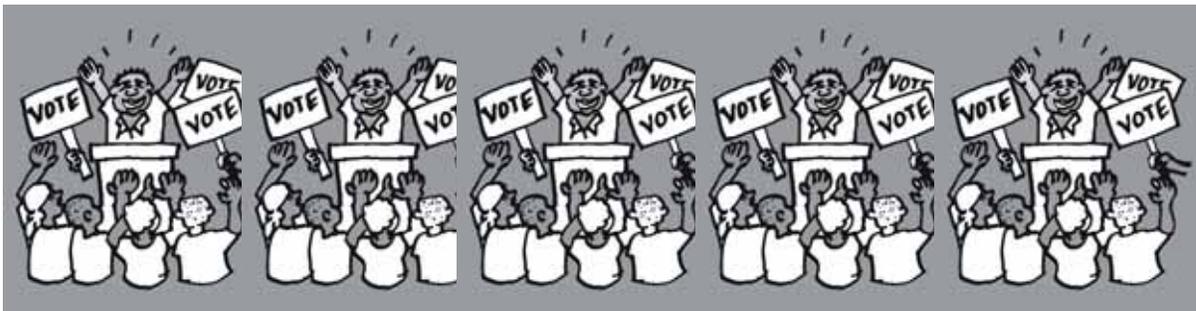


GUIDE

POUR ORGANISER UNE CAMPAGNE ELECTORALE *EFFICACE*



Une Publication du NDI

Octobre 2005

Cette publication entre dans le cadre du Programme d'Appui aux Partis Politiques du NDI. Elle vise à doter les Partis politiques d'un instrument succinct leur permettant de mieux organiser et planifier la campagne électorale.

Adaptation de l'Anglais et mise en page : John Miller Beauvoir.
Première Edition à Port-au-Prince, Haïti 25 octobre 2005.

INTRODUCTION

Le NDI a le plaisir de mettre à la disposition des partis politiques ce Guide qui peut aider les candidats à mieux s'organiser en vue de mener une campagne électorale efficace. Les multiples expériences du NDI à travers le monde prouvent qu'une campagne électorale efficace doit nécessairement passer par une bonne planification et l'organisation de toute une équipe de campagne.

C'est dans cet esprit que le NDI fait la publication de ce guide, élaboré par L'Assemblée Politique Nationale des Femmes aux Etats-Unis, qui a déjà prouvé son efficacité dans pas mal d'expériences à travers le monde. Nous suggérons aux candidats qui se préparent à aller aux élections de cette année d'adapter ce guide à la réalité haïtienne afin de peaufiner l'organisation de leur campagne pour maximiser leurs possibilités de gagner les élections.

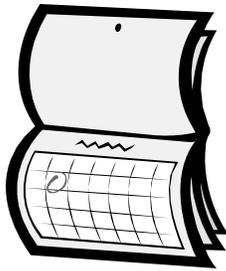
Dans cette même perspective, le NDI vient de publier un manuel intitulé « 77 conseils pour perdre les élections ». C'est un manuel à caractère humoristique qui vise à mettre en garde les candidats contre certaines pratiques et comportements afin de pouvoir mener une campagne électorale dynamique et efficace.

Le NDI vous souhaite un bon travail de campagne électorale et vous rappelle que si vous voulez maximiser vos possibilités de gagner, il vous faut d'abord maximiser vos efforts.

L'Institut saisit aussi l'occasion pour vous souhaiter bonne chance et renouveler sa volonté de travailler pour la promotion des valeurs et pratiques démocratiques en Haïti.

Les dernières phases de la campagne

Les campagnes électorales sont souvent gagnées ou perdues durant les 30 derniers jours lorsque les électeurs prêtent attention aux élections, s'informent sur les candidats et décident quels candidats ils vont supporter. Dans les derniers jours de la campagne, les efforts de l'équipe vont s'orienter afin que tous les électeurs qui sont favorables à votre candidat aillent voter effectivement. Bien qu'il s'avère important qu'une équipe de campagne soit assez flexible pour opérer les



distraire.

Prenez le temps de voir comment marche la campagne.

- Assurez vous que votre équipe comprenne ses responsabilités pour le dernier mois et soit prête à affronter tous les obstacles.
- Révisez les dépenses et assurez vous que la campagne dépense les fonds de la façon la plus efficace. Si les fonds sont maigres, déterminez quels matériels peuvent être retirés du budget. Parlez à toutes les compagnies auxquelles l'équipe de campagne doit de l'argent afin de vous assurer que le

téléphone n'est pas débranché ou le courant électrique coupé, etc.

- Déterminez si la collecte de fonds se poursuit en accord avec les projections de rentrée de fonds et voyez ce que l'on peut faire pour augmenter les revenus durant les périodes critiques
- Faites un inventaire des matériels. Tous les matériels seront plus demandés lors de la dernière phase, alors rassurez vous que vous n'aurez pas de rupture de matériels. Faites des copies de toutes les documentations en épuisement de stocks.
- Parlez au candidat et assurez vous que lui et sa famille sont satisfaits de la façon dont la campagne se déroule et préparez vous pour la phase finale.

Il est très facile pour des membres de campagne fatigués de se laisser distraire par de petites choses comme par exemple organiser une fête pour des volontaires. Essayez de rester concentrés sur le plan de campagne et les activités qui sont directement liées au fait d'obtenir plus de voix le jour des élections.

La Gestion des crises

Une campagne organisée doit être préparée à faire face à tous les imprévus qui surviendraient dans les derniers jours bouleversés de la campagne. Elle doit être assez flexible afin



de pouvoir opérer des changements de dernière minute tout en respectant le

plan global et initial de la campagne. Les problèmes les plus courants qui peuvent surgir lors du dernier mois de la campagne sont :

- Des attaques négatives de la part d'un opposant que votre campagne n'a pas pu prévoir.
- D'autres attaques de dernière heure (des groupes anti-choix sont réputés pour distribuer de la littérature négative le week-end avant les élections)
- Une maladie sérieuse ou une urgence de famille
- Pas d'argent pour payer les bordereaux ou pour payer un media en plus ; et
- Une erreur de jugement de la part du candidat ou de la campagne qui attire la presse. Ceci peut aller d'une simple gaffe lors d'un débat jusqu'au fait d'accepter des contributions illégales pour la campagne.

La gestion efficace des crises relève de la capacité des preneurs de décision à rester calmes et à penser à la meilleure façon dont il faut réagir face aux nouvelles circonstances. L'équipe de campagne pourrait avoir besoin d'envoyer un appel pour organiser une collecte de fonds à la dernière minute pour payer des annonces afin de répondre à des attaques négatives. Il se pourrait que le directeur de campagne doive remplacer le candidat dans certaines activités. L'objectif est de s'occuper de chaque problème rapidement et de façon décisive et ensuite, de remettre la campagne sur les rails.

GOTV (Get Out The Vote)

Get Out The Vote (GOTV) est un effort déployé par le parti ou la campagne pour s'assurer que ses supporteurs votent le

jour des élections. L'objectif du programme GOTV est de faire en sorte que les supporteurs de votre candidat soient plus nombreux à voter que ceux de son adversaire.

Il est très important de garder GOTV en tête tout au long de la campagne. Il n'y a pas de raison d'identifier et de persuader les électeurs si la campagne ne peut pas les aider à faire le dernier pas, c'est-à-dire aller voter. Le programme GOTV commence là où le programme de terrain prend fin, le plus souvent une à deux semaines avant le jour des élections. Le focus de la campagne change : il ne s'agit plus d'identifier les électeurs ou d'accroître la reconnaissance du nom du parti mais de persuader les supporteurs identifiés à aller voter. Dans la plupart des cas, le coordonnateur de terrain sert aussi de coordonnateur de GOTV.

Un programme GOTV bien organisé prend contact avec les électeurs sympathisants au moins une fois durant les 2 dernières semaines qui précèdent les élections. Ceci demande de l'organisation, de la préparation et beaucoup de volontaires. Dans une course électorale à deux tours, votre candidat aura besoin d'au moins 50 pour cent des votes. Essayez de contacter plus d'électeurs favorables que le nombre dont on a besoin pour gagner.

Le message de base d'un programme GOTV est très positif : vous rappeler à voter. Un bon programme GOTV devrait aussi offrir de l'information sur la localisation des bureaux de vote pour chaque circonscription, les heures de vote, la transportation aux bureaux de vote et les services de garderie d'enfant pour les électeurs qui en ont.

Pour les campagnes qui ont pris les services de la presse ou qui ont une bonne couverture médiatique, **GOTV** veut aussi dire 'Get On TV'. Une couverture médiatique télévisée peut augmenter la visibilité d'un candidat et créer de l'enthousiasme ; ce qui en retour l'aide à acquérir des votes.

*Get-out-the-vote (GOTV) signifie: sortir pour chercher les voix



Participation électorale

Le GOTV est spécialement important s'il ne s'agit pas de courses électorales de haute visibilité pour encourager les électeurs à aller aux urnes. Par exemple, les élections générales lors des joutes ne comprenant pas les élections présidentielles donnent en moyenne 20% d'électeurs en moins. Faites l'estimation de combien d'électeurs de votre candidat et de ceux de son opposant seraient motivés à voter à cause d'autres élections.

Rappelez vous que l'objectif de GOTV est d'avoir plus d'électeurs favorables que le concurrent de votre candidat. Comparez la moyenne d'électeurs de son parti à la votre et faites des ajustements basés sur les circonstances qui pourraient affecter votre course. Déterminer si des groupes ou des activistes anti-choix pourraient faire des agissements qui pourraient augmenter le chiffre de l'adversaire.

Fait la liste de plusieurs facteurs qui pourraient influencer les chiffres :

- Plus il est facile pour les gens de voter, plus ils voteront ;
- La probabilité que les gens votent augmente avec leur intérêt dans les élections ;
- Le fait d'avoir été questionné augmente la probabilité que les participants à un sondage aillent voter et réduise leur aliénation et leur isolement vis-à-vis du système politique ;
- Les visites de porte-à-porte ont plus d'influence que les appels téléphoniques ou les messages envoyés par la poste ;
- Plus les électeurs ont été contactés, plus ils ont tendance à aller voter ;
- Les personnes qui votent sont plus que 2 fois aptes à avoir été contactées que celles qui ne votent pas.

La liste GOTV

L'équipe de terrain devrait préparer une liste de départ de tous les supporters identifiés pour les efforts déployés par le GOTV. Cette liste devrait inclure le nom, l'adresse, la circonscription et les numéros de téléphone des électeurs probables de votre candidat ainsi que les électeurs indécis qui se penchent vers votre candidat ; en incluant aussi les électeurs nouvellement enregistrés et les électeurs habituels.

Dans certaines zones qui utilisent le système de cartes, la liste est faite en tirant la carte de tous les autres électeurs. La liste GOTV est souvent faite sur ordinateur même si la liste originelle n'est pas sur ordinateur. Certaines campagnes préparent plusieurs copies de la liste des circonscriptions le jour des

Elections pour ceux qui feront les appels et les mandataires afin qu'ils passent un trait sur les noms au fur et à mesure que les électeurs auront voté.

Procédés pour les communautés spéciales

Le nombre de votes anticipés est souvent minime dans les communautés spéciales parce qu'elles ne voient aucun avantage direct à voter. Si la moyenne de votes anticipés d'une zone cible est moins de 20%, la campagne va devoir faire l'éducation des électeurs très tôt afin de faire la relation entre le candidat et les principaux soucis de la communauté.

La liste des électeurs est plus difficile à garder à jour dans les circonscriptions de ceux communautés. La campagne aura peut-être besoin d'un effort spécial d'enregistrement des électeurs suivi d'un effort GOTV très efficace.

Il convient de se focaliser sur les électeurs que l'on essaie d'atteindre. Un message radiophonique ou des messages de leaders respectés de la communauté peuvent être plus efficaces que la technique du porte-à-porte dans certaines zones.

Les appels GOTV

Les appels téléphoniques GOTV sont beaucoup plus courts que les appels d'identification des électeurs ou les appels de persuasion. Un bon préposé aux appels peut effectuer 20 appels par heure, mais gardez à l'esprit que la campagne a seulement une semaine pour faire tous les appels GOTV. Il suffit d'appeler 3 heures durant les après-midi de 5 jours de la semaine et 12 heures le week-end pour obtenir 540 appels GOTV par téléphone. Par exemple, si l'équipe de terrain a identifié 20,000 électeurs favorables qui n'ont pas encore choisi pour qui ils vont voter, l'équipe de

campagne aura besoin de 37 téléphones et préposés pour 296 shift de travail (185 pour les jours de la semaine et 111 pour les week-end)

Plusieurs campagnes ajoutent quelques lignes de persuasion dans un bref manuscrit de GOTV. Par exemple :

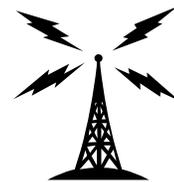
« Allo, Je suis Susan. Je suis volontaire pour la campagne de la candidate Carla. J'espère que vous pensez voter pour Carla Dimanche prochain. Elle est une excellente candidate et elle sera une excellente Député dans notre circonscription. Peut-elle compter sur votre vote ? » Si oui, : « Savez vous que le bureau de vote dans l'école primaire de la rue Louverture sera ouvert de 6 heures AM à 4 heures PM ? Aimeriez vous avoir la transportation pour aller voter ou aimeriez vous que l'on garde votre enfant pendant que vous irez voter ? Merci pour votre temps »

Certaines campagnes utilisent aussi cette opportunité pour inviter les sympathisants à assister à la fête de la victoire. Même lorsque seulement très peu de personnes n'ayant pas travaillé dans la campagne vont venir à la fête, la plupart des sympathisants apprécieront l'invitation.

Le candidat et les membres de sa famille devraient faire quelques appels téléphoniques à partir du bureau pour remonter le moral des volontaires et accentuer sur l'importance de cette activité.

D'autres outils de GOTV

Publicité : plusieurs campagnes budgétisent un montant pour la presse payée juste pour la publicité GOTV. La radio est un



bon moyen pour rappeler les gens qu'ils doivent aller voter.

Plis GOTV : les messages GOTV envoyés par la poste devraient inclure un rappel à aller voter, les délimitations des circonscriptions, l'emplacement et les heures d'ouverture des bureaux de vote, et les numéros de téléphone à appeler si les électeurs ont besoin de transportation pour aller voter, service de garderie d'enfant ou s'ils ont un problème au bureau de vote. Ils devraient aussi inclure une petite carte avec des points sommaires relatant certains problèmes et des informations brèves sur le candidat.

Des cartes-guides : souvent, certains partis politiques et certains groupes spécialisés préparent des cartes échantillon à l'intention des électeurs pour les aider lorsqu'ils déposeront leurs bulletins. Dans les derniers jours précédant les élections, l'équipe de campagne pourrait faire distribuer ces cartes par les volontaires dans des zones clés. Si votre campagne distribuera des cartes guides, assurez vous que chaque électeur comprenne l'information correcte qui y est contenue. Vérifiez d'abord les dispositions légales avant de distribuer toute documentation.

Cartes et lettres d'appui: certaines campagnes demandent à leurs volontaires et leurs sympathisants d'écrire des mémos personnels au profit du candidat à toutes leurs connaissances vivant dans la circonscription. Etablissez une date limite - environ 2 semaines avant les élections- pour que les lettres et les cartes munies de timbres soient déposées au bureau de la campagne. Ces dernières devraient être distribuées

environ une semaine avant les joutes électorales.



Visibilité : Utiliser toutes les opportunités pour mettre votre candidat et son nom en évidence durant les derniers jours de la campagne. Pour le candidat, cela signifie se montrer en public. Plusieurs campagnes demandent à leurs volontaires de se tenir à des points stratégiques ou à des intersections très fréquentées lors des heures de pointe en tenant des pancartes avec comme insigne : 'Klaxonner pour Carla Candidat'.

La semaine d'avant les élections

Des partis politiques et campagnes envoient des cartes postales à leurs supporters contenant des informations clés telles que :

- Le jour et la date des élections (i.e. 18 décembre)
- Quand voter (i.e. les bureaux seront ouverts de 6 AM à 4 PM)
- Où voter (i.e. votre bureau de vote est installé à l'Ecole Primaire de la circonscription à la rue Louverture)
- Un numéro de téléphone pour avoir la transportation ou un service de garderie d'enfant et
- Le nom du candidat qu'il faut supporter (i.e. Votez pour Carla Candidat pour changer le

Parlement). Si le programme GOTV fait partie d'une campagne conjointe, le message peut lister plusieurs candidats

Les cartes postales GOTV devraient être envoyées aux sympathisants qui sont sur la liste GOTV et devraient arriver à destination pas avant le samedi avant les élections ; mais il serait idéal que ce soit la veille des élections.

Le Week-end d'avant les élections

A part les appels téléphoniques GOTV durant le dernier week-end et la mise en place des panneaux pour augmenter la **visibilité** et distribuer les cartes guides, la campagne devrait faire les derniers préparatifs pour le Jour des élections.

Planifiez une réunion de formation très brève avec les volontaires afin qu'ils comprennent clairement leurs devoirs le Jour des Elections et donner à chacun des règlements et des directives clairs à suivre. Tous ceux qui travaillent dans les élections doivent être alertés sur les violations les plus fréquentes du décret électoral qu'ils doivent surveiller.

L'équipe de campagne peut disposer de volontaires pour déposer des pamphlets devant les portes de chaque maison d'une localité. La liste de GOTV peut servir à ce que l'on dépose ces brochures seulement à la porte des électeurs favorables.

Cherchez à travers la circonscription tous les prospectus (tracts) de campagne qui ont été déposés devant les portes des citoyens ou attachés sur leurs voitures. Ces derniers représentent une tactique privilégiée des groupes anti-choix. Il faut réviser tous les documents trouvés pour

voir si une réplique est nécessaire ou bien si ces documents ont un rapport avec la campagne.

Le jour du Scrutin



Le GOTV culmine au jour du scrutin quand l'équipe de campagne s'assure que chaque électeur se trouvant sur sa liste de GOTV prenne le chemin du scrutin pour aller voter. L'équipe de campagne doit disposer d'un volontaire pour téléphoner à tous ceux qui sont accessibles pour faire les appels du jour du vote. Bien que les membres de la campagne se soient concentrés depuis plusieurs mois sur le jour du scrutin, beaucoup de gens se désintéressent à aller voter s'ils ne sont pas conscientisés sur leur devoir civique. S'il fait mauvais temps au jour du vote, les électeurs occasionnels peuvent être découragés s'ils ne sont pas stimulés et même transportés gratuitement aux bureaux de vote.

Le Secrétaire à la Presse doit avertir la presse quand et où le candidat va voter et aussi, il doit informer la presse sur le lieu où on pourra contacter le candidat après la fermeture des bureaux de vote. Très souvent, le candidat participe personnellement au GOTV au jour du scrutin, visitant les bureaux de vote, remerciant ses dévoués volontaires et supporteurs, donnant des entrevues si possible et prépare ses commentaires.

Le coordonnateur des volontaires doit planifier l'acheminement sur place de la nourriture et de boissons pour les volontaires afin qu'ils ne soient pas obligés de quitter leurs postes. Un GOTV bien organisé doit regrouper des douzaines de volontaires pour le jour du scrutin. Ces derniers seront répartis en :

Membres d'accueil : Ces volontaires se positionnent près de chaque bureau de vote (la loi fixe la distance qu'ils doivent maintenir par rapport aux bureaux) pour accueillir les électeurs. C'est le dernier point de contact où ils peuvent influencer les électeurs indécis. Il leur est permis dans certaines juridictions de distribuer des cartes et des guides électoraux.

Mandataires : À l'intérieur du bureau de vote, chaque parti politique est ordinairement habilité à avoir un mandataire. Dans plusieurs Etats, il est recommandé que les responsables électoraux affichent une liste des votants ou citent le nom de chaque votant afin que les mandataires puissent cocher les noms de leurs sympathisants ayant déjà voté. Les mandataires se doivent aussi de veiller aux éventuelles violations du décret électoral. Par exemple, quelqu'un qui distribue des pamphlets de campagne à l'entrée d'un bureau de vote ou bien, si l'assistance bilingue (Français, créole) n'est pas disponible au bureau de vote. L'équipe de campagne doit disposer d'un avocat pour intenter une action en justice contre tous ceux qui violeraient le décret électoral. Il faut s'assurer que tous ceux qui travaillent dans sa campagne respectent le décret électoral.

Messagers : Ces volontaires font le va-et-vient entre les bureaux de vote pour vérifier s'il y a des problèmes et aussi

collecter les listes de ceux qui ont déjà voté.

Vérificateur de liste : Une personne affectée au quartier général de la campagne doit se charger de garder l'authenticité des listes, rayer les noms de ceux qui ont déjà voté ou remplacer les listes anciennes par les nouvelles listes apportées par les messagers qui font le va-et-vient entre les bureaux de vote et le quartier général. Cette personne doit élaborer une ébauche de comptage du nombre d'électeurs se trouvant sur la liste de GOTV ayant voté ou pas dans chaque localité.

Standardistes du GOTV : La conversation téléphonique au jour du scrutin doit être de courte durée. La campagne électorale n'étant pas admise le jour du vote, le message ne doit pas mentionner le nom du candidat. Par exemple : Bonjour, je m'appelle Susanne, je suis volontaire au quartier général du parti X, je vous appelle pour vous rappeler qu'il y a des élections aujourd'hui. Ce sont des élections très importantes et j'espère que vous allez exercer votre droit de vote. Avez-vous déjà voté ? Sinon, quand comptez-vous le faire et avez-vous besoin de moyens de transport ? Les téléphonistes doivent rayer les noms de tous ceux qui affirment avoir déjà voté et marquer l'heure à laquelle les électeurs iront voter. On doit appeler à nouveau tous ceux qui affirment n'avoir pas encore voté.

Volontaires qui font du porte-à-porte : Après 4 :00 PM, L'équipe de campagne aura éventuellement besoin d'envoyer des volontaires pour faire du porte-à-porte dans des zones précises où il y a un faible taux de participation ou bien dans

des localités où le parti a le pourcentage le plus élevé de sympathisants.

Ceux qui gardent les enfants : Etant donné que des électeurs pourraient demander une présence des volontaires à la maison pour pouvoir se déplacer, il est plus facile que l'équipe de campagne offre une assistance personnalisée aux enfants dans des centres proches des bureaux de vote pendant que leurs parents se déplacent pour aller voter. Il serait aussi préférable que ces centres soient proches du quartier général du parti étant donné que les volontaires ont eux aussi besoin de cette assistance pour leurs enfants.

Il faut assigner une personne responsable et expérimentée pour établir les règlements et l'horaire pour tout le staff qui s'occupera des enfants.

Chauffeurs : Toute campagne qui offre des moyens de déplacement vers les bureaux de vote doit disposer de chauffeurs flexibles, compréhensibles qui sont disponibles tout au long du déroulement du scrutin. Beaucoup de campagnes confient à d'autres groupes la tâche de transporter les électeurs, faisant la coordination du positionnement des bureaux de vote et l'horaire convenable aux électeurs. Les voitures spacieuses sont plus appropriées en cette occasion. Les voitures « tout terrain » sont appropriées à certaines régions du pays.

CELEBRATION DE LA VICTOIRE

Une Campagne très chargée ne doit pas omettre la planification d'une célébration la nuit des élections. Votre équipe de campagne peut bien vouloir organiser une fête séparée ou du moins participer à une plus grande célébration financée par le parti tout entier.

Bien que la priorité numéro 1 de l'équipe de campagne est d'avoir beaucoup de votes le jour du scrutin, les membres de la campagne doivent aussi préparer les festivités du parti aussitôt que l'opération de vote terminée. L'évènement peut avoir lieu au quartier général du parti ou dans d'autres espaces modiques et convenables à cet effet (une salle de rencontre dans un hôtel). Il faut s'assurer qu'il y a un téléviseur et des postes de téléphones pour recevoir les résultats du scrutin.

Dans plusieurs courses électorales, la télévision peut annoncer un gagnant avant même la fermeture des bureaux de vote. Dans ce cas, ce candidat pourrait bien vouloir s'adresser à la presse, disant qu'il est heureux des résultats qui sortent ou de la façon dont les électeurs ont répondu à son message politique. Aucun candidat ne doit crier victoire de façon prématurée. Même si une victoire écrasante était pressentie, attendez jusqu'à la fermeture des bureaux de vote et que les circonscriptions les plus significatives annoncent le comptage de leurs bulletins.

Il peut durer longtemps avant la publication des résultats. Il y a des équipes de campagne qui délèguent des mandataires dans les plus importantes circonscriptions électorales pour reporter en temps réel les résultats aussitôt qu'ils sortent des urnes.

Le candidat peut dresser une liste de personnes qu'il doit remercier, incluant les membres de sa famille et les membres de son équipe, ses dévoués supporteurs et tous ceux qui ont apporté une contribution appréciable à son élection. Même s'il ne peut encore crier victoire ou concéder la défaite, il doit se présenter dans la soirée pour remercier tous ceux qui ont contribué à sa campagne.

Dans les pages suivantes, nous vous présentons des schémas de tableaux et d'organigrammes sur les quels vous pouvez calquer l'organisation de votre équipe de campagne.

Nous vous présentons aussi le personnel clé d'une équipe de campagne ainsi que les taches assignées à chaque membre de celle-ci.

Nous vous présentons aussi un inventaire des matériels qui pourraient vous être utiles au cours de la campagne électorale.

Vous pourrez adapter ces modèles à votre guise tenant compte de vos capacités et de vos nécessités.

Exemple d'un chronogramme pour les six dernières semaines

Dimanche	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
30 octobre \$ Réunion de Collecte de Fonds	31 octobre \$ Envoi des lettres de Collecte de Fonds à la poste *Banque de téléphone	1 novembre * Appels du Candidat * Banque de téléphone *Réunion d'équipe *Programme de marche	2 novembre *Envoyer les lettres à la Poste (Biographie du Candidat) * Banque de téléphone Programme de Marche	3 novembre *Appel du candidat * Banque de téléphone Programme de Marche	4 novembre \$ Objectif	5 novembre * Banque de téléphone Programme de marche
6 novembre Programme de marche	7 novembre *Banque de téléphone Programme de marche	8 novembre *Banque de téléphone *Réunion d'équipe *Programme de marche	9 novembre *Banque de téléphone Petit collecte de fonds Programme de marche	10 novembre *Banque de téléphone Programme de marche	11 novembre	12 novembre *Banque de téléphone Programme de marche
13 novembre Dernier jour de repos du candidat	14 novembre *Banque de téléphone *Envoyer enveloppes à la poste (document de contradiction) Programme de marche	15 novembre * Banque de téléphone Conférence de Presse Réunion d'équipe Programme de marche	16 novembre * Banque de téléphone \$ Collecte de fonds de grande envergure	17 novembre * Banque de téléphone Programme de marche	18 novembre Date limite pour rapport du financement de la campagne \$ Objectif	19 novembre * Banque de téléphone Programme de marche
20 novembre Programme de marche	21 novembre \$ Petit collecte de fonds Programme de marche	22 novembre *Banque de téléphone Réunion d'équipe Programme de marche	23 novembre *Banque de téléphone Programme de marche	24 novembre *Banque de téléphone \$Petit collecte de fonds Programme de marche	25 novembre	26 novembre *Banque de téléphone Programme de marche

27 novembre Programme démarche	28 novembre *Banque de téléphone *Programmes radiophoniques débutent Programme de marche	29 novembre * Banque de téléphone *Programmes de Radio Réunion d'équipe Programme de marche	30 novembre *Banque de téléphone *Programmes Radio *Envoyer enveloppes à la poste (Seniors) Programme de marche	1 décembre *Banque de téléphone *Radio Programme de marche	2 décembre *Radio \$ Objectif	3 décembre *Banque de téléphone *Programmes télévisés
4 décembre *Programme télévisés Programme de marche	5 décembre *Radio Rapport de financement préélectoral Programme de marche	6 décembre *Radio Réunion d'équipe Programme de marche	7 décembre *Radio *Envoyer enveloppes à la poste (endossement) Programme de marche	8 décembre *Radio *Coups de fil de GOTV Programme de marche	9 décembre * Radio *Coups de fil de GOTV *Envoyer des cartes de GOTV par la poste	10 décembre *Programmes télévisés *Coup de fil GOTV Rassemblement Distribution de pamphlets
11 décembre *Programmes télévisés *Coups de fil GOTV Volontaires d'u jour Distribution de pamphlets	12 décembre *Radio *Coups de fil GOTV Distribution de pamphlets	13 décembre Jour des Elections Célébration de la Victoire	14 décembre Nettoyage des bureaux			

EXEMPLE :

Formulaire de requête de programmation

Événement : _____
Brève description : _____
Jour, date et heure : _____
Localisation : _____
Sponsor : _____
Personne- contact : _____ No de téléphone : _____
Date à laquelle l'invitation a été reçue : _____ Téléphone Lettre

Nombre de personnes devant participer : _____
Les Médias invités: _____
Discours, format ou détails de la présentation : _____
D'autres candidats seront présents ? : _____ Si oui, lesquels ? _____
La documentation de campagne est-elle permise ? ____ Si oui, qui les apportera ? _____
Quelle documentation ? Dépliants Parution Autres, veuillez spécifier : _____

Date à laquelle l'invitation a été acceptée : _____ Téléphone Lettre
Le candidat a-t-il besoin d'un briefing ? _____ Par qui ? _____
Directives pour l'événement : _____
Arrangement de voyage : _____
Qui accompagnera le candidat ? _____
Qui recevra le candidat ? _____
Où s'assiéra le candidat ? _____
Qui présentera le candidat ? _____ Date à laquelle la biographie a été envoyée : _____
Le moment auquel le candidat fait son apparition : _____

Date à laquelle l'invitation a été rejetée : _____ Téléphone Lettre
Raison avancée : _____

Autres commentaires : _____

EQUIPE DE CAMPAGNE ESSENTIELLE

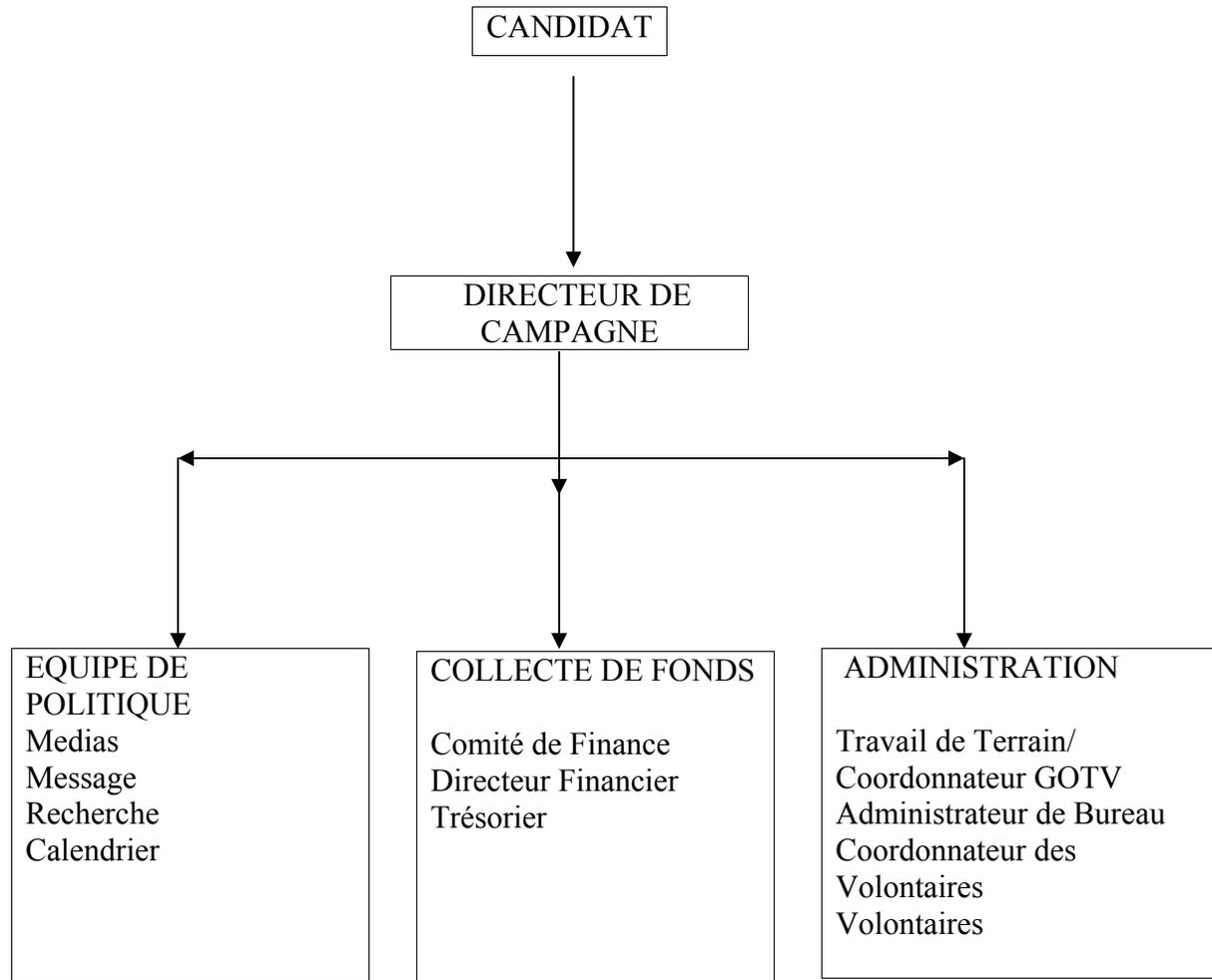
NOM	ADRESSE	TEL(res.)	TEL(bur.)	FAX
Equipe essentielle				
Directeur de campagne				
Collecteur de Fonds				
Programmateur d'activités				
Secrétaire à la Presse				
Coordonnateur des volontaires				
Administrateur du bureau (quartier gén.)				
Responsable informatique				
Trésorier				
Directeur à la Recherche				
Coordonnateur de la Banque de Téléphones				
Consultants				
Consultant Général				
Consultant en Courrier Direct				
Consultant en Collecte de fonds				
Conseil Juridique				
Consultant en communication (Medias)				
Sondeur				
Photographe				
Coordonnateurs en politique d'ouverture				
Coordonnateur des Travailleurs				
Coordonnateur du Parti				
Coordonnateur des personnes âgées				
Coordonnateur des Femmes				

LISTE DE CONTROLE DES EQUIPEMENTS DU QUARTIER GENERAL DE LA CAMPAGNE.

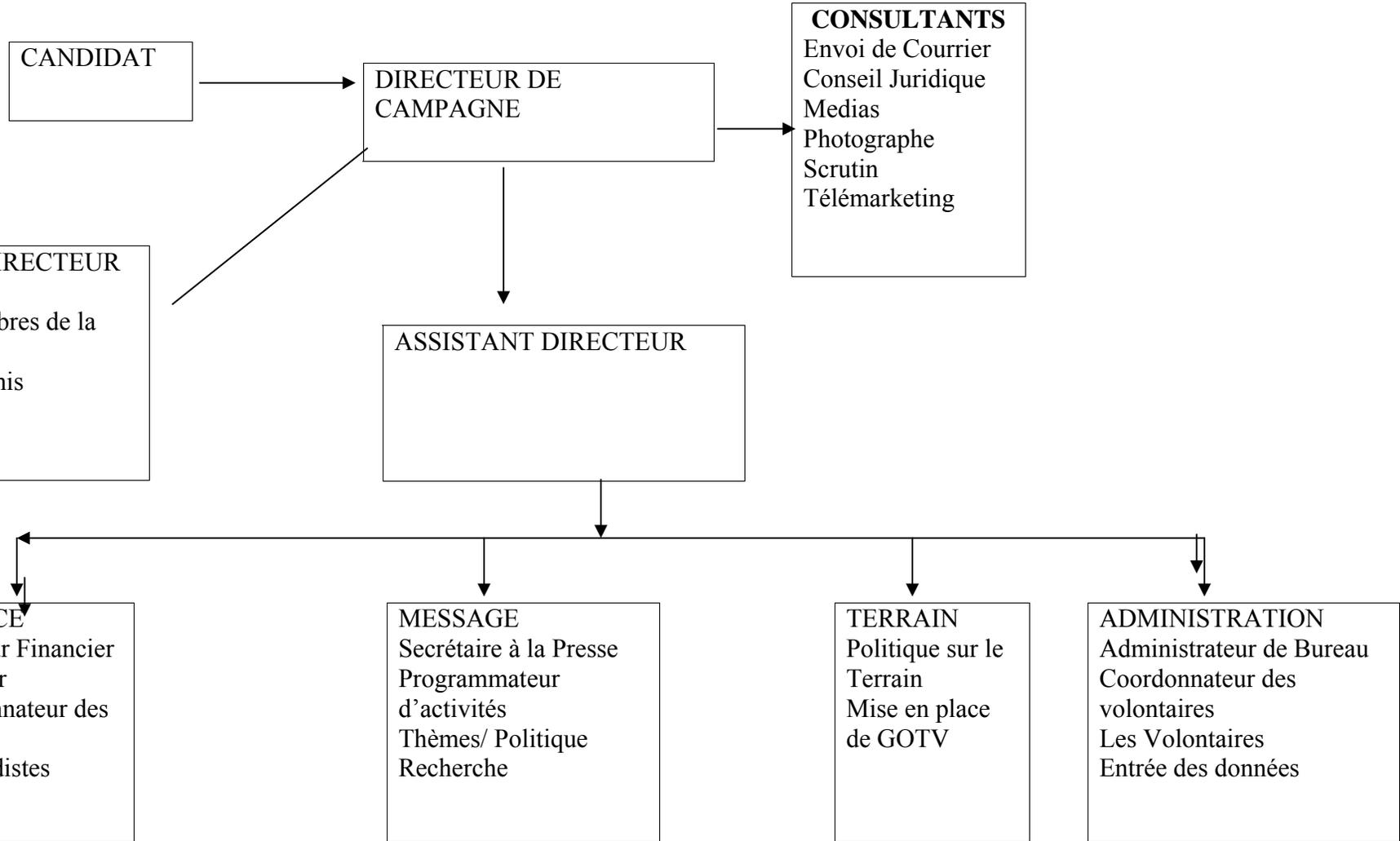
(A considérer comme une 'liste de souhaits' pour les donations de vos supporters)

MATERIELS DIVERS	MATERIELS DE BUREAUX	EQUIPEMENTS
\$ Classeurs et cahiers	\$ Chaises	\$ 35mm camera
\$ Balai et pelle à poussière	\$ Craie ou tableau	\$ Répondeur
\$ Calendrier	\$ Table(s) à ordinateurs	\$ Calculatrice
\$ Fermeur d'enveloppes	\$ Canapé	\$ Cafetière
\$ Disquettes	\$ Bureaux	\$ Ordinateurs
\$ Ordinateur/ Papiers	\$ Chevalet	\$ Photocopieuse
\$ Tasse, crème et sucre	\$ Classeurs avec serrure	\$ Télécopieur
\$ Chemise	\$ Flip-Charts	\$ Imprimante(s)
\$ Colle	\$ Chaises pliantes	\$ Pèse-lettres
\$ Etiquette	\$ Podium	\$ Radio
\$ Papiers à en-tête	\$ Réfrigérateur	\$ Agrafeuses électriques
\$ Marqueurs et stylos	\$ Etagères	\$ Enregistreur
\$ Bloc-notes	\$ Tables de travail	\$ Téléphones
\$ Encrier	\$ Poubelles	\$ Téléviseur
\$ Papier à lettres		\$ Machines à dactylographier
\$ Attache, trombone		\$ VCR
\$ Perforateur		
\$ Crayons et taille-crayons		
\$ Elastiques		
\$ Tampon, encreurs		
\$ Ciseaux		
\$ Timbres		
\$ Agrafe et Agrafeuse		
\$ Cassettes (audio et VHS)		
\$ Cassette et distributeur		

PETITE ORGANISATION DE CAMPAGNE



GRANDE ORGANISATION DE CAMPAGNE





Rappelez vous que l'objectif de GOTV est d'avoir plus d'électeurs favorables que le concurrent de votre candidat. Comparez la moyenne d'électeurs de son parti à la vôtre et faites des ajustements basés sur les circonstances qui pourraient affecter votre course. Déterminer si des groupes ou des activistes anti-choix pourraient faire des agissements qui pourraient augmenter le chiffre de l'adversaire.



Complexe Lafayette
2 eme étage # 5
Autoroute de Delmas # 71
Port au Prince
Haïti
Téléphone : 249 8626/27/28 – 510 9977
Fax : 249 8632
Site internet : www.ndi.org
