



Cabinet agréé FDFP
www.expertisemega.net



«GUIDE PRATIQUE POUR LES FEMMES EN POLITIQUE»

Préparation stratégique de candidatures

- **Préambule**
- **Le sens du partenariat Friedrich Ebert Stiftung / Cabinet Expertises Méga** dans l'assistance pratique aux leaders féminins politiques et dirigeantes de la société civile et la promotion de la participation des femmes à la vie politique.
- **Des femmes dignes d'être citées / partage d'expériences**
- **Introduction**
- **PARTIE I : LES ENJEUX DE LA VIE POLITIQUE EN CÔTE D'IVOIRE**

1/ Contexte politique des élections et état de la participation politique des femmes aux élections

2/ Apprendre à connaître le paysage politique

2.1 Cadre légal des élections

- 2.1.1 Quels sont les enjeux de la vie politique ?
- 2.1.2 Quels sont les organes dirigeants de la vie politique ?
- 2.1.3 Quels rôles et quelles fonctions jouent les élus ?
- 2.1.4 Comment se font les élections présidentielles, législatives, départementales et municipales ?
- 2.1.5 tableau résumé des conditions d'admissibilité des candidats aux élections
- 2.1.6 Quels sont les conditions à remplir pour être une élue ?

2.2 Pourquoi la politique? Pourquoi moi?

- **PARTIE II : COMMENT PREPARER LES ELECTIONS ?**

1/ Période pré électorale : préparez votre campagne électorale

- 1.1 Evaluer vos points forts : exercice d'auto-évaluation
- 1.2 Quelques directives clés / conseils généraux
- 1.3 Travailler pour un parti
- 1.4 Obtenir l'investiture d'un parti politique
- 1.5 Comment devenir incontournable pour son parti politique ?
- 1.6 Se porter candidate à titre indépendant
- 1.7 Estimer le coût d'une candidature
 - Feuilles de calcul / Estimations de vos budgets de campagne*
 - Elaborez un budget de campagne
- 1.8 Comment financer sa campagne électorale ?
- 1.9 Comment constituer son équipe de campagne ?
- 1.10 Votre programme électoral
- 1.11 Connaître vos adversaires
- 1.12 Comment élaborer son message politique ?
- 1.13 Comment élaborer son plan de campagne ?
- 1.14 Outils de communication

2/ Période électorale : Battez la campagne électorale

- 2.1 Solliciter des suffrages
- 2.2 Comment intervenir en public? • Suivez les différentes étapes suivantes
- 2.3 Comment participer aux débats et interviews médiatiques ?
 - Le communiqué de presse – La conférence de presse
- 2.4 Quelles sont les règles d'éthique à respecter ?

Conclusion

➤ Préambule

Le Cabinet Expertises Méga a préparé ce guide pour aider les femmes ivoiriennes à s'intéresser à la politique et à y prendre plus activement et efficacement part.

- Nous espérons qu'il sera pour vous un outil d'encouragement à vous porter candidate sur la scène politique.
- Nous espérons qu'il vous fournira des suggestions et des idées que vous pourrez appliquer au domaine qui vous intéresse en politique.
- Nous espérons qu'il incitera davantage de femmes ivoiriennes à mettre leur voix au service du public.

- **Le sens du partenariat Friedrich Ebert Stiftung / Cabinet Expertises Méga** dans l'assistance pratique aux leaders féminins politiques et dirigeantes de la société civile et la promotion de la participation des femmes à la vie politique.

La Friedrich Ebert Stiftung (FES) est une organisation à but non lucratif qui œuvre pour le renforcement et le développement de la démocratie à travers le monde.

Faisant appel à un réseau d'experts, la FES fournit une assistance pratique aux leaders politiques et dirigeants de la société civile qui agissent en vue d'asseoir les valeurs, pratiques et institutions démocratiques dans leurs pays.

La FES collabore avec les acteurs politiques, économiques et sociaux en vue de promouvoir les droits de l'homme, la démocratie, le développement, favoriser la tenue d'élections transparentes et encourager la participation des citoyens à la vie publique.

La démocratie est fondamentalement liée à l'existence d'institutions législatives représentatives qui contrôlent le pouvoir exécutif; d'un système judiciaire indépendant qui préserve la primauté de la loi; de partis politiques ouverts et responsables devant les citoyens appliquant la démocratie interne; et d'élections qui permettent aux citoyens de choisir librement leurs représentants au gouvernement.

La FES soutient et renforce les capacités de la société civile, des organisations politiques, des institutions ainsi que tous les processus qui favorisent l'enracinement de la démocratie et le développement.

La Friedrich Ebert Stiftung Côte d'Ivoire s'emploie à répondre aux demandes des dirigeants des gouvernements, de parlements, de partis politiques et d'organisations de la société civile qui souhaitent obtenir son appui dans divers domaines.

A travers le présent guide, la Friedrich Ebert Stiftung Côte d'Ivoire entend promouvoir la participation des femmes à la vie politique. Ce travail s'appuie sur le cabinet EXPERTISES MEGA spécialisé en ingénierie de développement local et plus précisément en :

- planification et développement durable ;
- appui à la formulation et à la mise en œuvre de projets ;
- renforcement de capacités ;
- économie locale et promotion régionale ;
- mobilisation de ressources

Ce cabinet fait partie des partenaires de la Friedrich Ebert Stiftung et a œuvré à maintes reprises dans l'élaboration et la mise en œuvre de projets prenant en compte la notion de genre pour un développement équitable et durable.

Le présent partenariat s'inscrit dans un contexte particulier. En effet, la Côte d'Ivoire traverse, depuis le coup d'état du 24 Décembre 1999, une crise socio économique sans précédent, accentuée par la rébellion du 19 Septembre 2002. Pour la juguler et relancer le développement, il est impérieux que l'ensemble de la population, sans exclusive, participe aux prises de décisions. Les besoins et les priorités des femmes aussi bien que des hommes doivent être pris en considération. La répartition des responsabilités entre les femmes et les hommes dans les institutions gouvernementales est une nécessité. Or justement, en Côte d'Ivoire, les

femmes représentent plus de la moitié de la population, mais sont quasiment exclues de la gestion du pouvoir et des réformes de gouvernance ainsi que des négociations de paix et des consultations de Ouagadougou visant à déterminer le type et les modalités du processus de paix.

Cette situation met en exergue deux problématiques majeures:

- le fait que les femmes, en Côte d'Ivoire, tout en représentant 52% de la population, ne participent généralement pas aux processus décisionnels et électoraux ou de prises de décisions d'abord en tant qu'électrices, ensuite comme candidates aux élections. Elles sont, en outre, sous représentées dans les secteurs stratégiques économiques, sociaux et politiques du pays ;
- même lorsqu'elle manifestent le désir de s'impliquer dans les sphères de décision, les femmes en Côte d'Ivoire, ne sont pas suffisamment outillées pour assumer leurs missions de façon durable.

Pourtant, il n'est plus à démontrer que la participation des femmes à la prise de décision politique est à considérer comme un facteur de recherche d'efficacité et que les femmes élues sont une valeur ajoutée pour les institutions politiques nationales et locales et la clé pour un développement à visage humain et durable. En effet, une meilleure représentativité des femmes au niveau des instances de décisions est une condition nécessaire de la démocratie participative et du développement économique durable, car l'inclusion des deux sexes dans la prise de décision améliore la qualité des décisions prises qui reflètent davantage la diversité des citoyens ... Les notions fondamentales que sont la justice sociale les droits humains et la démocratie exigent la prise en compte des femmes dans tous les milieux , et notamment en milieu politique.

Cette frange de la population donc être prise en compte notamment, dans le contexte post-crise actuel.

La présente initiative vise à mettre à la disposition des futures candidates et les électrices un support en vue d'accroître la participation active des femmes au jeu politique.

Pour le cabinet « Expertises Méga »

Georgette ZAMBLE SOUKOU
Directrice Générale

« Pour la Friedrich Ebert Stiftung »

Jens HETTMANN
Représentant Résident

➤ **Des femmes dignes d'être citées / partage d'expériences**

- **Hortense ACKA-ANGHUI**, Ancienne Vice-Présidente Assemblée Nationale, Maire de Port-Bouët, doyenne des femmes maires
- **Marthe AMON-AGOH**, Vice-Présidente actuelle Assemblée Nationale
- **Brigitte KAKOU LOU**, Présidente du réseau des femmes élues locales
- **Bertine TIA MONNET**, Présidente de conseil général, 1^{ère} et seule femme élue à ce poste
- **Jacqueline OBLE**, ancien Ministre, 1^{ère} femme candidate aux présidentielles

Propos de Danielle BONI-CLAVERIE : Fondatrice et Présidente de parti politique, anciennement parlementaire et Ministre :

« Lorsque j'étais jeune, je rêvais d'être chirurgien ; ce qui était une manière ressentie mais pas encore formulée de vouloir me mettre au service de mes semblables.

J'ai toujours eu le sens de l'organisation et lorsque je me rendais le week-end à Tiassalé, la petite ville natale de mon père, j'avais envie de transformer, d'aménager et d'assainir mon village.

De plus, j'exerçais le métier de journaliste politique et ma vision s'élargissait petit à petit aux problèmes nationaux.

Et c'est presque naturellement que lorsque l'opportunité s'est présentée en 1980, je me suis portée candidate à la députation. Nous étions 9 candidats dont 2 femmes et on ne donnait pas chère de ma future carrière politique. J'accumulais trop de handicaps :

- Une mère française ;
- Aucune connaissance d'une langue nationale ;
- A titre personnel, j'étais peu connue même si ma famille l'était ;
- Et je me refusais de faire de la politique sur de fausses promesses.

C'est donc par la députation que j'ai débuté ma carrière politique et depuis je ne l'ai jamais abandonnée.

Mes cinq ans au Parlement m'ont forgée et ont eu des répercussions sur ma vie professionnelle.

Ma circonscription était rurale et j'ai eu à affronter des paysans en colère dont le bon sens et l'aptitude à analyser mes propos m'ont amenée à leur porter un grand respect. J'apprenais ainsi à me confronter à des personnes pour ne pas dire des foules qu'il fallait convaincre.

Mon expérience en tant que femme a été plus mitigée car c'était une époque où notre arrivée, modeste en nombre, était perçue par des hommes sous l'angle de la concurrence.

Etant entrée en politique après une joute féroce, j'ai toujours refusé de réclamer des privilèges du fait d'être une femme. Je voulais que ma compétence soit mesurée de la même manière que celle des hommes. Cela n'a pas toujours été compris par mes sœurs. C'était le temps où j'étais contre les quotas parce que je craignais que cela ne nous infantilise. Ma position a beaucoup évolué depuis, non par opportunisme mais par conviction. Les femmes ont besoin d'être aidées, encouragées mais je continue à prôner la non complaisance, à rechercher la compétence pour que nous partagions le même socle d'égalité avec les hommes.

La gestion des femmes n'est pas une chose simple. Trop de susceptibilité, d'indiscipline, de papotages inutiles ; mais j'ai fait également l'expérience de la force de leur engagement.

Le temps mis à les convaincre est parfois long mais lorsqu'elles donnent leur accord à un projet, à des objectifs concrets, elles ne dévient plus d'un pouce et cela est très gratifiant.

A travers mes expériences politiques, j'ai appris à gérer les hommes et les femmes avec leurs contradictions, j'ai rencontré des personnes de grande qualité mais j'ai côtoyé également l'ingratitude, la jalousie, la trahison. J'en sors aguerrie mais aussi plus tolérante même si je continue à refuser les compromissions et la complaisance.

Il faut que mes jeunes sœurs se débarrassent de leur timidité. La politique n'est pas le seul apanage des hommes. Après plus de 30 ans à baigner dans ce milieu, je reste persuadée que les femmes ont un rôle complémentaire à jouer et leur expérience tirée de la gestion du foyer est riche d'applications. Elles savent régler les conflits entre adolescents, trouver des terrains d'entente entre parties opposées. Par là, elles démontrent déjà une habileté certaine dans la négociation. Il faut qu'elles prennent confiance en elles-mêmes et je les encourage vivement à investir les conseils municipaux qui se sont multipliés, les plus intrépides pouvant se présenter comme députés. Osez, soyez audacieuse, ne restez pas confinées dans la vie associative, investissez les cercles politiques d'autant que nos hommes ont changé de mentalité et sont prêts aujourd'hui à soutenir la candidature d'une femme à la magistrature suprême ou la désignation au poste de Premier Ministre. »

➤ Introduction

Les femmes font face à de nombreux obstacles quant à leur accession aux instances de pouvoir politique. Il s'agit en général d'obstacles liés au manque d'information, au manque d'assurance, à un certain degré d'impréparation face aux défis de la vie politique. De plus, l'accès des femmes ivoiriennes aux postes politiques de décisions fait encore l'objet de réticence et dans certains cas d'une interprétation négative. Cette interprétation est relayée par les religions à savoir la femme doit soumission et obéissance à l'homme.

En même temps, l'activité politique officielle pour les femmes en Côte d'Ivoire est, dans bien des cas, limitée aux activités traditionnelles en coulisse: convoquer les réunions, fournir les rafraîchissements, faire le travail de bureau et solliciter les votes des électeurs, etc.

Dans l'ensemble, les femmes restent isolées et exclues des rôles décisionnaires : ce qui les écarte encore davantage de la possibilité d'apporter des changements réels et significatifs.

Les partis politiques n'ont pas encore suffisamment surmonté leurs barrières structurelles – notamment la discrimination systémique et le manque de ressources financières et de systèmes de soutien destinés aux femmes candidates – pour permettre aux femmes d'être élues en nombre suffisant pour refléter l'ensemble de la population. La femme reste encore invisible dans l'imaginaire du pouvoir politique. Cette sous-représentation politique des femmes est souvent mise sur le compte d'une résistance du champ politique à la féminisation. Si un tel sexisme est bien repérable, l'explication de ce phénomène tient surtout à la persistance de représentations sociales très largement diffusées, et qui rendent l'engagement politique au féminin difficile à penser et à admettre pour nombre de citoyens : l'image de la femme comme pivot de l'espace domestique, et plus encore l'image de la politique comme une activité virile.

Si des formations et un appui technique en matière de politique s'avèrent nécessaires, pour les aider à jouer un meilleur rôle dans le processus électoral, il revient aussi aux femmes elles-mêmes, de savoir saisir les opportunités et perspectives qui s'offrent à elles aujourd'hui afin de participer pleinement aux instances de prise de décisions en tant que responsables élues mais aussi pour affirmer leur engagement citoyen.

En effet, en ce qui concerne le contexte, depuis plusieurs années, on note que l'importance de la place de la femme et son rôle dans notre société est de moins en moins contestée.

Au niveau politique, on note une volonté exprimée par le Chef de l'Etat et la classe politique signataire des accords de paix, d'accroître la participation de la femme Ivoirienne aux instances politiques de prise de décision.

Par ailleurs, la décentralisation offre de grandes opportunités aux femmes ivoiriennes.

Avec la communalisation totale du territoire ivoirien, de nouvelles perspectives se présentent à elles afin qu'elles s'intègrent dans la gestion de proximité et influent sur les décisions les concernant et touchant les couches vulnérables pour un développement durable.

Mais, force est de constater que les femmes ivoiriennes ne prennent pas suffisamment part aux compétitions électorales pour occuper des postes de responsabilité politique au sein de la communauté.

L'appui des réseaux d'élues comme le Réseau des Femmes et Gouvernance Locale de Côte d'Ivoire (RFGLCI) et le Réseau des Femmes Ministres et Parlementaires de Côte d'Ivoire (REFEMPCI), qui ont décidé au-delà des clivages politiques, de créer un cadre d'échanges et de partage d'expériences, pourrait s'avérer bénéfique pour combattre certaines idées reçues, pour bouleverser certaines pratiques injustes et discriminatoires et renforcer la participation des femmes et leur contribution aux processus décisionnels en vue d'aider à la reconstruction post-crise de leur pays.

On assiste, également, en Côte d'Ivoire, à la mobilisation de plus en plus structurée des groupes de femmes en faveur de l'émergence d'un leadership féminin et d'une plus grande implication des femmes dans les prises de décision.

Il y a, en effet, une prise de conscience au sein de la société civile ivoirienne en général, et des groupes de femmes en particulier, sur la contribution des femmes au processus de paix et de développement.

Les organisations féminines ont d'ambitieux programmes de positionnement des femmes dans les organes décisionnels pour obtenir au moins 30% des suffrages lors des prochaines élections.

Des efforts considérables sont déployés par les groupes de femmes afin de créer des plateformes communes. Mais, cette mobilisation qui semble se limiter aux grandes agglomérations, n'aura d'effet significatif que si elle s'étend au monde rural.

En outre, bien que des efforts considérables aient été déployés par les groupes de femmes afin de créer des plateformes communes, il reste encore beaucoup à faire en termes de synergie bâtie autour d'intérêts communs, rassembleurs et nationaux.

Il y a donc un réel défi de canaliser toutes les initiatives qui visent à rehausser le droit des femmes à la participation et à la prise de décisions.

Enfin, il est important de relever qu'après avoir joué pendant longtemps un rôle de second dans les formations politiques, on commence timidement à consacrer l'émergence de femmes chefs de partis et de futures candidatures féminines pour briguer la magistrature suprême. En effet, on assiste à l'avènement de femmes chefs de partis politiques. Pour les élections à venir, l'on note pour la première fois, une femme candidate à la Présidence de la République.

Le processus d'intégration de la femme ivoirienne dans les instances décisionnelles est en marche et doit progresser et se poursuivre pour une société plus juste.

Les élections de 2010-2011, sont l'occasion pour donner les moyens nécessaires aux femmes de se positionner dans le milieu politique.

Le présent guide, sans vouloir imposer de mode de conduite, a pour but de :

- accompagner les femmes dans la préparation des élections par l'information et la formation qu'il fournit.
- renforcer les capacités des femmes sur le champ politique
- Aider les femmes à participer efficacement au processus politique
- Offrir aux femmes un outil de référence présentant des exemples concrets, des méthodes et expériences nationales

Il est préparé à l'intention des femmes en général et plus particulièrement des candidates potentielles pour les prochaines élections nationales et locales.

Ce guide est composé de deux parties :

- la première partie traite du contexte politique et juridique des élections en Côte d'Ivoire;
- la seconde partie donne des conseils pratiques pour préparer et conduire les élections.

Il a été élaboré dans le respect des dispositions de la Constitution du 1er août 2000 et sur la base de la loi n°2000-514 du 1er août 2000 portant Code Electoral modifiée par l'ordonnance n° 2008-133 du 14 avril 2008 portant ajustements au Code électoral.

PARTIE I :

**LES ENJEUX DE LA VIE POLITIQUE
EN CÔTE D'IVOIRE**

➤ PARTIE I : LES ENJEUX DE LA VIE POLITIQUE EN CÔTE D'IVOIRE

Les élections en Côte d'Ivoire sont régies par la loi n° 2000-513 du 1er août 2000 portant Constitution de la République de Côte d'Ivoire et par la loi n°2000-514 du 1er août 2000 portant Code Electoral modifiée par l'ordonnance n° 2008-133 du 14 avril 2008 portant ajustements au Code électoral.

Pour aller aux élections, il est important que vous fassiez le point de l'actualité politique concernant les femmes et que vous vous imprégniez des textes de loi y afférant.

1/ Contexte politique des élections et état de la participation politique des femmes aux élections

En Côte d'Ivoire, les femmes représentent environ 52% de la population, mais sont peu présentes dans les instances décisionnelles. Généralement, elles sont peu associées à la gestion du pouvoir et des réformes de gouvernance. Il en a été ainsi des négociations de paix et des consultations de Ouagadougou visant à déterminer le type et les modalités de la résolution du conflit déclenché le 18 septembre 2002.

Au niveau du Gouvernement où elles peuvent prendre des initiatives, en mai 2010, on dénombre 2 femmes sur 28 ministres actuellement (7%).

Sur les 717 communes que compte la Côte d'Ivoire, seulement neuf (9) femmes sont portées à la tête de communes et sur cinquante et six (56) départements et districts, seul un département est dirigé par une femme (soit 1,7%).

Enfin, sur deux cent vingt trois députés (223) qui siègent à l'hémicycle où les lois sont votées, on ne dénombre seulement que 19 femmes (soit 8,5%).

Au niveau de la chefferie du village où les décisions concernant la propriété du foncier rural sont prises, il n'y a que 13 femmes sur 85549 en 2005.

Les commissions régionales de la Commission Electorale Indépendante qui viennent d'être installées sont constituées seulement d'hommes.

De telles proportions sont loin de la «masse critique» de 30%, minimum nécessaire pour que les femmes exercent une influence politique significative.

Lors des élections, les femmes sont rarement présentées comme candidates titulaires, elles sont généralement des suppléantes, certaines listes de partis politiques n'enregistrent même pas de femmes, ou celles qui l'enregistrent les positionnent mal.

Cependant, l'arsenal juridique ivoirien (constitution, code électoral) n'est pas discriminatoire à l'égard des femmes ; ces textes offrent la possibilité aux femmes de pouvoir se présenter à toutes les élections ou d'occuper des postes en toute égalité avec les hommes.

La loi fondamentale du 23 juillet 2000, en son préambule proclame l'adhésion de la Côte d'Ivoire aux droits et libertés tels que définis dans la Déclaration universelle des Droits de l'Homme de 1948 et dans la Charte africaine des Droits de l'Homme et des Peuples de 1981 et exprime son attachement aux valeurs démocratiques reconnues à tous, les peuples libres, notamment :

► Le respect et la protection des libertés fondamentales tant individuelles que collectives... Cette loi en son article 2 dispose que « tous les êtres humains naissent libres et égaux devant la loi ». « Toute propagande ayant pour but ou pour effet de faire prévaloir un groupe social sur un autre ... est interdite » (art 10 constitution).

Cela implique que tout(e) ivoirien(ne) peut exercer librement des activités politiques. Il est, en outre, inscrit dans la loi électorale (Art. 17) que « Tout électeur peut faire acte de candidature aux élections organisées par la présente loi, sous réserve des conditions particulières fixées pour chacune d'elles ». « Sont électeurs, les nationaux ivoiriens de deux sexes ».

Les femmes ont donc la possibilité de profiter de ce climat favorable en Côte d'Ivoire, pour mieux se positionner politiquement.

2/ Apprendre à connaître le paysage politique

Bien que vous ne puissiez pas prévoir chaque question qui vous sera posée sur le terrain politique, vous pouvez et devez vous tenir informée des questions importantes pour votre localité avant et pendant la campagne.

L'importance d'un mentor et de «sphères d'influence» peut être essentielle pour vous aider à prendre conscience des enjeux.

Ces sphères d'influence sont des gens au sein de la société qui possèdent des connaissances et une expertise particulières dont vous pouvez profiter.

Ils peuvent vous informer sur un sujet déterminé et, à partir de ces connaissances, vous pouvez établir et définir votre propre position et l'intégrer à votre plate-forme électorale.

Il est absolument indispensable de vous abonner aux journaux de votre localité et aux journaux nationaux. Bon nombre de ces ressources sont facilement accessibles sur Internet. Quel que soit le type de charge élective auquel vous aspirez, vous devez vous tenir informée des problèmes courants de votre circonscription, de votre région et de votre pays.

Vous ne savez jamais quel problème peut devenir pertinent pour vos électeurs. Parcourez les grands titres, découpez les articles pertinents et faites en sorte qu'un membre de votre équipe se tienne informé de la manière dont les problèmes actuels touchent la circonscription.

Les réunions publiques sont également une source primordiale d'informations.

Si vous ne pouvez pas assister à toutes les réunions, envoyez-y une représentante et réunissez tous les documents, les rapports, les dossiers et les présentations s'y rapportant. Prenez des notes pour consultation ultérieure.

Une fois de plus, adressez-vous aux «sphères d'influence» qui se sont ralliées autour d'un problème particulier et informez-vous de première main au sujet de leurs préoccupations et de leurs idées. Non seulement vous prendrez davantage conscience de ce problème, mais vous gagnerez aussi la confiance de ceux qui vous voient réagir à leurs préoccupations en assistant à leurs réunions et en écoutant leur point de vue.

Faites-vous une idée du paysage communautaire en recensant les groupes et les individus qui ont fait des recherches au sujet de problèmes particuliers.

Adressez-vous à eux pour obtenir des informations. Ils peuvent vous orienter vers d'autres organisations ayant des idées différentes. Une fois de plus, Internet est une ressource très utile, de même que les bibliothèques. Ne manquez pas de réunir des informations sur tous les points de vue, et pas seulement sur celui avec lequel vous êtes d'accord.

2.1 Cadre légal des élections

2.1.1 Quels sont les enjeux de la vie politique ?

De manière sommaire, on entendra par vie politique, un espace et un moment institués ou en voie d'organisation autour d'enjeux construits (ou en construction) par des acteurs dont les jeux sont structurés par des règles écrites ou non écrites.

Depuis le début des années 90, la vie politique en Côte d'Ivoire, revêt d'une part des traits familiers parce que propres aux systèmes politiques démocratiques et pluralistes comme, par exemple, la reconnaissance de la compétition électorale comme mode de régulation du jeu politique. D'autre part, elle présente des éléments qui participent des processus d'invention démocratique propres aux sociétés africaines, traduisant à la fois leur nature de démocraties émergentes et des moments spécifiques de passage de l'Etat de parti unique à la démocratie, comme, par exemple, le phénomène du soudain bourgeonnement des partis politiques.

Cette vie politique se caractérise ainsi par des métamorphoses ou des mutations surprenantes, par exemple l'irruption de nouveaux acteurs, comme les médias privés, mais aussi par des pesanteurs comme la continuelle présence des militaires.

Quels sont donc les enjeux qui structurent la vie politique en Côte d'Ivoire, ceux qui, par exemple, donnent sens aux votes des citoyen(ne)s depuis 1990?

Depuis les débuts d'une vie politique autonome, le pouvoir en constitue le principal élément de structuration. Le retour au pluralisme politique au début des années 90, les modalités de changement ou d'alternance ultérieure, notamment le coup d'État militaire et les régimes politiques subséquents, vont consacrer la conquête et l'exercice du pouvoir comme l'enjeu politique majeur. L'intelligibilité et la mesure exacte de l'importance de cet enjeu et de ses conséquences à tous les niveaux (économique, politique, social, culturel, individuel et collectif) passent nécessairement par la prise en compte de la notion de pouvoir en général et du pouvoir politique en particulier. Les dimensions naturelle, surnaturelle, psychologique et symbolique du pouvoir et de l'institution du chef, parfois variables d'une aire culturelle à une autre ont des effets qui peuvent paraître inattendus. Cependant, dans son principe comme dans ses modalités effectives, le surgissement de la démocratie comme nouveau principe de légitimité politique, renouvelle ou redéfinit la nature de cet enjeu et de ceux, anciens ou nouveaux, qui lui sont liés. En effet, si le pouvoir constitue encore et toujours l'enjeu primaire ou fondamental de la vie politique, la source de sa légitimité, la finalité et les usages du pouvoir politique, pour ne citer que ces exemples, apparaissent aussi comme des enjeux décisifs.

2^{ème} enjeu : le principe de légitimité politique (la nature du régime qui va incarner le pouvoir, la définition des règles du jeu, la transparence de la compétition politique).

Le nouveau jaillissement de la démocratie au début des années 90 va consacrer en enjeu important, le consentement de la majorité à l'exercice du pouvoir, la question de son fondement. L'ampleur des mouvements sociaux de toute nature, les formes de mobilisations délégitimatrices et légitimatrices, les modalités effectives variées de passage formel à la démocratie témoignent de la saillance et de l'épaisseur de cet enjeu à la mesure de ce que représente le pouvoir. L'importance des mécanismes d'accès aux positions de pouvoir politique se mesure aux conflits qui marquent régulièrement les élections depuis le début des années 90. La réitération du principe électif consacre la reconnaissance de l'élection comme unique moyen légitime d'accession au pouvoir.

Malgré l'irruption des militaires avec le coup d'État du 24 décembre 1999 en Côte d'Ivoire, les hérissés de la discontinuité, les spasmes, les fractures et les ruptures des feuillets politiques et électoraux interminables, il est possible de dire, qu'aujourd'hui, 11 ans après, notre pays adhère, au moins formellement au nouveau principe de légitimité politique. Et cela, au moment même où l'actualité politique et électorale consacre la fin du romantisme démocratique, la baisse rapide de l'effervescence démocratique et le désenchantement consécutif des acteurs sociaux.

3^{ème} enjeu : Usages du pouvoir.

À l'évidence, le pouvoir politique, n'est pas une fin en soi. Les usages qui en sont faits surtout dans un cadre démocratique, méritent une attention particulière. Le pouvoir comme voie royale d'accès aux ressources économiques (héritage en partie de la nature attractive et lucrative des carrières politiques sous la colonisation et du contexte général de sous développement) est un lieu commun de la science politique africaniste. Cette dimension rétributive du pouvoir ne constitue, cependant, pas une spécificité ivoirienne dans la mesure où cette dimension est présente ne serait-ce qu'au niveau symbolique dans toute action humaine. Le pouvoir politique constitue aussi un moyen de résolution des conflits inhérents à toute société. Ces antagonismes trouvent leur source, dans l'allocation inégale des ressources rares (biens matériels, santé, éducation, emploi, etc.), les configurations sociales (raciales, ethniques, religieuses), les visions divergentes de l'avenir de la communauté, etc.

Le pouvoir politique peut être utilisé, justement pour l'élaboration et la promotion de projets de société, des visions différentes du vouloir-vivre ensemble. Sur ce point, il convient de mettre l'accent sur la disparition des

idéologies polarisantes. Il en résulte une relativisation de l'enjeu que constituent l'existence et la compétition entre projets de société élaborés par les formations politiques.

Les nouveaux enjeux de la Côte d'Ivoire sont: la réconciliation nationale, la normalisation politique, le redressement d'une situation économique, le retour plus accru de bailleurs de fonds. Ce qui est aujourd'hui en jeu en Côte d'Ivoire, c'est la mise en œuvre d'un nouveau projet porteur d'une part d'une réhabilitation du politique et d'une restauration de l'autorité de l'État ; d'autre part des réponses appropriées et plus équitables à de fortes attentes économiques, mais surtout sociales. Les élections prochaines ont donc un enjeu particulier. A travers ces élections, le peuple ivoirien se prononcera solennellement sur la crise et décidera de l'orientation du pays.

2.1.2 Quels sont les organes dirigeants de la vie politique ?

Dès son accession à l'indépendance, la Côte d'Ivoire a opté pour un régime présidentiel.

Le régime présidentiel est caractérisé par la séparation des pouvoirs au sein de l'État: le pouvoir exécutif, le pouvoir législatif et le pouvoir judiciaire.

Le paysage institutionnel ivoirien se compose des organes exerçant ces trois pouvoirs et d'autres institutions comme le Conseil Economique et Social et le Médiateur de la République. Les partis politiques participent également la vie politique dans le pays.

Le Pouvoir exécutif

L'organe chargé de l'exercice du pouvoir exécutif, est depuis 1990, caractérisé par un bicéphalisme : il a à sa tête le Président de la République, Chef de l'État, et un Premier Ministre, Chef du Gouvernement. Cette caractéristique, empruntée au régime parlementaire, n'entame en rien le caractère présidentiel du régime. Le Premier Ministre est nommé par le Président de la République devant lequel il est responsable, et qui met fin à ses fonctions. Le Premier Ministre ne détient, au regard de la constitution, aucun pouvoir exécutif propre. Il supplée le Président de la République lorsque celui-ci est absent du territoire. Contrairement à la pratique prévalant en régime parlementaire, le Premier Ministre ivoirien n'est pas issu de la majorité parlementaire. Les membres du gouvernement, placés sous son autorité, sont nommés sur sa proposition par le Président de la République. Il dirige et coordonne l'action du Gouvernement et peut déléguer certaines de ses attributions aux ministres.

Le Pouvoir législatif

L'organe parlementaire investi du pouvoir législatif est l'Assemblée Nationale. Il compte aujourd'hui 225 députés (membres) et comprend un bureau, des commissions techniques et des groupes parlementaires. Pour assurer l'indépendance de l'Assemblée nationale à l'égard des autres pouvoirs et renforcer la liberté du député, celui-ci bénéficie de certains privilèges juridiques que sont les immunités. Ces immunités protègent le député dans l'exercice de son mandat parlementaire en le mettant à l'abri des poursuites civiles ou pénales à l'occasion de votes ou opinions émises par lui dans l'exercice de ses fonctions. En dehors même de l'exercice de ses fonctions, les poursuites pénales engagées contre le député pour des faits qualifiés crimes ou délits doivent être autorisées par l'Assemblée nationale ou le bureau de celle-ci.

Aussi bien la Constitution ivoirienne que le code électoral n'ayant pas prévu le cas où les élections des députés ne se tiendraient pas dans les délais prescrits, le pays a dû faire face à un vide juridique qui a suscité une polémique et des opinions controversées des acteurs locaux et non nationaux.

Le Pouvoir judiciaire

Trois principes gouvernent l'appareil judiciaire ivoirien :

- la justice est rendue au nom du peuple ;
- les juges ne sont soumis dans l'exercice de leurs fonctions qu'à l'autorité de la loi, leur indépendance étant garantie par le Président de la République ;
- l'autorité judiciaire est gardienne des libertés individuelles.

L'organisation judiciaire ivoirienne reste encore influencée par le droit français. Le pouvoir judiciaire est exercé présentement par des juridictions de premier et de second degré, sous le contrôle de la Cour suprême. Le Conseil Constitutionnel forme, avec la Haute Cour de justice, des juridictions spéciales.

Les Organes consultatif et de médiation

Le Conseil économique et social

Le Conseil Economique et Social est un organe consultatif prévu par la Constitution ivoirienne. Il assure la représentation des principales activités économiques et sociales, favorise la collaboration des différentes catégories professionnelles entre elles et contribue à l'élaboration de la politique économique et sociale du Gouvernement. Les projets de loi de programmes à caractère économique et social lui sont soumis pour avis. Le Président de la République peut consulter cette institution pour tout problème à caractère économique et social. Le droit de saisine du Conseil Economique et Social appartient au Président de la République et au Président de l'Assemblée nationale.

Les membres de l'institution sont nommés pour cinq ans par décret parmi les personnalités qui, par leurs compétences ou leurs activités, concourent au développement économique et social de la République. Le Conseil Economique et Social comprend 125 membres.

Le Médiateur de la République

Le Médiateur de la République est un organe de médiation créé par la Constitution. À l'image du Médiateur français, le Médiateur de la République de Côte d'Ivoire est une autorité administrative indépendante, chargée d'une mission de service public, plus précisément d'assurer la médiation entre l'administration et les administrés, mais également entre les administrés eux-mêmes, en vue d'harmoniser les rapports de ceux-ci. Il ne reçoit d'instructions d'aucune autorité. Le Médiateur de la République est nommé par le Président de la République, après avis du Président de l'Assemblée nationale, pour un mandat de six ans non renouvelable. Il ne peut être mis fin à ses fonctions, avant l'expiration de ce délai, qu'en cas d'empêchement constaté par le Conseil Constitutionnel saisi par le Président de la République. Le Médiateur de la République ne peut être poursuivi, recherché, arrêté, détenu ou jugé à l'occasion des opinions ou des actes émis par lui dans l'exercice de ses fonctions.

Les fonctions de Médiateur de la République sont incompatibles avec l'exercice de toute fonction politique, de tout autre emploi public ou de toute activité professionnelle.

Les Partis politiques

Peu avant l'indépendance du pays, pour désigner l'Assemblée territoriale et des conseils municipaux en 1956-1957, des élections pluralistes sont organisées. Tous les sièges sont remportés par le Parti Démocratique de Côte d'Ivoire, section du Rassemblement Démocratique Africain ou PDCI-RDA dans lequel peu de temps après, l'ensemble des autres formations politiques décide de se fonder sur la base d'un nouveau « consensus national ». Le PDCI-RDA devient l'unique parti du pays. Une tentative de création d'autres partis politiques est

notée entre 1958-1959, mais la vie politique ivoirienne reste manifestement dominée durant cette période par le seul PDCI-RDA. La rupture du « consensus national » est formellement constatée en 1990. Elle ouvre immédiatement la voie du retour au multipartisme.

Ainsi, bien que reconnu par la constitution ivoirienne de 1960, le multipartisme n'est effectif à nouveau en Côte d'Ivoire qu'en 1990, année au cours de laquelle plusieurs partis politiques sont créés.

En 2008, plus d'une centaine de formations politiques sont déclarées dans le pays mais moins d'une dizaine participent réellement à la vie politique. Divers groupes de pression animent également la vie politique. Le mouvement des Forces nouvelles qui est une composante politique (et militaire) majeure du pays ne s'est pas constitué en parti politique.

L'Organisation territoriale

Une décentralisation poussée

L'organisation territoriale en Côte d'Ivoire est actuellement régie par la loi n°2001-476 du 9 août 2001 d'orientation sur l'organisation générale de l'administration territoriale. Celle-ci affirme que l'administration du territoire de la Côte d'Ivoire est structurée selon les principes parallèles et complémentaires de la déconcentration et de la décentralisation.

L'administration territoriale de la Côte d'Ivoire, ainsi définie, connaît, au niveau du découpage territorial, une évolution constante.

En août 2009, on dénombre 19 régions, 2 districts, 56 départements, 390 sous-préfectures, 717 communes et plus de 8 000 villages.

L'administration territoriale déconcentrée

La déconcentration administrative est un système de gestion, dans le cadre duquel sont créés et mis en place des services administratifs relevant hiérarchiquement de l'administration centrale, dont ils sont le démembrement et le prolongement. Ces services sont délocalisés sur l'ensemble du territoire national et dirigés par des responsables nommés. L'administration territoriale déconcentrée se réalise autour des circonscriptions administratives hiérarchisées que sont:

- les Villages,
- les Sous-préfectures,
- les Départements,
- les Régions.

Entité administrative de base, le village est composé de quartiers, constitués eux-mêmes par la réunion des membres d'une ou plusieurs familles et, éventuellement, de campements qui lui sont rattachés. Il est dirigé par un Chef qui, pour être reconnu par l'État, doit être librement désigné par les populations villageoises selon des règles coutumières, par consensus ou par tout autre moyen. Le Chef du village est l'auxiliaire de l'Administration préfectorale. Il est assisté dans sa mission par un Conseil de village.

La Sous-préfecture, administrée par un Sous-préfet, est la circonscription administrative intermédiaire entre le Département et le Village. Elle est constituée par plusieurs villages. Tout comme le Préfet sous l'autorité duquel il est placé, le Sous-préfet représente l'État dans sa circonscription, coordonne et contrôle les activités des agents des services administratifs et techniques placés sur son ressort territorial. Il supervise, en outre, l'action des Chefs de village.

Le Département, échelon de relais entre la Région et la Sous-préfecture, comprend en général plusieurs Sous-préfectures. Il est administré par un Préfet chargé du suivi des actions de développement, de l'exécution

des lois et règlements, du maintien de l'ordre, de la sécurité, de la tranquillité et de la salubrité publics dans sa circonscription.

La Région qui regroupe généralement plusieurs Départements, constitue l'échelon de conception, de programmation, d'harmonisation, de soutien, de coordination et de contrôle des actions et opérations de développement économique, social et culturel réalisées par l'ensemble des administrations civiles de l'État. Par délégation du Ministre chargé de l'Intérieur, le Préfet de Région, comme le Préfet de Département, exerce un pouvoir de tutelle et de contrôle à l'égard des collectivités décentralisées.

L'administration territoriale décentralisée

La décentralisation est un système de gestion dans le cadre duquel, des pouvoirs propres sont conférés à une entité distincte de l'administration centrale. Elle est territoriale quand il s'agit des collectivités décentralisées.

La décentralisation territoriale consiste pour l'Etat à transférer à des organes élus, des compétences qu'ils exercent sur leur ressort territorial.

Les collectivités territoriales sont des entités administratives dotées de la personnalité morale, de l'autonomie financière et de compétences qui leur sont expressément dévolues, d'organiser la vie collective et la participation des populations à la gestion des affaires locales, de promouvoir et réaliser le développement local, de moderniser le monde rural, d'améliorer le cadre de vie, de gérer les terroirs et l'environnement et qu'elles gèrent librement sur le ressort territorial qu'elles administrent.

La décentralisation repose au plan institutionnel sur les collectivités territoriales.

Il existe **5 catégories de collectivités territoriales** :

- 1°) La **Commune** composée de quartiers et de villages.
- 2°) La **Ville** regroupant plusieurs communes contiguës.
- 3°) Le **Département** constitué de sous-préfectures.
- 4°) Le **District** composé de communes et de sous-préfectures.
- 5°) La **Région** composée de départements.

Il y a **actuellement** :

- 717 communes;
- 56 départements à la fois circonscriptions administratives et collectivités territoriales : créés en 2001 et fonctionnels depuis 2002, ils constituent la colonne vertébrale du système institutionnel de la décentralisation. Ils ont pour rôle de poursuivre l'équipement rural, de compléter l'équipement urbain et de promouvoir le développement économique local. Il faut ajouter qu'en plus de leurs compétences propres, ils assument celles des communes dans les parties non encore communalisées de leur territoire.

Le Département, collectivité territoriale, se déploie sur le même ressort territorial que l'entité déconcentrée du même nom. Il est animé par le Président du Conseil Général. Le Conseil Général participe, avec le Bureau du Conseil Général et le Comité Economique et Social départemental, à la gestion des affaires du Département.

- 2 districts : Les **deux Districts** créés en 2001 (Abidjan) et 2002 (Yamoussoukro) ont un statut particulier avec un exécutif nommé directement (pour l'instant) par décret du Président de la République et ayant rang de Ministre.

Elles ont des missions spécifiques :

- *Le District d'Abidjan* gère le Grand Abidjan, premier pôle urbain, démographique, économique, industriel et portuaire du pays. Ce District a donc en charge l'administration et la gestion du Grand Abidjan constitué de 13 communes (dont les 10 de l'ex Ville d'Abidjan) et de 3 sous-préfectures périphériques (Anyama, Songon et Bingerville).
- *Le District de Yamoussoukro* doit gérer l'intégration harmonieuse dans l'espace, du transfert de la capitale politique et administrative à Yamoussoukro. Le développement de cette capitale se situe dans le Grand Yamoussoukro, qui va au delà du territoire communal et s'étend sur tout le département.

Le District regroupe donc un ensemble de Communes et de Sous-préfectures.

La décentralisation se réalise pour l'instant avec le District, le Département et la Commune.

- La Région et la Ville ne sont pas, dans le cadre du découpage actuel, fonctionnelles. Il est prévu d'ériger en Villes les grandes villes comme Bouaké, Daloa, etc.;

Les organes des collectivités territoriales sont au nombre de trois: l'organe délibérant, l'organe exécutif, l'organe d'appui à l'exécutif, auxquels s'ajoutent un organe consultatif pour les collectivités supra urbaines.

1°) **L'organe délibérant** est constitué d'un collège d'élus appelés Conseillers :

- dans le cadre de la Région, c'est le Conseil Régional;
- dans le cadre du District, c'est le Conseil du District;
- dans le cadre du Département, c'est le Conseil Général;
- dans le cadre de la Ville, c'est le Conseil de la Ville;
- dans le cadre de la Commune, c'est le Conseil Municipal.

2°) **L'organe exécutif** est une personnalité qui préside le Conseil, exécute les décisions prises par celui-ci et gère l'administration de la collectivité au quotidien.

- dans le cadre de la Région, c'est le Président du Conseil Régional;
- dans le cadre du District, c'est le Gouverneur du District;
- dans le cadre du Département, c'est le Président du Conseil Général;
- dans le cadre de la Ville, c'est le Maire de la Ville;
- dans le cadre de la Commune, c'est le Maire de la Commune.

3°) **L'organe d'appui à l'exécutif** est un collège restreint composé de l'exécutif et de ses adjoints (4 à 6) :

- dans le cadre de la Région, c'est le Bureau du Conseil Régional;
- dans le cadre du District, c'est le Bureau du Conseil du District;
- dans le cadre du Département, c'est le Bureau du Conseil Général;
- dans le cadre de la Ville, c'est la Municipalité;
- dans le cadre de la Commune, c'est la Municipalité.

A ces 3 types organes s'ajoutent, pour certaines collectivités territoriales, des **organes consultatifs**, obligatoirement et préalablement consultés sur les questions relevant des compétences de la collectivité territoriale (plans, programmes, budgets, etc.) et composés de personnes représentatives de la société civile :

- le Comité Economique et Social Régional pour la Région;
- le Comité Consultatif du District pour le District ;
- le Comité Economique et Social Départemental pour le Département.

Chaque collectivité décentralisée dispose, enfin, d'une administration coordonnée selon le cas par un Directeur de l'Administration (pour les Régions et les Districts) ou d'un Secrétaire Général (pour les Départements, les Villes et les Communes), et composée de plusieurs directions et services spécialisés.

L'exécutif de la collectivité territoriale est le chef de cette administration qu'il dirige au quotidien avec l'aide de ses Adjoints.

2.1.3 Quels rôles et quelles fonctions jouent les élus?

- Le Président de la république est le chef de l'exécutif et détenteur exclusif du pouvoir exécutif. Il est garant de l'indépendance nationale, de l'intégrité du territoire, du respect des traités et accords internationaux. Il est Chef suprême des armées, veille au respect de la Constitution et assure la continuité de l'État. En sa qualité

de Chef de l'Administration, il nomme aux emplois civils et militaires. Le Président de la République détient également, en période de crise, des pouvoirs exceptionnels.

- L'Assemblée nationale vote la loi et consent l'impôt. Elle a également, de par la Constitution, un pouvoir de contrôle sur les actions de l'exécutif. Chaque député est un représentant de la nation entière. Son droit de vote est personnel et à cet égard, tout mandat impératif est nul. Il peut, cependant, déléguer son vote lorsqu'il est absent pour cause de maladie, pour exécution d'un mandat ou d'une mission à lui confiée par le Gouvernement ou l'Assemblée nationale ou pour remplir ses obligations militaires ou encore pour tout autre motif justifié. Pour autant, aucun député ne peut recevoir, pour un scrutin, plus d'une délégation de vote. Le député bénéficie aussi d'une immunité interdisant qu'il soit poursuivi, recherché, arrêté, détenu ou jugé à l'occasion des opinions ou des votes qu'il émet dans l'exercice de ses fonctions. Durant les sessions, il ne peut être poursuivi ou arrêté en matière criminelle ou correctionnelle qu'avec l'autorisation de l'Assemblée nationale, sauf le cas de flagrant délit. En dehors des sessions, il ne peut être arrêté qu'avec l'autorisation du Bureau de l'Assemblée nationale, sauf les cas de flagrant délit, de poursuites autorisées ou de condamnations définitives. En tous les cas, la détention ou la poursuite d'un député est suspendue si l'Assemblée nationale le requiert.

- Les collectivités territoriales concourent, avec l'Etat, à l'administration et à l'aménagement du territoire, au développement économique, social, éducatif, sanitaire, culturel et scientifique ainsi qu'à la protection, à la mise en valeur des ressources naturelles et à l'amélioration du cadre de vie.

Les collectivités territoriales peuvent se regrouper suivant les intérêts locaux ou l'intérêt général pour réaliser des activités de développement.

Les enjeux de la politique et du processus de décentralisation peuvent s'analyser sur au moins quatre plans:

1°) L'enjeu politique :

- permettre aux populations directement concernées de participer concrètement à la gestion des affaires locales et à la prise en main de leur développement (choix des hommes et des projets, ...);
- permettre aux hommes politiques d'accéder à des postes électifs infra nationaux pour exercer le pouvoir, mais aussi pour étendre et consolider sur le territoire national, l'influence des partis politiques dont ils sont issus.

2°) L'enjeu administratif :

- rapprocher l'administration des administrés et la rendre ainsi plus accessible, plus humaine et capable de réagir plus promptement aux sollicitations des populations;
- réorganiser l'administration du territoire à travers deux administrations parallèles et complémentaires : l'administration déconcentrée qui précède et accompagne l'administration décentralisée.

3°) L'enjeu économique :

- mettre en place les équipements d'infrastructures et de superstructure et les maintenir en bon état de fonctionnement;
- favoriser le développement des activités économiques, promouvoir l'emploi et lutter contre la pauvreté.

4°) L'enjeu en terme d'aménagement du territoire :

- contrebalancer l'hyper pouvoir attractif de la ville d'Abidjan tout en consolidant sa vocation économique;
- redistribuer l'activité économique et l'emploi sur toute l'étendue du territoire national, en faisant des Chefs-lieux de Départements et de Régions des pôles de développement économique délocalisés;
- ralentir l'exode rural, sédentariser les populations rurales, promouvoir le développement rural, redistribuer les flux migratoires et mieux répartir la population nationale sur l'ensemble du territoire national;
- renforcer et consolider l'armature territoriale nationale par le développement du réseau urbain et des réseaux sectoriels d'équipement, ainsi que par l'apport d'un minimum de bien être dans toutes les parties habitées du territoire national.

• L'Elu(e) : Président de Conseil Général, Maire est le représentant de la collectivité territoriale.

Il(elle) est chargé(e) de l'exécution des décisions du Conseil (Général, Municipal), il (elle) est le (la) Président(e) du Conseil. Ainsi, il (elle) convoque et préside les sessions du Conseil. Il (elle) est également

chef de l'administration et dirige dans cette fonction le travail des agents. Il (elle) peut recruter et licencier des agents.

L'élu(e) (Président de Conseil Général, Maire) peut ordonner les recettes et les dépenses dans les limites du budget adopté. Enfin, il (elle) est la première autorité de police et le responsable de la sécurité de la collectivité.

2.1.4 Comment se déroulent les élections présidentielles, législatives, départementales et municipales?

•La Commission Electorale Indépendante (CEI) :

La Commission Electorale Indépendante est une autorité administrative indépendante dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Elle est chargée de l'organisation, de la supervision et du contrôle du déroulement de toutes les opérations électorales et référendaires dans le respect des lois et règlements en vigueur. Elle comporte une commission centrale et des commissions locales, à l'échelon régional, départemental, sous-préfectoral et communal.

Les membres de la commission centrale sont :

- Un représentant du Président de la République ;
- Un représentant du Président de l'Assemblée Nationale ;
- Un représentant du Président du Conseil Economique et Social ;
- Deux magistrats désignés par le Conseil Supérieur de la Magistrature ;
- Deux avocats désignés par le Barreau ;
- Un représentant du Ministre chargé de l'Administration du Territoire ;
- Un représentant du Ministre chargé de la Sécurité ;
- Un représentant du Ministre chargé de l'Economie et des Finances ;
- Un représentant du Ministre chargé de la Défense ;
- Deux représentants de chaque Parti ou Groupement politique ayant au moins un député à l'Assemblée nationale ou ayant remporté au moins une élection municipale, de Conseil régional, de Conseil général ou de District ;

l'Assemblée nationale ou ayant remporté au moins une élection municipale, de Conseil régional, de Conseil général ou de District ;

- A titre exceptionnel, et uniquement jusqu'à la clôture des prochaines élections générales, trois représentants des mouvements ayant revendiqué la rébellion armée commencée en septembre 2002, sous réserve de la mise en œuvre du processus de désarmement.

Les membres de la commission centrale sont nommés par décret pris en Conseil des ministres pour une durée de six ans.

Avant leur entrée en fonction, les membres de commission centrale de la Commission Electorale Indépendante prêtent serment devant le Conseil constitutionnel en ces termes : « Je m'engage à bien et fidèlement remplir ma fonction, à l'exercer en toute indépendance et en toute impartialité, dans le respect de la Constitution et du Code électoral et à garder le secret des délibérations et des votes, même après la cessation de mes fonctions ».

•La circonscription électorale :

La loi sur la délimitation territoriale délimite le territoire national en circonscriptions à des fins électorales. Une **circonscription électorale** est un territoire géographique dans lequel la population se retrouve sur une même liste électorale et forme la base de la démocratie. La circonscription est donc l'unité dans laquelle se déroule une élection pour un nombre déterminé de sièges ou de mandats. Elle est basée sur des considérations d'ordre démographique, géographique ou sociologique et doit respecter le principe de l'équité de la représentation des électeurs au Parlement et dans les autres Assemblées représentatives. Mais, en Côte d'Ivoire, les imprécisions de l'article 71 de la Constitution ivoirienne ont favorisé l'intervention de

l'exécutif. Ainsi, l'article 2 de l'ordonnance n° 2000-796 du 2 novembre 2000 portant fixation du nombre de sièges des députés à l'assemblée nationale indique que «**la répartition des sièges des députés par circonscription électorale et l'étendue du ressort territorial des circonscriptions sont fixées par décret en conseil des ministres sur proposition de la commission chargée des élections**»

Il est établi une liste électorale par commune, par communauté rurale et par circonscription administrative, et le cas échéant, par représentation diplomatique ou consulaire. Il est créé des bureaux de vote dans chaque commune, communauté rurale, circonscription administrative, représentation diplomatique ou consulaire ou tout secteur électoral, quartier, village, campement.

Chaque bureau de vote comprend six cents électeurs au maximum.

La liste électorale peut être scindée par secteur électoral, quartier, village, campement, lieu ou bureau de vote selon des modalités définies par décret en Conseil des ministres, sur proposition de la Commission chargée des élections.

• **Le système électoral**

La société politique dite société démocratique offre aux élections un cadre naturel et privilégié d'expression. En effet, la voie la plus usitée pour la dévolution du pouvoir reste celle-ci. L'élection, que l'on peut définir comme l'opération par laquelle le collège électoral ou le corps électoral investit un individu d'un mandat par l'action du vote, est l'aboutissement de tout un long processus. Ce processus se déploie dans un cadre juridique déterminé tout en respectant certaines étapes dans lesquelles plusieurs acteurs interagissent.

• **Les modes de scrutin**

- **aux présidentielles** : Tout Ivoirien qui a la qualité d'électeur peut être élu Président de la République dans les conditions prévues par la Constitution –Le Président de la République est élu au suffrage universel direct, au scrutin majoritaire à deux tours pour un mandat de 5 ans et est rééligible une fois.

Si la majorité absolue des suffrages exprimés n'est pas obtenue, il est procédé à un second tour, quinze jours après la proclamation des résultats du premier tour.

Seuls se présentent les deux candidats ayant recueilli le plus grand nombre de suffrages au premier tour. En cas de décès, de démission ou d'empêchement absolu, l'intérim du Président de la République est assuré par le Président de l'Assemblée nationale pour une durée ne pouvant excéder 90 jours.

- **aux législatives** : Les membres de l'Assemblée Nationale portent le titre de députés. Ils sont élus pour cinq ans au suffrage universel direct. Ils sont rééligibles. Les députés, sont désignés par circonscription, au scrutin de liste majoritaire bloquée à un tour sans vote préférentiel ni panachage, pour un mandat de cinq ans.

Les circonscriptions électorales comportent chacune un ou plusieurs sièges de députés.

L'élection des députés à l'Assemblée nationale a lieu dans chaque circonscription électorale.

En cas d'égalité de voix entre les candidats ou liste de candidats arrivés en tête, il est procédé à un nouveau scrutin pour les départager.

Tout Ivoirien qui a la qualité d'électeur peut se présenter dans toute circonscription électorale de son choix pour être élu à l'Assemblée nationale sous les réserves énoncées dans la loi électorale.

Le Président de l'Assemblée nationale et le Premier vice-président sont soumis aux mêmes conditions d'éligibilité que le Président de la République.

- **aux élections dans les collectivités territoriales:**

* *Le District* :

Le Gouverneur de District est nommé directement (pour l'instant) par décret du Président de la République et il a rang de Ministre. Les membres du conseil de district sont élus.

* *La Région* :

La Région forme une circonscription électorale unique. Les conseillers régionaux sont élus pour cinq ans sur des listes complètes. Ils sont rééligibles.

Ils sont élus au suffrage universel direct et au scrutin de liste proportionnel et majoritaire à un tour sur des listes complètes sans vote préférentiel ni panachage.

La liste qui recueille le plus de suffrages exprimés obtient la moitié des sièges à pourvoir. L'autre moitié des sièges est répartie, entre toutes les listes, y compris la liste majoritaire, à la proportionnelle et aux plus forts restes.

Les sièges sont attribués aux candidats dans l'ordre de présentation sur la liste.

En cas d'égalité des voix entre plusieurs listes arrivées en tête, il est procédé à un nouveau tour de scrutin pour toutes les listes, le deuxième dimanche qui suit la date de proclamation des résultats.

** Le Département:*

Organisées pour la première fois le 7 juillet 2002 sur l'ensemble du territoire de Côte d'Ivoire, les élections des Conseils Généraux de Départements et de Districts ont lieu dans les mêmes conditions et selon le même mode que les élections de Conseil Régional.

** La Commune :*

Pour faire acte de candidature aux élections municipales, le candidat doit être inscrit sur la liste électorale de la circonscription choisie. Les conseillers municipaux sont élus pour cinq ans sur des listes complètes. Ils sont rééligibles.

Les conseillers municipaux sont renouvelés à une date fixée par décret en Conseil des Ministres sur proposition de la Commission chargée des élections. La date est publiée au Journal officiel au moins deux mois avant les élections.

Les conseillers municipaux sont élus au suffrage universel direct et au scrutin de liste proportionnel et majoritaire à un tour sur des listes complètes sans vote préférentiel ni panachage.

La liste qui recueille le plus de suffrage exprimés obtient la moitié des sièges à pourvoir. L'autre moitié des sièges est répartie entre toutes les listes, y compris la liste majoritaire, à la proportionnelle et aux plus forts restes.

Les sièges sont attribués aux candidats dans l'ordre de présentation sur la liste.

En cas d'égalité des voix entre plusieurs listes arrivées en tête, il est procédé à un nouveau tour de scrutin pour toutes les listes, le deuxième dimanche qui suit la date de proclamation des résultats.

• Les étapes du processus électoral

• PERIODE PRE-ELECTORALE (opération préparatoire)

- Définition de la loi électorale ;
- Recensement électoral ;
- Mise à jour de la liste électorale ;
- Proposition au Gouvernement d'un certain nombre de mesures pour l'organisation du scrutin ;
- Détermination des lieux de vote ;
- Etablissement de la liste des imprimeries agréées ;
- Détermination des spécifications techniques des documents électoraux.

• PERIODE ELECTORALE

- Impression et distribution des cartes d'électeurs ;
- Réception des candidatures ;
- Règlement du contentieux des candidatures ;
- Accréditation des observateurs nationaux et internationaux ;
- Campagne ou propagande électorale ;
- Contrôle de la régularité du déroulement de la campagne électorale ;
- La garantie sur toute l'étendue du territoire et à tous les électeurs du droit et de la liberté de vote ;
- Le contrôle de la régularité du déroulement des opérations de vote et de recensement des suffrages
- La collecte des procès verbaux des opérations de vote et centralisation des résultats ;

□ La proclamation provisoire ou définitive des résultats.

• PERIODE POST-ELECTORALE

- Réception des dossiers de contentieux ;
- Proclamation définitive
- Archivages des documents et matériels électoraux.

• **Les acteurs du processus électoral**

• LE GOUVERNEMENT (POUVOIR EXECUTIF)

Le Gouvernement peut poser des actes prévus dans la Loi Electorale, notamment dans la délimitation des circonscriptions électorales, du jour du scrutin, des heures d'ouverture et de clôture du scrutin etc. On note aussi la participation des Ministères de l'Intérieur (agent de l'Etat, Préfet et Sous-préfet), des Finances (mobilisation des ressources financières), de la Justice (l'action des juges dans le règlement des conflits électoraux, les ordonnances etc.).

• LE POUVOIR JUDICIAIRE.

Le pouvoir judiciaire émet des décharges ou autres documents à certains candidats. Il intervient dans l'interprétation de la Loi Electorale ; juge en priorité les contentieux électoraux ; se prononce sur la régularité des élections ; proclame officiellement les résultats du scrutin et vérifie les Comptes de la Commission Electorale.

• LE POUVOIR LEGISLATIF.

Adopte toutes les lois régissant le processus électoral.

• LA COMMISSION ELECTORALE

Chargée de l'application de la Loi Electorale, elle est le grand responsable de la tenue des scrutins dans le respect des grands principes démocratiques. Dans certains cas, elle est même l'arbitre ultime de tous les contentieux en matière électorale. Certaines commissions électorales possèdent des pouvoirs de vérification, d'enquête et de poursuites judiciaires. D'autres autorisent les partis et les candidats à recueillir des contributions et à effectuer des dépenses électorales, examinent leurs rapports de dépenses électorales, versent une allocation ou un remboursement des dépenses aux partis.

• LES BUREAUX ELECTORAUX DANS LES REGIONS

Sous l'égide de la Commission Electorale Indépendante, des entités régionales et locales organisent les opérations d'inscription, de vote, de dépouillement des bulletins et de compilation des résultats. Elles veillent à la planification, à l'utilisation adéquate et au contrôle des ressources mises à leur disposition et s'assurent du déroulement normal des opérations.

• LE PERSONNEL DES BUREAUX D'INSCRIPTION ET DE VOTE

Il exerce des responsabilités précises aux niveaux :

- des activités préparatoires ;
- du déroulement des opérations ;
- du dépouillement des votes ;
- du retour du matériel électoral.

• LES FORCES DE SECURITE

Elles veillent à la sécurisation des opérations électorales. Dans le cadre des présentes élections, l'opération sera menée par le Centre de Commandement Intégré qui dispose d'une force composée à parité d'éléments des Forces de Défense et de Sécurité (FDS) gouvernementales et des Forces Armées des Forces Nouvelles (FAFN).

- LES ELECTEURS.

Leurs principales responsabilités consistent : à se procurer leur carte électorale (s'assurer que leur nom figure sur la liste électorale) ; à se renseigner ; à exercer leur droit de vote selon les procédures établies. Ils peuvent également adresser des contestations et des plaintes.

- LES PARTIS POLITIQUES ET LES CANDIDATS.

En décidant de participer à la compétition, ils s'engagent : à bien connaître et respecter les règles du jeu ; à se conformer aux directives qui les concernent ; à faire campagne auprès de l'électorat, et à accepter les résultats du vote. Ils peuvent adresser des plaintes aux autorités électorales et ils ont le droit de s'attendre à ce que ces plaintes soient traitées avec célérité et justice.

- LA COMMUNAUTE INTERNATIONALE.

A la demande des pays, elle s'implique de diverses façons, selon le contexte. Très souvent, elle est appelée à fournir d'importantes ressources matérielles, financières ou techniques ou à envoyer des observateurs sur le terrain. Les observateurs internationaux sont invités par les autorités du pays, accrédités par les autorités électorales et assujettis à un Code de Conduite. Ils peuvent poser des questions et rapporter des anomalies constatées, mais ne doivent en aucun cas entraver les opérations électorales. Ils font rapport aux autorités électorales du pays hôte et aux responsables de l'Organisation Internationale ou Régionale qu'ils représentent. Ils portent un jugement officiel sur la validité du processus dans son ensemble et, par voie de conséquence, sur la légitimité des personnes élues.

- LA SOCIETE CIVILE.

Les observateurs nationaux jouent le même rôle que les observateurs internationaux et sont soumis aux mêmes règles d'accréditation et d'éthique. Ils ont l'avantage de bien connaître le terrain et de parler les langues locales, et peuvent plus facilement déceler les fraudes que certains observateurs internationaux.

- LA PRESSE

Elle joue un rôle déterminant lors d'un événement électoral ; en se familiarisant avec les textes régissant le processus électoral ; en se renseignant auprès des autorités électorales ; en vulgarisant les règles du jeu électoral ; en informant honnêtement l'électorat ; en maintenant son indépendance face au pouvoir politique. Par ailleurs, il arrive souvent que la presse ou particulièrement des organismes publics de régulation des activités de presse joue un rôle de garant de l'égalité de traitement des candidats pendant la période de la campagne électorale. En Côte d'Ivoire, le CNCA a été désigné par la loi n°2004-644 du 14 décembre 2004 pour assurer l'égalité d'accès et le traitement équitable des partis et candidats aux organes officiels d'information et de communication.

2.1.5 Tableau résumé des conditions d'admissibilité des candidats aux élections

Tableau 1 : Pour faire acte de candidature

	Aux présidentielles	Aux législatives	Au conseil de district	Au Conseil général	Aux municipales
Age minimum le jour du scrutin	40 ans au moins et 75 ans au plus	25 ans au moins		25 ans révolus	25 ans révolus
Citoyenneté	être ivoirien de père ou de mère	être ivoirien de naissance		Avoir acquis la nationalité ivoirienne depuis au moins dix ans	Avoir acquis la nationalité ivoirienne depuis au moins dix ans
Résidence dans la circonscription électorale		Avoir résidé de façon continue en Côte d'Ivoire pendant les 5 années précédant la date des élections. Cette restriction ne s'applique pas aux membres des représentations diplomatiques et consulaires, aux personnes désignées par l'Etat pour occuper un poste ou accomplir une mission à l'étranger, aux fonctionnaires internationaux et aux exilés politiques.		Résider effectivement dans département concerné. Toutefois, des électeurs n'y résidant pas peuvent être éligibles s'ils y ont des intérêts économiques et sociaux certains.	Résider effectivement dans la commune concernée. Toutefois, des électeurs ne résidant pas dans la commune peuvent être éligibles s'ils y ont des intérêts économiques et sociaux certains. Le nombre des conseillers municipaux non résidents ainsi élus ne peut être supérieur au tiers de l'effectif du conseil.
Cautionnement (en FCFA)	vingt millions de francs.	Cent mille francs par candidat		dix mille francs par candidat	dix mille francs par candidat

	Aux présidentielles	Aux législatives	Au conseil de district	Au Conseil général	Aux municipales
Dossier de candidature	<p>- Déclaration de candidature revêtue de la signature dûment légalisée du candidat (et indiquant : les nom et prénoms du candidat; la date et le lieu de sa naissance; sa nationalité; sa filiation; la nationalité de ses père et mère; son domicile et sa profession; le ou les partis politiques l'ayant investi, s'il y a lieu; la couleur, le sigle et le symbole choisis pour le bulletin unique de vote.</p> <p>- 1 extrait de l'acte de naissance ou du jugement supplétif en tenant lieu ;</p> <p>- 1 certificat de nationalité ;</p> <p>- une déclaration sur l'honneur de non renonciation à la nationalité ivoirienne ;</p> <p>- 1 extrait du casier judiciaire;</p> <p>- 1 certificat de résidence ;</p> <p>- 1 attestation de régularité fiscale.</p> <p>Ces pièces doivent être établies depuis moins de trois (03) mois, à l'exception de l'extrait de naissance ou du jugement supplétif en tenant lieu et du certificat de nationalité.</p> <p>- le cas échéant, une lettre d'investiture du ou des partis ou groupements politiques qui parrainent la candidature.</p> <p><i>Toutefois, les candidats présentés par les signataires de l'Accord de Linas Marcoussis sont dispensés de la production des pièces prévues à l'exception de la déclaration de candidature.</i></p>	<p>- Déclaration de candidature revêtue de la signature dûment légalisée.</p> <p>A déposer en double exemplaire auprès de la Commission chargée des élections (mentionnant : les nom et prénoms du candidat; la date et le lieu de sa naissance; sa filiation; son domicile et sa profession, l'ordre de présentation des candidats, s'il s'agit d'une liste.</p> <p>- Un extrait d'acte de naissance du jugement supplétif en tenant lieu;</p> <p>- Un certificat de nationalité;</p> <p>- Une déclaration sur l'honneur de non renonciation à la nationalité ivoirienne;</p> <p>- Un extrait du casier judiciaire;</p> <p>- Un certificat de résidence;</p> <p>- Une attestation de régularité fiscale.</p> <p>Ces pièces doivent être établies depuis moins de trois mois.</p> <p>La déclaration doit en outre être accompagnée le cas échéant, d'une lettre d'investiture du ou des Partis ou Groupements politiques qui parrainent la candidature.</p>		<p>- Déclaration de candidature personnelle revêtue de sa signature dûment légalisée et déposée en double exemplaire</p> <p>- 1 extrait de l'acte de naissance ou du jugement supplétif en tenant lieu;</p> <p>- 1 certificat de nationalité;</p> <p>- une déclaration sur l'honneur de non renonciation à la nationalité ivoirienne;</p> <p>- 1 extrait de casier judiciaire;</p> <p>- 1 certificat de résidence;</p> <p>- 1 attestation de régularité fiscale.</p> <p>Ces pièces doivent avoir été établies depuis moins de 3 mois.</p> <p>- éventuellement, la lettre d'investiture du ou des partis ou groupements politiques qui parrainent la liste de candidature</p>	<p>- La liste portant déclaration de candidature doit être accompagnée pour chaque candidat de:</p> <p>- déclaration de candidature personnelle revêtue de la signature dûment légalisée (en double exemplaire auprès de la Commission chargée des Elections)</p> <p>- un extrait de l'acte de naissance ou du jugement supplétif en tenant lieu;</p> <p>- un certificat de nationalité;</p> <p>- un extrait de casier judiciaire;</p> <p>- un certificat de résidence;</p> <p>- une attestation de régularité fiscale.</p> <p>Ces pièces doivent avoir été établies depuis moins de trois mois.</p> <p>La déclaration est accompagnée éventuellement de la lettre d'investiture du ou des partis ou groupements politiques qui parrainent la liste de candidatures.</p> <p>- Aucune liste de candidature à l'élection au conseil municipal ne peut être acceptée si elle ne comprend un nombre de candidats égal à celui des conseillers municipaux prévu pour la commune considérée.</p>

	Aux présidentielles	Aux législatives	Au conseil de district	Au Conseil général	Aux municipales
Nombre de personnes candidates (liste ou non)	Candidature individuelle : pas de liste	<p>Dans les circonscriptions électorales comportant plusieurs sièges, les candidats fournissent des listes complètes.</p> <p>Aucune liste de candidature à l'élection des députés à l'Assemblée nationale ne peut être acceptée si elle ne comprend un nombre de candidats égal à celui des sièges à pourvoir dans la circonscription électorale considérée.</p>		<p>Le nombre des conseiller non résidents élus ne peut être supérieur au tiers de l'effectif du conseil.</p> <p>Aucune liste de candidature ne peut être acceptée si elle ne comprend un nombre de candidats égal à celui des sièges à pourvoir dans la circonscription électorale considérée.</p>	<p>Toute déclaration de candidature aux élections municipales est présentée sous la forme d'une liste comportant autant de noms que de sièges de conseillers municipaux à pourvoir.</p> <p>Le nombre de conseillers municipaux par commune est fixé conformément à la loi relative à l'organisation municipale.</p>
Délai de réception des candidatures	45 jours avant le scrutin. Le délai de réception des candidatures expire quarante cinq (45) jours avant le scrutin.	<p>au plus tard 30 jours avant la date d'ouverture du scrutin.</p> <p>Les listes de candidatures à l'élection des députés, sont transmises à la Commission Electorale Indépendante au plus tard quarante cinq (45) jours avant le début du scrutin.</p>		au plus tard trente jours avant la date d'ouverture du scrutin.	au plus tard 30 jours avant la date d'ouverture du scrutin.

	Aux présidentielles	Aux législatives	Au conseil de district	Au Conseil général	Aux municipales
Déclaration d'appartenance à un parti politique et confirmation	Si candidature parrainée par un parti politique, il faut une lettre d'investiture du ou des Partis ou Groupements politiques	Si candidature parrainée par un parti politique, il faut une lettre d'investiture du ou des Partis ou Groupements politiques	Si candidature parrainée par un parti politique, il faut une lettre d'investiture du ou des Partis ou Groupements politiques	Si candidature parrainée par un parti politique, il faut une lettre d'investiture du ou des Partis ou Groupements politiques	Si candidature parrainée par un parti politique, il faut une lettre d'investiture du ou des Partis ou Groupements politiques
Déclaration de non renonciation à la nationalité ivoirienne	n'avoir jamais renoncé à la nationalité ivoirienne.	n'avoir jamais renoncé à la nationalité ivoirienne.			
Démission au niveau professionnel	Certains agents publics sont tenus de démissionner six mois avant de faire acte de candidature	Avant de faire acte de candidature, certains agents publics sont tenus de se mettre en disponibilité pour une durée correspondant au mandat sollicité			
Attestation de régularité fiscale	obligatoire	obligatoire	obligatoire	obligatoire	obligatoire
Déclaration de biens	obligatoire				
Déclaration état de santé	obligatoire				
Jour habituel de scrutin	dimanche	dimanche	dimanche	dimanche	dimanche
Durée de la campagne					
Délai normal entre les élections	5 ans	5 ans	5 ans	5 ans	5 ans

2.1.6 Quels sont les conditions à remplir pour être une élue?

Vous avez l'intention de vous présenter aux prochaines élections présidentielles, législatives, de district, départementales ou municipales.

Vous êtes éligibles si :

- vous êtes électeur :

La qualité d'électeur est constatée par l'inscription sur une liste électorale. Cette inscription est de droit.

Il est délivré à tout électeur inscrit sur la liste électorale une carte d'électeur.

Tout électeur peut faire acte de candidature aux élections organisées par la loi électorale, sous réserve des conditions particulières fixées pour chacune d'elles.

- *si vous déclarez votre candidature*
- *si votre candidature est acceptée.*

• la déclaration de candidatures :

Toute candidature est assortie d'un cautionnement qui doit être versé dans une caisse du Trésor public dans les trois jours suivant le dépôt de candidature.

Un récépissé provisoire de la déclaration de candidature est délivré au candidat ou remis au déposant.

Le récépissé définitif est délivré dans les huit jours après contrôle d'éligibilité et sur présentation du reçu de versement du cautionnement.

Le cautionnement est restitué à tout candidat ou liste de candidats ayant obtenu dix pour cent au moins des suffrages exprimés. Dans le cas contraire, il reste acquis à l'État.

Le cautionnement reste également acquis à l'État si le candidat se retire après la délivrance du récépissé définitif ou la publication de la liste.

Tout cautionnement non réclamé après un délai de douze mois à compter de la date de versement, reste acquis à l'État. En cas de décès d'un candidat, le cautionnement est restitué à ses ayants-droit.

Chaque candidat doit indiquer:

- - La circonscription électorale retenue, le cas échéant;
- - La couleur, le sigle et le symbole choisis pour figurer sur le bulletin de vote;
- - L'intitulé de la liste, s'il s'agit d'une liste de candidats.
- - La couleur du bulletin de vote doit obligatoirement être différente de celle des cartes électorales ainsi que de celle choisie par les candidats.
- L'utilisation combinée des trois couleurs du drapeau national est proscrite. Est également proscrite, l'utilisation des armoiries de la République ou de la Collectivité territoriale concernée par l'élection, sous quelque forme que ce soit.

Plusieurs candidats ou liste de candidats d'une même circonscription électorale ne peuvent avoir ni le même intitulé, ni le même sigle, ni le même symbole, ni la même couleur sur le bulletin unique.

Nul ne peut être inscrit sur plus d'une liste de candidature.

Tout candidat qui se présente sur plus d'une liste de candidature ou simultanément dans plus d'une circonscription, est radié d'office de ces listes sans préjudice des peines prévues par les lois pour sanctionner les crimes et délits relatifs à l'exercice des droits civiques.

• **l'inéligibilité**

Tout électeur, qui se trouve dans l'un des cas d'inéligibilité prévus dans les dispositions particulières relatives aux élections organisées par la loi électorale, ne peut faire acte de candidature.

Lorsque des personnes élues sont frappées par les incompatibilités prévues par les dispositions de la loi électorale, il leur est fait obligation de choisir l'une ou l'autre des deux fonctions selon les modalités prévues pour chaque élection.

Ne sont pas électeurs les individus frappés d'incapacité ou d'indignité notamment:

- - Les individus condamnés pour crime;

- - les individus condamnés à une peine d'emprisonnement sans sursis pour vol, escroquerie, abus de confiance, détournement de deniers publics, faux et usage de faux, corruption et trafic d'influence, attentat aux mœurs;
- - Les faillis non réhabilités;
- - Les individus en état de contumace;
- - Les interdits;
- - Les individus auxquels les tribunaux ont interdit le droit de vote et, plus généralement, ceux pour lesquels les lois ont édicté cette interdiction.

Attention ! Assurez-vous que vous remplissez toutes les conditions édictées par la loi avant d'envisager de vous présenter aux élections. Après avoir réuni toutes ces conditions, assurez-vous de réunir celles de votre parti politique.

2.2 Pourquoi la politique? Pourquoi moi?

En général, les femmes ont une vision négative de la politique et de la vie politique. Les recherches montrent que les femmes sont plus susceptibles que les hommes de considérer la politique comme un « jeu de vilains », qui exige une compétitivité et une agressivité impitoyables.

Traditionnellement, bien entendu, la politique a été dominée par les hommes. Nos attentes sociétales excluent les femmes du jeu politique.

Toutefois, ces perceptions ne changeront pas avant que la culture politique ne change. Et la seule manière de changer cette culture est de l'intérieur.

Les femmes doivent se présenter aux élections – et se faire élire en nombre représentatif – si nous voulons que nos institutions reflètent plus convenablement notre société et nos valeurs.

Il faut s'engager en politique, d'abord pour contribuer à la société, et non pour un gain personnel, sinon vous risquez d'être frustrée.

Par exemple, la rémunération des charges municipales est nettement inférieure à celle offerte dans les secteurs public et privé pour des postes similaires en termes de responsabilités, d'horaires, de déplacements, et ainsi de suite.

Avant d'envisager une carrière politique, ne manquez pas de vérifier la question de la rémunération en vous renseignant auprès de l'autorité concernée.

Vous devez également envisager en quoi votre décision d'exercer une charge publique va influencer sur votre vie familiale et personnelle. Quels sont les sacrifices que vous devrez faire? En valent-ils la peine au vu de ce que vous espérez accomplir? Quels besoins pensez-vous que votre localité a ? De quoi, vous inquiétez-vous au niveau de votre localité ? Avez-vous des idées sur la manière d'aborder ces préoccupations?

Êtes-vous satisfaite de votre représentant actuel?

La plupart des citoyens ont des idées établies, mais générales, sur la manière dont il faudrait faire les choses et dont l'élu devrait agir.

Le processus visant à briguer une investiture et à vous porter candidate vous obligera à préciser et à définir plus nettement vos idées et à élaborer un programme politique. Quel est votre programme? Voulez-vous maintenir le statu quo? Voulez-vous réformer un aspect particulier de la société? Voulez-vous apporter de grands changements sociaux?

Sachez ce que vous voulez et comment vous espérez contribuer au monde politique.

Quel que soit votre programme, le public, et en particulier les médias, s'attendent à ce que vous soyez bien informée sur un large éventail de sujets. Ils vous jugeront sur votre connaissance des questions qui touchent votre communauté, mais il est important de mettre l'accent sur trois ou quatre sujets qui vous tiennent particulièrement à cœur. Ce sont ces sujets qui constitueront votre plate-forme électorale et qui vous distingueront de vos adversaires.

Assurez-vous que ces thèmes sont cohérents et compatibles avec votre programme politique.

Les électeurs appuieront le candidat ou la candidate qui formule le plus régulièrement et le plus clairement leur propre point de vue. Ne manquez pas une occasion de réitérer votre point de vue sur ces questions et, en dernier recours, répétez-vous encore une fois.

PARTIE II :

**COMMENT
PREPARER LES ELECTIONS ?**

➤ PARTIE II : COMMENT PRÉPARER LES ÉLECTIONS ?

1/ Période pré électorale : préparez votre campagne électorale

C'est la période avant les élections, c'est à dire avant la date officielle de l'ouverture de la campagne électorale. Vous devez vous organiser pour être prête pendant la période de campagne.

1.1 Évaluer vos points forts: exercice d'autoévaluation

La décision d'entrer dans la vie publique est une décision hautement personnelle, qui se fonde en grande partie sur votre situation individuelle. Ne sous-estimez pas l'importance de votre emploi actuel, de votre famille, de vos finances et de votre vie personnelle. Donnez-leur le poids qu'ils méritent par rapport à votre intérêt, à vos aptitudes et à votre engagement à l'égard de la vie publique.

Par ailleurs, ne sous-estimez pas ce que vous avez à offrir. La société pousse les femmes à sous-estimer leurs capacités et leurs forces et les porte à conclure que leurs compétences n'ont rien à voir avec le rôle « masculin » traditionnel de l'activité politique.

Il est important de surmonter ce conditionnement social et de faire un inventaire honnête de ce que vous pouvez apporter à la scène publique.

Très souvent, ce travail peut être facilité par l'appui d'une personne de confiance ou d'un mentor, ou bien d'une amie franche et capable de se montrer objective. Demandez également les conseils d'anciennes politiciennes et de femmes actuellement engagées en politique. Bon nombre d'entre elles donneront très volontiers des conseils et des directives aux nouvelles venues.

Dans de nombreux cas, ce mentorat franchit les frontières des partis politiques – les femmes en politique sont susceptibles de partager leurs expériences avec d'autres femmes intéressées, quelle que soit leur appartenance politique individuelle.

L'exercice d'autoévaluation qui suit est conçu simplement pour vous guider.

Il se peut qu'il y ait beaucoup d'autres aspects que vous, vos amis et votre famille voudrez évaluer au sujet de votre situation personnelle. Une fois cette évaluation terminée, partagez les résultats avec votre mentor afin de vous assurer que vous n'avez pas omis des expériences, des compétences et des aptitudes que vous possédez déjà.

Exercice d'auto-évaluation :

Attribuez-vous une note allant de 1 à 5, 1 étant faible et 5 étant élevé.

	faible				élevé	
Degré de patience	1	2	3	4	5	

Il se peut que les journalistes et les électeurs vous posent des questions inappropriées. Il se peut qu'on vous pose la même question à maintes reprises. Pouvez-vous rester calme lorsque vous êtes régulièrement confrontée à des personnes que vous trouvez agaçantes ou pénibles?

	faible				élevé	
Qualités de chef	1	2	3	4	5	

Aimez-vous travailler avec les gens? Les gens vous font-ils confiance et se confient-ils à vous? Êtes-vous capable d'écouter avec sympathie les problèmes et les soucis des autres? Êtes-vous capable de déléguer vos responsabilités de manière efficace et de montrer explicitement votre appréciation du travail et de la loyauté de vos partisans? Avez-vous accès à des individus et à des groupes susceptibles de travailler pour votre campagne?

	faible				élevé
Art de parler en public	1	2	3	4	5

Pouvez-vous parler aisément devant des groupes divers et devant les médias? Savez-vous vous exprimer clairement? Cela vous prend-il beaucoup de temps pour pratiquer un discours avant de vous sentir à l'aise ou vous suffit-il de le lire une ou deux fois pour vous souvenir des points essentiels? Êtes-vous capable d'affronter les questions imprévues?

	faible				élevé
Compétences en gestion du stress	1	2	3	4	5

Savez-vous établir vos priorités et vous y tenir? Pouvez-vous affronter les hauts et les bas de votre campagne en demeurant d'humeur plutôt égale? Êtes-vous capable d'exécuter plusieurs tâches à la fois ou êtes-vous facilement submergée par la désorganisation et la confusion? Seriez-vous capable de faire en sorte que votre campagne se déroule convenablement?

	faible				élevé
Résistance et endurance	1	2	3	4	5

Êtes-vous capable de travailler de nombreuses heures d'affilée dans des conditions stressantes? Savez-vous trouver le bon rythme? Êtes-vous capable de voyager aisément et de programmer vos activités de manière à éviter l'épuisement? Êtes-vous capable de vous arrêter et de dire non avant d'être complètement épuisée?

	faible				élevé
Impact sur la vie personnelle	1	2	3	4	5

Votre famille est-elle d'accord avec l'idée que vous vous engagiez en politique? Pouvez-vous prendre un congé ou modifier vos engagements professionnels, bénévoles et familiaux durant la campagne? Avez-vous un réseau d'amies susceptibles de vous offrir un soutien moral? Pourriez-vous, au besoin, faire passer les besoins de vos électeurs avant les vôtres?

	faible				élevé
Savoir-faire politique	1	2	3	4	5

Connaissez-vous le fonctionnement du poste que vous souhaitez briguer? Avez-vous une connaissance et une compréhension adéquates des enjeux? Savez-vous jouer le « jeu » de la politique, c'est-à-dire savez-vous quoi dire et quand le dire? Savez-vous quelles sont les ressources à votre disposition pour vous informer?

	Faible				élevé
Expérience	1	2	3	4	5

Avez-vous déjà été membre de conseils, de commissions ou d'organismes? Avez-vous siégé à des comités bénévoles dans votre communauté? Si vous êtes engagée dans la politique partisane, étiez-vous active au sein du parti avant de briguer l'investiture? Avez-vous déjà participé activement à la campagne d'un candidat ou d'une candidate?

Ajoutez d'autres éléments, positifs et négatifs, pertinents à votre situation, qui pourraient influencer votre décision de vous porter candidate à une charge publique.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

De nombreuses femmes ont tendance à minimiser leurs compétences et leur expérience et, par conséquent, il est possible que vous vous soyez attribuée des notes faibles dans cet exercice. Faites vérifier les résultats par quelqu'un d'autre. Gardez également à l'esprit que nombre des compétences qui vous manquent peuvent être apprises et acquises.

1.2 Quelques directives clés / conseils généraux

• Vous devez être prête à prendre cet engagement. Ne laissez pas une personne, ou un parti politique, vous persuader de vous porter candidate si vous n'êtes pas prête à prendre cet engagement ou si vous avez le sentiment que vous n'êtes pas prête. On a déjà vu des partis politiques encourager des femmes à se porter candidates dans des circonscriptions électorales «imprenables» uniquement pour augmenter le nombre de candidates apparaissant sur les bulletins. Prenez garde de tomber dans ce jeu. En bout de ligne, vous devez être à l'aise avec votre décision et accepter d'en assumer les conséquences. Prenez vous-même la décision.

- Ne sous-estimez pas vos capacités ;
- Sachez que la politique ne constitue pas un choix de carrière ; la durée du mandat est limitée et la réélection n'est pas assurée ;
- Sachez que vos nouvelles responsabilités auront des effets sur votre vie ;
- Comprenez bien l'engagement exigé par la fonction ;
- Assurez-vous de bien vouloir servir votre collectivité : vous devez vous intéresser aux gens et à leurs enjeux ;
- Une stratégie de campagne, c'est la combinaison de trois types d'activités - politiques (ou programmatiques), communicationnelles et logistiques - autour d'un candidat.

Votre stratégie de campagne électorale doit tenir compte du fait que les électeurs manifestent leur appui aux partis politiques à divers degrés. Chaque parti cherche à mobiliser d'abord ses propres partisans, à s'assurer les votes des sympathisants et à convaincre autant d'indécis que possible. Il vous faut bâtir votre stratégie de campagne de façon à familiariser l'électorat avec vous et à le convaincre de vous donner son appui.

• Plusieurs facteurs peuvent contribuer à votre réussite en politique. Les facteurs énumérés ci-dessous constituent, parmi plusieurs autres, des facteurs très pertinents:

- Engagement dans la circonscription ;
- Parfaite maîtrise de la circonscription ;
- bonne connaissance de vos électeurs et de leurs préoccupations;
- L'observation, les enquêtes /les sondages, les discussions dirigées en groupe, les interviews. La recherche permettra de collecter des informations pertinentes qui serviront à orienter la stratégie de communication.
- Participation à des activités dans votre circonscription ;
- Expérience reconnue de la politique ;
- Participation à une formation électorale;
- Réseau de relations ;
- Aptitude à la mobilisation ;
- Connaissance générale des qualités requises pour gérer une circonscription ;
- Fait d'être natif ou originaire de la circonscription,

La plupart de ces facteurs reposent sur des habiletés similaires: sens de l'organisation, leadership et charisme, intégration, implication et service à la collectivité, travail en équipe et connaissance des structures politiques de base, etc.

- Avant et pendant la campagne, il est important que votre communication se fasse à trois niveaux :
 - Au niveau personnel : soignez votre image, développez votre charisme ;
 - Entre vous et votre équipe de campagne : communication interne ;
 - En direction de vos cibles : communication externe.
- Elaborez une stratégie de campagne indiquant qui vous êtes et ce qui doit être fait ;
- Etablissez votre image de marque au moyen de slogans, d'affiches et de dépliants ;
- Entraînez-vous à parler en public: dites les choses simplement et franchement sans abuser des gestes de la tête ou des bras ;
- Ajoutez une touche personnelle, par exemple en écrivant « désolé de n'avoir pu vous rencontrer » sur les dépliants distribués;
- Assurez-vous de la clarté et de la cohérence des messages transmis par vos outils de communication.
- Si vous n'êtes pas déjà très connue dans votre circonscription électorale, entreprenez votre campagne le plus tôt possible.

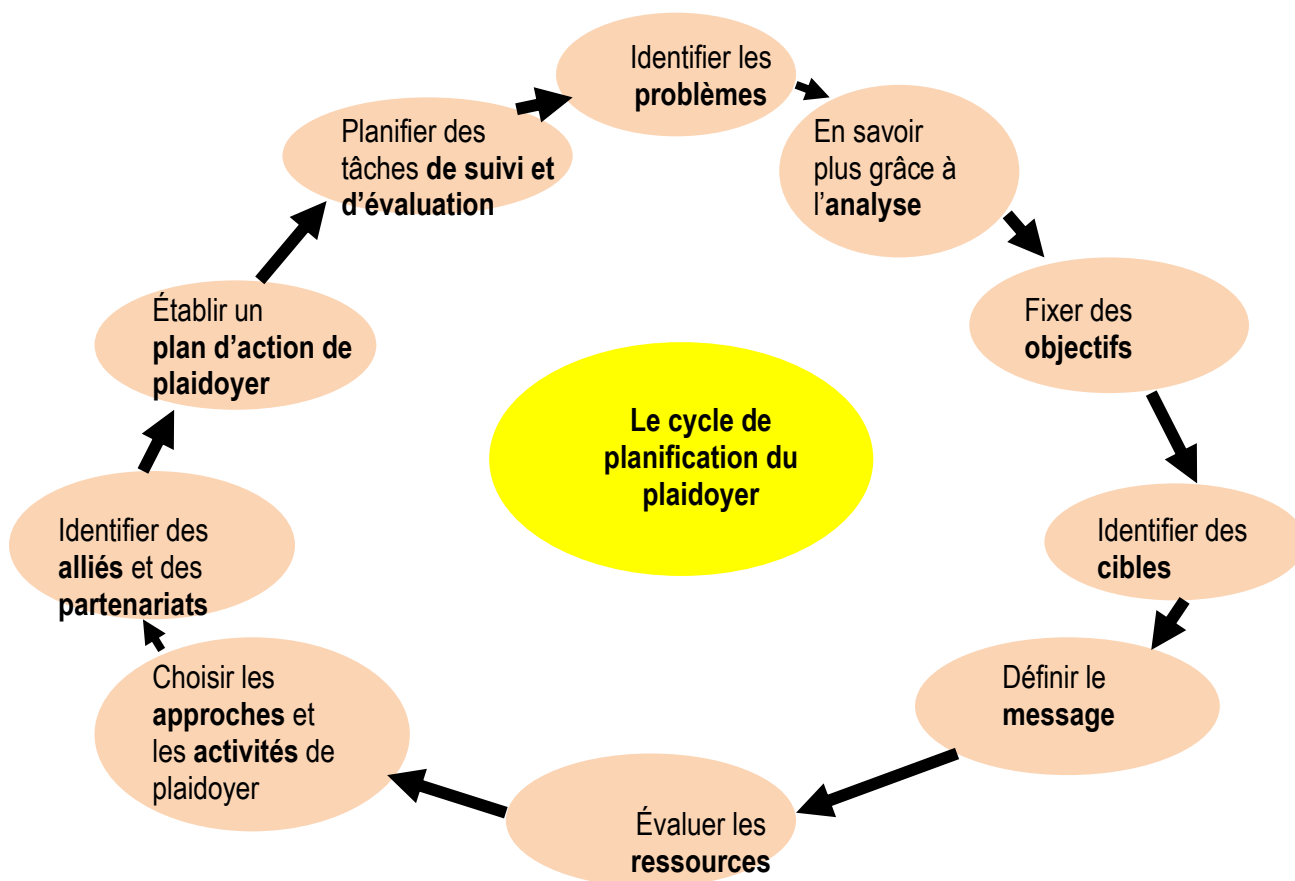
La durée de la campagne est limitée et vous devrez consacrer beaucoup de temps au développement des outils de communication et à la participation à des réunions ou à des activités de levée de fonds.

Vous aurez beaucoup de travail à faire. Alors, dès que vous avez décidé de poser votre candidature, faites-le savoir. Des personnes voudront vous aider dans votre campagne ou vous témoigner leur appui.

Il est également important que votre nom circule dans la circonscription afin de commencer à développer votre base électorale.

Plus nombreuses sont les personnes vous connaissant ou connaissant votre nom, meilleures sont vos chances d'être élue.

- Vous devez promouvoir vos valeurs et vos objectifs auprès des électeurs. Ceci est la clé d'une campagne réussie. Pour cela, vous devez être prête à présenter publiquement et vigoureusement vos atouts et à minimiser l'importance de vos points faibles.
- Vous devez avoir une bonne campagne médiatique qui reflète vos objectifs tout autant que votre image. Si vous êtes timide face à la publicité, suivez une formation médiatique professionnelle. Vous ne pourrez pas gagner si vous n'osez affronter les caméras et le public.
- Vous devez prévoir comment affronter les questions embarrassantes qui pourraient surgir. La plupart d'entre nous ont, dans leur passé, des choses qu'ils préféreraient oublier. Mais, dans la vie publique, ces choses ne se laissent pas facilement oublier. Mettez au point une stratégie pour affronter ces questions d'une manière honnête et ouverte qui respecte votre vie privée, le droit du public de savoir et vos chances de gagner l'élection. Demandez conseil à une personne de confiance au sujet des questions personnelles et délicates.
- Maîtrisez les techniques de plaidoyer pour influencer ceux qui ont le pouvoir de décider (les électeurs, les leaders sociaux...), mobiliser les intéressés, argumenter, convaincre, persuader et stimuler tous les acteurs.



• Avant de choisir de faire acte de candidature, vous devez bien comprendre la fonction et ses exigences. La description de la fonction peut varier d'un poste à un autre, d'une circonscription à une autre, mais les responsabilités de base sont les mêmes :

- Répondre aux besoins de la collectivité ;
- Être à l'écoute des enjeux majeurs de la collectivité ;
- Vous concentrer sur les enjeux qui vous apparaissent importants et les porter à l'attention de la communauté ;
- Participer aux débats sur les règlements, les politiques et les projets de la circonscription et proposer des alternatives adéquates ;
- Maintenir l'équilibre entre les enjeux des électeurs et les enjeux de la charge électorale.

La fonction d'élu est pratiquement un emploi à plein temps. Vous devez également considérer les impacts d'un tel engagement sur vos autres obligations et activités. Pour les femmes, il s'agit aussi de relever des défis et vaincre des obstacles qui leur sont propres. Elles doivent en être conscientes pour bien s'y préparer.

Nous pouvons identifier quelques obstacles :

- Conjuguer le rôle parental traditionnel avec une fonction publique ;
- Vivre dans la perception que les hommes sont mieux adaptés que les femmes à la vie politique ;
- Obtenir du financement ;
- Être à l'aise avec le caractère agressif du monde politique ;
- Accepter une surveillance médiatique parfois plus tenace que celle imposée aux élus masculins.

- La meilleure façon pour une femme de vaincre ces obstacles consiste à utiliser les ressources disponibles comme le mentorat ou le réseautage avec d'autres femmes actives en politique, la recherche en bibliothèque ou sur internet, l'appui des partisans, etc.

- Etablissez des relations avec des groupes ;

- Formez un groupe d'amis et de partisans à l'extérieur de votre équipe de campagne afin de pouvoir vous y ressourcer pendant la campagne électorale ;

- Etablissez un réseau transversal de partisans dans les différents champs d'activités de votre circonscription ;

- Demandez l'aide de professionnels pour la conception graphique et les techniques de parole publique ;

- Faites du porte à porte pour parler aux électeurs ;

- Concentrez-vous sur deux ou trois thèmes prioritaires, mais demeurez à l'écoute des autres préoccupations de votre cible ;

- N'interprétez pas les propos des médias ou des opposants comme des attaques personnelles.

1.3 Travailler pour un parti

Vous avez probablement déjà une idée de quel parti politique correspond le mieux à votre propre vision du rôle dévolu au poste politique que vous visez.

Vos décisions de vote dans le passé ont probablement été prises en évaluant les candidats ainsi que les partis qu'ils représentaient. Si vous ne connaissez pas les plates-formes de chacun des partis, appelez le bureau du parti et demandez leurs brochures. Visitez leur site Web sur Internet.

Les partis apprécient les personnes engagées bénévolement dans des rôles divers et vous pouvez vous informer davantage sur ce qui est disponible. Bien que le bénévolat ne réponde pas nécessairement à votre objectif d'exercer une charge électorale, c'est une bonne manière de vous familiariser avec la structure du parti, sa plate-forme électorale et les diverses composantes d'une campagne.

La quasi-totalité des partis politiques en Côte d'Ivoire ont des organisations de femmes, qui sont plus ou moins actives et qui devraient fournir des formes de soutien aux femmes qui entrent en politique.

1.4 Obtenir l'investiture d'un parti politique

À moins que vous n'ayez l'intention de vous porter candidate à titre indépendant, vous devrez vous soumettre au processus d'investiture d'un parti. Il prend diverses formes :

- Les membres d'une circonscription reconnue d'un parti nomment officiellement une personne pour représenter ce parti lors de l'élection.
- Il arrive parfois qu'on demande à une personne de se porter candidate et qu'elle obtienne ainsi l'investiture;
- Il arrive aussi que deux personnes ou plus se portent candidates et doivent rivaliser pour devenir le représentant officiel du parti.
- À l'échelle de la circonscription, dans la plupart des partis, un comité de recrutement est chargé d'encourager les candidats éventuels à briguer l'investiture.

Une campagne à la direction est menée de la même manière qu'une campagne électorale, sauf que les électeurs sont les membres du parti et non pas le public de votre circonscription.

Cependant, bon nombre d'obstacles à une participation accrue des femmes à la vie politique surgissent au moment de l'investiture et sont internes au parti.

En effet, pour les femmes candidates, le plus grand obstacle est souvent d'obtenir l'investiture du parti et le soutien qui en découle. Les recherches indiquent que les hommes sont plus susceptibles d'obtenir l'investiture d'un parti que les femmes.

Il est souvent même plus difficile pour les femmes d'obtenir l'investiture d'un parti pour une campagne électorale que de gagner l'élection proprement dite. Les obstacles internes aux partis, la discrimination et la culture encore dominante font qu'il est plus difficile pour les femmes de gagner le soutien du parti.

Par contre, les partis politiques encouragent souvent les femmes à se porter candidates dans des circonscriptions imprenables en vue d'augmenter le nombre de leurs femmes candidates.

Toutefois, les obstacles au sein de la structure des partis sont progressivement éliminés.

Des politiques officielles et officieuses sont élaborées (principalement par des femmes) pour augmenter le nombre des femmes qui travaillent au sein des organisations politiques et qui se portent candidates aux élections. Il est important pour les partis eux-mêmes de prendre des mesures pour assurer l'équité au sein de leur organisation, car les mesures imposées de l'extérieur se révèlent rarement très efficaces.

Si vous ne l'avez pas déjà fait, inscrivez-vous officiellement au parti de votre choix à titre de membre. C'est très important et c'est nécessaire pour briguer l'investiture du parti. De plus, en tant que membre du parti, vous pouvez entamer des débats et adopter des résolutions portant sur la politique du parti, de manière à mettre sur le devant de la scène les questions qui vous intéressent et qui intéressent les personnes que vous souhaitez représenter.

Ceci peut également inciter votre parti à encourager davantage de femmes à se porter candidates.

Le service rendu au parti est peut-être l'un des facteurs qui influencent le plus la sélection des candidats dans les circonscriptions étroitement disputées. Cela peut constituer un obstacle supplémentaire pour les femmes, car elles font traditionnellement du travail de soutien qui est rarement considéré et reconnu comme un service important. Cela signifie que peu de femmes ont eu la possibilité d'acquérir le type d'expérience qui ferait d'elles des candidates « souhaitables » aux yeux des membres dominants du parti.

En fin de compte, bien que l'obtention de l'investiture du parti soit souvent l'étape la plus difficile pour accéder à une charge électorale, les femmes qui triomphent lors d'une investiture très disputée finissent souvent par gagner l'élection.

1.5 Comment devenir incontournable pour son parti politique ?

Il ne suffit pas de vouloir se présenter aux élections, il faut pouvoir être incontournable pour son parti politique pour pouvoir figurer sur la liste des candidats, et surtout pour occuper une bonne position sur une liste.

En tant que femme, la constitution et les autres textes de lois prônent l'égalité femme-homme et vous donnent la latitude de briguer les postes électifs de votre choix. C'est un argument pour convaincre votre parti de vous laisser participer aux élections, et revendiquer votre droit.

Chaque parti a, en principe, des textes propres qui proposent ses conditions. En tant que candidate au même titre que les candidats hommes, vous devez pouvoir remplir toutes ces conditions et ne pas attendre du parti qu'il vous fasse des faveurs.

Remplissez toutes ces conditions et votre parti n'aura aucun argument pour contrer votre candidature.

Les conditions des partis politiques peuvent être plus ou moins :

- être une militante et n'être pas sous le coup d'une sanction en cours,
- être de bonne moralité, ne pas faire l'objet de poursuite judiciaire,
- jouir d'une popularité dans sa localité,
- être financièrement autonome,
- être inscrite sur une liste électorale,
- s'engager à ne soutenir que les candidats désignés par le parti,
- avoir connaissance des problèmes de sa population,
- etc.

En tant que femmes, il n'est toujours pas facile de se présenter aux élections avec les hommes ou de se faire accepter par son parti ; raisons pour lesquelles vous devez travailler plus dur que vos collègues hommes pour vous faire accepter.

1.6 Se porter candidate à titre indépendant

En politique, il est très rare qu'une personne se porte candidate sans être affiliée à un parti, bien que cette option devienne de plus en plus populaire au fur et à mesure que les gens se détachent des structures des partis politiques.

Retenez bien que l'adhésion à un parti politique, comme dans toute association en Côte d'Ivoire est libre et volontaire.

Aucune loi n'oblige donc un(e) citoyen(ne) à devenir membre d'un parti politique, encore moins à en être le ou la candidat(e).

Un(e) électeur(trice) qui en remplit les conditions peut alors librement être candidat(e) à des élections en Côte d'Ivoire.

Aussi, même si le jeu politique continue d'être dominé par les partis politiques, les candidatures indépendantes en constituent-elles une alternative.

Deux formes de candidatures indépendantes sont régulièrement observées:

- Les candidatures indépendantes dues à l'exclusion consistent à vous présenter contre le gré de votre parti politique à la suite du rejet de votre candidature par le parti politique. Dans ce cas, certains militants ou militantes de parti politique décident de se présenter contre le (la) candidat(e) choisi(e) par leur parti pour démontrer que le choix du parti de les écarter est mauvais.

Ce choix constitue en même temps une leçon de démocratie aux dirigeants du parti.

- De nombreuses personnes ne souhaitent pas être affiliées officiellement à un parti politique. Dans cet ordre, les partis n'ont aucun rôle ou influence, mais surveillent ces politiciens, en fonction de leur audience dans la circonscription, en vue de les encourager à être leurs représentants.

Les candidatures indépendantes vous permettent d'échapper aux serres et au carcan des formations politiques. De plus, elles offrent un espace de liberté plus propice à la mise en œuvre d'idées novatrices, par des candidates déterminées à s'assumer politiquement et socialement au profit de leur communauté.

Cependant, des obstacles se présentent aux candidatures indépendantes:

- D'abord, la candidate indépendante ne disposera pas de l'appui, des fonds et des ressources d'un parti politique, si cela existe.
- Ensuite, il est plus courant de voir un représentant élu quitter le parti pendant qu'il est en fonction et siéger alors comme indépendant, mais il est rare qu'une telle personne soit réélue.
- Les électeurs de la circonscription peuvent décider de marquer leur mécontentement par un vote dit de sanction ou désavouer le (la) candidat(e) en confirmant le choix du parti et en élisant celui que le parti a choisi.

Toutefois, dans le contexte sociopolitique ivoirien actuel, l'affiliation déclarée à un parti politique ne constitue pas forcément un avantage, car les partis ne disposent pas toujours de fonds importants pour les candidats à une élection et dans certaines circonscriptions, les électeurs ne sont pas toujours favorables à un parti politique donné, mais privilégient « l'enfant du terroir, de la région ».

On n'est donc pas obligé d'être affilié à un parti politique pour plaire aux électeurs qui, de plus en plus, ne font plus confiance aux partis politiques mais admettent de plus en plus qu'un bon politicien n'est pas forcément un bon dirigeant.

La candidate indépendante peut paraître alors aujourd'hui plus populaire, intègre et crédible. Vous pouvez vous faire élire Maire, Présidente de Conseil général, Député ou Présidente de la République si les populations voient en vous une personne qui est capable de réaliser leurs aspirations.

Pour surmonter les obstacles:

- Soyez sûre de maîtriser votre électorat avant d'opter pour le statut de candidat indépendant.
- Montrer aux électeurs en quoi une candidature indépendante contribue mieux à la démocratie et qu'elle vous évite d'être prisonnière de directives d'un parti politique qui ne favorisent pas le développement de votre circonscription
- Prenez le temps de bien préparer votre candidature, accompagnée en cela par de puissants réseaux que vous avez organisés et qui vous attendent.
- Si vous vous sentez écartée à tort d'une élection par un parti politique, il vous faut prouver au parti qu'il s'est trompé et qu'il n'a pas une meilleure lisibilité que vous des militants de votre circonscription. Autrement dit, il s'agit de montrer, en étant sûre de votre perception, voire de votre analyse sociologique, que si vous ne vous présentez pas, le parti perdrait une circonscription. Prouvez cela par exemple par votre force de mobilisation.
- Démontrez au parti que vous êtes le choix des militants de base

1.7 Estimer le coût d'une candidature

Feuilles de calcul / Estimations de vos budgets de campagne

Le budget de campagne vise à s'assurer que les fonds seront suffisants pour payer toutes les dépenses. L'estimation des coûts doit être réaliste afin de prévoir un financement suffisant et de permettre l'établissement des priorités de dépenses. Certaines dépenses doivent être adaptées au contexte de votre circonscription et à la période de campagne.

Le budget devrait être élaboré en même temps que le plan de campagne afin d'y inclure tous les postes de dépenses.

Les femmes sont plus susceptibles que les hommes d'éprouver des difficultés financières lorsqu'elles se présentent à une élection. Parce que les femmes ont en général moins de revenu personnel disponible, il est possible que vous ayez moins d'argent à dépenser pour votre campagne ou qu'il vous soit plus difficile d'obtenir les sommes d'argent importantes qui sont essentielles pour obtenir l'investiture du parti.

Il est généralement possible de mener une campagne sur la scène locale restreinte (exemple : ancien village devenue commune) avec un budget comprimé. Il n'est généralement pas nécessaire de louer un espace de bureau pour la campagne ou de payer du personnel.

Les partis politiques ne prévoient pas toujours de fonds de campagne pour les candidats et la collecte de fonds est laissée presque entièrement à l'individu et à son équipe de campagne. Ce qui peut constituer un obstacle pour les donateurs.

Les élections sur une large circonscription peuvent être très onéreuses et elles doivent nécessairement inclure une stratégie d'organisation et de gestion qui comporte de plus grandes dépenses.

Si vous avez déjà été nommée pour représenter un parti particulier dans une élection, assurez-vous de bien savoir dès le début quelles seront vos responsabilités financières.

L'un des meilleurs moyens de déterminer de combien d'argent vous aurez besoin pour mener à bien une campagne est de consulter les derniers rapports d'élection du poste qui vous intéresse.

Cherchez à savoir la liste des dépenses des candidats, classées par grandes catégories comme: dépenses personnelles, location de bureaux, déplacements, fournitures, publicité et ainsi de suite. Vérifiez auprès de votre circonscription. Bien que les dépenses varient d'une circonscription à l'autre, d'un parti à l'autre et d'un individu à l'autre, cela vous donnera une idée générale de ce qu'il vous en coûtera pour être concurrentielle.

• Elaborez un budget de campagne

Vous devez évaluer vos besoins en prenant en compte les différents aspects d'une campagne :

- le statut de l'adversaire : est-ce un élu sortant ?
- quel est le climat politique dans la commune : est-il favorable ou pas ?
- avez-vous l'intention d'utiliser les media ? Compte tenu des tarifs en cours, quelle enveloppe pour l'utilisation des medias ?

De toutes les façons, dites-vous que ce budget peut connaître quelques ajustements au fur et à mesure de votre recherche de fonds.

Les principaux postes de dépenses d'une campagne électorale sont :

- Les activités du bureau et de la campagne ;
- Les gadgets de promotion et communication ;
- Les dépenses d'administration, de logistique et de reconnaissance ;
- Les activités de mobilisation de ressources.

Il n'existe en réalité, aucun minimum de dépenses figé pour réussir votre campagne électorale. Tout dépend de vos réalités.

Ci-après, vous trouverez une feuille de calcul qui vous permettra d'estimer le montant nécessaire pour faire campagne dans votre circonscription au poste souhaité.

Vous devrez déterminer quelles sont les dépenses nécessaires, lesquelles seraient avantageuses si vous avez assez d'argent et lesquelles sont superflues pour votre campagne. Obtenez des estimations réalistes, ne jouez pas aux devinettes. Appelez (ou demandez à un membre de votre équipe d'appeler) le photographe, l'imprimeur, le journal, la papeterie, la compagnie de téléphone, le calligraphe, et ainsi de suite pour obtenir les prix courants.

Tableau 2 : Feuille de calcul

Estimation de votre budget pour une petite campagne électorale

	Nombre et dimension	Evaluation du coût	Total
Impôts (régularité fiscale)			
Caution			
Photo professionnelle de la candidate			
Affiches			
Annonces dans les journaux			
Brochure d'information n°1 sur la candidate (biographie et plateforme)			
Boîte à pharmacie			
Gadgets			
Frais de courriers			
Frais de téléphone			
carburant			
Déplacements			
restauration			
Dons symboliques			
Administration générale			

Tableau 3 : Feuille de calcul

Estimation de votre budget pour une campagne électorale plus importante

	Nombre et dimension	Evaluation du coût	Total
Impôts (régularité fiscale)			
Caution			
Photo professionnelle de la candidate			
Affiches			
Annonces dans les journaux			
Brochure d'information n°1 sur la candidate (biographie et plateforme)			
Boîte à pharmacie			
Gadgets			
Frais de courriers			
Frais de téléphone			
carburant			
Déplacements			
Restauration			
Dons symboliques			
Administration générale			
Conférence de presse, médias			
Meetings			
Frais de location de bureau			
Perdiems équipe de campagne, personnel de bureau			
Internet			
Location de matériels roulants, d'engins (exemple : graders)			
Fête de la victoire			

1.8 Comment financer sa campagne électorale ?

Pour battre votre campagne électorale, il serait nécessaire pour vous d'avoir des financements, pour les dépenses à envisager, pour vous faire connaître du public (gadgets, brochures, tee-shirts, publicité médiatique, etc.) ou pour d'éventuels frais de déplacements, etc.

Les candidats ont trois sources de financement : le financement interne (les contributions du parti), le financement externe (les contributions privées, les contributions des entreprises, etc.) et leurs fonds personnels.

- **le financement interne**, ce sont les cotisations des militants, les dons, les legs, les contributions des militants fortunés et des leaders du parti...

Si vous êtes la candidate nommée par le parti, vous pourriez bénéficier du soutien et de l'expérience du parti et de son comité de collecte de fonds, et vous pourriez aussi avoir accès aux fonds qui ont pu s'accumuler depuis la dernière élection.

- **le financement externe :**

o ça peut être le **financement de l'Etat**. l'Etat finance les partis politiques pour leur fonctionnement et pour la campagne électorale (voir code électoral) ;

o les **aides extérieures**, par l'intermédiaire des relations du parti avec d'autres partis sur le plan régional ou international, des entreprises, etc.

- Hormis ces modes de financements vous pouvez vous-même contribuer à votre propre campagne par des **moyens personnels**, vos économies, l'aide de votre famille ou de vos amis.
- o **Les donneurs potentiels**, ce sont tous ceux qui partagent vos idées (religieuse, culturelle, économique, etc.) ou qui se sentent proches de vous parce qu'ils sont du même groupe social ou parce qu'elles sont simplement femmes comme vous.
- o **les opposants de vos adversaires**. Ceux qui n'ont pas intérêt à ce que vos adversaires gagnent, peuvent vous apporter leur soutien.

• Mettez en place votre stratégie de collecte de fonds

Comment et où trouver les fonds ? Elaborez votre stratégie de mobilisations de fonds.

C'est un travail qui vous demande d'adopter une méthode qui vous donne les meilleures chances d'aboutir au résultat que vous recherchez. Prenez donc le temps de le faire.

- **Imaginez différentes méthodes de collecte de fonds** pouvant être utilisées dans votre circonscription.

Une des façons efficaces de recueillir des fonds consiste à demander intelligemment une contribution financière aux électeurs qui appuient votre candidature. Ces contributions peuvent être sollicitées au moyen d'événements bénéfiques que vous organisez.

Si vous êtes peu connue dans la circonscription, utilisez les noms de vos partisans les plus connus pour établir votre crédibilité, bien entendu, après leur avoir demandé leur permission.

En plus de permettre de recueillir des fonds pour la campagne, ces activités de levée de fonds vous donneront l'occasion de rencontrer vos partisans dans un contexte informel. On peut utiliser ces activités pour rencontrer des électeurs encore indécis ou pour recruter des bénévoles.

Les ventes aux enchères, les spectacles, les dîners, bref l'évènementiel, restent des moyens efficaces de réunir de l'argent. Dans ces cas-là, l'argent ne vient pas nécessairement de gens qui soutiennent votre candidature. Les gens paient un service ou un produit et l'argent recueilli est affecté à votre campagne.

Les autres stratégies de collecte de fonds reposent en grande partie sur la sollicitation directe d'individus ou d'entreprises. Ces activités ne devraient, jamais être entreprises directement par la candidate, mais plutôt par son équipe, car elles peuvent ouvrir la porte à des abus et à des conflits d'intérêts.

- **Adhèrez à des réseaux importants**: Souvent les candidats de sexe masculin ont accès à des fonds plus importants, car ils reçoivent davantage de soutien politique de la part des sociétés et ils ont traditionnellement davantage accès aux réseaux d'affaires. Les femmes devraient penser à exploiter aussi ce créneau.

- **Faites la liste**

Votre responsable des collectes de fonds devrait recenser les entreprises de votre localité qui pourraient souhaiter faire un don en faveur de votre campagne.

Sortez votre carnet d'adresses ainsi que toutes les cartes de visite que vous avez reçues un jour ou l'autre. Ajoutez les noms des personnes que vous connaissez sans avoir besoin d'adresse ou de carte de visite. Vous ne devez oublier personne.

Vous pouvez demander une contribution financière aux personnes qui soutiennent publiquement votre campagne. Pour tous les dons, vous devrez fournir un reçu et notez le nom du donateur et le montant du don. Ne manquez pas de faire savoir à tous les donateurs que leur argent est accepté sans conditions et que leur don pourra être annoncé publiquement, s'ils le désirent.

Certaines grandes entreprises et sociétés contribuent parfois aux campagnes politiques parce qu'elles pensent qu'un candidat ou un parti particulier a quelque chose à leur offrir, que cela soit déclaré officiellement ou non.

Celles-ci sont souvent les donateurs les plus importants et tenter de faire campagne sans l'appui de fonds d'entreprises ou d'organisations pourrait constituer un handicap si vous vous présentez contre des candidats qui ont accès à ce type de fonds.

Certaines entreprises pourraient faire des dons à tous les candidats et à tous les partis qui ont, selon elles, une chance de gagner, en vue d'obtenir une déduction d'impôts et de gagner un soutien politique quels que soient les résultats de l'élection. Vous voudrez peut-être étudier cela plus en détail avant d'accepter des dons de sociétés.

- **Classez les noms**

Il s'agit de classer ceux qui seront en mesure de vous aider.

- **Rédigez et envoyez un message pour chaque type de donateurs potentiels**, en partant de l'idée que les gens ne vous donneront de l'argent que parce qu'ils y ont un intérêt, vous devez identifier les intérêts des uns et des autres, et attirer l'attention sur l'urgence de la demande.

Vos brochures et les autres imprimés de votre campagne peuvent inclure une sollicitation de dons et indiquer l'adresse où les chèques doivent être envoyés.

Préparez une lettre en vue de vous présenter, de présenter votre plate-forme et de solliciter un don.

- **Faites le suivi**

Une semaine ou deux après l'envoi des lettres, demandez à un membre de votre équipe de faire des appels de suivi pour inciter ceux qui vous soutiennent, mais qui n'ont pas encore agi, à envoyer un chèque.

Le suivi de vos contacts de levée de fonds peut se faire selon trois rubriques :

- ceux qui vous ont demandé de rappeler ou de revenir ;
- ceux qui se sont engagés pour un montant convenu ;
- ceux qui ont donné.

Faites des correspondances pour remercier tous ceux que vous avez contactés, en rappelant à ceux qui ont promis, le montant convenu et comment ils peuvent vous le faire parvenir.

• **Sollicitez d'autres types de contributions.**

N'oubliez pas que les contributions à votre campagne peuvent aussi se faire très utilement sous une forme non financière. Ne sollicitez pas que de l'argent, certains donateurs pourraient vous aider en moyens matériels ou humains.

Ces types de dons sont souvent plus faciles à solliciter que les dons d'argent.

Certaines personnes aimeraient bien, en effet, vous aider, mais par prudence, préféreraient offrir une aide en nature. Si vous sentez que certaines personnes veulent vous aider, mais sont réticentes à vous offrir de l'argent, proposez-leur de vous aider autrement.

Proposez autre chose que de l'argent, une aide en ressources humaines par exemple pour organiser un meeting, ou du matériel comme de l'équipement (chaises, tables et autres pour des réunions) ; ou encore des boissons, des gadgets ou de la nourriture, – une réduction de loyer, des fournitures de bureau, des prêts de meubles, l'aide de bénévoles, des repas...

Sachez que seuls vous donneront de l'argent ceux qui croient qu'ils ont quelque chose à gagner dans votre élection : ils ne donnent ni pour vous faire plaisir ni parce que vous le leur demandez ! Ils donnent parce qu'ils y ont intérêt d'une façon ou d'une autre !

1.9 Comment constituer son équipe de campagne ?

La campagne est un travail d'équipe, constituée de personnes compétentes dans leurs domaines respectifs.

Dans l'idéal, l'équipe de votre campagne devrait être en place au moins environ six mois avant les élections.

L'élément essentiel à votre succès est probablement la recherche de personnes adéquates pour pourvoir les postes clés au sein de votre équipe de campagne.

Vous avez besoin de trouver des personnes dévouées, déterminées, travailleuses et capables de donner bénévolement beaucoup de leur temps durant la période de la campagne.

Les candidats qui sont sollicités par un parti donné pour se présenter aux élections trouvent parfois une équipe de campagne déjà formée.

Essayez de réunir des personnes issues de groupes et d'organismes divers pour travailler au sein de votre équipe afin de vous trouver largement représentée au sein de votre circonscription.

Ne vous cantonnez pas à vos voisins. Diversifiez votre équipe pour renforcer votre base de soutien et pour améliorer votre compréhension des différentes perspectives sur les problèmes.

Il faut garder à l'esprit qu'il est de plus en plus difficile de trouver des bénévoles pour les campagnes électorales.

Vous trouverez ci-dessous une description de plusieurs postes et fonctions que vous devriez envisager pour mener une campagne efficace.

Bien entendu, le nombre des personnes occupant ces postes variera en fonction de la taille de votre campagne et du poste auquel vous cherchez à vous faire élire.

Si beaucoup de personnes travaillent pour vous, vous pourrez accomplir beaucoup de choses et chaque personne n'aura pas autant de travail à faire.

En élargissant votre équipe, vous réduisez aussi le risque de voir une personne prétendre qu'elle est capable de tout faire, ce qui pourrait sérieusement compromettre votre campagne.

Pour votre campagne vous devez vous entourer d'une équipe compétente et de confiance, mettre chaque personne à la place qu'il faut.

Responsabilisez des personnes pour chaque aspect de la campagne.

Les équipes peuvent varier de ce qui est indiqué ci-après et fournir davantage de détails sur les responsabilités de chacun des postes de l'équipe de la campagne. Tous les postes ne sont pas nécessaires et plusieurs fonctions peuvent être exercées par la même personne – cela dépend de ce qui fonctionne le mieux pour vous dans votre circonscription et dans votre situation.

• **Le chargé de finances**

Il est hautement conseillé d'avoir très tôt quelqu'un qui s'occupe des finances de la campagne : c'est avec lui que vous faites les projections en termes de besoins, de coûts, etc. Il doit être compétent et digne de confiance. Avec lui vous planifiez la recherche de fonds et les ajustements budgétaires au fur et à mesure du processus.

Cette personne est chargée de la tenue des livres et, selon l'importance de votre campagne, elle peut aussi s'occuper de la collecte des fonds. Il serait judicieux qu'elle ait des contacts dans le milieu des affaires et soit capable de tenir méticuleusement des dossiers.

En aucun cas, vous ne devez être votre propre trésorière !

• **Le Chargé de campagne**

Confiez la coordination des différentes équipes à un Directeur de campagne, une autre personne de confiance ! C'est vraiment la personne clé de votre équipe, raison pour laquelle c'est un choix critique. Le chargé de campagne doit avoir accès à tous les documents et toutes les informations relatives à la campagne : il n'y a pas d'informations trop sensibles ou secrètes pour lui.

Cette personne supervise toutes les autres personnes travaillant au sein de l'équipe de la campagne et s'assure que la campagne se déroule sans problèmes. Elle gère les activités quotidiennes de la candidate et il est préférable qu'elle ait une certaine expérience de la politique. Choisissez quelqu'un que vous respectez et avec qui vous vous entendez bien, qui est capable à la fois de vous faire des compliments et des critiques, et qui a de bonnes capacités d'organisation ainsi que des aptitudes en relations humaines.

• **Le Chargé de logistique**

Les endroits pour les meetings, les salles pour les réunions, les moyens de déplacements de votre équipe, etc. Tout ça doit être géré méthodiquement. En responsabilisant une personne volontaire dans l'effort et ayant un bon sens de l'organisation, vous allez éviter bien des surprises désagréables.

• **Le Chargé de communication**

Votre équipe doit avoir quelqu'un qui s'occupe de cet aspect, un professionnel de la communication peut être un bon conseil.

Le chargé de communication peut organiser aussi vos rencontres directes avec certains leaders communautaires. Il décide avec vous le meilleur moment, le discours à tenir, le style vestimentaire à adopter, etc.

- **Le Responsable de la publicité et de la propagande**

Elle organise les entrevues avec les médias et prépare les communiqués de presse en collaboration avec la candidate, la directrice de la campagne et la recherchiste. Elle planifie et conçoit également toutes les annonces destinées à la presse écrite, à la radio et à la télévision.

- **Le Responsable de l'affichage**

Elle supervise la commande et l'installation des affiches, des placards et des panneaux publicitaires. Elle organise l'équipe de nettoyage qui ramassera le matériel de la campagne à l'issue des élections (ce qui est exigé après une certaine période).

- **Recherchiste/Agente d'information**

Elle cherche la documentation nécessaire pour informer la candidate sur des questions particulières. Elle peut aider à produire la documentation de base pour les discours, les réunions et les débats publics, les communiqués de presse, les brochures, et ainsi de suite. De plus, elle cherche les articles de journaux pertinents relatifs à la campagne et à ses enjeux.

- **Le Responsable du personnel et des solliciteurs**

Elle recrute le personnel nécessaire pour solliciter des votes dans les foyers de la circonscription électorale et pour distribuer les brochures de la campagne. Elle s'occupe aussi de trouver des véhicules et des chauffeurs pour le jour des élections.

- **Le Responsable du scrutin**

Elle est chargée de trouver un représentant au scrutin pour chaque circonscription électorale ou section de vote, ainsi que des scrutateurs pour le jour du scrutin.

- **Le Responsable du jour du scrutin**

Le jour du scrutin, il est important de communiquer avec tous vos partisans pour vous assurer qu'ils peuvent se rendre au bureau de vote. Votre équipe de campagne pourrait s'organiser pour leur offrir au besoin des services de transport et de garde des enfants.

Le responsable du jour du scrutin organise l'emploi du temps des représentants de la candidate le jour de l'élection, prévoit des chauffeurs et des services de garderie pour les électeurs qui en ont besoin, affiche les résultats du scrutin au bureau de la campagne au fur et à mesure qu'ils sont annoncés et organise la fête qui suit les élections le soir du jour du scrutin.

1.10 Votre programme électoral

Il est important de bien préparer votre programme électoral. Certaines candidates décideront de défendre une cause spécifique qui deviendra la base de leur programme avant même que leur candidature soit officielle.

Les candidates qui ne sont pas motivées par une cause spécifique pourront développer leur programme avec le temps autour de quelques thèmes prioritaires.

Les candidates qui souhaitent se distinguer peuvent développer leur propre image de marque en informant les électeurs de leurs passions et de leurs opinions sur certains enjeux.

Rédigez ce que vous souhaitez dire. Lisez à plusieurs reprises et à haute voix pour déceler les imperfections éventuelles et cherchez à maîtriser le contenu de votre message.

En élaborant votre programme électoral, n'oubliez pas, s'agissant des promesses, de faire passer l'honnêteté et l'intégrité devant tout autre élément du programme électoral. Voici quelques-uns des éléments:

- Faites des promesses auxquelles vous croyez vraiment ;
- Prenez position sur un sujet sans promettre que cette position sera absolument adoptée par tous ;

- Ne vous limitez pas à des enjeux propres à un sexe ;
- Promettez de défendre certains projets ;
- Documentez-vous le plus possible sur les positions que vous défendez et les promesses que vous faites ;
- Proposez un programme électoral de qualité plutôt qu'une promesse spécifique à un enjeu donné ;
- Parlez aux personnes qui vivent depuis longtemps dans la circonscription et tenez compte de ce qu'elles disent sur les méthodes qui sont efficaces en matière de politique et de gouvernance ;
- Ne soyez pas trop précise, car vous risqueriez de leurrer votre public dans la mesure où vous ne pouvez prévoir l'avenir. Ce que les électeurs attendent d'un programme électoral, ce sont les grandes lignes indiquant quels sont vos principes et comment vous permettrez la participation à la prise de décision ;
- Exercez-vous à l'art oratoire afin de gagner l'adhésion de votre cible.

1.11 Connaître vos adversaires

Il est important de connaître les points forts et les points faibles de vos adversaires et d'être au courant de leur position sur les sujets qui préoccupent les électeurs. Il est particulièrement important de savoir ce qui les sépare et ce qui les rapproche de vos propres convictions et de vos valeurs personnelles. Il se peut qu'il y ait peu de différences idéologiques entre les candidats, particulièrement dans une élection à l'investiture du parti, et il est donc encore plus important d'expliquer clairement aux membres du parti ce qui fait de vous un choix viable et différent.

Réunissez des renseignements sur les autres candidats à partir d'articles ou de reportages dans les médias, de réunions publiques, et du matériel imprimé ou autre distribué par ces candidats. Assurez-vous qu'un membre de l'équipe de votre campagne ou un sympathisant est en mesure d'assister à toutes les réunions publiques, afin de poser des questions et de vous présenter un rapport, ainsi qu'à votre directrice de campagne, sur ce que les autres candidats ont à dire.

N'allez pas à des réunions ou à des débats publics sans être accompagnée de tous les sympathisants que vous pouvez rallier. Leur rôle est double : poser à votre adversaire des questions difficiles et ardues et vous poser des questions vous permettant de présenter votre point de vue.

Il faut bien identifier les publics cibles que l'on veut influencer afin d'atteindre l'objectif visé. Les publics seront segmentés selon leur pouvoir de décision et leurs capacités d'influence.

Une fois que vous avez identifié les principales parties prenantes et les personnes influentes, il importe de les analyser et d'analyser leur position de façon à ce que vous puissiez cibler votre plaidoyer au bon endroit. Il ne sert à rien de dépenser des ressources à essayer de convaincre quelqu'un qui est déjà rallié à votre cause ou quelqu'un qui n'est pas en mesure de prendre des décisions qui contribueront à la réalisation de votre objectif. Après avoir sélectionné les groupes cibles, il convient de les étudier à travers une analyse sociologique et comportementale pour connaître leur niveau d'information sur l'objet du plaidoyer, leurs opinions précises, leurs attitudes et degré d'adhésion ou de résistance par rapport à l'objectif de plaidoyer.

Une analyse semblable vous permettra d'identifier ceux qui seront probablement vos principaux alliés et vos principaux adversaires par rapport à l'enjeu de plaidoyer.

- ▣ Ceux qui exercent le plus d'influence, mais sont totalement contre votre élection seront ceux qu'il sera le plus important de tenter de convaincre;
- ▣ Ceux qui exercent le plus d'influence et qui sont favorables à votre élection seront probablement vos principaux alliés;
- ▣ Ceux qui exercent de l'influence, mais qui n'ont pas d'opinion sur votre question pourraient bien être des cibles primordiales au début de votre travail de communication.

Attitude de votre public cible vis-à-vis de votre élection	Tout à fait pour		Principaux alliés	
	Pour			
	Neutre		Champ de bataille principal	
	Contre			
	Tout à fait contre		Principaux adversaires	
		Faible	Moyenne	Élevée

Influence du public cible sur la question

Une fois vos cibles clés identifiées de cette manière, vous pouvez décider de la meilleure façon de tenter de les influencer. Il existe différentes façons d'influencer des parties prenantes, en fonction de l'analyse matricielle que vous avez déjà utilisée.

Ainsi, vous souhaitez peut-être tenter de convaincre une partie prenante qui considère actuellement votre élection comme une question ayant peu d'importance ou peu de pertinence afin d'accroître l'intérêt ou l'importance qu'elle accorde à la question. Ou bien vous chercherez peut-être à augmenter l'influence des alliés et de ceux qui sont favorables à votre élection; ou au contraire à réduire l'influence de ceux qui s'opposent à votre élection.

Analyse exhaustive des cibles :

Une fois les principales cibles de votre action de plaidoyer identifiées, vous pouvez poser d'autres questions qui vous permettront de cerner avec précision où cibler vos efforts afin de les convaincre.

Pour chaque cible, vous pourrez vous demander :

- Que sait-elle sur vous?
- Quelle est son attitude à propos de vous?
- De quoi se soucie-t-elle vraiment ?
- Qui exerce une influence sur elle ?
- Quelle influence ou quel pouvoir exerce-t-elle sur la question de votre élection?

Exemple de tableau

Cible / entité influente	Que sait-elle sur vous ?	Quelle est son attitude a propos de vous?	De quoi se soucie-t-elle vraiment ?	Qui exerce une influence sur elle ?	Quelle influence ou quel pouvoir exerce-t-elle sur la question ?
1. chefs de village					
2. associations de jeunesse					
3. Les médias					

1.12 Comment élaborer son message politique ?

Vous devez élaborer un message politique qui sera l'élément clé de votre campagne. A partir de ce message, l'électeur choisira de vous suivre ou pas.

Votre message doit aller dans le sens du programme politique de votre parti, si vous êtes parrainée par un parti, mais aussi doit tenir compte des intérêts et préoccupations des électeurs de votre circonscription électorale.

• Au préalable:

- Vous devez être en mesure de recueillir des données vous informant des problèmes réels que vivent votre population, des besoins pressants, des solutions envisageables. Quelles sont les potentialités de votre localité? Que faut-il pour les jeunes, les vieux, les femmes? Quelles actions entreprendre? Qui sont les candidats adverses, leurs forces et leurs faiblesses?

- Après avoir été informée, vous devez vous fixer un but bien précis. Que faire pour ma population? Quel est mon objectif à atteindre? En trouvant la réponse, vous pourrez ensuite rédiger votre message.

• Exigences dans la rédaction de votre message :

Vos messages de campagne ont pour but de pousser les électeurs à l'action. Cela appelle à la **clarté**, à la **concision** et à la **précision** pour réaliser **un impact maximum**.

Pour être direct, factuel, démonstratif, responsable et responsabilisant, le message de campagne doit donc être :

- Clairement énoncé, sans équivoque (sinon les électeurs vont interpréter à leur manière) ;
- L'action qu'on demande doit être clairement exprimée ;
- La cible doit y voir le bénéfice qu'elle peut tirer ;
- Les arguments qui viennent soutenir les actions demandées doivent toucher la raison et l'affectif.

Il doit être **A.I.D.A.**

A = attirer l'**Attention**

I = susciter l'**Intérêt**

D = provoquer le **Désir**

A = susciter l'**Adhésion / Action**

En effet, la rédaction du message doit prendre en compte vos objectifs, il doit être :

Clair, vous devez élaborer un message avec des mots compréhensibles qui peuvent être facilement retenus et répétés. Un message clair doit :

- * résumer le changement que vous voulez provoquer ;
- * être bref et accrocheur, en une ou deux phrases seulement ;
- * être compréhensible même par quelqu'un qui ne connaît pas le problème ;
- * comprendre une date butoir à laquelle vous souhaitez atteindre votre objectif ;
- * comprendre les raisons pour lesquelles le changement est important ;
- * inclure la réaction que vous attendez de votre public ;
- * être mémorable

Persuasif, il vous faut convaincre l'électeur, le persuader de voter pour vous.

Concis, le message doit être communiqué en quelques phrases seulement. Il doit être simple et contenir suffisamment d'informations pour encourager les électeurs à comprendre en quoi vous êtes différentes des autres concurrents.

Spécifique, votre campagne renseigne également sur vos adversaires. Votre message doit donc aider les électeurs à comprendre ce qui fait votre spécificité par rapport aux autres.

□ **Mémorable**, votre message doit être facile à retenir. Tous les membres de votre équipe de campagne doivent répéter systématiquement votre message. Ainsi, les électeurs pourront le retenir et cela peut être décisif le jour du vote.

□ **Ciblé**, abordez directement les préoccupations des populations.

Rappelez- vous toutefois qu'il y aura toujours des personnes qui ont déjà décidé pour qui elles vont voter et que vous ne pourrez pas leur faire changer d'avis. Concentrez-vous plutôt sur les personnes qui pourraient changer d'avis ou qui sont encore indécises.

□ **Réaliste**, ne proposez pas des choses irréalisables voir impossibles.

□ **Votre slogan**, c'est une phrase brève (faisant partie de votre message), mais frappante qui regroupe toutes vos idées, ce que vous êtes, votre projet pour les citoyens, vos capacités...l'objectif de votre campagne.

• Conseils pour formuler et présenter les messages

Des messages réussis intègrent souvent des mots, phrases ou idées qui ont des connotations positives ou une signification particulière pour un public. Exemple: **famille, bien-être, communauté, sécurité alimentaire, protection de l'enfance**, etc.

LES 7 COMMANDEMENTS DE LA COMMUNICATION EFFICACE :

- Capter l'attention ;
- Toucher le cœur et l'esprit ;
- Présenter un message clair ;
- Présenter les bénéfices qu'on peut en tirer, en suivant les conseils contenus dans le message ;
- Susciter la confiance ;
- Présenter un message cohérent ;
- Inciter à l'action.

• Méthodologie de formulation du message :

- 3 étapes :

La définition de la démarche : la démarche est définie en fonction du mode de présentation choisi (oral ou écrit). Elle peut être appréhendée à travers la **règle des 3 C** :

Choisir : de quoi il s'agit – il ? (idées maîtresses du message) ;

Cibler : quoi écrire ? (sélection des idées à écrire, à dire et à supprimer) ;

Classer : comment l'écrire? (choix du plan, du langage et du vocabulaire en fonction du public cible)

La recherche d'informations : se poser des questions, interroger la situation, les faits et les données réels sous différents aspects (politique, juridique, économique, social, institutionnel...)

L'élaboration du plan de formulation: le plan aide à choisir les informations et leur progression; il aide à dégager les grandes lignes et à maîtriser la totalité du document. Le canevas est: l'introduction- les développements- la conclusion

L'introduction doit être accrocheuse, le développement convaincant et la conclusion responsabilisante.

La rédaction doit être concise, précise et claire. La formule la plus simple est **sujet + verbe + complément**.

L'argumentation peut s'appuyer sur: la référence aux faits, la comparaison, la logique, le raisonnement, la démonstration, l'explication, les sentiments, les valeurs, les proverbes, l'humour.

Le contenu du message dépendra à la fois du problème que l'on veut résoudre et des groupes cibles concernés ou impliqués directement ou indirectement dans le problème.

L'élaboration des messages s'appuie sur les caractéristiques des auditoires, leur style de vie, leur psychologie, leurs peurs, leurs désirs. On peut utiliser à ce niveau à des arguments rationnels ou émotionnels, faisant appel à l'humour, ou à l'approbation sociale.

Exemple de référence à la peur : « **LA PAUVRETE TUE !** »

Exemple de référence à la tristesse : « **RIEN DE PLUS TERRIBLE POUR UNE MÈRE QUE LA SOUFFRANCE DE SON ENFANT** »

Référence à l'amour : « **PENSEZ AU BIEN-ÊTRE DE CEUX QUE VOUS AIMEZ** ».

Il est important de noter qu'à ce niveau, il s'agit de déterminer uniquement les contenus des messages-clés, l'élaboration de messages «finis» relève de la responsabilité du personnel «créatif» qui sont orientés par les contenus définis dans le cadre de la stratégie de communication.

Une fois que vos messages clés sont décidés, ils devront être « formulés » en fonction du public que vous cherchez à joindre.

Certes votre position générale sur la question ne change pas, mais vous devriez chercher à adapter la façon dont vous présentez votre message pour avoir le plus d'impact possible sur un public particulier.

Si vous comprenez les questions auxquelles votre cible est tout particulièrement sensible, vous pourrez établir des liens entre votre problématique et leurs préoccupations dans votre message et, ainsi, augmenter les chances d'une réaction positive de la part de votre public.

Toutefois, le processus de définition et de formulation du message doit aussi être compatible avec votre position globale. La formulation du message doit s'effectuer sans altérer les faits, sans compromettre les valeurs cruciales ni porter préjudice aux personnes avec lesquelles vous travaillez.

▫ **Vers quelle cible formuler votre message ?**: votre analyse de la question et des personnes responsables du changement politique ou capables de l'influencer déterminera comment vous devrez présenter votre message clé à ce public particulier ;

▫ **Adapter le message**: quelle est la façon la plus persuasive de présenter votre message clé au public cible? De quelle information a-t-il besoin et de quelle information n'a-t-il pas besoin? Quelle action clé souhaiteriez-vous le voir mener, en particulier?

▫ **Formulation efficace**: quel cadre pratique rendra votre message plus efficace? Que devrait-il contenir? Dans quel format devrait-il être communiqué? La longueur, les images et même le messenger sont autant d'éléments importants.

• Le support du message :

Un message efficace repose sur l'attention portée à la formulation du message lui-même, mais aussi à la façon de le transmettre – c'est-à-dire son support.

Il convient de s'interroger sur le support le plus efficace pour faire passer votre message et sur le messenger le plus efficace pour le communiquer – autant de questions qui dépendront du public que vous essayez de joindre.

Attention ! Les électeurs voteront pour les candidats qui partagent les mêmes préoccupations qu'eux.

1.13 Comment élaborer son plan de campagne ?

La campagne approche, vous avez réuni les fonds nécessaires à votre campagne, vous avez déjà rédigé votre message politique.

Établissez maintenant votre plan de campagne:

- Déterminer votre zone de campagne, où aller battre campagne.
- Planifier: un échéancier est également nécessaire à la planification d'une campagne électorale. En dressant une liste chronologique des tâches (avec les noms des responsables commis à chaque tâche), des entrevues, des échéances et de tout autre événement prévu au cours de la campagne, l'échéancier permet d'éviter l'oubli de certains détails.
- Déterminer les horaires où la population est prédisposée à vous écouter.

- Parler à chaque couche sociale: jeunes, vieux, hommes, femmes, pauvres, riches.
- Faire connaître votre publicité par :
 - la confection d'affiches et de banderoles, des autocollants, le secrétariat...
 - les crieurs publics,
 - les locations de salles ou de places de réunion, chaises, tables, sonorisation...
 - émissions médiatiques, radio, TV, presse,
 - site web.
- les déplacements pour vous et votre équipe : location de voiture, utilisation de motos, taxis...
- les frais d'entretien : téléphone, restauration, boissons, et autres pour les réunions.

1.14 Outils de communication

Les documents imprimés: Brochures, bulletins d'information et affiches

Les documents imprimés peuvent être utilisés dans le cadre de votre campagne publique pour sensibiliser l'opinion d'un grand nombre de personnes. Il convient de les ajuster avec des messages et des approches spécifiques, en fonction de la cible prévue. Vous devriez savoir exactement quel est votre public cible et comment vous allez distribuer les brochures ou les bulletins d'information avant de vous lancer dans la conception et la production du matériel.

Une fois que vous avez décidé qu'une brochure ou une affiche est un outil approprié pour votre campagne, vous devez la concevoir de façon à ce qu'elle ait le maximum d'impact sur votre audience. Vos titres devraient être accrocheurs tout en évitant de tomber dans le sensationnel. Votre document devrait présenter sobrement les faits et énoncer clairement ce que vous attendez de votre public.

La façon dont vous allez distribuer les prospectus ou l'endroit où vous allez apposer les affiches dépendra de votre public cible et des ressources à votre disposition. Si vos ressources sont très limitées, vous choisirez peut-être de cibler la distribution très précisément sur des audiences clés.

Affichages électorales

Pour se faire connaître dans sa circonscription, l'affiche électorale est un outil de premier plan. Les affiches électorales constituent l'un des éléments les plus visibles et les plus efficaces d'une campagne électorale.

Il faut bien connaître l'environnement dans lequel vivent les électeurs afin de confectionner et d'apposer judicieusement des affiches.

Dépliants (et/ou prospectus)

Les dépliants sont très utiles pour communiquer avec les électeurs. Ils peuvent être postés ou distribués à l'occasion de visites porte à porte qui permettent de parler directement aux électeurs et d'écouter leurs préoccupations.

Les dépliants doivent être faciles à lire et indiquer les coordonnées de votre équipe de campagne électorale. Vous pouvez également y mentionner les principaux événements de votre campagne et des informations sur le jour du scrutin.

Il est cependant conseillé de l'adapter à chaque quartier ou village si les enjeux diffèrent d'un quartier ou d'un village à l'autre. Si tel est le cas, assurez-vous de distribuer les dépliants appropriés dans chaque quartier ou village.

Les gadgets

Les tee-shirts semblent être en Côte d'Ivoire, la première catégorie de gadgets publicitaires.

Vous pouvez cependant innover en observant les habitudes de vos différentes cibles : il est arrivé que des candidats ayant peu de moyens fassent confectionner des assiettes en plastique à leur effigie pour les femmes. Cela a été très apprécié.

Imaginez toutes les possibilités de gadgets à offrir à vos cibles. Soyez imaginatives.

Les dons et actions symboliques

Il s'agit généralement de sommes symboliques, de liqueurs, de sucre pour les musulmans si vous êtes en période de carême.

Au titre des dons, il faut noter aussi des équipements (pompes hydrauliques, profilage ou reprofilage de voies, contribution à la clôture d'écoles, médicaments...).

Ils dépendent de la cible. Informez-vous suffisamment. Prenez conseil avec les aînées. Assurez-vous que vos dons et actions sociales sont adéquats et inscrivez leur coût dans votre budget de campagne.

Démarchage

Voici déjà trois méthodes de démarchage : le porte à porte, les appels téléphoniques (ou les SMS) et le démarchage dans la rue.

Cette dernière méthode peut consister à remettre une carte aux électeurs et à les inviter à voter pour le candidat. Il peut aussi s'agir d'une suite d'affiches placées en bordure de la rue, chacune portant une phrase qui rime avec la suivante et la dernière affiche portant le nom du candidat.

Le démarchage nécessite de faire preuve de politesse, de patience et de respect.

Lors des activités de démarchage, prenez des mesures de sécurité appropriées dont voici quelques-unes :

- Soyez toujours accompagnée ;
- Si vous devez y aller seule, apportez un téléphone cellulaire, verrouillez votre voiture en la quittant et prenez toutes les mesures de sécurité appropriées ;
- N'entrez pas seule dans les résidences des électeurs, cela pourrait s'avérer dangereux pour les femmes ;
- Il est très difficile de faire des activités de démarchage la nuit, car de nombreux électeurs hésiteront à ouvrir leur porte ;
- Concentrez vos activités de démarchage entre 16 heures et 19 heures ;
- Ne laissez jamais un bénévole seul dans votre bureau de campagne ;
- Etc.

Une autre méthode pour des zones plus modernes est le e-marketing.

Evènements publics (ex : Conférences, meetings, séminaires et ateliers)

Vous aurez peut-être l'occasion de participer à des débats publics ou à des tables rondes. N'hésitez pas à le faire, car de tels évènements sont très courus et largement suivis par les médias. En y participant, vous vous ferez connaître davantage et vous pourrez exprimer vos idées.

Un évènement public peut servir à influencer les cibles que vous invitez et vous pouvez même les inviter à prononcer un discours. Ce genre d'évènements offre aussi des opportunités de couverture médiatique et de sensibilisation des journalistes, des partenaires et de l'opinion.

Vous pouvez utiliser des ateliers communautaires pour la formation et l'éducation des citoyens dans le cadre de leurs efforts de plaidoyer sur les politiques et sur leurs droits.

Les conférences animées par des conférenciers de haut niveau ou sur des sujets passionnants peuvent aussi attirer l'attention des mass médias. Dans de nombreux pays, une brochette de personnalités étrangères peut suffire à attirer une couverture médiatique.

Assemblées de cuisine

Vous pouvez tenir une assemblée de cuisine dans votre résidence ou dans la résidence d'une personne du quartier ou du village. Invitez-y quelques voisins pour une séance d'échanges informels.

Dans la planification de ce type d'activités, tenez compte des horaires des personnes que vous invitez.

Les relations medias : Toucher les médias

En constituant votre liste de contacts, vous pouvez communiquer rapidement vos messages à tous les médias pertinents lorsque vous avez un sujet d'actualité. Si vous vous servez de votre liste de contacts comme d'une base de données, en consignnant chaque prise de contact avec un journaliste, cela vous aidera à renforcer et à entretenir des relations avec les médias.

Vous souhaitez peut-être prendre contact avec des journalistes ou des rédacteurs en chef juste pour vous présenter et leur faire part de votre objectif. S'ils vous ont rencontré, ils seront plus enclins à venir vous trouver lorsqu'ils travailleront sur un sujet et ils accorderont davantage d'attention aux informations que vous leur transmettez. Consacrez du temps à l'entretien de vos relations avec les journalistes et les rédacteurs ; c'est

un bon investissement qui vous permettra de leur faire part de vos idées pour voir quel aspect de votre sujet est le plus adapté à leurs besoins.

Pour pénétrer dans le cercle des médias, il faut plus que de bonnes relations. Vous ne pouvez pas toujours espérer qu'un journaliste compatissant trouvera votre sujet digne de faire l'objet d'un reportage, car bien souvent ce ne sera pas le cas. La clé d'un bon récit est de le présenter au bon moment et d'associer votre propre message à un sujet brûlant d'actualité.

Vous devriez examiner les occasions présentées par les actualités, qu'il s'agisse d'un événement naturel, d'un discours ou d'un anniversaire auquel vous pouvez associer votre histoire.

Tenez un registre des événements futurs dans votre agenda pour pouvoir y associer votre problème. Une fois que votre sujet figure dans l'actualité, ne serait-ce qu'en entrefilet, il devient plus facile de faire passer votre message. Votre tâche consiste à offrir un sujet ou une opportunité photographique qui illustre une perspective nouvelle ou locale ou qui met en image un point de vue particulier.

Il est souvent crucial d'agir vite et ainsi de réunir toute l'information en un seul endroit de façon à faciliter la tâche des journalistes. Les sites Internet sont de plus en plus utilisés de cette manière pour fournir des justificatifs, des images, des citations et bien d'autres choses encore, en un seul et même lieu.

La méthode la plus commune de faire passer votre message à toutes sortes de médias est le communiqué de presse. Il s'agit d'un document imprimé qui décrit de manière concise le problème sur lequel vous souhaitez attirer l'attention des médias et qui est distribué par la poste, par télécopie, ou de plus en plus souvent, par courrier électronique aux journalistes que vous souhaitez joindre.

Un communiqué de presse bien écrit devrait faciliter la vie des journalistes en leur donnant suffisamment d'informations dans un style concis et accrocheur pour les persuader de publier un article sur votre sujet.

Sites Internet

Une page Internet de campagne, ou même un microsite, offrent aux usagers une source d'informations accessible et conviviale qui fait autorité. Ils peuvent aussi constituer une tribune pour échanger des idées et des points de vue. Ils donnent notamment l'occasion de mobiliser l'opinion par le biais de pétitions en ligne et de bulletins électroniques.

Votre site Internet devrait contenir des informations contextuelles sur votre projet de campagne et toute la documentation à l'appui, communiqués de presse, rapports, articles, photographies ou citations. Quiconque visitera votre site doit pouvoir y trouver facilement tout ce dont il a besoin et, dans la mesure du possible, il pourra télécharger les fichiers. Le cas échéant, cela vous permettra de produire des documents sur papier plus concis, car vous pourrez inviter les gens à obtenir des renseignements complémentaires en ligne.

Toutefois, pour des millions d'habitants du monde en développement, il est encore difficile d'accéder aux sites Internet et nombreux sont les gens qui ne sont pas encore habitués à se servir d'Internet. Une conception médiocre, ou une surinformation, peut aussi empêcher les gens de trouver ce dont ils ont besoin sur un site Web.

Vidéo et saynètes/théâtre de rue

Le théâtre de rue ou des animations publiques de ce genre peuvent contribuer à sensibiliser les membres d'une communauté et à mobiliser un public plus vaste. C'est aussi un outil primordial grâce aux opportunités qu'il offre aux parties prenantes de raconter leur propre histoire et de s'impliquer dans des activités de campagne.

Le théâtre donne l'occasion de présenter des faits et des problèmes d'une façon divertissante et accessible, mais culturellement sensible. Dans bon nombre de sociétés, le théâtre est une forme de communication qui permet d'exprimer librement son point de vue. Toutefois, le nombre de personnes qu'il permet de toucher est limité par rapport à d'autres méthodes de communication et certains analystes lui reprochent de banaliser des problèmes graves.

La vidéo est un outil de plaidoyer relativement coûteux. Elle comporte, cependant, l'avantage d'avoir un impact potentiel auprès des publics peu éduqués (en supposant toutefois que des installations de visionnage existent) et des publics des pays industrialisés de plus en plus attirés par les présentations audiovisuelles plutôt que par les documents écrits.

Communication dans la perspective africaine

Dans le milieu de la communication en Afrique, compte tenu de l'accès limité aux mass médias pour une partie de la population, notamment les segments marginalisés qui vivent dans les communautés rurales reculées, les capacités de communication des communautés locales reposent sur les ressources et les circuits médiatiques traditionnels (chefs coutumiers, théâtre, concerts, chansons, récits, marionnettes, percussion, danse, etc.). Ces circuits servent de canaux pour la collecte, le traitement et la diffusion de l'information dans de nombreuses communautés rurales et abordent souvent les intérêts et les préoccupations du moment dans la langue locale et dans des contextes culturels que les membres de la communauté peuvent comprendre aisément et auxquels ils peuvent facilement s'identifier.

Les médias traditionnels constituent souvent des méthodes efficaces de communication.

Les médias traditionnels fournissent des approches de communication transversales pour stimuler la discussion et l'analyse des problèmes et pour sensibiliser et mobiliser les communautés en faveur d'une question. Toutefois, il faut faire preuve de prudence afin de ne pas romancer les aptitudes et l'impact des médias traditionnels. Comme d'autres moyens de communication et d'information, ils présentent des faiblesses et des contraintes en termes de temps et d'espace ; ils s'avèrent particulièrement déficients pour la dissémination simultanée d'informations auprès de populations dispersées sur un vaste rayon géographique.

Les recherches et l'expérience dans l'utilisation de médias traditionnels suggèrent qu'ils sont particulièrement efficaces pour la communication participative dans les communautés rurales lorsqu'ils sont associés à des ressources de communication de masse, notamment la radio.

FORMES DE PRESENTATION DU MESSAGE SELON LE PUBLIC CIBLE

PUBLICS	FORMES PROPOSEES
PUBLIC PRIMAIRE ET PERSONNES INFLUENTES	<ul style="list-style-type: none">• Réunions face à face formelles ou informelles• Lettres, fiches de faits• Plaquettes, brochures, graphiques• Articles dans les journaux• Emissions radio et TV• Présentations brèves par vidéo, par ordinateur• Diapos, transparents
ORGANISATIONS	<ul style="list-style-type: none">• Réunions avec dirigeants ou avec le personnel• Fiches de faits, affiches• Graphiques• Présentations par ordinateur• Diapos, transparents• Réunions d'information
MEDIAS	<ul style="list-style-type: none">• Communiqué /conférence de presse• Evénement médiatique• Fiches de faits• Lettres à la rédaction• Graphiques ou illustrations
GRAND PUBLIC	<ul style="list-style-type: none">• Banderoles• Articles promotionnels• Présentations à des réunions communautaires• Conférences, meetings, séminaires et ateliers• Plaquettes, affiches , fiches de faits• Emissions radio et TV• Annonces / articles dans les journaux

Stratégies rurales

Même si la plupart des stratégies présentées dans cette trousse peuvent s'appliquer en milieu rural, la conduite d'une campagne électorale dans un tel milieu peut être rendue difficile par des difficultés d'ordre culturel, infrastructurel, etc. Il peut même être impossible de faire du porte à porte.

En étant conscient de ces difficultés, vous pourrez adopter une stratégie plus efficace. Si c'est possible, faites du porte à porte. De plus, invitez les membres de la communauté à venir vous rencontrer à des assemblées de cuisine ou à des événements communautaires comme des débats publics ou des soirées dansantes ou des repas.

Le choix des emplacements d'affiches électorales est très important en milieu rural. Il est donc important de les apposer aux principales intersections et aux lieux de rencontres, les centres communautaires, les résidences des chefs de village, les commerces locaux.

En milieu rural, profitez des événements et des réseaux en place. Fréquentez les endroits où les populations se réunissent et démontrez votre capacité d'intégration.

Les médias

Pendant la période de la campagne électorale, les candidats retenus ont un égal accès aux organes officiels de presse écrite, parlée et télévisée, selon les modalités définies par décret en Conseil des Ministres sur proposition de la Commission chargée des élections. Cette égalité est garantie par le Conseil National de la Communication Audiovisuelle (CNCA).

Habituellement, les médias s'intéressent beaucoup aux élections. L'attention que vous porteront les médias dépendra de la taille de votre circonscription et de la fonction que vous sollicitez. En général, les médias voudront obtenir une entrevue avec chacun des candidats au moins une fois durant la campagne.

Ne soyez pas intimidés par les médias. Les journalistes ont autant besoin de vous pour obtenir des informations que vous avez besoin d'eux pour communiquer votre programme aux électeurs. Il s'agit d'une relation mutuellement bénéfique.

Cela dit, prenez garde à ce que vous déclarez aux médias et préparez à l'avance ce que vous voulez dire en entrevue. En donnant des réponses brèves aux questions des journalistes, vous éviterez les mauvaises interprétations de vos paroles et les citations hors contexte. Vous pouvez reformuler une même réponse brève de différentes façons ; ce qui permet aux médias de choisir l'extrait qui leur convient. Il peut être utile de préparer à l'avance quelques notes et des réponses à certaines questions prévisibles.

Votre chargé de communication doit être efficace en matière de relations presse et médias.

La relation entre les médias et la candidate est une relation d'interdépendance. Les médias ne peuvent pas faire de reportage sans la candidate et la candidate ne peut pas communiquer son message sans l'aide des médias. Bien qu'il existe une méfiance généralisée à l'égard des médias, il est important, en tant que candidate, d'établir des relations professionnelles et constructives avec tous les membres des médias afin que votre position sur les différents enjeux soit formulée équitablement et correctement tout au long de la campagne.

Avant les élections, tenez à jour des listes portant les noms, les adresses, les numéros de téléphone et les courriels des membres des médias locaux et nationaux, la presse, la radio et la télévision. Il est important de compiler votre liste avec les noms des journalistes, des reporters et des commentateurs qui s'occupent tout particulièrement de votre circonscription, afin d'être sûre que vos communiqués de presse et autres avis parviennent aux personnes concernées plutôt que d'aboutir dans la salle de presse où ils peuvent facilement être oubliés ou passer inaperçus.

N'oubliez pas que les chefs du parti vont dominer l'essentiel des actualités sur les élections sur les scènes locale et nationale. Par conséquent, vous devrez rester en bons termes avec les journalistes, les reporters et les commentateurs qui, en collaboration avec leurs rédacteurs, détermineront ce qu'ils vont écrire à votre sujet et au sujet de votre campagne.

Il deviendra très tôt assez évident quels sont les journalistes qui sont en votre faveur et en faveur des thèmes qui vous tiennent à cœur. Il est bon de cultiver et d'entretenir ces relations d'une manière professionnelle et cordiale.

Répondez toujours aux sollicitations des médias même lorsque vous n'avez pas l'intention d'accorder une entrevue. C'est non seulement une attitude professionnelle, mais cela pourrait s'avérer utile plus tard lorsque vous souhaiterez que les médias couvrent un sujet particulier ou lorsque vous aurez des difficultés à faire passer votre message.

Ne présumez pas d'emblée que le journaliste qui vous fait une entrevue ou qui vous pose des questions est bien informé sur le sujet ou qu'il essaie délibérément de vous désarçonner.

Bien que cela puisse être le cas, les journalistes tendent à avoir des connaissances générales plutôt que spécialisées sur les différents sujets. Il est probable qu'ils ont eu peu de temps pour faire des recherches ou réunir de la documentation de base avant le reportage et toute information que vous pourrez leur fournir sera très utile et facilitera d'autant leur travail. Cela vous permettra aussi d'établir une relation de confiance susceptible de bénéficier à la fois au journaliste et à la candidate.

Il est bon de savoir à l'avance à quel sujet le journaliste vous appelle. Demandez à votre recherchiste de vous fournir autant d'informations que possible sur le sujet avant que vous ne parliez au journaliste.

2/ Période électorale : Battez la campagne électorale

C'est la période durant laquelle tout se joue. Votre élection dépend de ce que vous ferez en cette période. Il faut mettre tous les moyens en oeuvre pour réussir, ne négligez aucun aspect.

La campagne électorale est ouverte 21 jours avant la date du scrutin et prend fin la veille de élections à zéro heure .

2.1 Solliciter des suffrages

L'activité la plus importante pour tout candidat à une élection, peu importe le poste visé, est la sollicitation des votes.

Le rapport individuel avec l'électeur est essentiel pour donner une touche personnelle à votre plate-forme et à votre point de vue. Bien que certaines circonscriptions aient une grande étendue géographique, vous devriez vous efforcer, de rendre visite à tous les foyers au moins une fois.

Une deuxième visite est souhaitable, particulièrement dans les régions où un grand nombre d'électeurs sont encore indécis. Vous aurez besoin d'être accompagnée d'une équipe de représentants capables de bien s'exprimer. Vous ne devriez jamais faire du porte-à-porte seule, en aucune circonstance.

L'équipe que vous choisissez sera chargée de vous représenter et de représenter votre point de vue. Assurez-vous que les membres de votre équipe sont bien au courant de votre plate-forme et que vous leur faites confiance pour parler en votre nom. N'allez pas solliciter des votes tôt le matin, ou à l'heure des repas au risque d'irriter les électeurs dont vous recherchez le soutien.

L'objectif essentiel de la sollicitation des votes est de présenter votre point de vue et de permettre aux électeurs de vous poser des questions au sujet de vos projets pour la communauté et de votre position sur divers sujets. Distribuez des brochures qui expliquent qui vous êtes et quelle est votre position. Si l'électeur n'est pas chez lui, laissez une brochure. Prenez des notes sur les foyers auxquels vous rendez visite et indiquez s'ils vous soutiennent ou soutiennent votre adversaire ou bien s'ils sont encore indécis. La sollicitation au porte-à-porte est également l'occasion de demander aux électeurs s'ils acceptent de planter un panneau à votre nom sur leur pelouse.

2.2 Comment intervenir en public?

COMMENT INTERVENIR EN PUBLIC (meeting)?

Il est l'heure de soumettre votre programme aux électeurs, c'est le moment clé de votre campagne, faites attention à tout :

- les salutations, les présentations de votre équipe de campagne, une bonne introduction qui brise le mur entre la candidate et ses hôtes pour détendre l'atmosphère.

Ensuite :

- Votre tenue vestimentaire, votre comportement, votre gestuelle lors de l'exposition de votre message...constituent des éléments qui peuvent retenir l'attention ou ennuyer votre auditoire.
- Vous devez vous faire connaître, faire connaître votre logo et le diffuser, faire connaître votre slogan, qui doit être frappant. Ne soyez ni trop longue ni trop courte, parler avec conviction.
- Préparez-vous à répondre à toutes les questions posées, ne négligez aucune, car elles constituent les préoccupations de votre population.

• Suivez les différentes étapes suivantes :

Étape 1 : Établissez un contact en soulignant une préoccupation commune

Portez une attention particulière à l'introduction de votre intervention dans laquelle vous vous présentez ; vous remerciez la personne qui vous a annoncé et l'auditoire de vous avoir donné l'occasion d'exposer votre programme à des gens que vous respectez beaucoup !

Vous devez rechercher également un contact direct avec l'auditoire.

Il s'agira pour vous de :

- capter l'attention de l'auditoire ;
- présenter une préoccupation ou un problème que vous partagez avec l'auditoire ;
- dire pourquoi vous comprenez les préoccupations de l'auditoire ;
- montrez que vous êtes proche d'eux.

Exemple : « ...Je suis moi-même mère de 5 enfants, je comprends combien c'est difficile de se demander chaque jour si on aura le prix du condiment ...»

Étape 2 : Énoncez le problème dans un contexte qui touche l'auditoire

- énoncez le problème de manière claire et en termes précis ;
- montrez comment le problème affecte les valeurs humaines que vous partagez avec votre communauté ;
- persuadez votre public que le problème en question est important pour lui.

Étape 3 : Donnez des arguments convaincants pour appuyer votre position

- donnez des exemples, des comparaisons, des anecdotes et des expériences vécues pour étayer votre position ;
- évitez d'être trop théorique et abstraite. *Basez votre argumentation sur des faits vérifiables, jamais sur des impressions.* Montrez comment le problème affecte la vie des gens et les conséquences qu'il peut avoir sur leur vie quotidienne.

Étape 4 : identifiez vos adversaires et faites le lien entre lui (elle) et le problème

Le but ici est de convaincre votre auditoire que votre adversaire fait partie du problème alors que vous faites partie de la solution !

Pour ce faire :

- mettez en évidence les faiblesses des initiatives, des propositions et du raisonnement de votre adversaire ;
- évitez les attaques personnelles, essayez de montrer que si on laisse votre adversaire continuer, votre communauté sera négativement affectée par ses actions ;
- éviter de nommer votre adversaire, ce serait imprudent et une publicité gratuite ;

Dans certains des cas, vous pourriez utiliser des termes généraux ou des pseudonymes pour faire référence à votre adversaire, sans le nommer personnellement.

Étape 5 : Donnez une solution au problème et montrez en quoi elle peut être bénéfique pour la communauté

Votre solution doit être simple, crédible et réaliste.

- montrez comment vous faites partie de la solution ;
- utilisez des exemples pour montrer à votre auditoire tout le bénéfice qu'il peut en tirer si vous êtes élue ;

- parlez de vos capacités et expériences et montrez pourquoi vous êtes convaincue que votre solution est la seule qui marchera.

Exemples :

« Le gouvernement s'est engagé dans une politique de réduction de la pauvreté par la promotion de l'entrepreneuriat féminin : nous allons faire en sorte que cela soit une réalité pour notre commune» (**valeur en commun**).

« Les femmes et les jeunes constituent près de 70% de la population ivoirienne. Elles sont également majoritaires dans notre localité et pourtant ils sont mal représentés tant au niveau de l'Assemblée nationale, du Gouvernement qu'au niveau du Conseil communal ! A cause de cela, vos préoccupations, les questions de scolarisation, d'emploi, d'accès au crédit sont mal comprises ». (**Montrez comment le problème affecte la communauté. Attribuez le problème à l'adversaire**).

Dans le premier cas, développez un argumentaire pour appuyer la position.

Dans le second cas, proposez une solution et montrez comment la communauté pourra en bénéficier.

Étape 6: Donnez une conclusion dans laquelle vous développez une vision.

Montrez comment la solution que vous proposez intègre et actualise votre vision.

C'est votre grande finale. Donnez les détails de votre vision et faites en sorte que votre auditoire se l'approprie :

- résumez les arguments de votre discours, aussi bien le problème que la solution ;
- présentez une vision pour l'avenir réaliste et réalisable ;
- montrez comment votre vision offrira un avenir meilleur aux membres de votre communauté, à leurs familles et à leurs enfants ;
- dans votre conclusion, demandez à l'auditoire d'accompagner votre vision en soutenant votre candidature ;
- montrez à votre auditoire que la réussite de votre vision et de vos projets sera un bénéfice pour toute la communauté et demandez – leur de participer à cette vision en votant pour vous ;
- terminez toujours votre intervention sur une note positive et optimiste !

2.3 Comment participer aux débats et interviews médiatiques ?

En plus de la sollicitation au porte-à-porte et de la nécessité de comprendre le point de vue de vos adversaires, il est également crucial que vous vous rendiez compte qu'en tant que candidate, vous serez souvent à la une.

Dès que vous annoncerez votre candidature, les médias et le public voudront savoir ce que vous avez à dire sur les enjeux essentiels de la campagne. Vous devrez être prête, avant l'annonce de votre candidature, à répondre à toutes sortes de questions concernant les enjeux locaux, la plate-forme de votre parti et les enjeux de plus grande envergure qui touchent votre localité, votre province ou votre pays.

Vous devez être à l'aise pour parler de ces questions avant d'annoncer votre candidature. Une fois de plus, un mentor en qui vous avez entièrement confiance et qui a l'expérience de la politique, peut être un bon interlocuteur et vous indiquer comment vous réagissez sous la pression.

Lorsque vous serez prête à annoncer votre candidature, préparez une biographie qui décrit votre expérience, vos antécédents professionnels, vos objectifs d'ensemble et tout renseignement personnel (familial) que vous souhaitez partager. Il est également important d'avoir à portée de main un CV standard. Ce sont des documents que vous pourrez distribuer aux médias ou aux membres du public qui cherchent à en savoir davantage sur vous-même et sur vos opinions.

Cela vous évitera d'avoir à répéter constamment votre histoire et de risquer d'omettre des informations importantes au sujet de vos qualifications.

Si un journaliste ou un membre du public vous pose une question que vous jugez inacceptable ou trop personnelle, ne vous sentez pas obligée d'y répondre. Dites-leur simplement que la question n'est pas recevable. Si l'on vous pose des questions auxquelles vous ne connaissez pas la réponse, dites-le franchement. Ne prétendez pas connaître des faits si vous ne les connaissez pas.

La plupart des journalistes et des électeurs respecteront une candidate qui est honnête et ouverte au sujet de ce qu'elle sait et de ce qu'elle ne sait pas.

Engagez-vous à trouver la réponse et à les contacter un peu plus tard. Faites ensuite les recherches nécessaires et contactez-les comme promis. Ne faites jamais aux médias et au public des promesses que vous n'êtes pas prête à tenir.

• Le communiqué de presse – La conférence de presse

La plupart du temps, ce sont les médias qui chercheront à obtenir la réaction de la candidate à une question ou à un événement susceptible d'avoir un impact sur la campagne. Il y aura toutefois des occasions où la candidate aura quelque chose à déclarer sur un sujet donné et souhaitera la couverture des médias. Il existe deux techniques fondamentales pour cela : le communiqué de presse et la conférence de presse.

Ces techniques ne devraient pas être utilisées à la légère ou de manière superficielle et vous ne devriez jamais publier un communiqué de presse ou convoquer une conférence de presse à moins d'avoir quelque chose d'important, de nouveau ou de très important à communiquer.

L'usage excessif des communiqués de presse et des conférences de presse est le moyen le plus rapide de refroidir l'intérêt des médias à l'égard de votre campagne et tend également à miner la crédibilité de la candidate.

Dans la mesure du possible, les communiqués de presse devraient se limiter à une page maximum, à double interligne, et donner juste assez d'informations pour piquer l'intérêt des journalistes. S'il y a trop de détails dans votre communiqué de presse, le journaliste risque de ne pas se donner la peine de vous contacter pour avoir vos commentaires. Pire encore, le communiqué de presse pourrait aboutir dans la poubelle de la salle de presse parce que les journalistes n'ont simplement pas le temps de lire des pages et des pages d'information.

Il faut réserver les conférences de presse pour les nouvelles réellement importantes. Il peut s'agir de l'annonce de votre candidature ou d'événements importants qui ont un impact direct sur votre communauté.

Tout comme l'excès de communiqués de presse, l'excès de conférences de presse a tendance à miner la crédibilité du candidat. Lorsque vous convoquez une conférence de presse, vous demandez aux journalistes de venir écouter ce que vous avez à dire, de prendre des photos ou de filmer des vidéos et de repartir avec un reportage prêt à imprimer ou à diffuser. Pour cette raison, la conférence de presse devrait s'utiliser avec modération. Il est bon d'envoyer d'avance un avis aux médias pour leur indiquer quand et où se tiendra la conférence de presse et pour leur fournir une idée générale de son contenu.

L'emplacement de la conférence de presse devrait tenir compte des besoins des médias en matière de matériel et d'espace. En fournissant un microphone sur lequel tous les médias peuvent se brancher, vous facilitez beaucoup leur travail.

Si vous attendez des journalistes de la télévision, prévoyez l'espace nécessaire pour une caméra vidéo et un trépied. Les conférences de presse qui peuvent avoir lieu à l'extérieur offrent des images plus intéressantes pour la télévision et il n'est pas nécessaire de prévoir d'éclairage.

Lors d'une conférence de presse, la candidate devrait lire une déclaration brève, claire et concise et puis laisser les médias poser des questions.

Si la candidate a invité d'autres participants à la conférence de presse, leur déclaration devrait également rester brève et avoir été approuvée par l'équipe de la campagne pour assurer son exactitude et sa compatibilité. Gardez vos réponses brèves et pertinentes. Certains journalistes souhaiteront peut-être une

entrevue plus détaillée et cela pourrait être organisé après la conférence de presse sous forme d'une session en tête-à-tête. Là encore, la même règle s'applique: si vous ne connaissez pas la réponse à une question, n'improvisez pas. Promettez de donner une réponse plus tard. Ne manquez jamais de rappeler les membres des médias ou de leur donner les réponses promises.

Exemple de communiqué de presse

Communiqué de Presse

« Mme ZAMBLE annonce sa candidature à l'investiture du parti »

Broufla, le 4 février 2010

Georgette ZAMBLE, qui vit à Broufla depuis 23 ans, a annoncé aujourd'hui son intention de briguer l'investiture du Parti _____ pour la circonscription de Broufla.

Lors de l'annonce de sa candidature, Mme ZAMBLE a déclaré : « Les habitants de Broufla m'ont beaucoup apporté au cours de toutes ces années et je veux leur montrer ma gratitude d'une manière susceptible de changer les choses en les représentant aux municipales de Broufla. »

Mme ZAMBLE est Experte en développement local et a passé de nombreuses années à travailler à titre bénévole pour la prise en compte des couches vulnérables. C'est la première fois qu'elle se porte candidate à une charge municipale.

« La politique m'intéresse parce que le changement m'intéresse et je pense que les habitants de Broufla souhaitent se voir représenter de manière différente et souhaitent que la politique s'exerce de manière différente » dit-elle.

Grâce à mon expérience et à mes compétences, je suis convaincue que je peux largement contribuer à ces changements », a-t-elle ajouté.

Ses principales préoccupations sont l'insertion socioprofessionnelle des femmes et des jeunes, la mobilisation des ressources, les soins de santé et l'emploi dans la commune de Broufla

Originaire de Broufla, Georgette ZAMBLE s'y est installée en 1981 pour initier des programmes de développement participatif et durable. Elle élève seule ses quatre enfants.

Pour obtenir de plus amples renseignements ou pour recevoir la biographie et le CV de Mme ZAMBLE, adressez-vous au Comité pour l'élection de Georgette ZAMBLE au numéro _____.

*Il y a peut être une radio locale dans votre commune ou un journal local qui veut vous interviewer ou organiser un débat avec un adversaire. Avant d'accepter une interview ou un débat, **renseignez-vous sur ce qui vous attend.***

Quelques questions à poser aux organisateurs :

- y'aura-t-il un auditoire ? Comment les participants seront-ils sélectionnés ? ;
 - si un auditoire est prévu, veillez à être équitablement représentée ;
 - qui posera les questions ? il pourrait y avoir un facilitateur ou les questions pourraient être posées par les membres de l'auditoire ;
 - quel type ou le modèle du débat ou de l'interview ? Comment sera décidé l'ordre des présentations ou des questions ? Y aura-t-il une introduction, des réfutations et une conclusion ou sera-t-il utilisé ?
- Un débat peut être utilisé par la télévision, la radio ou les deux à la fois. Une interview à la radio peut être rediffusée dans les journaux ;
- pourquoi avez-vous été choisie pour une interview ? Renseignez-vous auprès des organisateurs sur les objectifs de l'interview et ce qu'on attend de vous.

*** Soyez bien préparée**

Certaines équipes de campagne électorale préparent des documents de présentation pour le candidat qui comprennent :

- un résumé du type ou du modèle de présentation et des recommandations de style ;
- un résumé des stratégies, notamment une expression –clé qui renforcera le message ;
- les 15 principales questions susceptibles d'être posées et leurs réponses ;
- des arguments pour réfuter cinq accusations possibles que pourraient brandir l'adversaire ;

- les principaux points positifs qu'il faut souligner.

*** Entraînez-vous, encore et encore**

Entraînez-vous plusieurs fois comme si c'était le vrai débat. Demandez à votre équipe et à vos conseillers de critiquer chaque essai :

- faites une simulation du type de débat ou de l'interview ;
- demandez à quelqu'un de jouer le rôle de votre adversaire ou d'un journaliste. Cette personne devrait faire un vrai discours où vous posez des questions en vous attaquant comme si c'était votre adversaire ou un journaliste futé ;
- demandez à quelqu'un de vous poser des questions directement.

Exercez-vous à répondre à des questions difficiles et bien précises.

Si possible, essayez d'enregistrer (magnéto ou vidéo) et faites-en la critique avec les membres de votre équipe.

*** Pendant le débat ou l'interview**

- soyez conséquente ;
- soyez claire et concise ;
- cadrez vos réponses pour traduire les messages de votre campagne électorale ;
- ne vous laissez pas distraire ou détourner de vos idées par certaines questions ou par votre adversaire ou le journaliste.

*** Que faire si...**

...le journaliste s'écarte sans cesse du sujet dont vous devez parler ?

Soyez polie mais ferme et revenez aux questions dont vous voulez parler en commençant vos phrases par : « *il me semble que la vraie question est* »..., puis exposez l'une des idées que vous voulez développer. Les expressions suivantes vous aideront à recentrer le débat :

« *J'ajouterai que...* », « *On me demande souvent...* » ; « *Je ne suis pas experte en la matière, mais je sais que...* », « *Il me semble que la question la plus importante est...* ». « *A mon humble avis, je voudrais avec votre permission...* »

... le journaliste pose une question à laquelle on ne veut pas répondre ?

Revenez sur votre cheval de bataille. Utilisez une anecdote pour illustrer une de vos idées essentielles !

...le journaliste pose des questions négatives ?

Ne répétez pas les déclarations négatives ! Votre but est d'exposer vos idées positives. Restez constante et ne soyez pas sur la défensive. Rectifiez simplement toute idée erronée, puis exposez l'une de vos idées principales. Restez toujours positive.

...le journaliste vous interrompt constamment avec des questions ?

Laissez-le faire. Vous pouvez lui dire ceci : « *vous m'avez posé plusieurs questions...* », Puis répondez à une de ses questions en exposant l'une de vos idées principales. Si ses interruptions vous écartent des sujets dont vous parlez et que vous vouliez y revenir, demandez-lui de vous laisser finir votre réponse et dites-lui que vous reviendrez sur ses autres questions.

.... vous ne connaissez pas la réponse à une question ?

Soyez franche et humble.

Répondez « *je n'ai pas ce renseignements et je le regrette, mais je serais heureuse de vous contacter très prochainement pour vous le donner* ». Dans ce cas, ne manquez pas de faire parvenir ultérieurement la réponse au journaliste.

Dans tous les cas de figure, le respect de l'adversaire doit être la règle d'or car, encore une fois, les opposants en politique sont des adversaires d'un moment et non des ennemis.

2.4 Quelles sont les règles d'éthique à respecter ?

Ces quelques conseils pourront vous être utiles :

*** Les populations (électeurs) aiment qu'on leur prête attention**

Montrer que vous considérez les préoccupations de votre auditoire comme ayant une importance primordiale dans votre programme électoral.

*** La priorité des populations (électeurs), c'est leur propre bien-être**

Vous devez montrer à la communauté à quel point leur vie serait meilleure si vous êtes élue.

*** Faites preuve d'anticipation (gouverner c'est prévoir)**

Soyez conscientes des actions de votre adversaire et de sa position sur toutes les questions d'actualité. Essayez de prévoir la réaction de votre adversaire par rapport à votre programme et anticipez sur ses intentions et critiques.

Evitez les attaques personnelles sur vos adversaires. Elles produisent très souvent un effet contraire !

*** Il est important de connaître votre auditoire ;**

*** Il est important de connaître votre sujet ;**

*** Il est important de connaître le type ou le modèle du débat ou de l'interview ;**

*** Il est important de connaître votre meilleur style d'élocution ;**

*** Il est important de rester dans les limites du temps. ;**

*** Il est important d'être prête à répondre à toute question ;**

*** Il est important d'apprendre à improviser ;**

*** Il est important de soigner votre attitude et votre présentation :** soyez toujours aimable et détendue ; regardez les électeurs dans les yeux ; levez souvent la tête pendant votre discours ; entraînez-vous alors à lire des discours devant un miroir pour avoir une idée de votre apparence, faites-vous critiquer par votre équipe ou même par un professionnel ; parlez lentement et clairement, sans hésiter ; ne soyez pas monotone. Modulez votre voix, contrôlez votre débit et variez votre intonation.

NB : La répétition a une valeur pédagogique. Plus vous répétez votre message, plus les électeurs entendront le même message qui finira par les pénétrer et les inciter à voter pour vous.

Un message répété = Pénétration = Impact

Conclusion

Vous devez prendre en compte tous les aspects, ne négligez rien, mettez toutes les chances de votre côté pour réussir, n'oubliez pas que votre réussite est la réussite de toutes les femmes, et que vous pourrez améliorer les conditions de vie des femmes. Ce guide vous donne des idées complémentaires pour battre votre campagne...

Nous vous souhaitons beaucoup de succès et espérons que ce guide vous aura apporté de quoi réussir.

Nous sommes fermement convaincues que de très nombreuses femmes ivoiriennes ont beaucoup à offrir à la vie publique.

Que ce soit pour leurs compétences, leurs aptitudes, leur éducation, leur expérience ou leur engagement, nous avons besoin des femmes pour équilibrer nos objectifs et nos aspirations.

Tout en reconnaissant que les obstacles, les barrières et les défis sont nombreux pour celles qui choisissent cette carrière, nous pensons que seule une participation pleine et entière des femmes à la vie politique insufflera le dynamisme nécessaire à l'égalité dans notre société.

Nous espérons que vous envisagerez un poste politique comme une contribution supplémentaire que vous pouvez faire à votre foyer, à votre localité et à votre pays.