

La création d'un mouvement social

La création d'un mouvement social est possible grâce aux efforts des agents de changements (par ex. : les militants pour la justice sociale) pour réclamer l'engagement des détenteurs de pouvoir (par ex. : les gouvernements, les grandes entreprises, les banques, etc.) et l'ensemble de la société dans le but de remédier à des problèmes systémiques ou à l'injustice et de proposer une autre vision des choses ou des alternatives.

La création d'un mouvement social repose sur un ensemble de facteurs : diverses approches intersectorielles appliquées à différentes étapes pour obtenir des résultats à long terme.

Grâce à la création d'un mouvement social, les organisateurs peuvent :

- Proposer des solutions aux causes profondes des problèmes sociaux
- Habilitier les gens à exercer leur pouvoir collectif
- Donner un visage humain aux groupes dont les droits fondamentaux ont été bafoués et améliorer leurs conditions de vie
- Susciter des changements structurels par la création d'un regroupement de plus grande ampleur qu'une organisation ou qu'une campagne
- Promouvoir une vision et des valeurs pour la société fondées sur l'équité, la justice et la démocratie

SOURCE : Définition d'un mouvement social tirée de la publication du Movement Strategy Centre, *The Roots: Building the Power of Communities of Color to Challenge Structural Racism*. Akonadi Foundation: 2010:
<http://www.racialequitytools.org/resourcefiles/akonadi1.pdf>

Organisations militantes

Black Lives Matter-Toronto

NOTRE VISION

Offrir une tribune aux communautés noires de Toronto pour les aider à démanteler toutes les formes de racisme anti-black et à retrouver un sentiment de liberté, d'estime et d'amour de soi.

NOTRE MISSION

Forger des liens et travailler en solidarité avec les communautés et les réseaux de personnes de couleur, les mouvements sociaux et des alliés dans le but de mettre fin à toutes formes d'oppression sanctionnées par l'État, à la violence et la brutalité à l'égard de la population africaine, caribéenne et noires cis, queer, trans, et handicapés de Toronto.

Migrant Workers Alliance for Change

L'organisme *Migrant Workers-Alliance for Change* vise à construire une alliance communautaire de travailleurs immigrants, de groupes communautaires populaires, de groupes religieux et de syndicats pour développer des activités de campagne en vue de promouvoir des changements aux différents programmes leur étant destinés soit : le Programme des aides familiaux résidants (PAFR), le Programme des travailleurs agricoles saisonniers (PTAS) et le Programme des travailleurs étrangers temporaires (PTET).

La formation en leadership des travailleurs immigrants est essentielle si l'on veut inciter ces derniers à s'engager, à participer et à diriger les activités de l'organisation.

Mouvement « Idle no More »

NOTRE VISION



Le mouvement « Idle No More » appelle l'ensemble de la population à prendre part à une révolution pacifique, à rappeler la souveraineté des Autochtones et à protéger la terre et l'eau.

Idle no More vise la souveraineté et la renaissance de la nation.

Idle no More continuera à exercer des pressions sur les gouvernements et l'industrie pour protéger l'environnement.

Idle no More continuera à former des alliances pour rétablir des relations de nation à nation. Pour ce faire, INM aura recours aux points de vue, aux enjeux et aux préoccupations de ses membres.

Canada sans pauvreté

Canada sans Pauvreté (CSP) travaille à éradiquer la pauvreté en ayant recours à une approche fondée sur les droits de la personne, approche qui prend ses racines dans le droit international. CSP soutient que la pauvreté constitue une violation des droits fondamentaux de tout être humain, surtout le droit à un niveau de vie décent.

Pour une petite organisation, CSP en fait beaucoup! L'organisation travaille à différents projets pour éliminer le fléau de la pauvreté. Elle offre des ateliers dans l'ensemble du pays, elle publie un guide sur les droits de la personne destiné aux travailleurs et aux représentants des gouvernements, elle présente des mémoires aux Nations Unies sur les réalités de la pauvreté au Canada. CSP fournit aussi une analyse sur les stratégies contre la pauvreté à l'échelle provinciale, une formation en ligne deux fois

par année sur les droits économiques et sociaux, et codirige la campagne Dignité pour touTEs. Canada sans Pauvreté prend publiquement la parole contre la discrimination et les préjugés à l'égard des gens vivant dans la pauvreté.

ACORN

ACORN Canada (Associations d'organisations communautaires pour la réforme maintenant) est une organisation indépendante nationale composée de familles et d'individus à faible et moyen revenus. ACORN comprend plus de 102 000 membres, regroupés en 20 chapitres et 9 villes au Canada. Avec une participation active des membres directement investis dans l'organisation et focalisés sur un développement socio-économique durable, nous croyons qu'il est possible de changer les conditions défavorables qui affectent des millions de Canadiens et Canadiennes.

Ensemble, depuis 2004, les membres d'ACORN ont pu remporter plusieurs victoires. Parmi celles-ci, mentionnons : l'adoption d'une législation provinciale en Ontario et Colombie-Britannique sur les prêts abusifs sur salaire, la hausse du salaire minimum en Ontario à 11 \$/l'heure plus indexation en fonction de l'inflation grâce au travail de coalition, l'élimination du recouvrement provincial du supplément pour enfants en C.-B. récupérant 13 millions \$ qui ont été redistribués aux parents monoparentaux.

ACORN mène d'autres campagnes nationales et provinciales sur divers enjeux, notamment : la justice contre les pratiques de prêts prédatrices, l'internet pour tous, des habitations saines, des opérations bancaires équitables, la hausse du salaire minimum à 15 \$ l'heure et les droits des personnes ayant un handicap et l'aide sociale. Tous nos bureaux offrent des services gratuits de préparation des déclarations d'impôt.

Les citoyens ont le pouvoir de changer les choses!

Fiche de travail

Organiser une campagne efficace en 5 étapes

La création d'un plan de campagne : mission, cibles, stratégies et tactiques (version modifiée inspirée du webinaire de l'Institut Broadbent)

Étape 1 : Mission

Étape 2 : Buts

Étape 3 : Cibles

Étape 4 : Stratégie

Étape 5 : Tactiques

Étape 1 : Définir clairement votre mission/vision de campagne

- Quels changements souhaitez-vous obtenir dans votre lieu de travail/syndicat/communauté?
- Quels résultats souhaitez-vous obtenir?

AStuce : Votre mission ou vision se présente sous forme de déclaration. Assurez-vous qu'elle soit courte et précise. Elle doit porter sur les changements que vous souhaitez apporter. Ce peut-être une vision ou une mission globale, transformatrice, mobilisatrice et approfondie. Elle doit aussi porter sur un seul enjeu précis.

Facteurs à considérer

- Comment d'autres groupes s'y sont pris pour mettre en oeuvre cette vision (dans le passé et même encore aujourd'hui). Tenez compte des points positifs et négatifs.
- Qui est susceptible de profiter du changement? Qui pourrait en souffrir. En d'autres mots, qui appuiera cette vision et qui s'y opposera parce qu'il n'en tire pas d'avantages?
- Quels sont le climat politique et l'opinion publique actuels à l'égard de cet enjeu? En d'autres mots, les gens sont-ils même au courant de cet enjeu ou y a-t-il beaucoup de désinformation au sujet de cet enjeu?
- Nécessité possible d'avoir à faire des recherches et des analyses

Étape 2 : Définir le but de votre campagne

- Que vous faut-il pour accomplir votre mission?
- Quels sont vos échéanciers?

AStuce : Vous devez appliquer la formule SMAART (Stratégique, Mesurable, Affectable, Actualisable, Réaliste et Temporel) à votre campagne.

Voir le tiré à part : *Buts et objectifs SMAART*

Étape 3 : Identifier vos cibles

Cibles

- Qui a les ressources, la capacité ou le pouvoir d'apporter les changements que vous souhaitez? (Le gouvernement fédéral, les entreprises, etc.)?
De quoi a besoin cette personne (ou ce groupe), quels sont ses objectifs et ses préoccupations? OU de quel pouvoir ou moyen (argent, réputation, pouvoir politique, etc.) dispose cette personne (ou ce groupe) et quelles sont ses vulnérabilités (l'opinion des électeurs, des consommateurs, sa réputation, etc.)? (N'oubliez pas d'identifier vos forces et vos vulnérabilités).

Auditoire

- Qui peut influencer votre auditoire ou les personnes qui ont le pouvoir de changer les choses (p. ex., les personnes syndiquées, les électeurs et électrices, les consommateurs et consommatrices).

	Personnes élues	Organisations et gouvernement	Public	Autre
Cibles				
Besoins et attentes de votre auditoire (forces et vulnérabilités)				
Auditoire				

Étape 4 : Décrire vos stratégies et tactiques

Maintenant que vous avez réfléchi au but, à la cible et aux ressources nécessaires, quelles stratégies (ou approches) comptez-vous utiliser pour atteindre vos objectifs? Quelles tactiques faudra-t-il utiliser avec ces stratégies?

Les tactiques choisies doivent être très précises, mesurables et définies dans le temps (avec une ou des dates).

Les statistiques permettent de mesurer votre efficacité par rapport à vos tactiques.

Voici un exemple :

STRATÉGIE	TACTIQUES	STATISTIQUES
Sensibiliser davantage les gens aux effets de... (p. ex. : la pauvreté des enfants en faisant du porte-à-porte dans le voisinage)	Appels téléphoniques Porte-à-porte Assemblées de cuisine Événements communautaires Messages durant les services religieux	Nbre d'appels par semaine Nbre de cartes de solidarité signées par semaine Nbre de participants par mois Nbre de sermons sur la pauvreté et la réduction de la pauvreté

Stratégie	Tactiques	Statistiques

Buts et objectifs SMAART

STRATÉGIQUE	Fixez-vous un but précis et détaillé. De quelles ressources aurez-vous besoin pour l'atteindre?
MESURABLE	Assurez-vous de pouvoir quantifier et confirmer les résultats. Comment saurez-vous que vous êtes sur la bonne voie?
AFFECTABLE	Qui d'entre vous formera l'équipe du projet?
ACTUALISABLE	Comment vous y prendrez-vous?
RÉALISTE	Votre but peut représenter un défi, mais pas une mission impossible!
TEMPOREL	Quand prévoyez-vous terminer l'activité?

Exemple d'un but « SMAART »

Dans le cadre de la campagne sur les services de garde, l'AFPC travaillera de concert avec ses comités régionaux des droits de la personne au cours des trois prochains mois; l'objectif étant d'élaborer des tactiques et des outils pour faire en sorte que la campagne reflète nos revendications pour la mise en oeuvre d'un réseau public de services de garde à l'enfance qui soit inclusif, culturellement pertinent et accessible.

Guide stratégique : Passons à l'action!

1. Identifiez un enjeu lié au lieu de travail, au syndicat ou à votre communauté qui revêt une grande importance pour les personnes racialisées et qui vous tient à coeur. Tentez de choisir un enjeu pour lequel vous souhaitez ardemment obtenir des changements positifs. (Inscrivez la réponse ci-dessous)

2. Quel est le changement le plus important que vous souhaitez obtenir ou aider à obtenir (relativement à cet enjeu); quelque chose de tangible et de faisable? (Inscrivez la réponse ci-dessous)

3. Quand souhaitez-vous obtenir ce changement? Est-ce pour un événement précis qui surviendra à une date précise (c.-à-d. : des élections, une journée célébrant les droits de la personne, une activité syndicale, etc.)? Si oui, inscrivez la réponse ci-dessous :

4. Y a-t-il d'autres organisations qui travaillent actuellement sur cet enjeu? Si oui, inscrivez-les ci-dessous. Si vous ne le savez, faites des recherches pour tenter de trouver la réponse, puis inscrivez-la ci-dessous. Si vous n'avez pas la réponse, passez à la prochaine question.

5. De quelle aide aurez-vous besoin pour susciter les changements souhaités? (Il peut y avoir plus d'une personne ou d'un groupe). (Inscrivez la réponse ci-dessous)

6. Quelles recherches devez-vous faire pour remédier efficacement à cet enjeu? (Inscrivez la réponse ci-dessous)

7. Quelles autres personnes/groupes/organisations seraient susceptibles d'être un allié sur cet enjeu? (Inscrivez la réponse ci-dessous)

8. Quelles sont les tactiques possibles à utiliser qui vous aideraient à atteindre votre objectif et susciter ce changement? (Inscrivez la réponse ci-dessous)

9. Qui devez-vous consulter afin de créer un plan stratégique efficace (SMAART) pour susciter ce changement sur cet enjeu?

10. Quelles sont les premières démarches que vous devez entreprendre, après la conférence, pour continuer le travail sur cet enjeu?