

Vous Voulez Faire Pression Aupres Des Decideurs ?

Le lobbying direct est un bon moyen d'influer sur les opinions et les politiques mises en œuvre par les décideurs - Etats, acteurs politiques et économiques.





Vous Voulez Faire Pression Aupres Des Décideurs ?

Quand elles dirigent leurs actions en direction des médias et du public, les campagnes exercent une influence indirecte sur les décideurs, car ces derniers sont informés sur ces campagnes et découvrent ainsi leur point de vue. Mais vous pouvez également monter des campagnes qui ont pour but de s'adresser directement aux décideurs : le lobbying direct constitue en effet un bon moyen de modifier les politiques.

Les actions de lobbying peuvent être :

- des visites ou rencontres avec des représentants des pouvoirs publics dans la capitale, dans une ambassade ou dans des bureaux locaux/régionaux ;
- des entretiens avec des représentants des pouvoirs publics dans le cadre des rencontres intergouvernementales, telles que les conférences de l'ONU, les sommets de l'Organisation de l'Unité Africaine et les rencontres du Commonwealth ;
- des visites ou excursions organisées pour des représentants des pouvoirs publics ;
- des lettres, pétitions et autres formes de contact avec les décideurs.

Aupres de qui faire pression ?

Sélectionnez vos cibles : les institutions et les organes décideurs. Déterminez où réside le pouvoir et qui est influent. Cherchez également à savoir s'il est facile ou non d'obtenir un rendez-vous avec les différents responsables, certains étant plus accessibles que d'autres. En général, il vaut mieux commencer par rencontrer un grand nombre de personnes pour en réduire progressivement le nombre, au fur et à mesure que la campagne se développe et que vous vous familiarisez avec les institutions. Pour en savoir plus, reportez-vous à la section " Vous voulez planifier et évaluer votre campagne ? ". Vous pouvez par exemple vous poser les questions suivantes :



Vous Voulez Faire Pression Aupres Des Decideurs ?

Qui prend les décisions en matière de politique contre les mines et de déminage ? Ces personnes appartiennent-elles à un ministère ou à un autre service gouvernemental ? De quel ministère relèvent-elles ? Affaires étrangères/Défense/autre ? Appartiennent-elles à une agence de l'ONU ? Si votre pays est affecté par les mines, d'autres responsables ministériels sont-ils concernés par le problème : santé, agriculture, transports, éducation ou commerce ? Sont-ils des ambassadeurs ou des représentants de l'ambassade ? Devriez-vous parler aux acteurs politiques (partis politiques/membres du parlement/personnalités publiques à la retraite) ? Sont-ils accessibles (par exemple, sont-ils toujours en déplacement ? Ont-ils une équipe qui ne voudra pas vous accorder de rendez-vous, etc. ?) ? Pouvez-vous trouver des moyens ingénieux d'approcher les décideurs (par l'intermédiaire de leur chef religieux, de leurs amis ou collègues) ?

Visites ou rencontres

Rendre visite à un décideur sur son lieu de travail permet souvent d'établir un contact et de transmettre son message au sujet des mines antipersonnel. Envoyez à son bureau une lettre officielle, de préférence signée par toutes les personnes qui composeront votre délégation, dans laquelle vous demandez un rendez-vous. Faites-vous confirmer le rendez-vous par téléphone, vérifiez l'adresse, l'heure et les indications pour se rendre sur place. Si vous ne recevez pas de réponse à votre lettre, téléphonez ou déplacez-vous directement pour réitérer votre demande de rendez-vous, ou bien faites jouer vos relations pour entrer en contact avec le responsable en question.

Pensez bien à la préparation de votre délégation. Elle doit être la plus hétérogène possible. Par exemple, en réunissant un démineur, une victime de mines, un membre de la campagne et un chercheur, votre campagne pourra présenter tous les faits et points de vue utiles pour influencer le décideur. Veillez également à l'équilibre de la délégation en termes de sexe, race, origine ethnique et géographique, etc. Répartissez les différentes tâches entre les membres de l'équipe et désignez un chef de délégation qui présentera chaque membre et dirigera la rencontre. Préparez les arguments que vous voudrez avancer, entraînez-vous à les formuler, pensez aux questions ou aux objections auxquelles vous devrez répondre et préparez vos réponses. Exprimez clairement ce que vous attendez du décideur, par exemple : adopter une nouvelle législation, poser une question au parlement, modifier une politique, intervenir lors d'une réunion du cabinet, etc. Laissez-lui une déclaration et des documents qui résument vos arguments et indiquent vos coordonnées. Gérez bien votre temps ; il arrive souvent que la moitié de la réunion soit absorbée par les présentations et autres, ce qui détourne la délégation de son objectif initial. Veillez donc à :



Vous Voulez Faire Pression Aupres Des Decideurs ?

- être ponctuel ;
- rester poli : surtout ne pas hausser le ton ou devenir insultant, même si vous n'êtes pas de son avis !
- être bref : exposer ses arguments mais de manière concise ;
- poser des questions : ces rencontres sont souvent une bonne occasion d'obtenir des informations sur les projets du gouvernement, comme la mise en œuvre de programme de déminage ou l'adoption d'une législation ;
- être critique et, si nécessaire, faire preuve de fermeté.

Conférences internationales¹

Les diplomates qui participent à des conférences comme celles du Commonwealth, des Nations unies ou relatives au Traité, sont généralement préparés à subir les pressions de la part des campagnes de leur pays ou étrangères, sur un grand nombre de questions liées au Traité et sur la position de leur gouvernement ou des autres Etats.

En effet, ils sont formés pour être documentés, accessibles et "diplomates", même s'ils portent un costume-cravate et ne sont jamais allés dans un pays affecté par les mines. Pendant une conférence, vous devez vous efforcer de rencontrer un grand nombre d'entre eux et de développer de bons contacts avec eux. C'est souvent la raison de votre présence à une conférence, parfois la seule et unique occasion de confronter les décideurs aux questions relatives à leur politique en matière de mines terrestres.

Travailler en équipe

Dans un premier temps, rencontrez les autres campagnes de votre pays ou de votre région pour déterminer les principaux points de votre action de lobbying et pour élaborer les stratégies destinées à convaincre les diplomates d'accepter votre position. Répartissez les actions de lobbying auprès des différents groupes de diplomates et délégations entre les campagnes. Lors de votre première rencontre avec eux, il est important de les laisser exprimer leur position sur les différents problèmes. Votre rôle consiste à intervenir au cours de la discussion dès que leur position diverge de celle de la Campagne internationale. Par la suite, chaque membre des différentes campagnes devra présenter un compte rendu de sa rencontre à l'ensemble du groupe, pour s'assurer que vos efforts ne se recoupent pas inutilement et pour concevoir vos futures actions de lobbying.



Vous Voulez Faire Pression Aupres Des Décideurs ?

Adopter Une Approche A Deux Personnes

Demandez à un membre de campagne chevronné de vous accompagner dans vos actions de lobbying et de faire ensuite avec vous le bilan de l'entretien. Si vous avez besoin d'un interprète, adressez-vous à l'avance à quelqu'un susceptible de vous aider. Si vous avez besoin de la présence d'une victime, d'un démineur ou de quelqu'un de votre région pour vous aider à exposer un point précis, adressez-vous aux personnes susceptibles de vous accompagner. Ne vous mettez pas en tête que vous devez affronter une délégation à vous seul. Cherchez du soutien. Travaillez avec les autres. L'important est de se lancer ! A chaque fois, cela deviendra de plus en plus facile !

Aborder un délégué

Ne soyez pas timide ! Saisissez les différentes occasions d'approcher des diplomates : les pauses déjeuner ou café, et même les salles de repos. Mais s'ils paraissent pressés, épuisés ou en colère, attendez de trouver une meilleure occasion. Portez votre badge nominatif et celui de votre campagne. Présentez-vous et répétez votre nom et pays de campagne à chaque fois que vous abordez un décideur.

Conversation

Pensez au moyen d'entamer la conversation avant d'aborder le point sur lequel vous voulez obtenir le soutien d'un décideur. Exemple : êtes-vous tous deux originaires de la même ville ? Où travaille-t-il ? Dans une ambassade à l'étranger, dans la capitale de son pays ou dans un autre forum, tel que la Conférence sur le désarmement ? Les plus grandes délégations comprennent des militaires, des représentants du ministère de la Défense, des personnalités politiques ainsi que des négociateurs expérimentés dans le domaine de la limitation des armes. ... Quel est leur parcours ?

Imposer son point de vue

Once you feel comfortable talking with them, start thinking about getting your point across. Don't dominate the conversation - you want to find out what they think and know and will do regarding your points - so listen to them! Don't write points down using pen and paper - try to remember and keep notes of their name, country and points, later on. Don't hesitate to ask simple questions or interrupt if what they say is untrue but do so in a polite manner. Don't shout or threaten them but speak with confidence and from the heart! Don't say something is an official International Campaign position unless you are absolutely certain.



Vous Voulez Faire Pression Aupres Des Décideurs ?

Suivi

Remerciez-les de vous avoir accordé de leur temps, même si vous ne partagez pas leur opinion. S'ils observent votre badge prônant l'interdiction des mines, donnez-le leur et procurez-vous en un autre ! S'ils vous posent une question à laquelle vous ne pouvez pas répondre, revenez les voir plus tard, accompagné si nécessaire de quelqu'un susceptible de leur répondre. Si vous parlez de quelque chose dont ils n'ont pas eu connaissance (exemple : un sujet traité par les médias), proposez leur de revenir avec le document en question. Invitez-les aux réunions de campagne et aux rencontres organisées durant la conférence, le cas échéant.

Déplacements ou visites

La visite de sites de déminage et d'hôpitaux où sont traités les victimes, de centres d'appareillage, ou encore la participation à une conférence de sensibilisation aux dangers des mines, permettent de confronter les décideurs aux réalités des mines terrestres et peuvent constituer un moyen efficace de les influencer. Quelques conseils pour organiser des visites :

- avant le déplacement, fournissez aux membres de la délégation des informations générales pour leur donner un premier aperçu de ce qu'ils vont voir ;
- établissez un emploi du temps réaliste : prévoyez du temps pour les discussions informelles entre démineurs et membres de la délégation, pour les pauses et le trajet entre les sites ;
- faites en sorte que, pendant la visite du site, la délégation ne voie pas uniquement des bâtiments vides et du matériel, mais assiste à des activités, par exemple un jeu dans le cadre de la sensibilisation aux dangers des mines ou une opération de déminage ;
- si les conditions le permettent, invitez les médias à se joindre à la délégation.

Lettres, pétitions et autres formes de communication²

Les lettres contribuent non seulement à modifier les points de vue, mais aussi à inciter aux déclarations ou actions positives. Quelques conseils pour rédiger vos lettres :

- Rédigez des lettres courtes, claires et concises. Concentrez-vous sur un sujet, par exemple l'appel à la ratification du Traité d'interdiction des mines ou une demande d'informations sur



Vous Voulez Faire Pression Aupres Des Decideurs ?

la destruction des stocks ; ratification of the Mine Ban Treaty, or a request for information on stock destruction.

- Justifiez votre demande ou point de vue. Fournissez des informations et faits de base, ainsi que des coupures de journaux ou des comptes rendus de recherche, si nécessaire ;
- N'oubliez pas que ce sont des employés qui ouvrent la plupart des lettres adressées à un représentant des pouvoirs publics. Vous aurez donc de plus grandes chances d'obtenir que votre lettre soit lue par le responsable en question si elle soulève des points pertinents et pose des questions auxquelles une lettre type ne peut pas répondre ;
- Vous recevrez parfois une lettre type en guise de réponse. Si cette réponse ne vous satisfait pas, demandez des explications dans une nouvelle lettre ;
- Pensez à demander à différents membres ou soutiens de la campagne d'envoyer des lettres simultanément. Mais veillez à ce que chaque lettre aborde le sujet sous un angle légèrement différent et en d'autres termes. Dans le même temps, demandez-leur de signer une lettre commune afin de lui donner un plus grand poids ;
- Les lettres et cartes postales arrivant le même jour ou la même semaine peuvent avoir un plus grand impact. Choisissez un jour ou une semaine symbolique pour ce type d'action.

Autres formes de communication :

- Les cartes postales à message unique, distribuées et signées par des particuliers, sont souvent utilisées par l'ICBL, mais présentent des avantages et des inconvénients. Leur inconvénient : n'étant pas écrites personnellement, elles ne recevront pas de réponse individuelle et risquent d'être moins prises en compte que les lettres individuelles. Leurs atouts : en signant et en envoyant cette carte postale, le public reçoit le message et s'implique concrètement en faveur de la campagne, de plus il est relativement aisé d'atteindre un grand volume de cartes postales expédiées à un responsable particulier ;
- Les pétitions servent elles aussi à influencer les pouvoirs publics, bien qu'elles ne soient pas aussi efficaces que les lettres individuelles. En fait, elles constituent avant tout un outil destiné à organiser et à éduquer la population. C'est à cette fin que les différentes campagnes nationales de l'ICBL y ont déjà recouru, avec succès.
- Les appels téléphoniques et le courrier électronique peuvent parvenir à un responsable, en particulier si vous avez déjà eu un premier contact. Essayez de lui parler directement ou, sinon, à son conseiller ou assistant. Plusieurs campagnes ont organisé des journées "téléphone", demandant à leurs membres et à la population de téléphoner en masse au président ou à un autre responsable et cela un jour précis, ayant généralement une signification symbolique.

Conseils pour réussir sa campagne de lobbying

- Devenez une source d'informations pour le décideur en le renseignant et en lui envoyant des bulletins d'informations, rapports de recherche et autres publications ;
- manifestez votre volonté de l'aider à trouver de la documentation et des données supplémentaires ;
- entretenez votre relation avec le décideur en lui envoyant des informations, en le remerciant d'avoir voté conformément à votre position sur les sujets qui vous préoccupent et en l'invitant aux événements que vous organisez ;
- encouragez les gens à rédiger des lettres personnelles au décideur et envoyez des copies de ces lettres à la presse ;
- organisez à l'attention des décideurs une réunion d'information à laquelle peut participer un expert pour souligner l'importance du problème.

(Dr Marjorie Jobson, Institut des droits de l'homme d'Afrique du Sud)

Footnotes

- 1 Extrait du bulletin d'information de l'ICBL intitulé : " How to lobby "
- 2 War Resisters League : Organizer's Manual, éd. Ed Hedemann (New York : War Resisters League, 1986), pp 205-206.

Campagne
INTERNATIONALE **POUR INTERDIRE**
LES MINES