Renforcer le rôle des parlementaires dans les Objectifs du Millénaire pour le développement et les processus de réduction de la pauvreté

# LA SENSIBILISATION PUBLIQUE DU POUVOIR LEGISLATIF SUR LES PROBLEMES DE LA PAUVRETE

NATIONAL DEMOCRATIC INSTITUTE FOR INTERNATIONAL AFFAIRS

Série
"Parlements et pauvreté"
Manuel No. 3

# LA SENSIBILISATION PUBLIQUE DU POUVOIR LEGISLATIF SUR LES PROBLEMES DE LA PAUVRETE

***Renforcer le rôle des parlementaires dans les Objectifs du Millénaire pour le développement et les processus de réduction de la pauvreté***

**Institut national démocratique**
**pour les affaires internationales**
**www.ndi.org**

**Programme des Nations Unies**
**pour le développement**
**www.undp.org**

# REMERCIEMENTS

Le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) est le réseau mondial de développement de l'ONU. Il prône le changement et relie les pays aux connaissances, aux expériences et aux ressources afin d'aider leurs populations à bâtir une meilleure existence. Le réseau intervient dans 166 pays, où il aide les populations à élaborer leurs propres solutions aux défis mondiaux et nationaux de développement. En développant leurs capacités locales, ces pays font appel au personnel du PNUD et à son large éventail de partenaires. Le Bureau des politiques de développement du PNUD fournit une direction technique et conseil sur des lignes d'action dans des domaines prioritaires de développement tels que la gouvernance démocratique.

Ce manuel a été mis au point par l'Institut national démocratique pour les affaires internationales *(NDI)* en partenariat avec le PNUD et l'appui du gouvernement belge. Le gouvernement belge est un principal fournisseur d'aide démocratique dans le monde par l'intermédiaire du PNUD, et nous le remercions de son appui généreux pour ce projet. Sans son apport, ces documents n'auraient pas été possibles. NDI est une organisation à but non lucratif qui œuvre pour renforcer et étendre la démocratie dans le monde.

Ce guide est né d'activités pilotes conçues pour renforcer les capacités des législatures et de la société civile pour participer au processus de stratégies de réduction de la pauvreté (PSRP), initiative qui se veut appartenir aux pays, être participative et promouvoir le rôle de la société civile et du pouvoir législatif dans ses étapes d'élaboration et de suivi. En pratique cependant, le rôle de la législature dans le PSRP varie considérablement d'un pays à un autre. Pour renforcer le rôle du parlement, en 2001 et en 2002, le PNUD s'est mis en partenariat avec NDI pour mener des activités de renforcement des capacités avec des membres du parlement et des commissions du PSRP au Malawi, au Niger et au Nigeria. Fort de son expérience de ces programmes pilotes du PRSP et avec les enseignements tirés de programmes de développement démocratique dans le monde entier, NDI a mis au point en partenariat avec le PNUD une série de manuels qui ont pour objet d'être une ressource pour les députés, le personnel du parlement, les dirigeants civiques, les réseaux sociaux et la communauté internationale sur le rôle de la législature dans la réduction de la pauvreté. Cette série comprend :

- *La communication entre le législatif et l'exécutif sur les stratégies de réduction de la pauvreté.*
- *La sensibilisation publique du pouvoir législatif sur les problèmes de la pauvreté.*
- *La collaboration civique-parlementaire dans le suivi des initiatives de réduction de la pauvreté*.

Alicia Phillips Mandaville, chargée de programmes senior de NDI pour la Gouvernance et la Réduction de la Pauvreté a rédigé le texte principal de ce manuel avec l'aide de Rebecca Logan, Assistante de programmes senior pour la Gouvernance. Des observations précieuses et une révision ont été apportées par K. Scott Hubli, Conseiller senior pour la Gouvernance; Randi Davis, Conseillère technique du PNUD du Groupe de Gouvernance Démocratique; et Magdy Martinez-Soliman, Chef de la Pratique en Gouvernance du PNUD, Groupe de Gouvernance Démocratique/Bureau des politiques de développement. Un retour d'information supplémentaire a également été fourni par Fredrick Stapenhurst, Spécialiste de gestion du secteur public senior de la Banque mondiale .

Copyright © Institut national démocratique pour les affaires internationales (*NDI*) 2004. Tous droits réservés. Des parties de ce document peuvent être reproduites et/ou traduites à des fins non commerciales à condition que NDI et le PNUD soient reconnus comme sources des documents et qu'il leur ait été transmis un exemplaire de toute traduction.

# EXPLICATIF DES ACRONYMES DANS LE TEXTE

**CAS** **Stratégie d'aide au pays.** Elle décrit la stratégie d'aide de la Banque mondiale pour un pays donné, en indiquant le niveau et les composantes de l'aide qui sera fournie en fonction de l'évaluation et de la performance du portefeuille du pays. Bien que ses éléments–clefs soient discutés avec le gouvernement, ce document n'est pas principalement dérivé de négociations.

**PPTE** **Pays pauvre très endetté**. L'initiative PPTE est un accord entre les créanciers officiels conçu pour alléger l'endettement des pays pauvres les plus endettés en le ramenant à un niveau soutenable.

**IDA** **International Development Association/Association internationale de développement**. Membre du Groupe de la Banque mondiale, aide les pays à réduire la pauvreté en fournissant des « crédits », qui sont des prêts sans intérêts assortis d'une période de grâce de 10 ans et des échéances de 35 à 40 ans.

**IFI** **Institutions financières internationales**. Ce terme comprend la Banque mondiale, le Fonds monétaire international, la Banque africaine de développement, la Banque asiatique de développement, la Banque européenne de reconstruction et de développement, et la Banque inter-américaine de développement.

**FMI** **Fonds monétaire international**

**DSRP-I** **Document de stratégie de réduction de la pauvreté intérimaire**. Ce rapport intérimaire est soumis par les pays pour satisfaire les conditions d'admissibilité pendant qu'un DSRP complet est encore en développement. Les DSRP intérimaires doivent inclure une évaluation des stratégies en vigueur de réduction de la pauvreté et spécifier une feuille de route pour l'élaboration d'un DSRP complet à une date raisonnable.

**OMD** **Objectifs du Millénaire pour le développement**. Agenda des Nations Unies fixé par les dirigeants du monde entier lors du Sommet du Millénaire en septembre 2000. Chaque objectif est accompagné d'un ou de plusieurs cibles qui doivent être atteintes pour la plupart d'ici à 2015, l'année 1990 servant de point de repère. Cet ordre du jour établit des directives permettant d'inclure les OMD au niveau des priorités nationales, de réaliser les buts et de promouvoir une bonne gouvernance.

**ONG** **Organisation non gouvernementale.**

**FRPC** **Facilité pour la réduction de la pauvreté et la croissance**. Mécanisme du crédit à faible intérêt du Fonds de monétaire international, les prêts du FRPC reposent sur le contenu du DSRP.

**DSRP** **Document de stratégie de réduction de la pauvreté**. Lancés initialement par les IFI en septembre 1999, les documents de stratégie de réduction de la pauvreté (DSRP) sont des documents de stratégie économique ayant pour objet d'établir un plan de plusieurs années pour la réduction de la pauvreté au niveau national. Les DSRP servent de base à une aide de la Banque et du FMI, ainsi qu'à un allégement de la dette au titre de l'initiative PPTE. Les DSRP sont des documents exhaustifs, participatifs, pro-partenariats et conçus au niveau national. En général, il est demandé à un pays d'élaborer un DSRP que tous les trois ans, mais des modifications peuvent être apportées à son contenu dans le Rapport annuel d'activité sur le DSRP.

# TABLE DES MATIERES

**INTRODUCTION LA PAUVRETÉ, LES RÉFORMES NATIONALES ET LES ÉLECTEURS……1**

Les objectifs du Millénaire pour le développement (OMD)

Quel est le rapport avec les électeurs?

Qu'est-ce que « La sensibilisation publique du législatif »

**CHAPITRE 2 POURQUOI ENTREPRENDRE UNE SENSIBILISATION PUBLIQUE DU LÉGISLATIF SUR LA PAUVRETÉ ?.....4**

Les besoins des citoyens sont plus susceptibles d'être satisfaits

Les partis politiques et les MP sont perçus comme étant plus réceptifs

Les institutions politiques sont renforcées

**CHAPITRE 3 STRATÉGIES POUR UNE SENSIBILISATION ANTI-PAUVRETÉ……..7**

Eléments à prendre en considération

Elaborer une stratégie de communication

**CHAPITRE 4 SENSIBILISATION PUBLIQUE INSTITUTIONNELLE : LA NATION COMME AUDIENCE……13**

Informer le public des priorités et des réalisations

Informer le public des approches et des programmes innovateurs

La sensibilisation institutionnelle comme fondement à l'éducation civique

**CHAPITRE 5 LA SENSIBILISATION PAR LES COMMISSIONS……20**

Attributions officielles des commissions : la collecte de l'information et les archives nationales

L'éducation du public sur des problèmes particuliers : campagnes de sensibilisation ou de prise de conscience

**CHAPITRE 6 LA SENSIBILISATION PAR DES GROUPES PARLEMENTAIRES DE PARTIS……..25**

Elaboration d'une plateforme et coordination des groupes parlementaires avec le parti

Comment utiliser les médias à son avantage

Coordination des groupes du parti : un outil de stratégie

**CHAPITRE 7 EFFORTS INDIVIDUELS POUR COMMUNIQUER AVEC LES ÉLECTEURS……..28**

Le savoir c'est le pouvoir : Recueillir des informations sur votre circonscription électorale

Les stratégies des campagnes de sensibilisation individuelle pour informer le public

Choix de communication : Adapter les activités aux besoins du MP individuel

Problèmes locaux, initiatives nationales

**CONCLUSION L'ÉTABLISSEMENT DE PRÉCÉDENTS POUR UN GOUVERNEMENT PLUS RÉCEPTIF……..35**

**APPENDICE I LE DÉFI MONDIAL: LES OBJECTIFS ET CIBLES DE DÉVELOPPEMENT DU MILLÉNAIRE ……..36**

**APPENDICE II DOCUMENTS DE STRATÉGIE DE RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ (DSRP)……..38**

**APPENDICE III FORMULAIRES MODÈLES D'ENREGISTREMENT DE RETOUR D'INFORMATION DU PUBLIC……..39**

Formulaire de retour d'information pour électeurs et Fiche de suivi d'aide à un cas individuel

**APPENDICE IV EXEMPLE DE COMMUNIQUÉ DE PRESSE……41**

**APPENDICE V RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES……42**

INTRODUCTION

# La pauvreté, les réformes nationales et les électeurs

La réduction de la pauvreté et les réformes économiques sont deux des plus importants problèmes auxquels les parlementaires et les responsables élus sont confrontés. Par conséquent, plusieurs initiatives mondiales ont été lancées pour compléter différents aspects des stratégies nationales de croissance économique, notamment les Objectifs du Millénaire pour le développement (OMD) et les Documents de Stratégie de Réduction de la Pauvreté (DSRP). Les membres du parlement qui aspirent à communiquer avec le public sur le problème de la pauvreté – ou sur des réformes afférentes à la pauvreté – voudront peut-être examiner comment ces initiatives sont en corrélation. De tels programmes sont souvent étrangers aux électeurs pour qui la pauvreté est une préoccupation majeure et qui s'inquiètent de leur propre qualité de vie, mais qui ne voient pas le rapport entre leurs expériences et les questions que les députés doivent aborder au parlement afin de provoquer un changement.

### OBJECTIFS DU MILLÉNAIRE POUR LE DÉVELOPPEMENT

Les Objectifs du Millénaire pour le développement (OMD) ont été élaborés et approuvés par les pays membres de l'ONU au début du millénaire et servent de buts de développement communs convenus par tous. Ils s'efforcent :

- D'éliminer la pauvreté extrême et la faim ;
- D'assurer l'éducation primaire universelle ;
- De promouvoir l'égalité entre les sexes et l'autonomisation des femmes;
- De réduire la mortalité infantile ;
- D'améliorer la santé maternelle ;
- De lutter contre le VIH/sida, le paludisme et autres maladies ;
- D'assurer un environnement durable ; et
- De forger un partenariat mondial pour le développement.

Ces objectifs façonnent le contenu et le processus des programmes et des projets de développement nationaux et internationaux en ciblant les efforts mondiaux sur huit objectifs spécifiques et en fixant un calendrier de réalisation. (Pour des informations supplémentaires sur les OMD voir l'Appendice 1).

### FEUILLES DE ROUTE ET PLANS

Si les OMD sont la destination finale d'un trajet mondial aboutissant à un développement économique et humain, la communauté internationale et les pays en développement auront ensemble mis au point toute une série de plans détaillés dans l'espoir d'atteindre ces buts dans les délais impartis.

Présentés initialement par les institutions financières internationales (IFI) en septembre 1999, les Documents de stratégie de réduction de la pauvreté (DSRP) sont des documents de stratégies économiques élaborés par les pays pour établir un cadre pluriannuel de réduction de la pauvreté au niveau national. Les DSRP servent de base à l'allègement de la dette et à des prêts à des conditions libérales à près de 70 pays. En établissant son propre

DSRP, chaque pays candidat à un allègement de sa dette au titre de l'Initiative des pays pauvres très endettés (PPTE) ou à des prêts sans intérêts de l'Association internationale de développement *(IDA)* identifie des objectifs et des cibles spécifiques dans le cadre de son propre contexte économique, social, politique et géographique. Le DSRP propose ensuite un plan permettant d'atteindre ces objectifs. Par exemple, dans de nombreux pays, l'élargissement des soins de santé en milieu urbain est une priorité car un nombre élevé de la population urbaine n'a pas accès aux soins de santé en raison du chômage et, par là, de l'insuffisance des ressources du ménage. Le DSRP, en réponse, pourrait mettre en relief à la fois une expansion des infrastructures médicales et des politiques macroéconomiques existantes pour stimuler la création d'emplois en milieu urbain (voir Appendice II pour des informations plus détaillées sur le cycle du DSRP).

A côté des DSRP, plusieurs autres plans de stratégies ont été élaborés par la Banque mondiale, le Fonds monétaire international et d'autres donateurs internationaux. En fonction de leur analyse du diagnostique de pauvreté, des cibles de croissance et des capacités d'exécution du DSRP de chaque pays, la Banque et le Fonds élaborent leurs propres stratégies et programmes d'aide au développement spécifiques à un pays donné. Le Fonds monétaire appelle son initiative, la Facilité pour la réduction de la pauvreté et la croissance (FRPC).

### QUEL EST LE RAPPORT AVEC LES ÉLECTEURS ?

Pour beaucoup de citoyens, la pauvreté est une expérience réelle vécue tous les jours qui semble avoir des solutions simples (un emploi, une clinique locale, des outils agricoles supplémentaires, de l'électricité). Pour les législateurs qui s'efforcent de réduire la pauvreté toutefois, le faire constitue un processus souvent compliqué : établir des priorités, naviguer entre la politique nationale ou les processus du développement (comme le DSRP), et négocier des échéances pour le budget national ou des déboursements d'aide internationale. Bien qu'il soit peu probable que les citoyens s'intéressent aux détails techniques des affaires du législatif, un député qui semble vouloir discuter des besoins des citoyens et ses propres efforts pour satisfaire ces besoins pourront rehausser l'opinion publique vis-à-vis des responsables élus et dissiper le cynisme à l'égard du processus politique.

Dans beaucoup de pays, les politiques nationales de réduction de la pauvreté ont une portée manifeste sur de nombreuses couches de la population. A mesure que les pays élaborent et exécutent leur DSRP ou d'autres plans de stratégies économiques, la communication avec les habitants des différentes localités est cruciale pour diagnostiquer les besoins des couches appauvries de la population et informer les citoyens de toute réforme politique ou mesure gouvernementale qui les concernera directement -- telles que la TVA, la concession de licences et la libéralisation des prix – et vérifier si oui ou non les programmes de l'Etat ont atteint leurs objectifs. Les préoccupations les plus communes rencontrées par les MP sont celle du manque d'opportunités économiques, notamment l'emploi et l' éducation a un coût abordable. Par conséquent, il est important que les députés établissent un plan stratégique pour communiquer avec leurs électeurs sur les besoins et les politiques de lutte contre la pauvreté s'ils veulent renforcer la confiance du public et son appropriation des processus du gouvernement.

### QU'EST-CE « LA SENSIBILISATION PUBLIQUE DU LÉGISLATIF » ?

La sensibilisation publique du pouvoir législatif comprend presque tout effort systématique de la part des membres de l'assemblée législative nationale pour communiquer avec l'électorat. Il existe quatre types de sensibilisation :

**LES QUATRE CATÉGORIES DE SENSIBILISATION PUBLIQUE DU LÉGISLATIF**

- Efforts entrepris par l'ensemble de l'institution pour éduquer ou informer la population.
- Sensibilisation par des commissions ou des groupes de travail spécifiques.
- Communication organisée par des comités des partis politiques du parlement.
- Efforts des députés individuels pour communiquer avec des groupes de citoyens

- **Les efforts entrepris par l'ensemble de l'institution pour éduquer ou informer la population**. Il s'agit ici des efforts neutres du parlement telles que des publications informatives, des bulletins ou des émissions à la radio ou à la télévision, des visites des jeunes ou des visites dirigées de la chambre des députés. Ce type de sensibilisation comprend également toute activité entreprise par le bureau d'information du parlement ayant pour but d'augmenter le volume d'informations concrètes accessibles au public sur les travaux de l'assemblée, les députés ou les projets de loi.

- **Sensibilisation par des commissions ou des groupes de travail spécifiques/thématiques.** Cette catégorie regroupe les efforts entrepris par toutes les commissions pour recueillir ou diffuser des informations : demandes de séances d'information, témoignages ou analyses d'experts ; audiences publiques pour obtenir un retour d'information sur la législation en vigueur ou des projets de loi ; séances d'information publiques pour informer les citoyens sur l'incidence des mesures proposées ou des changements de politique; publication d'un rapport de commission ; ou retransmission d'une enquête ou d'une audience parlementaire. Par souci d'organisation, le présent manuel comprend également les efforts de sensibilisation entrepris par des membres de groupes thématiques et moins formels (tels que les comités de partis).

- **Communication organisée par les comités électoraux des partis politiques du parlement**. En tant qu'une des manifestations les plus visibles de tout parti politique, un comité parlementaire du parti est capable de communiquer la plateforme du parti, de marquer son soutien à l'égard de mesures ou des réformes anti-pauvreté proposées ou d'exprimer une alternative possible à la politique en vigueur. Alors qu'une politisation excessive de la politique de réduction de la pauvreté peut être dangereuse, les procédures économiques sont, de par leur nature, politiques en soi et, les comités de partis exprimeront souvent des vues différentes. L'expression de cette divergence d'opinions permet aux électeurs de distinguer les partis selon leur politique en non en fonction de facteurs telles que la personnalité ou l'ethnie des dirigeants du parti.

- **Efforts individuels des députés**. Elus pour représenter des groupes spécifiques de la population, les membres individuels ont peut-être le plus de raisons et de possibilités pour communiquer avec leurs circonscriptions électorales. Les législateurs pourraient recueillir des informations sur l'ensemble des besoins des électeurs afin de mettre à bon escient leurs travaux au sein de l'assemblée, rendre public les informations nécessaires sur des réformes ou de changements susceptibles d'affecter la vie de la population qu'ils représentent ou communiquer avec des membres de leur communauté sur l'incidence d'un problème local ou personnel. Les activités individuelles des MP afin d' échanger de l'information avec les électeurs peuvent être considérées comme faisant partie de la sensibilisation publique du législatif. Ces activités peuvent aussi inclure des discours publics, des bulletins d'information ou des visites sur le terrain effectuées par le parlementaire.

**LA SENSIBILISATION LÉGISLATIVE A UN PUBLIC NOMBREUX**

Bien que la communication avec les citoyens est la forme la plus répandue de sensibilisation, les parlements font un effort pour communiquer avec toute une gamme d'acteurs politiques. Il serait utile de tenir compte des audiences potentielles suivantes dans l'élaboration d'une stratégie de sensibilisation :

- Universitaires ou experts
- ONG et laboratoires d'idées
- Le pouvoir exécutif
- Les collectivités locales ou conseils
- La communauté internationale
- Les médias
- Les partis politiques
- Les syndicats
- Les organisations ou organismes religieux

CHAPITRE DEUX

# Pourquoi entreprendre une sensibilisation publique législative sur la pauvreté?

Une sensibilisation publique du législatif concernant la pauvreté peut être entreprise pour plusieurs raisons ou pour atteindre différents objectifs. Quels que soient ses motifs, la sensibilisation du public par le pouvoir législatif procure des avantages à tout un éventail de bénéficiaires :

- Citoyens
- Partis politiques
- Parlementaires
- Institutions démocratiques

### LES BESOINS DES CITOYENS SONT PLUS SUSCEPTIBLES D'ÊTRE SATISFAITS

Les citoyens pauvres sont manifestement le groupe qui a le plus à gagner d'un dialogue national plus poussé sur la pauvreté. Plus un gouvernement sera capable de diagnostiquer, concevoir, exécuter et évaluer correctement des programmes pro-pauvres, plus les citoyens seront susceptibles de bénéficier de ces initiatives. Les populations sont mieux servies lorsque la sensibilisation législative offre un mécanisme qui leur permet de se faire entendre à chaque étape du cycle de la stratégie de réduction de la pauvreté.

**Première étape : Diagnostique de la pauvreté**

Outre les analyses statistiques, un diagnostique efficace de pauvreté devrait inclure un retour d'information des citoyens sur leurs conditions de vie et leurs difficultés de tous les jours. Pour répondre a ce besoin, la Banque mondiale a organisé des évaluations participatives de la pauvreté dans nombre de pays pour compléter les recherches en cours avec un retour d'information direct des populations pauvres. Les MP, en particulier ceux qui ont été directement élus par une circonscription électorale géographique, sont particulièrement bien placés pour solliciter et recueillir ce type de renseignement local. Outre le fait qu'ils contribuent à améliorer l'exactitude du diagnostique de pauvreté, les parlementaires qui connaissent les besoins immédiats de leurs électeurs, sont généralement mieux placés pour adopter des politiques ou des programmes conçus pour répondre aux besoins et aux intérêts de leur district.

#### LES ÉLECTEURS SE PREOCCUPENT DE LA PAUVRETÉ

L'économie, et plus particulièrement la lutte contre la pauvreté, est une question politique concrète. Alors que les citoyens connaissent mal ou ne s'intéressent peut-être pas au « DSRP » en tant que tel, ils ont tendance à s'intéresser énormément aux efforts menés au niveau national pour améliorer le niveau de vie. Des recherches sur l'opinion mondiale confirment que les citoyens (et les électeurs) considèrent les incidences sur leur niveau de vie comme étant une grande préoccupation :

**Afghanistan, 2002**: Un groupe cible de femmes ont indiqué que l'insuffisance de logements est le plus sérieux problème dans le pays.

**Bosnie, 2002**. Soixante-dix pour-cent des électeurs interrogés ont cité le chômage comme facteur décisif de leur vote aux élections.

**Kenya, 2002**: Quarante et un pour-cent des personnes interrogées ont cité la pauvreté, la sécurité alimentaire ou le chômage comme principale source de préoccupation.

**Amérique latine, 2002**: Cinquante-deux pour-cent des personnes interrogées ont reconnu qu'ils « accepteraient l'arrivée au pouvoir d'un gouvernement non-démocratique si celui-ci pouvait résoudre les problèmes économiques. »

**Deuxième étape : Elaboration d'une politique pro-pauvre**

Alors que l'élaboration des politiques nationales est souvent amorcée par l'exécutif, dans ces cas où une législation est nécessaire pour donner suite à certaines mesures ou programmes, la sensibilisation législative auprès d'experts, d'universitaires, de laboratoires d'idées ou d'ONG peut améliorer la qualité de la politique envisagée. Les audiences de commissions pendant lesquelles ces spécialistes sont appelés à analyser la législation proposée sur la pauvreté, peuvent mettre en lumière certains aspects de la loi qui jusque là n'avaient pas été envisagées ou bien faire appel à certaines modifications ou révisions afin d' en augmenter l'impact. Dans ces cas particuliers où les ressources en recherches du législatif sont limitées, une sensibilisation des experts peut rehausser la contribution du parlement envers la politique nationale.

**Troisième étape : Exécution**

Les MP sont des conduits logiques de l'éducation du public lors de la mise en œuvre des politiques économiques et de réduction de la pauvreté au niveau

**TABLEAU 1 : RECONNAÎTRE L'IMPACT POTENTIEL DE DIFFERENTS TYPES DE SENSIBILISATION**

| ACTEUR | | EXAMPLES DE SENSIBILISATION | IMPACT POTENTIEL |
|---|---|---|---|
| INFORMER LE PUBLIC | L'ensemble du parlement | • Bulletins<br>• Emissions parlementaires<br>• Visites de jeunes/visites guidées | Renforce l'image d'un parlement ouvert et démocratique ; informe les citoyens des réalisations et des objectifs. |
| | Les commissions et autres groupes parlementaires | • Audiences publiques<br>• Conférences de presse/sensibilisation médiatique<br>• Rapports des commissions et des comités de partis | Montre que le groupe œuvre pour promouvoir les intérêts des citoyens ; articule les positions sur le plan des réformes. |
| | Le MP | • Communiqués de presse/dépliants<br>• Rendre publiques les réformes et les changements de politiques envisagées. | Etablit des relations avec les médias ; informe les électeurs des objectifs et réduit les réactions sévères aux changements de politiques. |
| RECUEILLIR DES DONNEES | L'ensemble du parlement | • Se servir de la bibliothèque ou des services de recherche du parlement pour atteindre les experts et les groupes d'intérêt<br>• Interactions avec la société civile | Permet de promouvoir une prise de décision informée ; fait en sorte que le parlement soit réellement représentatif . |
| | Les commissions et autres groupes parlementaires | • Demander des témoignages/séances d'information d'experts et de la société civile<br>• Utiliser les sondages d'opinion | Le groupe peut mieux déterminer quelles politiques sont prioritaires ; le groupe sera mieux informé sur le fond de la politique. |
| | Le MP | • Effectuer une tournée des principales régions du district<br>• Tenir des audiences publiques ouvertes à tous | Identifie quels problèmes intéressent le plus les électeurs/districts ; rehausse l'image publique. |
| PRENDRE DES INITIATIVES INFORMEES | L'ensemble du parlement | • Adopter des mesures législatives<br>• Se servir de l'influence sur le budget pour mettre en exergue les domaines à problème | Démontre l'efficacité du parlement et le rôle important qu'il joue pour résoudre les problèmes du pays. |
| | Les commissions et autres groupes parlementaires | • Se servir des médias pour informer le public des problèmes<br>• Modifier/proposer des lois | Rehausse la réputation du groupe ; peut être perçu comme étant sensible aux besoins du public. |
| | Le MP | • Donner suite aux dossiers personnels présentés par les électeurs<br>• Tenir des heures régulières d'ouverture du bureau du district | Améliore la capacité d'identifier des tendances et des problèmes récurrents ; renforce le sentiment de loyauté parmi les électeurs. |

national. Dans certains cas, les citoyens exigent une information spécifique avant de pouvoir participer à des initiatives d'opportunités économiques (les programmes de micro-crédit par exemple sont souvent difficiles à mettre en œuvre lorsque les citoyens se méfient des pratiques traditionnelles de crédit ou bien les connaissent mal). Dans d'autres situations, une prise de conscience plus acérée résultant des efforts de sensibilisation entrepris par le législatif sur des réformes économiques plus délicates (libéralisation des prix, augmentation des impôts) pourrait aider le public à mieux comprendre la nécessité de ces mesures difficiles.

**Quatrième étape : Suivi et évaluation**

Une fois que les programmes ont été amorcés, la sensibilisation des électeurs reste l'un des moyens les plus directs pour vérifier si oui ou non les mesures anti-pauvreté ont donné les résultats escomptés. Que l'information ait été recueillie directement au moyen de visites sur le terrain, pendant les heures d'ouverture du bureau de la circonscription électorale ou lors d'audiences publiques au cours desquelles les citoyens donnent un témoignage, la sensibilisation renforce la notion publique que les législateurs se préoccupent de la pauvreté. Elle aide également le parlement à exercer plus efficacement sa fonction de contrôle en fournissant des informations sur l'impact réel des politiques de l'exécutif.

### LES PARTIS POLITIQUES ET LES MP SONT PERÇUS COMME ÉTANT PLUS RÉCEPTIFS

En tant que membres de la coalition au pouvoir ou de l'opposition, les partis politiques bénéficient lorsque leurs élus mènent des campagnes de sensibilisation publique efficaces sur des dossiers qui préoccupent les électeurs. En effet, non seulement la réputation du parti d'être « en contact avec son électorat » sera-t-elle rehaussée à mesure que ses membres font davantage de sensibilisation, mais un tel effort permet également aux partis de se distinguer les uns des autres et de créer un nom et un appui pour leur parti même en période non-électorale.

- Pour le parti au pouvoir, une sensibilisation permet aux MP de promouvoir la plateforme ou l'agenda politique du parti. Les MP ont aussi la possibilité de faire ressortir certains aspects de la plateforme qui touchent directement leurs districts et de faire connaître au public les réformes locales qui ont été couronnées de succès.
- Pour l'opposition, la sensibilisation est le meilleur moyen de faire connaître d'autres réformes possibles surtout si les enquêtes sur certains programmes anti-pauvreté révèlent que les résultats ont été moins positifs que prévus.

Les MP quant à eux, bénéficient également de leur participation à la sensibilisation tout simplement parce que les électeurs et les partis en bénéficient. Quel que soit le système électoral, un membre qui a non seulement l'appui des électeurs au niveau local mais qui a également pu montrer sa valeur au parti, aura plus de chance d'avancer dans l'arène politique qu'un membre qui sera resté muet sur des questions auxquelles les électeurs attachent une grande importance.

### LES INSTITUTIONS DÉMOCRATIQUES SONT RENFORCÉES

En plus des avantages politiques concrets découlant d'une sensibilisation publique du pouvoir législatif, une communication plus poussée entre les responsables élus et les citoyens permet de renforcer les institutions démocratiques en affermissant la confiance publique à l'égard des processus de représentation. Une interface régulière entre les responsables politiques et les citoyens au niveau local, régional et national renforce la perception que l'élite politique se préoccupe des conditions de vie de leurs électeurs. Les citoyens voient les informations sur le processus ou les réformes parlementaires comme preuve que les députés font un effort conscient pour résoudre leurs problèmes. A terme, ce dynamisme permettra de mitiger le cynisme des électeurs en maintenant un mécanisme à travers lequel les citoyens pourront demander des informations et en donner en retour sur des problèmes qui affectent leur niveau de vie. Il permettra aussi de mobiliser un appui en faveur des réformes. Enfin, le maintien de ces voies de communication, permettra de diffuser l'impact des campagnes politiques populistes en démontrant qu'un progrès soutenu demande du temps et un retour d'information des parties concernées.

CHAPITRE TROIS

# Strategies de sensibilisation anti-pauvrete

Même si une sensibilisation du public contribue presque toujours à améliorer les efforts nationaux de réduction de la pauvreté, les campagnes de sensibilisation effectuées par le législatif doivent être soigneusement adaptées pour pouvoir réussir. Pour ce faire, les parlementaires devront adopter une stratégie de communication pour leurs activités de sensibilisation.

## ELÉMENTS À PRENDRE EN CONSIDÉRATION

### Problèmes politiques et de logistique

Que les MP représentent un district rural éloigné avec un faible niveau d'alphabétisation ou un centre urbain où les résidents sont devenus blasés des promesses politiques des responsables élus, tout MP rencontrera des difficultés particulières dans ses efforts pour établir et promouvoir une communication efficace avec ses électeurs. Alors qu'il n'existe pas de solution universelle à ce problème, le fait de reconnaître certains obstacles à une communication libre dans les deux sens, est le premier pas pour les contourner.

Les députés de différents pays ont trouvé le moyen de communiquer avec leurs électeurs en surmontant un ensemble d'éléments qui compliquent la situation :

- Un niveau d'alphabétisation faible ou des langues multiples parlées dans le même district.
- Un manque de clarté de la part de la population quant à la responsabilité ou les fonctions des MP.
- Une couverture médiatique limitée ou partiale.
- Des ressources très limitées.
- Un cynisme profond du public à l'égard des motifs des responsables élus.
- Un manque d'intérêt public vis-à-vis des politiques ou des initiatives nationales.
- Un espace public dominé par un seul parti ou une personnalité politique dominante.

### Les besoins particuliers des électeurs

Que les membres aient été élus à partir d'une liste électorale de parti ou par un district à un seul membre, ils représentent un ensemble particulier d'électeurs. Dans la majorité des systèmes, ce groupe est géographique de nature. Dans certains cas toutefois, la répartition pourrait être d'origine démographique ou thématique. Un MP efficace identifiera les questions qui intéressent le plus sa circonscription électorale et les inclura en détail dans sa stratégie de sensibilisation. Par exemple, un député d'un district rural pourrait centrer ses efforts sur l'approvisionnement en eau et les infrastructures, alors qu'un député d'une circonscription électorale urbaine choisirait plutôt de porter son attention sur le traitement des eaux et les mesures d'assainissement. Ils pourraient tous les deux mener une campagne de sensibilisation relative aux investissements en faveur d'infrastructures hydrauliques, mais chacun adapterait ses efforts pour répondre aux besoins immédiats de son propre district.

### La plateforme politique du parti

Outre les besoins de leurs circonscriptions électorales respectives, les MP doivent également tenir compte des dossiers avec lesquels le parti s'identifie le plus.

**TABLEAU 2 : HARMONISER LES EFFORTS DE SENSIBILISATION AVEC LE CONTEXTE POLITIQUE ET ÉCONOMIQUE**

**Efforts de l'ensemble du parlement pour éduquer ou informer la population: Echange d'information concrète et non partisane**

Convient le mieux lorsque:

- Les programmes ou les politiques anti-pauvreté mis en œuvre auront un grand impact sur la population.
- La couverture médiatique des efforts de lutte contre la pauvreté est insuffisante à elle seule.
- Les marques de consensus ou de solidarité nationale sont importantes en raison d'un conflit récent.
- Des crises nationales font que des problèmes particuliers sont d'actualité dans le monde (famine, épidémies, catastrophes naturelles, etc.)

**La sensibilisation par des commissions ou des groupes thématiques: Mise en pratique d'une expertise spécifique**

Convient le mieux lorsque :

- Les politiques pro-pauvres qui sont du domaine d'expertise de la commission ou du groupe thématique sont en train d'être formulées, exécutées ou bien leur portée évaluée.
- Une législation pro-pauvre est prévue et le groupe exige des renseignements supplémentaires avant de pouvoir donner son aval.
- Les capacités de recherche du personnel sont faibles ou ne fournissent pas assez d'information/analyses et les MP sont obligés de recueillir eux-mêmes les informations nécessaires.
- La participation du public dans certains projets (micro-crédit, programmes de formation) exige des renseignements techniques précises.

**Efforts des comités politiques au sein du parlement: Promouvoir l'ordre du jour des politiques nationales**

Conviennent le mieux lorsque :

- Les politiques anti-pauvreté qui sont une priorité du parti sont en train d'être formulées ou évaluées.
- Les partis politiques ont des plateformes ou des préférences sensiblement différentes en matière de réduction de la pauvreté.
- Une société très partisane – ou polarisée – ne fait pas confiance aux informations recueillies par des groupes dont elle ne fait pas partie.
- Les partis politiques ont des infrastructures de communication ou des ressources plus grandes que la législature.
- Les membres du parlement sont élus à partir d'un scrutin de liste.

**Efforts individuels pour communiquer directement avec des groupes spécifiques de citoyens: Focaliser des problèmes locaux**

Conviennent le mieux lorsque:

- Les programmes qui intéressent au plus haut point la population sont en train d'être formulés ou évalués.
- Les membres de la législature sont élus par le système de la majorité.
- Les besoins géographiques ou ceux des circonscriptions électorales varient considérablement ; l'impact du programme varie d'une région à une autre.
- Les structures des collectivités locales offrent une représentation ou des informations insuffisantes aux résidents
- Les députés veulent cultiver l'appui des communautés de base ou obtenir des informations précises

Là où des récentes élections ont attiré l'attention du public sur des réformes particulières – ou là où la discipline du parti est assez grande – les MP devront veiller à ce que leurs efforts de sensibilisation soient compatibles avec ceux du parti et s'inscrivent dans le cadre de ceux menés par le parti pour rendre public sa propre position politique. Par exemple, les MP élus à partir d'une liste de parti dont la plateforme fait appel à un plus grand accès à l'instruction primaire pourraient peut-être étudier comment mieux communiquer avec les électeurs à propos d'infrastructures scolaires afin de montrer comment ils envisagent de promouvoir leur plateforme.

**Quand les problèmes locaux sont des priorités nationales**

Souvent, les problèmes des circonscriptions électorales ou les plateformes de parti chevauchent les priorités nationales définies par le DSRP ou l'un des objectifs du Millénaire pour le développement (OMD). Dans un tel cas, les MP découvriront qu'un nombre surprenant de programmes ont peut-être été déjà amorcés pour résoudre tel ou tel problème. Des enquêtes auprès du ministère, organisme d'Etat ou donateur compétent (IFI ou ONU) permettront de révéler quels sont les points naturels d'une sensibilisation permettant d'évaluer l'impact des initiatives de réduction de la pauvreté.

Par exemple, l'un des OMD est la lutte contre le VIH/sida. Au Botswana, un pays où environ 30 pour cent de la population adulte est séropositive, le PNUD a appuyé la création d'un Bureau national de coordination des efforts de lutte contre le sida, ainsi que plusieurs comités multi-sectoriels de districts de lutte contre le sida. Les MP qui sont familier avec les activités entreprises par ces comités dans leurs districts pourraient coordonner leurs propres efforts de lutte contre le sida et maximiser l'efficacité de ces programmes. Une sensibilisation publique à ce niveau pourrait inclure des entretiens avec les électeurs touchés par l'épidémie, une évaluation des efforts en cours et l'identification de problèmes qui n'ont pas encore été résolus.

### Accès aux ressources

L'insuffisance d'un accès aux infrastructures ou à d'autres ressources est souvent l'un des obstacles les plus difficiles à surmonter pour mener une sensibilisation publique efficace. Dans nombre de pays, les budgets du parlement arrivent à peine à couvrir les frais les plus élémentaires du pouvoir législatif dans la capitale et donc peu de ressources sont disponibles pour les déplacements, la technologie de communication ou le salaire du personnel des circonscriptions électorales. Malgré ces contraintes, les parlementaires pourraient toujours entreprendre une campagne de sensibilisation à condition d'élaborer une stratégie de communication, d'établir une liste des priorités et de se servir des ressources qui existent.

Alors que chaque type de sensibilisation fait appel à des ressources différentes, les principales priorités en matière de ressources sont en général les suivantes :

**Ressources cruciales :**

- *Bons rapports avec les médias* : Une couverture médiatique ne coûte rien et permet aux parlementaires de communiquer avec une large audience nationale. Cultiver des relations positives avec des journalistes ayant de l'influence est une façon d'augmenter les chances que les médias couvrent les thèmes que les MP ont choisis comme centre d'intérêt de leur sensibilisation.

**Reconnaître toutes les ressources disponibles**

Dans de nombreux cas, le problème qui se pose aux MP n'est pas de trouver des sources de ressources supplémentaires, mais de mobiliser les ressources existantes. Une fois que les priorités ont été identifiées, et une stratégie de communication élaborée et ciblée, les députés pourraient envisager d'utiliser les ressources suivantes :

- Les commissions
- Les comités de partis
- Les bureaux municipaux (locaux éventuels pour un bureau local)
- Le gouvernement (collecte possible d'information à travers les séances d'information
- Les universités (sources d'expertise)
- Les fondations ou les ONG locales et internationales
- La communauté internationale de développement (information relative à l'exécution des programmes au titre du DSRP).

En faisant un emploi judicieux de ces ressources, les députés pourront poursuivre leurs activités de sensibilisation publique et promouvoir les initiatives de réduction de la pauvreté dans leurs districts en dépit de leurs maigres ressources.

- *Contact permanent d'information pour les députés.* Cela peut s'agir simplement d'un service de réception ou de messagerie au sein du bâtiment parlementaire ou par contre, d'un point de contact permanent d'information pour le MP aussi bien dans la capitale que dans sa circonscription électorale (téléphone, télécopieur et courrier électronique du bureau ou de la résidence.) S'il n'existe aucun moyen par lequel le public peut joindre un représentant élu, même les groupes municipaux ou les experts qui ont un retour d'information utile et positive à offrir ne pourront pas le faire dans les délais opportuns.

- *Un système de classement et d'accès aux informations, même des plus élémentaires.* Une stratégie de sensibilisation doit reposer sur des informations exactes concernant les politiques ou les réformes. Il est donc nécessaire d'établir un centre de documentation (peut-être une collection de dossiers) tenu par le personnel parlementaire ou les députés eux-mêmes, où les parlementaires peuvent avoir régulièrement accès à des informations exactes et à jour.

- *Un dispositif permettant d'enregistrer le retour d'information des électeurs.* Géré par un MP à titre individuel ou par un ensemble de parlementaires, un système qui permet d'enregistrer le retour d'information et les coordonnées des citoyens, des ONG ou des experts est indispensable. Utilisée de manière systématique, une fiche élémentaire permet de repérer ces renseignements (voir Appendice III) et pourra être classée dans les dossiers des députés, des comités du parti ou des commissions. A mesure que les assemblées améliorent leur système de gestion de l'information, ces données pourront servir de base pour l'établissement de fichiers électroniques.

**Très utile (et peu coûteux) :**

- *Heures régulières d'ouverture de bureau dans la capitale lorsque le parlement est en session.* Alors que certains parlements n'ont pas les ressources financières pour financer des sessions législatives ordinaires ou les déplacements des députés entre leurs districts et la capitale, il est souvent possible de prévoir la date à laquelle les membres du parlement seront dans la capitale. Des heures régulières de bureau au cours desquelles les députés pourront communiquer avec les électeurs lorsque le parlement est en session permet de régulariser une sensibilisation dans les deux sens entre les élus et les électeurs en rendant son occurrence plus prévisible.

- *Locaux et heures de bureau régulières dans les circonscriptions électorales.* Alors que l'établissement d'un centre indépendant de renseignement au niveau des circonscriptions électorales est souvent coûteux, il est bien plus rentable d'emprunter des locaux dans des bureaux concernés existants. Les députés ont constaté que dans certains cas la municipalité ou les bureaux satellites du parti sont disposés à leur prêter une salle de conférence ou un bureau qu'ils peuvent utiliser périodiquement (une fois par mois par exemple). Les députés qui ont la possibilité de réserver quelques heures à leurs activités de sensibilisation dans un endroit précis peuvent ainsi établir un mécanisme de contact régulier et durable avec les citoyens.

- *Coordonnées individuelles des MP.* Le téléphone, le télécopieur (fax), le courrier électronique (e-mail) et l'adresse de chaque député – aussi bien à l'assemblée nationale qu'au niveau de la circonscription électorale – peut aider les citoyens à contacter leur représentant plus facilement.

- *Personnel parlementaire désigné pour les activités de sensibilisation.* Ce personnel pourrait être chargé de la rédaction des communiqués de presse, de la publication des bulletins d'information ou de la mise à jour des activités parlementaires pour toute personne qui en fait la demande.

**Si les ressources le permettent:**

- *Un service d'information au sein du parlement même.* Un tel service aurait pour objet de coordonner des efforts proactifs de sensibilisation à l'intention des citoyens, des groupes municipaux et des médias intéressés. Il s'agit entre autres de la publication du compte-rendu officiel des débats parlementaires, la circulation du calendrier des activités législatives ou des audiences prévues ou la transmission des propositions de loi à une liste

de groupes intéressés (médias ou société civile). Le personnel du service d'information pourrait également servir de première ligne d'information pour répondre à toute question du public relative aux affaires, à la procédure ou aux réalisations parlementaires.

- *La publication de bulletins d'information ou des émissions de radio et de télévision* qui traitent des affaires législatives.
- *Un budget pour des déplacements* permettant aux députés de visiter les districts plus fréquemment. Cela permettra aux députés de communiquer directement avec les citoyens là où la communication médiatique a échoué et d'obtenir un retour d'information direct des électeurs.
- *Des bureaux de sensibilisation au sein des districts.* Un bureau réservé aux activités de sensibilisation et d'information est un outil précieux pour démontrer l'engagement de membres du parlement à résoudre les problèmes au niveau de la localité. Ce type de bureau est généralement plus avantageux pour les députés qui ont la possibilité de visiter régulièrement leurs districts et qui ont les ressources financières nécessaires pour recruter une secrétaire chargée des dossiers pendant l'absence du député.

### ELABORER UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Les MP qui espèrent accroître au maximum la portée des initiatives de sensibilisation individuelles ou en groupes voudront mettre au point une stratégie de communication avant de se lancer dans une initiative quelconque. L'élaboration d'une stratégie permet aux députés de dresser une liste des priorités quant à l'emploi des ressources et de rester constants dans leur approche. Elle offre également des paramètres qui serviront de repères dans le cadre de décisions difficiles. Une stratégie est très utile à la coordination les activités lorsque des groupes de parlementaires envisagent de collaborer ou lorsque des membres individuels doivent compter sur leur personnel pour préparer ou exécuter certaines mesures. Une stratégie de communication exige quatre éléments essentiels:

## Définir le message ou la question

Les députés devront décider quel est le message qu'ils veulent transmettre au public ou quelle est l'information qu'ils cherchent à obtenir. S'agit-il d'un effort pour promouvoir les avantages des réformes ou des programmes envisagés (une nouvelle route est prévue dans la région qui permettra aux agriculteurs de vendre l'excédent de leurs récoltes) ? D'un effort pour éduquer le public quant à sa participation à des nouveaux programmes (traitements ou nouveaux médicaments pour le VIH seront disponibles gratuitement dans les centres de santé publique aux patients inscrits) ? D'un effort pour expliquer ou justifier des changements prévus (la libéralisation aura pour effet d'augmenter le prix de l'essence l'année prochaine mais l'offre sera plus régulière) ? Ou bien est-ce que les parlementaires cherchent à obtenir une information spécifique? (Les habitants en milieu rural ont-ils besoin d'équipements nouveaux ou des pièces de rechange pour leur matériel agricole? Le programme d'électrification a-t-il donné lieu à une source d'énergie régulière ? Le taux de scolarisation des filles est-il le même que pour les garçons ?)

### Identifier l'audience ciblée

Avec qui les députés ont-ils besoin de communiquer ? Un groupe de députés annonçant la construction d'une nouvelle route régionale aura une audience bien plus restreinte – et spécifique – qu'un groupe essayant de créer une prise de conscience des raisons derrière une augmentation du prix de l'essence. Des réunions publiques au niveau régional ou la distribution de fiches volantes sont indiquées dans le premier cas, alors que des émissions à la radio nationale ou une couverture dans la presse s'appliquent mieux dans le deuxième. Connaître la taille, la situation géographique, le niveau d'éducation et les préférences de l'audience cible aidera les MP à choisir les méthodes de sensibilisation les plus efficaces. Cela les aidera aussi à prévoir comment leur message sera reçu.

### Anticiper les questions et les réfutations

Les MP découvriront que les genss sont rarement d'accord lorsqu'il s'agit des réformes ou des priorités anti-pauvreté et, dans de nombreux cas, beaucoup s'opposeront à ces réformes. Même la nouvelle de la création d'infrastructures peut inquiéter certains électeurs, groupes civiques ou partis politiques de l'opposition. L'élaboration d'une « boite à messages » (comme celle de la page suivante) permet de prévoir les questions de ceux qui seront contre et de préparer des réponses réalistes et avisées. Qu'ils les aient orga-

nisés dans ce format ou pas, les MPs qui ont étudié leurs arguments – et ceux de leurs adversaires – sont généralement plus à l'aise pour s'expliquer devant le public ou les médias.

**BOITE À MESSAGES PERMETTANT AU MP D'ANNONCER LA CONSTRUCTION D'UNE NOUVELLE ROUTE**

Une boite à messages est un excellent outil pour organiser ses idées et se préparer en vue de répondre aux arguments des autres

| **Message des législateurs** | **Arguments contre** |
|---|---|
| « *Une route dans cette région est une bonne chose. Davantage de paysans pourront vendre leurs récoltes dans des régions éloignées et générer des ressources supplémentaires pour la famille* »<br><br>C'est le point que les MP essayeront toujours de transmettre | *« Une route dans cette région est une mauvaise chose. Cela va bouleverser les pâturages et menacer le gagne-pain des éleveurs traditionnels ».*<br><br>C'est ce que diront ceux qui s'opposent au projet soumis par les deputes. |
| **Réponse donnée aux MP par ceux qui s'opposent à la route** | **Réponse donnée par les MP à ceux qui s'opposent à la route** |
| *« Les revenus supplémentaires générés par les agriculteurs ne compenseront pas le manque à gagner des éleveurs de la localité. »*<br><br>C'est l'argument qu'avanceront les adversaires. | *« Les éleveurs locaux pourront également vendre leur lait dans les marchés des villes et acheter des autres denrées de base.* »<br><br>C'est l'argument que défendront les MP. |

**Choisir le messager et la forme qui convient le mieux**

Alors que beaucoup de membres voudront assumer le rôle principal dans les initiatives de sensibilisation, une stratégie de communication devra également étudier quels autres orateurs ou messagers conviendraient pour parler au nom du parlement. Dans certains cas, il serait peut-être avisé d'inviter un expert technique (expert municipal ou du gouvernement) pour discuter les détails ou répondre aux questions et de laisser aux membres le soin de présenter le discours d'ouverture ou le discours principal. Dans d'autres, il serait peut-être indiqué de demander au personnel de rédiger des communiqués de presse qui seront distribués au nom du député pour mobiliser la presse nationale à transmettre le message.

Une stratégie productive pourrait identifier les véhicules de communication les mieux adaptés, tels qu'une couverture par la presse du pays, la diffusion d'information au moyen d'imprimés (fiches volantes et affiches), la retransmission des audiences publiques à la radio ou à la télévision, les apparences en public ou bien à la radio ou la télévision locales. Les pays qui ont plusieurs langues nationales, des circonscriptions électorales très éloignées ou un faible niveau d'alphabétisation pourraient avoir besoin de formes de communication particulières pour être efficaces.

CHAPITRE QUATRE

# La sensibilisation publique institutionnelle: la nation comme audience

Une sensibilisation publique institutionnelle convient généralement le mieux lorsqu'il s'agit d'éduquer ou d'informer une grande partie du public en communiquant des informations non-partisanes. Une sensibilisation qui cible des groupes bien particuliers sera vraisemblablement moins neutre et donc mieux adaptée à être menée par les groupes, les comités ou parlementaires individuels.

Dans la majorité des cas, le parlement entreprend des activités de sensibilisation pour répondre aux besoins d'information du public sur les affaires législatives, sur une loi en vigueur ou sur un projet de loi. Bien que cela ne soit pas le rôle de la législature d'éduquer la population sur tous les dossiers, les MP peuvent bénéficier s'ils informent le public des réformes récentes ou prévues surtout lorsqu'il s'agit d'initiatives de réduction de la pauvreté. Ce chapitre étudie deux différentes situations dans lesquelles une sensibilisation par le législatif contribue à renforcer l'appui du public aux députés élus et met également en évidence un nombre d'activités qui pourraient être envisagées dans chacun des cas.

**APERÇU DE LA SENSIBILISATION PUBLIQUE INSTITUTIONNELLE**

**Audience ciblée :** Le public qui vote ou de nombreuses couches de la population ainsi que les médias.

**Convient le mieux pour:** Donner accès à des informations neutres à l'ensemble de la population (le rôle des MP, le statut des différentes orientations, l'impact des projets de loi envisagés).

**Avantages** : Le parlement en tant qu'institution a davantage de ressources qu'un groupe de députés ou qu'un membre individuel. L'administration législative est souvent perçue comme étant neutre et donc plus crédible.

**Communicateur(s)** : Un représentant de la législature, par exemple le secrétaire général, clerc principal ou autres dirigeants de la chambre, le bureau de presse, les services d'information, etc.

## INFORMER LE PUBLIC DES PRIORITÉS ET DES RÉALISATIONS

De temps à autre, il y'aura un consensus entre tous les partis sur le besoin du pouvoir législatif et de la nation de résoudre un certain problème. Par exemple, une législature nationale pourrait estimer qu'il est nécessaire de transmettre un message commun sur le nécessité de résoudre la crise du VIH/sida comme ce fut le cas au Nigeria. En effet, si -- reflétant le consensus de tous les partis que la progression du sida doit être freinée -- le budget annuel prévoit une allocation supplémentaire de fonds pour des programmes de santé, les députés pourraient avoir de nombreuses raisons de vouloir communiquer cette nouvelle à l'ensemble de la population. Là où le parlement joue un rôle important dans l'élaboration du budget (et toutes les législatures doivent d'une façon ou d'une autre approuver le budget avant qu'il soit adopté), informer le public de certaines affectations de fonds permet de mettre en évidence le rôle que jouent les MP dans les efforts de réduction de la pauvreté au niveau national et de le faire mieux comprendre aux électeurs.

La publication de ce type de nouvelle peut accroître l'appui de la population à l'égard du parlement et du processus démocratique. Souvent, les électeurs qui vivent près des cliniques n'en bénéficient que s'ils ont été informés des nouveaux programmes ou infrastructures qui ont été financés par l'allocation de fonds

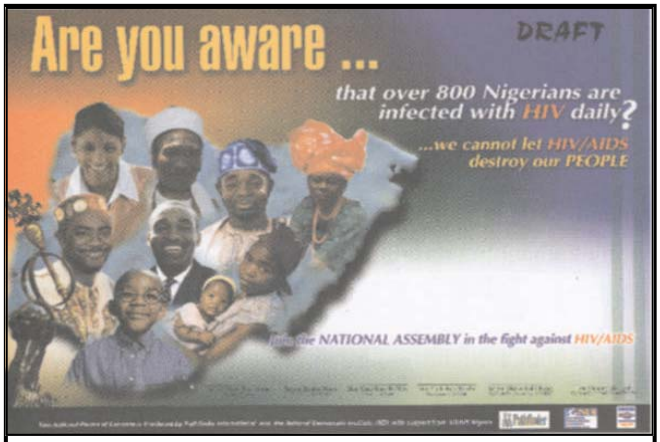
supplémentaires. En informant la population que des fonds ont été réservés pour la construction de nouvelles cliniques, les députés montrent qu'ils s'efforcent activement améliorer les conditions de vie de leurs électeurs.

**Audience ciblée**

Alors qu'une bonne part du grand public sera vraisemblablement intéressée de pouvoir avoir accès à de meilleurs soins de santé, certains groupes seront plus intéressés que d'autres. Les médias, les organisations municipales, les groupes de pression nationaux, la communauté internationale et l'élite urbaine sont les groupes les plus susceptibles de demander des informations sur les affectations du budget national ou de la politique gouvernementale en matière de santé. Si la législature peut fournir les renseignements sollicités par ces groupes, elle aura jeté des bases de rapports constructifs et durables pour tous les partis. Le grand public s'intéresse peut-être davantage à des cliniques ou à des projets particuliers entrain d'être financés. Par conséquent, beaucoup de députés verront qu'il est très utile d'adapter chaque approche de sensibilisation au groupe ciblé.

## Coordonnateurs possibles de communication

Les parlements ont souvent un bureau de presse, de relations publiques ou des services d'information qui, traditionnellement, sont responsables de communiquer avec le public. Ces bureaux se chargent de la plupart des activités de sensibilisation pour le compte de l'ensemble du parlement. Si de telles structures n'existent pas, les fonctions de sensibilisation institutionnelle seraient probablement assumées par le speaker, le secrétaire général, le clerc principal ou un autre responsable.




Le panneau d'affichage ci-dessus fait partie des efforts des MP nigérians et un organisme national de prévention du VIH/sida de promouvoir une prise de conscience des citoyens en 2003.

**Les choix de sensibilisation possibles**

Dans une grande mesure, la sensibilisation institutionnelle consiste souvent à produire des documents et à les mettre à la disposition des audiences intéressées.

*Bulletins d'information ou autres nouvelles diffusées régulièrement* – Les bulletins d'information (sur papier ou électroniques) législatifs sont un moyen de disséminer les informations sur les affaires et les réalisations parlementaires. Produit généralement tous les mois ou lors de chaque session parlementaire, ce type de publication rapporte des nouvelles ou annonce des événements (voir l'exemple à la page suivante). La publication est souvent effectuée par le personnel non partisan du bureau des relations publiques ou des services d'information assignés à l'ensemble du parlement, au secrétaire général ou aux dirigeants législatifs. Dans le cas d'une augmentation du budget alloué à la santé nationale, le bulletin mensuel pourrait :

- Inclure des déclarations des dirigeants législatifs qui mettent en évidence l'augmentation du budget et le rôle joué par les MP dans l'obtention de ressources supplémentaires pour la santé.
- Un compte-rendu des réunions ou des délibérations des commissions au cours desquelles les allocations pour la santé ont été discutés.
- Expliquer comment les lecteurs peuvent obtenir des exemplaires des rapports législatifs qui analysent les dépenses en matière de santé.

*Archives du parlement ou services d'information*. Alors qu'un bulletin d'information représente peut-être le véhicule le plus logique pour annoncer la réalisation d'un ajustement du budget national longtemps recherché, une bibliothèque ou un service d'information est souvent nécessaire pour préserver les archives des travaux réalisés par le parlement d'une manière qui soit à la fois accessible et utile aux acteurs qui cherchent à obtenir des informations supplémentaires. Par exemple, un journaliste chargé de faire un reportage sur la pro-

EXEMPLE DE BULLETIN D'INFORMATION DE PARLEMENT: AFRIQUE DU SUD (EXTRAIT)

Special Edition

# INsession

April 2003 — YOUR SEAT IN PARLIAMENT

## Committee Meetings

### TUESDAY, 17 JUNE 2003

Portfolio Committee on Sport and Recreation (National Assembly) [Meeting between subcommittee clusters and identified federations], Committee Room G26, Ground Floor, National Assembly Wing, 09:00

Standing Committee on Public Accounts (National Assembly) [Auditor-General's briefing on Justice and Constitutional Development], Committee Room E249, Second Floor, National Assembly Wing, 11:00

### WEDNESDAY, 18 JUNE 2003

Portfolio Committee on Public Service and Administration (National Assembly) [Briefing by SAMDI on cost recovery in respect of training interventions], Committee Room G26, Ground Floor, National Assembly Wing, 11:00

## Bills before Parliament

**LEGISLATION NOT DISPOSED OF BY 17 APRIL 2003**

*NA (as second House) (75/76)*
*NCOP (as second House) (74/75/77)*

1. Geoscience A/B [B 7 - 2003] (NA - 75) (Minerals & Energy)

**BILLS passed by 1st HOUSE & before of 2nd House:**

1. Anti-personnel Mines Prohibition Bill [B 44B - 2002] (NA - 75) (Defence)
2. Insurance A/B [B 52B - 2002] (NA - 75) (Finance)
3. Natural Scientific Professions Bill [B 56B - 2002] (NA - 75) (Arts & Culture)
4. Judicial Matters A/B [B 2B - 2003] (NA - 75) (Justice)

**12-05-2003 to 27-06-2003**

| | |
|---|---|
| Deadline for submission of legislation | 20 March |
| Committees | 12 – 23 May |
| Plenaries | from 26 May |
| Joint Rules Committee meeting | 27 May |
| Leave period | 30 June – 11 July |
| Constituency period | 14 – 25 July |

The views expressed in Insession are not necessarily those of Parliament
Send your letters to : Insession, Parliament of Republic of South Africa, P.O Box 15, Cape Town, 8000
email:insession@parliament.gov.za

**THÈMES POSSIBLES DE BULLETINS D'INFORMATION DU PARLEMENT**

- Activités passées et prochaines du calendrier législatif : date, heure et objet des travaux de la commission ; ou les délibérations et le vote sur des projets de loi prévus.
- Tout changement survenu au niveau de l'institution : nouvelle affectation des dirigeants de l'Assemblée ; modifications du règlement intérieur ou autres cadres de procédure ; changement significatif des activités ou nouveaux règlements qui rehaussent ou limitent le pouvoir de l'assemblée.
- Tout renseignement concernant les dirigeants de l'assemblée : réunions et discours importants des dirigeants ou tout changement au niveau du personnel.
- L'adoption de législations ou de résolutions énonçant la position de l'assemblée (à l'égard de la réduction de la pauvreté, d'initiatives en matière d'enseignement ou une catastrophe naturelle récente).

tection des enfants, pourrait s'intéresser aux détails des délibérations d'une commission sur les coûts et les avantages de l'élargissement des programmes de vaccination. Une bibliothèque ou un centre de documentation comprenant tous les rapports de commissions, les projets de loi sur la table, le compte rendu des délibérations et des audiences, représente un point d'accès unique et fiable pour tout expert et député. Alors que certaines bibliothèques peuvent avoir un système de classement et d'archives très sophistiqué, elles peuvent aussi être extrêmement simples avec les publications officielles classées sur fichiers électroniques ou dans des dossiers, gérées par un seul bureau, et la procédure d'obtention des documents affichée ou rendue publique.

*Cultiver des bons rapports avec les journalistes*. Les parlements qui ont des ressources limitées s'apercevront qu'ils peuvent toucher la population d'une manière efficace avec une couverture médiatique payée (ou gratuite). A cet effet, le fait de cultiver des relations institutionnelles avec des journalistes indépendants s'avère être une méthode peu coûteuse mais de grande portée pour améliorer une sensibilisation sur des dossiers qui intéressent les électeurs. Alors que les détails du budget pour la santé risquent d'être ennuyeux si discutés à la radio, la création de nouveaux sites de cliniques ou l'accès à de nouveaux médicaments constituent des nouvelles qui méritent d'être couvertes par les médias. En faisant en sorte que les médias pertinents reçoivent l'information nécessaire pour couvrir les programmes ou les initiatives de réduction de la pauvreté au moment voulu – et en vérifiant que l'information est présentée de manière à susciter l'intérêt du lecteur – le parlement peut aider les électeurs à faire un emploi plus judicieux des ressources disponibles. Le personnel de l'assemblée peut faciliter une couverture régulière des affaires et des réalisations législatives en :

- Dressant une liste des noms et des coordonnées des journalistes qui doivent recevoir tous les communiqués de presses ou discours du parlement,
- Etablissant une équipe de presse parlementaire. Les membres auront accès à la chambre et seront autorisés à assister aux audiences sauf indication contraire. L'équipe de presse pourrait aussi régulièrement tenir des conférences de presse avec les dirigeants du parlement.
- Nommant un chargé de presse ou de liaison qui sera le premier point de contact pour toutes les questions posées par les médias.

### INFORMER LE PUBLIC DES APPROCHES ET PROGRAMMES INNOVATEURS

La sensibilisation publique au niveau institutionnel est également un moyen qui permet aux députés de montrer qu'ils se préoccupent de la lutte contre la pauvreté au niveau de la communauté et du rôle qu'ils jouent dans cet effort. Par exemple, si l'assemblée estime qu'un accès de façon durable à un approvisionnement en eau (OMD no.7) est l'un des objectifs les plus urgents du pays, elle pourrait rechercher des programmes innovateurs ayant réussi dans ce domaine et les mettre en relief. Peut-être qu'un village ou un organisme philanthropique donné a pris l'initiative de construire un système de collecte de l'eau de pluie avec un réservoir. Si la législature estime que ce projet pourrait et devrait être reproduit ailleurs, elle pourrait envisager d'utiliser sa visibilité publique et sa capacité d'obtenir une couverture médiatique pour créer une prise de conscience du problème et promouvoir la solution innovatrice utilisée par le village.

### Audiences intéressées

Contrairement aux réformes macro-économiques ou aux allocations du budget national, l'information rela-

tive aux initiatives concrètes qui affectent directement son quotidien intéresse le citoyen au plus haut point.

Dans une telle situation, l'assemblée pourrait dans un premier temps cibler une audience susceptible de bénéficier des enseignements du projet innovateur – c'est-à-dire des petits villages avec les mêmes difficultés d'approvisionnement en eau.

**Coordonnateurs possibles de communication**

Ce genre de communication peut être effectuée par n'importe quel acteur qui est perçu comme étant représentatif de l'ensemble de l'assemblée, comme:

- Les services d'information ou de relations publiques du législatif.
- Les dirigeants de la chambre : speakers, présidences ou autres hauts responsables (peut-être des députés individuels experts dans certains domaines).
- Des groupes de députés représentant des partis multiples ayant pour tâche de résoudre un problème particulier ou de promouvoir une réforme.
- Des hauts responsables de l'administration.

Il est important de faire la distinction entre les hauts responsables de l'administration et les hauts responsables politiques étant donné qu'une sensibilisation institutionnelle n'est efficace que si tous les partis sont d'accord sur les thèmes qui font l'objet de la sensibilisation. Si la communication est coordonnée par les hauts responsables du parti au pouvoir ou ceux de l'opposition, cela pourrait donner l'impression que les ressources du parlement sont utilisées dans l'intérêt de leur propre parti.

**Choix possibles de sensibilisation**

Pour accroître l'information que le parlement reçoit directement des citoyens, la sensibilisation institutionnelle peut bénéficier souvent d'une communication directe avec la population hors de la capitale. Or cela est souvent un problème dans les pays où il est difficile ou coûteux de se déplacer, le taux d'alphabétisation est faible (ou il existe de nombreuses langues nationales), les médias ne sont pas centralisés ou n'ont qu'une portée limitée sur le plan géographique. Dans les pays où les fonds réservés pour la sensibilisation sont très limités, les assemblées devront faire le maximum pour accroître l'impact de tout effort de communication avec des dispositifs capables de toucher des populations aussi éloignées que possible.

*Visites sur le terrain des projets de développement*. Bien que les déplacements de délégations de commissions parlementaires soient souvent contraignants sur le plan logistique et financier pour les législatures aux ressources limitées, des visites directes, lorsqu'elles sont bien préparées, sont un moyen efficace de démontrer l'engagement des députés à résoudre les problèmes des citoyens. Dans l'exemple ci-dessus du projet d'approvisionnement en eau salubre, une visite sur le terrain pourra être utilisée par les MP pour obtenir une couverture médiatique destinée à éduquer les dirigeants de la communauté sur des moyens innovateurs de résoudre les problèmes au niveau de la localité. Des visites de terrain pourraient inclure des activités telles que :

- Une visite d'une infrastructure mi-achevée ou la participation à une présentation publique de plans de construction.
- Une réunion publique afin de discuter la construction d'un centre de collecte de l'eau, les délais d'exécution et les résultats anticipés.
- Participation ou animation d'un forum de questions/réponses pour les résidents d'une localité.
- Une réunion avec des responsables des collectivités locales pour connaître leurs vues sur la portée locale du centre d'approvisionnement en eau (sur la santé, les cultures irriguées).
- Une réunion avec les représentants locaux des médias pour donner une entrevue ou participer aux discussions sur l'achèvement du centre d'approvisionnement en eau.
- Une réunion avec les responsables chargés de la gestion des travaux de construction pour recueillir des informations, au cas où une enquête parlementaire aurait été chargée d'examiner l'emploi des fonds destinés au chantier.

Dans les pays où l'emploi frauduleux de fonds par le gouvernement ou des entreprises a, dans le passé, bouleversé des projets d'infrastructures, des visites sur le terrain de grands chantiers (centrale électrique ou centre de transport) effectuées par des députés

**EXEMPLE D'UN SITE INTERNET DE PARLEMENT**

peuvent aussi montrer l'engagement des élus à superviser l'emploi fait des fonds alloués au projet. Toutefois, des visites de surveillance sont souvent influencées par les politiques de partis et sont mieux effectuées par la commission de contrôle compétente qu'en suivant l'approche institutionnelle.

*Communication générale au moyen des médias.* Même là où le manque de ressources financières ou d'autres difficultés empêchent le MP de se déplacer régulièrement sur le terrain, un emploi judicieux des services médiatiques peut permettre de rester en communication avec les citoyens à travers le pays. Dans les pays où le faible niveau d'alphabétisation empêche la presse d'être un moyen utilisable de toucher les citoyens, la radio par contre peut être très efficace. Dans notre exemple d'approvisionnement en eau de pluie, les MP pourraient organiser et participer à toute une gamme d'activités médiatiques d'information publiques, notamment :

- Enregistrer une annonce d'intérêt public pour une campagne publicitaire à la radio sur les fonds accordés par le parlement à la construction d'une unité de collecte de l'eau de pluie, ainsi que les projets de développement à succès susceptibles d'être reproduits dans d'autres régions du pays. Dans les pays avec des stations de radio au niveau communautaire, un ou plusieurs députés (ou les responsables parlementaires compétents) pourraient enregistrer l'émission dans la capitale. Les enregistrements pourraient ensuite être distribués au niveau des stations locales.
- Offrir d'envoyer des MP à prendre part à des émissions de radio ou de télévision pour discuter

de la réponse parlementaire au manque d'eau. Si les députés n'ont jamais été invités à participer à de telles activités médiatiques, une telle offre (formulée par le personnel des relations publiques du parlement) pourrait contribuer à cultiver des liens positifs entre les médias et le législatif. A l'instar des annonces d'intérêt public, les émissions peuvent être distribuées et retransmises par des stations de télévision locales.

- Participer à des émissions de radio au cours desquelles les citoyens peuvent poser des questions directement par téléphone. Cette méthode est extrêmement utile pour les MP qui s'efforcent d'atteindre des régions plus urbaines. Afficher une volonté d'aborder les problèmes et les préoccupations de la population contribue à promouvoir une opinion publique plus positive à l'égard du parlement et une participation accrue des citoyens.
- Si une grande partie de la population lit régulièrement la presse nationale, les parlements pourraient trouver qu'être couverts par les journaux du pays est un moyen efficace de communiquer avec l'ensemble de la population. C'est également un mécanisme qui permet d'assurer que les activistes sont conscients de la position ou du rôle du parlement. Un communiqué de presse ou une déclaration prononcée par un responsable compétent sur la construction du centre d'approvisionnement en eau serait un moyen d'encourager un reportage sur la position de la législature dans la presse écrite. (Voir Appendice III pour un exemple d'un communiqué de presse).

**LA TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION AU SERVICE DES EFFORTS DE SENSIBILISATION**

Même si de nombreuses couches de la population n'ont pas accès à l'Internet, une sensibilisation législative par voie électronique permet d'assurer un accès public à l'information en fournissant un point d'accès aux organisations civiques, aux acteurs du secteur privé et aux médias intéressés. Une fois établis, ces sites Internet peuvent être gérés à un coût minime et permettent de diffuser des informations différentes, notamment :

- Une présentation de la structure administrative du parlement, le rôle de chaque bureau ou direction et les coordonnées pour contacter chaque bureau.
- La législation en instance ou les discours parlementaires sur le budget annuel.
- Les audiences, votes et autres activités prévues.
- Les délibérations, le compte-rendu des débats, les questions parlementaires, l'enregistrement des votes ou des discours publics.
- Une description, des coordonnées et liens Internet permettant de contacter d'autres organes ou structures du gouvernement.

Pour des informations supplémentaires relatives à la création ou l'usage des sites Internet parlementaires, les « Principes directeurs relatifs au contenu et à la structure des sites web parlementaires » de l'Union interparlementaire (version française disponible auprès de:

**TROUPES DE THÉÂTRE ET SENSIBILISATION EN MILIEU RURAL**

Souvent les parlements ont la possibilité d'atteindre des couches de la population par des moyens de communication culturels plus traditionnels. Au Niger par exemple, l'Assemblée Nationale a invité une troupe de théâtre du pays à monter une pièce – dans plusieurs langues nationales – expliquant le rôle parlementaire dans les stratégies nationales de réduction de la pauvreté. Le spectacle a été enregistré et retransmis par des stations de radio locales pour sensibiliser autant d'habitants en milieu rural que possible. Dans certains cas, des clubs de radio (groupements villageois qui partagent une radio) ont animé des discussions sur le message contenu dans l'émission.

## LA SENSIBILISATION AU NIVEAU INSTITUTIONNEL COMME FONDEMENT DE L'ÉDUCATION CIVIQUE

Outre le fait qu'elle sert de source neutre d'information sur des politiques et des initiatives particulières, une campagne de sensibilisation menée par l'ensemble du parlement pourrait contribuer à éclaircir publiquement le rôle de la législature au sein du gouvernement national. Dans ces régions où le rôle et le pouvoir du législatif sont des concepts relativement nouveaux ou encore inconnus de l'ensemble de la population, des efforts coordonnés pour communiquer les réalisations en matière de lutte contre la pauvreté du législatif ou pour rendre la pratique parlementaire plus transparente est le moyen le plus efficace de montrer le rôle du parlement dans ces points qui affectent vie de tous les jours des citoyens. Une sensibilisation officielle ou institutionnalisée par le pouvoir législatif permet de donner aux citoyens des informations sur le processus législatif. Elle permet également de montrer que le parlement représente les besoins des électeurs et cherche des solutions aux problèmes compliqués de la qualité de vie.

CHAPITRE CINQ

# La sensibilisation par les commissions

Les parlementaires qui veulent communiquer en détail avec le public sur un thème d'intérêt particulier constatent souvent qu'une telle sensibilisation est plus efficace lorsqu'elle est menée par des commissions ou autres groupes de partis, comités ou groupes de travail thématiques. Ces groupes, qui traitent d'une question particulière, sont non seulement bien placés pour appliquer les renseignements recueillis auprès du public, aux futures lois ou aux activités de contrôle, mais ils ont également le plus d'expertise pour discuter des politiques nouvelles ou des réformes prévues. Ce chapitre étudie les dispositifs de sensibilisation des commissions et autres groupes de travail qui aspirent à recueillir des informations d'acteurs compétents sur l'impact des politiques passées et futures, ou qui souhaitent donner au public des renseignements détaillés dans un domaine particulier de la politique du gouvernement.

**APERÇU D'UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION SUR UNE QUESTION UNIQUE**

**Audiences ciblées**: Les experts du domaine d'intérêt ; les couches de la population qui s'intéressent à certaines questions ou politiques (familles séropositives, agriculteurs, hommes d'affaires) ; les médias.

**Convient le mieux à**: Une campagne de sensibilisation où une certaine expertise s'impose, comme par exemple la collecte d'information sur un point précis, la publication d'information relative à des politiques ou la description de leur impact.

**Avantages**: Les commissions et les autres groupes spécialisés ont les informations précises les plus à jour et sont souvent les mieux placés pour appliquer le plus rapidement le retour d'information du public ou des informations nouvelles.

**Communicateur(s)**: Présidence, membres et personnel des commissions ; autres groupes spécifiques tels les commissions ad hoc, les sous-commissions, les groupes de travail parlementaire ou des comités de partis traitant d'une question particulière.

## ATTRIBUTIONS OFFICIELLES DES COMMISSIONS : LA COLLECTE DE L'INFORMATION ET LES ARCHIVES NATIONALES

En tant qu'organes traitant de thèmes particuliers au sein du parlement, les commissions jouent un rôle crucial en exécutant des fonctions législatives fondamentales. Supposons par exemple, que dans une initiative visant à accroître le nombre d'enseignants des écoles primaires en milieu rural, la Commission pour l'éducation étudie un projet de loi qui établira un centre de formation pour enseignants. Un examen exhaustif de cette proposition de loi demanderait que les membres de la Commission obtiennent suffisamment d'informations pour répondre aux questions suivantes :

- Quels sont les domaines de l'enseignement en milieu rural qui demandent une attention particulière en ce moment (quel est l'objet attendu du projet de loi) ?
- Les experts de l'enseignement sont-ils convaincus que la législation proposée résoudra les problèmes actuels d'une manière efficace et durable (le projet de loi dans sa forme présente atteindra-t-il ses objectifs) ? Sinon, quels sont les autres choix ?
- Quelles sont les implications financières du projet de loi ?

Dans ces cas où les parlements ont des capacités humaines et financières limitées, les audiences

parlementaires pourraient constituer le mécanisme le plus efficace pour obtenir l'information nécessaire. Les audiences de commissions se déroulent comme des réunions officielles au cours desquelles il est demandé à des experts de donner des informations sur un point particulier ou de faire une analyse d'une initiative de politique envisagée. Les audiences peuvent aussi servir à obtenir l'opinion des citoyens ordinaires qui seront affectés par le projet de loi – dans notre étude de cas, les élèves/étudiants et les enseignants susceptibles de bénéficier de la construction du centre de formation. D'autre part, les délibérations ou les résultats d'une audience parlementaire font partie des archives publiques et peuvent être diffusées au moyen d'une couverture médiatique, des publications parlementaires ou des communiqués de presse donnés par des membres ou la présidence des commissions. Un exercice de collecte d'information peut aussi servir de mécanisme par lequel la commission peut témoigner de son engagement actif dans les questions de politiques à adopter.

**Audiences de commission pour étudier le problème**

En prévision de son examen du projet de loi portant sur l'établissement d'un centre de formation pour enseignants, la Commission pour l'éducation pourrait vouloir recueillir des informations supplémentaires sur la situation actuelle de l'enseignement en milieu rural. Une éventualité serait de tenir une audience et d'inviter :

- Un représentant du ministère de l'Education pour présenter des informations sur le nombre actuel et la répartition des enseignants du primaire comparés au nombre d'enfants d'âge scolaire.
- Un représentant de l'Union nationale des enseignants pour présenter des données sur les besoins de formation et les programmes actuels pour les enseignants d'école primaire.
- Un expert national ou international pour évaluer l'impact qu'aura un nombre supplémentaire d'enseignants en milieu rural (en plus des experts de l'éducation nationale, le PNUD et d'autres organisations internationales pourraient fournir des données issues de leur expérience pour des études comparatives).

**MÉTHODE PEU COÛTEUSE D' OBTENIR DE L'INFORMATION**

Un moyen qui permet de surmonter les difficultés associées aux ressources humaines et financières limitées consiste à organiser des audiences et à exiger des séances d'information pour obtenir les renseignements nécessaires. En invitant des experts externes et des représentants des organismes et des ministères compétents à faire un exposé sur un thème donné, les MP peuvent recueillir dans un lieu central et accessible aux législateurs, des informations de sources externes et sans que cela ne leur coûte grand-chose.

Quelle soit organisée par le personnel parlementaire ou par un autre personnel auxiliaire, une audience parlementaire qui se veut d'être efficace doit permettre aux parlementaires de faire appel à la communauté des décideurs qui possèdent des informations bien précises sur le problème. Dans ces situations où les rapports entre le législatif et la société civile ou entre le législatif et l'exécutif ont été traditionnellement compliqués, une préparation et une bonne organisation peuvent faciliter un échange plus positif et constructif. Dans un tel cas, les membres et le personnel responsables d'organiser l'audience prêteront une attention particulière à :

- Définir le format de l'audience, les règles de procédure des discussions et le temps réservé aux différentes parties de l'audience. Si la présidence de l'audience n'a pas été définie au préalable par le règlement législatif – comme dans le cas d'un comité électoral non-officiel et thématique – un président devra être désigné.
- Prévoir d'élaborer d'avance des documents d'information pour les MP. S'assurer que ce matériel est facile d'accès et a été conçu en tenant compte de l'emploi du temps très chargé des parlementaires.
- Identifier et inviter les orateurs compétents. Il s'agira généralement des représentants des ministères et des organismes compétents, des laboratoires à idées, des universitaires, la société civile et des experts-cadres.
- Définir le rôle de chaque orateur et établir les attentes mutuelles, les objectifs et les limites de temps. Les experts devraient adapter leurs exposés aux besoins de l'audience. A cet effet, il

serait peut-être nécessaire que les témoins soient instruits par le personnel de la commission avant l'audience.

- Réserver le temps nécessaire pour les questions et les discussions. Décider qui animera cette partie de l'audience.
- Etablir un plan de couverture médiatique. Une couverture par les médias de l'audience permettra-t-elle d'illustrer l'intérêt qu'accordent les MP à la lutte contre la pauvreté ou exposera-t-elle leur manque de connaissances des programmes et des stratégies en vigueur ?
- Confirmer la participation des présentateurs et l'emploi du temps de la commission.

**LA COMMUNAUTÉ INTERNATIONALE DE DÉVELOPPEMENT EN TANT QUE RESSOURCE POUR LE LÉGISLATIF**

Les membres de la communauté internationale de développement constituent une source précieuse d'information pour les thèmes abordés par les MP lors des audiences. Les organismes internationaux comme les organes des Nations Unies possèdent non seulement une expertise professionnelle mais aussi des années d'expérience sur le terrain. Ces organismes ont souvent mis au point d'importantes informations de comparaison par pays et pourraient offrir des outils et les mécanismes qui ont réussi dans des situations semblables. Dans de nombreux cas, des organisations particulières ou le mandat du personnel correspond directement à la lutte contre la pauvreté. Pour avoir accès à l'information disponible à travers la communauté internationale de développement, les MP pourraient envisager d'inviter ces organisations à offrir des témoignages pendant les audiences. Le PNUD est responsable de la coordination et du suivi des OMD. Pour certains objectifs toutefois, des renseignements supplémentaires pourraient être obtenus auprès des organismes de l'ONU suivants :

*La faim.* Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO)

*L'équité des sexes/promotion de la femme.* Fonds de développement des Nations Unies pour la femme (UNIFEM)

*Jeunesse.* Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF)

*Environnement.* Fonds des Nations Unies pour l'environnement (FNUE)

*Santé, VIH/sida. Programme mixte des Nations Unies pour le VIH/sida*

- Prévoir de demander aux témoins de soumettre une copie écrite de leur témoignage pour distribution aux MP et, au besoin, aux services d'information du parlement. C'est un moyen peu coûteux de garantir un accès public aux informations sur les délibérations.

**Audiences de commissions pour évaluer l'impact**

Si la Commission pour l'éducation estime avoir recueilli suffisamment d'information sur les défis qui se posent à l'enseignement primaire en milieu rural, elle doit néanmoins également évaluer l'impact éventuel de la législation proposée, pour définir quelle suite lui donner : soumettre le projet de loi à l'assemblée pour délibérations et vote par l'ensemble du parlement, recommander des modifications à la loi ou recommander que le projet de loi soit adopté. A ce stade, la Commission pour l'éducation pourrait envisager de tenir une audience publique au cours de laquelle :

- Un représentant du ministère de l'Education fait l'analyse de l'impact anticipé et de la durabilité du programme de formation proposé.
- Des membres civiques ou des ONG de la communauté de l'enseignement offrent leurs vues sur l'efficacité des programmes antérieurs de formation pour enseignants sur le plan du recrutement et de la performance .
- Un représentant de l'association des enseignants d'écoles primaires discute des options pour un programme de formation d'enseignants basé sur l'expérience d'organisation.

Inviter des experts et les citoyens concernés à présenter des analyses donne à la Commission la possibilité d'avoir des informations et des opinions très variées. L'union des enseignants par exemple pourrait penser qu'une formation supplémentaire n'augmentera pas le nombre de professeurs en milieu rural si le problème de salaires insuffisants n'est pas également adressé. Par ailleurs, non seulement les audiences contribuent à un processus de décision plus efficace, mais elles offrent également à la Commission l'occasion de communiquer avec des acteurs politiques et des responsables de l'action gouvernementale.

### L'éducation du public relative à des problèmes particuliers : Campagnes de sensibilisation ou de prise de conscience

Les réformes de politiques économiques nationales, notamment tout changement du contrôle des prix, du régime fiscal ou l'accès public aux services sociaux, touchent les citoyens directement. Par conséquent, les décisions d'entreprendre des réformes sont non seulement délicates sur le plan politique mais elles peuvent aussi susciter un mécontentement et des troubles populaires s'il y a eu peu d'information publique visant justifier la mesure.

Pour modérer une telle réaction, les MP (et en particulier ceux du parti ou de la coalition au pouvoir) peuvent jouer un rôle important en diffusant des informations publiques sur l'impact des réformes prévues avant de les exécuter. Par exemple, bien que les électeurs n'accueilleraient jamais favorablement la suppression du contrôle des prix de l'essence et du gaz, une discussion publique sur les raisons de l'élimination et les avantages potentiels à moyen terme (réserves supplémentaires d'essence ou des queues moins longues à la pompe) pourrait diminuer la virulence de la réaction populaire. Des sondages d'opinion ont révélé que dans de nombreux pays les habitants sont plus aptes à appuyer ou accepter des réformes économiques qui demandent un sacrifice s'ils en comprennent la nécessité.

Les commissions ou autres groupes thématiques auront l'occasion d'entreprendre des campagnes de sensibilisation ou de prise de conscience publique sur des domaines d'intérêt multiples. A cet effet, il serait utile de retenir trois catégories :

- Des législations techniques ou des réformes économiques qui affectent directement le pouvoir d'achat ou la qualité de vie de la population : taxe de la valeur ajoutée (TVA), libéralisation des prix, réévaluations de la monnaie.
- Des problèmes ou des mesures au niveau régional nécessitant une prise de conscience du public pour leur être d'une utilité quelconque : emplois ou programmes de formation, secours en cas de catastrophe naturelle, mise en valeur des infrastructures.
- Des problèmes sur le plan national qui touchent une majorité de la population et qui pourraient être résolus par une sensibilisation publique plus poussée : VIH/sida, mesures d'aide en cas de famine, santé des enfants.

Alors que ces types de campagnes d'information publique s'efforcent de toucher autant de citoyens que possible, l'emploi de méthodes créatrices et personnelles de sensibilisation montre que les MP se préoccupent des besoins des citoyens. Ces techniques peuvent inclure :

- Des réunions municipales (ou causeries de villages) pour discuter et répondre aux questions sur les effets attendus de la réforme.
- Des émissions ou des retransmissions des délibérations en comité à la radio locale ou régionale.
- Des campagnes d'information publique

Les campagnes de sensibilisation destinées à informer la population des nouveaux services sociaux qui sont disponibles adopteront un ton différent de celui utilisé pour prévenir la population de l'augmentation prochaine de certains prix. Dans les deux cas toutefois, la campagne devrait inclure un certain nombre d'éléments fondamentaux à savoir :

- Un message clair et concis : « Le prix de l'électricité augmentera le mois prochain, mais nous sommes convaincus que le réseau électrique national fonctionnera plus régulièrement » ou « des tests de VIH/sida sont maintenant disponibles dans un local privé du Centre de Santé du Nord.
- Des porte-parole bien versés sur la question et qui ont été préparés pour faire des déclarations qui ne contredisent pas les discours prononcés simultanément par d'autres députés.
- Des informations concrètes pour appuyer les affirmations formulées (anecdotes sur d'autres denrées disponibles qui ont aussi été l'objet d'une libéralisation des prix, des cartes illustrant les sites des nouveaux centres médicaux).
- Des renseignements sur où se procurer des informations supplémentaires (dépliants, personne à contacter auprès d'un organisme).

- Activités publiques/publicité (visites des MP sur les chantiers de construction, entrevues avec les MP et les bénéficiaires des nouveaux projets).
- Couverture médiatique.

### APPLIQUER L'EXPERTISE AUX PROBLÈMES DE LA COMMUNAUTÉ DE BASE

Pour beaucoup de citoyens, la pauvreté semble avoir des solutions très simples, par exemple : de l'eau courante, des écoles locales, des vaccins et de l'électricité. D'un point de vue législatif toutefois, ces solutions « simples » demandent souvent des décisions techniques compliquées : Assurer un approvisionnement en eau salubre, choisir la langue d'instruction dans une région aux ethnies diverses, autoriser des techniques de stérilisation pour les aiguilles, ou coordonner l'emplacement des infrastructures électriques. En plus, les décideurs doivent hiérarchiser la priorité des demandes compte tenu des ressources extrêmement limitées. Devoir faire avancer ces réformes anti-pauvreté le long des rouages de la procédure législative rend ces décisions techniques encore plus compliquées. Même si les citoyens sont souvent mécontents de la lenteur des réformes, un dialogue avec les députés peut contribuer à les éduquer sur le caractère complexe des politiques nationales. D'autre part, l'aptitude d'une commission ou d'un groupe thématique à parler avec expertise avec les citoyens concernés et la société civile sur des problèmes particuliers du développement permet de démontrer que le parlement est engagé à améliorer le niveau de vie de la population. Illustrer la préoccupation du parlement de l'impact que différentes décisions techniques ont sur la vie des citoyens permet aussi de renforcer la notion que même étant un investissement considérable en temps, les travaux en comités et le suivi du législatif contribuent à améliorer la qualité des programmes de réformes nationales.

CHAPITRE SIX

# La sensibilisation par les groupes parlementaires de partis

Qu'ils soient membres de la coalition au pouvoir ou d'un parti de l'opposition, les groupes des partis politiques (comités électoraux , factions ou fractions) du parlement sont susceptibles de se trouver impliqués, sous une forme ou une autre, dans une sensibilisation publique de lutte contre la pauvreté. Les MP du parti au pouvoir pourraient être appelés à adopter ou promouvoir les programmes de réduction de la pauvreté du gouvernement. De leur côté, les dirigeants du parti de l'opposition dépendront de leurs groupes au parlement pour susciter l'intérêt du public pour leurs réformes. La sensibilisation publique du pouvoir législatif à l'égard de toute question regardant la « qualité de vie » est incontestablement l'un des moyens les plus efficaces pour un parti de démontrer que ses responsables élus se soucient des problèmes qui touchent directement les électeurs.

**APERÇU DE LA CAMPAGNE DE SENSIBILISATION D'UN GROUPE PARLEMENTAIRE DE PARTI**

**Audiences ciblées** : Les couches de la population susceptibles d'appuyer le parti qui mène la campagne. Les citoyens qui sont encore indécis quant au parti qu'ils vont supporter. Les médias.

**Convient le mieux pour** : Informer les électeurs éventuels de l'engagement du parti dans les efforts de lutte contre la pauvreté ou pour illustrer l'habilité du parti à résoudre des problèmes.

**Avantages** : Les électeurs sont plus susceptibles de réagir à un message de parti sur les thèmes de la pauvreté et du niveau de vie. Les partis avec une plateforme qui traite des problèmes du développement sont déjà préparés à communiquer ces objectifs aux citoyens.

**Communicateur(s)** : Dirigeants des groupes parlementaires du parti, groupes de membres, personnel des groupes du parti ou personnel des dirigeants des groupes, porte-parole du parti au sein du parlement pour la question a débattre.

## ELABORATION D'UNE PLATEFORME ET COORDINATION DES GROUPES PARLEMENTAIRES AVEC LE PARTI

L'établissement d'une plateforme politique de parti qui comprend les objectifs pour la réduction de la pauvreté et d'autres problèmes de développement constitue le fondement de la plupart des efforts de sensibilisation parlementaire des groupes de partis. Avant de pouvoir organiser des activités visant à transmettre le message du parti, les dirigeants eux-mêmes des groupes doivent être clairs quant au contenu de ce message. La plateforme politique du parti – essentiellement l'énoncé exhaustif et public de son idéologie et de ses objectifs de politiques – peut servir de feuille de route pour garantir que les activités de sensibilisation des groupes du parti sont sur le droit chemin. Par exemple, si un parti de l'opposition a fait d'un plus grand accès aux soins de santé, l'élément prépondérant de sa plateforme, les membres des groupes des groupes du parti au sein du parlement peuvent être certains qu'une campagne visant à promouvoir leurs propres recommandations pour un meilleur accès aux soins de santé bénéficiera au parti en renforçant l'idée que ce dernier se soucie de la santé des citoyens.

Une fois que le message est clair, les activités des groupes du parti peuvent être façonnées pour transmettre le message du parti aux citoyens et aux électeurs. Dans certains cas, les groupes du parti au parlement seront plus efficaces s'ils mettent à profit les ressources de leur propre parti.

**STRATÉGIES DE COORDINATION AVEC LE PARTI**

Bien entendu, aucune plateforme politique ne pourra aborder chaque réforme ou chaque dossier du développement. Si la plateforme du parti ne donne pas de direction sur un problème en instance ou une proposition de réforme, les groupes parlementaires du parti pourraient tenter de coordonner leurs efforts avec l'ensemble du parti pour définir une position harmonieuse au moyen de l'approche suivante :

- Réunions périodiques des groupes du parti
- Coordination entre les groupes parlementaires et le leadership
- Coordination des groupes du parti à travers le cabinet ou les structures de l'opposition
- Désigner/cultiver des porte-parole parlementaires pour des dossiers du développement
- Fournir un appui en personnel ou autre aux MP du parti dont les activités renforcent le parti

- **Bulletins d'information du parti :** Si le parti publie déjà un bulletin ou une autre revue pour destiné ses membres, il pourrait réserver une rubrique au groupe parlementaire. Cette approche permet d'illustrer que les représentants élus poursuivent activement les objectifs du parti. Par exemple, un article d'un groupe du parti pourrait décrire en détail les efforts de ses membres pour promouvoir une réforme des soins de santé par l'intermédiaire de la Commission sur la santé ou le développement.

- **Bureaux régionaux et représentations locales du parti :** De nombreux partis ont établi des bureaux et des représentations régionales à l'extérieur de la capitale. Utilisés souvent comme siège de campagne électorale lors des élections nationales ou locales, ils peuvent aussi servir de locaux pour les activités de sensibilisation régionale des MP. D'autre part, les visites des parlementaires permettent au bureau du parti d'illustrer que les élus nationaux du parti se soucient du bien-être des citoyens locaux.

- **Responsables élus au niveau local :** L'organisation de visites publiques (visites sur le terrain ou réunions municipales) avec les responsables élus du parti au niveau local est un autre moyen utile de démontrer l'engagement du parti. Par ailleurs, des entretiens avec les responsables locaux compétents, avant la visite ou la réunion, permettront aux MPs qui souvent n'ont pas l'occasion de passer beaucoup de temps dans la région, de situer certains aspects du dossier.

- **Les MP individuels** : Les parlementaires qui ont été élus à partir de la liste du parti sont particulièrement réceptifs aux stratégies de communication du parti. Leur bonne volonté d'organiser ou de participer aux campagnes de sensibilisation du parti peut être aussi un autre moyen de démontrer leur engagement envers les priorités du parti tels qu'elles sont énoncées dans la plateforme.

### COMMENT UTILISER LES MÉDIAS A SON AVANTAGE

Même quand la positions ou les messages du parti sur des problèmes particuliers du développement sont clairs, les partis et les groupes parlementaires doivent collaborer avec les représentants des médias pour communiquer leurs positions au grand public.

Les MP du parti au pouvoir seront souvent appelés à expliquer ou à gagner l'appui du public pour des réformes récentes ou projetées. Les MP du parti de l'opposition quant à eux, auront souvent pour tâche d'articuler des politiques alternatives et démontrer la viabilité du leadership de leur propre parti en s' engageant dans les dossiers prioritaires principaux. Ces deux types de groupes parlementaires pourraient coordonner cette sensibilisation sur le plan:

- *Géographique* : Si les MP sont élus à partir de circonscriptions électorales.
- *Thématique* : Si certains MP sont connus pour leur engagement envers des dossiers particuliers.
- *Des compétences* : Si certains membres sont de bons orateurs ou rédacteurs on pourrait leur demander de donner des entrevues ou de rédiger des articles de presse.

### Communiquer les réformes

Les parlements peuvent atténuer la réponse du public aux réformes en informant la population au préalable de la nature et de l'impact des mesures macroéconomiques. Bien que constituant une activité moins attirante politiquement -- surtout pour les partis

de l'opposition-, les efforts des MP pour rendre public des politiques prévues de hausse de la TVA ou de suppression du contrôle des prix, contribueront à créer une population mieux informée. Même si un accès à l'information n'empêche pas le public d'être mécontents des réformes économiques, il peut néanmoins contribuer à atténuer les chances de réactions sévère. Dans les pays connus pour leurs troubles civiles lors des périodes d'inflation ou de transition économique, les MP du parti au pouvoir peuvent contribuer à une mise en œuvre sans heurts des réformes économiques en s'assurant que leurs électeurs ont été informés de la date et de la nature des réformes. Les MP peuvent aussi prendre le devant en expliquant les conséquences possibles et les avantages anticipés des réformes, ce qui permet de préparer le public au changement et de donner un caractère plus prévisible à ces initiatives.

**Cabinets fantômes**

Les partis de l'opposition peuvent établir un cabinet fantôme en créant des postes ministériels identiques à ceux du gouvernement au pouvoir. Cette démarche non seulement permet à l'opposition de désigner officiellement les membres qu'elle choisirait pour créer un cabinet, mais aussi d'attribuer à certains membres la responsabilité des différents dossiers. Leurs collègues au parlement, ainsi que les journalistes et les acteurs civiques sauront alors que, par exemple, le ministre « fantôme » de la santé sera responsable d'articuler la position du parti concernant les cliniques en milieu rural ou l'approvisionnement en nouveaux médicaments. Les partis de l'opposition pourront ainsi afficher leur position politique et présenter leur parti comme viable alternative au régime au pouvoir. Dans le cadre du programme de réduction de la pauvreté, un membre d'un « ministère fantôme » pourrait être assigné à chacun des groupes thématiques du DSRP établis par la Commission nationale du DSRP.

Une fois formé, un cabinet fantôme est un outil efficace pour communiquer que le parti est engagé à résoudre les problèmes qui affectent directement le niveau de vie des populations. Des réunions régulières du cabinet fantôme permettent d'élaborer des stratégies sur les priorités des efforts de sensibilisation et de coordonner les activités. Les choix possibles de sensibilisation sont :

- Des visites sur le terrain en groupe : les ministres fantômes de l'agriculture et des affaires étrangères pourraient visiter un chantier de construction d'infrastructures financé par le PNUD pour analyser son impact et manifester leur appui.
- La diffusion périodique de nouvelles : le ministre fantôme de l'éducation pourrait distribuer un communiqué de presse ou un bulletin d'information mensuel décrivant les réformes en matière d'enseignement proposées par le parti ou documentant des projets ayant réussi dans leurs propres districts.
- La mobilisation des médias : de par la nature cohérente, les cabinets fantômes permettent aux médias de la localité de couvrir la position de l'opposition plus efficacement en établissant des points réguliers de contact.

**COORDINATION DES GROUPES DU PARTI : UN OUTIL DE STRATÉGIE**

Les groupes du parti constituent une excellente unité organisationnelle par lequel coordonner la sensibilisation législative en matière de pauvreté pour les raisons suivantes : les groupes du parti sont extrêmement efficaces pour organiser les actions des membres les plus visibles du parti. Des réunions de groupes ou des séances d'information des dirigeants des groupes de parti, si elles ont lieu régulièrement, aident les membres à prendre des décisions à caractère politique et des actions publiques qui renforcent aussi bien le message, que l'image du parti. Encore plus important, elles aident même les membres les plus nouveaux à éviter de faire des déclarations en public contraires à la plateforme du parti, situation qui pourrait embrouiller l'image publique du parti. Bien qu'une sensibilisation du public sur les dossiers de lutte contre la pauvreté soit l'une des applications les plus utiles de la coordination des groupes parlementaires du parti, les membres s'apercevront que beaucoup d'autres mécanismes mis au point pour résoudre la pauvreté sont tout aussi utiles pour éclaircir la position du parti sur d'autres dossiers qui intéressent également les électeurs.

CHAPITRE SEPT

# Efforts individuels pour communiquer avec les electeurs

Alors que la pauvreté affecte l'ensemble du pays, son impact est ressenti différemment dans chaque région ou district. A cet effet, les parlementaires individuels s'apercevront que leurs efforts de sensibilisation ont le plus de portée lorsqu'ils ont été conçus spécifiquement pour répondre aux besoins et aux circonstances au niveau local.

Une sensibilisation individuelle et adaptée sur la pauvreté comprend nombre d'activités destinées à rehausser la communication dans les deux sens sur les besoins de la communauté, les initiatives de développement au niveau de la circonscription électorale, l'impact local des programmes nationaux de réduction de la pauvreté ou l'accès aux ressources nationales et internationales pour le développement. Dans les pays où le MP constitue la seule représentation politique d'un nombre important de citoyens de circonscriptions électorales démographiques ou géographiques particulières, la communication avec la circonscription est encore plus cruciale.

### LE SAVOIR C'EST LE POUVOIR : RECUEILLIR DES INFORMATIONS SUR VOTRE CIRCONSCRIPTION ÉLECTORALE

Une bonne connaissance de sa circonscription sert non seulement à identifier et à traiter des dossiers qui intéressent le plus les électeurs, mais aussi à définir les activités de sensibilisation qui sont les plus susceptibles d'aboutir aux résultats souhaités. Heureusement, la collecte de cette information ou des diagnostiques au niveau de la communauté constitue également une forme de sensibilisation lorsqu'elle est menée de manière à promouvoir une communication dans les deux sens : du MP au citoyen et du citoyen au MP.

**APERÇU DE LA SENSIBILISATION INDIVIDUELLE**

**Audiences ciblées** : Essentiellement des circonscriptions électorales géographiques, démographiques ou thématiques ainsi que les acteurs de la société civile du district.

**Convient le mieux pour** : Informer les électeurs des efforts de MP individuels pour réduire la pauvreté au niveau local, présenter des réformes récentes qui auront un impact local ou recueillir de l'information sur les besoins et les préoccupations de la communauté.

**Avantages** :Un contact régulier avec les électeurs augmente non seulement les chances des MP d'avancer sur le plan politique, mais aussi de représenter leurs circonscriptions plus efficacement (étant donné qu'ils comprennent mieux les besoins de la localité) et de prouver leur valeur pour le parti.

**Communicateur(s)** : Bien entendu les membres eux-mêmes, mais aussi les membres du personnel du bureau individuel ou des activistes du parti au niveau local.

### Une communication dans les deux sens pour identifier les besoins et les caractéristiques au niveau local

Des activités d'évaluation participative, telles que les réunions municipales, des réunions publiques ou des discussions de groupe, peuvent être organisées pour enquêter sur un problème d'importance aux citoyens, au MP ou à son parti Politique. Pour rendre une activité participative, il suffit de désigner un « espace » où le MP et les citoyens peuvent s'exprimer sur les problèmes qui les tiennent à cœur. Il ne s'agit pas d'un exposé donné par le MP ou de la liste détaillée des doléances des citoyens. L'établissement d'un site permanent dans lequel de tels échanges deviennent la norme contribue à réduire la pauvreté en permettant au gouvernement de prendre conscience des

besoins locaux, et aux citoyens, des initiatives de réduction lde a pauvreté et des ressources disponibles.

Pour avoir une idée claire des conditions de pauvreté locale et des priorités, le MP pourrait envisager de discuter des thèmes suivants avec différents groupes de citoyens :

- Quels événements ou changements récents ont eu le plus d'impact sur les citoyens ? L'impact a-t-il été positif ou négatif ?
- Quel est l'aspect de leurs conditions de vie qui préoccupe le plus les populations dans cette région ? Qu'est-ce qui marche bien ? Quels sont les points sur lesquels la population est le plus concernée ou déplore le plus ?
- Quels sont les objectifs poursuivis par les responsables et les citoyens au niveau local pour l'année à venir ? Quelles sont les priorités locales ?

Un MP qui connaît bien les caractéristiques démographiques ou autres de sa circonscription pourra plus facilement identifier les dossiers ou les initiatives du gouvernement qui auront le plus d'impact sur ses électeurs. Par exemple, si une région à une population où les moins de quinze ans sont fortement représentés, elle bénéficiera davantage des programmes de santé pour enfants, que de ceux destinés aux personnes âgées telle que la construction d'hospices. Les éléments essentiels à analyser sont les suivants :

- La proportion de jeunes ou de personnes âgées.
- Les groupes ethniques, linguistiques ou religieux dominants.
- Les principales institutions tous secteurs confondus (privés, publics et socioculturels).
- Les principales infrastructures de transport et de communication.

**LES MP POURRAIENT SE RÉUNIR AVEC LES GROUPES SUIVANTS POUR DISCUTER DES PRÉOCCUPATIONS LOCALES**

- Les responsables locaux
- Les chefs traditionels
- Les chefs d'entreprise
- Les citoyens
- Les syndicats
- Les chefs religieux
- Les agriculteurs
- Les organisations de la société civile

- Les ressources naturelles.
- Les dangers au niveau de la communauté (les décharges, les réseaux d'assainissement, la pollution des usines).

Plus un MP aura des informations diverses sur la conscription électorale, et plus il ou elle pourra l'utiliser à son avantage ou celui de ses électeurs.

Une communication et interaction ouvertes avec les électeurs permettront d'obtenir des informations considérables qui illustreront comment les citoyens sont affectés par un tel problème. Que ce soit des réunions spontanées sur la place du marché ou au niveau de la communauté, ou bien lors des heures de bureau et des réunions officielles organisées pour discuter des problèmes au niveau local, un dialogue accru entre le MP et les citoyens aide les parlementaires à voir comment les problèmes de la pauvreté affectent le quotidien de leurs électeurs. Les MP pourraient envisager de rechercher deux types d'information : des renseignements détaillés sur la façon dont la population a été touchée par un problème (information qualitative) et des détails sur le nombre de personnes affectées par un problème (information quantitative).

En complément de l'information qualitative, des données quantitatives sur le nombre ou la proportion d'électeurs qui font face à un certain problème peuvent simultanément devenir le point le plus solide pour arguer pour davantage de développement dans une région et, l'information la plus difficile à obtenir. Si 75 % des ménages de la localité doivent chaque jour faire des kilomètres à pied pour aller chercher de l'eau potable, le MP a là un excellent argument pour demander des infrastructures supplémentaires régionales d'approvisionnement en eau.

Bien qu'il faut énormément de ressources pour effectuer des recherches qualitatives officielles, les MP peuvent obtenir ce type de données auprès des bureaux de statistiques des ministères à partir d'études statistiques menées par la communauté internationale de développement. Par exemple, souvent dans le cadre du DSRP, la Banque mondiale finance des collectes de données à l'échelle nationale qui peuvent être disponibles aux parlementaires. De même, les rapports sur le développement humain du PNUD et l'appui du FNUAP (Fonds des Nations Unies pour la population) pour les recensements au niveau du pays

fournissent des données qui pourraient être utiles aux MP. Par exemple, les chiffres sur le taux de scolarisation et d'alphabétisation peuvent être obtenus auprès du site Internet de la division des statistiques des Nations Unies (disponible auprès de: http://unstats.un.org/unds/default.htm) Par ailleurs, une carte des ressources ou des initiatives de développement dans un district pourrait avoir été élaborée par une ONG locale. (Pour des coordonnées de sites web et de plus amples informations, veuillez consulter la liste des références à la fin de ce document).

**Information aidant à identifier les mécanismes adaptés de sensibilisation ou de communication**

Les renseignements afférents à une circonscription électorale aident non seulement un MP à répondre aux besoins des électeurs à travers des systèmes législatifs, mais aussi le législateur à définir le meilleur moyen de communiquer des informations faciles à comprendre aux électeurs. Par exemple, si une grande majorité des habitants d'une région sont analphabètes, la campagne de sensibilisation devra dépendre des médias audiovisuels ou des visites sur le terrain pour communiquer avec les électeurs. Les renseignements et les questions que les MP pourraient envisager avant d'élaborer une stratégie de communication sont les suivants :

- Les courantes sources d'information sur les programmes de réduction de la pauvreté sur le plan national et local (radio, collectivité locale, chefs traditionnels, membres des organisations internationales de développement).
- Les préférences locales quant à l'obtention d'information (chefs traditionnels, porte-parole du gouvernement, les médias, visites sur le terrain).
- Le rôle des différents groupes de la population (hommes, femmes, jeunes) dans le processus décisionnel ou de collecte de l'information (par exemple le taux d'alphabétisation des hommes et des femmes).
- Lieux de réunion de la population.
- Les organisations communautaires ou les ONG dans le district.
- Les sites de projets d'auto assistance ou d'autres projets.
- Sites de sensibilisation potentiels ou site d'un bureau de district.

**La gestion d'information sur la circonscription**

Les MP qui ont pris le temps de recueillir des données concernant leurs circonscriptions voudront organiser cette information afin de pouvoir l'utiliser aussi souvent que possible. Cette gestion peut revêtir des formes multiples :

- Etablissement d'un système de classement de documents. Ces documents peuvent être tenus dans le bureau du député au parlement ou sur le terrain

**MÉTHODE CRÉATIVE D'ENQUÊTE**

L'identification des priorités de la communauté dans des délais assez limités est difficile dans les districts où le taux d'alphabétisation est faible. Utiliser des groupes cibles ou des discussions organisées est une possibilité ; toutefois, d'autres types d'activités peuvent s'avérer plus efficaces pour obtenir l'information recherchée en fonction du contexte socioculturel. Considérons le scénario suivant:

Pour mieux représenter sa circonscription électorale, un député d'un district rural extrêmement pauvre avec peu d'expérience en participation politique voulait savoir où elle devait concentrer ses efforts : promouvoir une route d'accès ou la construction de puits. Pour résoudre ce dilemme, le MP organisa une série de réunions de collecte d'information inspirées de méthodes de communication traditionnelles locales. Elle demanda à 15 personnes de chaque groupe de se réunir dehors. Une fois dehors, elle plaça par terre un panier (représentant la route d'accès et le commerce) et un bol d'eau (pour représenter l'eau de puits). Elle dessina un cercle autour de chaque objet et donna à chaque personne deux cailloux. Elle demanda ensuite à tous les participants de placer un caillou dans chaque cercle en faisant attention car, expliqua-t-elle « plus le caillou est près du centre du cercle, plus cela signifie que vous accordez une plus grande valeur à l'objet ». A la fin de l'activité, l'emplacement des cailloux a indiqué clairement quel projet était plus important pour l'ensemble des groupes.

Ces méthodes d'obtenir des informations ne se prêtent pas à tous les pays ou à toutes les circonscriptions. Mais dans des situations où l'insuffisance d'alphabétisation, les langues multiples ou le manque d'expérience de participation au processus démocratique font que la communication est un problème, des approches créatives comme celle-ci permettent aux citoyens de partager des informations utiles d'une façon qui les mette à l'aise et qui soit utile au MP.

Dans les deux cas, les données doivent être classées systématiquement par région, dossier, date, nom ou autre rubrique nécessaire. Les renseignements doivent être d'un accès facile.

- Etablissement d'un système de classement portable. Même si moins complet qu'un système de classement de bureau fixe, les dossiers portables (tenus dans une large serviette ou malle) sont utiles quand les MP se déplacent régulièrement entre la capitale et la circonscription ou lorsque le MP n'a pas de personnel dans le district.
- S'il y'a accès à un ordinateur, la création les fichiers électroniques permettra de mettre facilement à jour les renseignements concernant les circonscriptions électorales et l'usage du courrier électronique permettra aussi de partager l'information entre les bureaux de la capitale et ceux des districts.
- L'usage de formulaires pour enregistrer les données recueillies lors des différentes activités. L'emploi de formulaires uniformisés (voir Appendice III) permet aux MP et au personnel de se familiariser plus vite avec le contenu des dossiers.

**COMMENT SE PRÉPARER POUR RÉPONDRE AUX QUESTIONS DU PUBLIC**

Les MP en visite dans les districts et circonscriptions devront s'attendre à ce que les citoyens posent toutes sortes de questions. Alors que personne ne peut prévoir toutes les questions possibles, avec un peu de préparation les parlementaires seront équipés pour pouvoir répondre convenablement à la plupart des questions. Avant de se déplacer, les MP pourraient étudier les points suivants :

- Quelles sont les principaux problèmes de pauvreté du pays et de la région ? Est-ce que le MP a été jusqu'à présent actif pour essayer de les résoudre ?
- La législation prévue aura-t-elle une portée dans la région ?
- Quels sont les responsables locaux, les organismes du secteur privé ou les organisations à but non lucratif qui opèrent des programmes utiles dans la région ?
- Quels sont les projets du MP pour l'année ? Quand envisage-t-il/elle de retourner dans le district ? Comment les citoyens peuvent-ils le/la contacter en attendant ?
- Que fait-on pour résoudre les problèmes de la pauvreté au niveau national ? Même si cela n'affecte pas immédiatement les besoins de la communauté, le MP avoir à expliquer les initiatives au niveau national. A cet égard, les parlementaires voudront peut-être étudier la fiche technique du PSRP ou des OMD.

Ces thèmes pourront servir de base à des efforts préliminaires de sensibilisation pour obtenir des renseignements supplémentaires. A mesure que les MP communiqueront avec un nombre croissant d'électeurs, il leur sera de plus en plus facile de répondre à des questions en public.

En plus de la tenue de dossiers, les MP dans certaines régions voudront peut-être utiliser des cartes communautaires pour assurer le suivi de leurs circonscriptions électorales et leurs besoins socio-économiques. L'élaboration de ces cartes permet aux MP d'avoir une image visuelle des principaux éléments d'un groupe géographique d'électeurs et sert de guide de référence. Les cartes communautaires peuvent être très détaillées ou très simples en n'incluant par exemple, que les points d'approvisionnement en eau de la région, les principaux lieux d'assemblée, les points de transport, les centres commerciaux et zones d'inondations.

### PENSER AUX STRATÉGIES DES CAMPAGNES DE SENSIBILISATION INDIVIDUELLE POUR INFORMER LE PUBLIC

Non seulement les MP voudront essayer d'obtenir des informations, mais ils voudront aussi à leur tour essayer de communiquer des renseignements aux électeurs. Par exemple : Quels sont les programmes du gouvernement qui traitent les problèmes au niveau de la communauté ? Comment le député (ou son parti) envisage-t-il de mobiliser les ressources matérielles pour les besoins de développement et quel sera l'impact des réformes prévues ? Lorsque les ressources pour mener une sensibilisation sont maigres ou les visites du district sont peu nombreuses, l'élaboration d'une stratégie constitue la première étape importante afin de communiquer efficacement les informations nécessaires aux électeurs.

Fort des informations recueillies d' un dialogue ouvert avec ses électeurs, l'étape suivante pour le MP sera de définir les objectifs de sa campagne. Alors que des groupes de députés auront peut-être des objectifs de communication avec le public d'un aspect

général, le parlementaire individuel dont la sensibilisation vise une circonscription géographique précise aura des buts plus particuliers :

- Montrer qu'il/elle est sensible aux besoins de la communauté en expliquant une initiative législative qu'il/elle s'efforce de promouvoir dans l'intérêt de la circonscription (la décentralisation des fonds pour l'éducation par exemple). Ce type d'effort permet de rehausser l'image des MP.
- Montrer que le parti est sensible aux besoins de la population en expliquant une initiative législative particulière afférente au district que le parti se propose de promouvoir, ou en expliquant l'opposition du parti à certaines réformes. Ce type d'effort permet de rehausser l'image du parti.
- Montrer qu'il/elle comprend les réalités locales en aidant les citoyens à naviguer au sein des bureaucraties ou en invitant les électeurs et des groupes à participer à des réunions d'identification et de résolution de problèmes.
- Elargir la base électorale du parti ou du MP en mobilisant les citoyens à participer au processus décisionnel grâce à des réunions municipales, etc.
- S'assurer que les électeurs ont un accès équitable aux services nécessaires en établissant un lien entre les citoyens et les institutions du gouvernement.
- Améliorer la coordination avec les élus locaux de la circonscription en participant à des activités ou des projets communs.
- Accroître l'accès aux informations locales – ou d'intérêt pour la communauté –en nouant des rapports avec des ONG locales ou thématiques.
- Illustrer sa valeur pour le parti en devenant le porte-parole régional pour un dossier particulier d'importance vitale à la circonscription tel que la désertification, l'assainissement des déchets industriels ou l'électrification.

Ici, le MP voudra non seulement définir les objectifs de sa stratégie de communication mais aussi dresser l'ordre de priorités. Etant donné que les ressources financières et le temps sont limités, les députés devraient considérer leurs propres compétences, expériences et intérêts ainsi que les priorités et intérêts de leur parti, par rapport aux besoins de la communauté. Les membres voudront peut-être examiner quelles sont les problèmes dans la communauté qui ont déjà été abordés, et par qui, ainsi que l'impact potentiel qu'aura une inclusion ou exclusion de certains groupes ou dossiers.

Une fois que les objectifs de la stratégie ont été définis, les MP ou leur personnel devront étudier le type d'information que le MP devra ou voudra transmettre, fixer les différentes activités de sensibilisation et déterminer quand elles seront nécessaires.

### CHOIX DE COMMUNICATION : ADAPTER LES ACTIVITÉS AUX BESOINS DU MP INDIVIDUEL

#### Formes générales de campagnes de sensibilisation

Le MP a beaucoup de choix en matière d'activités de sensibilisation. Bien que certaines activités menées individuellement soient similaires à celles menées au niveau du parlement, du parti politique ou d'une commission, l'approche du MP peut être très différente :

- Réunions publiques ou municipales.
- Des annonces publiques à la radio ou à la télévision.
- Participation à des émissions de radio ou de télévisions au cours desquelles les écouteurs ou téléspectateurs peuvent téléphoner et poser des questions.
- Se servir de la presse écrite pour transmettre des communiqués de presse, des discours ou annoncer des événements.
- Distribuer un bulletin d'information ou autre publication.
- Participer à des activités/événements locaux.
- Présenter des informations sur l'avancement ou le processus des réformes.
- Organiser sélectivement des événements.

Bien que toutes ces activités de sensibilisation soient répandues à tous les niveaux du parlement, les MP n'ont généralement pas les ressources qu'il faut pour les entreprendre. Un député pourrait donc voir quelles sont les opportunités de sensibilisation offertes par les res-

sources ou activités communautaires existantes – des opportunités où il est plus logique que ce soit le député à titre individuel qui y participe plutôt qu'un comité de parti ou l'ensemble du parlement, par exemple :

- Au lieu de publier et de distribuer un bulletin mensuel, un MP pourrait demander à la presse locale, s'il peut contribuer un article une fois par semaine. Le MP pourra ainsi communiquer avec ses électeurs sur une base hebdomadaire sans avoir à encourir des dépenses supplémentaires.
- Des activités ou rencontres sociales sont un investissement de temps et de ressources lorsqu'elles sont menées par une seule personne. Le MP pourrait choisir au contraire de participer à une fête communautaire ou se rendre à un marché local où il/pourrait réserver un stand pour s'entretenir avec les électeurs.
- Si le député doit utiliser ses propres ressources, même une visite à sa circonscription électorale peut se révéler être exorbitante. Bien que cela ne soit pas toujours possible, les MP qui ont témoigné de leur engagement envers une cause locale pourrait parfois avoir la possibilité de voir leurs frais de déplacement pris en charge par un organisme international. Par exemple, si un député est disposé à donner une crédibilité supplémentaire à un atelier d'éducation publique sur la prévention du VIH/sida en prononçant un discours d'ouverture, certaines organisations internationales de développement pourraient couvrir ses frais de voyage.

**ATTIRER UNE COUVERTURE MÉDIATIQUE POSITIVE EN EFFECTUANT DES VISITES SUR LE TERRAIN**

Dans les cas les MP se déplacent rarement à l'intérieur du pays, une visite des projets de développement est une excellente occasion pour recevoir une couverture médiatique gratuite de l'activité parlementaire. Le personnel du bureau des relations publiques peut encourager un reportage positif de la visite du MP en :

- Avisant les journalistes compétents de la date et de l'objet de la visite.
- Fournissant aux membres de la délégation des informations sur le district avant la visite afin qu'ils puissent adapter leur discours et préparer leurs réponses.
- Fixant et respectant l'itinéraire.
- Si une foule nombreuse est prévue, en réservant des places pour la presse afin que les journalistes puissent clairement entendre les délibérations et les discours.
- Distribuer un énoncé des résultats ou un résumé de la visite aux stations de radios/télévisions intéressées

**Formes de sensibilisation particulières**

Il existe également des activités de sensibilisation qu' une personne pourrait individuellement entreprendre et pas un parlement, un comité ou parti politique.

*Aide aux cas individuels*

Dans le cadre de cette activité, le MP travaille avec un électeur ou groupe individuel pour résoudre un problème précis ou traiter d'un dossier particulier. Souvent le citoyen aura saisi le député lors des heures du bureau (aussi appelées des « cliniques » ou « opérations » pour électeurs, traduit de l'anglais) ou bien sous forme de communication directe (correspondance, visite, coursier, courrier électronique ou par téléphone) pour demander son aide à un problème. Lorsque le MP est capable d'aider l'électeur (par exemple, l'électeur a besoin de renseignements supplémentaires sur un programme de petites subventions ou doit s'adresser à un certain ministère pour obtenir certains bénéfices sociaux), le député devrait ensuite contacter la personne à une date ultérieure pour vérifier si l'affaire a bien été résolue. (Pour un exemple de formulaire de suivi d'aide à un cas individuel, voir l'appendice III, deuxième partie).

*Participation à des activités de développement et de formation au niveau local*

Un député d'un district agricole pourrait participer à un atelier de formation de grande envergure organisé localement par un organisme national ou international, sur des nouvelles méthodes culturales. Etant donné qu'ils représentent aussi bien le gouvernement que le district, les MP auront non seulement l'occasion d'acquérir des compétences nouvelles qu'ils pourront transférer aux électeurs mais également d'appuyer le projet et de montrer à la communauté que le gouvernement et le parti politique en question se préoccupent des problèmes de la pauvreté**.**

### Formes de sensibilisation non traditionnelles

L'un des obstacles les plus fréquents et le plus difficiles que les députés doivent surmonter est cette impression générale que les MP doivent distribuer des ressources financières à la communauté. Face à l'insuffisance des ressources locales, les parlementaires sont souvent obligés de dépenser une part considérable de leurs propres ressources pour satisfaire l'électorat. Changer cette perception risque d'être difficile mais n'est pas impossible. Alors que le rôle des députés n'est pas de distribuer les deniers publics, s'assurer que leurs districts reçoivent leur part des maigres ressources de l'Etat fait cependant partie du rôle qui leur est imputé. Outre les fonds publics, les ressources de l'Etat comprennent aussi les services comme les soins de santé, la formation professionnelle et l'approvisionnement en eau. Un MP est aussi capable de mettre en relief et de mobiliser d'autres ressources qui ne sont pas évidentes au public telles que les ONG, les chambres de commerce ou les organisations internationales de développement.

Des exemples de formes de sensibilisation non traditionnelle qui peuvent être entreprises avec des ressources financières limitées sont :

- L'établissement et la distribution d'un annuaire des organisations au niveau de la communauté.
- Réunir des membres de la communauté, des chambres de commerce et des collectivités locales pour un échange d'information et un dialogue.
- Collaborer avec les citoyens pour lancer des projets de développement à petite échelle ou pour obtenir des petits prêts officiels pour monter des petites entreprises.
- Mobiliser les ressources de la communauté internationale de développement pour des projets au niveau du district.
- Aider la population à avoir accès aux différentes formations offertes par l'Etat ou les ONG.
- S'entretenir avec les administrateurs des projets de développement qui siègent dans la capitale, pour obtenir des informations sur les projets en cours d'exécution dans le district (c'est aussi une bonne façon de préparer une visite sur le terrain).
- Servir de centre d'échange d'informations sur les projets antérieurs dans la région qui ont réussi ou échoué.

#### BUREAUX DES CIRCONSCRIPTIONS ÉLECTORALES

Un MP pourrait choisir de traiter des dossiers individuellement dans plusieurs endroits de son district. En fonction des ressources disponibles, un député pourrait aussi décider d'ouvrir un bureau de circonscription où le public pourra régulièrement le/la contacter. Non seulement un bureau est pratique mais il est aussi symbolique. Un bureau au niveau de la localité peut montrer que le député œuvre à satisfaire les besoins de son électorat.

Si les ressources sont limitées et que le MP ne peut s'installer à son compte, il/elle pourrait avoir la possibilité d'utiliser des locaux existants comme un bureau d'une structure municipale ou du parti. Si le député maintient des heures de bureau régulières, ces locaux donneront le même résultat.

#### PROBLÈMES LOCAUX, INITIATIVES NATIONALES

Bien que la pauvreté soit une expérience vécue, facile à identifier pour les citoyens, les mécanismes à la disposition du législateur pour faire reculer la pauvreté peuvent être difficiles à comprendre. Un député qui est capable de communiquer franchement et succinctement aux électeurs les démarches entreprises pour pallierà la pauvreté au niveau local, aura plus de chance d'obtenir leur appui. Alors que les activités abordées dans ce chapitre sont loin d'être exhaustives, l'adoption des pratiques de sensibilisation individuelles pour rapprocher les actions du parlement de la population est un excellent moyen d'affermir la confiance publique et de cultiver le support des électeurs pour l' individuel membre.

CONCLUSION

# L'établissement de précédents pour un gouvernement plus réceptif

Alors que le rôle joué par le parlement dans la poursuite des OMD et d'autres réformes pro-pauvres implique souvent des aspects très techniques, ces réformes peuvent avoir une portée directe sur la vie de la population. Les MP des pays qui adoptent des réformes pro-pauvres constateront que les efforts de sensibilisation offrent une excellente occasion pour discuter des mesures envisagées, révéler les résultats attendus ou observés, expliquer le rôle du député (ou du parlement) dans l'élaboration de ces programmes ou pour évaluer la qualité de l'exécution. D'un côté, que les citoyens veulent apprendre de leurs responsables élus quels sont les efforts entrepris par le gouvernement pour améliorer les conditions de vie d'une manière concrète au niveau de la communauté. De l'autre, une communication dans les deux sens peut aussi aider le MP à exécuter ses fonctions de surveillance, législatives et représentatives en donnant au membre des informations exactes sur les besoins et les préoccupations des électeurs.

Qu'elle soit menée par l'ensemble du parlement, des commissions, des groupes de partis ou un membre individuel, une sensibilisation publique sur les problèmes de la pauvreté permet d'affermir la confiance envers les institutions démocratiques. Cela est d'autant plus significatif dans les pays qui viennent récemment de faire la transition à une démocratie ou qui ont une faible tradition démocratique. Dans ces pays, les citoyens souvent manquent d'information sur le rôle d'un MP, les formes d'aide qu'ils peuvent recevoir du député, ou le cas échéant, comment demander cette assistance. Par la même occasion, il existe aussi très peu d'information publique sur les efforts déjà entrepris par les parlementaires pour promouvoir des réformes pro-pauvres.

La sensibilisation sur les problèmes de la pauvreté offre au législatif l'occasion d'établir des précédents pour une interaction plus efficace avec le public sur diverses questions d'ordre national. A long terme, les questions relatives à la pauvreté sont liées à presque toutes les décisions de politiques nationales d'un grand nombre de pays en développement. En créant un précédent pour une communication entre le législatif et le public sur ces problèmes, le parlement aura la capacité de représenter de plus en plus efficacement les besoins et les préférences du peuple.

# APPENDICE I

## DEFI MONDIAL : OBJECTIFS ET CIBLES DE DEVELOPPEMENT DU MILLENAIRE

Extraits de : http://www.undp.org/mdg

Les Objectifs du Millénaire pour le développement sont l'agenda ambitieux des Nations Unies fixé par les dirigeants du monde entier lors du Sommet du Millénaire en septembre 2000. Chaque objectif est accompagné d'un ou de plusieurs cibles qui doivent être atteintes pour la plupart d'ici à 2015, l'année 1990 servant de point de repère.

### 1. RÉDUIRE L'EXTRÊME PAUVRETÉ ET LA FAIM

Plus d'un milliard de la population mondiale disposent de moins d'un dollars par jour : l'Afrique subsaharienne, l'Amérique latine et les Caraïbes et certaines régions d'Europe et d'Asie centrale n'ont pas atteint la cible fixée pour la pauvreté.

***Cible :*** *Réduire de moitie la proportion de la population dont le revenu est inférieur à un dollar par jour*.

### 2. ASSURER L'ÉDUCATION PRIMAIRE POUR TOUS

Quelque 113 millions d'enfants ne sont pas scolarisés, mais la cible peut être atteinte. L'Inde par exemple, devrait avoir un taux de scolarisation de 95 pour cent d'ici à 2005.

***Cible*** *: Donner à tous les enfants, garçons et filles, les moyens d'achever un cycle complet d'études primaires*.

### 3. PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ DES SEXES ET L'AUTONOMISATION DES FEMMES

Trois quarts des femmes sont analphabètes et le taux de chômage parmi les femmes est deux tiers celui des femmes. La proportion de sièges occupés par des femmes au parlement national est entrain de croître, atteignant un tiers en Argentine, au Mozambique et en Afrique du Sud.

***Cible*** *: Eliminer les disparités entre les sexes dans les enseignements primaire et secondaire d'ici à 2005 si possible et à tous les niveaux de l'enseignement en 2015 au plus tard*.

### 4. RÉDUIRE LA MORTALITÉ DES ENFANTS

Chaque année près de 11 millions d'enfants meurent avant l'âge de cinq ans, à la suite de maladies qui peuvent être empêchées. Ce chiffre était de 15 millions en 1980.

***Cible****: Réduire de deux tiers le taux de mortalité des enfants de mois de cinq ans.*

### 5. AMÉLIORER LA SANTÉ MATERNELLE

Le taux de mortalité maternelle est de 1 sur 48 dans les pays en développement, mais presque tous les pays ont aujourd'hui de bons programmes de santé maternelle.

***Cible****: Réduire de trois quarts le taux de mortalité maternelle*

### 6. COMBATTRE LE VIH/SIDA, PALUDISME ET AUTRES MALADIES

Plus de 40 millions d'habitants de la population mondiale sont séropositifs. Les pays comme le Brésil, le Sénégal, la Thaïlande et l'Ouganda ont prouvé que la prévalence du VHI/sida peut être inversée.

***Cible****: Freiner et inverser la prévalence du VHI/sida, du paludisme et des autres maladies.*

### 7. ASSURER UN ENVIRONNEMENT DURABLE

Plus d'un milliard de la population n'a pas accès à un approvisionnement en eau de boisson potable et plus de deux milliards n'ont pas accès à un système d'assainissement. Au cours des années 90 toutefois, près d'un milliard d'habitants ont gagné accès à une source d'eau meilleure et à un système d'assainissement amélioré.

***Cibles*** *: Intégrer les principes du développement durable dans les politiques nationales et inverser la tendance actuelle à la déperdition des ressources environnementales. Réduire de moitié, d'ici à 2015, le pourcentage de la population qui n'a pas accès de façon durable à un approvisionnement en eau potable. Réussir, d'ici à 2020, à améliorer sensiblement la vie d'au moins 100 millions d'habitants des taudis.*

**8. METTRE EN PLACE UN PARTENARIAT MONDIAL POUR LE DÉVELOPPEMENT**

De nombreux pays en développement dépensent plus pour servir leur dette que pour des services sociaux.

***Cibles**: Poursuivre la mise en place d'un système commercial et financier multilatéral ouvert, fondé sur des règles, prévisible et non discriminatoire. Cela suppose un engagement en faveur d'une bonne gouvernance, du développement et de la lutte contre la pauvreté aux niveaux tant national qu'international. S'attaquer aux besoins particuliers des pays les moins avancés. Répondre aux besoins particuliers des petits Etats insulaires. Traiter globalement le problème de la dette de pays en développement. En coopération avec les pays développement formuler et appliquer des stratégies qui permettent aux jeunes de trouver un travail décent et utile. En coopération avec l'industrie pharmaceutique, rendre les médicaments essentiels disponibles et abordables dans les pays en développement et ; en coopération avec le secteur prive faire en sorte que les avantages des nouvelles technologies, en particulier des technologies de l'information et de la technologie, soient accordés à tous.*

# APPENDICE II

## DOCUMENT DE STRATEGIE DE REDUCTION DE LA PAUVRETE

Le processus du DSRP est composé de quatre étapes principales qui souvent se chevauchent :

1. **Diagnostique de la pauvreté** : Il s'agit d'une évaluation exhaustive des racines et des symptômes de la pauvreté – Qui sont les pauvres ? Où vivent-ils ? Quels sont les facteurs qui perpétuent le niveau de la pauvreté dans le pays ?
2. **Elaboration d'une politique de réduction de la pauvreté** : En fonction du diagnostique de la pauvreté et de la perception qu'a un pays de son développement, quelles sont les priorités nationales pour la réduction de la pauvreté ? Quelles sont les politiques qui devraient être adoptées et incluses dans le DSRP ?
3. **Exécution d'une politique de réduction de la pauvreté** : Cette étape consiste à mettre en œuvre les politiques contenues dans le DSRP. Pour les parlements, il s'agit souvent d'adopter les mesures législatives et les budgets nécessaires.
4. **Suivi et évaluation** : Le DSRP a-t-il réussi ? Si certaines composantes n'ont pas réussi, que peut-on faire pour améliorer le DSRP ?

Le DSRP énonce la politique nationale en établissant des stratégies concrètes de trois ans pour aborder un nombre limité de priorités dans le cadre de la réduction de la pauvreté. Une fois que ces priorités ont été identifiées, le DSRP sert de feuille de route nationale d'allocation des ressources pour produire des effets constructifs et mesurables de réduction de la pauvreté. Outre, le fait qu'il soit pro-pauvre, le DSRP a été initialement articulé autour de six principes fondamentaux :

- **Il doit être impulsé par le pays**, avec une participation très large de la part de la société civile et du secteur privé ;
- **Il doit être axé sur les résultats**, c'est-à-dire qu'il doit cibler des résultats qui favorisent les pauvres ;
- **Il doit être exhaustif**, c'est-à-dire qu'il doit reconnaître la nature multidimensionnelle de la pauvreté ;
- **Il doit avoir ses priorités,** pour que l'exécution soit faisable, aussi bien sur le plan financier que sur le plan institutionnel ;
- **Il doit se faire sous forme de partenariats**, c'est-à-dire qu'il doit être coordonné avec des partenaires bilatéraux, multinationaux et non-gouvernementaux de développement ; et
- **Il doit avoir une optique à long terme**.

A côté des DSRP, de nombreux plans de stratégies différents ont également été mis au point par la Banque mondiale, le FMI et d'autres donateurs bilatéraux dans le cadre de leurs programmes d'aide respectifs. En fonction de leur analyse du diagnostique de la pauvreté, des cibles de développement et de la capacité d'exécution du DSRP de chaque pays, la Banque mondiale et le FMI élaborent une stratégie d'aide ou des programmes, spécifiques à chaque pays.

# APPENDICE III

## FORMULAIRES MODELES D'ENREGISTREMENT DE RETOUR D'INFORMATION DU PUBLIC

### FORMULAIRE DE RETOUR D'INFORMATION POUR ELECTEUR

Date: _____

Nom: _____

Adresse: _____

_____

No. de téléphone: _____ (Domicile)

_____ (Bureau)

Adresse Email: _____

Catégorie d'information :

- ☐ Position à l'égard d'un dossier
- ☐ Législation particulière
- ☐ Plaintes/doléances
- ☐ Observations
- ☐ Remerciements

Autres: _____

Retour d'information/observations :

_____

_____

_____

_____

_____

## FICHE DE SUIVI D'AIDE A UN CAS INDIVIDUEL

**I. Coordonnées de l'électeur**

Nom: _____

Adresse: _____

_____

No. de téléphone : _____ (Domicile)
_____ (Bureau)

Meilleur moment pour contacter: _____

**II. Profil du dossier**

Date d'instruction du dossier: _____

Membre du personnel qui a reçu la première demande: _____

Par téléphone ☐ Visite ☐ Autre: _____

Nature de la demande :

- ☐ Plainte contre le gouvernement
- ☐ Thématique
- ☐ Demande de renseignements
- ☐ Retour d'information

Autre: _____

Notes sur le premier entretien :

_____
_____
_____

**III. Mesures prises**

Membre du personnel assigné: _____

Mesures prises :

_____
_____
_____

**IV. Clôture du dossier**

Date de clôture : _____

Toute action future à prendre/recommandations pour gestion future:

_____
_____

# APPENDICE IV

## EXAMPLE DE COMMUNIQUE DE PRESSE

Le 11 Juin, 2002

POUR COMMUNICATION IMMEDIATE PERSONNE A CONTACTER: Mme. K. Tlebwe, Députée

### MEMBRE DU PARLEMENT APPUIE LES ENTREPRISES FÉMININES

Il y à peine six mois que Mme. K. Tlebwe, MP de Bryanja Ouest, a aidé un groupement féminin à obtenir un prêt de l'Association nationale des femmes d'affaires (ANFA), or, en cette petite période de temps les initiatives de micro-entreprises dans la circonscription électorale se sont multipliées. Un groupement de femmes – de différents milieux et appartenances politiques – a contacté Mme Tlebwe, à la fin de l'année dernière alors que tous leurs efforts pour obtenir des crédits raisonnables avaient échoué. Cette dernière a aidé ces femmes à remplir les formulaires nécessaires et à se mettre en contact avec l'ANFA. Peu de temps après, le groupement a obtenu le financement qu'il avait toujours rêvé d'avoir.

« Les femmes de Bryanja Ouest ont tourjours été des travailleuses. Tout ce qu'il leur fallait c'était un petit capital pour gérer leurs entreprises. Aujourd'hui les femmes gagnent de l'argent, offrent des services et créent des emplois pour l'ensemble de notre communauté. C'est toute la circonscription électorale qui en profite, pas seulement elles », a déclaré Mme. Tlebwe.

Les bénéficiaires des crédits ont lancé des initiatives allant de la culture du tabac au commerce et à l'artisanat. Il y a même eu un groupe de femmes qui ont acheté une pirogue pour se lancer dans des activités de pêche. Beaucoup de femmes ont déjà commencé à rembourser leurs prêts et à faire des bénéfices.

Mme. N.S. Dranika, le chef de l'équipe de pêche – la première équipe de femmes pêcheuses à pirogue dans la région– , s'est félicitée du programme de prêts. « Quand les femmes de notre village ont fait part de leur intention d'acheter une barque et de se lancer dans la pêche, tout le village a ri. Les barques et les filets coûtent très cher, et la pêche est une activité réservée aux hommes. Mais Mme. Tlebwe nous a écoutées. Grâce à elle nous avons pu obtenir des prêts. Aujourd'hui, les membres de mon équipe peuvent payer les frais de scolarité de leurs enfants et nourrir leurs familles. Même nous époux sont fiers de nos accomplissements. Sans l'ANFA et Mme Tlebwe, nous n'aurions pas pu réaliser nos rêves. », a déclaré Mme. Dranika.

Mme. Tlebwe a remercié ANFA et s'est engagée à assurer que les prêts seraient remboursés dans les délais. « Les autres membres de la communauté ont vu le succès des femmes et veulent les émuler en empruntant de l'argent. En remboursant les prêts dans les délais impartis, nous voulons montrer qu'on peut faire confiance aux gens de notre circonscription et encourager les institutions financières à continuer à accorder des prêts aux membres de la communauté. »

# APPENDICE V

## RESSOURCES SUPPLEMENTAIRES

### ORGANISMES AVEC DES INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES

Banque africaine de développement http://www.afdb.org/knowledge/publications.htm

Banque asiatique de développement http://www.adb.org/Publications/default.asp

Agence canadienne de développement international (ACDI) http://www.acdi-cida.gc.ca/poverty

Comparative Research Programme on Poverty (CROP) http://www.crop.org/

Department for International Development (DFID) http://www.dfid.gov.uk/

Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) http://www.fao.org/

HakiKazi Catalyst http://www.hakikazi.org/

Institute of Development Studies Civil Society and Governance Programme: Policy Briefs http://www.ids.ac.uk/ids/civsoc/PolicyBriefs/policysums.html#pol1

Banque inter-américaine de développement (IADB) http://www.iadb.org/

International Budget Project http://www.internationalbudget.org/

Fonds monétaire international http://www.imf.org/external/np/exr/facts/prgf.htm

Joint United Nations Programme on HIV/AIDS (UNAIDS) http://www.unaids.org/en/default.asp

Medium Term Expenditure Framework http://www1.worldbank.org/publicsector/pe/mtef.htm

Institut national démocratique pour les affaires internationales http://www.ndi.org and http://www.accessdemocracy.org

Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) http://www.oecd.org

Overseas Development Institute Poverty and Public Policy Group http://www.odi.org.uk/pppg/index.html

Parliamentary Centre http://www.parlcent.ca/povertyreduction/index.html

Popular Coalition to Eradicate Hunger and Poverty http://www.ifad.org/popularcoalition/

Fonds des Nations Unies pour l'enfance http://www.unicef.org/

Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) http://www.unctad.org/

Fonds de développement des Nations Unies pour la femme (UNIFEM) http://www.unifem.org/

United Nations Development Group Devlink http://www.undg.org/index.cfm.

Rapports sur le développement humain du Programme des Nations Unies pour le développement (global, régional, et national) http://hdr.undp.org/default.cfm

Les Objectifs de Millénaire pour le développement du Programme des Nations Unies pour le développement http://www.undp.org/mdg/ et http://www.undp.org/french/mdg/tablemdg-f.pdf

Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) http://www.unep.org/

World Bank Development Forum: Poverty Profiles and Policymaking "PAC Talk" Discussion Board http://www.worldbank.org/devforum/forum_pac.html

Groupe de la Banque mondiale http://www.worldbank.org/

Objectifs du Millénaire pour le développement du Groupe de la Banque mondiale http://www.developmentgoals.org/

Documents de stratégies de réduction de la pauvreté de la Banque mondiale http://www.worldbank.org/poverty/

Organisation mondiale du commerce (OMC) http://www.wto.org/ et http://www.wto.org/indexfr.htm

## RESSOURCES CONSULTÉES DIRECTEMENT OU DONT IL EST FAIT MENTION DANS LE MANUEL

Anipa, Seth, Felix Kaluma, and Liz Muggeridge. *DFID Seminar on Best Practice in Public Expenditure Management: Case Study: MTEF in Malawi and Ghana*. Oxford, U.K. Consulting Africa Limited: July 1999. Disponible auprès de : http://www1.worldbank.org/publicsector/pe/malawi.doc.

Bevan, David L., and Geremia Palomba. *Uganda: The Budget and Medium Term Expenditure Framework Set in a Wider Context.* October 2000. Disponible auprès de: http://www1.worldbank.org/publicsector/pe/ugandamtef.doc.

HakiKazi Catalyst, interp. *Tanzania Without Poverty: A Plain Language Guide to Tanzania's Poverty Reduction Strategy Paper.* Cartoons by Masoud. Arusha, Tanzania, HakiKazi Catalyst: May 2001.

Holmes, Malcolm. *Ghana: Issues in MTEF*. Disponible auprès de : http://www1.worldbank.org/publicsector/pe/GH.doc

Le Houerou, Philippe, and Robert Taliercio. *Medium Term Expenditure Frameworks: From Concept to Practice: Preliminary Lessons from Africa*. Africa Region Working Paper Series No. 28. The World Bank Group: February 2002. Disponible auprès de: http://www1.worldbank.org/publicsector/pe/MTEF-final.doc.

Ngilu, Charity Kaluki. *Reshaping Development Aid in Order to Reach the Millennium Development Goals.* ABCDE Conference in Oslo June 24-26, 2002. Oslo, World Bank Group in Europe: 2002. Disponible auprès de : http://216.239.39.100/search?q=cache:IS4tGdaGEA4C:wbln0018.worldbank.org/eurvp/web.nsf/Pages/Paer%2Bby%2BCharity/%24File/CHARITY.PDF+do+the+millennium+develo

pment+goals+involve+parliament%3F&hl=en&ie=UTF-8.

Overseas Development Institute. *PRSP Connections*. Volume 5, May 2002. Disponible auprès de : http://www.odi.org.uk/pppg/activities/country_level/synthesis/connections/05.html.

Parliamentary Centre. *Strengthening Accountability and Oversight of Key Parliamentary Committees in Kenya: Report on the Workshop for Select Committees Dealing in Finance.* Nairobi, Kenya, Parliamentary Centre: May 3-4, 2001. Disponible auprès de : http://www.parlcent.ca/africa/finalreportmay2001workshopforkenya.pdf.

Poverty Eradication Division, Vice President's Office, United Republic of Tanzania. *Measuring Poverty Reduction: Understanding Tanzania's Poverty Monitoring System.* Dar es Salaam, HakiKazi Catalyst: August 2002. Disponible auprès de: http://www.hakikazi.org/pmmp/pmmp_eng.pdf.

Sarin, Seref. *What is MTEF?* Available at: http://www1.worldbank.org/publicsector/pe/MTEFprocess.doc

Secretary-General of the United Nations General Assembly. *Road Map Towards the Implementation of the United Nations Millennium Declaration.* New York: United Nations, 6 Sept 2001. Disponible auprès de: http://unstats.un.org/unsd/mi/a_56_326.pdf.

Tanzania Country Team. *International/ Millennium Declaration Goals: Tanzania Progress Report (Overview).* United Nations Development Programme: February 2001. Disponible auprès de : http://www.undp.org/mdg/Tanzania.pdf.

United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific. "K. Policy Implications" in *Sustainable Social Development in a Period of Rapid Globalization: Challenges, Opportunities and Policy Options*. New York: United Nations, 2002. Pgs. 21-66. Disponible auprès de: http://www.unescap.org/sdd/theme2002/ch2k.htm.

Wollack, Kenneth, President of the National Democratic Institute for International Affairs. Remarks at the Washington, D.C. presentation of the UNDP Human Development Report (2002). Washington, D.C. 25 July, 2002.

World Bank. *Poverty Reduction Strategy Sourcebook*. Washington, D.C., World Bank: Disponible auprès de : http://www.worldbank.org/poverty/strategies/sourcons.htm.

**Le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) est le réseau mondial de développement de l'ONU. Il prône le changement et relie les pays aux connaissances, aux expériences et aux ressources afin d'aider leurs populations à bâtir une meilleure existence. Nous sommes présents sur le terrain dans 166 pays, où nous aidons les populations a élaborer leurs propres solutions aux défis mondiaux et nationaux de développement. En développant leurs capacités locales, ces pays peuvent s'appuyer sur le personnel du PNUD et notre large éventail de parternaires.**

**Programme des Nations Unies pour le développement**
**Bureau des politiques de développement**
**304 E 45th Street**
**New York, NY 10017**

**www.undp.org**