



10

Stratégies de revendication, de sensibilisation et suivis des demandes

- ➔ Cet outil traite des stratégies de revendication et de sensibilisation et des suivis à faire après une demande.
- ➔ Il renferme quelques conseils pratiques, mais surtout des généralités à considérer lorsque l'on souhaite porter une revendication ou sensibiliser des individus.
- ➔ Il contient des descriptions de ce que sont la revendication et la sensibilisation.
- ➔ Il sera utile à des personnes qui souhaitent tenter des démarches auprès de commerçants, d'organismes ou d'institutions afin d'inspirer leurs actions.



ABC



10



Stratégies de revendication



La revendication, c'est le fait de réclamer quelque chose dont on est privé ou de réclamer quelque chose comme un dû.

Larousse, 2008.

Contrairement à ce qui est souvent véhiculé au sujet des revendicateurs, ils ne sont pas que de «grandes gueules» ou des «chialeux». Ce sont des pionniers, des défenseurs des droits et des intérêts des plus démunis ou des opprimés. Leurs prises de parole servent à faire avancer la société. Il n'y a qu'à penser à Michel Chartrand, le syndicaliste ou aux femmes suffragettes qui à partir de 1920, ont combattu la discrimination faite aux femmes et ont milité pour que le droit de vote des femmes devienne une réalité. On peut ne pas être en accord avec les idées, les orientations ou les stratégies des revendicateurs, mais il faut reconnaître leur contribution à la société québécoise et s'en inspirer.

Voici donc quelques éléments que vous devriez garder à l'esprit pour développer votre potentiel revendicateur.



Lorsque vous revendiquez quelque chose, qu'il s'agisse d'une amélioration concrète, d'une nouvelle installation, d'un service, de la modification d'un règlement ou d'une loi, etc., il est essentiel de bien identifier votre cible. Vous devez vous demander qui a le pouvoir de faire changer la situation ou qui sont les personnes qui ont de l'influence dans la situation.

- Avant de vous lancer, assurez vous que vous êtes en droit de revendiquer telle ou telle chose. Sans quoi vous pourriez donner un coup d'épée dans l'eau. L'**outil 2: Législations** propose plusieurs références qui pourraient vous être utiles à ce sujet.
- Il est aussi primordial que votre revendication soit formulée clairement. Évitez les demandes très globales, générales ou imprécises. Évitez aussi de demander trop de choses à la fois.



Sachez, toutefois, que vous pouvez tenter des revendications qui dépassent les normes et les droits.

- Dans la revendication, en tant que simple citoyen, on se sent parfois bien petit devant nos adversaires. C'est pourquoi, il est toujours utile et pertinent de solliciter l'appui d'alliés. Les organismes communautaires peuvent jouer ce rôle efficacement, tout comme vos élus. N'hésitez pas à les contacter.



- La collaboration et la confrontation sont deux stratégies de revendication qui sont toutes aussi valables l'une que l'autre. Les utiliser selon une gradation peut être une bonne option, c'est-à-dire de commencer en douceur avec une approche beaucoup plus conciliante et d'augmenter la pression sur l'adversaire au fil du temps si notre message n'est pas entendu ou qu'aucune action concrète n'est posée. Mener des luttes sociales ne veut pas forcément dire que l'on doit sortir les dents, mais il peut être nécessaire d'avoir du mordant.



Mener des luttes sociales ne veut pas forcément dire que l'on doit sortir les dents, mais il peut être nécessaire d'avoir du mordant.



- La rédaction d'une lettre peut paraître anodine, mais c'est une manière efficace et simple de revendiquer. Ce peut être un bon point de départ pour des actions de plus grande envergure. Comme éléments de stratégie, pensez aux copies conformes. L'**outil 11 : Rédaction de lettres** renferme des conseils à cet effet.



- L'envoi massif de lettres peut aussi s'avérer une stratégie de revendication gagnante. Imaginez-vous que vous êtes maire ou restaurateur et que vous recevez 10, 20 ou 30 lettres demandant toutes la même chose. Sauriez-vous y rester indifférent ?

- La formule d'une pétition emprunte d'ailleurs cette idée et peut se révéler une avenue intéressante, même si son efficacité est parfois questionnable.



Le fait de se regrouper pour faire une revendication a, sans conteste, un effet important. Vous êtes rarement la seule personne affectée par une situation.

- La prise de parole lors de consultations publiques ou dans un contexte de représentation est aussi une forme de revendication tout à fait valable. Si cela fait plusieurs fois que vous vous y rendez pour la même chose, mentionnez-le. L'impuissance ou l'inaction de vos interlocuteurs ressortira et cela servira à mettre un peu de pression. Par contre, évitez d'attaquer les politiciens de manière générale dans vos propos, vous risquez de perdre l'appui de l'ensemble d'entre eux.

- Le dépôt de documents divers lors de ces séances peut aussi ajouter à ce type de stratégie. Par ailleurs assurez-vous de respecter les règles établies à ce sujet. Vous pouvez d'ailleurs consulter l'**outil 12 : La prise de parole** pour bien vous préparer à cet effet.




- Une manifestation ou un rassemblement autour d'un thème précis sont aussi de bons moyens de revendication. Ils donnent de la visibilité à une question d'intérêt public. Cependant, il faut savoir que la mobilisation nécessaire à leur réalisation est parfois ardue et demande temps et énergie. Plus vos revendications seront collectives, plus elles parviendront à rassembler un nombre important d'individus et plus grand sera l'impact de votre rassemblement de masse.



DIVERSES STRATÉGIES DE REVENDICATION


- Rédaction d'une lettre
- Copies conformes
- Envoi massif de lettres
- Pétition
- Prise de parole lors de consultations publiques
- Dépôt de documents divers
- Manifestation ou un rassemblement
- Recours aux médias



→  Le défi avec la mobilisation que ce soit pour l'envoi massif de lettres, une pétition ou une manifestation, c'est de faire valoir l'idée que ce que l'on réclame est d'intérêt public ou que notre intérêt particulier mérite l'appui de l'ensemble de la population.

Faire valoir une meilleure accessibilité pour les personnes ayant des incapacités devrait, en ce sens, être assez simple à justifier puisque l'accessibilité universelle profite à tous et que nul sur terre n'est à l'abri de vivre un jour, avec certaines limitations fonctionnelles qu'elles soient permanentes ou temporaires. Pour obtenir plus d'arguments, vous pouvez vous référer à l'**outil 9: Argumentation**.



→  Rappelez-vous que la force du nombre (quel que soit ce nombre) et la mise en commun des luttes sont des éléments gagnants dans la revendication.

L'idéal serait de toujours réussir à rassembler un grand nombre de personnes autour d'une question, mais dites-vous que 3, 6 ou 20 personnes mobilisées, même si ça vous semble peu, c'est 3, 6 ou 20 personnes de plus qui sont sensibilisées à une cause et 3, 6 ou 20 personnes de plus qui deviendront des agents multiplicateurs.

3, 6, 20

Stratégies de sensibilisation

La sensibilisation, c'est simplement le fait de rendre un groupe sensible ou réceptif à quelque chose.

Larousse, 2008.




Dans la problématique de l'accessibilité, la sensibilisation revêt une importance capitale. La population en général, les commerçants, les décideurs, les élus et tous les autres ne sont pas tous des gens de mauvaise foi. Et ce, même s'ils contribuent au problème ou ne font rien pour l'enrayer. Bien souvent, leur inaction

devant le problème ou au contraire, leurs actions qui créent des obstacles à l'accessibilité, nous apparaissent comme étant de l'indifférence ou un manque de volonté. Cependant, plus souvent qu'autrement, ils sont liés à de la méconnaissance et à de l'ignorance.

Si les problèmes d'accessibilité sont d'une évidence pour vous qui les vivez quotidiennement, il n'en va pas forcément de même pour une personne qui n'a jamais eu à circuler sur un trottoir craquelé en fauteuil roulant ou à être accompagnée d'un chien guide dans ses déplacements. Il est donc primordial d'inclure des éléments de sensibilisation dans vos prises de parole, dans chacune de vos actions en faveur de l'accessibilité et même dans vos contacts quotidiens auprès des gens que vous côtoyez. Et même si cela peut sembler curieux, les personnes ayant des incapacités elles-mêmes doivent être sensibilisées. Elles doivent l'être au sujet de la réalité des personnes ayant des incapacités différentes des leurs, mais aussi au fait qu'elles sont des agents de changement et d'information importants concernant l'amélioration de l'accessibilité.



Voici donc quelques aspects à prendre en considération pour sensibiliser votre entourage et contribuer à la prise de conscience des problématiques liées à l'accessibilité.

→  Comme lorsque vous revendiquez, il est important de bien identifier votre cible.

La sensibilisation peut emprunter diverses formes et être d'envergure très variable. La créativité et l'initiative sont deux qualités de mise lorsque l'on veut réaliser une activité de sensibilisation.

→ Vous devez savoir le plus précisément possible qui vous cherchez à rejoindre et bien entendu, ce que vous cherchez à lui faire saisir. Cela déterminera la façon dont vous vous y prendrez. On ne s'adresse pas de la même manière à un enfant ou à Monsieur le Maire !!! Pour des trucs, concernant le contenu de votre message, vous pouvez consulter l'**outil 12: La prise de parole** et l'**outil 13: Histoire de sensibilisation**.



→ Écrire une lettre ou solliciter une rencontre avec une ou plusieurs personnes, un commerçant par exemple, sont des moyens simples de faire de la sensibilisation. Ils ne demandent qu'un peu de temps et de détermination.

→ La distribution de tracts, le porte-à-porte, les hommes-sandwichs, la tenue de kiosques, les conférences, le théâtre, l'organisation d'activités particulières comme une visite guidée, sont autant de bons moyens de sensibilisation, mais ils exigent de la préparation. Par contre, votre quotidien est rempli d'occasions de sensibiliser les gens autour de vous. Par exemple, une commission à faire chez le marchand du coin et où vous ne pouvez entrer. Un individu qui vous coupe la route sur le trottoir sans même vous voir. Une jeune femme qui stationne son vélo sur une rampe d'accès sans penser qu'elle vous bloque le passage. Saisissez chacune de ces opportunités pour éduquer les gens. Vous répandrez la sensibilité !!!



Soyez aussi conscients que votre simple présence dans les lieux publics est un moyen de sensibiliser la population et les commerçants. Elle vous donne une visibilité qui est précieuse pour faire valoir vos intérêts et briser les mythes et les préjugés concernant les personnes handicapées.



→ L'originalité est un atout considérable. Si vous parvenez à toucher l'imaginaire des gens que vous sensibilisez ou à vous faire remarquer suffisamment pour qu'ils se souviennent de vous longtemps, il y a de bonnes chances que votre message fasse tranquillement son bout de chemin dans leur esprit.

→ Par ailleurs, rappelez-vous que la forme que revêt votre sensibilisation ne doit pas prendre plus d'importance que le message que vous souhaitez livrer. La simplicité est souvent la meilleure des options et cela ne va pas à l'encontre de l'originalité.

- Lorsque vous rencontrez une personne dans le but de la sensibiliser, il est important que vous adoptiez une attitude ouverte et respectueuse. Il se peut que malgré vos bonnes intentions, la personne se sente confrontée ou prise en défaut. Vous devez lui démontrer que vous ne cherchez pas à la juger ou à l'attaquer personnellement, mais simplement à lui faire part de votre réalité ou des problèmes que vous vivez.



Rappelez-vous que la plupart des gens qui ne vivent pas de situation de handicap, n'agissent pas par mauvaise foi, mais plutôt par ignorance de votre réalité et des difficultés que peuvent causer le manque d'accessibilité au quotidien, dans vos vies.

Ce sont ces difficultés et leurs impacts que vous devez parvenir à leur faire saisir et non tenter de les culpabiliser de ne pas les avoir pris en considération plus tôt.

- Si vous êtes en mesure de le faire, vous réunir pour organiser une activité de sensibilisation de plus grande envergure, peut être une formidable aventure. En plus, cela sera une occasion de mettre en commun vos expériences, d'enrichir le message que vous souhaitez transmettre et de briser l'isolement.



Si une idée géniale vous vient en tête, n'hésitez pas à la partager avec des organismes communautaires dont vous êtes membres et à demander leur support.

- Pensez aussi que la sensibilisation a ses limites. Soyez réalistes quant aux retombées possibles associées à ces actions. Par la sensibilisation, on vise à rendre les gens plus sensibles à une cause, à un phénomène ou à un problème, ce qui ne veut pas dire que l'on obtient des changements importants ou des actions concrètes de leur part, à court terme. Sensibilisation rime avec patience et détermination!!!

- En lien avec les limites de la sensibilisation, soyez conscients de vos objectifs cachés. Si vous souhaitez que votre sensibilisation mène à des changements ou des gains précis, jouez franc jeu. Accompagnez le tout de revendications clairement nommées.

- Le recours aux médias, tant pour la revendication que pour la sensibilisation, peut s'avérer une bonne stratégie. Toutefois, si vous les sollicitez pour une entrevue, pour couvrir un événement ou pour transmettre un communiqué, soyez conscients que cela comporte certains risques. Un média peut se montrer intéressé par la couverture de votre activité et finalement avoir une nouvelle plus « urgente » ou plus « captivante » à couvrir. Ou encore, couvrir votre activité d'une façon qui ne vous rend pas justice.



On ne contrôle pas la façon dont les médias rapportent l'information. Il est donc important de bien vous préparer et de réfléchir au choix du média en question.



DIVERSES STRATÉGIES DE SENSIBILISATION

- Écrire une lettre
- Solliciter une rencontre
- Distribution de tracts
- Porte-à-porte
- Hommes-sandwichs
- Tenue de kiosques
- Conférences
- Théâtre
- Organisation d'activités particulières
- Recours aux médias

Votre quotidien est rempli d'occasions de sensibiliser les gens autour de vous !



Suivis des demandes

Relancer les gens à qui l'on adresse des demandes est probablement la partie la moins agréable du travail de revendication. Cela peut s'avérer frustrant car le simple fait d'avoir à le faire, peut donner l'impression que l'on n'a pas pris au sérieux nos demandes ou que les gens leur accordent peu d'importance. Toutefois, ce travail est important et peut faire la différence. Il est possible aussi que vous ayez l'impression en effectuant le suivi de vos demandes, de quêter et que cela vous agace.



Rappelez-vous que l'accessibilité n'est pas un privilège ou une faveur que l'on vous accorde, mais une affaire de droits et de participation sociale.

Votre ténacité et votre persévérance peuvent faire en sorte que l'on réponde éventuellement à vos demandes par des changements concrets qui amélioreront l'accessibilité. Un peu de pression n'a jamais fait de tort !!!

Voici donc quelques points à considérer dans les suivis de vos requêtes, demandes ou revendications :



- **Vous ne devez pas hésiter à relancer les personnes, les commerçants, les institutions, les services ou les organismes, suite à des requêtes ou des demandes. Ainsi, vous démontrez que vous tenez à vos idées et que le problème a réellement des impacts sur vous.**

Il est possible que les personnes ne vous répondent pas simplement parce qu'elles ont oublié ou n'ont pas pris le temps de se pencher sur votre demande. En les relançant, vous les forcez à le faire, à se compromettre.

- Soyez déterminés et insistants, mais pas harcelants. Le dosage à bien meilleur goût et la patience est souvent payante !
- Une bonne façon de relancer peut être de solliciter une rencontre auprès de la personne concernée. Si elle accepte, cela vous permettra d'évaluer sa volonté à résoudre le problème et de connaître ses contraintes ou empêchements, en vue de lui proposer des solutions concrètes. Cette rencontre sera aussi une belle opportunité de faire de la sensibilisation.
- La relance téléphonique est probablement plus efficace qu'une deuxième missive écrite. Elle permet d'établir un contact plus direct avec la personne concernée.

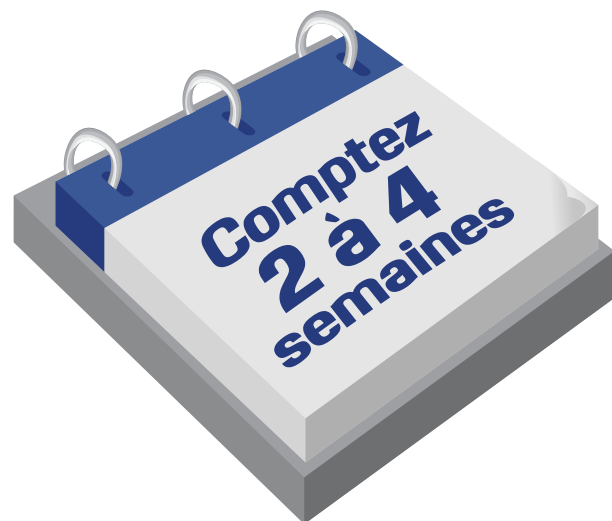


Prenez le temps de bien vous préparer. Cerner l'objectif de votre appel. Notez vos questions, vos arguments ainsi que des références ou des informations à laisser à la personne.

- Vous pouvez aussi décider de vous rendre sur place sans rendez-vous, mais en forçant la rencontre, il se peut que vous rendiez la personne mal à l'aise et sur la défensive ou tout simplement, qu'elle n'ait pas de temps à vous accorder.



→ Si vous avez adressé une demande au système de gestion des requêtes de la Ville, comptez de deux à quatre semaines avant de faire un suivi. Si après ce délai, aucun changement n'a été apporté à la situation problématique, renseignez-vous auprès du bureau d'arrondissement concerné, des développements liés à votre requête. D'où l'importance de prendre en note le numéro de votre requête lors de son dépôt. Par la suite, revenez à la charge tant que la requête n'est pas traitée ou qu'une décision n'est pas rendue. Dans le cadre du projet, l'ensemble des requêtes déposées ont été traitées à l'intérieur de délais assez courts.



→ Si le suivi concerne une lettre envoyée à un commerçant afin de l'inciter à rendre son commerce accessible ou à apporter des améliorations à son aménagement, comptez au minimum un mois avant de le relancer.

→ Si vous avez adressé une question ou une demande à un conseil de quartier, d'arrondissement ou au Conseil de Ville, vous pouvez attendre la séance suivante pour obtenir un suivi. Principalement, dans le cas des conseils de quartier, vous pouvez aussi demander que les personnes concernées par le dossier vous fassent un suivi personnalisé. Ce dernier sera fait alors plus rapidement, mais il se peut que vous deviez tout de même relancer la personne. Les gens ont parfois une fâcheuse tendance à oublier certaines demandes!!! En ce sens il est pertinent, lorsque vous adressez une question ou une demande, de demander clairement un nom de contact et un retour.



Il est possible que vous ayez à relancer une même personne à quelques reprises avant qu'elle considère votre demande ou passe à l'action. Dans ce cas, tenter chaque fois d'obtenir un engagement quelconque de sa part, ne serait-ce qu'elle vous rappelle ou vous donne une réponse dans un délai à déterminer.

→ Finalement, respectez vos énergies. Si après quelques relances, vous n'avez toujours pas obtenu ce pour quoi vous revendiquez, il peut être sage de prendre une pause. Elle vous permettra de reprendre votre souffle, d'avoir un peu de recul par rapport à la situation, de réfléchir à une nouvelle stratégie et de solliciter d'autres alliés. L'important, c'est de ne pas baisser les bras si vous croyez fermement en vos idées.



DIVERSES STRATÉGIES DE SUIVIS

- Solliciter une rencontre auprès de la personne
- Relance téléphonique
- Deuxième missive écrite
- Vous rendre sur place

Références utiles pour inspirer vos actions

- *Mouvement d'éducation populaire et d'Action communautaire du Québec (MÉPACQ)*
<http://www.100detours.org>
- *Regroupement d'éducation populaire en action communautaire (RÉPAC)*
<http://www.repac.org>
- *Méthodes pour renforcer les communautés*
<http://www.scn.org/gcad/index.htm>