

11. Tenez vos promesses

Une campagne pour obliger le gouvernement à rendre des comptes en Inde



Les militants soulignent l'écart entre promesses et actions.

Malgré son économie prospère et ses classes moyennes émergentes, l'Inde est un pays où des millions de personnes vivent encore dans des conditions d'extrême pauvreté. En 2004, un nouveau gouvernement a été élu, en grande partie grâce à sa promesse d'améliorer les conditions de vie des personnes les plus pauvres et les plus marginalisées en créant des centres de santé, des écoles et des emplois. Également en 2004, le Forum Social Mondial à Bombay a regroupé de nombreuses organisations indiennes, qui plus tard ont formé la Wada Na Todo Abhiyan, la campagne « Tenez vos promesses" ('Keep Your Promises'), pour assurer un mouvement collectif en faveur du changement. Ce document explique comment la campagne a réussi à mobiliser des centaines de milliers de personnes en Inde pour faire pression sur le gouvernement afin qu'il honore ses principales promesses, et à démontrer l'immense demande de la population à travers l'Inde en faveur d'une justice sociale et d'un meilleur futur pour les enfants de la nation.

Introduction

L'Inde est depuis longtemps un pays de contradictions. Le pays peut se vanter d'avoir le plus grand nombre de milliardaires au monde.¹ Son économie est prospère et le pays est également perçu comme un endroit favorable aux investisseurs mondiaux. Mais c'est également le pays qui abrite pas moins de 25% de la population pauvre du monde. Une personne analphabète sur trois dans le monde vit en Inde,² au moins 35 millions d'enfants entre 6 et 14 ans ne vont pas à l'école, et le pays compte plus de 20% de la mortalité infantile et maternelle mondiale.³ Il est également parmi les derniers dans le Rapport des Nations unies sur le développement humain 2007/2008, occupant la 128^e position sur 177 pays. C'est un pays aux inégalités énormes, où les pauvres et les marginalisés sont parmi les plus démunis au monde.

En 2004, l'Alliance progressive unie (United Progressive Alliance – UPA) a gagné les élections et forma un gouvernement. Son arrivée au pouvoir était due, en grande partie, aux promesses de son programme électoral de satisfaire les attentes des larges masses de la population pauvre et marginalisée, dans le cadre de ce qui était connu comme le "Programme minimum commun" national (Common Minimum Programme) ou PMC. Ces promesses comprenaient entre autres une augmentation des dépenses d'éducation de 3% à 6 % du Produit Intérieur Brut (PIB) et de porter les dépenses de santé de moins de 1% à 2% ou 3%.

Depuis, le gouvernement a lancé des plans phares pour l'éducation, la santé et les moyens de subsistance. Cela comprend notamment la Mission nationale pour la santé dans les zones rurales (National Rural Health Mission) pour étendre les soins de santé à la population rurale pauvre; le Plan national sur la garantie de l'emploi en zones rurales (National Rural Employment Guarantee Scheme), qui donne droit à 100 jours de travail par an sur demande pour les foyers ruraux dont les membres adultes se portent volontaires pour du travail manuel non qualifié.⁴ Le gouvernement a également promis de s'occuper des besoins des groupes marginalisés comme les Dalits (auparavant connus comme « intouchables », qui sont exclus du système des castes et considérés comme indignes d'entrer dans la vie sociale et religieuse de la société), les populations indigènes, les minorités religieuses et les femmes.

L'année de l'élection du nouveau gouvernement, des groupes de la société civile se sont rassemblés à Bombay à l'occasion du Forum Social Mondial afin d'élaborer un agenda commun, focalisé sur la gouvernance et la responsabilité, et demandant au gouvernement de respecter ses promesses essentielles envers les personnes pauvres. Un groupe de base reprenant 40 organisations était impliqué dans le processus et s'est constitué en Wada Na Todo Abhiyan (WNTA –

également connu comme la campagne 'Keep Your Promises' – « Tenez vos Promesses »). Cette campagne se concentrait principalement sur le thème des moyens de subsistance, de l'éducation, de la santé et de l'exclusion sociale. Cela devait être un organisme de surveillance des progrès accomplis par le gouvernement. Son but était de donner une voix collective aux mouvements disparates à travers le pays, en les regroupant au sein d'un seul organe fédérateur.

Oxfam, en tant que membre fondateur et très actif du conseil d'administration de la WNTA, a joué un rôle d'appui important pour l'alliance et les autres membres de l'alliance ont insisté pour qu'Oxfam soit impliqué bien au-delà de la création. En particulier, Oxfam a été la ressource clé pour la recherche et l'analyse politique, le soutien médiatique, en termes de communication et d'évènementiel, facilitant le lobbying et l'action des groupes de pression. Dans le même temps, toutefois, Oxfam a pris la décision délibérée de ne pas utiliser la campagne pour mettre en avant son propre nom. Le coordinateur de la WNTA, Amitabh Beher, l'a confirmé, en soulignant avec reconnaissance : "Oxfam a participé, non pas en se comportant comme un donateur, mais comme un de ses membres, en étant prêt à inclure l'identité d'Oxfam dans l'identité de la campagne et à y travailler avec passion."

Un humble départ

Le succès de la WNTA a été spectaculaire. Depuis 2004, elle est passée d'une petite idée à une grande organisation, avec une structure fédérale qui compte 23 états. Elle compte 3 000 réseaux et 105 organisations en constituent les membres centraux. Initialement, personne ne croyait qu'une coalition nationale de cette taille pourrait véritablement s'organiser et être prise au sérieux par le gouvernement. Mais les organisateurs se sont bien préparés. Dès le départ, il a été envisagé parallèlement à l'élaboration d'un agenda de plaidoyer national de mettre l'accent sur des campagnes décentralisées de niveau d'état pour s'assurer que les priorités locales soient bien prises en compte. L'objectif n'était pas de créer une "super organisation", mais d'exploiter et de rassembler ce qui existait déjà à tous les niveaux de la société indienne.

Les réalisations de la campagne

La campagne s'est concentrée sur trois domaines principaux – les moyens de subsistance, l'éducation et la santé, et l'exclusion sociale.

Ces programmes ont inclus :

- La sensibilisation du public et l'action sur la loi et le plan national sur la garantie de l'emploi en zones rurales (National Rural Employment Guarantee Act and Scheme), la mission nationale pour la santé dans les zones rurales (National Rural Health

Mission) , et le projet de loi sur le droit à l'éducation (Right to Education Bill).

- La campagne 'Nine Is Mine' pour l'allocation de 9% du PIB à la santé et à l'éducation, comme promis dans le PMC.
- Des rapports de la société civile sur le PMC en mai 2007, en accordant une attention particulière aux questions de caste et de sexe.
- La publication du rapport des citoyens sur les Objectifs du Millénaire pour le Développement ou OMD (Millennium Development Goals- MDGs) en décembre 2006.
- Une pression sur les législateurs au sujet des moyens de subsistance, la santé et l'éducation.
- Un Sommet du Peuple contre la Pauvreté (People's Summit Against Poverty - PSAP) en septembre 2005, impliquant plus de 12.000 personnes.
- La WNTA est également le partenaire national de l'Alliance mondiale contre la pauvreté ou AMCP (Global Call for Action against Poverty - GCAP) et s'est engagée directement avec des structures des Nations unies, en particulier la campagne du Millénaire.

Ashok Bharti, le coordinateur de la Conférence nationale des organisations dalits (National Conference of Dalit Organisations), un réseau de plus de 300 groupes, et également le coordinateur national du groupe d'orientation de la WNTA, a déclaré : "Wada Na Todo Abhiyan, qui travaille sur les questions de gouvernance et de responsabilité, a non seulement fourni aux Dalits et à d'autres groupes marginalisés une plateforme de la société civile pour exposer collectivement leurs problèmes et préoccupations au gouvernement, aux responsables politiques, et à d'autres institutions de gouvernance et de responsabilité, mais les a également aidés à partager leurs expériences avec le reste de la société et les a donc forcé à regarder de manière critique leurs propres programmes concernant la gouvernance et la responsabilité.⁵

Trois stratégies

D'emblée, la WNTA a utilisé trois stratégies : la mobilisation de masse, les audits politiques et les rapports des citoyens, ainsi que le suivi des dépenses et le plaidoyer sur les questions budgétaires. Cela a impliqué un engagement direct de groupes marginalisés tels que les Dalits, les femmes, les populations indigènes (*adivasi*) (que le gouvernement appelle « tribales »⁶), les enfants, et les personnes porteuses de handicaps.

Mobilisation de masse

La WNTA a réussi plusieurs fois à organiser des événements avec une grande présence de participants et une importante médiatisation. La première année, elle a organisé un sommet du peuple contre la pauvreté (People's Summit Against Poverty), qui était soutenu par les principaux partis politiques et même les membres de la Commission de planification (Planning Commission), le principal corps constitutionnel responsable de la planification du processus de développement en Inde. Une Charte du peuple appelant à une action immédiate pour respecter les engagements des OMD et en finir avec la pauvreté a été publiée. Ces demandes n'étaient pas des figures rhétoriques contre la pauvreté ; elles étaient liées à des actions spécifiques mandatées par le peuple.

La WNTA a régulièrement organisé des manifestations de masse le 17 octobre pour la journée mondiale "Debout contre la Pauvreté" ("Stand Up Against Poverty"). Ce jour-là en 2007, les partenaires de la WNTA dans 15 états ont organisé diverses actions impliquant 1.236.979 personnes faisant partie de communautés et *panchayats* (instances décisionnelles locales), y compris des étudiants et des représentants du gouvernement. Ces actions ont été conçues dans le but de rappeler au gouvernement de respecter ses engagements en faveur de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale, comme promis dans la Déclaration du Millénaire des Nations Unies et les Objectifs nationaux de développement de l'Inde.⁷

La campagne a également impliqué activement les enfants dans l'action en faveur des dépenses d'éducation et de santé. Les enfants apportent leur énergie et un souffle nouveau à la campagne. Lorsqu'ils posent des questions à propos du gouvernement, il est difficile pour les politiciens d'éviter de leur donner une réponse franche. Les enfants ont même rencontré le Premier Ministre. L'alliance des enfants réunit des enfants venant de bidonvilles et de villes riches. Certains ont peu, voire aucune instruction, d'autres ont reçu une bien meilleure éducation et sont plus aisés, mais sont concernés et conscients des inégalités dans le pays et possèdent un vrai sens de l'empathie. Fondamentalement, il s'agit d'une alliance inter-classes pour la justice sociale ; une vision pour le futur de l'Inde.

Le lien entre la mobilisation de masse, la médiatisation et l'accès aux responsables politiques était clair. Après que la campagne ait impliqué les écoles à travers le pays grâce à la mobilisation populaire, un enseignant inspiré et motivé se porta volontaire pour travailler pour la campagne et organiser un concert dans le stade national ainsi qu'un rallye des enfants. Tout le monde apporta sa contribution. Lorsque des milliers d'enfants – en provenance des bidonvilles les plus pauvres et des écoles les plus élitistes de Delhi – participèrent au concert et au rallye, en dansant ensemble et en marchant côte à côte, les médias se précipitèrent pour retransmettre ce phénomène social inhabituel à la télévision. Le lendemain de la transmission télévisée,

les bureaux du Premier Ministre invitèrent les enfants à venir le rencontrer. Et lorsqu'ils le rencontrèrent, il reçut la 100 001^{ème} carte postale - pétition et assura officiellement aux enfants qu'il augmenterait les financements pour les écoles et les centres de santé. Il fit exactement ce qu'il avait promis dans le budget suivant, augmentant les dépenses de santé d'un quart et les dépenses pour l'éducation d'un tiers, dans un budget où les dépenses de défense ont augmenté de 9%. Les augmentations pour la santé et l'éducation n'étaient encore pas suffisantes pour combler le déficit historique ou pour respecter totalement les promesses du gouvernement, mais les analystes s'accordèrent sur le fait que ces augmentations étaient supérieures à ce qu'elles auraient été sans la pression de la société civile.

Enfants meneurs : 'Nine is Mine'

La campagne "Nine is Mine" fut menée par les enfants à travers le pays. « Nine » (Neuf) se réfère aux 6% du PIB pour l'éducation, plus les 3% pour la santé que les enfants revendiquent comme un droit. La campagne fut lancée le 16 octobre 2006 à Delhi, et plus de 4 500 enfants en provenance de 10 états y ont participé. Une pétition nationale fut lancée. Une phrase de la pétition déclarait : « Nous sommes les enfants de l'Inde. Nous ne sommes pas électeurs, mais nous pensons que les voix des enfants peuvent être plus fortes que celles des adultes. Et nous savons qu'il est nécessaire que nous nous exprimions maintenant pour assurer notre futur ».

Une médiatisation systématique et importante assurée par les principaux organes de presse a permis que le Premier Ministre de rencontrer une délégation de 20 enfants pour écouter leurs demandes et les assurer de son soutien. Environ 80 députés ont été informés des demandes grâce à diverses délégations partenaires.

Le 13 novembre 2007, la 300 001^{ème} signature fut apposée en présence d'Abhijit Sen, membre de la Commission de Planification et lui fut remise pour la transmettre au ministre des finances. Le lendemain, les enfants rencontrèrent également le président de la Commission pour les droits des enfants (Child Rights Commission), et lui demandèrent son appui à leurs demandes.

La deuxième phase de la campagne, de novembre 2007 à janvier 2008, a vu augmenter l'activité, avec 5 000 signatures envoyées chaque jour au ministre des finances. Un indicateur de l'enthousiasme généré par le mouvement des enfants nous est donné par Yayabangarababu, 14 ans, qui a déclaré : « Je suis à Delhi pour entendre parler et parler de nos droits. Je suis ici pour pousser le gouvernement à tenir ses promesses pour une éducation et une santé meilleures. Je suis ici pour m'assurer que ceux qui sont au pouvoir donnent les 9% du PIB qu'ils ont promis aux enfants de ce pays ».

Lorsque le Plan quinquennal 2008-2012 a été approuvé par le gouvernement, il tripla les dépenses totales pour l'éducation, dans le but d'atteindre un objectif de 6% à la fin de cette période.

Audits et rapports des citoyens

La WNTA a organisé une *Rozgar Adhikar Yatras* (Marche pour le droit au travail) dans six états afin de faire pression pour obtenir la mise en application complète du Plan national sur la garantie de l'emploi en zones rurales (NRGES), donnant droit à 100 jours de travail par an aux foyers ruraux. Ces marches ont été accompagnées par des Tribunaux du peuple, où les élus locaux ont été informés de l'inefficacité et des lacunes de la concrétisation du plan. Suite à cela, un tribunal national a été tenu au Forum Social Indien en octobre 2006, où plus de 50 représentants issus de 14 états se sont exprimés. Les conclusions de ces procès ont été communiquées à différents parlementaires à l'occasion du premier anniversaire du NRGES. Il s'en est suivi une intensification plus profonde d'un « audit social » du plan, qui examine l'impact des activités spécifiques du gouvernement sur certains groupes de la société. Même si la mise en application présente encore beaucoup de lacunes, le gouvernement a reconnu l'importance de la campagne en intégrant les audits dans ses mécanismes de contrôle et en étendant le champ d'action du NRGES à 595 districts contre 200 initialement.

La WNTA s'est servie de l'idée d'évaluations citoyennes (système de notation du peuple) pour infliger une pression constante sur le gouvernement et lui faire tenir sa promesse de rendre des comptes. Au cours de sa première année, la WNTA a publié un rapport consacré aux ODM, en ce qui concerne notamment l'éducation, la santé et l'emploi. Un sondage associant les communautés locales a été conduit dans 1 514 villages, et les résultats ont été rendus publics au Sommet mondial en septembre 2005. Ils ont été suivis d'une liste de contrôle des OMD à mi-parcours et d'un rapport de suivi en juillet 2007 qui fut présenté au Premier Ministre. Les journaux du monde entier ont relayé l'information en titrant par exemple « l'APU [Alliance progressiste unie] – le parti politique du gouvernement] n'obtient que 30% dans le rapport établi par les organisations de la société civile, et « l'APU a de mauvaises notes ». Le sondage en cours implique 10 000 personnes provenant de 17 états à travers 100 districts.

L'évaluation du CMP a été l'un des événements annuels les plus importants de la WNTA. Celui-ci analyse les principales promesses faites par le gouvernement à travers un processus rigoureux où des experts et des groupes travaillant sur un éventail de questions telles que la gouvernance, l'éducation, la santé, la répartition du territoire, l'emploi, etc..., rédigent un carnet de notes permettant de distinguer les points positifs et les points négatifs. Le rapport est ensuite présenté et transmis à divers réseaux de l'état pour obtenir leurs remarques et leur consentement avant sa publication. De plus en plus de personnes sont impliquées – dans la seconde évaluation en 2006, 250 personnes de 12 états avaient participé, contre 400 personnes venant de 23 états qui ont participé en 2007 et des remarques

provenant de plus de 500 organisations ont été centralisées. L'image d'un éléphant arborant « le PMC a promis » et d'une chèvre « le PMC a livré » est devenue populaire et a été très largement utilisée par les médias.

Suivi des dépenses et plaidoyer sur les questions budgétaires

La troisième stratégie a impliqué une façon différente d'examiner le budget. Traditionnellement les médias se contentent d'évoquer le budget uniquement en termes de baisse de revenu et de taxation des ventes de biens de consommation durables, ce qui concerne particulièrement les classes moyennes. Les médias se concentrent rarement sur les questions sociales telles que la santé et l'éducation qui affectent la très grande majorité des populations pauvres.

Le Centre pour la responsabilité budgétaire et gouvernementale (CRBG), un membre de l'alliance WNTA, a encouragé la communication de contributions directes à la campagne de suivi des dépenses et de plaidoyer sur les questions budgétaires. Chaque année, au mois de novembre (quand le gouvernement examine le projet budgétaire de l'année à venir), elle organise une consultation nationale et crée une Charte des exigences du peuple, en se penchant sur divers aspects sociaux tels que l'agriculture, l'éducation et la santé du point de vue des groupes marginalisés. Cette charte est ensuite transmise à divers ministères. Puis un suivi est organisé, sous forme de réaction rapide mais pertinente d'experts, et une discussion publique où gouvernement, responsables politiques, groupes de la société civile et représentants des médias se rassemblent pour évaluer les implications de la Charte pour les populations pauvres. La campagne promeut le droit à la parole de façon innovante, l'analyse politique en haut lieu débouchant sur la mobilisation populaire à.

Donner la parole aux groupes marginalisés

Alors que les grandes lignes du mouvement ont été de renforcer les capacités des personnes à se mobiliser autour des demandes des droits de base, l'accent a aussi été mis sur la nécessité de faire entendre les groupes particulièrement marginalisés, dont les Dalits, des groupes de femmes, des indigènes ou groupes « tribaux ».

La WNTA voulait exploiter le travail effectué par ces groupes sur les enjeux pour lesquels elle se mobilisait. Les Dalits et les groupes de femmes se concentraient par exemple souvent sur les questions d'exploitation et de violence, et la WNTA espérait renforcer l'impact de leur travail en les associant à sa propre action visant à protéger également leurs droits économiques. De cette façon, elle espérait susciter à la fois une prise de conscience individuelle et communautaire de ces enjeux plus généraux.

Qui sont les Dalits?

Le système de caste a été abandonné en Inde en 1949 grâce à une loi, mais continue aujourd'hui à être très présent dans le pays. Les Dalits, autrefois connus sous le nom d'"intouchables", sont considérés par la caste hindoue comme des parias. Ils travaillaient traditionnellement dans des activités considérées « sales » parce qu'elles étaient associées à la mort ou aux animaux – comme le travail du cuir, la cordonnerie, le ramassage de poubelles, le balayage, la crémation et l'équarrissage. Cela résultait en une ségrégation physique (par exemple, l'interdiction de boire dans la même tasse que des personnes de castes supérieures), la ségrégation sociale, et la servitude pour dettes. Aujourd'hui il y a approximativement 179 millions de Dalits en Inde – environ 20% de la population. Ils connaissent des niveaux élevés d'illettrisme, de pauvreté et manquent de terres. Les préjugés veulent que les Dalits soient souvent discriminés et malmenés. Un rapport gouvernemental de 2005 indique qu'un délit est commis contre un Dalit toutes les 20 minutes, mais ces crimes sont souvent ignorés et occasionnent rarement une condamnation.

Les deux principales organisations Dalits, la Consultation nationale des droits des Dalits (NCDHR) et la Conférence nationale des organisations dalits (NACDOR) s'organisent autour de l'exploitation et particulièrement l'oppression physique des Dalits. C'est à travers la WNTA qu'ils ont étendu leur réseau sur les questions des services de base tels que l'éducation et la santé, et leur poids dans le budget.

De la même façon, il a été entrepris d'observer le PMC du point de vue de ces groupes. Un rapport intitulé 'Tenir la promesse de mettre un terme à l'exclusion sociale- Un rapport sur la question dalit dans le Programme national minimum commun'⁸ a été communiqué au Parlement indien, requérant des changements capitaux d'un point de vue dalit.

De façon similaire, un article intitulé 'Parité et Gouvernance- Un rapport sur la question des femmes dans le Programme national minimum commun'⁹ a été publié le 8 mars 2007, Journée Internationale de la Femme. Vingt-sept événements ont été organisés à travers dix états impliquant 12.000 personnes du réseau national des groupes de femmes. À l'occasion de la journée « Debout contre la pauvreté » en 2007, un « Tribunal de femmes contre la pauvreté » a été organisé, auquel ont participé 400 femmes provenant de 20 états pour raconter leurs expériences personnelles. Nijhula Kachua, l'une des participantes, a attiré l'attention sur la détresse des paysans et de leurs familles dans les jardins de thé d'Assam. Elle a souligné le fait qu'ils connaissaient très mal les plans nationaux du gouvernement mis en place dans d'autres états indiens et qu'ils n'y avaient pas accès. Les conclusions du tribunal ont été présentées à la première femme présidente d'Inde, Pratibha Patil.

Suite à ces opérations fructueuses, le tribunal a continué son action. La Journée internationale de la femme 2008 a été célébrée par les partenaires de la WNTA dans 44 régions de 11 états de l'Inde, rassemblant plus de 10 000 femmes. Entre le 6 et le 17 mars 2008, les

partenaires ont publié la "Charte des femmes contre la pauvreté", renforçant ainsi la demande d'accès des femmes au pouvoir, aux ressources et aux services (préalablement exposée au tribunal). Cette charte a également contribué à un rapport national intitulé "Destins divisés : vies inégales - droits économiques, sociaux et culturels dans l'État indien, Rapport des ONG au Comité des Nations unies sur les droits économiques, sociaux et culturels".¹⁰

La WNTA s'est aussi intéressée à la parité au sein de ses propres structures : en 2006, le comité directeur de la WNTA a été élargi afin que les femmes représentent 50% des membres. Un groupe de travail spécifique a été formé dans le but de diriger la ligne de conduite du mouvement en matière de parité.

Succès et plans à venir

La campagne a rencontré un certain nombre de succès aussi bien au niveau local que national.

En 2007, le budget pour la santé a été augmenté de 25% et le budget de l'éducation de 33%, alors que celui de la défense n'a été augmenté que de 9%.¹¹ Le ministre de l'Éducation projette de faire du droit à l'éducation un droit fondamental à faire respecter. Il veut introduire un projet de loi d'ici fin 2008.

La campagne a maintenant du poids auprès des politiciens – les membres sont activement invités à donner leur avis et à organiser des débats, alors que cela aurait été impossible il y a deux ans.

Entre juillet 2008 et janvier 2009, la campagne organise un "Manifeste du peuple", mobilisant 300 parlementaires, y compris des députés, des organisations de la société civile et des citoyens. Le parti politique majoritaire sait que ce plan est marche et qu'il associe les trois principales chaînes de télévision. L'éducation et la santé figurent maintenant au sommet de l'agenda politique et sont désormais considérées comme des questions de droits humains.

Défis

L'un des principaux défis quand on dirige une plateforme aussi large est bien évidemment de maintenir toutes les parties constituantes sur un pied d'égalité et de s'assurer qu'elles présentent un front uni. Cela a été possible en confiant à chaque groupe une problématique différente; par exemple, pendant que l'un se concentre sur les droits économiques, l'autre se concentre sur les droits à l'éducation.

La campagne a rassemblé des personnes très différentes sur le plan des ethnies, des castes, des classes et des groupes politiques. Ce n'était pas seulement une campagne constituée de citoyens déjà actifs, mais également une campagne qui a inspiré ceux qui d'habitude ne se considéraient sans doute pas comme des militants,

mais simplement comme des gens se préoccupant du futur de leurs enfants et de celui de leur pays. Au départ, le problème principal a été de rassembler de tels groupes et organisations disparates afin qu'ils travaillent efficacement ensemble. Tous étaient très conscients de leurs différences. Construire des alliances autour des préoccupations et des problèmes des personnes marginalisées n'a pas été chose facile. En particulier, cela a été un pari difficile d'impliquer les classes moyennes, qui étaient initialement peu enclines à s'associer à des groupes activistes et sceptiques à propos de la campagne qui demandait au gouvernement de dépenser moins d'argent pour l'école publique et les centres médicaux que les Indiens de classe moyenne n'utilisent pas eux-mêmes. La campagne a pu enrayer une partie du scepticisme dont elle a pu faire objet en mettant l'accent sur la chance donnée aux enfants et la contribution de tous les Indiens dans le développement de leur pays.

Avec le temps, la confiance s'est établie entre les membres de l'alliance. Maintenant quand ils discutent de ce qui doit être fait, ils savent qu'ils sont tous responsables, et par conséquent travaillent de concert pour obtenir ce qu'ils veulent. Ils sont beaucoup plus conscients de ce qu'ils ont en commun : un engagement envers la justice sociale en Inde.

Cela a plutôt été une expérience mitigée à l'échelle régionale. Dans certains états, des groupes se sont partagés en factions, chacun voulant dominer le secrétariat d'état. Les problèmes au niveau de l'état ne profitent pas du fait qu'il y a une interaction intense et continue au niveau national, les états ne se mobilisent généralement qu'à des moments clés au lieu de le faire régulièrement, ce qui rend l'élan difficile à maintenir.

C'est un problème qui est particulièrement important pour les groupes travaillant à la base et qui ont besoin d'une motivation constante pour rester engagés dans ce qui n'est pas une tâche aisée. Cette motivation doit venir de l'idée que le travail au niveau national ne peut aboutir que s'il est soutenu au niveau de l'état et au niveau local.

Principaux enseignements

La campagne a tiré de nombreuses leçons pendant ses quatre ans d'existence, et notamment les suivantes :

- **Combattre l'isolement** : Pour de multiples raisons les groupes marginalisés ont tendance à travailler dans l'isolement. Construire des alliances et combattre l'isolement sans pour autant mettre de côté l'identité, le point de vue et la sensibilité de chacun a renforcé la conviction des partenaires à travailler avec la société civile.

- **Faire passer les priorités locales d'abord** : Les priorités doivent en premier lieu être tirées des contextes locaux, régionaux, nationaux pour s'appuyer ensuite sur structures internationales afin qu'un large réseau puisse s'assurer que les populations pauvres aient droit à la parole.
- **Apporter des points de vue différents** : La structure nationale doit tenir compte des points de vue des groupes marginalisés économiquement et socialement, ainsi que de ceux marginalisés par leur âge ou leur sexe (par exemple les enfants), dans le but de demander leur soutien et de leur permettre de se développer. La campagne est également allée à la rencontre des classes moyennes afin d'utiliser leur force d'intervention.
- **À la recherche d'un terrain commun** : il est important de ne pas organiser des fronts nouveaux ou divisés mais d'examiner les opportunités pour rassembler les mouvements isolés ou disparates sur un même terrain, les transformant en une seule et même voix unie et plus forte ne pouvant être ignorée par le gouvernement. Il a été très utile, par exemple, de rassembler trois coalitions majeures pour travailler dans le sens d'un droit universel à l'éducation sur une plateforme commune lors de l'appel au vote par le Parlement du projet de loi du droit à l'éducation. De la même façon, faire travailler ces groupes sur le budget et le social sur un programme commun a aidé à intégrer systématiquement le plaidoyer sur les questions budgétaires et en a fait un sujet d'intérêt essentiel pour beaucoup de groupes de la société civile.
- **Miser sur les points forts** : les points forts de chaque élément doivent être exploités dans l'intérêt de tous. Ces points forts peuvent être par exemple des groupes de citoyens ordinaires apportant leurs expériences de terrain, des groupes décisionnaires fournissant des analyses fondées sur les réalités populaires, les médias apportant leur soutien au groupe de pression sur les médias, etc.. L'un des avantages de la WNTA est que les différentes activités peuvent être menées par différentes organisations selon leurs points forts, leurs capacités et leur expérience.
- **Utiliser le langage adéquat** : il est possible de créer l'engouement et l'enthousiasme pour des questions telles que la santé et l'éducation. L'essentiel est d'exprimer ces questions vitales dans un langage que les gens comprennent et auquel ils veulent répondre.
- **S'adapter aux contextes appropriés** : il a été reconnu que le modèle indien est spécifique au contexte indien et pas une approche qui convient à tout le monde. Cependant, adapter le modèle pour l'utiliser dans d'autres pays pourrait faire une vraie différence pour faire campagne dans les pays en développement à

travers le monde. Dans le contexte indien, les mouvements de la société civile déjà connus sur les droits de l'homme ont bien sûr été d'une grande aide, les groupes n'ayant pas eu à partir de zéro. Cependant, l'accent était mis sur les droits à la santé et à l'éducation, qui n'avaient jamais fait partie des priorités de la plupart des organisations. Donc mettre à profit des fondations existant déjà et utiliser leurs apports stratégiques est une stratégie au succès éprouvé pour la campagne.

Notes

¹ NY Daily News (2008) 'India ranks first in the world in number of billionaires, new Forbes list shows', www.nydailynews.com/news/us_world/2008/03/05/2008-03-05_india_ranks_first_in_the_world_in_number.html (dernière consultation septembre 2008).

² The Times of India (2004) 'India has a third of world's illiterates', <http://timesofindia.indiatimes.com/articleshow/916814.cms> (dernière consultation septembre 2008).

³ 'Children in India', www.smilefoundationindia.org/ourchildren.htm (dernière consultation septembre 2008).

⁴ Ministère du Développement rural, Gouvernement de l'Inde, 'National Rural Employment Guarantee Act', www.nrega.nic.in/ (dernière consultation septembre 2008).

⁵ Tiré d'un discours prononcé lors de la Rencontre annuelle de la campagne de coordination de Wada Na Todo Abhiyan, organisée à Delhi en avril 2008.

⁶ Une tribu peut être définie en tant que groupe social existant avant le développement des états ou qui vit en dehors des états. En terme de statut socio-économique, ils se situent dans le bas de l'échelle de la société indienne. « Adivasi » est le mot hindous pour « tribales ».

⁷ Les Objectifs nationaux de développement sont définis en accord avec le Plan quinquennal adopté par le gouvernement indien. L'Inde est aujourd'hui dans la 11^e phase de ce plan. Voir Social Watch India, 'Commitments: MDGs, Common Minimum Programme, National Development Goals', http://socialwatchindia.net/commit_5.htm (dernière consultation septembre 2008).

⁸ Wada Na Todo Abhiyan (2007) 'Fulfilling the Promise to End Social Exclusion – A Review of the Dalit Agenda in the National Common Minimum Programme', New Delhi: Wada Na Todo Abhiyan.

⁹ Wada Na Todo Abhiyan (2007) 'Gender and Governance – A Review of the Women's Agenda in the National Common Minimum Programme', New Delhi: Wada Na Todo Abhiyan.

¹⁰ Collectif populaire pour les droits économiques, sociaux et culturels (2008) 'Divided Destinies: Unequal Lives – Economic, Social, and Cultural Rights in the Indian State, NGO Report to the UN Committee on Economic, Social, and Cultural Rights', New Delhi: Collectif populaire pour les droits économiques, sociaux et culturels. Ce rapport a été initié par le Programme sur les droits économiques sociaux et culturels des femmes.

¹¹ Expenditure Budget Vol. I, Union Budget 2008–09, Gouvernement de l'Inde.

Photo de couverture : K. Satheesh/Tehelka news magazine, Delhi (2007)

© Oxfam GB, novembre 2008

Ce document a été rédigé par Avinash Kumar. Oxfam remercie les personnes suivantes pour leur assistance dans sa réalisation: Ben Phillips, Aditi Kapoor et Divya Mukand. Merci également à Nikki van der Gaag qui a révisé le document et à Emily Laurie qui a contribué aux recherches. Ce document fait partie d'une série de textes écrits pour informer et contribuer au débat public sur des problématiques relatives au développement et aux politiques humanitaires. Le texte peut être utilisé librement à des fins de campagne, d'éducation et de recherche moyennant mention complète de la source.

Pour toute information supplémentaire, veuillez envoyer un courriel à publish@oxfam.co.uk

Online ISBN 978-1-84814-078-3. Cet article fait partie d'une série intitulée *Exprimez-vous !*. Pour toute information supplémentaire, veuillez visiter <http://publications.oxfam.org.uk/oxfam/display.asp?ISBN=9780855986384>
Cet article est également disponible en anglais et en espagnol.

Oxfam GB

Oxfam GB est une organisation de développement, d'aide et de militance qui collabore avec des partenaires pour trouver des solutions durables à la pauvreté et à la souffrance dans le monde. Oxfam GB est membre d'Oxfam International.

Oxfam House
John Smith Drive
Cowley
Oxford
OX4 2JY

Tél: +44.(0)1865.473727
E-mail: enquiries@oxfam.org.uk
www.oxfam.org.uk