clés. C'est sur ce point que votre trousse de plaidoyer vous sera utile. Vous pourrez obtenir les versions électroniques de toute la documentation contenue dans cette trousse ainsi que des informations complémentaires sur le site Web officiel de l'AIA [www.sanitation2008.org](http://www.sanitation2008.org). Pour les activités régionales, vous aurez cependant besoin de données spécifiques sur votre région et sur les problèmes propres aux populations locales. Les données locales seront les plus convaincantes auprès des médias et des élus locaux – consultez les sites Web recommandés dans cette trousse et abordez la société civile et les scientifiques qui travaillent sur les questions sanitaires et environnementales !

## 3. Fixer des objectifs : quels sont nos objectifs de plaidoyer spécifiques, et comment pouvons-nous les rendre intelligents (SMART<sup>1</sup>) ?

Tout comme les objectifs des projets ou des programmes, les objectifs de plaidoyer doivent être intelligents (SMART).

- *Spécifiques (que voulons-nous atteindre exactement ?)*
- *Mesurables (le saurons-nous lorsque nous y serons parvenus ?)*

- *Atteignables (est-il possible d'y parvenir compte tenu de nos ressources et de notre temps ?)*
- *Réalistes (sont-ils pertinents pour toutes les parties prenantes et par rapport au problème réel ?)*
- *Définis dans le Temps (quelle date nous fixons-nous pour atteindre nos objectifs ?)*

## 4. Identifier les cibles : qui voulons-nous influencer ?

A qui nous adressons-nous : aux membres d'une communauté ? Aux autorités municipales ? Aux ONG ? Aux élus locaux ou nationaux ? Aux entreprises ?

Vos recherches et votre analyse sur vos problèmes et questions liés au plaidoyer auront montré ses caractéristiques spécifiques locales et les relations de pouvoir autour de ces questions, ce qui vous aidera à déterminer qui a le pouvoir de mettre en œuvre les changements que vous souhaitez voir se produire. Plus vous connaissez et définissez vos cibles, plus vous serez capable de sélectionner les outils et les approches de plaidoyer les plus appropriés pour les atteindre et les influencer. **Utilisez la matrice de cette trousse de plaidoyer !**

## 5. Identifier les alliés : avec qui pouvons-nous collaborer ?

Commencez par recueillir des informations sur les partenaires potentiels. N'oubliez pas de prendre contact avec des groupes moins conventionnels. Approchez une vaste gamme de partenaires en leur présentant des activités et événements sur lesquels discuter et mettez-vous d'accord sur leur implication et leur soutien. Discutez de leur participation en vous concentrant sur leurs propres intérêts. En plus de soutenir une bonne cause, de nombreuses activités peuvent accroître leur visibilité auprès de la communauté ou du grand public. Par exemple, lorsque vous approchez les acteurs du secteur privé, consultez leur stratégie de responsabilité sociale d'entreprise.

<sup>1</sup> Smart signifie intelligent en anglais

## 6. Sélectionner les outils et définir les messages : quel est le meilleur moyen d'atteindre nos cibles ?

Il existe de nombreux outils de communication pour mener un bon travail de plaidoyer tels que : dossiers de presse, bulletins d'information et affiches, télévision, radio, journaux, spectacles et théâtre, artistes et célébrités, Internet, groupes de pression, visites de projet, pétitions, affiches, dépliants, etc. Vous combinerez généralement plusieurs outils, mais vous devez étudier un vaste éventail d'options pour trouver les outils qui auront potentiellement le plus gros impact sur vos groupes cibles.

Pour élaborer des messages clairs, transformez vos données et vos informations en des messages auxquels vos cibles peuvent s'identifier. En l'occurrence, préférez de brefs extraits d'interviews enregistrées, des slogans, ou de courtes déclarations : « Des toilettes pour tous » est un bon exemple. Transformez les faits et les statistiques purs en des messages clairs et faciles à retenir et des histoires vivantes. Cinq messages clés ont été développés pour l'AIA – c'est à votre tour de les adapter à votre audience cible :

1. *L'assainissement est essentiel à la santé*
2. *L'assainissement génère des bénéfices économiques*
3. *L'assainissement contribue à la dignité et au développement social*
4. *L'assainissement protège l'environnement*
5. *Améliorer les systèmes d'assainissement est possible*

Accordez une attention particulière au message 5 qui est à la fois orienté sur l'action et les solutions : en plus de mettre en valeur les problèmes liés à l'assainissement, accentuez les moyens précis afin d'améliorer les systèmes d'assainissement dans votre contexte local et national. Par exemple, expliquez aux élus locaux que les investissements dans l'amélioration des systèmes d'assainissement généreront des retours sur investissement et des bénéfices économiques considérables ce qui peut positivement influencer l'électorat.

## 7. Le suivi et l'évaluation : comment pouvons-nous mesurer l'impact de nos activités ?

Le suivi et l'évaluation des activités de plaidoyer nécessitent des critères d'évaluation clairs permettant de mesurer le niveau de réussite.

Durant la phase de planification, définissez des indicateurs de succès pour tous les objectifs. Si votre objectif est de diminuer le nombre de maladies diarrhéiques dans une région donnée, vos indicateurs pourraient être « plus de fonds de la part du gouvernement local ou national » et « une augmentation du nombre de toilettes propres ». Les indicateurs doivent être établis pour tous les aspects des activités : les contributions (le temps, les ressources), les produits (les réunions, les visites, les rapports), les résultats (couverture médiatique, débats parlementaires, changements d'orientation politique) et les impacts (par exemple l'effet d'un changement d'orientation politique sur les vies des communautés défavorisées). Les résultats et les impacts sont évidemment les plus difficiles à mesurer, mais en définitive ils sont les plus importants pour l'évaluation de vos activités de plaidoyer.

Il est important d'analyser régulièrement l'évolution de vos activités, afin de pouvoir rectifier le tir si nécessaire. Posez-vous les questions suivantes : est-ce que notre message a atteint les audiences clés ? Avons-nous utilisé les données d'une manière convaincante ? Que pouvons-nous faire d'autre afin d'atteindre notre objectif ? Comment pouvons-nous utiliser nos ressources financières de manière plus efficace ?

Si aucune donnée quantitative chiffrée n'est disponible pour mesurer les impacts, recueillez toutes les preuves disponibles (telles que des coupures de presse) aussi systématiquement que possible. Présenter un argument raisonné concernant un impact plausible, en fonction de ce qui a été accompli à ce jour, est souvent la seule chose qu'il soit possible de faire.