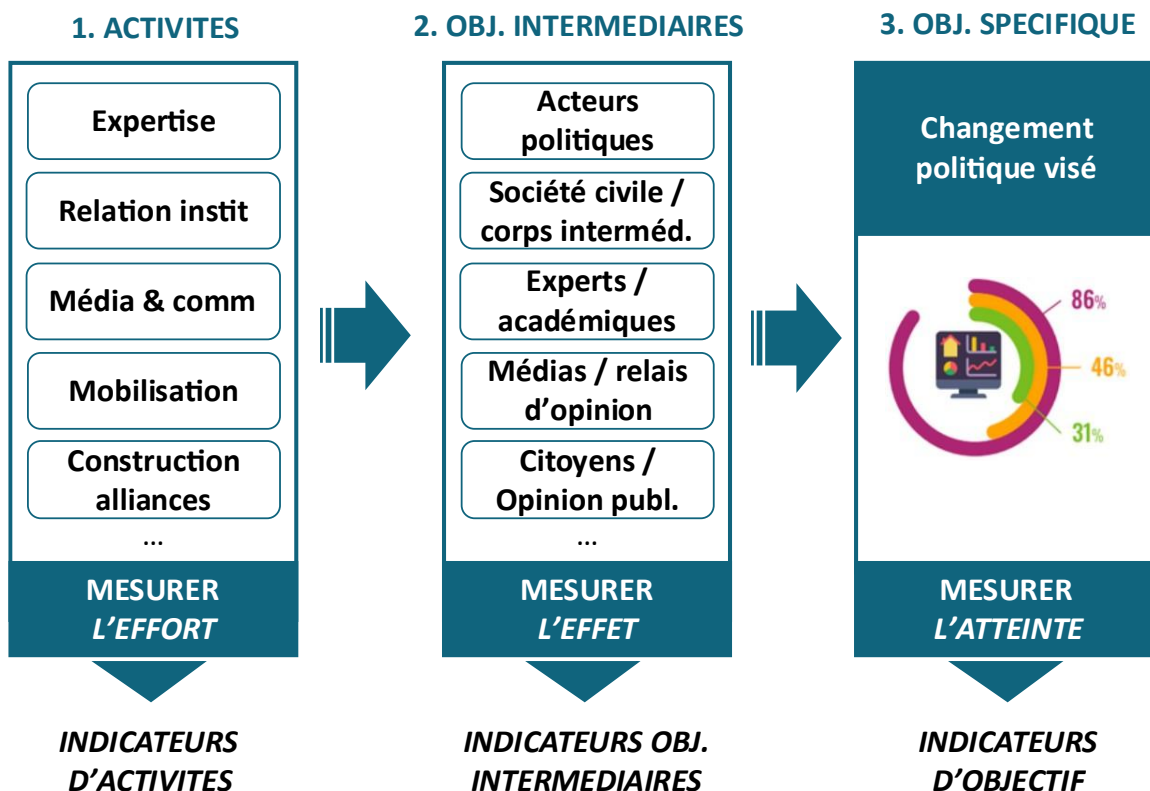


Fiche pratique Suivre et évaluer sa stratégie

Apports méthodo

Mesurer les progrès de votre stratégie est une tâche complexe à mettre en œuvre. Dans la pratique, elle est souvent négligée. Il s'agit pourtant d'une démarche importante qui répond à une **double exigence, interne de qualité, et externe de redevabilité**.

Comme il est difficile de tout suivre ou évaluer, vous devrez certainement faire des choix. Le suivi de vos activités est intéressant, tout comme l'évaluation des changements politiques finaux. Mais pour juger de l'efficacité d'une stratégie, il vous sera surtout utile de mesurer si vous parvenez à **mesurer les « effets » de votre travail auprès des cibles et des acteurs influents** que vous utilisez comme leviers.



Suivre le déroulement du plan opé.

- Ecart entre les activités prévues/ réalisées, et pourquoi
- Activités le plus/moins réalisées

Mesurer la qualité de vos actions

- Niveau de rdv politiques sollicités
- Effort de ciblage de médias ou d'audiences spécifiques
- Sollicitation de nouvelles alliances

Mesurer progrès auprès des cibles, acteurs influents, leviers :

- Volonté politique accrue
- Adhésion et soutien des corps intermédiaires
- Légitimation scientifique/experts
- Amélioration du traitement/ couverture médiatique
- Evolution positive de la perception du public

Evaluer le degré d'atteinte du changement politique visé

- Avoir défini ce qu'on espère a minima > ce qui représenterait une avancée importante > ce qu'on aimerait dans l'idéal
- Ex : un montant plus ou moins important, une date d'entrée en vigueur, un dispositif contraignant ou volontaire, etc.

Mesurer les effets

Apports méthodo

Il s'agit de comprendre si vous **parvenez à « faire bouger les lignes »**, si vous êtes sur le bon chemin pour obtenir les changements souhaités.

Il vous faut donc réfléchir ces éléments en **lien direct avec votre stratégie**, lorsque vous définissez **vos objectifs intermédiaires**. Cela vous permettra d'améliorer le pilotage de vos actions (et parfois les réorienter), et de mieux communiquer sur les avancées de votre travail d'influence.

3 étapes clés

1

Savoir ce que vous cherchez à mesurer

Les conditions de réalisation et objectifs intermédiaires

Décisions ou consensus politique accrus ?

Pression société civile, adhésion de corps intermédiaires ?

Meilleur cadrage et légitimation scientifique ou d'experts ?

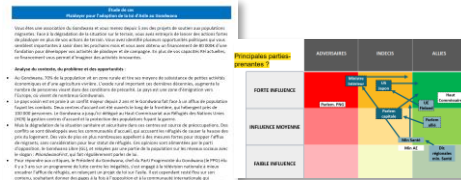
Communication et pression médiatique accrues ?

Pression renforcée de l'opinion publique ?

2

Connaitre votre situation de départ

Votre analyse de contexte et de pouvoir



3

Choisir des indicateurs pertinents

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. Si nous vous présentons une série d'indicateurs, il s'agit de faire un choix !

Un guide pour des bilans réguliers ?

Vous cherchez peut-être à créer un dispositif de suivi complet, mais si cela est trop lourd, la méthodologie et les indicateurs que nous proposons peut guider efficacement des points de bilan réguliers en équipe, permettant de porter un regard qualitatif sur la stratégie, et d'en réorienter certains aspects.

Bonnes pratiques

		Stade d'émergence	Stade d'appropriation et d'engagement	Stade de soutien
Acteurs politiques	Indicateur général	Sujets évoqués ou reconnus dans l'agenda politique	Intérêt manifesté sur vos propositions, prise de position prudente	Soutien durable et public des positions, relais auprès d'autres acteurs décisionnels
	Indicateurs précis	<ul style="list-style-type: none"> Sollicitations par des décideurs d'informations, de données, de témoignages Participation de décideurs à vos événements 	<ul style="list-style-type: none"> Position d'ouverture ou prise de positions favorables dans des documents officiels Sollicitations à participer à des auditions, réunions, dispositifs de concertation initiées par les décideurs 	<ul style="list-style-type: none"> Mobilisation de leur réseau politique, actions pour convaincre d'autres acteurs Inclusion de vos propositions dans un texte, budget, plan d'action, propositions de loi, amendements, etc.
OSC / Corps intermédiaires	Indicateur général	Positions connues ou mentionnées par d'autres OSC	Alignement ou relais partiel de vos positions, expressions publiques	Adhésion et relais proactif de vos messages communs dans leurs réseaux
	Indicateurs précis	<ul style="list-style-type: none"> Relais neutres des contenus sur leurs canaux Participation ponctuelle à vos activités ou échanges d'informations 	<ul style="list-style-type: none"> Création de coalitions thématiques sur vos sujets (ou participation active d'acteurs) Cohérence des messages et coordination au sein d'une coalition 	<ul style="list-style-type: none"> Prises de position communes, co-portage public de propositions ou d'événements Intégration durable de vos propositions dans leurs revendications, relais actifs des messages
Experts / Académiques	Indicateur général	Sujets apparaissent dans les travaux ou débats d'experts	Cadre d'analyse ou propositions travaillés et approfondis	Relais des propositions dans les communications, entraînement d'autres experts
	Indicateurs précis	<ul style="list-style-type: none"> Sollicitations ponctuelles d'informations ou de témoignages Invitations ponctuelles à participer à leurs débats ou panels 	<ul style="list-style-type: none"> Citations ou reprises de vos analyses dans leurs travaux Apparition de vos sujets dans leurs publications, conférences, ou appels à projets 	<ul style="list-style-type: none"> Recommandations intégrant vos propositions Production conjointe d'expertises, co-signatures de tribunes
Médias / Relais d'opinion	Indicateur général	Sujets apparaissent dans les médias (mentions neutres)	Messages relayés de manière plus cadrée ou contextualisée	Traitement reflète les cadres d'analyse, journalistes relaient systématiquement
	Indicateurs précis	<ul style="list-style-type: none"> Sollicitations ponctuelles d'informations ou témoignages Mentions de vos sujets dans les médias (articles, émissions, podcasts...) 	<ul style="list-style-type: none"> Traitement plus régulier reprise de vos éléments de langage, données, citation des porte-paroles Diversité et portée des médias qui relaient 	<ul style="list-style-type: none"> Reportages, enquêtes, éditoriaux explicitement alignés avec vos propositions Couverture systématique de vos actions, publications ou campagnes
Opinion publique	Indicateur général	Prise de conscience diffuse des sujets par l'opinion	Expression publique d'adhésion à nos positions	Engagement durable, émergence de relais citoyens autonomes
	Indicateurs précis	<ul style="list-style-type: none"> Fréquentation, interactions sur vos contenus (likes, commentaires) Mentions du sujet sur les réseaux sociaux sans lien direct à votre action 	<ul style="list-style-type: none"> Soutien public à vos actions (participations, signatures pétitions) Influenceurs ou leaders d'opinion reprenant votre message 	<ul style="list-style-type: none"> Dons réguliers, militants en augmentation pour votre organisation Création de relais locaux ou communautés engagées de manière autonome