

# LES PRINCIPES CLASP

## 1. Pourquoi les gens vous feraient-ils confiance?



### CREDIBILITE

#### De quoi s'agit-il?

La crédibilité est le degré auquel les gens croient en votre organisation en tant que source d'informations ou la mesure dans laquelle ils croient en votre message. Ce principe dépend donc du niveau de confiance que les gens ont en vous et en votre expertise.

La manière dont les gens vous considèrent comme crédible peut être très subjective, mais peut être aussi influencée par vos actions.

La crédibilité est un principe important pour des interventions efficaces de mobilisation de soutien: vous serez en mesure de convaincre les décideurs seulement si ils croient en vous et en vos informations.

#### Comment prouver que vous tenez à ce principe?

- **Comportement personnel:** une composante importante de votre crédibilité est que vous, en tant qu'individu, devez croire en votre message tout en le partageant.
- **Etablissement/recherche de faits:** La confiance que les gens ont en votre organisation dépend des informations et des données que vous utilisez. Vous pouvez accroître votre crédibilité en faisant un établissement de faits et une recherche sur votre thème et les effets des politiques ou pratiques existantes sur vos bénéficiaires ou votre groupe. Impliquer votre groupe (c'est-à-dire, votre organisation et ses membres) dans l'établissement des faits et la fourniture de preuves de manière scientifique et accessible.
- **Budget:** Allouer un budget pour les activités qui vous aident à être crédible. Penser, par exemple, aux coûts de la recherche, l'établissement de faits, la communication, et la visibilité.

## 2. Qui ou qu'est-ce qui vous donne le droit d'intervenir



### LEGITIMITE

#### Qu'est-ce que c'est?

Dans les interventions de mobilisation de soutien, la légitimité fait référence à la manière dont votre organisation est acceptée ou est représentée dans la prise d'une certaine position. Elle concerne également la condition et la manière dont vous avez impliqué les gens au nom desquels vous parlez.

Comment prouver que vous respectez ce principe?

- Veillez à ce que votre intervention soit effectuée par/avec/pour les bénéficiaires: Afin que votre intervention ait de la légitimité, vous devez mettre en place l'initiative de mobilisation de soutien de telle manière qu'elle soit effectuée:

*Par les bénéficiaires*

*Avec les bénéficiaires*

*Pour les bénéficiaires*

Cela signifie l'implication des bénéficiaires dès le début du processus, étant donné qu'ils sont la raison de votre message, et leur responsabilisation dans le processus de mobilisation du soutien.

- Veillez à ce que votre groupe (votre organisation et ses membres) approuve votre intervention au cours de tout le processus de mobilisation de soutien. Il est important que vous restiez ouvert, accessible et en contact avec votre groupe, par exemple à travers l'organisation de rencontres pour la préparation et le feedback.
- Assurez-vous d'allouer un budget à la légitimité car elle n'est pas gratuite. Pensez à un exemple sur les frais de l'organisation des rencontres. Retenez aussi que les processus inclusifs ont tendance à être plus longs..

### 3. Comment pouvez-vous prouver que vous êtes transparent vis-à-vis des décideurs, vos donateurs, votre groupe et vos bénéficiaires?



#### REDEVABILITE

Qu'est-ce que c'est?

La redevabilité signifie responsabilité et transparence. C'est la manière dont vous prouvez aux acteurs que vous êtes crédible en tant qu'organisation ou en tant qu'individu. Cela peut se faire, par exemple, en utilisant des rapports, des vidéos, des réunions publiques, des témoignages, un site web, des médias (sociaux), etc. Rendez les informations sur votre organisation, ses projets, ses résultats et ses ressources disponibles et accessibles pour vos acteurs.

En général, les gens font la distinction entre deux types de responsabilité.

**(1) Responsabilité en amont:** rendre compte à votre groupe (votre organisation et ses membres), vos bénéficiaires, votre conseil d'administration ou alliance.

**(2) Responsabilité en aval:** soyez transparent vis-à-vis de ceux que vous voulez influencer.

#### Comment prouver que vous respectez ce principe?

- **Utiliser des faits/rapports accessibles:** fournir des informations sur ce que l'organisation fait en utilisant, par exemple, des rapports annuels, en organisant des rencontres d'informations sur le projet avec vos bénéficiaires et partenaires, en postant des informations sur votre site web, etc. Essayer d'être le plus ouvert et le plus transparent possible vis-à-vis des acteurs, y compris vos bénéficiaires, votre groupe, vos partenaires et donateurs, et vos groupes cibles politiques.
- **Organiser des événements:** organiser des activités, telles que des rencontres d'information au profit des bénéficiaires.
- **Utiliser des données financières et des rapports d'audit:** être le plus transparent possible à propos des données financières et des rapports d'audit.
- **Budget:** allouer un budget pour la responsabilité étant donné qu'elle n'est pas gratuite. Penser, par exemple aux frais des événements publics, de recherche, de l'auditeur, du site web et des graphistes.

## 4. Comment vous rendez-vous utile et vous concentrez-vous sur les solutions gagnant-gagnant?

### ORIENTATION VERS LE SERVICE



#### Qu'est-ce que c'est?

L'orientation vers le service est une attitude centrée sur l'établissement d'une bonne relation et d'une bonne coopération avec la personne que vous souhaitez influencer. Vous pouvez voir la mobilisation de la solution comme un processus de négociation dans lequel vous essayez de créer une situation qui est utile pour vous et donc pour vos bénéficiaires, ainsi que les décideurs. Donc, vous souhaitez résoudre votre problème et les besoins ou préoccupations des décideurs en même temps.

Lorsque vous appliquez le principe de l'orientation vers le service, vous faites preuve d'une volonté d'aider les décideurs sans compromettre le changement que vous souhaitez voir.

Plusieurs approches militantes (utilisant la confrontation avec les décideurs) n'abordent pas l'établissement d'une bonne relation. Pour ces approches, ce principe ne s'applique pas..

### Comment prouver que vous respectez ce principe?

- **Faites comme vous l'avez promis:** Ecoutez bien et fournissez les faits, détails, informations, rapports et réponses aux questions qui sont pertinentes pour votre circonscription (votre organisation et ses membres) et les groupes cibles politiques. Vos informations et recherches doivent contenir tout ce que vous avez promis de fournir-pas plus, pas moins.
- **Fournir des informations de qualité et à temps:** Assurez-vous de fournir des informations de haute qualité et en temps opportun. De cette manière, vos bénéficiaires ont le temps de répondre, et vos groupes politiques cibles sont en mesure de réfléchir et de les utiliser.
- **Adopter une attitude de serviteur:** servez votre groupe, vos bénéficiaires ou les citoyens que vous représentez. En outre, ne traitez pas vos groupes cibles comme vos ennemis, mais abordez-les comme des personnes qui peuvent vous aider de la même manière que vous essayez de les aider.

## 5. Quelle est votre base de pouvoir et comment l'utilisez-vous?



### BASE DE POUVOIR

#### Qu'est-ce que c'est?

Le pouvoir fait partie intégrante de la vie, mais c'est un sujet difficile à traiter et à utiliser. Le pouvoir influence les relations entre les gens, entre les organisations, les relations amicales, de mariage, les réseaux et les alliances – et joue sans doute un rôle crucial dans la dynamique des politiques.

Le pouvoir est dynamique et complexe, et change selon le contexte et les intérêts.

L'analyse et l'identification des multiples facettes du pouvoir vous donneront l'opportunité d'aborder la question du pouvoir de manière consciente et responsable.

Il est utile d'analyser le pouvoir en examinant les quatre divers types de pouvoir (sur la base des enseignements de Gandhi): 'pouvoir sur'; 'pouvoir avec'; 'pouvoir de'; et 'pouvoir au sein de'.

Votre intervention de mobilisation de soutien doit se fonder sur une connaissance et une compréhension du pouvoir. Il est important d'évaluer votre propre pouvoir et de le comparer au pouvoir des autres. Vous voulez savoir qui vous aimeriez convaincre d'utiliser son pouvoir pour promouvoir le changement que vous souhaitez.

### Comment prouver que vous respectez ce principe?

- **Pouvoir sur:** renforce la position de leadership que vous avez sur une société, une organisation ou une politique ; améliore et maintient l'image de votre organisation et de sa relation avec ses membres et bénéficiaires/citoyens.
- **Pouvoir avec:** coopérer avec vos bénéficiaires et alliés, et collaborer avec ou participer aux réseaux et alliances pour maximiser votre influence. Ensemble, vous serez plus forts!
- **Pouvoir de:** démontrer vos connaissances sur le thème de politique et effectuer une recherche fondée sur des preuves avec l'implication des bénéficiaires.

- **Pouvoir au sein de:** soyez conscient de votre attitude et faites preuve de confiance en soi. Soyez conscients que vous pouvez difficilement tromper les gens– si vous ne croyez pas en ce que vous faites, ils le sentiront et vous traiteront en fonction de cela.
- **Budget:** budget pour la préparation et le renforcement de votre base de pouvoir. Pensez aux coûts de la formation de réseaux et d’alliance, la communication et la transparence sur les sites web, la recherche, etc. De plus, le fait d’avoir un gros budget peut être un aspect du "pouvoir" en soi.