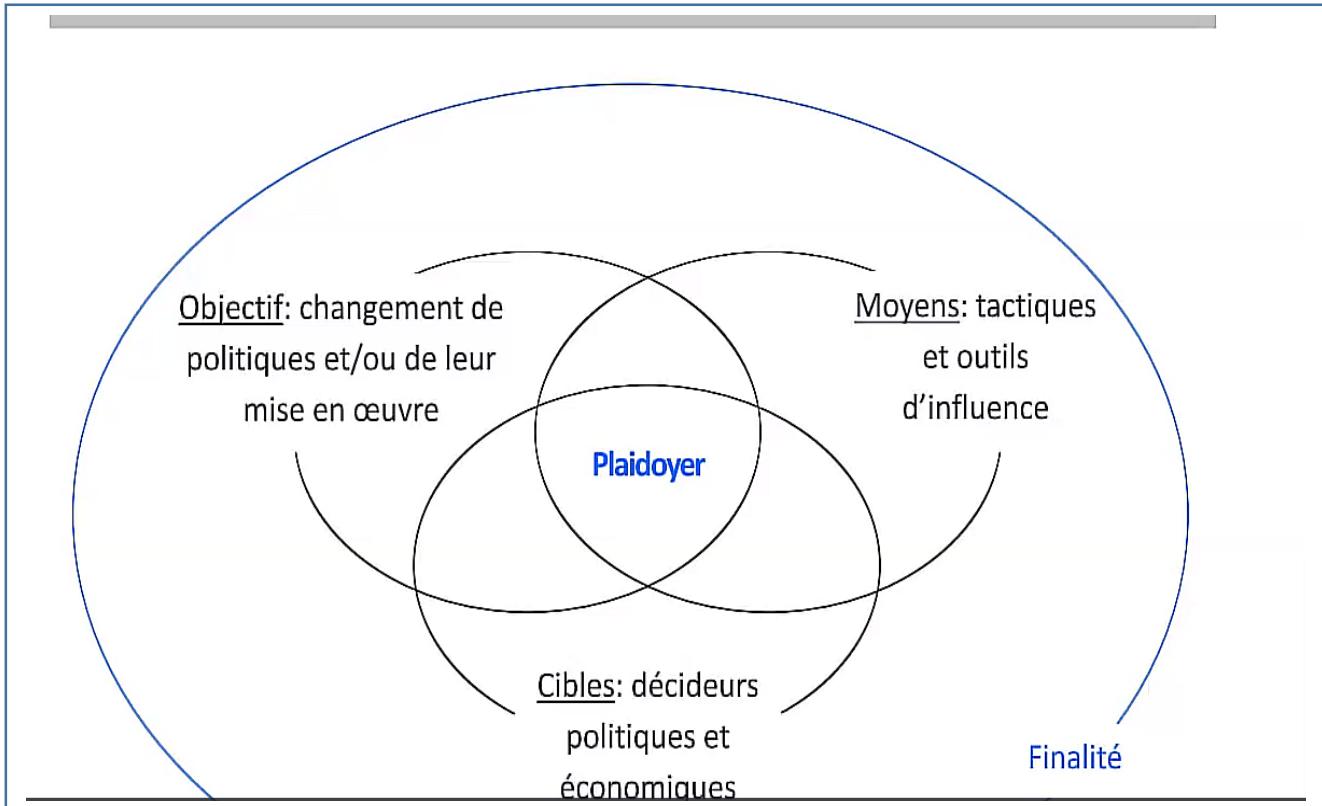




RESEAU FRANCOPHONE CONTRE LA MARCHANDISATION DE L'EDUCATION

RAPPORT DE LA FORMATION

Atelier de formation en ligne sur le plaidoyer et la communication d'influence au profit
des membres du réseau francophone contre la marchandisation de l'éducation



Mai 2023

INTRODUCTION

Dans le cadre de son programme de renforcement de capacité des membres, le RFCME a organisé les 12 et 15 Mai 2023 une formation en ligne sur le plaidoyer et la communication d'influence. Elle a été scindé en deux sessions : une session sur la stratégie de plaidoyer et une session sur la communication au service du plaidoyer. Tenue en ligne via zoom, elle a regroupé 17 personnes à la première session et 12 personnes à la deuxième session. Les sessions ont été respectivement animée par Carole COUPEZ, Déléguée générale adjointe chez Solidarité Laïque et Léa RAMBAUD, cheffe de projet chez Coalition éducation française.

I- RAPPEL DES OBJECTIFS ET RESULTATS DE LA FORMATION

1. Objectifs de la formation

L'atelier de formation visait à initier les participants aux méthodes et stratégies de plaidoyer et en communication d'influence afin qu'ils puissent mieux promouvoir l'objectif de la lutte contre la marchandisation de l'éducation.

De façon spécifique, il s'ait agi de :

- Faire comprendre aux participant/es les notions de plaidoyer et de communication d'influence
- Apprendre aux participant/es les outils de plaidoyer
- Apprendre au participant/es à développer une stratégie de plaidoyer et de communication d'influence efficace pour atteindre leur objectif
- Apprendre aux participant/es à communiquer efficacement avec des publics cibles, y compris les décideurs politiques, les médias et le grand public.
- Renforcer la capacité des participant/es à mobiliser et à créer des alliances en faveur d'un sujet de plaidoyer

2. Les résultats attendus

- Les résultats attendus à l'issue de la formation étaient :
- Les participants ont une compréhension claire des concepts clés du plaidoyer et de la communication d'influence.
- Les participants connaissent les gammes d'outils de plaidoyer
- Les participants sont capables de concevoir une stratégie de plaidoyer et de communication d'influence efficace
- Les participants sont capables de communiquer efficacement avec des publics cibles, y compris les décideurs politiques, les médias et le grand public.
- Les participants sont capables de mobiliser et de créer des alliances en faveur d'un sujet de plaidoyer.

II- DEROULEMENT DE LA FORMATION

1. Disposition pratique

Pour le bon déroulement de la formation, un programme détaillé des deux sessions a été mis à disposition des participants. A l'entame, le coordinateur du RFCME, Sylvain DALA a présenté le contexte, les objectifs et résultats attendus de la formation. Il a par ailleurs fait une brève présentation du réseau ainsi que ses missions. Pour un bon déroulement des échanges, des consignes sur la gestion du zoom ont été donné.

2. Contenu de la formation

- ***Session 1 (Vendredi 15 mai)***

La présente session a été animée par Carole COUPEZ. Elle débuta son animation par un pré test en demandant aux participants de dire à quoi renvoie le mot plaidoyer. Après quelques minutes d'échange, elle a poursuivi avec :

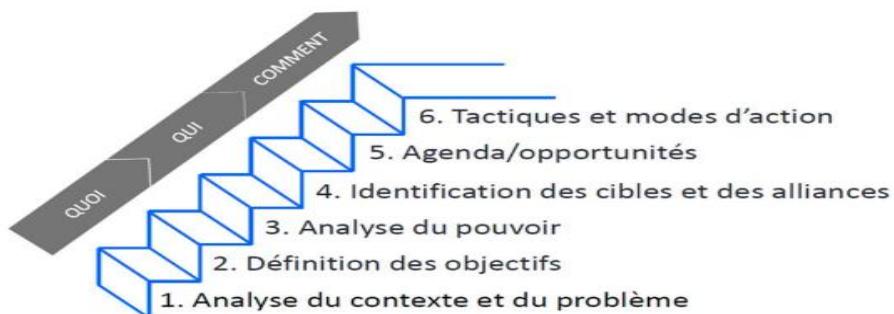
Approche conceptuelle : « La connaissance des mots, mène à la connaissance des choses », disait un penseur. Durant cette phase il s'agissait de donner une approche sur les définitions des mots clés. Elle a défini le plaidoyer à travers sa cible, ses moyens, ses objectifs et sa finalité. Elle ajouta que le plaidoyer se base sur trois principes : le quoi (savoir ce que vous voulez à travers le plaidoyer), le qui (savoir qui a le pouvoir de d'effectuer le changement souhaité), le quand (les actions à développer pour pouvoir convaincre le décideur qui peut effectuer le changement). Ce qu'il faut noter, c'est que le plaidoyer est un composé d'expertise, de lobbying, de mobilisation publique et de media/communication.

Les différentes approches du plaidoyer : Selon elle, le plaidoyer peut être catégoriser selon :

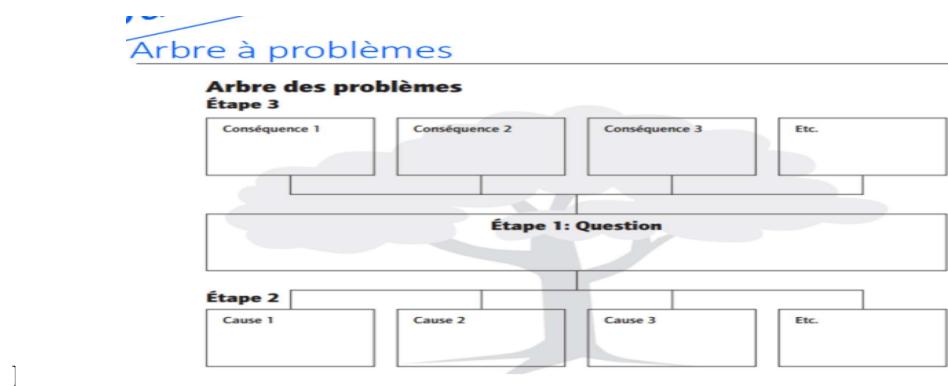
- Le contexte d'intervention
- Le périmètre géographique
- Le périmètre thématique
- La place du plaidoyer dans l'organisation
- Le type de légitimité
- Les modalité d'intervention
- La posture

Elaborer une stratégie de plaidoyer : Pour aborder ce point, la facilitatrice à présenter les différentes étapes de la construction de la stratégie de plaidoyer (voir images ci-dessous).

Elaborer une stratégie de plaidoyer



Arbre à problème et l'approche SMART : L'arbre à problèmes est un outil d'analyse participatif qui schématise l'enchaînement des causes et des conséquences d'une situation problématique donnée. Il identifie également les différents liens existants entre elles pour mieux comprendre et mieux envisager sur quoi il sera possible d'agir. Cet outil permet de définir les objectifs du plaidoyer. Cependant ces objectifs doivent être SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporellement définis).



Mapping des acteurs : Une cartographie des acteurs est une étape préalable avant de lancer une action de plaidoyer, d'interpellation ou de lobbying auprès de décideurs, d'élus et d'administrations. Il s'agit d'identifier les personnes qui jouent un rôle clé ou possèdent une influence, dans les arbitrages politiques.

Durant la présentation de Carole, elle a illustré des parties par des exemples de stratégie de plaidoyer déjà réalisés dans le but de faciliter la compréhension des participants. Après sa présentations, s'en ait suivi une phase de questions-réponses, d'apports et de suggestions. Cette première session a prit fin après 03h d'échange environ par un exercice d'application à ramener le lundi 22 mai 2023.

- **Session 2 (Lundi 15 Mai)**

Cette session a été animé par Léa RAMBAUD. A l'entame des échanges, elle a présenté son plan de travail ainsi qu'une question réflexion portant sur l'état des relations des organisations

participants à la formation et les médias dans leur pays. Après quelques réponses de la part des participants, la présentation commença :

Pourquoi recourir aux médias : Dans cette partie, la facilitatrice a mentionné l'importance d'avoir une excellente collaboration avec les médias. En effet les médias permettent dans un premier temps d'agir sur le traitement du sujet avec un objectif de faire émerger un sujet dans le débat public et de modifier le traitement médiatique d'un sujet. Dans un second temps, ils permettent de s'adresser au public dans le cadre d'un plaidoyer afin de favoriser la prise de conscience sur le sujet, le changement de perception, la catalyse de la mobilisation citoyenne. Elle a appuyé cette partie par des exemples de sorties médiatiques du réseau francophone et de la coalition éducation française.

A qui s'adresser (quels médias utilisés) ? : Cette partie fait ressortir les différents médias que l'on peut utiliser pour mener à bien son plaidoyer. Ce sont :

-La presse écrite et digitale

-Les pures players

-Les radios généralistes

-Les TV

-Les médias sociaux

-Les podcasts

Chacun de ses moyens de communication ont des impacts différents et le public cible est différent également.

Les activités de communication au service du plaidoyer : Dans sa présentation, la facilitatrice a énuméré les actions de communication qui peuvent permettre à un plaidoyer d'atteindre son objectif. Ce sont :

- Le communiqué de presse
- Le dossier de presse
- La conférence de presse
- La tribune
- Le « stunt » ou action de rue
- Le rendez-vous ou briefing du journaliste
- La visite terrain au journaliste
- Les réseaux sociaux (campagne digitale)

En guise d'exemple, elle a fait un focus sur le communiqué de presse(voir l'image ci-dessous) en détaillant son contenu ainsi que sa portée par rapport aux autres actions. Elle a utilisé le communiqué de la 2^e édition de la journée de mobilisation du réseau francophone contre la marchandisation de l'éducation. Il faut que les actions citées ci-dessus ont des objectifs différents avec des résultats différents. Elles s'adaptent en fonction du type de plaidoyer.

La structure



L'interview : C'est un entretien avec quelqu'un, pour l'interroger sur ses actes, ses idées, ses projets, afin d'en publier ou diffuser le contenu dans un média ou un canal de communication. Dans le cadre du plaidoyer, pour réaliser son interview efficacement, il faut être dans un premier temps expert de son sujet, dans un second temps, il faut garder en tête qu'il s'agit d'un échange au cours duquel vous faites valoir vos arguments avec conviction et dans un troisième temps, il faut maîtriser les techniques de communication verbales, non-verbales et para-verbales. Pour ce faire elle a prodigué des conseils à l'ensemble des participants pour mieux réussir son plaidoyer.

Après la phase des questions-réponses, la deuxième session prit fin par un exercice d'application à remettre le lundi 22 mai.

III- FORCES ET INSUFFISANCES DE LA FORMATION

1. Forces

- **La maîtrise du sujet par les facilitatrices** : Durant la formation, fort était de constater que les deux animatrices avaient une maîtrise du sujet qu'elles ont développé.
- **Quelques expériences des participants** : Nous avons constaté que la majorité des participants avait au moins une expérience dans le plaidoyer. Même s'ils ne sont pas très outillés sur la thématique, ils avaient déjà quelques notions. Ce qui a facilité le bon déroulement de la formation.

2. Insuffisances

- **Animation à distance** : La tenue d'une formation en ligne est toujours ponctuée d'insuffisances telles que le retard des participants, la connexion internet interrompue par moment, le faible impact dans l'animation par rapport au présentiel.
- **Insuffisance du temps** : Pour les deux sessions, le temps fut insuffisant pour les échanges.

- **La faible participation** : Au départ il y avait 21 personnes inscrites pour la formation mais pour la première session, il y a eu un total de 17 participants et 12 participants pour la seconde session.

IV- RECOMMANDATIONS

- Accorder plus de temps aux formations pour un meilleur impact
- Minimiser les retards et avoir une bonne et fiable connexion internet
- Recadrer la participation aux prochaines sessions de renforcement de capacité
- Tenir une formation sur la « mobilisation des fonds »
- Tenir une formation sur le « droit de l'éducation »

CONCLUSION

Les 12 et 15 Mai 2023, le Réseau francophone contre la marchandisation de l'éducation a organisé un atelier de formation sur le plaidoyer et la communication d'influence au profit de ses membres. L'objectif était d'initier les participants aux méthodes et stratégies de plaidoyer et en communication d'influence afin qu'ils puissent mieux promouvoir l'objectif de la lutte contre la marchandisation de l'éducation. La formation a regroupé 17 personnes pour le premier jour et 12 personnes pour le second jour. Ils sont tous issus de plusieurs pays et de plusieurs organisations.

[Dossier session 1](#)

[Dossier session 2](#)