

Suivre & évaluer le plaidoyer

Apports méthodo

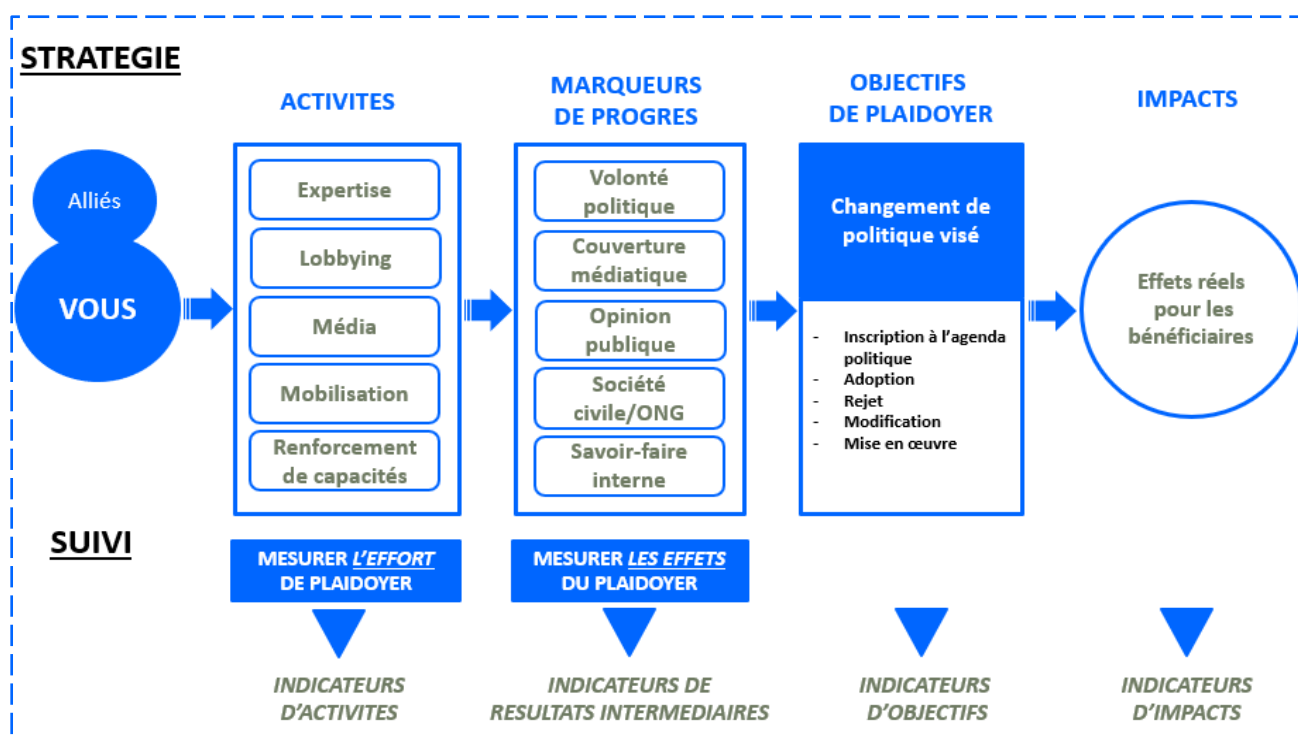
Mesurer les progrès de son plaidoyer, en évaluer l'impact auprès des différentes audiences ciblées, est souvent perçu comme une tâche complexe à mettre en œuvre. Dans la pratique, elle est de fait souvent négligée. Il s'agit pourtant d'une démarche essentielle qui répond à une **double exigence de qualité et de redevabilité**.

Dès le démarrage de votre stratégie, la mise en place d'un bon cadre de suivi et d'évaluation vous permettra :

- **De mieux saisir les effets et l'impact de vos actions** de plaidoyer, facilitant ainsi le pilotage et l'efficacité de votre stratégie
- **De mieux communiquer**, à l'aide de données concrètes et objectivement vérifiables, auprès des nombreuses parties prenantes qui souhaiteront être régulièrement informées des avancées de votre plaidoyer (bailleurs, partenaires, militants,...).

L'importance des « marqueurs de progrès »

En plaidoyer, l'atteinte des changements politiques visés ne peut constituer le seul critère pour juger de l'efficacité d'une stratégie d'influence. Le plus important est de pouvoir évaluer si vous réussissez à « faire bouger les lignes » et si vous êtes sur le bon chemin pour obtenir in fine le changement souhaité. Il s'agit donc de mesurer les « effets intermédiaires » de votre plaidoyer en s'appuyant sur des « marqueurs de progrès ». Comme illustré ci-dessous, ces marqueurs (ou repères de changement) représentent l'échelon intermédiaire entre vos activités et vos objectifs de plaidoyer.



Conseil – Eviter l’usine à gaz !

Vouloir suivre trop d’indicateurs à la fois peut s’avérer contre-productif. Un suivi limité à 5 ou 6 indicateurs bien maîtrisés est préférable à un dispositif plus large mais dont la plupart des indicateurs seraient mal renseignés.

1 Mesurer l’effort de plaidoyer

Exemples d’indicateurs

ACTIVITES



INDICATEURS D'ACTIVITES

Expertise	<ul style="list-style-type: none"> Nb d’études réalisées sur la thématique Nb d’ateliers d’échange, concertation Nb de recueil de témoignages,...
Lobbying	<ul style="list-style-type: none"> Nb de rdv décideurs ; nb de courriers lobbying Nb de participation/ prises de paroles lors de réunions publiques Nb de documents de position diffusés auprès de décideurs Nb de « lobby tour »
Média	<ul style="list-style-type: none"> Nb de CP réalisés et distribués Nb de tribunes proposées Nb de médias informés Nb d’outils web/réseaux sociaux développés (blog, messages facebook, twitter,...)
Mob. citoyenne	<ul style="list-style-type: none"> Nb d’activités de mobilisation réalisées (rassemblements, pétition, événements festifs /culturels,...) Nb de personnes informées/mobilisées via ces événements Nb de « VIP » approchées...
Renf. capacités	<ul style="list-style-type: none"> Nb de plans/stratégies plaidoyer élaborés ? Nb guide/toolkit produit Nb de personnes formées au plaidoyer Nb de média training

2 Mesurer les effets du plaidoyer

Exemples d’indicateurs

MARQUEURS DE PROGRES



INDICATEURS DE RESULTATS INTERMEDIAIRES

Volonté politique	<ul style="list-style-type: none"> Nb de référence par les décideurs à votre plaidoyer Nb de soutiens publics de la part des décideurs Nb d’engagements concrets en faveur du changement (« Champions ») Nb de députés relayant votre objectif de plaidoyer (ex: via questions au gvt)
Couverture média	<ul style="list-style-type: none"> Nb d’articles de presse faisant référence à votre plaidoyer Nb d’interview (tv/radio) de vos portes-paroles Evolution du nb d’articles traitant de votre sujet (avant/après démarrage plaidoyer)
Opinion publique	<ul style="list-style-type: none"> Nb de citoyens => soutien à une action spécifique (pétition, re-tweets, participants à une marche, etc) Nb de personnalités médiatiques manifestant leur soutien ? % de l’opinion publique ayant connaissance du problème ?
Alliances/ partenariats	<ul style="list-style-type: none"> Nouvelles organisations rejoignant votre démarche de plaidoyer ? Nb d’actions collectives mises en place (positionnement conjoints..)
Capacités internes	<ul style="list-style-type: none"> Nb d’acteurs internes mobilisés dans la mise en œuvre du plaidoyer Montant des ressources financières dédiées au plaidoyer Nb d’invitations officielles à participer à des réunions de travail, etc