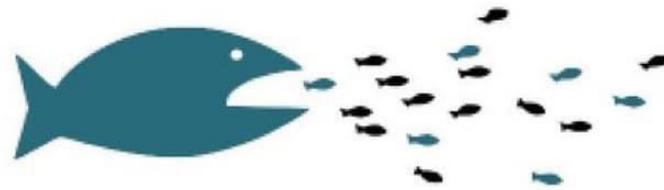


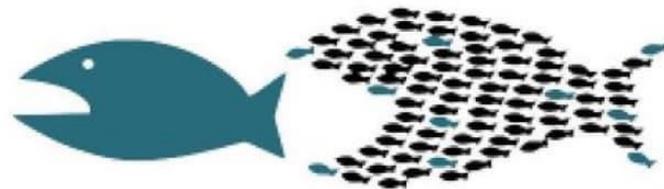


SOLUTIONS LOCALES

# Elaborer une stratégie de campagne S'organiser pour gagner



**Don't panic,**



**ORGANIZE !**

Camp Climat Strasbourg Août 2020

CAMPUS  
CLIMAT  
— REGIONAUX 2020



SOLUTIONS LOCALES

# Pourquoi définir une stratégie ?



**Vous n'êtes pas dans une conférence TEDx**

L'échec n'est pas une occasion d'apprendre, de faire mieux la prochaine fois, c'est une occasion manquée, un retard supplémentaire dans la nécessaire transformation de notre société pour plus d'écologie et de solidarité.

L'échec, c'est de la souffrance et du co2 en plus.

# Les composantes d'une stratégie

Distinguer :

- la *technique d'action* - exemples : bloquer, réquisitionner, s'interposer, manifester, déployer une banderole, etc.
- la *tactique* : la manière particulière avec laquelle on manie une technique, au niveau opérationnel et politique (date, lieu, message...)
- la *stratégie* : une suite de différentes actions qui nous permet d'atteindre un *objectif* (une action étant une étape d'un processus plus long)

**Exercice : trouver des techniques d'action**



SOLUTIONS LOCALES

# Les composantes d'une stratégie



- Réquisition citoyenne = *technique* de l'action
- Le faire juste après le scandale HSBC, et dire qu'on les rendra contre la restitution des milliards évadés = ce qui pose un dilemme et donne un sens politique particulier à l'action = *tactique* de l'action



SOLUTIONS LOCALES

# Exemples de campagnes



**Exercice : trouver 3 campagnes et les décortiquer**

# Définir un objectif



Votre objectif doit être susceptible de faire changer les choses. Pour autant, dans certains cas, il faut distinguer objectif final et intermédiaire. Vous ne pouvez pas espérer obtenir l'arrêt du carnivorisme d'ici 2025, mais un repas végétarien dans les cantines scolaires chaque jour oui.

**Exercice : formulez en objectif smart la mobilisation qui vous tient à cœur**



SOLUTIONS LOCALES

# Définir les étapes



Votre campagne doit monter en intensité, connaître des étapes.

- Il faut gagner progressivement en notoriété pour recruter de nouveaux militants, envisager des cibles plus ambitieuses, trouver de nouveaux alliés
- Une campagne conflictuelle ne peut commencer par une confrontation. Il faut faire du plaidoyer, de l'information, engager progressivement un rapport de force, essayer de rallier l'opinion publique, etc.



# Définir les étapes



La fenêtre d'Overton permet de comprendre l'intérêt de cette progression. Au début d'une campagne, l'opinion publique est peut être contre vous, il s'agit dès lors de faire basculer cette fenêtre vers votre objectif.

Les campagnes sont des batailles culturelles au sens que lui donne Gramsci. Il s'agit d'imposer votre idée dans le débat public, de la rendre discutable, appropriable par d'autres acteurs.



# Connaitre le contexte

	<b>Positif</b> (pour atteindre l'objectif)	<b>Négatif</b> (pour atteindre l'objectif)
<b>Origine interne</b> (projet)	<b>Forces</b> <b>S</b> Strengths	<b>Faiblesses</b> <b>W</b> Weaknesses
<b>Origine externe</b> (environnement)	<b>Opportunités</b> <b>O</b> Opportunities	<b>Menaces</b> <b>T</b> Threats

Identifier ce qui peut alimenter la campagne, les points d'appuis, les événements en lien, mais aussi ce qui peut bloquer, les dates compliquées, etc.



SOLUTIONS LOCALES

# Choisir son adversaire / sa cible



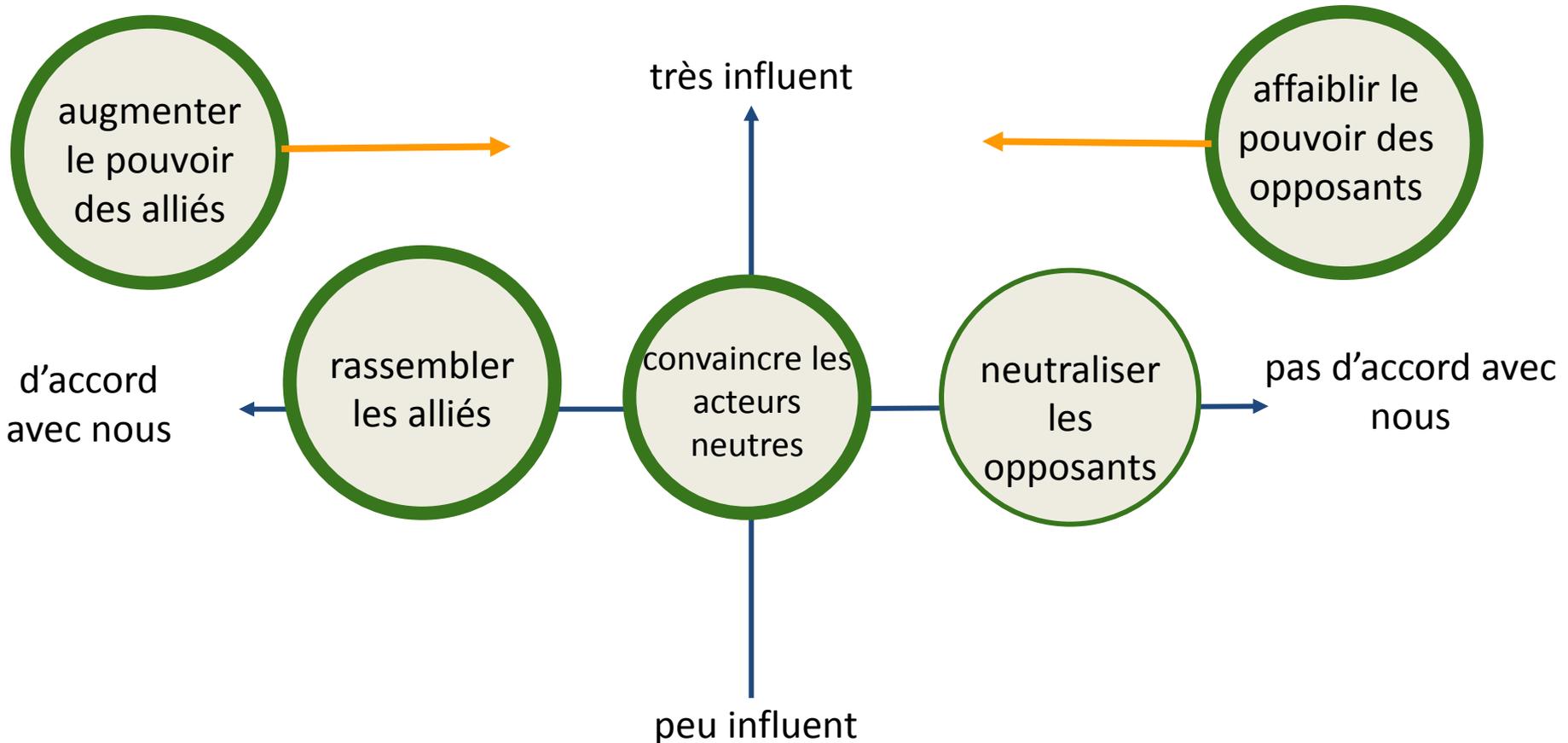
Deux notions à appréhender

- **Pilier de Pouvoir**, moyen d'influence ou de contrainte sur la cible pour le faire changer de position
- **Levier d'action**, capacité de la cible à accéder à nos demandes

**Exercice : quels sont les piliers de pouvoir ?**



# Comprendre les forces en présence





SOLUTIONS LOCALES

# Proposer des solutions

Dénoncer et susciter l'indignation ne suffit pas toujours, il faut aussi pouvoir avancer une alternative.

Henry Spira, pour obtenir la fin des tests sur les animaux, soutenait la recherche sur les alternatives, orientait les entreprises vers des solutions intermédiaires.

Le plaidoyer est la partie fondamentale de votre campagne. Il doit servir à la fois à démontrer ce qui ne va pas, mais aussi aux moyens d'y remédier sans léser personne si possible.

## How many rabbits does Revlon blind for beauty's sake?

**WHAT IS THE DRAIZE RABBIT EYE TEST?**  
Imagine someone placing your head in a stock. As you stare helplessly ahead, unable to defend yourself, your head is pulled back. Your lower eyelid is pulled away from your eyeball. Then chemicals are poured into the eye. There is pain. You scream and writh helplessly. There is no escape. This is the Draize test. The rats which measure the harmfulness of chemicals by the damage inflicted on the suspended eyes of conscious rabbits. The test that Revlon and other cosmetic firms force on thousands of rabbits to test their products.

**FOR RABBITS THE ONLY RELIEF IS...DEATH!**  
There are no ifs, but's and maybes. These bunny rabbits are bred to be killed. It's happening today. In 1976, 2,082 rabbits were housed into Revlon's Research Center in the Bronx. And now you give your pain relief even though the Draize animal suggests that eye irritations be observed for 21 days. They only subtract from eyes already eaten away by chemicals, is death.

**THE TERRIBLE IRONY: THE RELIABILITY OF THE DRAIZE TEST IS QUESTIONABLE!**  
And the intense suffering of innocent rabbits victimized by 36 years of Draize rabbit blindings may not even protect

our health. Some researchers consider this test crude and unreliable. For instance, a comprehensive study of 23 laboratories by the noted toxicologists, Weil and Scelis found "extreme variation" in evaluating the same chemical in the eyes of rabbits. *Toxicology & Applied Pharmacology* (9:276-300). And we have the potential for developing better, elegant tests. Thus, ending the Draize horror will benefit both the tormented rabbits and ourselves.

**IN THE NAME OF SANITY: STOP THE AGONY!**  
It appears that one public response which Revlon recognizes, would be a decline in sales. We appeal to you as intelligent, sensitive consumers, to speak to Revlon. When you stand at the cosmetics counter, before reaching for a Revlon product, think of the cries of the unnecessary pain suffered by thousands of rabbits.

**THE ALTERNATIVE: NON-ANIMAL TESTING!**  
Medical labs no longer kill rabbits in pregnancy tests. In fact, the equivalent of the old 2-4 day rabbit test is performed in a rat tube - and with the greater certainty in the results. We urge similar innovation for eye irritancy testing. Even Dr. D. H. Smith, the late chairman of the Research Defense Society, which actively promotes the use of animals in research, suggested that developing non-animal alternatives to the Draize test may be a relatively simple project which should be launched as soon as possible. We urge Revlon to lead the way in developing cell culture systems.

**AND HERE'S WHAT YOU CAN DO!**  
Write Michel Bergeron, President, Revlon Inc., 767 Fifth Avenue, New York City, NY 10022, that you and your friends will not use Revlon products until Revlon funds a crash program to develop non-animal eye irritancy tests. Focus on the media. Write letters to the editor. Ask your newspaper, radio and TV stations to tell the Draize rabbit test story. A healthy society does not inflict violence on the innocent, does not permit "glamour" at the expense of innocent animals.

The Millionaire Club!  
Dagana Fitzgerald, President  
40 Central Park South, New York, N.Y. 10019

Please send me more information on what I can do to stop the Draize blindings.

Here's my tax deductible contribution to place more ads to stop the Draize eye tests.

Name: \_\_\_\_\_  
Address: \_\_\_\_\_  
City: \_\_\_\_\_ State: \_\_\_\_\_ Zip Code: \_\_\_\_\_



# Saisir les opportunités



Certaines actions sont opportunistes, n'étaient pas prévues, mais semblent pertinentes. Il s'agit de créer un dilemme, de sorte que la cible n'ait pas de bonne solution. Quoiqu'elle fasse, ça va se retourner contre elle, mais vous êtes prêts à lui offrir une porte de sortie honorable.

Ex : la tactique du concert de Alinsky, la réquisition de chaise.



SOLUTIONS LOCALES

# Communiquer

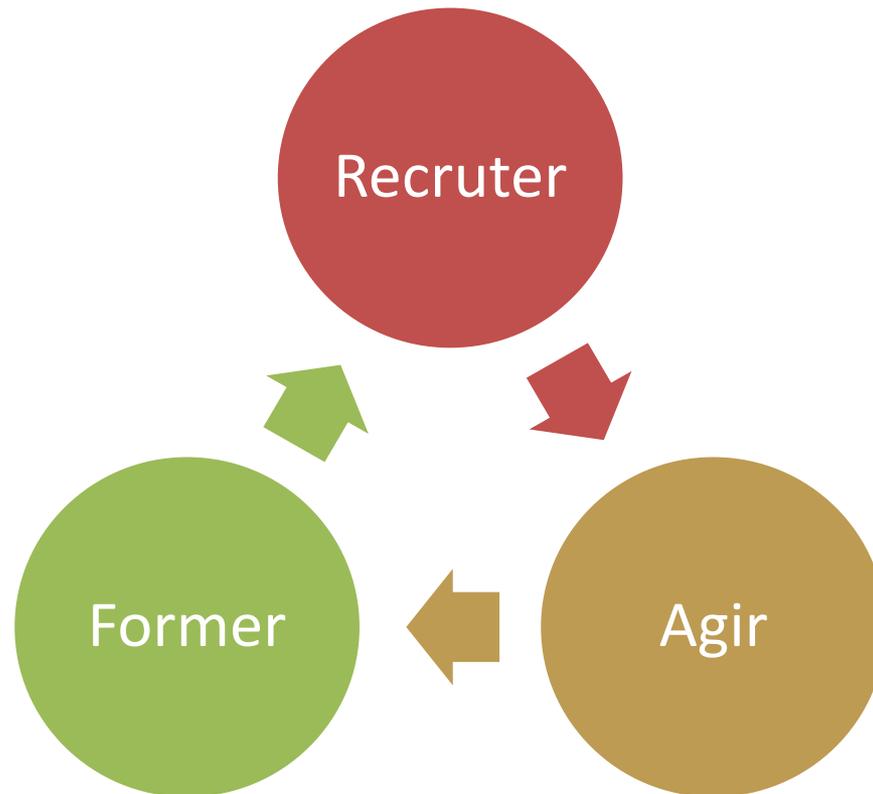
Pour parler au public, vous devez montrer le problème non le démontrer.

Si vos tactiques doivent s'appropriier ce mot d'ordre, cela ne signifie pas que vous ne devez pas écrire des articles, des rapports. Cela servira pour les relations institutionnelles.

Les journalistes peuvent relayer vos actions, mais c'est un outil à double tranchant.



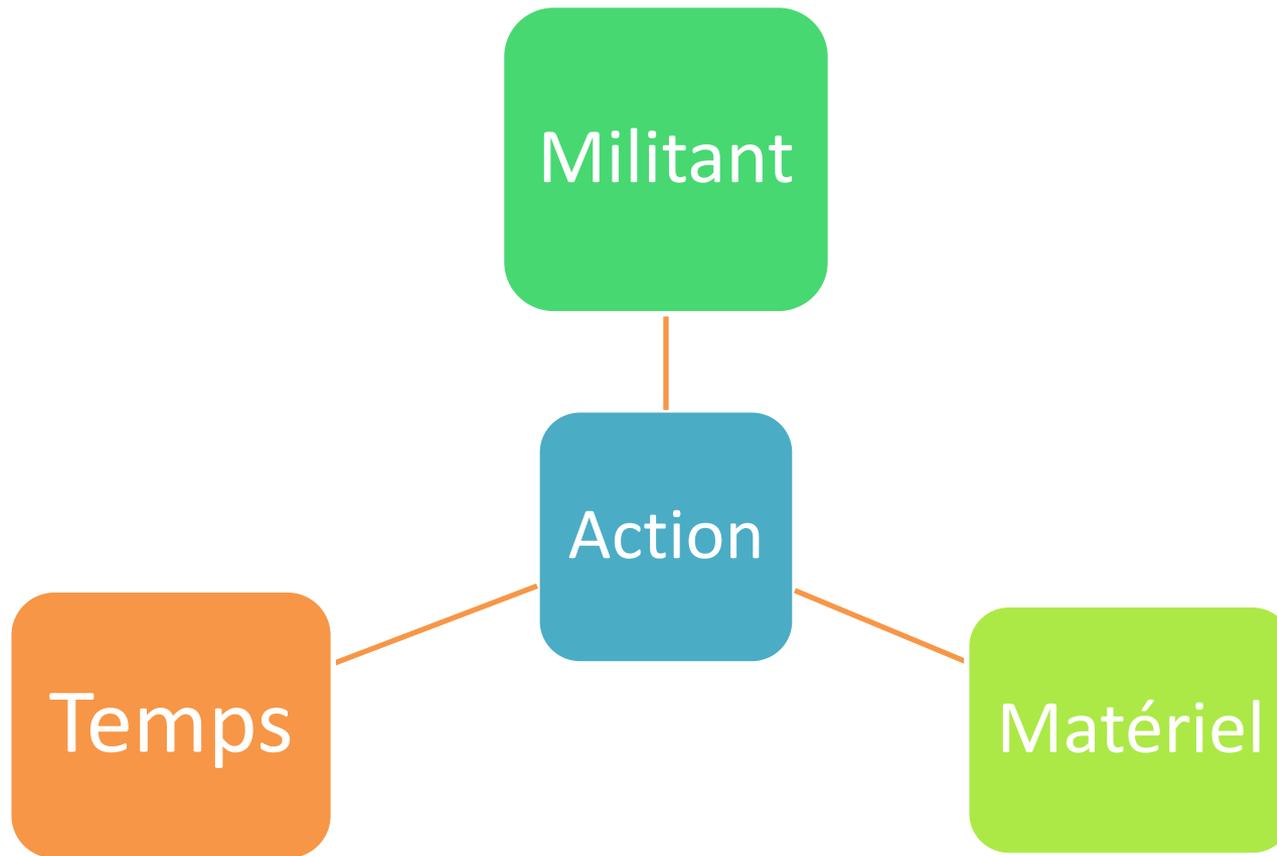
# Structurer son collectif



**Pourquoi s'engage-t-on ? Pourquoi rejoindre un collectif ?**



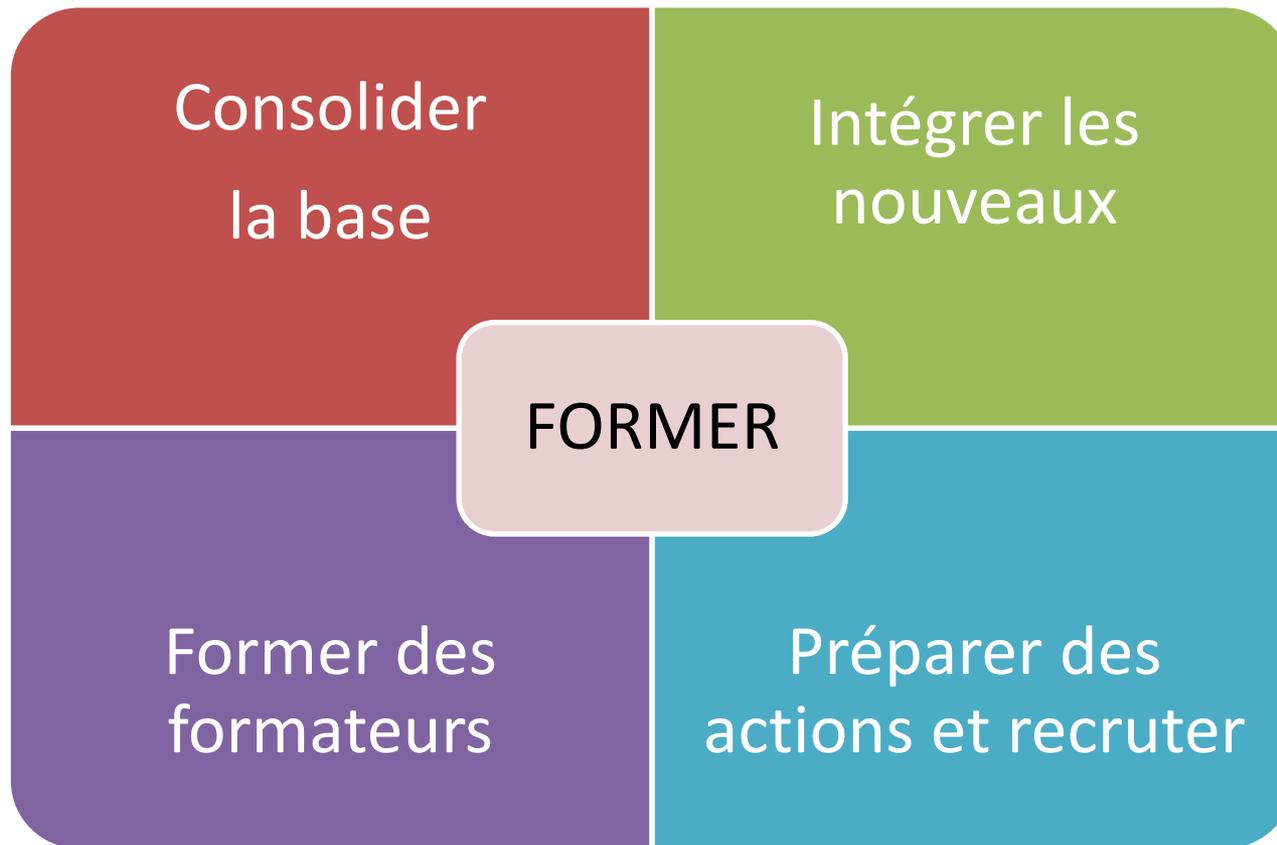
# Structurer son collectif



**Devenir efficace pour consacrer son énergie à la lutte**



# Structurer son collectif



**Sans militants, vos moyens seront réduits, valorisez-les, formez-les !**

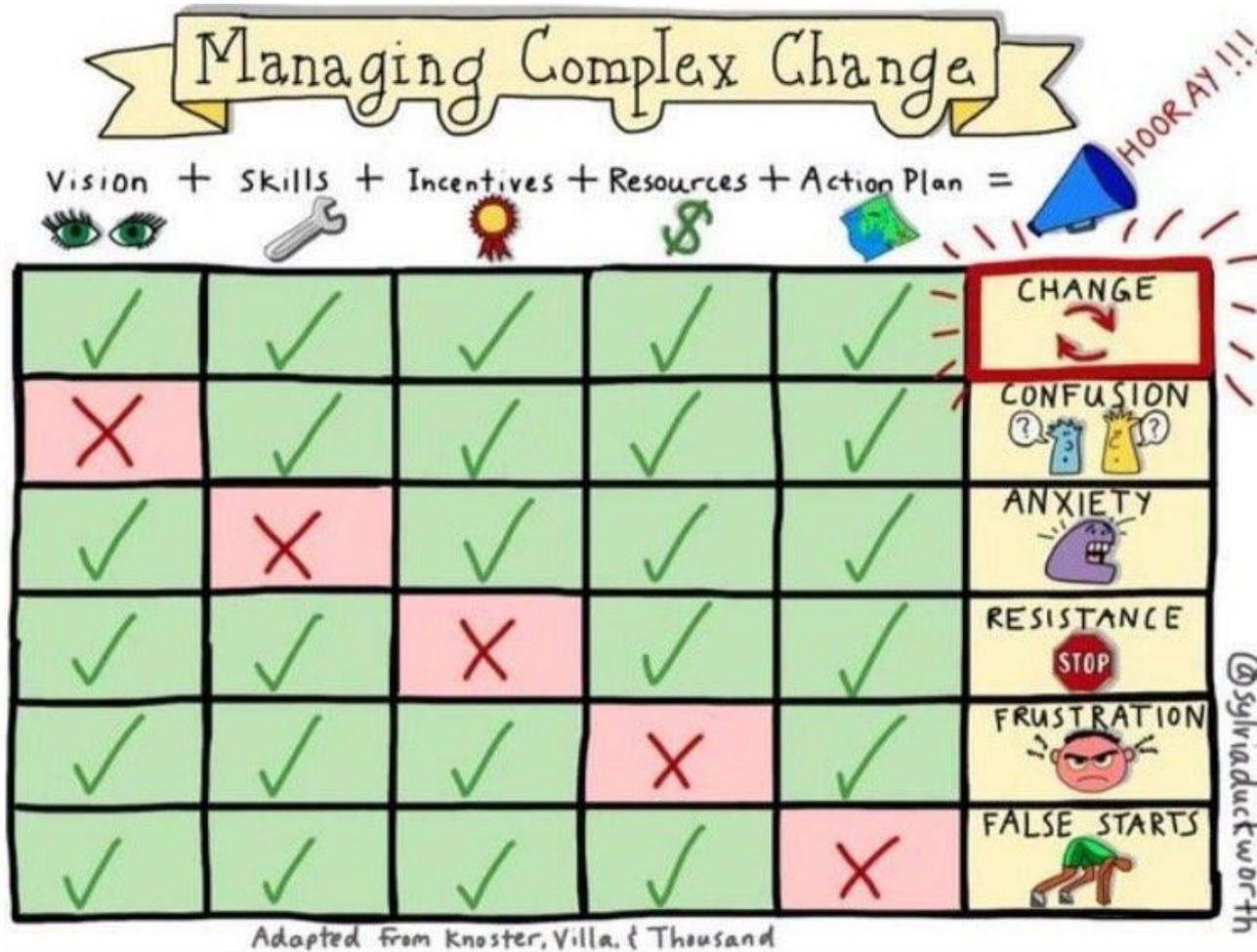


# Quelques principes en vrac

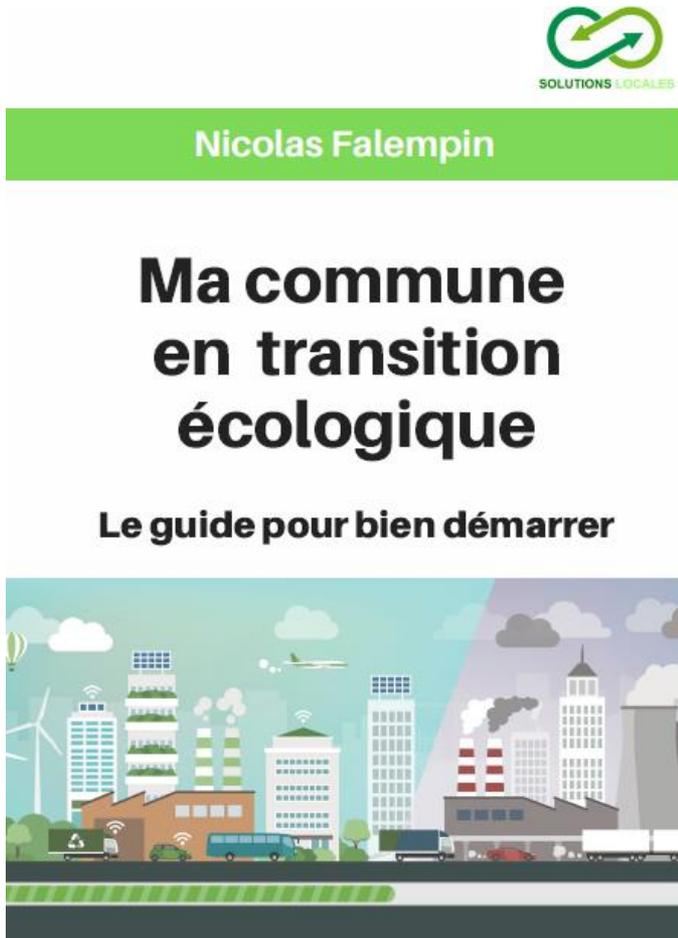
- Savoir rebondir sur l'actualité
- Utiliser ses forces, faire avec ce qu'on a
- Sortir des sentiers battus, être drôle
- Nouer des alliances par intérêt plutôt que par amitié
- Ne pas braquer les parties liées
- Renoncer vaut parfois mieux que faire une bêtise
- Voir grand, commencer petit
- Montrer, ne pas démontrer
- Nivelier vers le haut
- Surveiller les engagements
- Bienveillance toujours



# Conclusion



# Source



## Pour en savoir plus :

Télécharger gratuitement mon livre  
*Ma Commune en transition écologique*

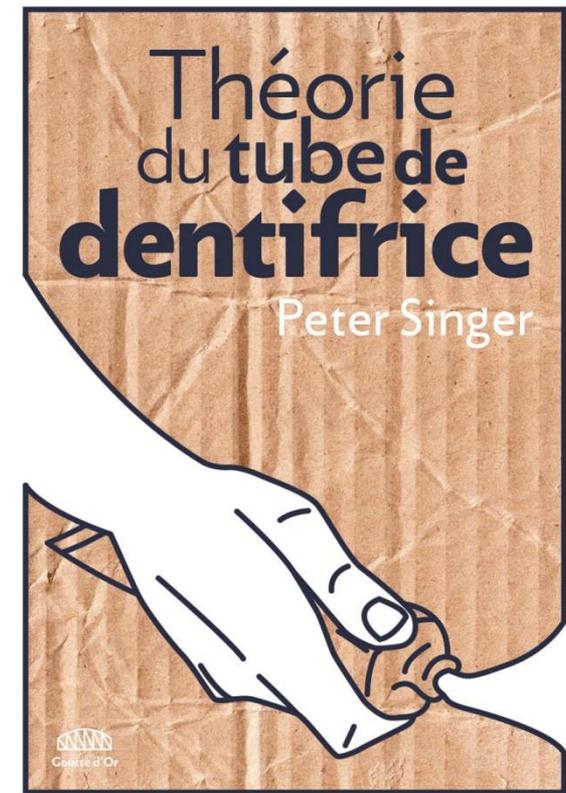
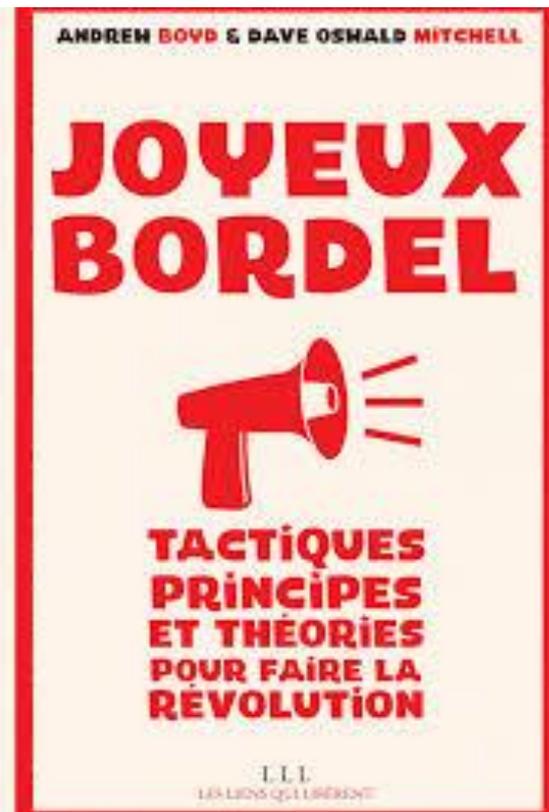
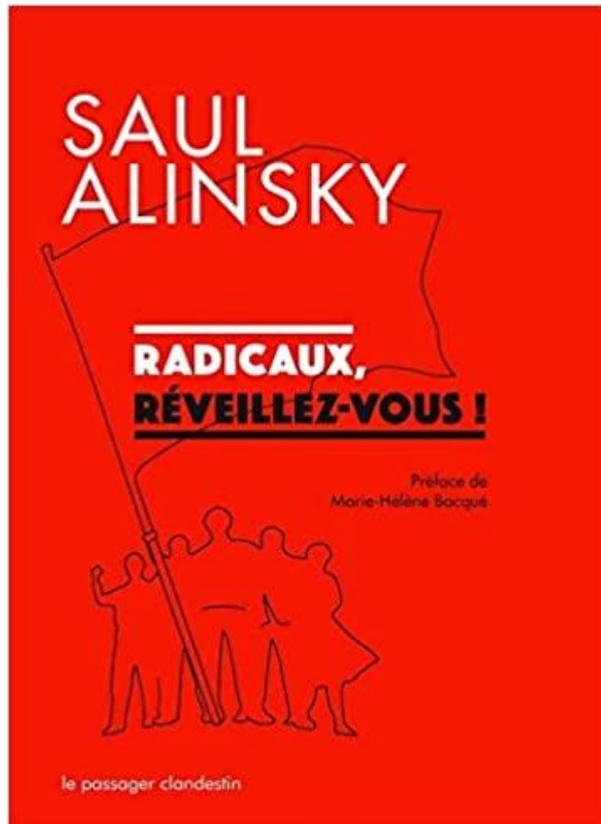
<https://www.solutionslocales.fr/livre-blanc-transition-ecologique>

Ce guide rappelle la nécessité de la transition écologique des communes, explique les fondamentaux de l'élaboration d'une stratégie de transformation, ainsi que les compétences à mobiliser pour y parvenir.



SOLUTIONS LOCALES

# Bibliographie





SOLUTIONS LOCALES

Merci pour votre attention

