



Campagne innovante

De nouvelles clés pour remplir ses objectifs électoraux

Introduction

La notion de choix est apparue corollairement aux êtres vivants, faisant fi de l'éternel hasard de la nature, il ne s'agissait à ses balbutiements que de l'expression de l'instinct survivaliste. Cette notion de choix a par la suite évolué en même temps que la capacité de réflexion de certaines espèces. L'Homo Sapiens est quotidiennement confronté à de multiples choix à effectuer, les plus simples peuvent toujours relever de l'instinct de survie, mais certains plus complexes nécessiteront réflexion, et seront influencés par plusieurs facteurs, notre environnement, notre éducation, notre milieu social pour ne citer que quelques exemples parmi tant d'autres. Si en apparence la multiplication des vecteurs d'influence ne fait qu'augmenter le nombre de choix possibles on constate que paradoxalement, ils ne font en réalité qu'augmenter le conditionnement et déterminisme de nos actions.

Le cas du choix de nos représentants est intéressant, puisqu'apparaît ici la notion d'intérêt collectif et général. La jeunesse engagée a su faire ce choix à notre échelle, et a décidé de passer le cap en devenant un facteur d'influence du choix d'autrui, car nous sommes convaincus que les valeurs que nous défendons méritent de l'être. Preuves à l'appui et positions bien ficelées, nous partons donc à l'assaut d'un temps phare de l'engagement étudiant : les élections étudiantes.

Vous qui lisez ce texte avez déjà probablement été amenés à tracter ou à être tractés un jour d'élections, qu'observe-t-on ? L'ignorance des étudiants "non-initiés" n'a d'égal que leur désintérêt pour le sujet, les taux de participation parlent d'eux-mêmes, la participation nationale moyenne pour les élections aux Conseils d'Administration des CROUS de 2018 est de 8,5%. Ce magistral taux d'abstention réussit l'exploit de battre celui des dernières élections législatives et présidentielles, le désintérêt et les biais de considération relatifs à la politique deviennent un des plus grands maux de notre société, et c'est à nous, jeunes engagés, de lutter contre ce fléau à notre échelle.

Un moyen de sensibilisation est déjà mis en place depuis très longtemps : la pré-campagne. Souvent réduite à des collages d'affiches à la lueur de la lune ou à la fraîcheur du matin, voire quelques distributions de tracts et des interventions en amphithéâtre quand les acteurs sont motivés, il n'est pas dur d'observer que le ratio entre d'une part les coûts financiers et humains et d'autre part, l'efficacité n'est clairement pas optimale, certains iront jusqu'à dire que la pré-campagne est inutile, bien qu'il ait été prouvé à de multiples reprises qu'une élection se gagne bel et bien en 6 mois mais ne se perd qu'en une journée.

Reprenons donc, nous avons une chance d'améliorer les choses, chance qui passe bien souvent par les conseils, mais cette fenêtre de tir pourrait être plus grande. Il est de notre rôle, en tant que jeunes engagés, de faire en sorte que le choix donné aux étudiants, une poignée de jours par cycle électoral, soit celui le plus juste pour lui et la communauté.



I - La Formation Active : inscrire une logique de démocratie étudiante dans mon association

Les Week-Ends de Formation (WEF) et les Formations à Domicile (FàD) instiguent, entre autres notions d'organisations, la base comportementale à adopter le jour d'une élection ainsi que la compréhension des lignes de programme et des positions portées par nos organisations.

Cela dit, l'efficacité de notre système de formation ne peut jamais atteindre la perfection, 1 à 3h de formation ne suffiront jamais à déconstruire totalement nos idéaux et les raisons pour lesquelles nous les portons.

À ce premier constat vient s'ajouter la peur grandissante, ou tout du moins le rejet de la notion de politique et de tout ce qui s'y attache, présente au sein de la jeunesse française.

Cette gêne que beaucoup d'associatifs ressentent, à l'évocation des thématiques de représentation et d'élection, tire bien souvent sa source d'un manque d'informations des mécanismes qui régissent l'université et de l'importance qui les sous-tendent.

Mais alors comment aller plus loin dans notre démarche de formation et de sensibilisation à la thématique électorale ?

A° Democratic Fly

Premier exercice qui se révèle efficace, le "Democratic Fly".

Pourquoi flyers plutôt que tracts ? Tout simplement car le mot tract renvoie indubitablement à une image électorale, tandis que le flyer a une dimension bien plus marketing. Il faut déconstruire les préjugés que les militants et les étudiants ont autour des élections. Ce flyer se divise en plusieurs parties : un recto avec les informations principales sur l'association, ses buts, ses partenaires, les contacts, ses victoires et ses événements, et un verso avec un côté informatif sur les conseils et leur intérêt assortis de quelques propositions phares.

Bien souvent et notamment à cause des calendriers électoraux que nous ne pouvons maîtriser totalement, nos associatifs et cadres électoraux n'ont pas un contrôle total sur les idées diffusées auprès des étudiants le jour J. C'est pourquoi il faut, grâce à ce genre d'actions, ancrer dans l'esprit collectif étudiant une notion d'appartenance, une confiance envers son association. Il faut que l'étudiant assimile, presque de manière inconsciente, le fait de se faire tracter à un acte régulier lui permettant d'être tenu informé et d'avoir des nouveaux avantages. Fait de manière régulière et visible, ce "democratic fly" permettra sur le moyen terme de fidéliser les étudiants aux associations et d'assurer leur intérêt et de facto leur vote.

Accompagné d'un membre du bureau national, les membres de l'association pourraient de plus s'initier à la prise de parole, au démarchage individuel ainsi qu'à la présentation de leurs activités sans le poids des préjugés portés sur la représentation étudiante.

Cependant les listes seront, la plupart du temps, portées par la fédération territoriale (quand fédération territoriale il y a), c'est donc également notre rôle d'utiliser cela comme une force.



B° Mieux utiliser le Double Maillage

Actuellement, un des plus gros problèmes pour une fédération, qu'elle soit territoriale ou nationale, est la visibilité. En effet, en dehors de quelques rares fédérations territoriales historiques et extrêmement bien implantées et des quelques fédérations nationales ayant réussi à créer un véritable sentiment d'appartenance, la plupart de ces dernières se retrouvent bien souvent sans lien de proximité avec les étudiants, qui les voient tout au plus comme des machines électorales. C'est à nous de changer la donne en utilisant les fédérations comme une force à part entière.

Tout d'abord il faut que l'étudiant saisisse le lien entre les associations et ses fédérations, pour cela il faut mettre en place des stands de présentation de la fédération territoriale durant le democratic fly (on peut également penser qu'une partie concernant ces dernières soit intégrée aux flyers). Il faut que l'étudiant comprenne bien qu'il s'agit là d'un assemblage de forces pour l'intérêt commun étudiant. Pour cela la fédération doit aussi prendre ses responsabilités dans ce processus, en proposant toujours plus d'événements fédérateurs et de services à l'étudiant. Doit s'assortir à cette présentation sur papier, une présentation physique et didactique de la fédération ; un membre du bureau ou du réseau doit se rendre disponible à ce simple effet, avec une identité visuelle différente de celle des membres de l'association (ex : sweatshirt, kakemono).

Parce que la formation et l'animation dynamique sont loin d'être le monopole des fédérations de filière, si l'association en a l'ambition elle peut également proposer de multiples activités au bureau de sa fédération territoriale, activités qui seront bénéfiques aux deux structures.

En effet, en plus d'un stand de présentation on peut penser à l'organisation de débats mouvants ou la mise en place d'un mur d'expression qui permettront de sensibiliser les étudiants tant aux différentes problématiques sociétales ou celles que l'on retrouve en conseil, et de les impliquer dans les processus d'élaboration des programmes électoraux. Plus les étudiants se sentiront impliqués et concernés par les thématiques et plus ils iront aux urnes.

C° Démocratie Participative

Il existe des moyens détournés et interactifs d'impliquer les étudiants dans la pré-campagne, pour réinvestir une notion politique de manière inconsciente. Pour cela, il existe des applications sur un outil assez répandu parmi les étudiants, nous avons nommé les smartphones. Pour ne citer que les plus connues de ces applications, nous pouvons retrouver Beekast, Kahoot ou encore Woodclap, qui doivent devenir un jeu tant qu'un outil de pré-campagne. Simples à prendre en main, elles se constituent d'une interface sur ordinateur pour le créateur du module, et des "manettes" de jeux que sont les smartphones. Ajoutez à cela une connexion internet et quelques questions ludiques comme "quel est le rôle d'un élu ?", "en tant qu'étudiant, puis-je faire bouger les choses ?" et autres joyeusetés, cela n'a de limite que votre imagination.

Bien que moins poussé technologiquement, un exercice de ce type est déjà effectué par certaines associations. On parle évidemment du « café des élus » qui reste une alternative intéressante de proximité et de service à l'étudiant afin de discuter, avec tout un chacun, des problématiques et thématiques électorales, sujets que l'étudiant non-initié se verra poussé à explorer afin de sortir des propositions, qui se révéleront bien souvent tout aussi simples et concrètes qu'indispensables.



Une version poussée du democratic fly peut également être utilisée, au lieu d'un descriptif du fonctionnement démocratique de l'université au verso on pourrait trouver un questionnaire simple mais efficace, demandant l'avis de l'étudiant sur son université, sa formation et son association.

Cela permettrait de pousser plus loin la pédagogie de formation terrain en intensifiant le procédé en amont des élections, mais également de faire ressortir plus facilement des propositions de lignes de programme et ce, en plus de donner une dimension de dialogue social aux actions de l'association.

De nouveaux modes de communication doivent également entrer en jeu dans cette démarche de démocratisation des problématiques, dans la lignée de ce que l'on appelle les "nouveaux médias", des vidéos courtes et percutantes avec une identité visuelle forte, pleine d'humour et d'enthousiasme, sous le modèle des "fast and curious", encore une fois cela n'a de limite que votre imagination.

La multiplication d'interaction et prise d'avis avec l'étudiant est également l'occasion pour nous de confronter son campus à nos valeurs et position, ainsi il sera intéressant de demander directement, via notamment des sondages Facebook ce que les premiers concernés pensent de nos actions et positions, permettant ainsi à la fois de présenter le bilan de nos actions mais également de créer de la matière intégrable à nos programmes, puis nos tracts.

On peut aussi penser à un événement interne au réseau associatif ou une présentation concrète des volontés et de leurs origines est effectuée : c'est le Democratic Lab. Un dialogue structuré en interne, bien que demandant de la rigueur au niveau de la temporalité de réalisation permettra de rassurer le corps de vos associations quant au discours porté sur les campus en plus d'agréments et de rectifier les programmes.

Bien que fondé sur des piliers que nous portons de manière unanime au national, chaque territoire a ses spécificités qui doivent ressortir sur la profession de foi, ce Democratic Lab permettra de mener ce travail concrètement en impliquant son réseau, qui ne se sentira que plus motivé et acteur de la campagne.



II - La Campagne Vitrine : comment transformer l'essai du service à l'étudiant en victoire électorale

Tout étudiant engagé a déjà senti la frustration de ne pouvoir mettre en place les projets qu'il portait au sein de campus. Il y a en effet, en dehors des problématiques de moyens, des temporalités universitaires qui ne permettent pas la concrétisation des volontés personnelles, collectives et fédérales au sein d'une association.

Les élections n'en font pas partie.

Si, dans les faits, on pense souvent que les événements organisés durant les périodes de pré-campagne et de campagne obstruent la possibilité de mise en place des actions directement liées à ce temps démocratique, la réalité en est tout autre.

Il faut voir toute interaction - entre l'association porteuse de liste ou même simplement le futur élu et son environnement - comme une brique permettant d'édifier une victoire simplifiée. Tout n'est alors qu'une question de communication et de prisme de vision et si l'on part du parti pris qu'il faut scinder les élections du reste des activités de l'association alors oui, le doublon de besoin de communication engendré ainsi que la massification d'événements rendent le cumul difficilement supportable en termes d'effectif.

Si au contraire la communication des événements touchant les étudiants, et plus globalement la jeunesse, sert le contexte d'élection notamment par l'utilisation des pages d'élus ou tout simplement du nom de liste pour appuyer les post et affiches, le travail à fournir en parallèle sera moindre.

Si nos racines tirent leurs sources de la volonté de service et de représentation des étudiants, il est naturel que l'assise de notre représentativité passe par ce même service à l'étudiant.

Puisque nous parlons d'innovation, il serait dommage de se contenter d'une valorisation des projets déjà menés pour présenter l'essence de ce que nous sommes.

C'est pourquoi à l'instar du monde associatif dans son ensemble, une campagne innovante doit se faire le laboratoire d'expérience de nos idées ainsi que la vitrine des actions qui ne sont pas mais qui peuvent s'implanter au sein de vie étudiante.

Osons donc la nouveauté mais restons pragmatique dans l'utilisation de ce qui compose l'éventail quasi infini d'opérations pouvant être menées.

Comme une association faisant partie d'un réseau ne doit jamais se sentir seule et délaissée, les campagnes sont l'occasion parfaite de faire interagir ses fédérations avec elle et le monde étudiant dans sa globalité notamment par la réalisation commune d'évènements "test" portés par la fédération.

La fiche projet ou le concept qui n'aura jusqu'alors jamais pu voir la lumière de la concrétisation pourra alors germer sans soucis sur un campus et au sein d'une communauté étudiante qui fera office d'échantillon test pour l'association et la fédération.

La présence d'un membre du bureau national sur place en amont et pendant cette phase "test" permettra sa mise en place en limitant a maxima les surplus de temps d'organisation affilié à l'ajout d'événements supplémentaires dans un calendrier bercé par des élections.

De l'action de sensibilisation, par une manifestation théâtrale, aux ateliers de l'ESR, en passant par des formations d'éducation populaire sur l'éloquence, le choix est large et peut se recouper avec des dynamiques déjà présentes dans les habitudes de l'association, telles que des organisations de conférence d'orientation ou d'insertion professionnelle.



FORMATION
"L'ART DE L'ÉLOQUENCE"
LUNDI 04 FÉVRIER - 17H - UNIVERSITÉ DE TOULON
CAMPUS TOULON PORTE D'ITALIE ET CAMPUS LA GARDE

APPRENDS À CONVAINCRE, PERSUADER
ET PRENDRE LA PAROLE EN PUBLIC

ACCESSIBLE À TOUS LES NIVEAUX



Les opérations coup de poing nécessitent quant à elles deux ingrédients clés que sont la surprise et l'identité. Ces opérations, qui doivent s'organiser lors de périodes proches des élections (entre une semaine avant et la veille) auront comme but de marquer les esprits. Ces opérations sont peut-être le meilleur exemple d'osmose entre projet et électoralisme. Comment réussir une opération coup de poing ? Viser un groupe, plus il sera grand, meilleur sera l'impact, et lui proposer un service innovant affublé de l'identité visuelle forte de la liste, cela doit être assorti d'une intervention permettant de détailler le programme et les intérêts des élections.

III- Le jour J, vague de démocratie sur les campus

La pré-campagne a beau avoir une place importante dans la réussite des élections, une grosse partie se jouera le jour J, ce jour où tout un chacun doit devenir acteur de la démocratie étudiante à son échelle, il n'y a pas de petits ou de grands militants seulement un grand réseau soudé autour d'un projet commun, nous allons désormais voir comment monter la dernière marche avant les conseils en toute sérénité.

A° L'importance de l'organisation

L'organisation sera le maître mot en ce jour si important, la fenêtre de tir est tellement mince qu'une erreur n'est pas admissible, tout doit être réglé comme sur du papier à musique. Parmi les opérations les plus essentielles à préparer vont se trouver le recours à des Dispositifs De Solidarité (DDS), la répartition des militants, des tracts et des interventions.

Commençons par les DDS, tout va dépendre du nombre de militants sur place, du contexte ainsi que de la temporalité, on imagine bien qu'il y aura plus de DDS un jour d'élections centrales isolées avec peu de militants que lors d'une date unique dans une ville pourvue d'une forte fédération de territoire. Bien que les DDS soient coordonnés au niveau national. Il faudra donc penser sa répartition initiale de militants, sans compter sur les DDS qui ne doivent être que les supports d'une élection déjà quadrillée par les forces locales.

En parlant des militants, il n'existe pas malheureusement d'algorithme magique pour répartir parfaitement ses forces, tout va dépendre du nombre de militants présents, du nombre de DDS, du nombre de sites, du niveau de formation de son réseau, etc. Cependant, nous pouvons citer quelques astuces simples afin d'optimiser ses forces :

- Toujours alterner néo-associatifs et cadres électoraux
- Toujours coupler DDS et associatifs locaux
- Toujours se référer aux chiffres des dernières élections et ajuster au besoin
- Toujours avoir plusieurs regards quant aux points stratégiques où se trouveront les étudiants
- Ne jamais laisser d'urne sans cadre pour la surveiller
- Ne jamais laisser de site sans aucun militant (même les sites délocalisés !)
- Ne jamais laisser un site être submergé par les militants des autres organisations
- Prévoir des brigades mobiles pouvant gérer les surplus de flux ou les angles morts
- Ne jamais être figé dans sa répartition, à tout moment de la journée des militants peuvent changer de site pour ajuster les forces

La répartition des tracts doit se faire le plus tôt possible, afin que les délais d'impression soient assurés. Il faut, pour cela, regarder le nombre d'étudiants présents sur le campus dès la parution de l'arrêté donnant la date des élections, ainsi que le nombre de tracts distribués aux dernières élections afin d'effectuer une approximation du nombre de tracts à imprimer. Jusque-là on a tendance à surestimer ce nombre, nous verrons dans une prochaine partie que cet usage deviendra vite désuet. Enfin, qui dit élections dit planning de cours, afin d'assurer plusieurs processus qui sont immuables quelques soient les élections :



- Les interventions qui doivent être faites dans tous les amphithéâtres à minima et dans les salles de TD si possible.
- Les sorties de cours qu'il faut anticiper, il s'agit d'un des meilleurs moyens de ramener les étudiants à l'urne.

B° De nouvelles façons d'assurer nos urnes

Nous avons pu expliciter depuis le début de ce manifeste différentes initiatives afin de fidéliser les étudiants au vote pour notre liste sur le long terme, cependant qu'en est-il sur le court terme ? Quels moyens innovants avons-nous afin de faire pencher la balance en notre faveur ?

Il existe de tels moyens, et cela va passer par plusieurs "hacks" sur le terrain :

Une présence visuelle forte et dense : comme lors de la pré-campagne, il faut que l'identité visuelle soit forte. Porter les pulls de son association/fédération est un bon premier pas, en plus de ça chacun doit s'affubler de stickers à l'effigie du nom de la liste, le plus important restant le nombre de militants. Il faut jouer sur l'amabilité, ne pas paraître rébarbatif dans nos prises de paroles (trac-tation ou intervention en amphithéâtre) et afficher un entrain forçant la sympathie inconsciente assurant le vote massif des étudiants.

Ce deuxième exercice intéressant n'est pas forcément indépendant du premier, a contrario ils sont même très complémentaires et nous ne pouvons que pousser la double utilisation : il s'agit d'**une nouvelle manière de convaincre un amphithéâtre**. Quel est actuellement le problème des interventions en amphithéâtre ? Les étudiants n'écoutent pas, et les rares écoutants ne comprennent pas forcément de quoi vous parlez ou qui vous représentez. Il faut repenser cela pour s'assurer a minima d'une écoute optimale.

Tout d'abord, il faut soigner son entrée, réussir à être visible dès le début pour savoir que l'on va prendre la parole, ensuite il faut créer une dynamique, pour ça rien de mieux que l'interaction avec les étudiants, par exemple un petit jeu très simple qu'est le "lève ta main si..." accompagné de proposition qui vont au fur-et-à-mesure inciter les étudiants à se rendre compte de l'importance du vote. Par exemple, lors d'une élection CROUS, "lève ta main si tu manges au RU/dort en résidence Universitaire/touche les bourses..." puis "lève ta main si tu trouves qu'on devrait mettre plus de produits locaux" et ainsi de suite jusqu'à mettre les étudiants devant le fait qu'ils doivent aller voter. Attention cependant à ne pas les perdre ni se perdre, ce genre d'exercice peut aussi s'envisager avec des outils tels que Wooclap ou Kahoot.

Dans la même veine, **les micros-trottoirs** représentent un concept s'inscrivant tant le domaine de la distraction que de la démocratie participative puisqu'il va permettre de récolter l'avis des étudiants, tout en les informant de manière ludique. Les sujets abordés lors des entretiens peuvent être variés, permettant de balayer large le spectre électoral. La communication qui sera effectuée autour de ces micros-trottoirs sera tout aussi importante que l'action en elle-même puisqu'on entre une fois de plus dans le marquage inconscient de co-construction de programme.



***Ouverture : de repenser l'Université à repenser la société,
il n'y a qu'un pas que nous pouvons franchir***

Vous voilà maintenant avec toutes les clés en main pour préparer sereinement une élection, tout en assurant un taux de participation optimal. Ce qui transparaît de toutes ces actions est de deux natures, et c'est peut-être là tout ce que nous devons retenir, le projet et la conscientisation. En effet, il ne faut jamais oublier qu'aucune élection, aussi importante soit-elle, n'est une finalité, c'est un moyen que nous avons d'aller plus loin dans l'application de notre projet. Aucun organe ne peut et ne doit s'inscrire dans une démarche électoraliste, en plus de ne rien apporter à l'intérêt général. C'est une façon certaine de faire mourir cet organe sur le plus ou moins long terme. La conscientisation, quant à elle, doit se faire au dépit du désintéressement constant que les jeunes ont envers les élections quelles qu'elles soient. Nous sommes donc dans cette dualité que nous pouvons transposer au monde hors universitaire. Si l'État échoue à former et conscientiser la jeunesse, il est de notre rôle d'organisation de jeunesse et d'éducation populaire de pallier cette problématique qui peut mener à une génération déconnectée de la réalité, avec les risques que cela engendre.