

Webinaire Bridging the Gap II / Combler l'Écart II (BtG-II) : Formation en ligne
no 10 : Initiatives de plaidoyer, le 26 septembre 2019 — 12 h 30, Bruxelles.

>> : Bonjour à tous, bonsoir à tous où que vous soyez. Merci de nous avoir rejoints pour ce webinaire de Bridging the Gap. Nous sommes en train d'établir la connexion avec notre présentateur. Soyez patients, nous revenons vers vous très, très vite.

Alessia Rogai... pas de défilement du Power Point — cela veut dire quoi pas de défilement du Power Point?

(Discussion en anglais.)

>> **LA MODÉRATRICE** : On m'entend à présent? La présentation est sur l'écran.

(Discussion en anglais.)

>> **LA MODÉRATRICE** : Rebonjour à vous tous où que vous soyez dans le monde. Désolée pour ce petit contretemps. D'abord, pour vous dire que de mon côté je suis la modératrice, directrice adjointe pour le plaidoyer pour humanité et collusion qui est aussi connue comme étant Handicap International et partenaire de Bridging the Gap. Quelques mots sur Bridging the Gap et ces initiatives de

webinaire de formation pour commencer.

Bridging the Gap II est une initiative financée par l'Union européenne, coordonné par la Fondation Internationale et Ibéro-Américaine de Administration et Politiques Publiques (FIIAPP –Coopération Espagnole), l'Agence Espagnole de Coopération au Développement (AECID), l'Agence Autrichienne de Développement (ADA), l'Agence Italienne de Coopération au Développement (AICS), le Forum Européen du Handicap et le Consortium International de Développement et Handicap (IDDC).

Quelques mots sur IDDC avant de commencer. C'est un consortium international de 32 ONG et notre mission est d'encourager le développement inclusif au niveau international en mettant l'accent sur la promotion de la jouissance pleine et effective des droits humains pour toutes les personnes handicapées. Ce cycle de webinaires organisé en partie aujourd'hui vise à développer le concept de transversalité du handicap dans le domaine du développement ainsi qu'à définir une approche homogène. Chaque formation est conduite en français, anglais et espagnol en sessions séparées. Si vous les avez manquées, vous pouvez les trouver sur le Web et Madame Alessia Rogai va mettre

les liens.

Aujourd'hui, nous sommes ici pour la neuvième session. Le plaidoyer pour l'inclusion est essentiel pour lutter contre toute forme de discrimination dans tous les domaines de la vie. Il est donc primordial que la voix des personnes handicapées et de leurs porte-paroles soit entendue et il faut s'assurer que cette loi soit claire et précise. Trop souvent, les politiques nationales et internationales venant en soutien à la Convention sur les Droits des Personnes Handicapées manquent ou sont inadéquates ou mises en œuvre de façon inefficace et mettre en place des initiatives de plaidoyer vise à influencer les décideurs politiques, à savoir ceux qui sont en mesure de légiférer, négocier ou allouer les budgets aux politiques publiques formelles.

Le plaidoyer est nécessaire à la cohésion sociale. Il s'agit un pouvoir de participation, de négociation, d'influence, de contrôle et de responsabilisation.

Cette session aujourd'hui traitera des sujets ci-dessous. On va commencer par le rôle du plaidoyer pour l'inclusion dans le cadre des droits humains, les différentes sortes de plaidoyer, la connaissance de base et la mise en œuvre d'une initiative de plaidoyer.

Et pour cela nous avons avec nous un expert qui est Imed Ourtani de la Tunisie. Il a évalué plusieurs actions de plaidoyer dont la plupart ont été couronnées de succès. En outre, il s'est efforcé de garantir les engagements politiques au niveau national comme la signature de la Charte des personnes vivant avec un handicap qui a été signée par les partis politiques à l'Assemblée du Parlement. En 2016, il a obtenu une maîtrise en droit dans le domaine du droit des politiques des personnes handicapées en Irlande et, par la suite, il est devenu le premier boursier au sein de l'Alliance internationale des personnes handicapées et d'Humanité et Inclusion. Au cours de sa bourse, Imed Ourtani a fourni du soutien dans plusieurs régions du monde.

Je vais bientôt lui donner la parole, mais avant de commencer juste quelques conseils techniques. Ce webinaire est sous-titré en direct et le lien est dans la boîte de dialogue. Je passe immédiatement la parole à Imed Ourtani. Merci.

>> **IMED OURTANI** : Merci de cette opportunité de vous partager quelques expériences et notamment sur ce sujet de plaidoyer qui me semble un des sujets les plus importants pour nous les personnes handicapées et pour notre mouvement car, comme dit dans la présentation, c'est vraiment quelque chose qui

nous semble vital parce que les politiques en fait à la fois soit ils veulent mais ils ne le savent pas, soit ils ne veulent pas et ne savent pas comment faire pour mettre en œuvre les droits des personnes handicapées. On va voir quelques étapes clés à savoir comment réussir notre plaidoyer et je vais accompagner ma présentation de quelques exemples des choses qu'on a fait l'expérience et qui ont bien marché selon le contexte de la Tunisie ou Nord-Afrique.

On va commencer. Suivant. On va commencer avec ce qu'est un plaidoyer. Il y a beaucoup de définitions, chaque organisation ou même dictionnaire présente en fait plusieurs définitions sur le plaidoyer. En fait, le plaidoyer est un ensemble d'actes qui visent un changement positif d'une politique d'un organisme ou d'une organisation des attitudes ou des programmes d'une institution ou même d'un pays. C'est aussi la prise de parole pour attirer l'attention sur une problématique et sur lesquelles on voudrait avoir des solutions. C'est notamment travailler et collaborer avec d'autres groupes pour un intérêt commun et intérêt dans l'agenda un problème à résoudre en apportant un changement positif et le mot-clé est le changement positif. Un plaidoyer visera toujours à avoir un changement positif, c'est-à-dire c'est la plus grande différence entre ce qu'on appelle le plaidoyer et le lobbying. Le

lobbying est une méthode du plaidoyer mais juste le lobbying est un changement mais le plaidoyer c'est apporter un changement positif pour un groupe de gens pour améliorer leur situation.

Suivant.

Quelles sont les étapes primordiales pour un bon plaidoyer. Premièrement, il faut bien analyser la situation dans les pays ou pour le sujet qui nous intéresse.

Premièrement, on va analyser la problématique dans les problèmes politiques.

Beaucoup de problèmes ne sont pas vraiment d'ordre politique mais ce qui nous intéresse ici ce sont les problématiques d'ordre politique. Les acteurs; qui sont les parties prenantes de cette problématique? L'environnement; quelle est la situation de notre pays ou de la situation, c'est-à-dire politique, économique, sociale, et cetera?

Les opinions de changement; quand on fait un plaidoyer et qu'on analyse une situation, quelles sont les opinions de changement?

Ensuite, définir une stratégie de plaidoyer. On a analysé notre situation et qu'est-ce qu'on vise maintenant comme changement, quel est notre objectif et comment réaliser ensuite cet objectif?

Choisir un objet à traiter par l'action de plaider et nous allons voir après comment on fait ce choix. Parce que les problématiques sont souvent très mêlées il y a vraiment beaucoup de cause pour une problématique mais comment choisir l'objet de notre plaidoyer?

Définir un objectif de plaidoyer. Quel est l'objectif de notre plaidoyer? Identifier les alliés et les adversaires. Dans chaque campagne on va essayer de définir qui est avec nous ou qui potentiellement peut être contre le changement proposé et nous allons voir ensuite quelques exemples.

Choisir les tactiques de plaidoyer à utiliser.

Comment on va faire notre plaidoyer? Est-ce qu'on va essayer de faire du renforcement des capacités des décideurs, des campagnes, des manifestations dans la rue, des réunions. Tout cela ce sont des tactiques à choisir lors de notre plaidoyer et cela dépend vraiment de notre analyse de la situation. Si dans un pays manifester est quelque chose qui sera très dangereux on ne va pas jouer à le faire mais si en revanche cela marche avoir des réunions, des conférences, on va essayer de privilégier cela.

Identifier les messages clé. C'est un élément très important, c'est-à-dire que nous

savons ce qu'on veut mais comment le faire avec des messages à la fois sensibles, intellectuels et affectif? Nous allons revenir sur ces trois.

Ensuite, nous allons élaborer notre plan de plaidoyer.

Pour définir les activités à mener pour la campagne de plaidoyer.

Ce sont vraiment les activités de A jusqu'à Z. Imprimer des manifestes, écrire, se réunir, trouver des fonds, tout cela c'est la série d'activités qu'on va essayer de faire.

Fixer un calendrier et des responsables. Très souvent, on va fixer un calendrier, par exemple durant les deux premières semaines on va imprimer et après les deux prochaines semaines on va essayer de distribuer les manifestes mais très souvent on oublie qui est responsable de chaque activité. Il est important de définir à la fois le calendrier et les responsables des activités. Préparer un budget. Il nous faut des fonds et mobiliser ces fonds. On va essayer de trouver de l'argent et de mobiliser des fonds pour que cela marche.

Ensuite, enfin, exécuter, suivre et évaluer le plan de notre plaidoyer.

Il nous faut présenter les messages et nous allons voir comme je l'ai dit comment articuler ces messages, utiliser les médias, gérer les rencontres, rédiger

les lettres de plaidoyer et suivre et évaluer les actions.

Suivant.

Comment on va définir l'objectif de notre plaidoyer?

La cause à défendre : nous devons choisir notre cause à défendre. C'est le problème qui nécessite une action politique. Nous devons choisir une cause qui nécessite un changement. Objectif global, la finalité. La campagne de plaidoyer est seulement une étape pour atteindre cet objectif global. Cet objectif global fait référence à l'ensemble des problèmes que nous essayons de traiter. L'objectif spécifique, quant à lui, c'est le changement que nous visons maintenant, c'est vraiment l'objectif de cette campagne de plaidoyer que nous allons choisir de traiter.

Suivant.

Analyser la situation. La première étape est d'analyser la situation. Comment faire? Tout d'abord, il faut collecter des données. Il s'agit de collecter, d'analyser et d'utiliser les informations à notre disposition. Ces données peuvent être quantitatives ou bien qualitatives susceptibles de soutenir la campagne de plaidoyer. Tout ce qui est données, chiffres, disponibles officiellement et

officieusement par les recherches des organisations, dans les différents documents de rapports des ONG. Tout cela ce sont des données quantitatives. Mais des données qualitatives dans le plaidoyer, il y a aussi une très grande importance des informations qualitatives; avoir des témoignages des personnes qui souffrent de la problématique que nous essayons de traiter, des visages, des photos, des choses comme cela qui vont essayer d'influencer l'affectif des décideurs. Les cibles, quand on va collecter les donner on va essayer de trouver aussi les cibles. Les cibles ce sont les décideurs politiques qu'il est possible d'influencer en vue d'avoir le changement positif que nous souhaitons. Ce sont les responsables gouvernementaux, les parlementaires, un responsable local, la personne qui décide, la personne qui a le pouvoir de faire le changement que nous souhaitons. Ensuite, c'est assurer le soutien : construire des alliances avec d'autres acteurs, individus ou des groupes adhérant la cause que nous souhaitons. Il nous faut trouver ces personnes, ces individus ou ces groupes soutiennent notre cause afin de construire des alliances.

Ensuite, quand on analyse la situation, on va essayer de trouver des canaux de communication, des lettres, la radio, la télévision, la presse? Ou est-ce les réseaux

sociaux? On va essayer d'analyser les voies de communication qui ont le plus d'impact lorsqu'on fait une campagne de plaidoyer. L'exécution, c'est atteindre les objectifs spécifiques, donc mettre en place ou exécuter le plan d'action. Suivi et évaluation : le suivi consiste à récolter les données permettant de mesurer l'avancement des atteintes des objectifs de la mobilisation. Est-ce qu'on a réussi ou pas et à quelle échelle on a atteint notre objectif.

Suivant.

Qu'est-ce qui détermine la cause à défendre?

Premièrement, c'est la vision et le message. Quelle est la vision qu'on a de cette cause? Par exemple, est-ce qu'on est pour l'inclusion des enfants personne handicapée dans l'école ordinaire ou contre? Quelle est la vision de la société par rapport à cela et les messages. Comment va on va écrire un message et quels sont les messages pour argumenter notre position. L'analyse de la cause. Quand on fait une analyse, parfois on va comprendre que la cause est très difficile à régler si surtout c'est un problème économique, donc on va essayer de changer notre cause. La compréhension de la cause. Si on a une compréhension minimale, il est très souvent dangereux de s'aventurer. Par exemple, si on veut l'augmentation du

budget du ministère des affaires sociales mais nous ne connaissons pas comment fonctionne le financement des budgets des ministères, il est très difficile de discuter avec les décideurs si on ne connaît pas le processus de création de ces budgets. Il est très important de connaître d'abord avant de défendre la cause.

Suivant.

Des conditions primordiales pour choisir la cause ou la campagne de plaidoyer. Comment on peut définir cela? La cause doit être précise et axiale. Il doit viser le maximum de personnes handicapées. Cela doit être un changement clé. Par exemple, si dans une campagne de plaidoyer et c'est une histoire vraie, vous demandez que les billets d'avion soient à moitié prix pour les personnes handicapées, est-ce que c'est axial? Pas du tout parce qu'une minorité des personnes handicapées qui ont la chance de prendre l'avion et de voyager. C'est vraiment quelque chose qui n'est pas axial. C'est un choix. Possibilité d'atteindre les résultats faciles et en lien avec la cause et d'assurer des succès ultérieurs. Il faut aussi s'assurer que nous pouvons atteindre des succès faciles dans les premiers pas. Si une cause est très difficile à atteindre il est primordial d'avoir des étapes de réussite et essayer d'avoir des succès ultérieurs. Pourquoi? Parce qu'avec des

succès faciles au début cela va motiver les gens, les volontaires, le mouvement, à continuer dans cette route. Si d'abord la première étape est très difficile à atteindre parce que le plaidoyer ce n'est pas quelque chose d'une semaine ou d'un mois, cela peut durer des années. Il faut toujours avoir des succès successifs pour continuer à avoir la même motivation et la même mobilisation. Il nous faut avoir une cause qui va entraîner avec nous plusieurs groupes, par exemple les enfants, les parents des enfants. Si on vise une amélioration du système éducatif, même les parents pourrait être intéressés de rejoindre notre cause. Les professeurs aussi pourraient être intéressés à rejoindre notre cause. Cette cause doit avoir la capacité de mobiliser aussi d'autres acteurs.

Suivant.

Ici, il y a un schéma, comment on peut faire pour définir une cause? Il y a ce qu'on appelle l'arbre à problème et l'arbre à solution. Ils sont côte-à-côte et on va essayer de faire une de ces branches pour ne pas perdre de temps. En fait, à la gauche, vous avez l'arbre à problèmes. On va prendre un problème, un exemple. Par exemple, la plupart des enfants handicapés scolarisés ne sont pas inclus dans les écoles ordinaires. Pourquoi? On va prendre, on va peut-être réfléchir et on va

dire que la plupart des écoles primaires n'ont pas les moyens d'accueillir les enfants handicapés. C'est une raison. Et cette cause elle est entraînée par quoi? Par la majorité des enseignants qui ne sont pas préparés à la prise en charge éducative des enfants handicapés.

Il y a une autre cause, c'est les locaux ne sont pas très accessibles. Enfin, le matériel éducatif n'est pas adapté à tous les enfants. Il y a d'autres branches et on peut aller encore plus loin dans l'analyse. Comment transformer cela en objectif de plaidoyer? Notre objectif final, global, notre rêve c'est que la plupart des enfants handicapés en âge scolaire sont inclus dans les écoles ordinaires. Notre objectif spécifique la plupart des écoles primaires ont les moyens d'accueillir des enfants handicapés et nous souhaitons que la plupart des écoles ordinaires aient les moyens d'accueillir les enfants handicapés. La majorité des enseignants sont préparés. Ensuite, les locaux sont accessibles et enfin le matériel éducatif disponible est adapté à tous les enfants. Quand on va faire cela, c'est l'arbre à solution. Nous avons défini les branches du problème et là ce sont les objectifs de cette branche du problème.

Suivant.

Alors, notre campagne de plaidoyer. Nous allons essayer de travailler sur cette branche et nous avons choisi de travailler sur cette partie-là. Donc, le résultat attendu, le manuel éducatif est disponible et adapté à tous les enfants. Nous allons essayer de faire en sorte que le matériel éducatif disponible soit adapté à tous les enfants. On va essayer également de faire que les locaux soient accessibles. On va essayer également que la majorité des enseignants soient préparés. Chacune de ces trois branches est une campagne de plaidoyer. On peut aller encore plus loin. Par exemple, si on allait réfléchir comment faire en sorte que le matériel éducatif disponible soit adapté à tous les enfants? C'est une cause à défendre dans une campagne des plaidoyers. Comment faire en sorte que les écoles soient accessibles? Aller voir le ministère, rencontrer les architectes. Une de ces activités de plaidoyer avons-nous aider à atteindre le rêve ou l'objectif global, c'est que la plupart des enfants en âge scolaire sont dans les écoles ordinaires. C'est un exemple, il y en a plein d'autres pour faire un choix d'une cause de plaidoyer.

Suivant.

Une des parties primordiales est collecter les données. On a fait l'analyse et maintenant on va collecter les données et les analyser. Utiliser des données

quantitatives et qualitatives adéquates en vue de soutenir chaque étape du plaidoyer. Je reviens à mon exemple, il ne faut pas juste commencer quand on cherche les données à savoir combien d'écoles sont accessibles. Il faut chercher des données pour chacune des étapes du plaidoyer, qui décide? Quels sont les standards appliqués? Comment on fait en sorte que l'État surveille? Tout cela ce sont des données, combien d'enfant sont en dehors des écoles? Où sont-ils? Comment ils vivent ces enfants en dehors de l'école? Comment les parents fondent pour que leurs enfants soient à l'école? Qui gère ou comment les coûts sont pris en charge par les parents? Tout cela ce sont des données à trouver pour faire en sorte que notre cause ait du sens et soutenir chaque étape de notre plaidoyer. Il y a aussi une partie importante, quels sont les éléments politiques, légaux, qui vont soutenir notre plaidoyer? Est-ce que notre pays a ratifié la Convention sur les Droits des Personnes Handicapées? Si oui l'article 24 sur l'éducation est-ce qu'elle est transcrite dans un décret-loi de notre pays? Tout cela est des données à trouver. C'est une activité très importante pour maîtriser le sujet. Nous devons devenir des experts de la cause que nous essayons de défendre. Nous sommes des experts sur nos problèmes, mais très rarement, nous sommes très peu experts sur les solutions.

Il est important d'être expert à la fois des problèmes que nous rencontrons et à la fois aussi des solutions. Très souvent, quand on rencontre les décideurs on leur expose des problèmes et pas des solutions. C'est là l'enjeu il faut devenir l'expert des solutions. Pour élaborer les arguments; les témoignages et tout cela ce sont nos arguments. Pour déterminer la partie ciblée. Il est important de dire qui décide.

Qui a le dernier tampon de validation à la fin pour que le changement apparaisse?

Enfin, pour convaincre. Et non seulement le décideur, mais aussi l'opinion publique et les potentiels adversaires qui seront peut-être amenés à s'opposer à la cause que vous essayez de défendre. Encore sur la collecte des données, les questions qui peuvent aider...

Suivant.

C'est bon.

Les questions qui peuvent aider pour collecter vos données. Quelles sont les causes du problème? Quelles sont les parties influentes pour résoudre le problème?

Est-ce que c'est le Parlement, le gouvernement, un parti politique, une personne?

Quels sont les processus décisionnels qui vont résoudre le problème? Est-ce que c'est une commission qui va se réunir, qui va faire une proposition au Parlement, le

Parlement qui va envoyer cela au ministère et enfin le ministère va renvoyer un sujet? Tout le processus de prise de décision, il faut connaître cela afin d'avoir en tête les différentes institutions sur lesquelles nous devons faire notre plaidoyer.

Parfois la décision ne dépend pas d'une seule personne, c'est tout un processus et de connaître le processus va nous aider à agir concrètement et facilement pour avoir le changement.

Suivant.

Sur la collecte des données encore une fois. Avoir des données c'est confronter des avis et des arguments contraires. La situation que nous souhaitons changer est elle-même basée sur un argument préexistant. Il y a des arguments pour légitimer la situation actuelle. Avoir connaissance des données, connaître notre sujet va nous permettre de réfuter ou de confronter ces arguments et ces avis contraires.

Changement de programme sur le problème. Parfois, des décideurs ou même l'opinion publique va dire c'est un problème secondaire, ce n'est pas quelque chose qui va affecter les gens et ce n'est pas prioritaire. Avoir connaissance des données va nous permettre de faire un changement de regard sur ce problème. Et réfuter les a priori, c'est-à-dire que la situation que nous souhaitons changer est basée sur des

a priori. Les enfants dans les centres spécialisés sont très bien, tout va bien et ils sont bien là-bas et bien pris en charge, donc les a priori est que tout va bien dans la situation actuelle. Comment faire pour que ces a priori changent? C'est d'avoir un maximum de données. Enfin, c'est la révision des stratégies sans succès et appuyer les politiques et les stratégies avec succès. Cela va nous permettre de dire que cette stratégie ou cette politique ne marche pas parce que voilà il y a des résultats qui le montrent. En revanche, ce que vous faites là ou ce qui existe dans d'autres pays cela marche et voilà les résultats. Cela va nous permettre aussi à la fois d'appuyer ce qui marche et de réfuter ce qui ne marche pas.

Suivant.

Maintenant, nous allons discuter du public cible.

Il s'agit habituellement d'influencer les décideurs locaux ou nationaux, qui on vise à travers notre plaidoyer. Qui décide? Il nous faut déterminer leur connaissance, déterminer une stratégie d'influence. Un ministre et un parlementaire ce n'est pas la même chose. Quand on va discuter avec un ministre ce n'est pas la même chose que de discuter avec un parlementaire qui fait partie d'un groupe d'opposition ou autre. Il faut connaître le public cible pour agir

concrètement. C'est aussi il faut déterminer la cible principale, directe. C'est celle qui a le pouvoir du changement. C'est elle qui a le dernier tampon pour signer le changement. Les cibles secondaires influente peuvent être le chef du ministre et il peut nous soutenir pour faire le changement ou agir sur la personne qui a le dernier mot pour créer le change. Élaborer une carte ou un diagramme du pouvoir; qui a le pouvoir? Comment cela marche? Est-ce que de dire que le directeur de département qui a au-dessus de lui le chef du cabinet et au-dessus de lui le ministre, quelle est la porte d'entrée la plus facile pour nous pour faire le changement?

Suivant.

Sur les publics cible, qui possèdent le pouvoir décisionnaire pour résoudre le problème, que sont leur point de vue sur le sujet, sur le problème? Que va-t-il gagner en solutionnant le problème? Que va-t-il perdre? Comment atteindre les décideurs? Parlementaires, par exemple, directement à travers des proches influant, des relations personnelles. Il nous faut comprendre aussi quel est le point de vue sur le problème. On peut lire les journaux, voir les médias, certaines entrevues. Comment on peut atteindre cette personne? Est-ce qu'on a un lien

personnel avec cette personne? Est-ce qu'on connaît et souvent cela marche comme cela et on a testé cela, si une personne de notre mouvement connaît un membre, est-ce qu'on ne pourrait pas mobiliser cette personne pour avoir le contact direct avec le décideur? Le cousin, la mère, le frère, la femme? Est-ce qu'on a un moyen d'interagir directement et de façon personnelle avec ce décideur?

Suivant.

On a déterminé le public cible et maintenant il faut déterminer les parties prenantes.

Pendant la planification d'une campagne de plaidoyer on doit déterminer les parties prenantes. Les personnes influencées par la cause, c'est-à-dire qui sont affectées par la cause. Par exemple, je reviens à l'exemple des enfants handicapés. Ce sont les enfants handicapés, leurs parents mais si on veut une amélioration de tout le système scolaire, ce sont aussi les parents des enfants non handicapés; cela peut être le syndicat des enseignants, les centres spécialisés, aussi le syndicat des éducateurs spécialisés, tous ces groupes sont influencés par la cause. Les personnes qui peuvent influencer la cause, les décideurs. Les parties influentes indirect qui permettent d'atteindre la partie décisionnaire. Comme on a

dit, il y a parfois des parties influence mais qui sont, qui n'ont pas le pouvoir décisionnaire. Elles sont influentes mais n'ont pas vraiment le pouvoir décisionnaire. Par exemple, le président du parti politique qui est au gouvernement, c'est à la fois une personne mais qui n'a pas le pouvoir décisionnaire. Elle peut influencer le décideur.

Suivant.

Quel est le changement que nous visons? Cela dépend du public cible. Si ce que nous voulons faire est le changement d'une institution, d'un gouvernement, d'un ministère, c'est un changement dans les politiques. C'est quelque chose qui va avoir trait à la politique, à la législation, au budget, au décret, à des choses institutionnelles, systématiques. Mais si c'est une personne que nous voulons influencer, un parlementaire, un ministre, un gouverneur local, le maire, ce sont plutôt des changements d'attitude, de la vision, des comportements. Cela va une relation de sensibilisation. C'est un changement de son comportement, de son attitude. Il est très important de noter la différence entre les deux. Très souvent ou parfois la solution, le budget et les lois sont là mais cela ne marche pas parce que c'est une seule personne qui ne veut pas, qui ne sait pas comment mettre en œuvre

ce qui a été décidé. Le système est là mais cela ne marche pas parce que c'est une personne qui bloque. Ce que nous souhaitons c'est le changement d'attitude, de vision et de comportement de cette personne.

Suivant.

Importance d'analyser les positions des parties prenantes. Il est important de déterminer les alliés et les adversaires. Déterminer qui cibler en priorité afin de maximiser les effets.

Déterminer la stratégie d'influence spécifique et adaptée à chaque acteur.

Concentrer l'attention et les moyens de manière à assurer une efficacité maximale.

Ne pas éparpiller les forces et les ressources, ne pas éparpiller nos forces de manière à nous affaiblir. Ces parties prenantes ne sont pas prioritaires, donc nous allons essayer de les influencer ultérieurement, pas maintenant. Il y a aussi en tant que groupe de personnes handicapées ou de mouvement ou d'organisations nous n'avons pas des ressources illimitées, donc on doit faire en sorte que les ressources soient utilisées de façon efficace pour savoir, les ressources humaines et financières doivent être utilisées de façon à directement viser le changement le

plus rapidement possible et de la façon la plus efficace possible. Il est aussi important de déterminer les alliés et les adversaires.

Suivant.

Étape de l'analyse des parties prenantes.

>> **LA MODÉRATRICE** : Il est 13 h 29. Si c'était possible de continuer pour peut-être cinq minutes et comme cela on a encore du temps pour prendre quelques questions à l'oral. On a commencé tard, alors on peut poursuivre un petit peu mais on peut difficilement aller au-delà de 13 h 45 ou 13 h 50.

>> **IMED OURTANI** : D'accord. On doit savoir qui sont les alliés et les adversaires. Ensuite, pourquoi sont-ils importants, pourquoi il est important d'analyser les parties prenantes? Parce que certains sont neutres ou des potentiels alliés et certains sont neutres ou adversaire et d'autres peuvent être hésitants mais tous peuvent influencer. On va sauter cette partie pour aller sur la question des messages. C'est la diapositive numéro 25. Comment on va composer notre message? Le contenu et les idées ciblés, les arguments utilisés pour convaincre, la langue et les termes utilisés, la forme : par quel moyen sera présenté le message pour assurer la meilleure influence? Réunion, lettre, publicité? Comment on va

essayer de mettre en place notre message et comment essayer de le transmettre. Le temps et l'espace. Quel est le meilleur moment pour présenter la lettre? Y a-t-il un lieu qui détermine le mieux la présentation de la lettre avec le plus de crédibilité? Parce que, si on va parler des enfants ou des familles défavorisées, il est très souvent mal vu de faire une conférence dans un hôtel cinq étoiles car cela va diminuer la crédibilité de notre message. Si nous sommes en période électorale, c'est un moment privilégié pour présenter la lettre ou les messages de notre plaidoyer et de commence la campagne de plaidoyer pour utilisant ce moment clé pour influencer les décideurs.

Suivant.

Les caractéristiques d'un bon message.

Le message doit être succinct, c'est-à-dire le plus réduit possible; expliquer le fond du problème, être clair. Comme je l'ai dit, cela vise— l'affectif en plus de l'intellectuel et vise la conscience, l'intérêt et la motivation.

L'argument, comment l'organiser.

Il faut soumettre le problème, présenter la loue les solutions préférées, ce que nous voulons, apporter les arguments. Pourquoi ce sont les constitutions que nous

proposons? Présente l'art manière d'atteindre l'objectif; comment?

Qu'est-ce qui est attendu de la partie cible, quel est le changement que nous voulons voir?

Ensuite, on va aller essayer d'avoir, aller sur la diapositive numéro 30.

Il y a un sapin dans la diapositive numéro 30.

>> : C'est la mobilisation des moyens?

>> **IMED OURTANI** : Ce sont les moyens de communication. Voilà, exactement. Merci.

Comment on va faire cela? Comment mettre en place nos moyens de communication? Si nous devons discuter de façon rationnelle, il faut trouver des études et mettre en place des études pour avoir des arguments de façon rationnelle. Ce sont souvent les scientifiques, les chercheurs que l'on va viser pour les changements de position en utilisant des études. Si ce sont des politiciens, ce sont des moyens, des publications pas vraiment scientifiques, mais plutôt des arguments. Si on va se diriger vers grand public on va plutôt utiliser des slogans et des moyens de communication simples, c'est-à-dire qu'on va créer des slogans comme le slogan très bien connu rien sur nous sans nous. C'est un slogan qui a

mobilisé la totalité des personnes handicapées. Dernière diapositive, c'est la construction des alliances, comment on peut construire des alliances. Certaines questions peuvent nous aider pour savoir avec qui et pourquoi. Est-ce qu'on est capable de faire cela tout seul? C'est pratiquement impossible, il faut toujours de l'aide. Est-ce qu'ils ont la capacité financière, ressource humaine pour soutenir une campagne de plaidoyer. Qui et pourquoi? Quelles organisations pour assurer une approche participative souple et un leadership horizontal. Il est très important d'avoir un leadership horizontal. Aucune organisation indépendante ne voudra avoir un leadership vertical qui décide tout. Il faut toujours avoir un leadership horizontal. C'est une approche participative. Une des recommandations, c'est mettre en place une charte qui va déterminer les valeurs communes, les objectifs, les principes du travail, les méthodes de décision.

Il est important quand on fait une campagne de plaidoyer de mettre en place cette charte car, parfois, certains membres de l'alliance peuvent dévier et c'est important d'avoir cette charte.

Enfin, dernière diapositive. Suivant.

Je vais terminer avec cela, c'est exécuter la stratégie ou le plan d'action du

plaidoyer. Pourquoi je n'ai pas développé ces points? Parce qu'il n'y a pas de recette de cuisine pour exécuter un plan de plaidoyer. Ce n'est pas scientifique, cela dépend du contexte, des personnes, du pays, des connaissances. Parfois, ce n'est pas étape un, étape deux, étape trois. C'est vraiment quelque chose de très flexible et cela dépend des connaissances qu'on a des moyens et il y a aussi des éléments qui peuvent arriver qui vont pousser le plaidoyer. En Tunisie, la révolution est apparue soudainement et donc le mouvement des personnes handicapées s'est retrouvé à travailler sur la constitution de la Tunisie et nous avons tout fait pour créer un article dans la Constitution. Exécuter le plan d'action, exécuter l'ensemble des activités prévues pour atteindre les résultats escomptés. Quelle action? Qui s'en charge? Comment? Quand? Tout cela, ce sont les moyens et les indicateurs. Tout cela est propre à chaque contexte et organisation. Toutes les étapes de collecte des données et de mobilisation va nous aider à répondre à ces questions. Je vous remercie. J'avais prévu beaucoup plus d'information mais le sujet est très large et j'attends vos questions. Merci beaucoup et encore une fois désolé pour ce petit retard. Je suis ouvert à vos questions.

>> **LA MODÉRATRICE** : Merci beaucoup. C'est vrai que c'est un sujet

très riche. Je pense qu'aussi la question des contextes fait qu'il n'y a pas de recette miracle, comme Imed l'a déjà dit. On a eu quelques questions déjà dans la partie questions, et notamment la distinction à faire entre les cibles et le cadre. J'ai compris la question comme étant à savoir dans des contextes où par exemple il y a une certaine instabilité politique ou peut-être les maires ou les ministres ou les parlementaires changent souvent, il y a peut-être un risque en fait à travailler auprès de ces cibles quand, en fait, l'objectif visé serait un changement du cadre politique ou réglementaire. Comment arriver à un changement dans les politiques avec des décideurs qui éventuellement sont assez volatiles? Si vous avez d'autres questions, s'il vous plaît, levez la main. Il y a un petit bouton et sinon vous pouvez inscrire votre message dans la boîte de dialogue aussi.

>> **IMED OURTANI** : Merci pour cette question. C'est vraiment un des défis du plaidoyer. Dans beaucoup de pays et surtout dans des pays où il y a une instabilité politique c'est un mixte. On va modifier le budget, les lois, mais cela dépend vraiment beaucoup de cette personne qui va arriver qui va supprimer ce que le prédécesseur a fait. La solution? D'abord, garantir que le système va changer selon le changement positif que l'on veut. Il ne faut pas perdre le temps

pour que cette personne-là change puisque le problème principal est la loi faisons
va essayer de travailler sur la loi. Acquérir ce changement positif dans le système,
un changement systématique cela ne veut pas dire qu'on a réussi. Cela dépend
aussi beaucoup de cette personne qui essayer d'effacer mais c'est difficile d'effacer
une loi. Plus difficile que d'effacer un décret. On va essayer de travailler une
modification systématique qui va garantir au moins d'avoir des arguments. Surtout
les personnes handicapées, c'est très difficile à atteindre et très facile à oublier. Si
on a ce changement systématique après il faudra toujours revenir à la charge. Une
des idées clé, peut-être, c'est aussi quelque chose qu'on a utilisé et dit, c'est d'avoir
des liens non pas avec le décideur politique, mais avec son administration,
c'est-à-dire le directeur, le directeur de section, le directeur qui est toujours là, en
fait. Les ministres changent, mais les directeurs responsables de l'éducation
inclusive, c'est rare qu'ils changent. Avoir des liens avec le décideur secondaire va
nous aider à influencer le nouveau ministre qui va arriver, c'est-à-dire construire
des liens à la fois avec ces influenceurs secondaires va nous permettre d'avoir
toujours une porte d'entrée peu importe s'il change ou pas avec le décideur
principal. C'est un des moyens et j'espère avoir répondu. Y a-t-il d'autres

questions?

>> **LA MODÉRATRICE** : Je donne la parole à quelqu'un qui a levé la main. Est-ce qu'on peut vous entendre? J'ai vu le symbole de lever la main mais on n'entend pas cette personne. J'essaie de voir s'il y a des choses par rapport à cela. Il y avait une autre question, je passe à cette question qui est arrivée et qui dit que dans un pays qui a ratifié la CDPH, est-ce qu'il faut vraiment se poser la question du gain pour les décideurs politiques? Ou est-ce que cela viendrait dans le sens qu'ils auraient un intérêt à mettre en œuvre des mesures de mise en œuvre efficaces de la CDPH? En tout cas, c'est comme cela que je comprends la question. Je m'excuse si j'interprète mal les questions.

>> **IMED OURTANI** : Très bonne question. C'est toujours une question qui revient. Je vais te demander s'il vous plaît de mettre la diapositive numéro 23 qui répond à la première et à la troisième question. Voilà. Il faut toujours se poser quelqu'un, le décideur politique. Même si la convention est une obligation légale il y a aussi un webinaire qui traite de cela, que les lois nationales soient harmonisées avec la Convention relative aux droits des personnes handicapées. Pourquoi? Parce que par exemple avec la Tunisie, on a ratifié la Convention relative aux droits des

personnes handicapées en 2008 et il y a très peu de disposition mise en œuvre à l'heure actuelle parce que les décideurs politiques en fin de compte mis à part qu'il n'y a pas vraiment de système pour les obliger concrètement à mettre œuvre la Convention relative aux droits des personnes handicapées, il y a plusieurs moyens stratégiques pour essayer de les influencer. Pour l'intérêt de ces décideurs politique, il faut aller vers le slow power. Plusieurs agences ont intégré dans leurs obligations la partie qu'on doit mettre en place l'inclusion des personnes handicapées ou des enfants handicapés dans n'importe quel programme. Si vous voulez avoir des meilleurs fonds, plus de fonds, une bonne image pour être réélu, pour avoir une image de progressiste, de quelqu'un qui fait son travail, il est dans leur intérêt de mettre en œuvre la Convention relative aux droits des personnes handicapées. Il est important de leur montrer leur intérêt à mettre en œuvre cette disposition de la Convention relative aux droits des personnes handicapées. Vous pouvez aussi compléter avec une autre approche, c'est-à-dire nous avons des fonds grâce à notre projet pour vous soutenir à mettre en place ce que nous souhaitons dans une approche coopérative. Voilà. J'espère avoir répondu.

>> **LA MODÉRATRICE** : Merci. Je vais donner la parole à l'orateur qui

veut poser une question. (Inaudible)

Il y avait une autre question de la part d'un autre participant. Je vais lui donner la parole. C'était une question qui était aussi inscrite dans la boîte de dialogue.

Cette personne demandait à revenir sur les stratégies de communication parce que voilà, elle aurait aimé en savoir un peu plus et j'ajoute la dernière question et après on devra terminer, qui nous vient du Sénégal qui explique un système de point focal dans les ministères pour le genre et quel plaidoyer pourrait être mise en œuvre pour cet objectif-là?

>> **IMED OURTANI** : Pour les moyens de communication, pour les stratégies de communication; en fait, elles dépendent dans chacune des étapes de plaidoyer, on va utiliser plusieurs acteurs qui ont chacun une approche de la compréhension de notre cause différente. On va prendre un exemple concret, sur l'éducation. Qui sont nos différents acteurs? On note d'abord, par exemple, en Tunisie. Nous allons essayer de mettre en place une éducation inclusive pour les enfants handicapés. On s'est retrouvé avec plusieurs acteurs qu'une approche différente. Premièrement, les chercheurs, eux, ont trouvé l'argumentaire pour eux était la qualité. Nous avons essayé d'avoir des recherches. Travailler au même

niveau de discussion avec eux. Nous avons fait des études pour prouver que l'éducation inclusive pour essayer de les convaincre et on a trouvé l'UNICEF, un acteur important, qui a la mission de respecter la Convention relative aux droits des personnes handicapées, nous avons travaillé avec eux dans une communication sur les aspects législatifs et légaux et de développement durable. C'est aussi un argument politique. Nous avons aussi trouvé le ministère qui avait l'argument du budget, nous avons déjà un financement qui part vers les centres spécialisés qui est sous le ministère des affaires sociales. Nous avons essayé de trouver comment on peut dégager des fonds pour mettre en place l'éducation inclusive. Nous avons trouvé un opposant, la Fédération des associations des centres spécialisés.

L'argumentaire qu'on a essayé de trouver est l'intérêt commun. Les travailleurs de ces centres veulent avoir une meilleure situation, donc c'est leur intérêt que leur centre se transforme en centre inclusif parce qu'ils deviennent des employés de l'État avec une meilleure situation. On a essayé de trouver ces stratégies de communication et ces messages-là. Vous voyez, c'est la même cause, mais nous avons transformé notre message dépendamment à qui on s'adresse. Cela nous a permis d'analyser les différentes parties prenantes. Ensuite, pour la deuxième

question, c'est totalement une des dispositions de la Convention relative aux droits des personnes handicapées, d'avoir des points focaux. C'est l'article 33 qui dit aux États parties de mettre en place dans les différents ministères verticalement et horizontalement des points focaux pour faire le suivi de la mise en œuvre de la Convention relative aux droits des personnes handicapées. Si cela existe, c'est un argument pour vous. Vous pouvez vous baser sur le mouvement du genre mais en plus, vous avez encore un argument légal, un argument d'autorité, législatif de la Convention relative aux droits des personnes handicapées dans l'article 33 qui dit que les États parties doivent mettre en place des points focal. Donc, prendre l'expérience du genre et l'adapter à ce que vous voulez et en plus ajouter cet argument légal. Voilà. J'espère avoir répondu.

>> **LA MODÉRATRICE** : Merci beaucoup. On doit clore cette session.

Vous pourrez avoir plus d'informations sur tout cela. Je vous rappelle que l'enregistrement de ce webinaire sera disponible sur le site Internet et les réseaux sociaux du projet de Bridging the Gap et un courriel de suivi vous sera envoyé avec un petit sondage et avec aussi le matériel d'apprentissage et la présentation de Monsieur Imed Ourtani. La prochaine session se concentrera sur la question des

femmes et des handicaps et vous pourrez vous inscrire.

Je vous souhaite une bonne fin de journée. Merci pour votre participation et à très bientôt.

>> **IMED OURTANI** : Merci pour votre écoute.

>> **ALESSIA ROGAI** : Merci.

(Fin du webinaire.)