

Plan de mobilisation

Le plan de [mobilisation](#) apparait comme un outil qui permet de formaliser ce que l'on fait, généralement, de manière intuitive. Une rapide analyse des différents groupes ciblés (que l'on cherche à mobiliser), en lien avec les changements souhaités, permet ainsi d'élaborer les stratégies de mobilisation les plus adaptées.

Cette analyse repose sur :

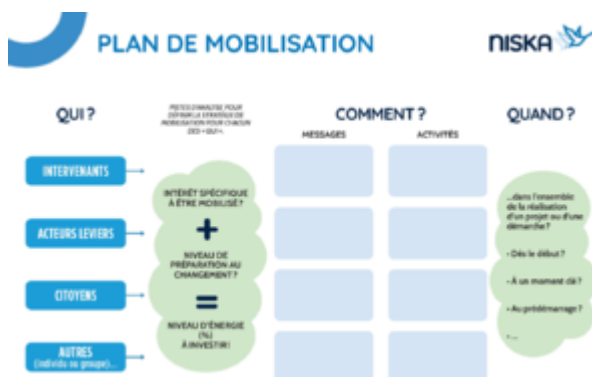
1. Les intérêts spécifiques, de chaque groupe ciblé, à être mobilisés dans le projet : quel changement souhaité (dans l'ensemble de la logique) est susceptible de les toucher, d'être un déclencheur pour eux ? il deviendra le mobile, la raison d'agir.
2. Le niveau de préparation au changement de chaque groupe ciblé (non sensibilisé, sensibilisé, prêt à passer à l'action, passent à l'action ponctuellement ou régulièrement) et le niveau où l'on souhaite les amener.

Ces deux clés d'[analyse](#) des groupes ciblés nous aident à détecter le niveau d'énergie que nous devons investir pour mobiliser directement chacune des cibles. Ce faisant, les [stratégies de mobilisation](#) des différents groupes sont plus faciles à définir. Peut-être choisirons-nous de prioriser certains groupes pour faire levier sur d'autres, parce qu'ils pourront contribuer à la mobilisation d'autres groupes cibles.

Les éléments d'un plan de mobilisation

Les trois éléments fondamentaux d'un plan de mobilisation sont :

1. **Qui**: identifier les populations cibles qu'il faut mobiliser: citoyens, acteurs levier, intervenants, individus clés, autres...;
2. **Comment** : identifier le message et les activités spécifiques à déployer pour chaque groupe cible;
3. **Quand**: identifier à quel moment, dans l'ensemble de la mise en œuvre du projet, il sera le plus pertinent de mobiliser chaque groupe (au début du projet, à un moment clé, avant même le démarrage, etc.).



Un plan de mobilisation

La mobilisation n'est pas tant un processus, plutôt un cycle.

Elle doit être au service de quelque chose d'autre que la mobilisation elle-même, la [raison d'être](#) du projet pour lequel on cherche à mobiliser est la base de tout... les changements souhaités que le

projet contribuera à atteindre.

Exemple : on ne mobilise pas les habitant-es dans le seul but de favoriser la mobilisation des habitant-es!

Quand les personnes à mobiliser ne sont pas impliquées dès la conception du [projet](#), il est important de cibler correctement qui doit être mobilisé, pour quelles raisons, ce qu'ils et elles devront faire et à quel moment du projet.

Il faut bien connaître les personnes qu'on veut mobiliser, leur niveau de sensibilisation au sujet, leur langage, ce qui les touche, leurs [enjeux](#), leurs besoins, leurs ressources, etc.

http://wiki.niskacolades.org/Plan_de_mobilisation