**Fiche d’activité : S’organiser pour que ça change!**

**Bâtir ensemble un plan de campagne stratégique[[1]](#footnote-1)**

**Notre revendication :**

|  |
| --- |
|  |

***Une campagne stratégique en vue de gagner notre revendication, ça ne s’improvise pas! On doit prendre en compte plusieurs éléments pour avoir une chance de gagner.***

1. **Notre contexte**

Avant de nous lancer, prenons conscience du contexte dans lequel nous nous trouvons.

|  |  |
| --- | --- |
| Dans mon groupe, qu’est-ce qui rend le contexte …  | En-dehors de mon groupe, qu’est-ce qui rend le contexte… |
| 🌣 Favorable | 🌣 Favorable |
| 🌨 Défavorable | 🌨 Défavorable |

***Attention! Si trop d’éléments sont défavorables, il vaut peut-être mieux y
voir avant de se lancer dans une campagne de mobilisation!***

**2. Ce qu’on a en mains pour gagner : Inventaire de nos ressources**

1. **Les ressources humaines** : Combien de personnes sont mobilisées, quelles habiletés ou compétences et combien d’heures par mois veulent-elles investir dans la campagne?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nom** | **Habiletés et compétences** | **Heures** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Total:** |  | **Total :** |

***Il faut quantifier notre disponibilité dans la lutte,
sinon on risque de s’épuiser et de vouloir abandonner!***



**B) Les ressources matérielles** : Qu’avons-nous à notre disposition?

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| $$$$$ | Véhicules | Locaux | Ressources techniques |
|  |  |  |  |
| Papeterie | Autre matériel | Autre matériel | Autre matériel |
|  |  |  |  |

 **3. Viser juste : Choisir notre cible**

Notre campagne stratégique vise une cible précise. Notre plan mettra cette cible dans une situation de pression qui la fera céder et répondre positivement à notre revendication.

Cette cible doit être **une personne** (et pas une institution) **qui occupe un rôle ou une fonction** lui donnant le pouvoir de nous accorder ce qu’on revendique. Il est plus facile de faire changer une personne d’opinion car elle a des aspirations et éprouve des sentiments comme l’ambition, l’orgueil, la culpabilité, la loyauté, la compassion…

|  |  |
| --- | --- |
| **Cible principale** : *Personne qui occupe un rôle ou une fonction lui donnant le pouvoir de nous accorder ce qu’on revendique.*  | **Cible :** |
| Quel est son pouvoir sur la situation? | Quel pouvoir, quelle prise peut-on avoir sur elle? | Pourquoi pourrait-elle s’opposer à nous?  | Pourquoi pourrait-elle choisir de nous soutenir? |
|  |  |  |  |
| **Cible secondaire** : *Personne qui occupe un rôle ou une fonction lui donnant du pouvoir sur la cible principale.* | **Cible** :  |
| Quel est son pouvoir sur la situation? | Quel pouvoir, quelle prise peut-on avoir sur elle? | Pourquoi pourrait-elle s’opposer à nous? | Pourquoi pourrait-elle choisir de nous soutenir? |
|  |  |  |  |

***La cible N’EST PAS notre ennemi! Elle n’a juste pas les mêmes intérêts que nous dans la situation et c’est pourquoi il nous faut entrer dans un rapport de force.***

**4. Nous ne sommes pas seuls : Connaître nos alliés et nos opposants**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Qui sont** **nos alliés**? | Qu’ont-ils à gagner à s’allier avec nous? (leurs intérêts) | Quels sont les risques pour eux? | Quel pouvoir détiennent-ils sur la cible? |
|  |  |  |  |
| **Qui sont** **nos opposants?** | Que perdront-ils si nous gagnons? | Que feront-ils pour nous empêcher de gagner? | Quel est leur pouvoir sur nous? Sur la cible? |
|  |  |  |  |

 **5. Chemin faisant…Autres objectifs visés par la campagne**

Par notre mobilisation, nous ne visons pas seulement de gagner notre revendication, mais aussi de devenir plus fortEs et plus uniEs. Souhaite-t-on accroître le membership? Passer dans les médias? Réussir une levée de fonds? Développer des alliances? Les façons de travailler ensemble et les moyens que nous choisirons nous permettront de rencontrer ces objectifs.

Au-delà de gagner notre revendication, nommons 2 autres objectifs visés par notre campagne :

**1.**

**2.**

***Faire des gains autres que notre revendication nous aide aussi à rester motivéEs dans les moments plus décourageants qui peuvent survenir au cours de la campagne.***

**6. Préparer nos bons coups : Les tactiques**

Les tactiques, ce sont tous les moyens et actions déployés pour mettre de la pression sur la cible et obtenir notre revendication. Chaque tactique devrait idéalement être :

* **Percutante**. En quoi sera-t-elle axée sur la cible?
* **Pertinente**. En quoi sera-t-elle en lien direct avec la revendication stratégique?
* **Créative.** Comment sortira-t-elle de l’ordinaire de la cible, la surprendra-t-elle?
* **Mobilisante**. Comment s’assurera-t-on qu’elle suscite l’adhésion collective, qu’elle est portée par l’ensemble des personnes et groupes impliqués dans la campagne?
* **Constructive.** Quels autres objectifs permettra-t-elle d’atteindre (voir bloc 5)?
* **Réaliste**. Correspond-t-elle aux ressources dont nous disposons (voir bloc 2)?

**Quelle tactique pouvons-nous inventer qui réunit toutes ces caractéristiques?**

|  |
| --- |
|  |

**Cette tactique est-elle …**

Symbolique ou Directe ?

Légale ou Illégale ?

Douce ou Forte ?

 **7. Faire monter la pression : Établir notre plan de campagne**

Comment peut-on élaborer une suite d’actions et de tactiques qui fasse monter la pression?

* En planifiant une séquence longue comportant plusieurs tactiques et actions.
* En faisant un crescendo, de la tactique la plus douce à la tactique la plus forte.
* En ouvrant après chaque tactique la porte au dialogue (stratégie de négociation) mais en promettant une autre action à venir si on n’obtient pas gain de cause.
* En laissant peu de répit à la cible et aux opposants entre 2 actions.
* En n’hésitant pas à recourir à des actions directes et illégales mais non-violentes.

***C’est ce qu’on appelle un plan de campagne stratégique!***

Dans notre plan de campagne, **quelle séquence pouvons-nous élaborer** **pour faire monter la pression chez la cible?**

**Tactique 1 :**

**Tactique 2 :**

**Tactique 3 :**

**Tactique 4 :**

**Tactique 5 :**

**Qu’arrivera-t-il entre chacune d’elle? Comment se vivront les transitions?**

**8. Les prochaines étapes ...**

1. **Par quoi on commence?**
2. **Qui fait quoi, comment? (sous-comité?)**
3. **Quel est l’échéancier de réalisation du plan compte tenu de l’inventaire des ressources, du contexte, de notre moyenne d’heures disponibles, de nos compétences réunies, etc.?**
4. **Comment on va communiquer entre nous?**
5. **Comment on annonce ce qu’on va faire aux autres?**
6. **Est-ce qu’on se donne un nom de groupe ou de campagne? Quelles sont nos idées?**

**9. Évaluer nos luttes et célébrer nos victoires et nos bons coups.**

**Prévoir et dégager du temps pour évaluer** nos luttes et notre façon de les mener si on veut s’améliorer et constater le chemin parcouru ensemble est nécessaire dans un plan de campagne.

* **Prendre le temps de célébrer à la fois nos victoires mais aussi nos gains** durant le processus est essentiel pour garder le dynamisme et le souffle pour continuer nos luttes.

***Comment et avec qui se vivra notre fête ?***

***On a peut-être gagné une bataille, mais on n’est pas encore renduEs à notre projet de société ! La fin d’un plan de campagne n’est que le début d’une nouvelle mob…***

1. Source : Centre de participation, ressourcement et formation, *De la revendication à la mobilisation*
 [↑](#footnote-ref-1)