

# LE CHANGEMENT PAR L'ACTION COLLECTIVE

Au cours des 15 dernières années, Tearfund a fait du lobbying, mené des campagnes et doté les gens des ressources nécessaires pour pouvoir faire campagne sur les questions comme le changement climatique, la sécurité alimentaire, l'eau et l'assainissement, le VIH, la gouvernance et la corruption. Sur la base de notre expérience, des leçons que nous avons apprises et de nos connaissances sur les effets dévastateurs du changement climatique, nous avons décidé d'augmenter les ressources allouées à l'évolution des mentalités et des normes sociales autour de la compréhension des interactions entre pauvreté, environnement et économie, ainsi qu'à l'influence des politiques et des pratiques dans ces domaines. Nous avons entraîné nos sympathisants, les membres de l'Église et certaines personnes d'influence

haut placées dans notre cheminement aux côtés des personnes qui vivent dans la pauvreté.

Plus globalement, des progrès considérables ont été réalisés en matière de réduction de la pauvreté au cours des 50 dernières années, essentiellement grâce à la croissance économique. Pourtant, cela a coûté cher à la planète et amplifié les inégalités. Nous croyons qu'il est possible d'extraire les populations de la pauvreté de manière durable pour les générations à venir, sans pour autant nuire à l'environnement.

Nous savons que ce qui se passe dans le monde a un grand impact partout ailleurs, et nous savons que ce que nous faisons ici (notre façon de vivre, d'acheter, de structurer notre économie) a un impact considérable sur le reste du monde. Pour qu'un changement se produise, il faut un mouvement de personnes qui perçoivent différemment le monde et leur rôle.

C'est pourquoi nous avons lancé *Ordinary Heroes* [Héros ordinaires], une campagne qui vise à mobiliser et inspirer les citoyens ordinaires du monde entier à changer leurs habitudes, leur mode de vie et à appeler au changement ; de cette manière, les politiciens et les décideurs sont mandatés sur la base d'un changement de comportement, au lieu de ne compter que sur le processus traditionnel de lobbying et de pétition. Nous vous informerons plus en détail de l'impact de cette campagne dans le rapport de l'année prochaine.

## Quels changements avons-nous constatés à ce jour ?

De 2014 à 2015, nous avons réalisé ce qui suit :

- Rédigé un premier rapport intitulé *L'économie réparatrice*.<sup>12</sup> Ce rapport mêle une réflexion théologique contemporaine et une réflexion sur les politiques publiques actuelles. En outre, le processus d'élaboration du rapport nous a permis d'atteindre des groupes au sein de l'Église et à l'extérieur. Ce travail sous-tendra notre campagne, *Héros ordinaires*, au Royaume-Uni et à l'échelle internationale.
- Fourni des conseils, des capacités et des ressources clés en matière de plaidoyer aux partenaires, réseaux et individus à l'échelle nationale dans certains pays stratégiques dont le Brésil, l'Inde, l'Afrique du Sud et le Nigéria. Nous soutenons des initiatives qui contribueront à développer et renforcer les mouvements sociaux de chrétiens qui font preuve de compassion pour les personnes qui vivent dans la pauvreté, et qui veillent à la protection de l'environnement par leur mode de vie et leur appui public aux changements de politiques dans ces pays. Nous collaborons également avec des ONG en Europe et des réseaux d'envergure mondiale pour inciter les Églises à promouvoir un mouvement social local.
- Continué à voir des percées lors de campagnes de longue haleine, en contribuant à la nature des engagements pris par les principaux décideurs et en soumettant des rapports aux organes concernés. Par exemple, en sollicitant nos sympathisants et en travaillant en collaboration avec des tiers, nous avons contribué à l'obtention d'une promesse de tous les partis pour la lutte contre le changement climatique et la pauvreté, et nous avons vu l'adoption par le Parlement de l'engagement



Photo: Peter Caton/Tearfund (Bangladesh)

<sup>12</sup> [http://www.tearfund.org/~/\\_/media/files/main site/campaigning/ordinaryheroes/restorative economy long report hr singles.pdf](http://www.tearfund.org/~/_/media/files/main site/campaigning/ordinaryheroes/restorative economy long report hr singles.pdf)

d'affecter 0,7 % du PIB à l'aide publique. Grâce à la présentation de nos données probantes et de notre participation à certaines réunions, nous avons pu intégrer des recommandations aux rapports du Comité pour l'Environnement de la Chambre des Communes ; et grâce à nos campagnes et à nos travaux sur les politiques, nous avons également contribué à l'élaboration de dispositions relatives à la lutte contre la corruption au Royaume-Uni. Tearfund compte actuellement plus de 13 600 militants actifs au Royaume-Uni ; en 2014, nous avons vu plus de 4 600 sympathisants participer à des activités de campagne.

## Étude de cas

### Appui au programme Changemakers en Afrique du Sud

Changemakers est un programme mené par Défi Michée Afrique du Sud, qui vise à renforcer la capacité des jeunes responsables d'Église et autres jeunes leaders en Afrique du Sud à entreprendre des travaux de plaidoyer transformationnel. Tearfund a fourni un appui à ce programme qui permet à ces jeunes responsables de collaborer avec le gouvernement à tous les niveaux dans le but d'influencer les comportements et les politiques et ainsi accroître la redevabilité et la transparence. Ces responsables issus de toute l'Afrique du Sud sont ainsi équipés et encouragés à jouer un rôle constructif dans la gouvernance à l'échelle locale et nationale. Ils sont également dotés des connaissances, des savoir-faire et des compétences nécessaires pour participer aux processus de gouvernance, influencer les décisions qui ont une incidence sur leurs communautés locales respectives et jouer un rôle dans le renforcement de la démocratie à l'échelle nationale.

## Étude de cas

### Vers plus de transparence

Chaque année dans le monde, la corruption cause des pertes estimées en milliards de GBP. Dans les pays les moins développés, l'impôt représente 10 à 20 pour cent du revenu national brut, contre 30 à 40 pour cent dans les pays les plus développés. Cette taxe permet de financer les biens publics qui peuvent réduire de façon considérable la pauvreté matérielle. Entre 2012 et 2014, les campagnes de Tearfund *Unearth the Truth* [Révéler la vérité]<sup>13</sup> et *Secret's Out* [Dévoiler les secrets]<sup>14</sup> étaient axées sur la communication transparente des informations relatives aux marchés publics afin de combattre la corruption qui touche tout particulièrement les personnes les plus pauvres du monde. Grâce à la mobilisation de sympathisants ordinaires dans les Églises, de responsables d'Église et à l'appui politique dont la campagne a bénéficié, nous avons pu faire progresser l'agenda politique sur la corruption.

Suite aux efforts combinés de Tearfund et d'autres acteurs, des lois européennes ont été adoptées en décembre 2013, exigeant de toutes les compagnies pétrolières, gazières et minières européennes qu'elles publient les sommes payées aux gouvernements des pays où elles sont implantées. En décembre 2014, cette loi a été adoptée par le gouvernement britannique ; la transparence figure désormais dans le Plan d'action Anti-Corruption du G20, qui fera l'objet de travaux en 2016 et 2017. Ces directives devraient permettre de garantir que davantage de ressources atteignent les personnes qui vivent dans la pauvreté.

<sup>13</sup> [http://www.tearfund.org/en/about\\_you/campaign/unearth](http://www.tearfund.org/en/about_you/campaign/unearth)

<sup>14</sup> <http://campaigns.tftech.org.uk>

## Leçons des

### ✓ Il ne suffit pas d'influencer l'élite au pouvoir pour induire des changements de politique

Nous savons à présent que si nous voulons modifier les normes sociales et les politiques, nous devons modifier les valeurs et le comportement des individus, des familles et de l'Église. Les politiciens et les entreprises ne peuvent amorcer les changements qu'ils savent nécessaires car le grand public n'acceptera pas le coût que cela implique. Comme un parlementaire l'a fait remarquer : « Ça ne coûte pas grand-chose de signer une carte postale lors d'une campagne. Les parlementaires sont souvent davantage préoccupés par celles et ceux qui manifestent un véritable intérêt pour une cause en prenant des mesures pour avoir un mode de vie plus durable. »

### ✓ On constate un soutien public croissant en faveur d'un avenir plus juste et durable

La marche pour le climat en septembre 2014 a été la plus importante qui ait jamais eu lieu, avec plus de 675 000 personnes dans les rues et 2 700 événements dans le monde. On a compté plus de 40 000 personnes dans les rues de Londres en septembre, avec l'appui de Tearfund. Ce mouvement a créé une véritable dynamique, montrant que les gens sont sensibles à ce problème, et donnant une idée de l'énergie potentielle à disposition pour mener campagne sur ce sujet.