GROUPE DE SUIVI BUDGETAIRE MALI

Rapport de Formation sur le Plaidoyer-Lobbying

Bougouni 27 au 2 Décembre 2017

INTRODUCTION

Sur financement de l'ambassade du royaume de Danemark, le Groupe de Suivi Budgétaire (GSB) a organisé une série de formations destinées à la société civile qui vise de façon générale à accroitre la transparence dans la gestion des affaires publiques des collectivités locales.

La présente séance de formation porte sur le Plaidoyer lobbying

Jour I :

A été essentiellement porté sur le plaidoyer. Après les mots de bienvenue de M. Salia COULIBALY, point focal du Groupe de Suivi Budgétaire à Bougouni (GSB), la présentation des participants (voir liste de présence) et des facilitateurs (M. Dialakoro KEITA et Mme Fatoumata TRAORE), les travaux proprement dits de l'atelier de formation ont commencé par la nomination du village (Bendougou) , la désignation d'un chef de village (N'Tjinimba BAGAYOGO) et de son adjointe (Mme MAIGA Djénabou DICKO) ainsi que deux rapporteurs (MM. Bèmè KONATE et Mamadou COULIBALY).

Tous les 30 participants était présent (**Voir liste de Présence**).

Les activités proprement dites ont commencé à 9 heures et ont porté sur les objectifs, où les effets du plaidoyer parmi lesquels nous avons retenus entre autres :

- Influencer ceux qui ont le pouvoir de décider
- Mobiliser les intéressés
- Argumenter
- Convaincre tous les acteurs
- Persévérer dans les efforts
- Avoir le soutien des autres

Les facilitateurs ont expliqué que le plaidoyer a un rôle à jouer partout où un changement doit se faire.

Le Plaidoyer est un processus mené par un groupe d'individus, d'organisations, d'institutions… en vue d'opérer un changement, d'influencer une décision dans un domaine donné.

Pourquoi le plaidoyer ?
Que peut faire le plaidoyer ?

Le plaidoyer peut permettre d'influencer une décision

L'atelier a identifié neuf éléments fondamentaux du plaidoyer, 9 éléments déclinés en questions à se poser et en avantages. Ces éléments constituent un préalable au processus du plaidoyer.

A l'issu d'un brainstorming certains des neuf éléments ont fait l'objet de discussion entre les participants.

Les mécanismes opérationnels du plaidoyer qui se résument en quatre niveaux nécessaires notamment.

1- Mécanisme de coordination ;
2- Coalition et réseaux pour l'exécution des activités de plaidoyer ;
3- Partenariat efficace avec les médias.
4- Institution pour livrer les produits techniques

Les niveaux d'intervention du plaidoyer

- Le niveau international
- Le niveau national ;
- Le niveau régional ou intermédiaire
- Le niveau local ou communautaire
- Niveau familial.

Les facilitateurs ont informé que les cibles et les artisans du plaidoyer peuvent être :

- Des personnes physiques : individus, groupe d'individus
- Des personnes morales : institution ou l'ensemble d'institutions
- Des artisans

Les facilitateurs ont expliqué que les artisans doivent entreprendre le plaidoyer avec engagement, conviction, dévouement, dans la confiance, la persévérance et l'esprit d'équipe

Si dans un premier temps le plaidoyer a été défini par ce qu'il est, dans un second temps, nous l'avons défini par ce qu'il n'est pas. Ainsi donc nous avons dit que le plaidoyer n'est pas :

Une activité ponctuelle ;
Un programme classique de développement
Une simple négociation
Une panacée pour résoudre tous les problèmes de développement
Une solution miracle
Une simple sensibilisation, ni un cri de cœur
Une action spontanée
Une simple activité de communication
Une action de résolution d'un problème individuel
Une action facile.
Les domaines possibles de plaidoyer :
Plaidoyer à caractère politique
Le plaidoyer économique et commercial
Le plaidoyer à caractère scientifique et technologique
Le plaidoyer à caractère militaire
Le plaidoyer en matière de population et développement, etc…

Les étapes d'une campagne de plaidoyer :

1. Identifier le problème et les actions à entreprendre pour lever le défi.
2. Evaluer l'environnement externe, son influence sur la politique
3. Recherche de données

Une longue discussion entre les participants nous a conduits à la pause déjeuner et dont à la fin de la journée à 14 heures.

<u>Jour II</u> :
Après les prières ou bénédictions faites par les confessions religieuses, la lecture, l'amendement et l'adoption du rapport du 1er jour, les travaux de ce deuxième jour ont commencé par la suite des étapes d'une campagne de plaidoyer notamment

1- Analyser et formuler le défi
2- Se fixer un but et des objectifs
3- Créer des alliances
4- Identifier les publics décideurs
5- Comprendre le processus décisionnel
6- Formuler les messages
7- Etablir un programme de communication
8- Etablir un budget de la campagne de plaidoyer…

Les facilitateurs ont expliqué que comme toute activité sérieuse, le plaidoyer s'évalue car même si une politique ou une réforme a été appliquée avec succès les conditions qui l'ont occasionnée auront changé dans certains cas nécessitant une évaluation de son impact, la validité de sa conception ainsi que l'efficacité de sa gestion et peut-être une reformulation de la stratégie initiale.

La conception, la situation d'appréciation, les contraintes et les exigences du plaidoyer.

Concernant des concepts ci-dessus les facilitateurs ont expliqué qu'un bon plaidoyer doit connaitre les éléments suivants :

Un public cible qui comprend :

1-Groupe cible primaire (la population, le citoyen)

2-Groupe cible secondaire qui est le maillon intermédiaire entre le groupe cible primaire et les décideurs.

Les clients : groupe ou communauté au profit duquel l'action du plaidoyer est conduite.

Les alliés : partenaires pouvant soutenir l'action du plaidoyer, système multi-acteurs dans une logique de gagnant-gagnant.

Pour ce qui concerne le contexte et la situation d'application du plaidoyer, les participants ont insisté sur son importance et sa pertinence car devant amener un changement d'une décision, d'une disposition, d'une orientation et conséquemment changement-amélioration d'une orientation, d'une politique du niveau local au niveau national.

Les facilitateurs ont rappelé que le processus de plaidoyer connait trois (3) phases qui sont : la phase initiale, la phase analyse et décisionnelle et la phase de mise en œuvre.

Le lobbyiste doit avoir un rôle spécifique à jouer pour chaque phase pour faciliter et accompagner le processus.

L'atelier a appris que le plaidoyer n'est pas sans contraintes et a énuméré quelques contraintes dans un brainstorming finalement complétées par les facilitateurs. Ainsi, les contraintes retenues furent :

- Disposer de moyens suffisants
- Créer une situation de gagnant-gagnant
- Adopter une démarche itérative c'est- à - dire actualiser constamment les informations sur tous les décideurs, les alliés et les opposants voire toute la situation..

Jour III

- Les travaux portés essentiellement sur le lobby
- Nous avons défini le lobby comme une tentative pour résoudre un problème.

La vie d'un lobbyiste

- Accepter sa position faible
- Connaitre et accepter son influence réelle, mais limitée
- Etre pro actif d'une façon permanente
- Jouer le jeu des décideurs
- Accepter la nécessité de trouver des compromis
- Recommencer dans un nouvel élan

Les clients du notre lobby

- Secteur public
- Des élus
- Des fonctionnaires
- Secteur civil/ privé
- Le lobbyiste travaille avec de possibilités et des limites.

Les rôles du lobbyiste :

Le lobbyiste doit travailler entre les clients et les décideurs. Ils doivent comprendre les positions des décideurs et des clients.

L'offre d'un lobbyiste

- Il doit offrir des solutions et des limites
- Nouer des alliances
- Accorder les intérêts ou les opportunités perdues
- Analyse des opportunités du lobbying

Les bénéfices d'un lobby réussi

- L'amélioration du dossier, l'atteinte des objectifs
- Renforcement de la position et de la réputation
- L'important est de remporter toute la compétition et non un match
- L'apprentissage.
- On peut toujours apprendre quelque chose même si tout va mal.

Les conditions pour faire le lobbying

- La légitimité,
- La crédibilité,
- La fiabilité,

Le pouvoir de transformation, connaitre la nature du problème (est-ce un problème politique, où social ?)

Jour IV

Les leçons à tirer
Il faut savoir que nous avons une opinion sur la politique et que la politique a une opinion sur nous.

DANGER D'UNE STRAEGIE DEPENSIVE DE LOBBY

- Les autres définissent notre problème et nous imposent les leurs
- Les autres définissent notre stratégie souvent trop tard, pas le temps de réagir
- Les occasions de victoire sont limitées au départ
- La stratégie de la gestion du préjudice

Qu'est – ce qu'un lobby proactif ?

- Influencer précocement
- Faire des propositions au lieu de s'opposer ou annuler
- Contribuer à développer des procédures appropriées
- Prendre la responsabilité pour les résultats du processus

Comment devenir proactif : investir dans les relations

- Etre bien informé le plus précocement possible
- Identifier les personnes clés dans les structures pertinentes
- Connaitre l'agenda des décideurs
- Par exemple à travers des rendez-vous réguliers
- L'analyse du contexte
- - identifier les acteurs et les vrais décideurs au niveau politique
- Forger des avocats et des alliances
- Les clients satisfaits, les anciens politiciens…

Comment devenir proactif:

- Investir dans la transformation
- Ainsi prend fin les travaux de la formation.

Recommandations
Les participants souhaitent avoir :

1- des attestations
2 - des Badges et le modules des trois (3) formations

Sikasso le, 02 Décembre 2017

Les Formateurs

Dialakoro Keita et Fatoumata Traoré