

Renforcer la sphère d'influence politique de l'UNICEF pour la période 2012-2017. Approche théorique et application à la justice des mineurs

L'Unicef France a pour objectif de replacer les droits des enfants au cœur du débat politique, notamment via la publication de son Manifeste pour l'enfance à destination des candidats à l'élection présidentielle de 2012. Le Gouvernement socialiste ayant exprimé son soutien à la plupart des propositions de ce document, il s'agit désormais d'en vérifier les réalisations. L'Unicef joue un rôle important sur la scène politique française, en défendant les droits des enfants grâce à son pouvoir d'influence dans les processus décisionnels gouvernementaux et parlementaires.

Tout en tenant compte des outils déjà en place au sein de l'Unicef (veille parlementaire, cartographie détaillée, etc.), nous avons d'abord développé une partie théorique liant le cycle d'une politique publique aux activités de lobbying. Cette boîte à outils, combinant les théories du cycle des politiques publiques et des stratégies de lobbying et de communication, vise à identifier les temps clés de l'influence, ainsi que les outils de communication et d'influence permettant d'atteindre les acteurs clés politiques et administratifs.

Afin d'influencer le processus de développement d'une politique, tout acteur doit se poser des questions précises et agir d'une manière adaptée à chaque phase du cycle des politiques publiques.

- Dans la phase d'**émergence du problème** se pose la question de la prise de conscience. L'analyse - grâce à une veille médiatique et parlementaire - et la planification sont le travail crucial de l'Unicef.
- Lors de la **mise à l'agenda**, il faut s'interroger sur les facteurs qui font agir le Gouvernement vis-à-vis d'un problème. L'activité de l'Unicef est, à ce stade, particulièrement importante car un problème particulier suite à l'analyse des impacts / enjeux / objectifs doit être choisi. Ici, une veille plus ciblée sur le thème retenu est importante pour rester informé et prendre des décisions d'action stratégique. L'Unicef doit se positionner auprès des pouvoirs publics et créer des alliances avec d'autres groupes d'intérêts qui partagent le même objectif pour influencer par contact et information. Parmi les multiples problématiques à résoudre dans une société, seules celles mises à l'agenda du cycle de réforme politique seront prises en charge par les décideurs.
- Au moment de la **formulation et de l'adoption de la politique**, il faut se demander quelles sont les solutions proposées et acceptées par le Gouvernement et le Parlement, et selon quels processus elles sont formulées, afin de pouvoir faire passer son message aux pouvoirs publics. Pour ce faire, une cartographie des acteurs clés doit être établie. De plus, une très bonne connaissance du calendrier législatif est cruciale pour connaître les fenêtres d'opportunité auxquelles l'Unicef doit agir. Par la suite, l'Unicef doit choisir des actions de lobbying en fonction de ses alliés et ennemis. Le réseau, la prise de position, le travail de groupe et la communication publique - analyse SWOT, définition précises du message, des cibles et des moyens de communication à court, moyen et long termes - sont des éléments fondamentaux dans cette phase importante pour le lobbying.
- Dans la phase de **mise en œuvre**, l'action de l'Unicef est beaucoup plus restreinte : elle se limite à vérifier la mise en œuvre des décisions prises par les pouvoirs publics. L'activité de l'Unicef consiste une fois de plus en la veille sociale et politique et le travail relationnel avec les pouvoirs publics.

- Lors de la dernière étape, il s'agit d'évaluer les effets directs et indirects de la politique publique. La veille et le positionnement, via des rapports et des études, est le travail le plus important. Eventuellement, l'Unicef doit dénoncer des problèmes non résolus et proposer d'autres solutions afin de remettre le problème à l'agenda politique.

Dans un second temps, nous avons élaboré un plan d'action, en application pratique de ces savoirs théoriques. Nous avons choisi le thème de la justice des mineurs, sujet d'actualité, puisque la Garde des Sceaux et Ministre de la Justice, Christiane Taubira, en prépare actuellement la réforme, ainsi que le souhaitait l'Unicef France par l'engagement n° 6 de son Manifeste. Nous avons ainsi effectué une analyse SWOT spécifique à ce sujet, puis développé les messages de l'Unicef sur la question, identifié les groupes cibles, les moments clés, les instruments de communication et les actions de lobbying à employer. Nous avons finalement proposé une cartographie non-exhaustive des parlementaires et des journalistes avec lesquels l'Unicef France devrait développer des relations, afin d'avoir des relais politiques et médiatiques bien identifiés.

Sabina DROSS, Charlotte DUMAS, Virginie TIMMERMAN