

Comment utiliser Internet et téléphones portables pour mobiliser les gens au plaidoyer

Dernière mise à jour : juin 2021

Les téléphones portables et l'Internet peuvent être utilisés pour sensibiliser et mobiliser les gens pour le plaidoyer, y compris les personnes :

- directement touchées par une question de plaidoyer ;
- inquiètes pour les personnes touchées ;
- ayant la capacité – ou la responsabilité – de provoquer le changement sur la question ;
- indifférentes ou ignorant le problème.

S'il vous faut faire de la sensibilisation au plaidoyer, demandez-vous s'il est nécessaire :

- D'utiliser des téléphones portables pour envoyer des messages SMS afin de favoriser la prise de conscience – tant du problème lui-même que sur le lien entre le problème et les décisions et les actions de ceux qui ont le pouvoir de changer la situation.
- D'utiliser les réseaux sociaux pour diffuser directement votre message de plaidoyer et encourager l'interaction en ligne entre les personnes.
- D'utiliser des applications de messagerie comme WhatsApp pour susciter l'intérêt pour les campagnes et pour aider à mobiliser l'engagement dans ces campagnes. Pour plus d'informations sur l'utilisation de WhatsApp pour les campagnes, consultez [cet article](#).¹
- De créer des groupes en ligne ou d'utiliser les groupes déjà présents sur les réseaux sociaux que le public peut rejoindre pour en apprendre davantage sur le problème et recevoir des mises à jour régulières.
- De mettre des informations sur votre message de plaidoyer sur le site Internet de votre organisation.
- Et assurez-vous d'avoir prévu comment mettre et tenir à jour votre activité en ligne.

Si vous avez besoin de mobiliser le public pour le plaidoyer, il vous sera peut-être utile :

- D'envoyer des courriels au sujet de votre thème de plaidoyer, en vous assurant que ces courriels soient aussi clairs et concis que possible, et en donnant des instructions quant à ce que le destinataire doit faire en retour.

¹ commonslibrary.org/how-to-whatsapp-uses-for-campaigning/

- D'envisager l'utilisation d'un service de messagerie de masse en ligne gratuit, tel que [Mailchimp](#), qui vous permet de gérer l'envoi d'e-mails à un grand nombre de personnes, gratuitement.
- De créer des modèles suggérant des textes à utiliser pour que votre public envoie votre message de plaidoyer par e-mail à leurs représentants politiques locaux.
- De lancer une pétition en ligne et de demander aux gens d'y ajouter leur nom. Par exemple, vous pouvez utiliser un service en ligne gratuit tel que [change.org](#) pour développer une pétition, mobiliser les gens et gagner de l'appui pour votre problème. N'oubliez pas de faire un suivi auprès des destinataires de la pétition, puis de partager leur réponse avec ceux qui se sont impliqués dans la campagne.

Exemple 1 : Campagne migratoire en Amérique latine

Tearfund a mobilisé des centaines d'églises et d'organisations confessionnelles à travers l'Amérique latine pour répondre aux besoins humanitaires des migrants en développant une application Android innovante et gratuite. En reliant divers acteurs religieux dispersés et en sensibilisant les migrants vénézuéliens à leurs droits, Tearfund a créé un puissant mouvement en Amérique latine pour protéger les migrants en situation vulnérable. Les églises partenaires répondent non seulement aux besoins humanitaires des migrants, mais entreprennent aussi un plaidoyer local, régional et national au nom et auprès des migrants.

Exemple 2 : Mobiliser les citoyens néo-zélandais pour faire pression sur le gouvernement

Tearfund New Zealand a mobilisé les gens via un service en ligne gratuit pour envoyer des messages aux ministres du gouvernement national, leur demandant de fournir des fonds d'urgence en réponse à la sécheresse dans la Corne de l'Afrique. Le gouvernement l'a fait, affirmant que la réception de ces messages a joué un rôle dans sa prise de décision.

Exemple 3 : « Fair Play for Africa », une coalition panafricaine

Les partenaires de Tearfund en Afrique ont participé à une campagne organisée par une coalition panafricaine appelée « Fair Play for Africa ». Les membres du public de toute l'Afrique australe ont été invités à envoyer un message SMS à leurs dirigeants gouvernementaux respectifs, leur demandant d'engager 15 % de leurs budgets annuels à améliorer le secteur de la santé. La campagne a été promue à la radio et par d'autres canaux. Il est accepté qu'elle a été un moyen efficace de recueillir le soutien d'une grande région.

Si vous devez présenter un rapport à des personnes qui ont été mobilisées pour le plaidoyer, vous pourriez envisager :

- De demander à votre organisation d'écrire un blog sur la question. C'est souvent un moyen simple de tenir les gens au courant, et cela leur permet de commenter ce que vous avez écrit. Un blog est aussi plus facile à maintenir qu'un site Web organisationnel, surtout si les articles de blog sont écrits par différentes personnes impliquées dans le travail. Utilisez [WordPress](#) ou [Blogger](#) pour démarrer un blog gratuitement.
- De publier des photos et des clips vidéo sur le site Web ou le blog de votre organisation.
- D'utiliser un site Web tel qu'[Instagram](#) pour partager des photos d'événements auxquels des personnes ont participé.
- D'utiliser un site Web tel que [YouTube](#) pour télécharger et partager des courts métrages qui mettront le public à jour de la progression de la campagne.

Disponibles dans cette série

Ce guide fait partie d'une série de ressources sur « **Le plaidoyer à l'ère numérique** » parmi lesquelles les titres suivants sont disponibles :

- Comment utiliser Internet et téléphones portables pour identifier des thèmes de plaidoyer
- Comment utiliser Internet pour la recherche et l'analyse dans le plaidoyer
- Comment gérer les coordonnées des parties prenantes pendant une campagne de plaidoyer
- Comment utiliser Internet et téléphones portables pour plaider dans des contextes politiques difficiles

La série est disponible gratuitement ; téléchargez-la sur Tearfund Apprentissage :

learn.tearfund.org/en/resources/series/advocacy-in-the-digital-age

Le guide du plaidoyer

La série « **Le plaidoyer à l'ère numérique** » est conçue en complément au « Guide du plaidoyer ».

Ce guide complet sur la théorie et la pratique du plaidoyer contient des notes pédagogiques, des outils et des exercices ayant pour but de permettre à toute personne ou organisation d'intégrer le plaidoyer à leur programme afin d'apporter un changement durable et positif.

Explorez le Guide du plaidoyer sur Tearfund Apprentissage :

learn.tearfund.org/fr/resources/series/roots-guides/advocacy-toolkit--a-roots-guide

Tearfund, 100 Church Road, Teddington, TW11 8QE, Royaume-Uni.

☎ UK +44 (0)20 3906 3906 ✉ publications@tearfund.org learn.tearfund.org

Siège social : Tearfund, 100 Church Road, Teddington, TW11 8QE, Royaume-Uni. Enregistrée en Angleterre sous le numéro 994339. Une société limitée par garantie. Association caritative enregistrée sous les numéros 265464 en Angleterre et au pays de Galles et SC037624 en Écosse

The logo for Tearfund, featuring the word "tearfund" in white lowercase letters on a blue rectangular background.