

# RENFORCER LA LÉGITIMITÉ DES RÉSEAUX NATIONAUX

Atelier des réseaux nationaux,  
6 juillet 2024, Sénégal

Marie Picard, chargée de communication  
Réseau FAR

# RENFORCER LA LÉGITIMITÉ DES RÉSEAUX

Un objectif du DSE

Renforcer la capacité de plaidoyer du Réseau FAR. Il s'agit de prendre en compte la collecte et l'analyse de données qui puissent appuyer ce type de démarche, ainsi qu'au partage des informations.

Un domaine de changement pour le Réseau FAR

## LEGITIMITE

Suivi et évaluation de l'évolution, de la progression, de la légitimité des RN auprès des parties prenantes.



Elle est caractérisée ici par la reconnaissance de la qualité du RN vis à vis des institutions et de ses propres membres. Le changement visé dans le domaine de la légitimité, condition au changement pour la structuration du RN, tend vers le renforcement de sa reconnaissance en tant qu'acteur nécessaire et compétent pour la contribution aux prises de décisions et au développement de la FAR au niveau national. La légitimité, est ici lié à des enjeux de confiance et de crédibilité.

## MARQUEURS DE PROGRES

### DOMAINE DE CHANGEMENT 1 : LEGITIMITE

Le RN assure des échanges avec tous les acteurs extérieurs de la FAR (ouverture et diversité)

Le RN est invité et participe aux temps forts politiques nationaux sur la FAR

Le RN est pro-actif auprès des institutions régaliennes (présentations, sollicitations...)

Les actions du RN contribuent aux changements politiques de la FAR

Un marqueur de progrès



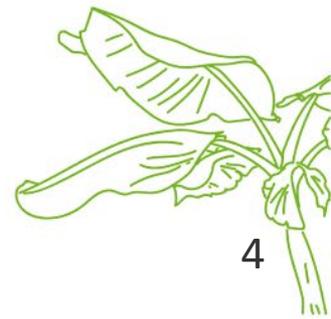


## 3 QUESTIONS SIMPLES À SE POSER

Que veut-on changer ?

Qui a le pouvoir d'opérer ces changements ?

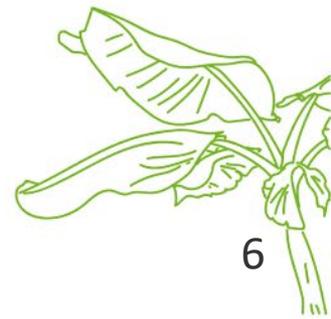
Quelles activités pour convaincre ?



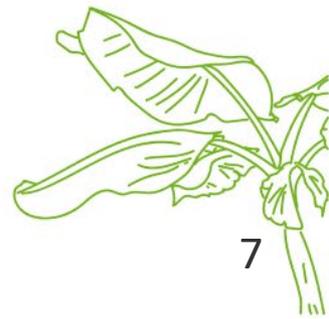
## AU MENU

- Panorama général & définitions
- Concevoir un plaidoyer : étapes clés
- Programmer ses actions
- Construction collective d'un plan d'action
- Mise en œuvre : construire et porter ses messages
- Mesurer les progrès de son plaidoyer

Retours sur la formation Concevoir & programmer un plaidoyer efficace (6 pm) / janvier 2024



# PANORAMA ET DÉFINITIONS

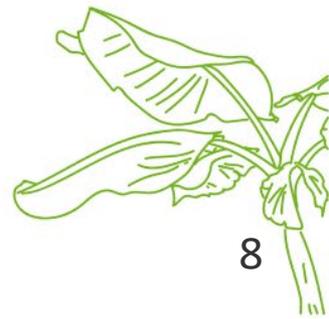


## ELÉMENTS DE DÉFINITION



Prenez 3 minutes pour écrire  
votre définition du plaidoyer

Le plaidoyer c'est...



# 3 COMPOSANTES

1

## **Objectif : QUOI ?**

Changement cadres politiques  
et institutionnels

2

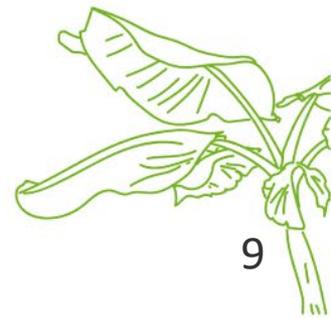
## **Cibles : QUI ?**

Décideurs/décideuses  
politiques & économiques

3

## **Moyens : COMMENT ?**

Leviers et modes d'action



# DIFFÉRENTES ÉCHELLES D'ACTION



**Une démarche commune**

- ➔ Savoir ce qu'on souhaite changer (**QUOI**)
- ➔ Savoir qui a le pouvoir d'opérer le changement (**QUI**)
- ➔ Développer les activités pour convaincre les décideurs (**COMMENT**)

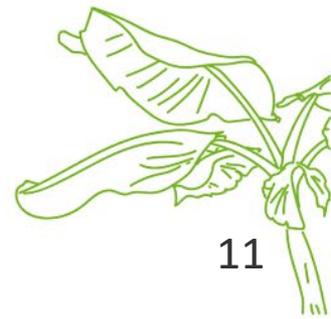
# DÉFINITION GÉNÉRIQUE DU PLAIDOYER

- Mode d'intervention visant à obtenir des **changements durables** de cadres **politiques et institutionnels** (adoption, rejet, modification, mise en œuvre)
- En influençant les **lieux de pouvoir** et **personnes décisionnaires**
- A l'aide de leviers et de **modes d'action** multiples (expertise, lobbying, media, mobilisation)

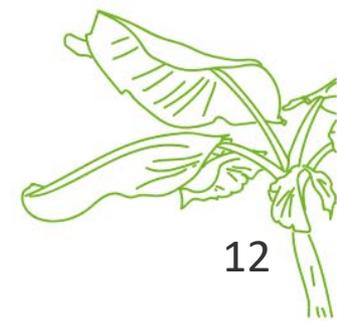
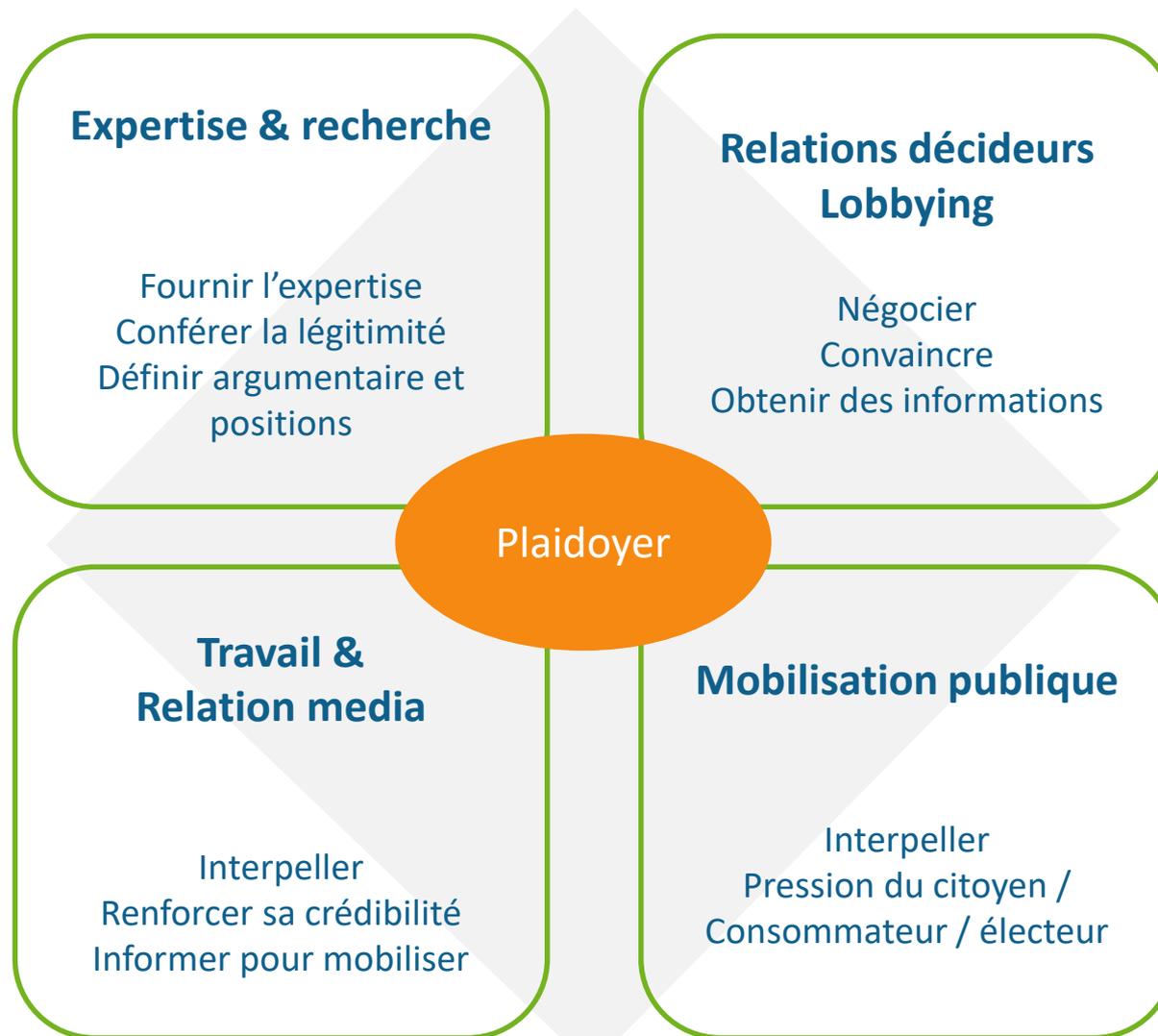
Objectifs

Cibles

Moyens



# MODES D'ACTION



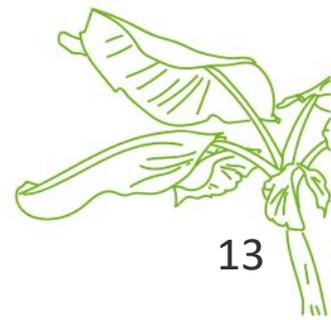
# EST-CE DU PLAIDOYER ?



Campagne de sensibilisation sur l'économie d'énergie au Maroc



Campagne de prévention : changement de **comportements individuels**



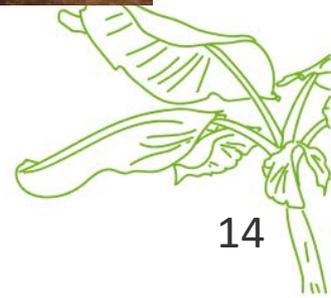
## EST-CE DU PLAIDOYER ?



**Usbek & Rica** 3 scénarios pour imaginer l'agriculture du futur



Campagne de plaidoyer : **peser sur les politiques** (publiques ou privées)



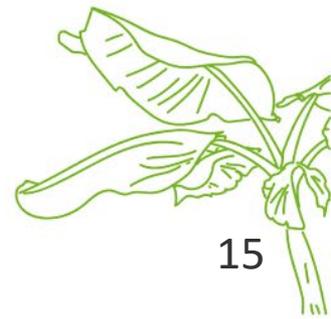
## EST-CE DU PLAIDOYER ?



Séance de sensibilisation communautaire  
sur la nutrition



Sensibilisation communautaire : vise le  
**changement de pratiques individuelles**



## EST-CE DU PLAIDOYER ?



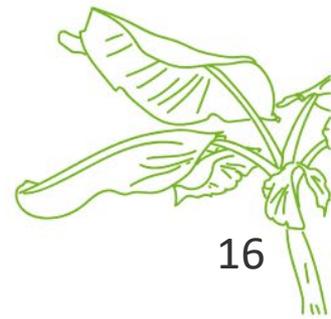
Stand d'information sur les activités de votre organisation lors d'un forum de l'emploi



Faire connaître son association ?



Faire signer une pétition pour obtenir un changement politique ?



## EST-CE DU PLAIDOYER ?



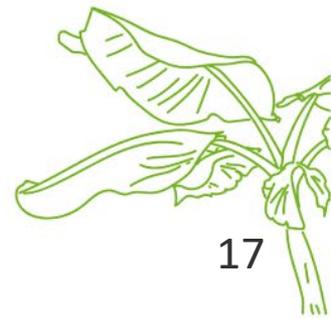
FARMADA rencontre le Ministre de l'Agriculture et de l'Élevage



Faire connaître les activités de son association ?



Fournir une note de positionnement pour obtenir un changement politique ?



## EST-CE DU PLAIDOYER ?



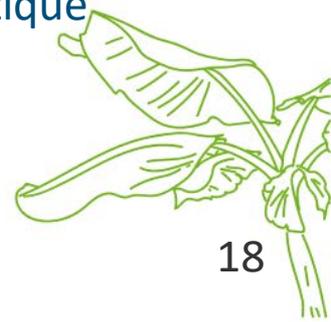
Séminaire international sur la prise en compte du genre dans la formation agricole



Documenter une situation à destination des acteurs de la FAR



Décideurs + production d'un policy brief pour obtenir un changement politique



# EST-CE DU PLAIDOYER ?



Recherche...



ACCUEIL

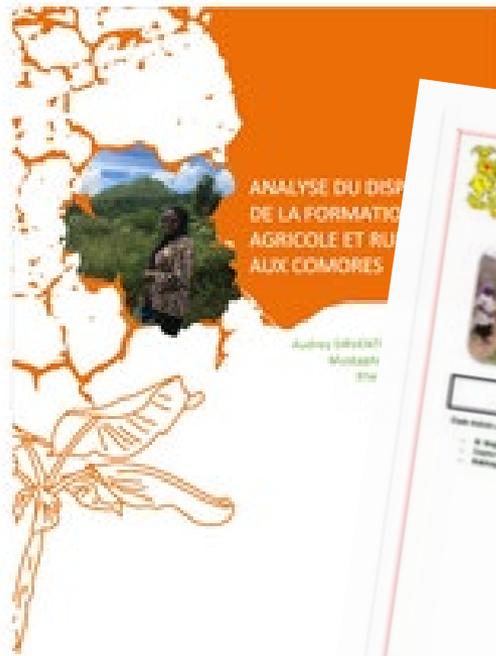
RÉSEAU FAR

CARTE DES PAYS

RESSO

Un observatoire fournissant des analyses régulières sur une problématique, sur une zone géographique donnée, etc.

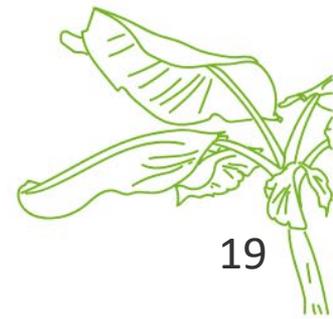
## RESSOURCES



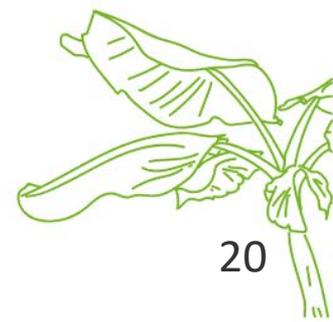
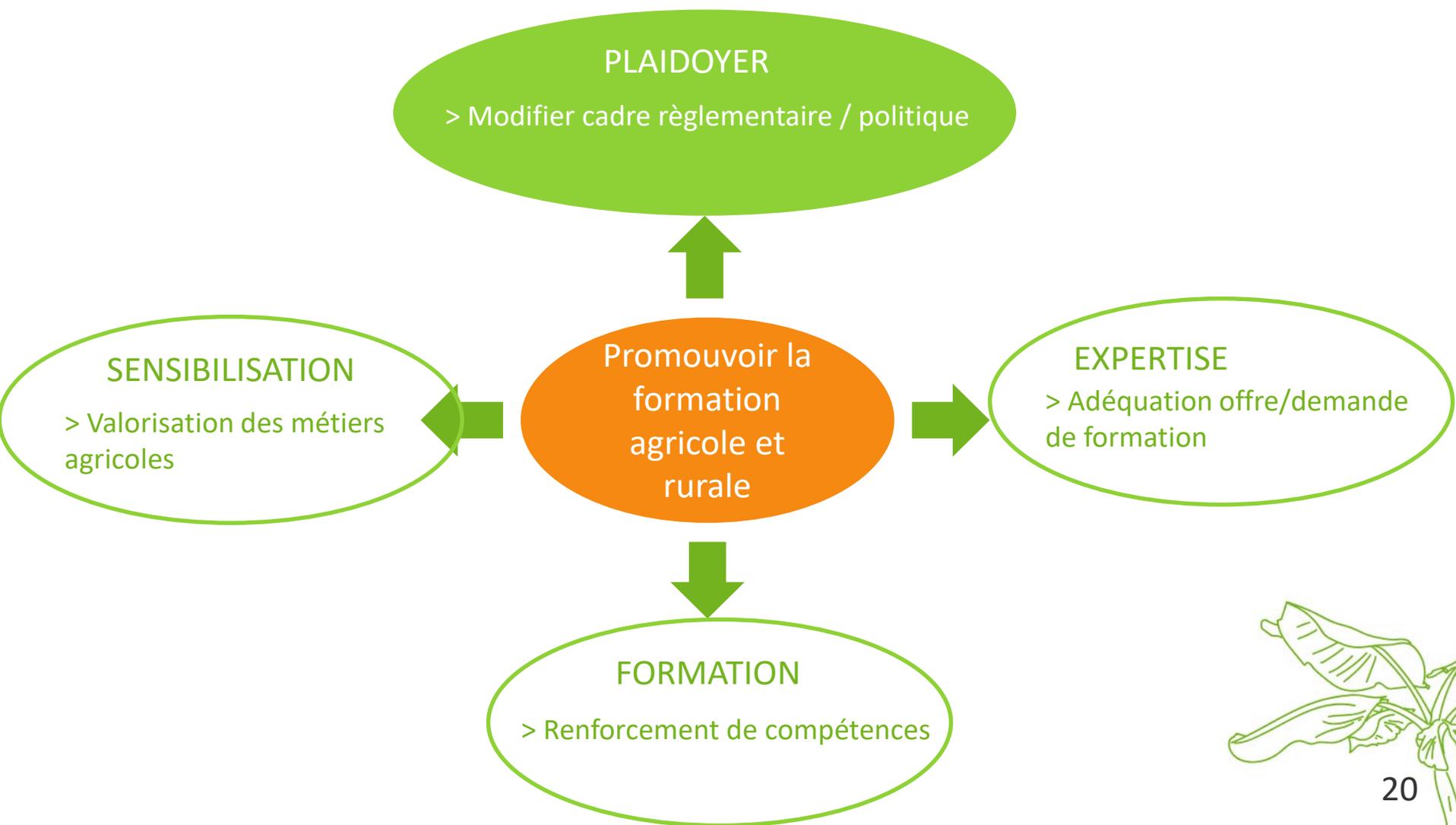
Documenter une situation sans objectif de changement



Accompagner des demandes politiques ?



# DES MODES D'INTERVENTION QUI S'ARTICULENT



# DES APPROCHES DE PLAIDOYER QUI VARIENT SELON...

- Le **contexte** d'intervention
- Le **périmètre** de son action
- Le type de **légitimité**
- La **place du plaidoyer** dans l'organisation
- Les modalités d'**intervention**



## LES OBJECTIFS





La posture

**Confrontation**

**Contestation**

**Négociation**

**Co-construction**

« En fonction du calendrier politique, de la progression de la concertation, de l'acuité du problème abordé, nos campagnes se combinent... »

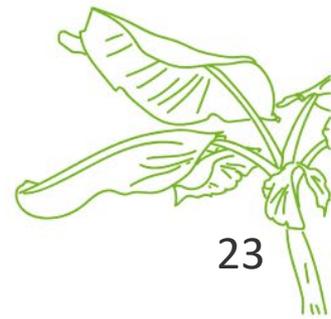
Analyse technique



## QUEL EST L'ADN PLAIDOYER DU RÉSEAU FAR ?

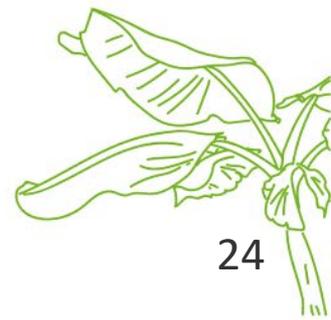
Quelles sont les principales caractéristiques de votre plaidoyer :

- Sur quel type de légitimité(s) repose-t-il ?
- Quelle posture vis-à-vis des décideurs à convaincre ? (co-construction vs confrontation)
- Des modes d'intervention/leviers privilégiés ?





# CONCEVOIR UNE STRATÉGIE DE PLAIDOYER



**Horizon  
5-10 ans**

**Document  
d'orientation de  
l'organisation**

- > Vision, valeurs organisation
- > Thématiques de travail
- > Modes d'intervention

**3-5 ans**

**Cadrage stratégique  
du plaidoyer**

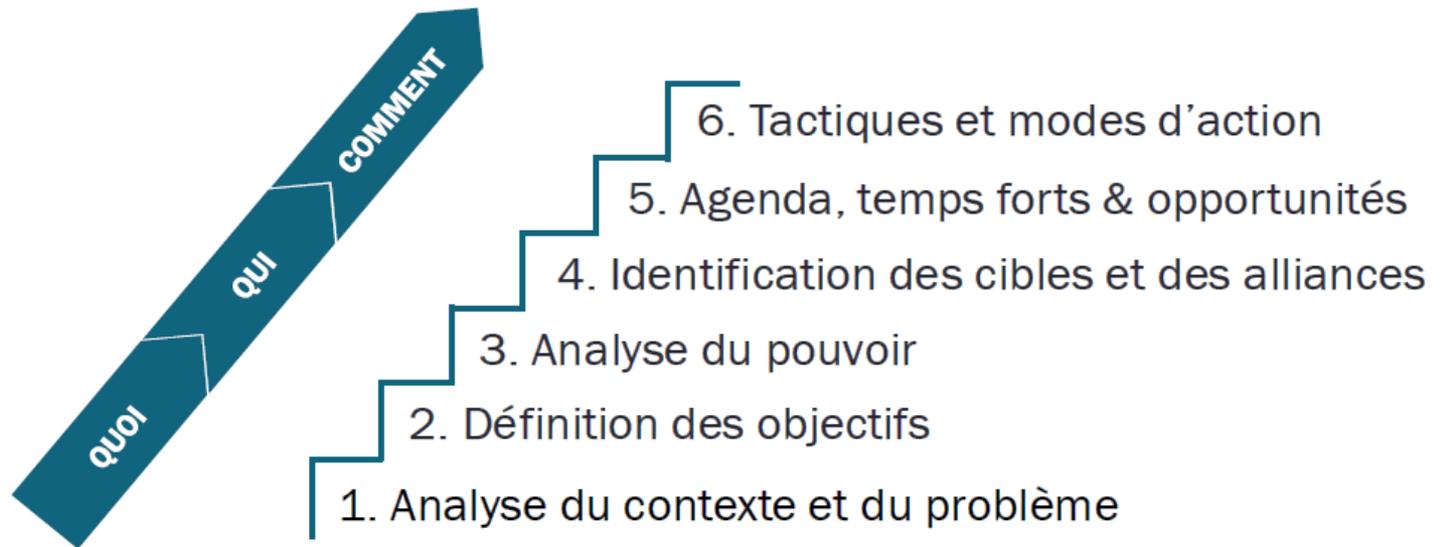
- > Axes thématiques de plaidoyer & positionnements
- > Objectifs de changement à moyen terme
- > Ambition, moyens pour y parvenir

**6 mois - 1 an**

**Stratégies de  
plaidoyer**

- > Opportunités et calendrier précis de changement sur un des axes
- > Objectifs spécifiques sur le processus
- > Identification des acteurs à influencer
- > Actions pour convaincre

# L'escalier du plaidoyer



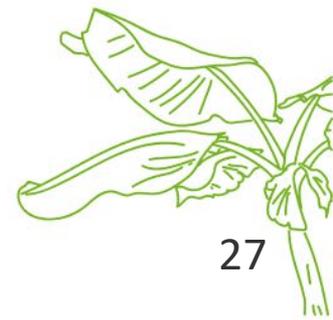
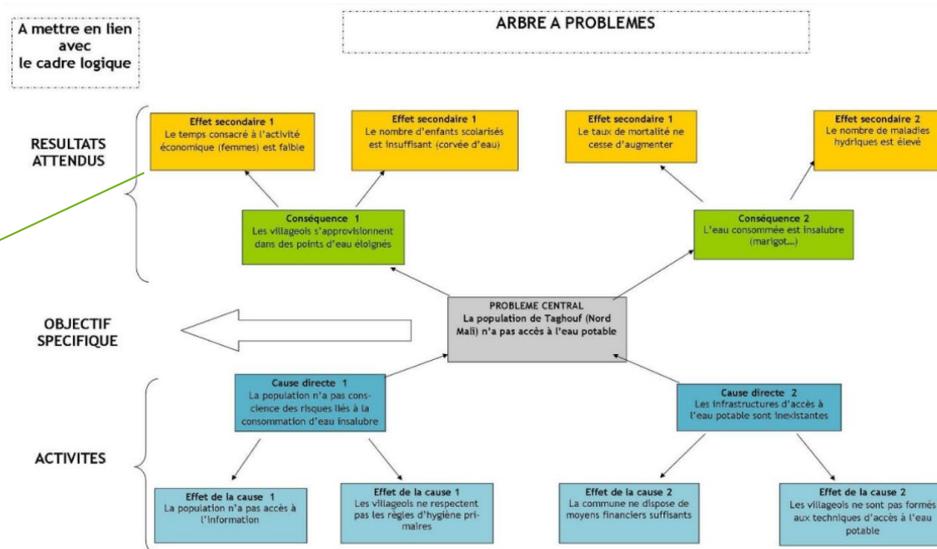
# 1. ANALYSE CONTEXTE / PROBLEME

## Les déterminants

→ Quel est le problème précis auquel nous voulons répondre ?

→ Quelles en sont les causes ? Politique, stratégique, institutionnelle, sociale, financière

Trouver un angle de plaidoyer



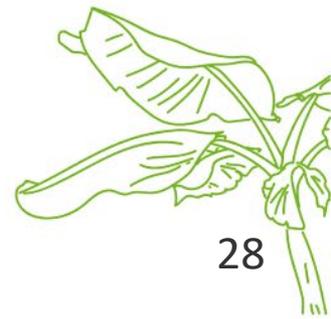
# 1. ANALYSE CONTEXTE / PROBLEME

## Cadres existants

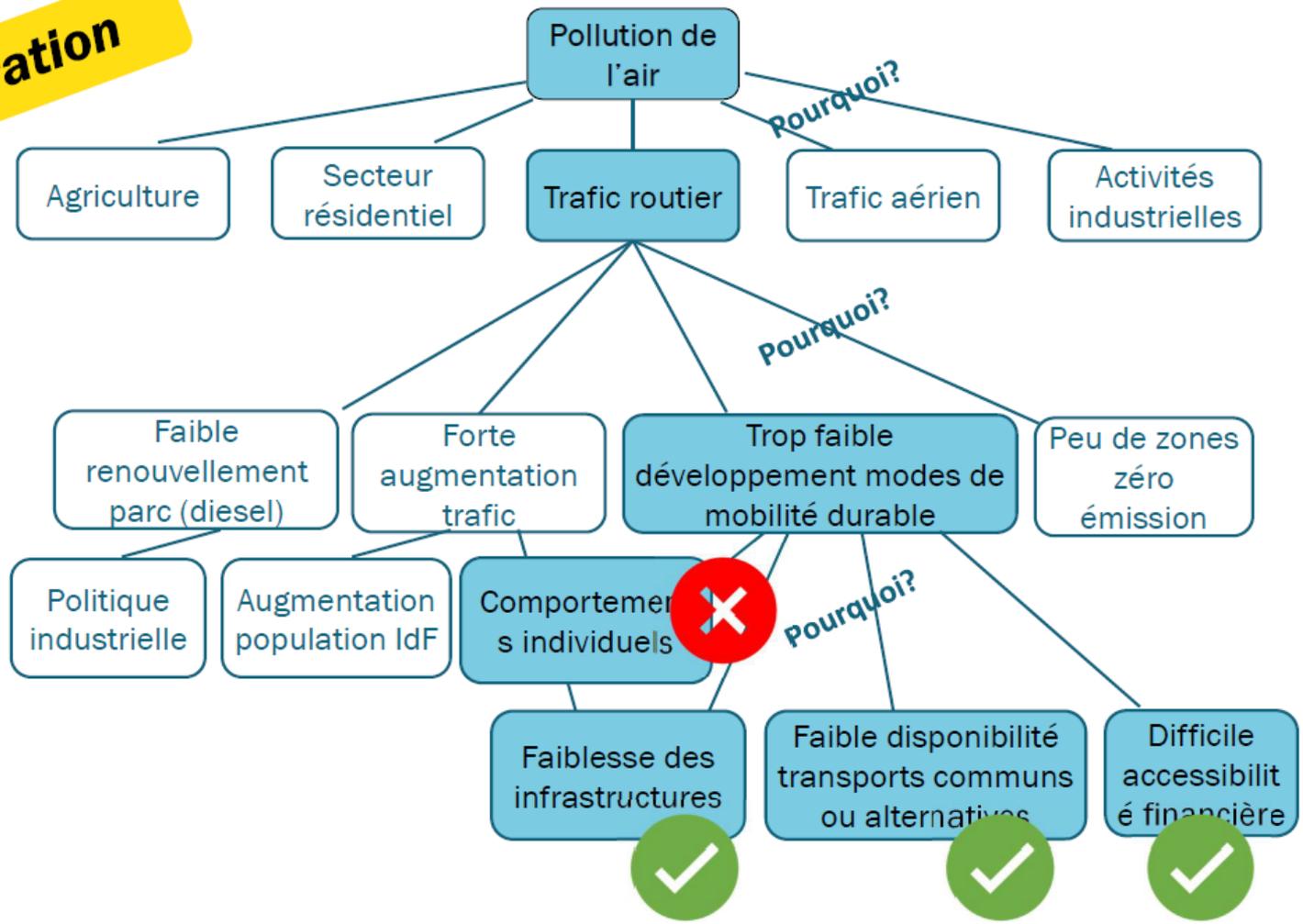
→ Quels sont les dispositifs et cadre existants concernant cet enjeu ? Politique, stratégique, institutionnelle, sociale, financière...

Manque ou dysfonctionnements ?  
Qu'est-ce qui doit changer ?

Application insuffisante ?  
Pour quels raisons ?



# Illustration



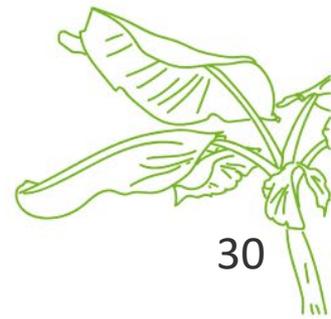
## 2. DÉFINITION DES OBJECTIFS

- Changement de long terme envisagé. Sujet de votre plaidoyer
- Changement spécifiques que vous souhaitez obtenir
  - Quoi ? Changement visé / solution proposée ?
  - Qui ? Acteurs qui peuvent opérer le changement ?
  - Quand ? Quelle échéance ?

**Objectif général**



**Objectif spécifiques**





## 2. DEFINITION DES OBJECTIFS

### Objectifs SMART

1. SPECIFIQUE
2. MESURABLE
3. ATTEIGNABLE
4. REALISTE / PERTINENT
5. TEMPORELLEMENT DEFINI



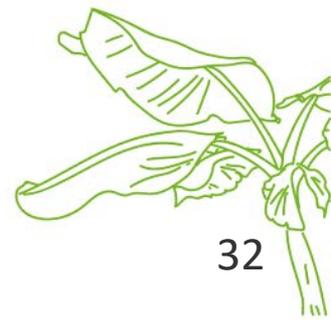


## EST-CE UN OBJECTIF SPÉCIFIQUE DE PLAIDOYER ?

Obtenir de nouvelles mesures gouvernementales en faveur de la formation agricole et rurale

La future stratégie de FAR de Guinée 2025-2030 intègre l'agroécologie dans les référentiels de formation dans l'enseignement technique et supérieur.

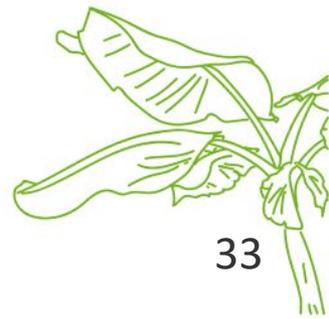
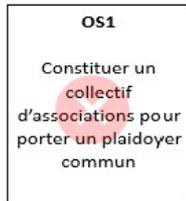
D'ici la fin de l'année, le budget de la FAR en Guinée a augmenté de 10% en 5 ans.



## 2. DÉFINITION DES OBJECTIFS

### Quelques conseils

- Définir un nombre limité d'objectifs
- Doivent être orientés vers le **changement des cadres politiques** et non vers une activité
- Trouver un équilibre entre
  - Ambitieux / réaliste
  - Long-terme / Court-terme



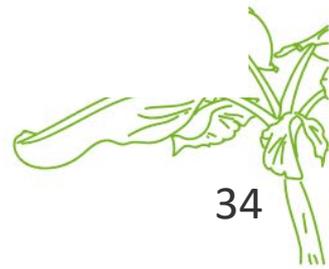
## **Marche 3**

Comprendre les rapports de force

**3. Analyse du pouvoir – parties prenantes**

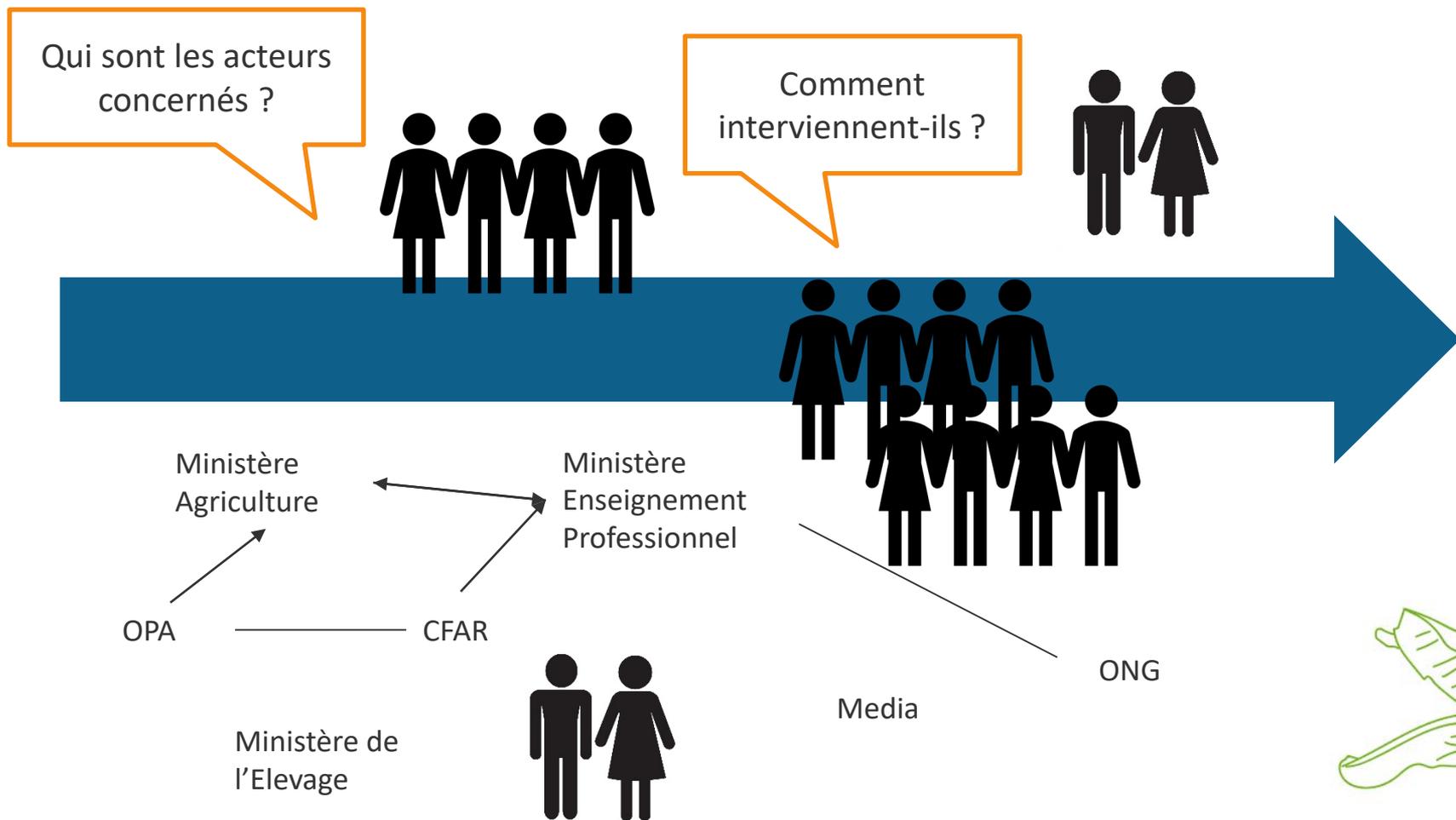
2. Définition des objectifs

1. Analyse du contexte et du problème



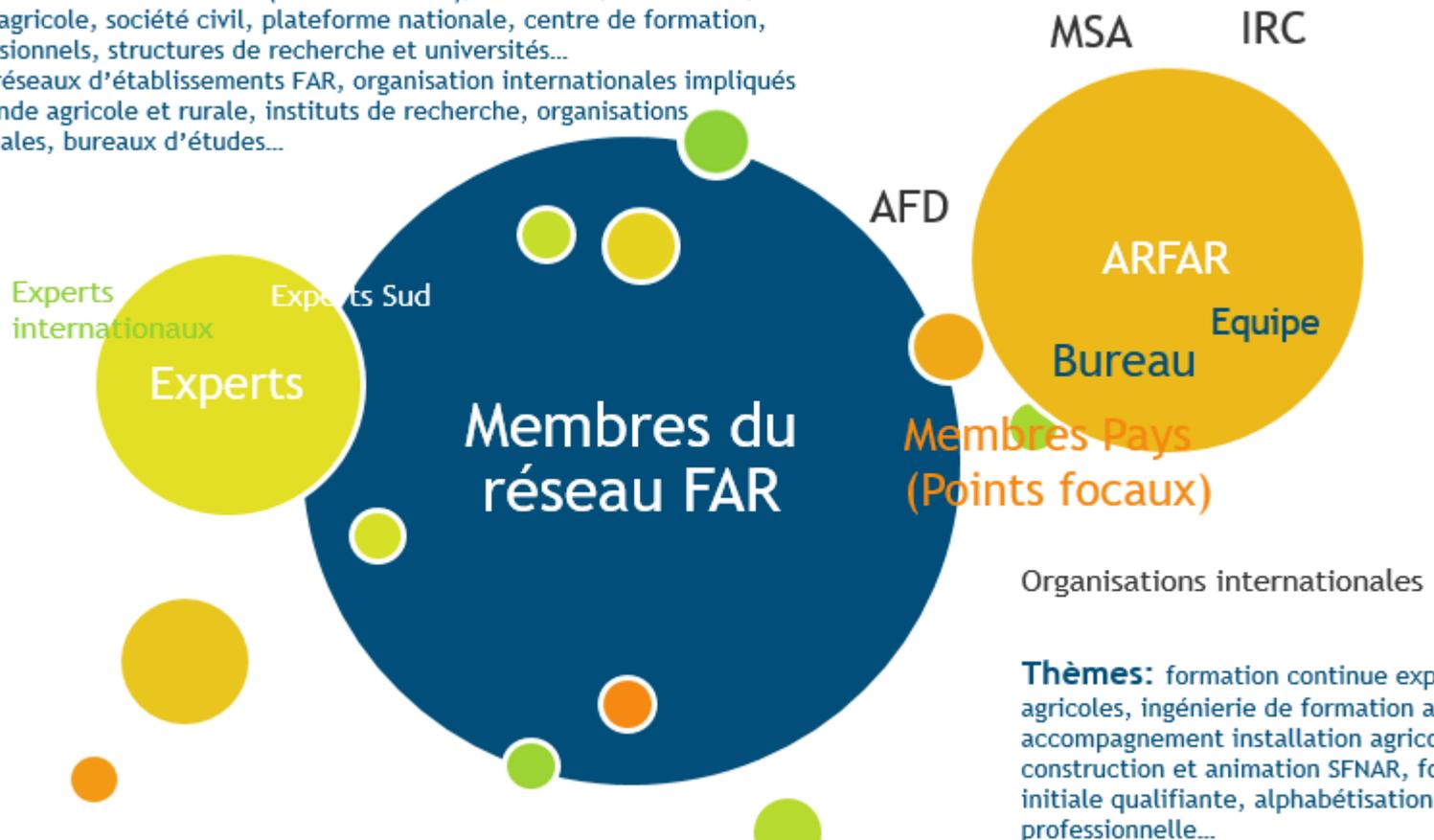
### 3. ANALYSE DU POUVOIR

## Identifier les parties prenantes



# CARTOGRAPHIE DES ACTEURS

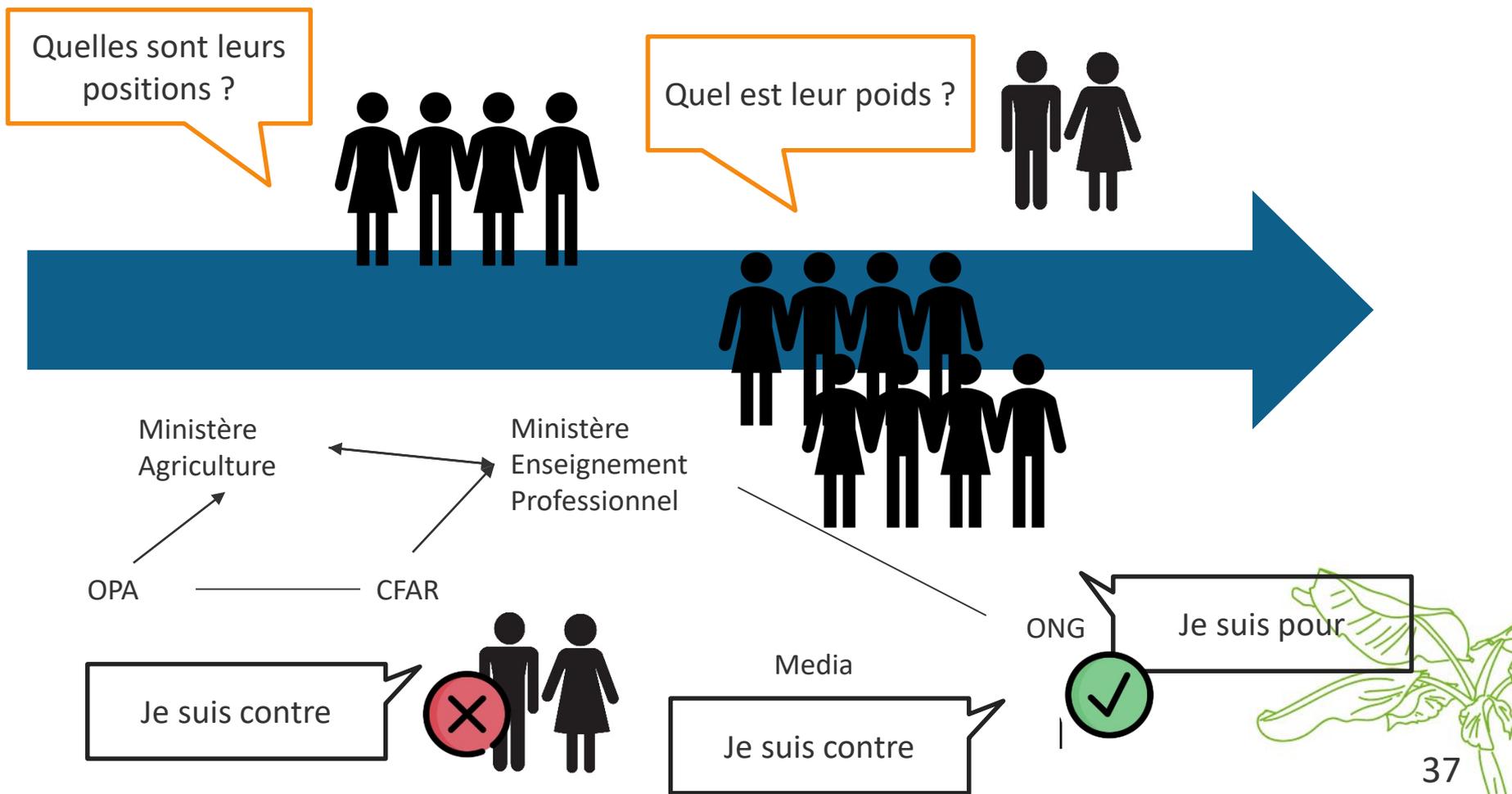
**Structures:** Acteurs de la FAR (niveau national), ministères, institutions, profession agricole, société civil, plateforme nationale, centre de formation, asso professionnels, structures de recherche et universités...  
Mais aussi réseaux d'établissements FAR, organisation internationales impliqués dans le monde agricole et rurale, instituts de recherche, organisations internationales, bureaux d'études...



**Acteurs:** acteurs nationaux (expert, conseiller agricole, fonctionnaire, dirigeants de centre de formation, etc.) et internationaux (consultants, communauté d'enseignants-chercheurs dans les pays, chargé d'ingénierie organisations internationales, etc.)

# 3. ANALYSE DU POUVOIR

## Positionnement, rôle et rapport de force



Lister & caractériser les acteurs

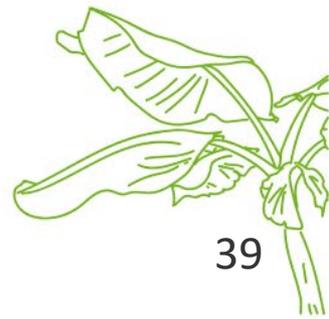
|          | Exécutif | Parlement | Bailleurs | Monde politique | Agence des NU | Médias | Public | OSC | Secteur privé |
|----------|----------|-----------|-----------|-----------------|---------------|--------|--------|-----|---------------|
| Local    |          |           |           |                 |               |        |        |     |               |
| National |          |           |           |                 |               |        |        |     |               |
| Global   |          |           |           |                 |               |        |        |     |               |



### 3. ANALYSE DU POUVOIR

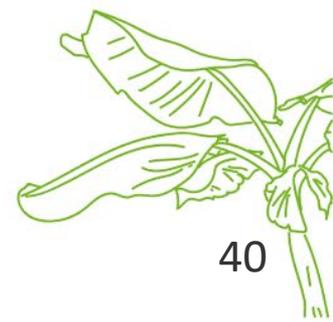
#### Positionner les parties prenantes

- Positionner l'ensemble des parties prenantes de votre sujet par grandes catégories (adversaire, indécis, allié)
- Situer ces parties prenantes en fonction de leur **influence sur le sujet**



# Outil

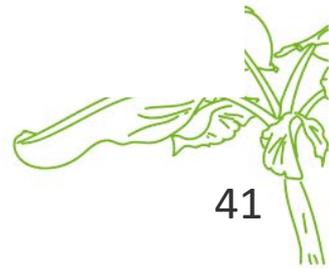
|                   | ADVERSAIRES           | INDECIS               | ALLIES             |
|-------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| FORTE INFLUENCE   | <b>À surveiller !</b> | <b>À convaincre !</b> | <b>À engager !</b> |
| INFLUENCE MOYENNE | <b>À surveiller !</b> | <b>À convaincre !</b> | <b>À engager !</b> |
| FAIBLE INFLUENCE  |                       |                       |                    |



## Marche 4

### Identifier les personnes décisionnaires

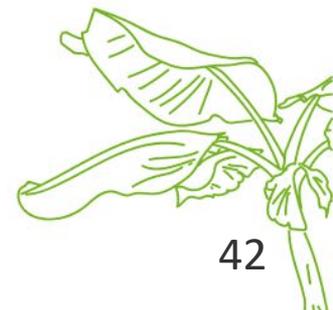
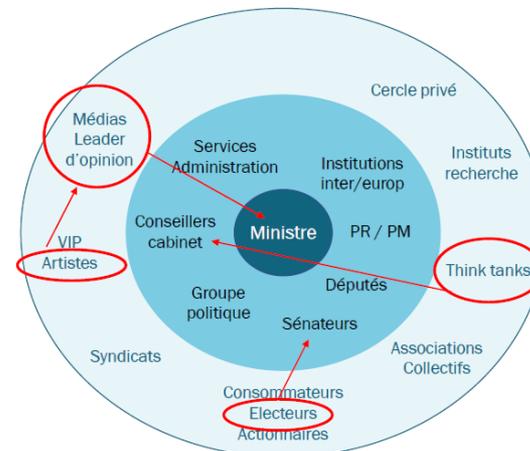
1. Analyse du contexte et du problème
2. Définition des objectifs
3. Analyse du pouvoir – parties prenantes
- 4. Analyse du pouvoir - cibles et alliances**



## 4. CIBLES ET ALLIANCES

- ➔ Analyser leur capacités à prendre part directement ou indirectement aux décisions
- ➔ Analyser leur potentiel à se faire entendre des cibles
- ➔ Analyser si elles sont écoutées, crédibles (opinions, propositions rarement remises en questions)

- 1<sup>er</sup> niveau : responsabilité ou influence décisive sur la problématique
- 2<sup>nd</sup> niveau : influenceurs directs
- 3<sup>ème</sup> niveau : leviers/groupes d'influence ; alliés, opposants



## 4. CIBLES ET ALLIANCES



- Efficacité, partage des tâches : complémentarité des ressources & savoir-faire
- Crédibilité : expertise nécessaire
- Légitimité de l'action : agréger les soutiens
- Solutions partagées : d'autres acteurs / secteurs
- Pérennité : partage de l'effort dans le temps



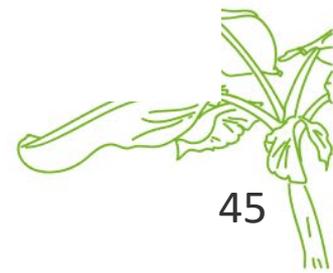
- Consommateur de temps: réunions, échanges d'information, recherche des positions communes, etc.
- Dilution du message/positions
- Moins de réactivité, prises de décisions plus lentes
- Perte de visibilité



## **Marche 5**

### Maîtriser le calendrier du plaidoyer

1. Analyse du contexte et du problème
2. Définition des objectifs
3. Analyse du pouvoir – parties prenantes
4. Analyse du pouvoir - cibles et des alliances
- 5. Agenda, temps forts & opportunités**



# 5. AGENDA, TEMPS FORTS, OPPORTUNITÉS

## Temps forts sur votre problématique



Discours ou engagements politiques

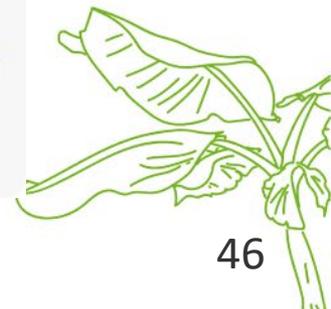
Concertation, révision  
Politique publique



Processus politique  
spécifiques ou récurrents

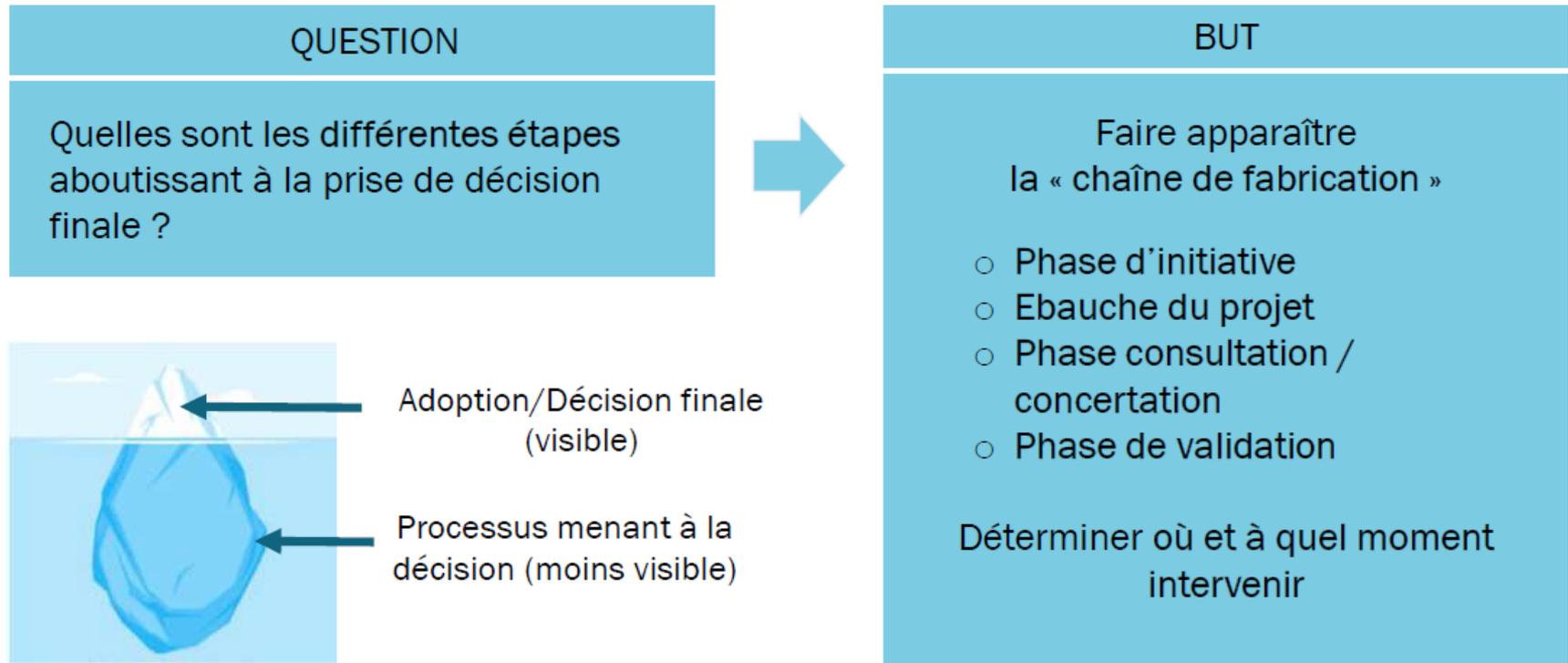
Sommets ou réunions

Dates symbolique



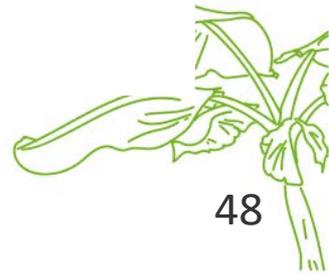
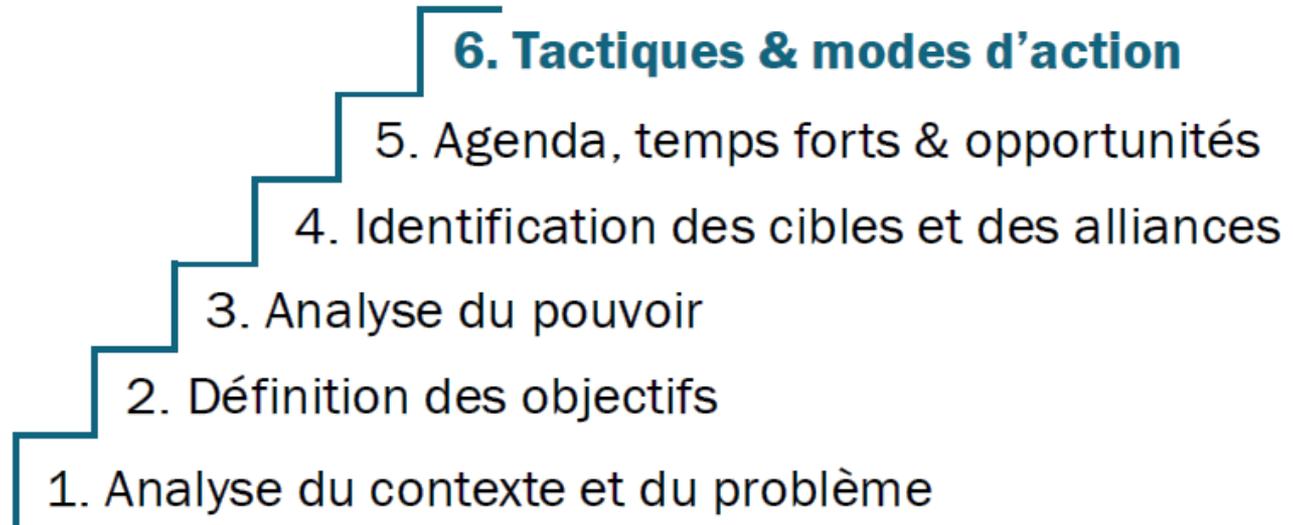
# 5. AGENDA, TEMPS FORTS, OPPORTUNITÉS

## Le processus décisionnel

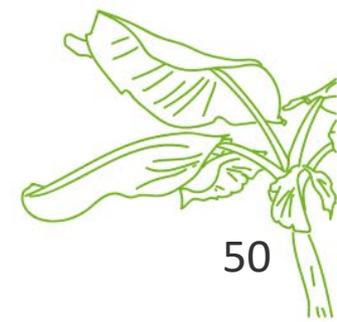
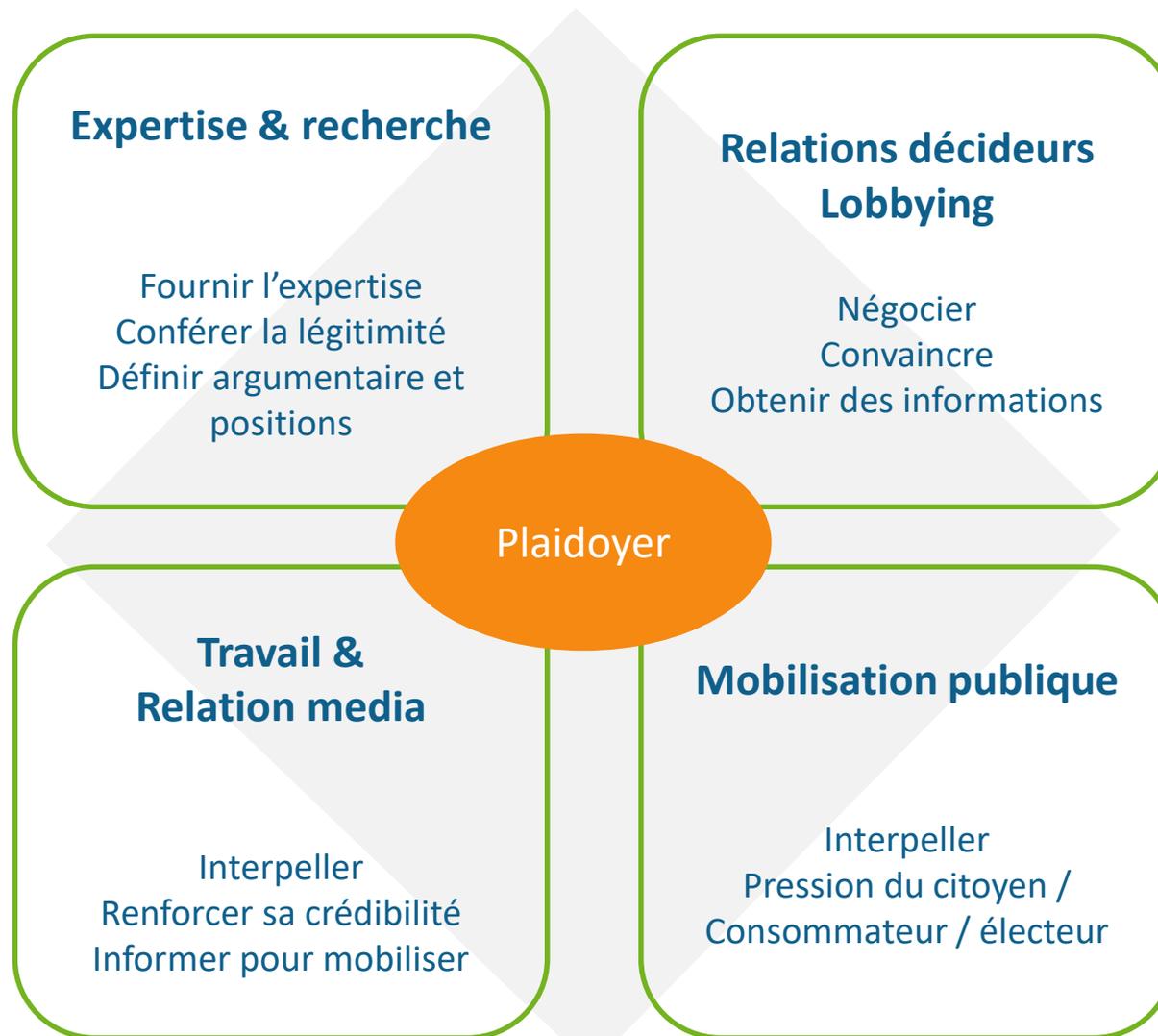


## Marche 4

### Construire sa théorie du changement



## 6. TECHNIQUES & MODES D'ACTION





## 6. TECHNIQUES & MODES D'ACTION

### Comment s'y prendre ?

*Penser vos attentes par catégories d'acteurs*

- Les décideurs (**volonté politique**)
- Alliés et partenaires (**mobilisation d'autres organisations**)
- Les médias (**couverture médiatique**)
- L'opinion publique (**sensibilisation & mobilisation populaire**)
- Vous-mêmes (**capacités internes**)





## 6. TECHNIQUES & MODES D'ACTION

Quels leviers pour toucher nos cibles ?

*Penser vos attentes par catégories d'acteurs*

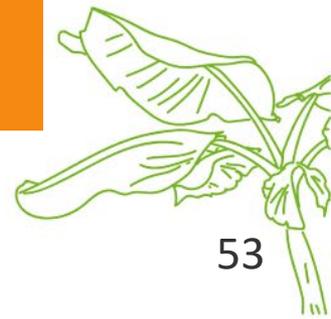
- À quoi les **différents acteurs sont-ils le plus réceptifs** ? Pression de l'opinion publique ? Engagements du secteur privé ? Soutien du monde académique ?
- À quels **moments-clés** ?
- Quels **modes d'action et quels outils** privilégier pour les atteindre ?

## EN BREF...

Une bonne stratégie de plaidoyer revient à répondre à des questions simples (quoi, qui, quand, comment)...

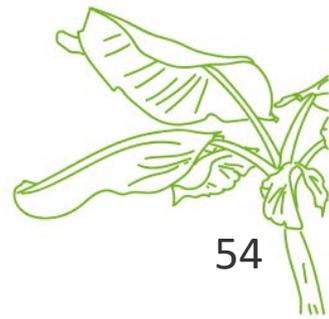
... Mais les processus peuvent être complexes et l'analyse prendre beaucoup de temps !

L'essentiel est d'avoir une première analyse et de l'affiner au fur et à mesure



# POINTS CLÉS

- Descendre le plus profondément possible dans les **racines du problème**
- Faire un choix : enjeu le plus pertinent pour votre démarche de plaidoyer
- Analyser les **cadres** institutionnels et politiques
- Connaître quelques **critères clefs** pour faire son choix
- Objectifs SMART
- Identifier les **personnes clés** : cibles et personnes d'influence (dont alliés et opposants)
- Identifier les **temps forts**
- Identifier les **processus de décision**
- Penser son chemin de **changement**
- 4 modes d'actions



## EN PRATIQUE

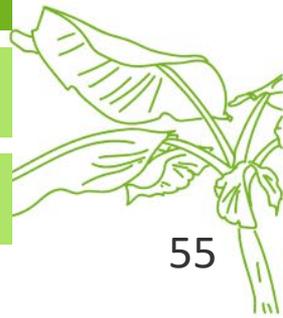


Si vous n'aviez qu'une seule chose  
à changer pour améliorer la FAR dans votre pays

Que voudriez-vous changer ?

Qui a le pouvoir d'opérer ces changements ?

Quelles activités pour convaincre ?



## LA SUITE ?

- Dispositif Suivi Evaluation :
  - **Go or No GO ?**
  - **Et comment ? Quelles étapes ? (DSE = 4 mois)**
- Quelles actions prioritaires pour mon réseau ?

Temps d'échange par pays jusqu'à 11h

Mise en commun : chaque réseau présente ses actions

Synthèse

Communauté de pratiques suivi-évaluation : comment on fonctionne dans la durée ? (moyens d'échange...)

