

C'est décidé, je me lance!

Dossier de travail
pour les personnes et
les organisations
qui veulent s'engager
dans la vie publique



Édité par le
Bureau fédéral de l'égalité
entre femmes et hommes

GUIDE NO 1

du manuel «C'est décidé, je me lance!», publié aux éditions Metropolis (GE) et édité par le Bureau fédéral de l'égalité entre femmes et hommes à Berne.

DE L'IDÉE AUX ACTES OU COMMENT TRANSFORMER VOS PROJETS EN POLITIQUE

A PROPOS D'IDÉES, DE REVENDICATIONS ET DE PROJETS...

Si vous désirez en savoir plus, suivez les indications dans la marge, elles renvoient aux divers chapitres du manuel.

Avec votre association de quartier, vous voulez que les rues à forte densité de population soient interdites à la circulation... L'association d'aide aux réfugiés, dont vous êtes membre, a besoin de nouveaux locaux pour ses consultations... Représentante des consommateurs, vous en avez assez que les étiquettes ne présentent qu'insuffisamment la teneur des aliments... Dans votre commune – malgré des années de promesses – il n'y a ni maison des jeunes ni maison de la culture... Votre groupe de femmes architectes a analysé la sécurité en ville dans une optique féminine. Il s'agit maintenant de mettre en pratique leurs conclusions et recommandations... Votre organisation de femmes veut aider l'égalité des salaires à devenir réalité – le fait est que nous disposons dorénavant en Suisse d'une loi sur l'égalité qui facilite les dépôts de plainte...

EN TOUTE LUCIDITÉ...

Voir chap. 4
La navette entre deux mondes, pp. 95s.

Pour chacune de ces idées, de ces revendications comme pour d'autres, vous devez chercher la façon la plus habile de procéder. La check-list suivante vous montre comment vous et votre groupe pouvez transposer vos revendications et projets politiques en faits et actions. Elle vous sert en même temps de guide du manuel plus complet «C'est décidé, je me lance!».

PLANIFIER EST LA CLE DU SUCCÈS...

Voir chap. 2
Se sentir concernée et y trouver son intérêt, pp. 50s.

Plutôt que de se jeter à corps perdu dans le travail, et de démarrer au quart de tour, mieux vaut procéder par étape. Ce qui ne brise en rien les enthousiasmes. Maintenant, c'est à vous d'estimer quelles démarches ou quelles étapes sont nécessaires et utiles pour arriver à vos fins. Le chemin que vous allez prendre dépend bien évidemment de vos objectifs et de votre vision des choses. Il va sans dire que toutes les réflexions ne sont pas d'une égale utilité pour chaque projet. Les cinq étapes suivantes sont cependant incontournables :

- 1 La définition de l'objectif ou la formulation d'objectifs concrets en partant des idées...
- 2 La stratégie, le choix de la stratégie et l'organisation de l'association...
- 3 Les mesures à prendre, ou l'élaboration du plan d'action concret...
- 4 La recherche des appuis ou des alliances et des lobbies...
- 5 Le financement ou ce cher argent...

Voir chap. 4
Réflexions à propos de la stratégie, pp. 119s.

Le déroulement de la planification montre ce dont vous avez encore besoin : le courage d'une planification modulable – au cas où durant votre engagement d'importantes conditions devaient changer – et une vue d'ensemble. Deux traits fort heureusement propres à de nombreuses femmes. Par contre, savoir-faire approprié et expérience manquent parfois. Mais vous pouvez parfaitement les acquérir. Ne serait-ce qu'avec ce manuel et ce guide !

Voir chap. 1
Que faire de ses désirs et de sa colère face à la situation actuelle ? pp. 22s.

1 DES IDÉES AUX OBJECTIFS CONCRETS...

Voir chap. 5
S'informer pour en savoir plus, pp. 133 s.

Voir chap. 5
En bref : Comment réunir des informations, p. 142

Idées et projets sont parfois diffus et peu concrets. Et donc souvent fort difficiles à concrétiser. Plus vous formulez des objectifs concrets, plus vous pourrez efficacement les atteindre et les réaliser. «Nous sommes pour la réalisation de l'égalité salariale» est certes un objectif louable en soi – mais difficile à réaliser s'il est formulé de façon aussi générale. Par quel bout prendre les choses et ne pas se perdre dans un verre d'eau ? Un engagement efficace sera possible dès lors que vous nommez explicitement des buts partiels contrôlables et atteignables. Une analyse précise de la situation de départ et des conditions-cadre fait également partie de la définition des objectifs. Ceci vous oblige à prendre en considération toutes les données importantes. De plus, cela vous aide à adresser des revendications et des objectifs clairs aux bons destinataires.

Les questions suivantes peuvent vous aider à estimer la base de départ et à définir les buts :

- Quel est le problème ? Comment le résoudre ?
- De quelles informations disposons-nous ? Lesquelles manquent encore ? Où les obtenir ?
- Que voulons-nous atteindre exactement ? Quels sont nos objectifs maximum ? Quelles sont les étapes réalistes ? Qu'est-ce qui devrait changer, et comment ?
- A qui s'adressent les revendications ? Qui est la «cible», à qui s'adresser pour les changements ?

L'exemple

Lors de la discussion, les représentantes de l'organisation de femmes ont eu beaucoup d'idées quant à comment et où imposer l'égalité salariale : «Est-ce que nous focalisons la réalisation de l'égalité salariale par exemple sur un certain type de branche, d'entreprise, ou bien nous concentrons-nous plutôt sur les classes de salaires les plus basses ?» Rechercher et publier les différences salariales au sein d'une entreprise précise pourrait être une première étape...

2 LE CHOIX DE LA STRATÉGIE...

Voir chap. 3
Un parcours sinueux - Comment jouer un rôle dans la vie publique helvétique, pp. 56 s.

Voir chap. 7
Comment conduire des négociations, pp. 170 s.

Il existe toujours divers chemins et possibilités d'atteindre un but. C'est pourquoi il est important de définir les moyens les plus efficaces de parvenir à ce but. Au chapitre des moyens, il faut tenir compte des ressources à disposition en personnes et en finances. Testez plusieurs possibilités avant de vous décider pour telle voie ou telle stratégie.

Les questions suivantes peuvent aider au choix de la stratégie à suivre:

- Avec quelles stratégies et quels moyens voulons-nous, et pouvons-nous, atteindre notre but ? Une campagne de relations publiques est-elle utile ? Faut-il plutôt négocier directement avec les décideurs (autorités, entreprises, parlementaires entre autres) ? Devons-nous lancer une initiative ou plutôt une pétition ? Quelles actions soutiennent notre but et comment les coordonner entre elles ?
- Quel style adoptons-nous pour atteindre notre but ? Nous y allons tambour battant ? Ou bien prisons-nous plutôt un style coopératif allié à un travail de persuasion ? Qu'est-ce qui convient à la fois à notre but et sied à notre groupe ?

L'exemple

Retour à notre association de femmes : les membres du Comité sont en pleine discussion stratégique. Les options de stratégies suivantes se dessinent : déposer une plainte-modèle pour inégalité salariale avec une travailleuse concernée ou intégrer la question de l'égalité salariale dans les prochaines négociations avec les employeurs de cette branche et travailler ainsi étroitement avec les syndicats ou... Le choix n'est pas encore fait.

S'ORGANISER EN ASSOCIATION...

Voir chap. 14
Comment s'organiser,
pp. 304s.

Une autre question stratégique d'importance est de savoir si vous devez vous organiser formellement pour atteindre votre objectif, et si oui, comment ? La charge juridique et administrative que requiert une organisation formelle rebute de nombreuses femmes. Cependant si argent et autorités entrent en jeu, la création d'une association est vivement recommandée, ne serait-ce que pour les questions de responsabilité financière. Et puis créer une association n'a rien de sorcier.

Voir chap. 14
La création et la dissolution de l'association,
p. 308s.

Quelle que soit la forme juridique que vous choisissiez, vous devez donner à votre groupe des méthodes de travail et des structures de décision claires. Rien ne tue plus vite l'enthousiasme et l'engagement potentiels des participant-e-s que des discussions sans fin et sans résultats concrets. Des groupes de travail au mandat précis réduisent la tâche de chacun-e, de même que des séances préparées et dirigées font que le travail est rondement mené et satisfaisant.

Voir chap. 14
Le climat de travail au sein de l'organisation, pp. 318 s.

Voir chap. 8
Les dix erreurs capitales à éviter, p. 205

Quelques questions qui peuvent aider en matière d'organisation :

- Cela vaut-il la peine de créer une association ? Quelle est l'ampleur des tâches administratives pour atteindre nos objectifs ?
- Comment s'organiser ? Quel type d'organisation choisir ?

L'exemple

L'organisation de femmes a choisi sa stratégie : elle concentre ses efforts sur le dépôt d'une plainte pour inégalité salariale, notamment en raison des bonnes conditions-cadre offertes par la loi sur l'égalité qui vient d'entrer en vigueur. Elles veulent ainsi travailler étroitement avec les organisations professionnelles et les syndicats concernés. Bien que comme importante organisation de femmes, elles disposent d'une bonne infrastructure, la question de l'organisation formelle est capitale. Elles optent pour la création d'une nouvelle association : «L'égalité salariale maintenant !», destinée à soutenir leur plainte. Elles peuvent ainsi offrir à d'autres organisations et individus une plate-forme de collaboration.

Voir chap. 13
Le recours au tribunal,
pp. 293s.

3 METTRE EN PLACE LE PLAN D'ACTION CONCRET...

Voir chap. 10
Comment mettre sur pied des actions, pp. 236s.

Planifiez chacune des étapes nécessaires pour atteindre votre but en tenant compte du facteur temps. Vous verrez, c'est ainsi que vous viendrez à bout de votre dessein. Avant d'opter pour telle ou telle activité, testez aussi toujours les alternatives et comparez les différentes possibilités entre elles. Un plan d'action bien ficelé influence positivement la motivation et l'engagement des individus et des groupes. En outre, un catalogue de mesures concret et toujours révisable évite que quelques-un-e-s ne se consomment dans le suractivisme et ne se retirent essouffées, échaudées et frustrées au bout de quelque temps.

Voir chap. 1
S'engager, mais où et comment ? pp. 30 s.

Quelques questions pour élaborer un plan d'action :

- Quelles démarches concrètes sont nécessaires ? A quel moment ?
De quelle période de temps disposons-nous ?
- Comment distribuons-nous au mieux les différentes tâches ?

Pour avoir une vue d'ensemble, le plus simple est encore de sérier les démarches à faire :

L'exemple

Les femmes du Comité projettent la création de l'association : «L'égalité salariale maintenant !». Lors de la séance, elles mettent au point la liste d'activités suivante : faire rédiger les statuts par une juriste, rechercher des donatrices pour le préfinancement de la collecte de fonds, approcher les organisations et les individus susceptibles de collaborer, préparer l'invitation à l'assemblée constitutive, ouvrir un compte de chèque postal pour les finances de l'association, trouver la juriste qui peut déposer la plainte pour inégalité salariale... Après avoir complété la liste, les tâches sont distribuées, dûment pourvues de délais. Ainsi tout le monde sait, en fin de séance, qui fait quoi, comment et dans quel délai.

4 RECHERCHER DES ALLIANCES ET DES LOBBIES..

Voir chap. 4
Connaître les stratégies
d'influence et s'en servir,
pp. 123s.

C'est une lapalissade, mais il est plus difficile d'être seule qu'accompagnée pour transformer idées et revendications en faits. Vous avez besoin de soutien – selon vos revendications – à trois niveaux différents : des partenaires, des alliés et un lobby.

Voir chap. 4
Réflexions à propos de
la concurrence, pp.115s.

Les questions suivantes peuvent aider à rechercher de l'aide :

- **Partenaires..**: Où trouver des gens prêts à soutenir nos buts activement, ou passivement et financièrement ? C'est bien connu, les individus s'engagent le plus lorsqu'ils ont un lien affectif avec les objectifs, ou avec les personnes qui les poursuivent.
- **Alliances** : Qui a les mêmes intérêts que nous sur cette question ? D'autres organisations peuvent-elles, et veulent-elles, soutenir notre projet ? Comment pouvons-nous collaborer ?
- **Groupe de pression** : Qui a du pouvoir dans cette affaire ? Qui prend les décisions ? S'agit-il de personnes, d'institutions ou d'organisations ? Comment pouvons-nous les influencer ? Et comment pouvons-nous les gagner à notre cause ?

L'exemple

L'organisation de femmes qui a porté plainte trouve non seulement des alliés dans ses rangs mais également auprès de syndicats, de partis et d'organisations professionnelles.

5 CHERCHER L'ARGENT..

Voir chap. 11
L'argent fait tourner
le monde..., pp. 245s.

Il est capital de réfléchir aux moyens avec lesquels vos idées, vos desseins peuvent et doivent se réaliser. Faites un budget en temps voulu. Cela vaut la peine, même pour de petits projets. La façon d'organiser le financement et d'autres ressources gagne en importance au gré de l'ampleur de l'objectif. Les possibilités sont nombreuses : dons, cotisations des membres, vente de produits, sponsoring, prêt, subvention... Mais d'autres moyens peuvent être mis à contribution : dons en nature, travail gratuit, transmission d'information. Et puis qui cible ses recherches trouve !

Voir chap. 11
Donatrices, donateurs
et possibilités de
financement, pp. 253s.

Les questions qui peuvent aider pour rechercher des fonds :

- Comment organiser les dons ?
- Pouvons-nous demander des subventions ?
- Que pourrions-nous vendre pour financer nos activités ?

L'exemple

Les femmes de la nouvelle association se procurent leur capital de départ grâce à l'organisme dont elles sont issues et grâce à des organisations professionnelles proches également intéressées par cette plainte pour inégalité salariale. Elles commencent ensuite une campagne de récolte de fonds auprès de toutes les travailleuses qui pourraient bénéficier d'une amélioration de leur salaire.

REMARQUE GENERALE : les relations publiques, c'est tout un métier..

Voir chap. 10
Comment mettre sur pied
des actions, pp. 236s.

Réaliser avec succès une idée ou une revendication requiert une forme ou une autre de relations publiques et de relations avec les médias. Parallèlement à votre action, réfléchissez au moyen d'en informer le grand public. C'est seulement ainsi que vous donnerez à votre projet le poids nécessaire. De plus, cela aide en matière de finances. En effet, les gens répondront plus volontiers à votre demande de don s'ils ont déjà entendu parler de vos idées.

Voir chap. 9
Comment faire connaître
votre action pp. 210s.

Les questions-clés pour bien organiser votre travail de relations publiques :

- Comment atteindre et informer les personnes susceptibles de soutenir notre projet ?

Voir chap. 9
Réussir un communiqué
ou une interview, pp. 226s.

- Quelles personnes, organisations et institutions doivent connaître notre projet parce qu'elles pourraient nous soutenir ?
- Quelles sont les personnes-clés qu'il faut tout spécialement informer et convaincre – par exemple au sein des administrations, des parlements, des grandes organisations ? Comment et quand pouvons-nous les informer efficacement ?
- Quand est-il judicieux d'informer les médias ? Avec quoi ? Une lettre de lecteur suffit-elle ou faut-il une conférence de presse ?

UN DERNIER CONSEIL POUR ALLER DE L'AVANT...

Voir chap. 12
Le levier parlementaire,
pp. 288s.

Vous voulez enfin connaître les arcanes des jeux d'influences en Suisse ? Vous devez présenter vos idées en public ? A ce propos et à propos d'autres questions relatives aux idées, aux actions et aux finances, vous trouvez des réponses détaillées, des conseils et des trucs dans le manuel «C'est décidé, je me lance !». Vous pouvez également l'utiliser pour former vos membres ou pour préparer toute une campagne de relations publiques. Le manuel est en vente en librairie.