

**Projet de Mobilisation des Initiatives en matière
de Sécurité Alimentaire au Mali
(PROMISAM)
Michigan State University (MSU)**



**ATELIER DE FORMATION DES OPERATEURS ECONOMIQUES DU
SECTEUR AGRO-ALIMENTAIRE EN PLAIDOYER ET LOBBYING**

Date : 04 Novembre 2008

Lieu : Hôtel MASALEY Bamako

Version provisoire

Novembre 2008

Introduction :

Le mardi 04 novembre 2008, s'est tenu à l'Hôtel MASSALEY de Bamako, un atelier de formation sur le Plaidoyer/lobbying à l'intention des opérateurs économiques du secteur de l'Agro-alimentaire du Sénégal, de la Guinée, du Niger et du Mali.

Cet atelier de formation, organisé par le Projet de Mobilisation des Initiatives en matière de Sécurité Alimentaire au Mali (PROMISAM) est un besoin exprimé par les opérateurs dans l'objectif de renforcer leurs capacités de négociation et plaidoyer pour mieux se battre dans un monde globalisé et multi acteurs.

Ce présent rapport, qui fait le point de cette journée, comporte la méthodologie de base utilisée pour conduire la formation et le déroulement des séances



1- Méthodologie :

Dans le cadre de la facilitation de la formation, une méthode active et participative a été utilisée et qui s'est appuyée sur les techniques de brainstorming, les exposés actifs avec power point, le jeu de rôle et des discussions en plénière.

Concernant la démarche générale, chaque thème faisait l'objet de séance. Une séance plénière d'introduction de question/réponses, de questions en brainstorming ou de jeu de rôle, des séances plénières de débats et de synthèse du facilitateur

Toute la démarche s'est basée sur les préoccupations majeures des opérateurs participants à travers leurs expériences et leurs exemples vécus. Cette démarche avait pour objectif de faire un lien fort entre la formation et l'expérience pratique des participants.

2- Déroulement :

2.1. Ouverture de la formation :

L'atelier a commencé par le mot d'ouverture de Mr Abdramane TRAORE, Assistant au PROMISAM. Le représentant du Coordinateur du PROMISAM dans son mot d'ouverture a d'abord présenté le contexte dans lequel cette formation a été initiée par le projet à l'intention des opérateurs du secteur agro-alimentaire afin de les aider dans leurs activités de tous les jours. Il a présenté les objectifs majeurs et les résultats attendus de cette formation. Il a enfin invité les participants à participer activement aux débats avec assiduité pour contribuer à l'identification de solutions adéquates aux nombreux défis du développement auxquels les opérateurs sont confrontés.

Le module a été développé sous forme de séances sur les concepts de négociation, de plaidoyer, les défis que les opérateurs du secteur agro-alimentaire comptent relever, l'identification et l'analyse des publics et alliés, les aspects de communication à travers les messages et les stratégies de plaidoyer.

La formation a été animée par M. Siriman SAKHO Consultant/Facilitateur

2.2. Présentation des objectifs et des résultats

Le facilitateur a présenté sur power point le contexte d'organisation de l'atelier, les objectifs, les résultats attendus, le programme et la méthodologie d'animation.

L'objectif global de la formation est de renforcer les capacités des opérateurs économiques du secteur agro-alimentaire en matière de négociation et de plaidoyer/lobbying.

Les objectifs spécifiques :

- Chaque participant maîtrise les concepts de négociation et de plaidoyer/lobbying ;
- Chaque participant sera capable d'utiliser les techniques de négociation et les outils du plaidoyer/lobbying dans la conduite de leurs affaires.

A la présentation du programme, les participants l'ont adopté à l'unanimité et sont convenus pour commencer les travaux à 9h00 pour finir à 17h00 avec une pause café de 15mn et une pause déjeuner de 1h30mn.

2-3- Clarification du Concept de négociation, de Plaidoyer/Lobbying :

Le facilitateur en questions brainstorming a demandé aux participants de donner leur compréhension des concepts de négociation, de plaidoyer et du lobbying.

A partir des réponses données, le facilitateur a fait le lien avec les concepts mentionnés sur le padex, le support de cours du facilitateur afin de faire la synthèse sur la clarification des différents concepts.

La négociation est une action de négocier, de discuter des affaires entre parties en vue d'un accord

« LE PLAIDOYER EST UN PROCESSUS DE DEFENSE D'UNE CAUSE AFIN QU'UN CHANGEMENT MAJEUR SOIT INTRODUIT »

En conclusion, le Plaidoyer se résume essentiellement en trois points :

- créer des politiques là où on en a besoin et quand il n'en existe pas ;
- réformer les politiques défavorables ou inefficaces ;
- assurer que les bonnes politiques soient mises en vigueur

Le lobbying est tiré du mot anglo-américain « lobby » qui désigne un couloir de réunion des groupes de pressions

Après cette clarification, quelques expériences concrètes de plaidoyer des opérateurs de la Guinée, du Mali et du Sénégal ont été exposées et discutées par les participants. Ces expériences ont montré à suffisance que toute activité de plaidoyer pour réussir a besoin d'argumentaire, de persévérance et des alliés du secteur.

Au terme de cette discussion, la principale utilité de faire le plaidoyer est que le plaidoyer est un outil puissant pour apporter des **solutions durables** aux problèmes complexes qui ont des impacts sur la vie de nombreuses personnes et non un individu.

2-4- Formulation des Objectifs de Plaidoyer :

Le facilitateur a posé la question aux participants qu'est ce qu'un objectif ?

Si à cette question les réponses données sont conformes aux objectifs simples, dans le cadre du plaidoyer il faudra retenir qu'un objectif de plaidoyer vise à changer les opinions ou les attitudes ou les visions des politiques. Un objectif est une étape vers la réalisation de votre vision.

Et que l'objectif de plaidoyer est en général **CE QUE NOUS VOULONS CHANGER, DE COMBIEN ? ET POUR QUAND ?**

Il est ressorti de la présentation qu'un objectif doit être toujours **SMART** : Spécifique, Mesurable, Adapté et Réalisable dans un Temps.

2-5- Identification et de l'analyse du public et des alliés :

Le facilitateur en questions/réponses, a demandé aux participants la notion de public.

A la synthèse des réponses, il a été retenu que « le public » est la personne qui a la décision ou l'autorité nécessaire pour affecter directement le résultat pour votre objectif de plaidoyer. On l'appelle aussi décideur ou public primaire. Ces décideurs sont les cibles primaires d'une stratégie de plaidoyer.

Ainsi, dans chaque action plaidoyer on retrouve un public primaire (décideur clé) un public secondaire (celui qui peut influencer le décideur). Selon certaines situations, un troisième public peut exister : le public tertiaire.

Par contre un allié est la personne ou les groupes de personnes qui partagent les mêmes préoccupations et/ou la conviction des causes que nous défendons. Un allié ne fait pas partie de l'équipe de plaidoyer

En plénière, les participants ont discuté des éléments clés de l'analyse des politiques présentée par le facilitateur. Parmi les éléments d'analyse du public on peut citer entre autres :

- ❖ son profil de formation
- ❖ son appartenance politique
- ❖ ses croyances, ses us et coutumes
- ❖ son goût pour l'argent
- ❖ sa vie associative et son penchant pour la défense de certaines causes (enfants, femmes, handicapés etc)

2-6- Identification des messages et des canaux de Communication:

Cette séance a commencé par un exercice structuré présenté par le facilitateur sur la distorsion du message qui a abouti aux constats sur les dimensions, les formes des messages ainsi que les principes fondamentaux de la communication en matière de plaidoyer.

Les leçons tirées de cet exercice ont prouvé qu'un message doit avoir les caractéristiques suivantes :

- Etre clair ;
- Etre précis ;
- Etre concis ;
- Etre simple ;
- Etre compréhensible et convainquant;

En terme de principe, les messages dans le cadre du plaidoyer doivent répondre à trois dimensions essentielles à savoir : **la logique, l'affectif et l'éthique.**

Dans la transmission du message, il faut savoir choisir le messager aussi bien que le moment et le canal pour s'assurer de son efficacité. En d'autre terme, le porteur du message est aussi important que le message lui-même.

2-7- Stratégie de Plaidoyer :

Cette séance a été introduite par un exposé du facilitateur sur les différentes stratégies de plaidoyer généralement utilisées par les organisations de la société civile au Mali et cela en lien avec notre culture et le respect que nous devons aux décideurs et aux responsables de notre pays.

Le facilitateur a présenté ces stratégies avec les principes de base spécifiques à chacune d'elle.

Ces stratégies sont :

- **La COLLABORATION**
- **L'ADAPTATION ou le MODELAGE**
- **La DEMONSTRATION**
- **La PERSUASION**
- **La CONFRONTATION**
- **Le REGLEMENT DES LITIGES**

L'important dans l'utilisation de ces stratégies est de respecter la logique hiérarchique c'est à dire de ne jamais passer à la confrontation sans d'abord user des stratégies préalables qui vont de la collaboration à la persuasion en passant par le modelage et la démonstration.

Ce principe d'utilisation des stratégies tient surtout compte de nos valeurs culturelles.

Le facilitateur enfin présenté en plénière aux participants le format de tableau de plan d'actions pour élaborer leur plan d'actions. Cette discussion a été suivie de la présentation des axes pour l'élaboration d'un budget de plaidoyer.

Toute fois il faut noter que le budget de plaidoyer n'est pas standard. Il peut varier d'une situation à une autre.

3. Evaluation et clôture de la formation

A la fin de la formation, les participants à l'unanimité ont bien apprécié la pertinence et la qualité de la formation mais ont souhaité la tenue des sessions de formation du genre dans les différents pays tout en augmentant la durée.

Dans son mot de clôture, le Dr Niama Nango DEMBELE, Coordinateur du PROMISAM a situé le contexte dans lequel cette a formation été organisée et que c'est un avant goût et en fonction des besoins exprimés par chaque pays, le projet va les accompagner dans la réalisation de ces formations. Mais cette prise de conscience est nécessaire pour mener des actions de plaidoyer afin de soutenir les activités des opérateurs du secteur.

Il a remercié le facilitateur et l'équipe d'organisation et pense que les apprentissages vont servir pour les actions futures.

Il faudra aussi préciser que le représentant de Michigan State University (MSU) a participé aux séances de l'après midi.



**PROGRAMME DE LA FORMATION DES OPERATEURS ECONOMIQUES DU SECTEUR DE
L'AGRO-ALIMENTAIRE SUR LE PLAIDOYER/LOBBYING**

HORAIRES	Activités
9h00-9h05	Ouverture de la formation
9h05 -9h15	Présentation des Objectifs et des résultats attendus
9h15 – 10h00	Clarification des Concepts de négociation et de Plaidoyer/Lobbying
10h00 – 10h30	Objets de Politiques (Pourquoi faire le plaidoyer ?)
10h30 – 11h00	Pause Café
11h00 – 11h30	Objectifs de Plaidoyer
11h30 -13h00	Identification et analyse du public et des alliés
13h00 – 14h30	Pause Déjeuner
14h30 – 15h30	Identification des messages et des canaux de Communication
15h30 – 16h00	Stratégies de Plaidoyer
16h00 – 16h30	Tableau de plan d'actions et Budget de plaidoyer
16h30 – 17h00	Evaluation et clôture de la formation

Liste des participants

Atelier formation en lobby 4 novembre 2008

N°	Noms et Prénoms	Pays/Ville	Fonction	Adresse/Téléphone/e-mail
1	Souleymane KEITA	Mali / Bamako	Producteur fruits et légumes	Tél : 76 39 06 12
	Souleymane Nimaga	Mali / Bamako	CONOESAM	Tél : 66 72 00 23
3	Amadou Barka BORE	Mali / Bamako	Douanes	Tél : 66 72 29 11
4	Réné Alphonse	Mali / Bamako	CNOP	Tél : 76 11 81 54
5	Fousseyni Traoré	Mali / Bamako	SG / APCAM	Tél : 76 42 10 81 e-mail : fousseyni.traore@apcam.org
6	Diango Coulibaly	Mali / Bamako	Journaliste (befo – hebdo)	Tél : 76 39 30 28
7	Sablé Diarra	Mali / Bamako	CCIM	Tél : 223 66 73 18 41 e-mail : diarrasabl@yahoo.fr
8	Moussa Bagayoko	Mali / Bamako	IICEM/USAID	Tél : 76 40 84 82 e-mail : moussa.bagayogko@Iicem.net .
9	Youssef Coulibaly	Mali / Bamako	CMC	76 45 92 08 Cmchargeurs@argat.net .
10	Dramane Diakité	Mali / Mopti	Commerçant de poisson Mopti	76 12 28 75 / 66 26 63 04
11	Hadji Samassékou	Mali / Mopti	Marchand de bétail Mopti	76 24 70 58
12	Maha Ag Touta	Mali / Gao	Marchand de bétail Gao	79 42 58 87
13	Mamady Flabacari Traoré	Mali / Gao	Commerçant de poisson Gao	66 29 36 64

14	Dramane Diarra	Mali / Ségou	Marchand de bétail Ségou	76 43 26 70
15	Amadou Sékou Dramé	Mali / Ségou	CONOESAM Commerçant de céréales Ségou	66 78 01 61
16	Adama Dissa	Mali / Sikasso	Commerçant de céréales Sikasso	66 79 97 89
17	Mamadou Diarra	Mali / Kayes	CONOESAM Marchand de poisson Kayes	76 30 11 57
18	Mady Koita Niakaté	Mali / Kayes	Producteur fruits et légumes Kayes	76 47 45 10
19	Moussa Traoré	Mali / Koutiala	Commerçant de céréales Koutiala	76 03 13 53
20	Bénogo Coulibaly	Mali / Koutiala	Commerçant de céréales Koutiala	76 45 92 42
21	Boubacar Gallé Barry	Guinée / Conakry	SG CONAPEC (pêche)	+224 60 59 08 05 e-mail : barryboubacargallé@yahoo.fr
22	EL. Boubacar Fofana	Guinée / Conakry	Président REGOSA	+224 64 31 80 09 e-mail : bacarfofana2002@yahoo.fr
23	OUMAR Sylla BAH	Guinée / Conakry	Marchand de bétail	+224 64 42 35 87
24	Mory Diané	Guinée / Conakry	Eleveur	+224 60 36 83 79
25	SORY Kaba	Guinée / Conakry	Président horticulture	+224 60 27 87 58
26	MALIKI BARHOUNI	Niger / Niamey	Président ROESAO	e-mail : barounie@yahoo.fr
27	ABDOU HASSANE	Niger / Niamey	C céréalier	227 96 53 67 20
28	AMADOU OUMAROU	Niger / Niamey	Commerçant bétail	+227 96 59 24 89
29	BOUBACAR JAMES	Niger / Niamey	Commerçant	+227 96 27 41 73

30	MAYAKI ANGO	Niger / Niamey	revendeur	+227 93 82 89 72
31	Tamsir NIANE	Sénégal / Dakar	céréaliier	+221 77 339 42 11 e-mail : nianetamsir@yahoo.fr
32	Mamadou FALL	Sénégal / Dakar	Président APROVBS	+221 77 658 35 95 e-mail : APROVBS@yahoo.fr
33	Mariama Mbodj DIOUF	Sénégal / Dakar	Vice Présidente ROESAO	+227 77 637 20 27/38 827 39 75 e-mail : mariadiouf@yahoo.fr
34	Abdramane Traoré	Mali / Bamako	Assistant POMISAM	+223 66 46 67 07 e-mail : traore_abdramane@yahoo.fr