

Notre plan de plaidoyer

Qu'est-ce qui doit changer ?

Notre objectif

Conseil : Choisissez un seul objectif. Employez des mots tels que « améliorer, diminuer ou augmenter » pour décrire le changement. Voir page 54.

Qui devons-nous influencer ?

Que voulons-nous que ces personnes fassent ?

Conseil : Identifiez 2 ou 3 mesures qui vous aideraient à atteindre l'objectif, par exemple : « Nous avons besoin que le conseil municipal local... »

Évitez d'écrire les mesures que vous prendrez. Voir page 55.

1.

2.

3.

	À faire	Par qui	Pour quand
Comment pouvons-nous les influencer ? Conseil : Écrivez en détail les mesures spécifiques que vous prendrez pour influencer la personne ou l'organisation de l'encadré 1. Voir page 57.			
Gérer les risques Conseil : Considérez les risques associés à votre plan de plaidoyer. Que pouvez-vous faire pour les gérer ? Voir page 68.			
Surveiller le succès Conseil : Réfléchissez à la manière dont vous saurez si votre plan a réussi et identifiez certaines mesures que vous pouvez prendre. Voir page 70.			



Planifier

Dans cette section...

52 Le récit de Sumaya sur la planification du plaidoyer en faveur de l'éducation

Éducation sexuelle exhaustive en Inde

54 Qu'est-ce qui doit changer ?

54 Décider de votre objectif de plaidoyer

55 Qui devons-nous influencer ?

55 Outil : Analyse ciblée

57 Comment pouvons-nous les influencer ?

57 Outil : Qui et quoi

60 Quel est notre message ?

60 Pourquoi est-ce un bon message ?

62 Préparer vos messages

62 Mettre vos messages à l'épreuve

63 Comment ? Choisissez des actions spécifiques

64 *Insider, outsider* ou les deux ?

65 Méthodes de plaidoyer

66 Quel est notre plan ?

66 Outil : Carte du changement – notre plan

68 Gérer les risques

70 Surveiller le succès

72 Réunions d'examen

LE RÉCIT DE SUMAYA SUR LA PLANIFICATION DU PLAIDOYER EN FAVEUR DE L'ÉDUCATION **Éducation sexuelle exhaustive en Inde**

En 2007, l'Inde a interdit le Programme d'éducation des adolescents (Adolescent Education Programme – AEP), le premier programme scolaire à inclure une éducation sexuelle exhaustive.

Un AEP révisé a été rédigé suite au plaidoyer de nombreux groupes impliqués dans le domaine de la santé sexuelle et reproductive, des femmes et des droits des jeunes. Cependant, il était extrêmement édulcoré et ne fournissait pas d'informations fiables. Malgré cela, il a été interdit dans certains États.

Notre but était de veiller à ce que les jeunes aient accès à une éducation sexuelle exhaustive dans les écoles.

« Nous avons appris que le plaidoyer est un LONG processus. Lors de la planification, il est important d'établir de petits objectifs bien définis pour garder le cap, voir les progrès accomplis et rester motivés.

Le plaidoyer est également très fluide. Nous avons élaboré plusieurs plans et stratégies, et nous avons dû faire en sorte d'être réactifs ainsi que proactifs ».

Récit provenant d'Inde



1

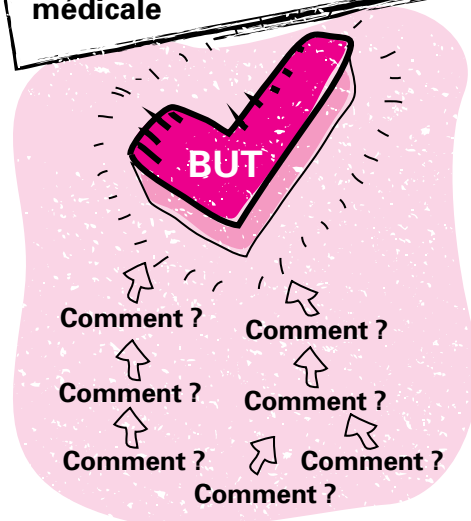
Accepteriez-vous d'accompagner notre équipe dans notre projet de plaidoyer en faveur de l'éducation sexuelle exhaustive ?

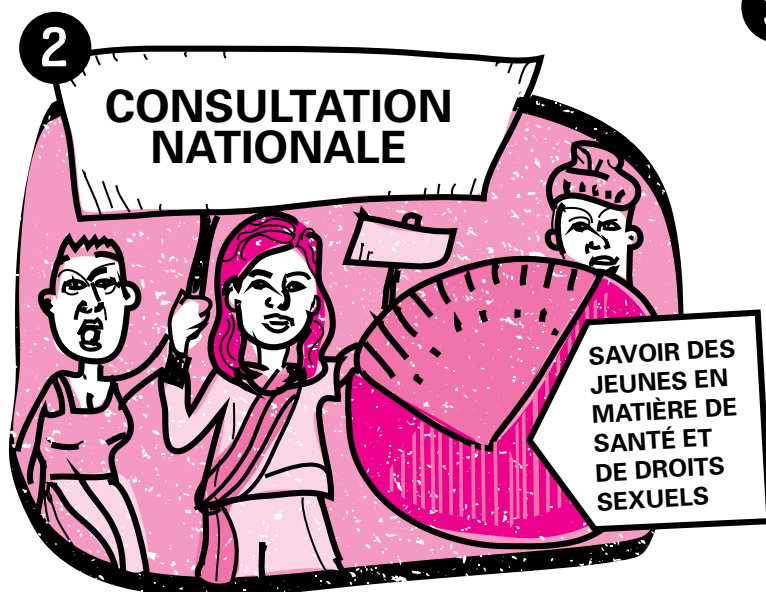


Bien sûr, et nous pouvons aussi vous apporter une aide technique

4

**Nous avons suivi l'outil de
théorie du changement du
Conseil de recherche
médicale**



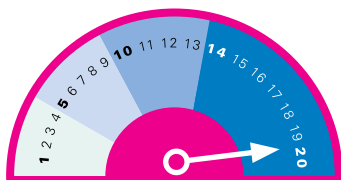


2 QU'EST-CE QUI DOIT CHANGER ?

Décider de votre objectif de plaidoyer

Si vous avez fait des recherches, vous devriez maintenant avoir une idée plus claire du problème ainsi que des objectifs potentiels pour votre plaidoyer.

Réfléchissez aux objectifs de votre schéma arborescent des objectifs. Vous devrez ensuite prendre une décision stratégique quant à ces objectifs et sélectionner celui qui sera votre objectif de plaidoyer (le changement que vous souhaitez voir se réaliser). Il vaut mieux avoir un ou deux objectifs au maximum. En choisissant votre objectif, pensez à ce qui suit :



Qu'est-ce qui vous passionne véritablement ? Êtes-vous certain(e) de pouvoir réaliser le changement ? (page 26)



Qu'avez-vous appris de votre analyse PEST ? (page 43)



Disposez-vous de faits probants relatifs à ce problème et savez-vous comment améliorer la situation ? (page 44)

Adoptez l'approche SMART. Veillez à ce que vos objectifs soient :

Spécifiques :

Énoncez vos pensées clairement. Le changement ? Qui, quoi, quand et où ?

Mesurables :

Sera-t-il possible de mesurer le succès ? La réponse devrait être oui !

Atteignables :

Soyez réaliste quant à ce que vous pouvez réaliser.

axés sur les

Résultats :

Ils doivent se concentrer sur la réalisation d'un changement significatif.

Temporellement définis :

Précisez à quelle échéance le changement se produira.

QUI DEVONS-NOUS INFLUENCER ?



Outil : Analyse ciblée

En tant que défenseurs, votre rôle est d'influencer les personnes ou les organisations qui ont le pouvoir de changer les choses. La première étape de votre plan de plaidoyer est de décider quelles personnes vous essayerez d'influencer. Examinez votre analyse des parties prenantes de la Section 1. (Si vous ne l'avez pas encore réalisée, référez-vous à la Section 1, page 28.)

1. Consultez l'encadré situé en haut à droite de votre analyse des parties prenantes et complétez la liste si nécessaire en inscrivant le nom de personnes et d'organisations spécifiques.

Votre groupe cible potentiel. Assurez-vous que la liste est spécifique.

2. Pour vous aider à décider qui cibler, posez-vous ces deux questions importantes sur chacune des personnes/organisations et inscrivez-les dans un tableau comme ci-dessous :
 - a. Que voudrions-nous qu'elles fassent ? Quel impact pourraient-elles avoir sur la réalisation de notre objectif ?
 - b. Dans quelle mesure pouvons-nous les influencer facilement ?

3. Mettez-les dans le tableau à l'endroit qui leur correspond le mieux selon vous.
Considérez :
- a. Quelle est leur position actuelle sur le problème ? Sont-elles pour ou contre ?
 - b. Par quoi sont-elles influencées ? Êtes-vous, ou une autre personne qui soutient votre cause, susceptible d'avoir une influence sur leur décision ?

Chaque encadré contient quelques conseils sur la manière de travailler avec ces personnes et organisations lors de votre travail de plaidoyer.

4. Vous ne pouvez pas contacter tout le monde. Vous devrez choisir deux ou trois personnes ou organisations que vous pourriez véritablement influencer pour réaliser votre objectif.



Difficile à influencer Fort impact

Conseil : Essayez de travailler avec ce groupe sur le long terme. Étudiez ce qui l'influence, cherchez des occasions d'établir une relation.

CONTACTEZ-LES

Facile à influencer Fort impact

Conseil : Concentrez la plus grande partie de votre temps et de votre énergie sur ce groupe.

CIBLEZ-LES

Difficile à influencer Faible impact

Conseil : Laissez tomber ! Enfin, presque. Gardez-les à l'esprit, car il se peut que ces personnes ou organisations deviennent plus faciles à influencer ou qu'elles jouissent d'un plus grand pouvoir à l'avenir.

**OUBLIEZ-LES !
POUR L'INSTANT..**

Facile à influencer Faible impact

Conseil : Prenez contact avec ce groupe, car il pourrait être à l'origine de succès faciles susceptibles d'inspirer les autres. Il pourrait également vous donner accès à d'autres cibles et alliés importants qui viendront rajouter leur voix à votre campagne, ou bien à des informateurs qui ont accès à des informations cruciales.

CONTACTEZ-LES

COMMENT POUVONS-NOUS LES INFLUENCER ?



Outil : Qui et quoi

Les personnes que vous souhaitez influencer ont leurs propres croyances, expériences et valeurs – tout un monde qui gravite autour d’elles, exactement comme pour vous.

Essayez cette activité rapide

1

DESSEINEZ
VOTRE
AUTO PORTRAIT



2

POSEZ-VOUS LA QUESTION SUIVANTE :

« Par quoi ma position sur l’éducation pour tous est-elle influencée ? » (c.-à-d. quel est selon moi l’objectif de l’éducation, quelle est la situation mondiale, quels sont les besoins existants, etc.).



3

RÉFLÉCHISSEZ À :

- a.** Ce qui vous importe **b.** Ce que vous faites **c.** Qui vous connaissez
- d.** Vos sources d’information.

Par exemple...



Ambitions



**Actualités
télévisées**



**Opinions
politiques**



Culture



Amis



**Expérience
scolaire**

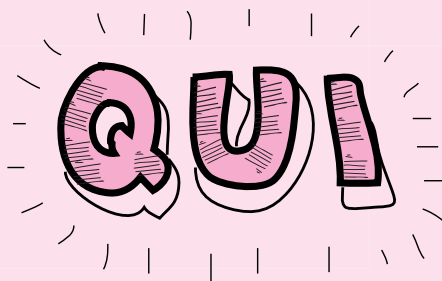
4 NOTEZ LES 5 PRINCIPALES SOURCES D'INFLUENCE

autour de votre portrait. Examinez votre liste. Remarquez que certaines de vos sources d'influence sont des personnes et que certaines autres sont d'autres choses telles que des expériences ou des facteurs culturels.

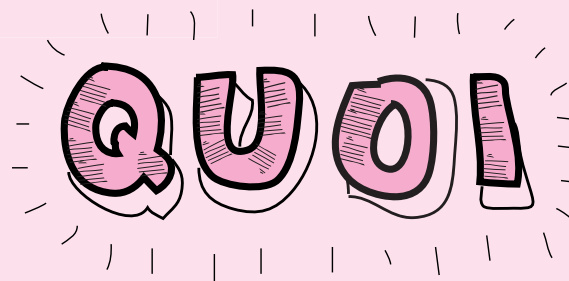
5 PARTAGEZ LES 5 PRINCIPALES SOURCES D'INFLUENCE

Si vous travaillez en groupe, puis comparez vos sources d'influence et discutez-en.

Savoir **QUI** et **QUOI** influencent votre cible est crucial pour un plaidoyer efficace. Pour chacune de vos principales cibles, répertoriez les facteurs qui influencent leur position quant à votre problème.



Sachez quelles personnes influencent votre cible. Vous pouvez leur demander d'agir en votre nom ou de vous aider.



Sachez ce qui influence votre cible. Trouvez des moyens d'inclure ce qui importe à vos cibles dans vos messages de plaidoyer.

Par exemple...

Objectif de plaidoyer : Fournir des passerelles vers des opportunités d'éducation pour les enfants non scolarisés.

CIBLE	QUI	QUOI
Ministre de l'Éducation	<ul style="list-style-type: none">• 2 conseillers personnels très proches• Syndicat des enseignants• Premier ministre• Médias nationaux	<ul style="list-style-type: none">• Sentiment négatif public à l'égard des jeunes• Prochaines élections nationales• Dirigeait une organisation éducative privée

QUEL EST NOTRE MESSAGE ?

Pourquoi est-ce un bon message ?

Réfléchissez à la dernière fois que vous avez prêté attention à un problème et que vous avez décidé d'agir parce que quelqu'un vous en avait parlé. Qu'est-ce qui a attiré votre attention ? Qu'est-ce qui vous a poussé à vouloir en savoir plus ?

Dans l'ensemble, les gens sont réceptifs aux messages qui :

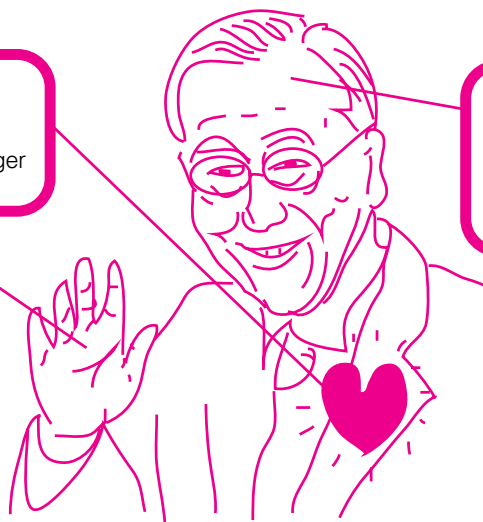
- Sont liés à un intérêt existant – utilisez les informations que vous avez recueillies dans la section « Qu'est-ce qui les influence ? ».
- S'adressent au cœur, à la tête et aux mains – voir ci-dessous.

En préparant vos messages, il est utile de suivre cet ordre.

1. Adressez-vous au cœur.
Pourquoi devraient-ils s'y intéresser ?
– Communiquez le besoin et ce qui doit changer

3. Adressez-vous aux mains.
Que peuvent-ils faire ?
– Que demandez-vous à votre public cible ?

2. Adressez-vous à la tête.
Qu'est-ce qui peut changer ?
– Donnez des exemples inspirants et des idées fortes de ce qui est possible



Parmi les deux messages ci-dessous, lequel est selon vous le plus percutant ?

La personne visée est une célébrité qui n'a peut-être pas entendu parler du problème.

1. « Des milliers de filles sont privées de leurs droits, sont menacées et ne réalisent pas leur potentiel. Notre projet fournit aux filles un moyen efficace et peu onéreux d'avoir une éducation. Votre présence lors de notre prochaine assemblée convaincrat la communauté de nous soutenir et de faire de notre projet un succès. »

Ou :

2. « Nous dirigeons un projet d'éducation pour les filles et nous souhaiterions que vous fassiez une allocution lors de notre prochaine assemblée pour convaincre la communauté de nous soutenir. Le projet fournit aux filles un moyen efficace et peu onéreux d'avoir une éducation. S'il est couronné de succès, nous pouvons garantir que les filles revendiquent leurs droits, réduire les risques qui les menacent et les aider à réaliser leur potentiel. »

La première approche est généralement la plus efficace, car elle s'adresse en premier lieu aux émotions, ce qui encourage la cible à prêter attention à la suite du message.

Préparer vos messages

Utilisez différentes approches pour différents publics.

- **Une note de synthèse complète** est utile pour vous et votre équipe, et peut servir aux personnes véritablement intéressées et impliquées. Elle devrait comprendre :
 - La présentation du problème et la manière dont la situation peut être changée.
 - Des faits probants
 - La raison pour laquelle le changement est important
 - Les actions en cours et celles qui peuvent être menées pour réaliser le changement.
 - Les mesures spécifiques qui doivent être prises.
- **Un texte court** pour faire passer votre message rapidement (en moins d'une minute) aux personnes qui pourraient être intéressées. Il comprend :
 - La présentation du problème et la manière dont la situation peut être changée.
 - Ce que vous attendez de la personne à qui vous parlez. Il pourrait simplement s'agir d'une opportunité de la rencontrer et de discuter de manière plus approfondie.
- **Des messages adaptés** à vos publics spécifiques. Trouvez des moyens de relier les domaines d'intérêt des personnes que vous souhaitez influencer à votre problème de plaidoyer. Par exemple, si votre objectif consiste à augmenter le taux de scolarisation des filles et que vous souhaitez faire appel à une personne intéressée par les questions économiques, votre message pourrait être formulé ainsi : Une fille qui bénéficie d'une année scolaire supplémentaire peut gagner 20 % de plus à l'âge adulte.

Mettre vos messages à l'épreuve

Un message efficace informe, persuade et incite à l'action. Parlez aux personnes qui travaillent déjà sur vos problèmes d'éducation, veillez à ce que vos faits soient corrects, rassemblez de bons exemples et demandez un retour d'information afin de pouvoir améliorer vos messages et votre prestation.

Pour être excellent, un message doit être :

1. Simple.
2. Axé sur les solutions.
3. Pratique et raisonnable dans ses exigences.
4. Basé sur des faits probants, y compris des expériences de la vie réelle, des faits et des statistiques.
5. Adapté au public ciblé en termes de sa formulation et de son contenu.
6. Personnel – il montre pourquoi le problème vous importe.

COMMENT ?

CHOISISSEZ DES ACTIONS SPECIFIQUES

Afin de mener votre plan à bien, vous devrez décider des actions à entreprendre. Référez-vous aux méthodes de plaidoyer possibles répertoriées à la page 65 et décrites en détail à la Section 3. Considérez les questions suivantes :



- Qu'est-ce qui aura l'impact le plus grand ?
- Quelles sont les mesures les plus faciles à mettre en œuvre ? Quels sont les compétences et les contacts dont votre groupe dispose déjà ?
- Qu'est-ce que vous et les autres personnes impliquées aimez faire ? Qu'est-ce qui vous passionne ?
- Qu'est-ce qui a bien fonctionné par le passé ?
- Influencerez-vous les décideurs en travaillant en étroite collaboration avec eux en tant qu'*insider* ou en mobilisant le public ? (Voir page 64.)

Insider, outsider ou les deux ?

Plaidoyer de l'intérieur (*insider*) :

Travailler en étroite collaboration avec les décideurs afin de les influencer peut s'avérer efficace, mais il faut savoir que cela peut mener à :

- Un conflit d'intérêt, là où la crainte de perdre votre position d'*insider* pourrait vous empêcher de vous exprimer sur des questions controversées importantes.
- Perdre de vue la communauté que vous voulez aider, car vous passez votre temps à essayer de comprendre les décideurs.
- Être utilisé(e) par les décideurs pour donner l'impression qu'ils écoutent le public, alors que ce n'est pas le cas.

Plaidoyer de l'extérieur (*outsider*) :

Réaliser le changement par la mobilisation du public et/ou en affaiblissant la position des décideurs est un moyen efficace, mais il faut savoir que cela peut entraîner :

- Une tension et un conflit entre les groupes décisionnels et les communautés et les différents groupes au sein de la communauté.
- Une opposition plus forte face au changement que vous défendez. Si un groupe se sent menacé, cela peut le rendre plus fort, car ses membres oublient leurs différences, travaillent en étroite collaboration et sont rejoints par des personnes qui partagent des vues similaires.
- Des opportunités manquées de travailler ensemble par le biais du dialogue.

Chaque plan de plaidoyer sera différent, mais la plupart comprendront un mélange d'un ou de plusieurs des éléments suivants :

- **Exercer des pressions** pour influencer directement les décideurs.
- **Faire campagne** pour que le public soutienne l'action.
- **La participation des médias et la publication de communications** pour promouvoir votre problème et votre campagne.



Conseil : Vos actions doivent être en adéquation avec votre message et avec la manière dont vous voulez que les autres vous considèrent. Si l'un de vos messages demande

au gouvernement d'arrêter de gaspiller de l'argent en finançant de grands meetings politiques et de consacrer davantage d'argent à l'éducation, il vaut probablement mieux éviter d'organiser un grand meeting politique dans le cadre de votre stratégie.



QUEL EST NOTRE PLAN ?



Outil : Carte du changement – notre plan

MAINTENANT

→ L'AVENIR

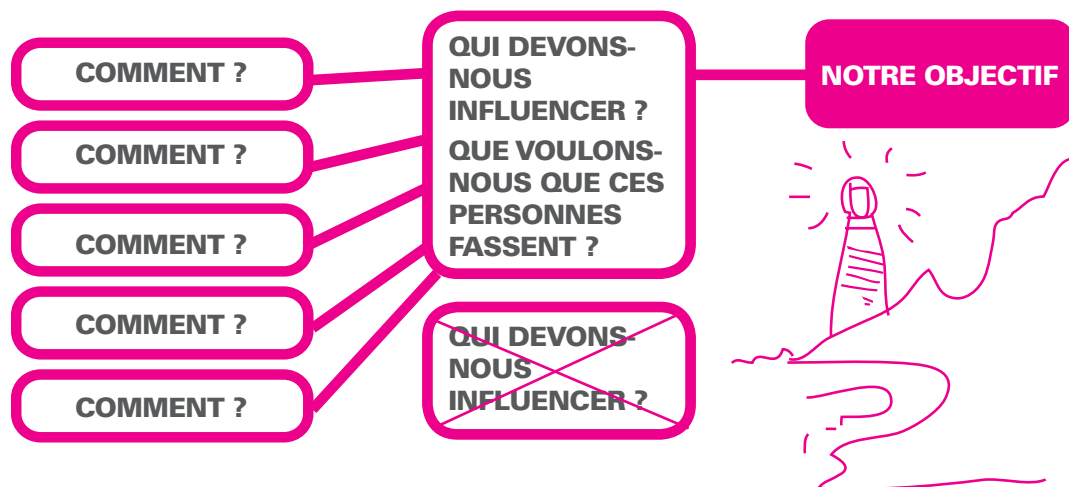


Comment pouvons-nous passer du problème tel qu'il est à l'heure actuelle à notre objectif pour l'avenir ?

Commencez à planifier :

1. Écrivez votre objectif dans la partie droite d'une grande feuille de papier.
2. Qui doit faire quoi pour que cet objectif se réalise ? Écrivez chaque réponse séparément à gauche de l'objectif. Par exemple, il faut que le conseil municipal local autorise l'utilisation des bâtiments scolaires le soir.

3. Examinez les affirmations que vous avez écrites à gauche de votre objectif. Certaines d'entre elles semblent-elles irréalistes ? Ou bien trop difficiles à réaliser ? Barrez ces affirmations.
4. Examinez à présent les personnes que vous devez influencer. Comment pourriez-vous les influencer ? Notez ces idées sous forme de « COMMENT » dans la colonne de gauche.



5. Poursuivez ce processus jusqu'à l'obtention d'une carte détaillée des différentes voies que vous pourriez suivre.
6. Laquelle de ces voies serait, selon vous, la plus efficace et la plus réaliste ?
7. Vous pouvez à présent rajouter un calendrier – travaillez à rebours en partant de votre objectif – que doit-il se produire et quand ?
8. Une fois que vous aurez achevé votre diagramme, vous pourrez utiliser ces informations pour remplir votre plan de plaidoyer.

Si toutes les personnes impliquées comprennent cette démarche et la trouvent logique, alors vous êtes en bonne voie.

GERER LES RISQUES

Tous les défenseurs et militants rencontrent des problèmes et travailler dans l'éducation peut s'avérer particulièrement difficile, car c'est un domaine qu'énormément de personnes veulent influencer. Mais vous n'irez généralement pas loin si vous avancez trop prudemment. L'important est d'identifier les risques à l'avance et de réfléchir à la manière de les éviter si possible – ou bien de les gérer si les risques anticipés se réalisent.

1. Organisez une séance de *brainstorming* au sein de votre équipe sur les risques potentiels.
2. Classez-les par couleurs : jaune pour un risque faible, orange pour un risque modéré et rouge pour un risque élevé.
3. Il peut également être utile de regrouper les risques par catégories et de les gérer dans leur globalité – par exemple, vous pourriez trouver beaucoup de risques portant sur le manque de ressources.
4. En commençant par les risques élevés, discutez de la manière dont chacun peut être évité ou géré.

Par exemple :

Risque	Éviter	Gérer
Être trop ambitieux	Commencez par un plan modeste, qui se développera lentement	Examinez régulièrement les progrès afin de rester concentrés sur les activités les plus importantes

Voici quelques problèmes auxquels vous pourriez être confrontés en tant que défenseurs de l'éducation.



Manque de soutien public envers une réforme de l'éducation



Trop d'organisations essaient d'influencer l'éducation de manières diverses



Ressources / financement indisponible(s) ou lié(s) à d'autres objectifs



Buts imprécis / faits peu probants / être peu convaincants

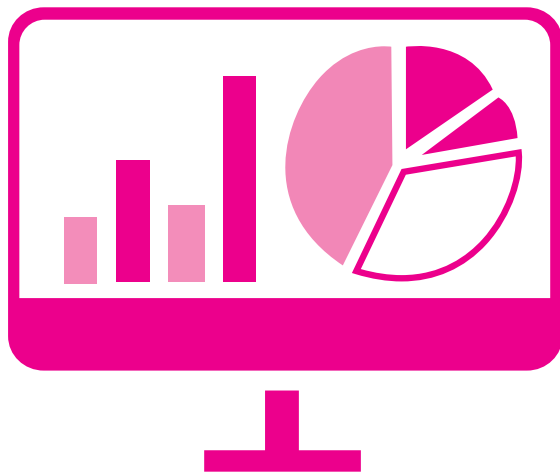


Impossibilité de mettre un changement dans l'éducation à l'ordre du jour



Ne pas comprendre ce qui influence réellement la politique éducative / les programmes scolaires

SURVEILLER LE SUCCES



Par surveiller, on entend le fait de recueillir régulièrement des informations sur les impacts positifs et négatifs de votre campagne de plaidoyer.

En surveillant, vous serez en mesure de :

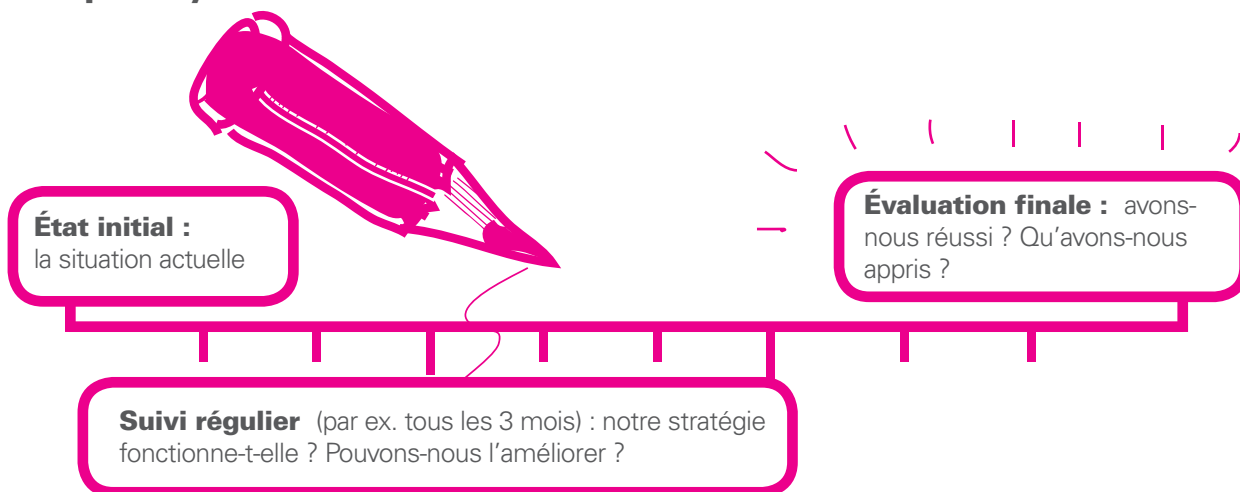
- **PROUVER** : Rassemblez des faits probants montrant si un changement est en train de se produire – afin que vous sachiez et puissiez montrer aux autres ce qui se passe réellement.
- **AMÉLIORER** : Informez-vous sur ce qui fonctionne et sur ce qui ne fonctionne pas.

Aspects à surveiller :

- Les actions ont-elles abouti à une réaction ?
- La réaction a-t-elle été suivie d'un résultat ?
- Ce résultat a-t-il eu l'effet désiré ?
- Qu'est-ce qui a fonctionné et qui n'a pas fonctionné ?
- Y a-t-il eu des résultats inattendus ?

Pour répondre à chacune des questions ci-dessus, vous devez réfléchir avec attention aux informations dont vous avez besoin et à la manière de les collecter lors de la phase de planification. Lors de la collecte des informations, assurez-vous qu'elles proviennent d'une source fiable et, si possible, utilisez les mêmes sources d'information tout au long du processus.

Vous devrez collecter des informations à différents stades de votre travail de plaidoyer :



Vous trouverez ci-dessous une liste de sources où vous pourrez trouver des informations utiles sur l'état de la situation au commencement (votre état initial) et sur la manière dont elle évolue :

- Enquêtes
- Formulaires d'évaluation
- Statistiques
- Impressions ou observations des personnes impliquées
- Consultations
- Audits
- Les médias
- Internet et les médias sociaux

Il n'est pas toujours nécessaire que les informations que vous collectez soient des données officielles. Nos vues personnelles ainsi que celles des autres personnes impliquées forment une partie importante du suivi. Pour cette raison, une des méthodes les plus efficaces est d'organiser régulièrement des réunions d'examen pour réfléchir à ce qui fonctionne et à ce qui ne fonctionne pas.

Réunions d'examen :

Par examen, on entend le fait de collecter des informations à des moments clés au cours de votre campagne de plaidoyer, afin d'avoir une perspective plus large de ce qui se passe. En planifiant une réunion d'examen, il est important de choisir les bonnes questions et de créer une ambiance dans laquelle les participants peuvent s'exprimer en toute liberté. Les participants devraient avoir le sentiment que leurs opinions sont prises en compte et qu'ils peuvent contester les suggestions des autres. Il pourrait être utile d'inviter diverses parties prenantes à vos réunions d'examen.

- Qu'avons-nous appris ?
- Par quoi avons-nous été inspirés ?
- Quelles ont été les difficultés ?
- Comment pourrions-nous apporter des améliorations ?
- Y a-t-il d'autres questions clés auxquelles nous devons répondre avant de pouvoir tirer des conclusions ? Il pourrait s'avérer nécessaire de mener des recherches
- Avec qui devons-nous partager notre apprentissage ?

Ne vous inquiétez pas si les choses ne marchent pas très bien. Très peu de stratégies se déroulent comme prévu la première fois. Réfléchir, réviser et ajuster vos plans vous aidera à améliorer votre stratégie rapidement. À l'issue de votre examen, faites part de vos résultats aux personnes qui vous ont apporté leur soutien ainsi qu'aux autres personnes qui travaillent sur le même problème.



Quelques conseils utiles pour la planification de votre suivi :

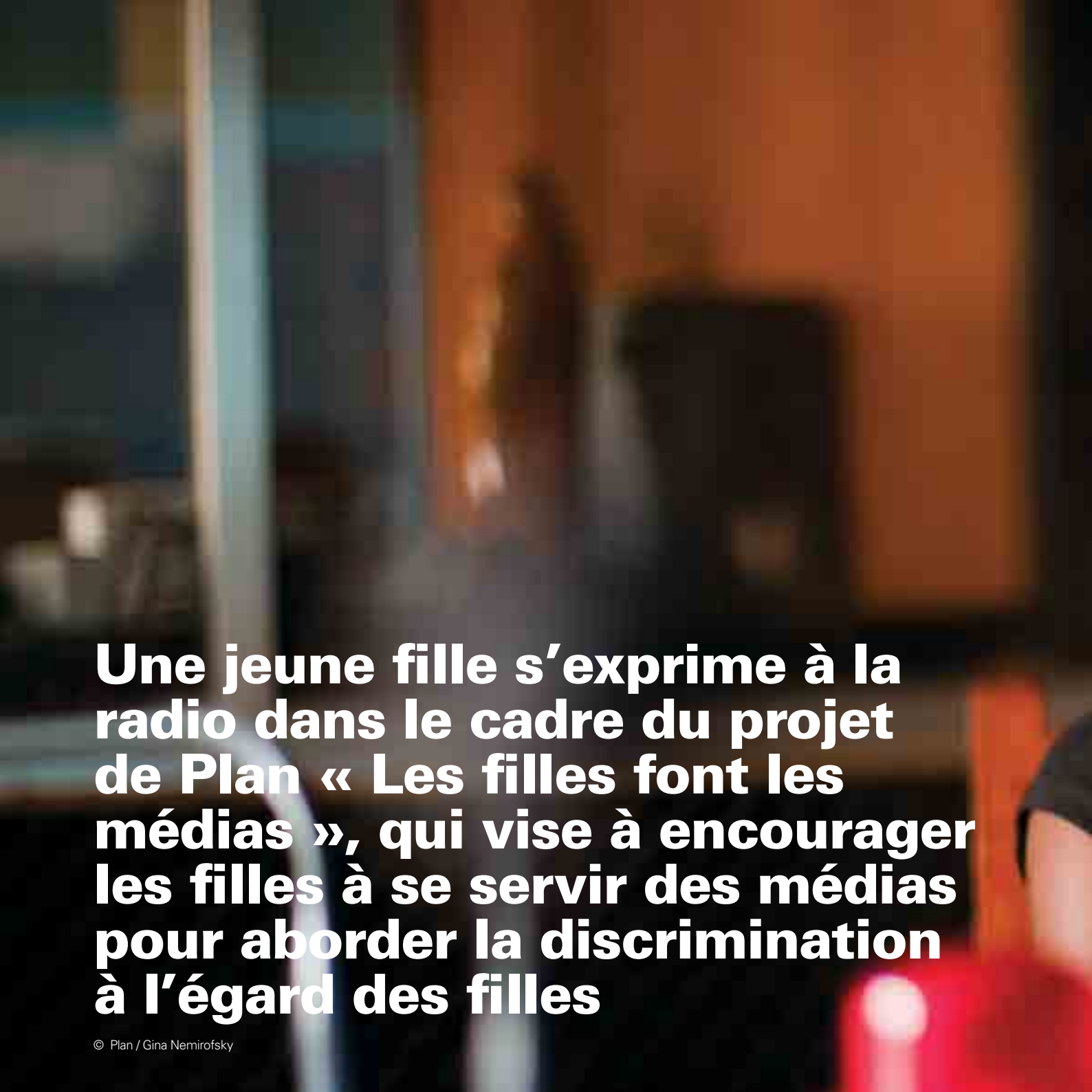
Pour faciliter le suivi, évitez d'employer des méthodes qui sont chronophages.

Impliquez les personnes qui bénéficieraient d'un plaidoyer réussi dans la planification et la réalisation du suivi. Cela encouragera un sentiment d'appropriation et de confiance envers la campagne de plaidoyer. Ce sont les personnes que la campagne essaie d'aider qui sont le mieux placées pour évaluer l'effet de votre campagne de plaidoyer.

Exemple de plan rempli

Cet exemple repose sur une histoire véridique, celle d'Esther, membre du YAG, qui lutte contre les frais de scolarité en Afrique du Sud.

Le changement que nous voulons Notre objectif	Élargir l'accès à l'enseignement supérieur et faire baisser le nombre d'étudiants qui abandonnent leurs études en diminuant les frais de scolarité dans notre université		
Que faut-il faire pour que ce changement se produise ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sensibiliser les étudiants sur la situation et les impliquer 2. Proposer d'autres manières viables de baisser le budget de l'université 3. Faire en sorte que le conseil d'administration de l'université écoute ce que les étudiants ont à dire 		
COMMENT	À FAIRE	PAR QUI	POUR QUAND
1. Sensibiliser les étudiants sur la situation et les impliquer	<ul style="list-style-type: none"> • Organiser un événement sur le campus afin d'inclure les demandes collectives dans un « Protocole d'entente » des étudiants • Établir des connexions sur les médias sociaux pour des communications régulières • Organiser une manifestation 		En cours
2. Proposer d'autres manières viables de baisser le budget de l'université	<ul style="list-style-type: none"> • Étudier le budget de l'université dans le détail et la manière dont il est alloué • Tirer différentes conclusions 		
3. Faire en sorte que le conseil d'administration de l'université écoute ce que les étudiants ont à dire	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre comment les décisions sont prises au sein de l'université • Écrire au ministre de l'Éducation • Organiser une réunion de masse entre les étudiants et le conseil d'administration de l'université 		
Gérer les risques	RISQUE	ÉVITER	GÉRER
	Perte de motivation en raison de la lenteur du changement (équipe et étudiants) Être manipulés ou ignorés, car nous ne comprenons pas comment les choses fonctionnent Être considéré(e) comme un <i>insider</i> ou comme « faisant partie du système » par les étudiants	<ul style="list-style-type: none"> • Être réaliste quant aux attentes avec tout le monde • Mesurer l'implication • Injections régulières d'énergie • Comprendre le système ! Se familiariser avec la bureaucratie et avec les processus décisionnels • Réunir les étudiants et le conseil d'administration • Mener les manifestations 	Accroître la pression si l'intérêt s'émousse Se référer aux autorités supérieures
Surveiller le succès	ASPECTS À SURVEILLER :	SOURCES	QUAND
	Nombre de partisans	Signataires du « Protocole »	Au début et tout au long du processus
	Perception / soutien des autorités universitaires	Réunions individuelles	Avant et tous les 3 mois
	Soutien élargi	Couverture par les médias locaux Propositions de participation émanant d'autres groupes	Tout au long du processus



Une jeune fille s'exprime à la radio dans le cadre du projet de Plan « Les filles font les médias », qui vise à encourager les filles à se servir des médias pour aborder la discrimination à l'égard des filles

