

GUIDE PRATIQUE DE LA PLANIFICATION STRATÉGIQUE DU PLAIDOYER

Remerciements

Ce guide pratique vise à permettre à la société civile des MNT de comprendre les étapes à suivre pour planifier et mener des campagnes de plaidoyer réussies, en s'appuyant sur les exemples du réseau mondial d'alliances nationales et régionales sur les MNT de l'Alliance sur les MNT. L'Alliance sur les MNT tient à remercier les défenseurs de la société civile et les alliances qui ont fourni des informations et des exemples de leur travail. Ce guide pratique a été conçu, géré et édité par Luis Manuel Encarnación, Linda Markova, Cristina Parsons Perez et Katie Dain de l'Alliance sur les MNT. Elizabeth Leitman et Alessandra Durstine, du Catalyst Consulting Group (cabinet de conseil externe), ont développé les études de cas, les outils et les exemples, et ont rédigé le contenu. Jimena Márquez et Mar Nieto ont assuré la conception graphique et la production éditoriale. Ce guide pratique a été possible grâce à un partenariat entre l'Alliance sur les MNT et la fondation caritative Leona M. and Harry B. Helmsley Charitable Trust.



Alliance sur les MNT, 2022
Conception et mise en page : Mar Nieto
Coordination éditoriale : Jennifer Bajdan; Jimena Márquez

Alliance sur les MNT, 31-33 Avenue Giuseppe Motta,
1202 Genève, Suisse
www.ncdalliance.org



NCD Alliance
ADVOCACY INSTITUTE

Introduction

Les maladies non transmissibles (MNT) constituent un défi majeur pour la santé et le développement au niveau mondial, puisqu'elles sont responsables de 41 millions de décès chaque année (74% de l'ensemble des décès dans le monde)¹ et qu'elles sont à l'origine de la moitié des handicaps à l'échelle planétaire.

Les MNT comprennent des maladies telles que les cancers, le diabète, les maladies cardiovasculaires, les maladies respiratoires chroniques et les troubles mentaux et neurologiques. Les principaux facteurs de risque modifiables qui contribuent aux MNT sont le tabagisme, la consommation d'alcool, la mauvaise alimentation, la sédentarité et la pollution de l'air. Selon les projections, les MNT devraient provoquer 52 millions de décès (soit 75% de l'ensemble des décès) en 2030. Près d'un quart de la population mondiale vit actuellement avec au moins une MNT, et le nombre de personnes vivant avec plus d'une MNT n'a cessé d'augmenter au cours des 20 dernières années, devenant la nouvelle norme dans de nombreuses régions du monde. Bien que la charge des MNT soit universelle, les pays à revenu faible et intermédiaire (PRFI) sont les plus durement frappés, avec plus des trois quarts des décès. Les MNT ont un impact sur les systèmes de santé, réduisent le capital humain, sapent le développement économique et menacent la sécurité mondiale, et les organisations de la société civile jouent un rôle essentiel en menant des campagnes stratégiques de plaidoyer, de sensibilisation et de responsabilisation afin de mieux faire connaître les MNT et d'exiger une volonté et une action politiques de haut niveau pour lutter contre ces maladies et leurs facteurs de risque.

L'Alliance sur les MNT est un réseau unique de la société civile, qui s'attache à bâtir un monde dans lequel chacun a la possibilité de mener une vie saine et productive, à l'abri des souffrances, de la stigmatisation, des incapacités et de la mort évitables provoquées par les maladies non transmissibles (MNT). Elle rassemble plus de 300 membres dans 81 pays, ainsi qu'un réseau de 66 alliances nationales et régionales sur les MNT, pour former un mouvement mondial de la société civile respecté, uni et crédible.

Ce guide pratique de la planification stratégique du plaidoyer contribue à l'objectif de l'Alliance sur les MNT de renforcer les efforts de plaidoyer de la société civile des MNT afin de susciter des changements transformateurs au niveau mondial, régional et national. Il présente les huit principales étapes de la planification du plaidoyer, avec des exemples, des études de cas tirés du réseau, des outils de plaidoyer et d'autres ressources.

Rôle de la société civile dans la prévention et la maîtrise des MNT

La société civile joue un rôle clé dans quatre grands domaines de prévention et de maîtrise des MNT :



PLAIDOYER

Favoriser un changement systémique, en pesant par exemple sur la législation, le financement ou les politiques de prévention et de maîtrise des MNT et en relayant la voix des personnes vivant avec ces maladies.



RESPONSABILISATION

Processus cyclique de suivi, révision et action. Il implique le suivi des actions nationales et mondiales des secteurs public et privé au regard d'engagements politiques et de normes convenus au niveau international ou national, et l'identification ultérieure de ce qui fonctionne et pourquoi, de ce qui doit être amélioré, et des domaines où une action accrue est nécessaire.



ACCÈS

Comprend la prestation de services de santé, les médicaments, l'accompagnement des patients, l'assistance juridique, le soutien pratique, l'accès aux soins de santé dans des contextes humanitaires, etc.



SENSIBILISATION

Vise le grand public ou des populations spécifiques avec des initiatives destinées à améliorer les connaissances et à modifier les attitudes ou les comportements et à susciter de la part de l'opinion publique une demande d'amélioration des droits et des services.

Quels sont les objectifs de ce guide pratique ?

FOURNIR DES ORIENTATIONS à la société civile des MNT, en particulier aux alliances nationales et régionales sur les MNT, afin de planifier et mettre en œuvre des campagnes de sensibilisation efficaces et stratégiques.

PRÉSENTER LES ÉTAPES CLÉS de la planification et de la conduite d'un plaidoyer stratégique.

DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES des alliances sur les MNT pour planifier et mettre en œuvre des campagnes de plaidoyer en faveur de changements législatifs et politiques liés à la prévention et la maîtrise des MNT.

FOURNIR DES OUTILS PRATIQUES de planification de campagnes de sensibilisation aux MNT.

POUSSER LES ALLIANCES SUR LES MNT à agir en tant que défenseurs efficaces des MNT.

A qui s'adresse ce guide ?

PUBLIC VISÉ

Alliances sur les MNT et société civile à tous les niveaux, qu'il s'agisse de groupes nouvellement formés ou de groupes bien établis.

ADAPTEZ-LE

Modifiez les approches en fonction des réalités spécifiques de votre contexte et de vos priorités et opportunités de plaidoyer.

Comment ce guide est-il structuré ?

Ce guide vous guide à travers **les huit étapes de la planification stratégique du plaidoyer** :

QU'EST-CE QUE LE PLAIDOYER ?

Le plaidoyer vise à obtenir un changement des systèmes, c'est la façon dont la société civile peut influencer l'adoption (ou le renforcement) de politiques, de programmes, de règlements, de lois, voire de financements. Le plaidoyer permet de faire progresser la prévention et la maîtrise des MNT par le biais d'un changement et d'un impact à grande échelle. Il est nécessaire de suivre une approche approfondie et bien pensée pour promouvoir et défendre une question spécifique, sur la base d'une compréhension claire du contexte social, politique, de santé publique et réglementaire, en obtenant le soutien des groupes d'intérêt majeurs afin d'influencer les principaux décideurs pour qu'ils prennent une mesure spécifique dans l'optique d'obtenir le changement souhaité.

L'union fait la force et en tant que défenseurs de la santé mondiale et des MNT, nous devons nous associer et collaborer avec d'autres organisations de la société civile et groupes des secteurs de la santé et du développement. Cela nous permettra de renforcer nos efforts de plaidoyer et de créer un environnement politique propice à l'amélioration de la santé de tous, en particulier des communautés qui en ont le plus besoin.

Le plaidoyer n'est pas un événement ou une activité ponctuelle, mais un processus stratégique qui suit un plan destiné à obtenir un changement souhaité. Ce guide pratique développe les huit étapes recommandées par l'Alliance sur les MNT pour la planification stratégique d'un plaidoyer.

Quelles sont les caractéristiques du plaidoyer ?

Recherche le changement

Il s'agit d'obtenir la transformation du système

Partenariat

Favorise l'action collective et la recherche d'un terrain d'entente

Stratégique

Suit une approche stratégique, mais est également dynamique.

Imprévisible

Souvent mené dans des environnements en mutation rapide, il s'agit rarement d'un processus linéaire.

Opportun

Le timing est primordial dans le plaidoyer, et il cherche à tirer parti de fenêtres d'opportunité, en profitant d'ouvertures dans le processus politique qui donnent des possibilités de peser sur les orientations et les résultats (par exemple, les dates clés pour une décision gouvernementale, les élections, ou d'autres circonstances importantes liées à vos priorités de plaidoyer). Les fenêtres d'opportunité permettent aux défenseurs de promouvoir des solutions politiques et d'attirer l'attention sur leurs problèmes.

ART

Les défenseurs doivent faire preuve de créativité et d'innovation pour exploiter les ressources disponibles afin d'atteindre leurs objectifs de plaidoyer et démontrer de la souplesse dans des environnements politiques qui évoluent rapidement.



Un plaidoyer réussi implique de suivre un plan, une série d'étapes stratégiques recommandées pour augmenter les chances de produire un changement dans les systèmes.

Exemples de plaidoyer autour des MNT

- Réunions directes et sensibilisation des responsables politiques et des décideurs
- Comparaitre devant les comités, commissions et organes législatifs du gouvernement, et garantir un espace de participation significative de la société civile et des communautés (telles que les personnes vivant avec des MNT et les jeunes) dans la prise de décision.
- Mobilisation du public par des manifestations de rue ou en ligne.
- Utiliser les médias traditionnels et les réseaux sociaux afin d'attirer l'attention d'un public cible diversifié sur les MNT.
- Actions en justice pour exercer les droits des citoyens, défendre ou s'opposer à des politiques.
- S'attaquer à l'action ou à l'inaction des gouvernements ou des industries de denrées mauvaises pour la santé.

Quels sont les différents types de résultats souhaités en matière de plaidoyer ?

- **Gains en matière de plaidoyer :** des étapes vers la réalisation de votre objectif global de plaidoyer, telles que la mise à l'ordre du jour (placer votre sujet à l'ordre du jour politique par exemple, en définissant les enjeux, en élaborant et en diffusant des messages politiques, en priorisant des options politiques) ou l'obtention du soutien public d'un décideur clé, l'obtention d'un siège de la société civile au sein d'un comité consultatif, etc.
- **Victoires en matière de plaidoyer :** Accomplissements majeurs tels que l'adoption d'une nouvelle politique ou le vote d'une nouvelle loi à la suite d'une campagne de plaidoyer.

Lisez cette étude de cas n°1 pour savoir ce que la Healthy Philippines Alliance (HPA) a accompli en déployant une campagne de plaidoyer stratégique réussie qui a mobilisé différents groupes de la société civile des MNT vers un objectif commun, à savoir l'obtention d'une couverture sanitaire universelle pour tous, et le ciblage des pouvoirs législatif et exécutif en vue de l'adoption de la loi sur les soins de santé universels en 2019.

ÉTUDE DE CAS 1

Comment fonctionne le plaidoyer : La Healthy Philippines Alliance (HPA) et la loi sur les soins de santé universels, 2019

À propos de la Healthy Philippines Alliance

En 2018, dans le cadre de la première phase du programme Seed de l'Institut du plaidoyer, l'Alliance sur les MNT a soutenu une initiative visant à consolider différents groupes de lutte contre les MNT aux Philippines, ce qui a débouché sur la création de l'Alliance philippine sur les MNT ou Healthy Philippines Alliance (HPA). L'alliance regroupe 15 membres et se concentre sur le plaidoyer commun autour de politiques publiques et fiscales en faveur de la santé. Comme dans de nombreux pays du monde, les groupes de la société civile philippine qui luttent contre les MNT ont longtemps travaillé côte à côte mais séparément. Pour créer l'HPA, il a fallu trouver un terrain d'entente et négocier des priorités entre des organisations de tailles, de circonscriptions et de domaines thématiques prioritaires différents.

Contexte du plaidoyer autour de la CSU

L'inclusion de la couverture sanitaire universelle (CSU) dans le programme national du gouvernement philippin a été proposée pour la première fois en 2009. Pendant de nombreuses années, le débat sur la CSU s'est concentré uniquement sur les services de soins et la protection contre les risques, tandis que la prévention des MNT et la promotion de la santé étaient largement négligées, et que l'augmentation des taxes sur les produits du tabac et de l'alcool dans le pays ne bénéficiait que d'un faible soutien de l'opinion publique.

La victoire de plaidoyer

grâce à la création de l'APH, ses membres ont décidé de porter leurs efforts conjoints de plaidoyer sur la réorientation du débat national autour de la CSU vers la prévention des MNT et la promotion de la santé. Les discussions visant à légiférer sur la CSU ont commencé en 2017 et après deux ans de travail politique et technique spécifique, la loi nationale sur la CSU (la première du genre dans la région du Pacifique occidental) a été adoptée en 2019. Cette loi inscrit automatiquement tous les citoyens philippins dans le programme national d'assurance maladie et prévoit des réformes complémentaires du système de santé afin d'offrir un accès au continuum complet des services de santé

et une protection contre les difficultés financières. En juin 2019, le président Duterte a approuvé une augmentation annuelle progressive de la taxe sur le tabac et les cigarettes électroniques afin d'aider à financer la mise en œuvre de la CSU, une victoire importante pour la prévention des MNT, car la taxe est conçue pour réduire le risque de MNT.

La stratégie

L'HPA a créé une stratégie de plaidoyer complète avec plusieurs objectifs, notamment :

- **Unir de nombreuses voix autour d'un message clair :** en unissant leurs forces sous l'égide de l'HPA, les organisations membres se sont attachées à transmettre un message clair aux membres du Congrès et au public : placer la prévention des MNT et la promotion de la santé au cœur du nouveau système de santé universel et utiliser les recettes tirées de l'augmentation des taxes sur les produits du tabac et les boissons alcoolisées pour en financer la mise en œuvre.
- **Mobiliser les personnes vivant avec des MNT :** l'HPA a pu tirer parti d'une plus grande sensibilisation à l'importance de la promotion de la santé parmi les groupes de patients, traditionnellement plus axés sur les soins. Relayer la voix des personnes vivant avec des MNT dans les discussions politiques a permis de recadrer les discussions sur la CSU.
- **Mobiliser les médias :** alors que le soutien aux réformes fiscales était initialement faible en 2016, l'HPA et d'autres défenseurs de la santé ont exploité les prévisions budgétaires officielles qui indiquaient un manque de financement pour la CSU. Profitant du fort soutien populaire en faveur de la CSU, l'HPA a stratégiquement mobilisé les médias pour mettre en avant l'argument selon lequel si les politiques soutenaient la CSU, ils avaient besoin de stratégies réalistes pour la financer.
- **Cultiver des champions politiques :** munie de revendications de plaidoyer fondées sur des preuves, l'HPA a incité un réseau de membres du Congrès et de sénateurs de confiance à devenir des champions de la promotion de la santé et de la prévention des MNT. Elle a également profité de ses relations étroites avec le ministère des Finances pour plaider en faveur de l'augmentation des taxes.

Les huit étapes de la planification stratégique du plaidoyer

Ces huit étapes permettent de fournir des éléments de base à la société civile pour planifier et mener des actions de plaidoyer. Comme le plaidoyer est rarement un processus linéaire et qu'il est nécessaire de s'adapter à des environnements en mutation rapide, les organisations peuvent utiliser ces étapes de manière séquentielle ou en utiliser certaines à certains moments au cours de leur campagne de plaidoyer ou lors de la révision de plans existants.

Rassemblez des données et évaluez l'état actuel de la prévention et de la maîtrise des MNT, l'environnement politique et juridique, les parties prenantes, les partenaires potentiels et d'autres facteurs contextuels afin de planifier votre stratégie générale de plaidoyer.

Sur la base de ce que vous avez appris lors de l'état des lieux de votre plaidoyer, choisissez votre sujet de plaidoyer et définissez les buts et objectifs pour votre campagne de plaidoyer.

Identifiez activement celles et ceux qui ont une capacité décisionnelle directe ou une influence sur le sujet de votre plaidoyer autour des MNT.

Un plaidoyer réussi en faveur des MNT implique la formation de partenariats avec une finalité commune, à la fois au sein et au-delà des secteurs des MNT et de la santé, afin d'atteindre vos buts et objectifs de plaidoyer.

Sélectionnez vos tactiques de plaidoyer et créez vos messages de plaidoyer pour dire à ceux qui ont le pouvoir de faire changer les choses pourquoi vous voulez ce changement et en quoi il contribuera à prévenir ou à maîtriser les MNT, ou à améliorer la vie des personnes vivant avec ces maladies, etc.

Élaborez un plan de travail et un budget solides afin de prendre des mesures concrètes pour faire de votre campagne de plaidoyer autour des MNT une réalité.

Évaluez le moment opportun (fenêtre d'opportunité) pour lancer votre campagne de plaidoyer autour des MNT.

Suivez les activités de votre campagne de plaidoyer autour des MNT et évaluez vos progrès grâce au suivi, faites des ajustements si nécessaire et mesurez à l'aide d'une évaluation ce que vous avez accompli dans l'ensemble et les enseignements tirés. N'oubliez pas de célébrer les progrès et les victoires du plaidoyer, en remerciant les champions et les alliés, et en veillant à ce que les partenaires restent motivés.

ÉTAPE 1

ÉTAT DES LIEUX DU PLAIDOYER

SYNTHÈSE

- Faites le point sur ce qui se passe en matière de MNT dans votre territoire, pays ou région.
- Évaluez l'environnement politique et juridique, les principales parties prenantes.
- Utilisez ces éléments et ces données pour identifier et sélectionner votre sujet de plaidoyer, comprendre l'environnement politique, déterminer qui peut aider ou entraver vos efforts de plaidoyer et planifier votre stratégie globale de plaidoyer.

Qu'est-ce qu'un état des lieux ?

- **Rechercher** : il s'agit de collecter et d'évaluer des données et des éléments permettant de comprendre le contexte dans lequel vous développez votre campagne de plaidoyer.
- **Décrire** : dresser un tableau réaliste des opportunités, des difficultés, des lacunes et des ressources en matière de prévention et de maîtrise des MNT dans votre contexte.
- **Informé** : guide l'identification des priorités pour votre travail de plaidoyer sur les MNT et oriente toutes les étapes de votre plan de plaidoyer.

Un état des lieux permet de recueillir des informations sur les points suivants

- **Le problème** : son ampleur, sa gravité et ses causes éventuelles.
- **Les personnes** : les personnes touchées par le problème et celles qui ont le pouvoir de changer les choses ou de les influencer.
- **Le contexte** : le cadre social, politique, juridique, économique et culturel dans lequel le problème se pose.
- **Obstacles/opportunités** : les facteurs qui empêchent ou favorisent le changement.
- **Le paysage** : politiques, programmes, réglementations, lois en vigueur.

« Essayez de lancer des consultations et de partager les conclusions préliminaires avec les principales parties prenantes au sein du gouvernement et de la société civile pour favoriser une adhésion aux conclusions et aux prochaines étapes. Les états des lieux axés sur les politiques ne seront pas particulièrement efficaces si les décideurs politiques et les défenseurs sur le terrain ne sont pas sur la même longueur d'onde. »

HeartFile/Alliance pakistanaise sur les MNT

Pourquoi effectuer un état des lieux ?

- **Choisissez votre sujet** : choisissez votre sujet de plaidoyer prioritaire en matière de MNT et plaidez en faveur d'un soutien.
- **Décrivez votre sujet** : démontrez dans quelle mesure votre sujet a un impact sur les personnes dans votre contexte local, votre pays, votre région ou dans le monde entier.
- **Contextualisez votre sujet** : comprenez l'environnement sanitaire, de développement, politique, réglementaire et juridique de votre sujet pour le contextualiser.
- **Comprenez les parties prenantes** : identifiez les acteurs clés et évaluez leurs positions au regard de votre problème afin de définir votre stratégie de plaidoyer.
- **Nouez des partenariats** : identifiez et sélectionnez des partenaires pour les campagnes de plaidoyer.

1. Réaliser une analyse préliminaire

Recherche

Réalisez une analyse préliminaire à l'aide de mots-clés pour rechercher et identifier les sources de données quantitatives et qualitatives sur le problème et les personnes concernées, ainsi que les documents juridiques et politiques pertinents. Les sources de données peuvent inclure :

- Des études à grande échelle, au niveau de la population (Surveillance des facteurs de risque des maladies non transmissibles: [l'approche STEPwise de l'OMS](#))
- Des rapports et portails de données de l'OMS ([Observatoire des progrès de la stratégie MNT 2020 de l'OMS, enquêtes de l'OMS sur les capacités des pays en matière de lutte contre les MNT](#))
- Des politiques et stratégies nationales en matière de MNT
- Des rapports sur les indicateurs au niveau national, régional, départemental ou par établissement de santé
- Des recherches publiées dans des revues évaluées par des pairs (par exemple, [l'article du Lancet de 2021 d'Allen et al. sur la mise en œuvre des politiques en matière de MNT entre 2015 et 2020](#))
- Des études non publiées réalisées par des OSC locales, des institutions universitaires, etc..
- Des rapports des médias

Examen

Lisez les données sanitaires et démographiques, les résultats d'enquêtes, les conclusions d'études, les lois, règlements, politiques et stratégies pertinents et d'autres données disponibles pour comprendre le paysage des MNT dans votre contexte.

Analyse

Rédigez vos conclusions, en notant les lacunes et les opportunités en matière d'information et de politiques, qui pourraient servir de base à votre campagne de plaidoyer.

Lorsque vous réalisez un état des lieux, faites attention aux points suivants :

- **Géographie** : zones présentant des niveaux élevés de mortalité et de morbidité dues aux MNT.
- **Indicateurs** : prévalence et incidence des MNT dans votre contexte.
- **Groupes à risque** : populations les plus touchées par diverses MNT.
- **Priorités** : priorités du gouvernement en matière de santé, et place des MNT dans la liste.
- **Tendances** : dans les initiatives, lois et politiques relatives aux MNT et à d'autres aspects de la santé publique, ainsi que dans les indicateurs généraux des MNT au fil du temps.
- **Groupes d'intérêt et décideurs pertinents** : pour compléter l'examen des politiques et des programmes, évaluez qui est responsable de chaque étape du processus d'élaboration des politiques (de la conception et de la mise en œuvre à l'application et au suivi).

2. Mobiliser des informateurs clés pour collecter des données sur le paysage des MNT

- **Parties prenantes des MNT**
- **Personnes vivant avec des MNT**
- **Prestataires de services**
- **Décideurs politiques**
- **Représentants du gouvernement**
- **Secteur universitaire**
- **Secteur privé**
- **OSC**

Méthodes de collecte des données auprès des informateurs clés

- Entretiens approfondis
- Groupes de discussion
- Conversations communautaires
- Ateliers pour parties prenantes

Les données empiriques telles que le vécu et les témoignages jouent un rôle important dans le plaidoyer. Elles peuvent illustrer la manière dont un problème affecte les membres d'une communauté et de quelle façon les solutions proposées peuvent être bénéfiques pour les destinataires visés. Elles peuvent indiquer quelles solutions proposées sont les plus réalisables et acceptables du point de vue de la communauté et de l'utilisateur final. Elles peuvent compléter les données et les éléments provenant de rapports, d'enquêtes, etc., en les rendant plus vivants et en conférant un caractère d'urgence à une problématique.

Questions pour évaluer l'ampleur du problème des MNT dans votre contexte :

- Quelles sont les données probantes disponibles ? Sont-elles concluantes ? Proviennent-elles d'une source fiable ?
- Existe-t-il des données probantes régionales ou locales en complément des données nationales ?
- Quelle est la charge de morbidité ? Quelle est la gravité du problème ? Existe-t-il des zones géographiques ou des populations spécifiques dont les besoins sont plus importants dans votre pays ?
- Quels sont les obstacles que rencontrent les populations pour accéder à la prévention et à la maîtrise des MNT ?
- Qui ou quoi a un impact sur le problème ?
- Comment le problème a-t-il évolué au fil du temps ?
- Quelles sont les principales conséquences du problème ?

Que fait votre gouvernement en matière de MNT ? Que pourrait-on améliorer ?

- **Établir une base de référence :** répondez aux questions ci-dessous pour acquérir une compréhension de base de l'environnement politique et juridique des MNT dans votre pays.
- **Évaluez les ouvertures :** vous serez alors mieux à même d'anticiper les prochaines fenêtres d'opportunité de plaidoyer liées à l'élaboration de politiques sur les MNT.

Questions pour évaluer le cadre juridique, politique et réglementaire des MNT :

- Dans quelle mesure les MNT sont-elles intégrées dans les politiques, les lois, les législations et les réglementations de votre pays ? Que manque-t-il ? Que pourrait-on améliorer ?
- Le gouvernement prévoit-il ou propose-t-il de modifier ces politiques ?
- Les politiques, lois, législations et réglementations existantes suivent-elles les engagements et recommandations internationaux ? Comment pourraient-elles être mieux alignées sur les cadres de santé mondiaux, tels que le Plan d'action mondial pour la lutte contre les MNT, et d'autres paquets techniques spécifiques aux maladies et aux facteurs de risque ?
- Quelles sont les perspectives du paysage politique actuel dans votre pays ? Des changements sont-ils à prévoir à l'horizon politique, tels que des changements de gouvernement ou de cabinet en raison d'élections ?

REMARQUE : un élément majeur de l'état des lieux est la cartographie politique, qui contribuera à le rendre encore plus solide. La cartographie politique permet d'identifier dès le départ les parties prenantes et les décideurs qui ont une influence sur votre dossier, et de déterminer la meilleure façon de les contacter et de collaborer avec eux, voire de contrer leurs efforts s'ils sont opposés à la solution politique que vous proposez. Ce point sera abordé plus en détail à l'**Étape 2 - Cartographie politique**.

Cliquez ici pour accéder à l'Outil 1

Questions pour évaluer l'environnement juridique et politique des MNT

Cliquez ici pour accéder à l'Outil 2

Avantages et inconvénients de certaines sources de données pour le plaidoyer autour des MNT

Cliquez ici pour accéder à d'autres

ressources recommandées afin d'étoffer vos connaissances et vos compétences en vue de dresser un état des lieux pour les efforts de plaidoyer

Lisez l'étude de cas n°2 pour savoir comment quatre alliances sur les MNT dans différentes parties du monde ont réalisé des états des lieux et en ont utilisé les résultats pour faire avancer leurs campagnes de plaidoyer autour des MNT : l'Alliance égyptienne sur les MNT et l'Alliance malaisienne sur les MNT (axées sur le renforcement des personnels de santé); HeartFile/ Alliance pakistanaise sur les MNT (axée sur les politiques relatives aux acides gras trans); et l'Alliance rwandaise sur les MNT (axée sur la couverture sanitaire universelle et les MNT).

ÉTUDE DE CAS 2

Leçons tirées des états des lieux : les cas de l'Égypte, de la Malaisie, du Pakistan et du Rwanda

Contexte

Ces quatre alliances sur les MNT ont réalisé des états des lieux du plaidoyer afin d'étayer leurs stratégies de plaidoyer :

- **Alliance égyptienne sur les MNT et Alliance malaisienne sur les MNT** : mieux comprendre les lacunes et les défis du renforcement des personnels de santé spécialisés dans les MNT afin de progresser vers la CSU.
- **HeartFile/Alliance pakistanaise sur les MNT** : évaluer le paysage politique des acides gras trans dans le pays et fournir une base de connaissances pour leur élimination.
- **Alliance rwandaise sur les MNT** : évaluer les politiques, les programmes et le paysage politique du Rwanda en matière de MNT et de couverture sanitaire universelle (CSU).

Difficultés dans la réalisation de leurs états des lieux et l'interprétation des résultats :

- **Pandémie de COVID-19** : les restrictions et les exigences imposées aux personnels de santé par la pandémie de COVID-19 ont posé des défis à la réalisation des états des lieux. Les alliances en Égypte et en Malaisie ont été confrontées à une faible disponibilité des médecins pour participer aux entretiens et aux enquêtes, ainsi qu'à d'autres restrictions les empêchant d'organiser des entretiens et des groupes de discussion en présentiel.
- **Manque de sensibilisation des parties prenantes** : l'Alliance rwandaise sur les MNT a eu du mal à contacter et à communiquer avec certaines parties prenantes, pas seulement à cause de la pandémie, mais également en raison de leur faible sensibilisation à leur propre rôle dans les programmes de MNT.
- **Manque de données** : HeartFile a identifié un manque de données sur la consommation d'acides gras trans, ce qui a ensuite posé des difficultés pour affiner les conclusions de leur état des lieux.

Enseignements et expériences engrangés grâce à la réalisation d'états des lieux :

- **Les états des lieux renforcent les activités de plaidoyer** : les alliances ont constaté que les états des lieux leur permettaient de mieux planifier et mettre en œuvre des activités de plaidoyer, en les aidant à déterminer les priorités et en servant de source de données pour la planification des campagnes.

- **La réalisation d'états des lieux peut aider à créer des coalitions** : les états des lieux aident à dégager un consensus sur des questions spécifiques de plaidoyer, y compris sur les données clés et les recommandations de plaidoyer, ainsi qu'à cartographier les principales parties prenantes pour identifier les alliés au sein du gouvernement, de la société civile, des médias et d'autres groupes de santé et de développement.

Recommandations pour réaliser des états des lieux :

- **Mobiliser un large éventail de parties prenantes pour renforcer les résultats de l'état des lieux et de la stratégie de plaidoyer** : les alliances en Égypte et en Malaisie recommandent de rechercher les points de vue des professionnels de santé à tous les niveaux afin de dégager une compréhension globale de l'ensemble du paysage. L'alliance rwandaise recommande d'utiliser une approche participative pour identifier et impliquer les principales parties prenantes des MNT dans la planification du plaidoyer, en particulier les autres OSC et les personnes vivant avec des MNT.
- **Impliquer les principaux décideurs et défenseurs dès le début afin de dégager un consensus** : HeartFile recommande d'impliquer les principales parties prenantes au sein du gouvernement et des organismes de réglementation avant de commencer un état des lieux, afin de garantir plus tard un soutien et un consensus autour des résultats.
- **Prendre le temps d'identifier la source du problème afin de réaliser un état des lieux plus précis et de meilleure qualité** : veillez à identifier la source du problème nécessitant un changement de politique, de législation et/ou de réglementation, et dressez une cartographie exhaustive des domaines politiques et des juridictions précisément concernés.
- **Se prémunir contre l'ingérence de l'industrie dans la collecte des données et la définition des programmes** : prenez toujours des mesures pour éviter que les industries des produits mauvais pour la santé n'influencent l'analyse ou les recommandations.
- **S'assurer de largement diffuser les résultats** : la validation et la diffusion des résultats d'un état des lieux sont importantes pour jeter des bases solides de tout plan de plaidoyer.

ÉTAPE 2

SÉLECTIONNER LE SUJET PRIORITAIRE, LE BUT ET LES OBJECTIFS

SYNTHÈSE

- Sur la base des résultats de l'état des lieux de votre plaidoyer, sélectionnez votre sujet de plaidoyer prioritaire, puis définissez votre but de plaidoyer et les objectifs spécifiques de votre campagne.
- Le sujet identifie le problème et sa solution à aborder par le biais du plaidoyer.
- Le but est votre vision à long terme du changement, et les objectifs sont les étapes à court terme pour trouver des solutions à votre problème, et ainsi progresser vers la réalisation de votre but.

Questions à se poser :

- Comment définir et sélectionner un sujet de plaidoyer ?
Que doit-on changer ?
- Que voulez-vous accomplir grâce à votre campagne de plaidoyer ?
- Comment définissez-vous vos buts et objectifs de plaidoyer ?

Qu'est-ce qu'un sujet de plaidoyer autour des MNT ?

- L'objet principal de votre travail de plaidoyer ou de votre campagne.
- Un changement que vous voulez voir se produire : une solution politique à un problème identifié qui peut être résolu par l'intervention d'une institution ou d'une organisation cible.
- Il ne s'agit PAS simplement d'un sujet général (« les MNT » par exemple), mais d'un problème spécifique et de la solution proposée.
- **PROBLÈME + SOLUTION = SUJET DE PLAIDOYER**

REMARQUE

Lorsque vous envisagez des solutions à votre problème lié aux MNT, assurez-vous de :

- Maintenir les besoins et les recommandations des personnes vivant avec des MNT au cœur de la solution.
- Choisir des solutions politiques étayées par des données probantes.

EXEMPLE D'UN SUJET DE PLAIDOYER

Législation visant à taxer les boissons sucrées afin de lutter contre le surpoids et l'obésité.

Un sujet de plaidoyer est identifié lors de l'état des lieux dressé à l'étape 1, en menant des recherches et en analysant le problème, et en définissant d'éventuelles solutions politiques. Lors de l'identification des différentes solutions politiques, il sera important d'en évaluer la faisabilité au regard notamment des données disponibles et de l'existence d'un environnement politique favorable et d'un intérêt et d'une volonté politiques. Pour vous assurer que votre sujet est **spécifique**, rédigez un bref exposé du problème principal, puis identifiez-en les causes profondes pour clarifier votre sujet.

Pour identifier votre sujet de plaidoyer, vous devez prendre en compte les éléments suivants :

- **Problèmes spécifiques** : que se passe-t-il, qui subit, où cela se passe-t-il, quand ?
- **Causes profondes** : continuez à vous demander pourquoi pour atteindre un niveau plus profond de causalité.
- **Obstacles** : qu'est-ce qui empêche les problèmes d'être résolus (facteurs politiques, économiques, culturels, sociaux) ?
- **Solutions** : quelles sont les approches qui fonctionneront ? Comment, qui, quoi, où, quand ?
- **Opportunités** : existe-t-il des fenêtres d'opportunités pour influencer le sujet ?

Quels sont les critères de sélection de votre sujet de plaidoyer autour des MNT ?

- **Portée** : à quel point le sujet est-il répandu ? Pouvez-vous en quantifier l'impact sur les communautés, les personnes vivant avec des MNT ?
- **Données probantes** : la solution est-elle étayée par des preuves ? Peut-elle être confirmée par des données ?
- **Faisabilité** : la solution est-elle réaliste et possible ?
- **Communication** : le sujet est-il facile à expliquer et à comprendre ?
- **Attractivité** : obtiendra-t-il un soutien ? De qui ?
- **Démonstration** : pouvez-vous montrer en quoi la solution aidera à prévenir et/ou à maîtriser les MNT et profitera à la communauté, aux personnes vivant avec des MNT ?
- **Partenaires** : existe-t-il des réseaux de la société civile sur ce sujet ?
- **Opportunité** : y a-t-il une ouverture pour peser sur le sujet ?
- **Risque** : quel serait l'impact sur la réputation de votre alliance ou organisation ?

Une fois votre sujet de plaidoyer défini, l'étape suivante consistera à identifier votre but de plaidoyer.

- Implique une vision à long terme (5 à 10 ans) du changement politique en matière de MNT.
- C'est l'objet de vos efforts de plaidoyer.
- Ne peut être atteint par un groupe seul, mais par un collectif.
- Existe en dehors de votre alliance ou organisation.
- Guide une alliance de plaidoyer sur le long terme.

EXEMPLE D'UN BUT DE PLAIDOYER

Objectifs de développement durable (ODD) : Objectif 3, cible 3.4

D'ici 2030, réduire d'un tiers, par la prévention et le traitement, le taux de mortalité prématurée due aux MNT et promouvoir la santé mentale et le bien-être..

Une fois que votre but de plaidoyer à long terme est défini, il est temps de délimiter vos objectifs de plaidoyer :

- Objectifs à court terme (généralement 1 à 2 ans) et pragmatiques.
- De petites étapes progressives à accomplir qui vous aideront à progresser vers votre but de plaidoyer.
- Décrivez le **changement que vous souhaitez** réaliser, **qui** le fera et **quand** il se produira.

Que sont les objectifs SMART ?

Assurez-vous que vos objectifs de plaidoyer autour des MNT sont « SMART », ce qui signifie :



SPÉCIFIQUES

Que voulez-vous faire ?
Énoncez clairement ce que vous voulez accomplir.



MESURABLES

Comment saurez-vous que vous les avez atteint ? Suivez et contrôlez les progrès.



ATTEIGNABLES

Êtes-vous en capacité de les atteindre ?



RÉALISTES OU PERTINENTS

Pouvez-vous raisonnablement les atteindre ? Sont-ils conformes à la mission de votre alliance sur les MNT ?



TEMPORELS

Quand allez-vous les accomplir ? Fixez un délai pour les atteindre.

EXEMPLES D'OBJECTIFS DE PLAIDOYER AUTOUR DES MNT :

- **Obtenir l'approbation par le Parlement d'un paquet fiscal sur l'alcool et le tabac pour financer la couverture sanitaire universelle d'ici octobre 2022.**
- **D'ici la deuxième année du mandat, faire en sorte que le ministère de la Santé adopte une nouvelle stratégie nationale et pluriannuelle chiffrée en matière de MNT, assortie d'objectifs clairs et mesurables.**

TPour mesurer les progrès sur chacun de vos objectifs de plaidoyer, et les étapes progressives vers votre but de plaidoyer, vous devrez définir des indicateurs de réussite qui vous aideront à mesurer les gains et victoires importants dans le cadre de votre campagne de plaidoyer. Plus vos indicateurs seront spécifiques, plus il sera facile d'évaluer vos progrès. Les indicateurs seront abordés plus en détail à **l'Étape 8 - Suivi et évaluation.**

Lisez l'étude de cas n°3 pour voir comment une alliance sur les MNT peut tirer parti des fenêtres d'opportunité pour progresser sur un sujet de plaidoyer, en prenant l'exemple de l'Alliance vietnamienne sur les MNT et sa campagne de plaidoyer sur la loi anti-alcool de 2019.

ÉTUDE DE CAS 3

Tirer parti des fenêtres d'opportunité pour progresser sur un sujet de plaidoyer : L'Alliance vietnamienne sur les MNT et la loi anti-alcool de 2019

Contexte

Alors que la consommation d'alcool est en hausse au Vietnam (une augmentation estimée à 50% entre 2002 et 2016), un projet de loi visant à freiner la consommation d'alcool, en cours d'élaboration depuis 2008, a été rendu public en avril 2018. Saisissant cette opportunité de plaidoyer, l'Alliance vietnamienne sur les MNT (NCDs-VN) a élaboré une stratégie visant à contrer l'opposition de l'industrie de l'alcool au projet de loi et à obtenir le soutien de l'opinion publique en faveur de son adoption. Face au manque de sensibilisation de l'opinion publique quant aux avantages de la loi et à la campagne de désinformation de l'industrie de l'alcool ciblant l'Assemblée nationale, la NCDs-VN a mis en place une solide coalition de la société civile pour sensibiliser l'opinion publique, recentrer le débat sur les données scientifiques, aider à dissiper les idées reçues perpétuées par l'industrie et dénoncer la manipulation du processus politique par l'industrie. Ce plaidoyer a contribué à l'adoption de la loi en juin 2019, et bien qu'elle ait été considérablement affaiblie tout au long du processus d'élaboration, avec la suppression de nombreuses mesures de type meilleurs choix de l'OMS, la loi est considérée comme une étape critique, accélérant l'engagement du pays en faveur de la prévention des MNT en réduisant un important facteur de risque.

Stratégie de plaidoyer

La NCDs-VN a déployé une campagne en plusieurs phases avec différents déclencheurs. La première phase de la campagne a profité de la dynamique autour de la réunion de haut niveau des Nations Unies de 2018 sur les MNT pour cibler le premier vote de l'Assemblée nationale sur le projet de loi. Quatre viols d'adolescentes et accidents liés à l'alcool dans le mois précédant le vote final de l'Assemblée ont marqué le début de la phase suivante de la campagne. Voici quelques-unes des tactiques spécifiques employées :

- Exploiter les données probantes liées à la communauté pour élargir le corpus de données factuelles au-delà de la littérature scientifique et produire des récits auxquels il était facile de

s'identifier afin de montrer à l'opinion publique et aux décideurs politiques les raisons pour lesquelles la loi était importante.

- Inviter des journalistes à participer à des ateliers avec les victimes des méfaits de l'alcool et leurs familles afin de s'assurer que leurs témoignages soient repris dans les médias et sur les réseaux sociaux.
- Envoyer des lettres ouvertes aux décideurs et aux porte-parole de l'industrie pour répondre à la désinformation et aux tentatives de faire échouer ou d'affaiblir la loi.
- Lier les efforts de sensibilisation à une campagne de lutte anti-corruption menée par le ministère de la Politique et dénoncer les sympathisants de l'industrie au sein du système gouvernemental.
- Utiliser les réseaux sociaux (Facebook) comme outil pour dénoncer l'ingérence de l'industrie dans l'élaboration des politiques, informer le public des discussions sur la loi à l'Assemblée nationale et collecter des fonds pour la campagne.

Analyse

La NCDs-VN a préparé une campagne de plaidoyer novatrice qui a suivi la loi du début à la fin. L'initiative a fait preuve d'agilité et de rapidité de réaction face aux déclencheurs de plaidoyer et en saisissant les occasions se présentant, notamment la Réunion de haut niveau des Nations Unies de 2018 sur les MNT, les séances de l'Assemblée nationale et les décès tragiques liés à l'alcool.

L'alliance a également fait preuve de souplesse en utilisant différentes stratégies: tantôt en travaillant avec le ministère de la Santé, tantôt en exprimant les points de vue de la société civile des MNT lors des ateliers organisés par le gouvernement et l'Assemblée nationale, ou encore en écrivant aux responsables politiques, en utilisant les médias et en permettant aux victimes de l'alcool de s'exprimer dans le cadre de plateformes politiques.

Recommandations

La campagne de la NCD-VN offre des leçons majeures sur la manière d'utiliser des opportunités stratégiques à l'aide de déclencheurs, en planifiant des phases et en exploitant la plateforme anticorruption pour faire avancer le plaidoyer politique autour des MNT face à l'opposition des industries des produits mauvais pour la santé. Voici quelques recommandations spécifiques :

- Profiter de l'élan politique ou social pour lancer une campagne sur une problématique sur laquelle il est facile de remporter des victoires.
- Utiliser les plateformes de lutte anticorruption pour identifier et dénoncer les acteurs favorables à l'industrie.
- Étoffer les preuves et les ressources internationales grâce à des données et des contributions locales.
- Utiliser les réseaux sociaux pour contourner les grands médias traditionnels.
- Rendre publiques ses communications avec le gouvernement à des fins pédagogiques, de transparence et de plaidoyer.
- Créer sa propre infrastructure d'émissions en direct pour une diffusion rapide sur les réseaux sociaux et dans les médias.

ÉTAPE 3

CARTOGRAPHIE POLITIQUE

SYNTHÈSE

- Il s'agit d'un sous-ensemble de l'état des lieux du plaidoyer, dans lequel vous établissez activement la carte de vos publics cibles principaux et secondaires qui ont une capacité de décision ou une influence directe sur votre sujet de plaidoyer autour des MNT.

QUESTIONS À SE POSER :

- Qu'est-ce que la cartographie politique pour le plaidoyer autour des MNT ?
- Comment pouvez-vous utiliser la cartographie politique pour élaborer votre campagne de plaidoyer autour des MNT ?
- Comment votre alliance ou organisation peut-elle identifier les publics politiques appropriés (principaux et secondaires) à atteindre par le biais de votre campagne ?

Lorsque vous effectuez votre état des lieux et que vous identifiez votre sujet de plaidoyer autour des MNT, il est non seulement important de connaître le paysage sanitaire et politique, mais aussi de comprendre et d'évaluer le système politique et les dynamiques de pouvoir et de politique liées à la prise de décision en matière de santé publique susceptibles d'avoir un impact sur votre campagne de plaidoyer. Une partie de cette analyse consiste à identifier les principaux organes décisionnels et gouvernementaux, ainsi que les individus, impliqués dans votre sujet de plaidoyer, et qui ont un pouvoir décisionnaire ou une influence directe sur celui-ci.

Il s'agit notamment de personnalités telles que le ministre de la Santé ou le Président de la Commission Santé du parlement, ainsi que les organes et instances qu'ils représentent, tels que le ministère de la Santé, le département de la Santé, les commissions Santé, et tout autre organe décisionnaire concerné par votre question de politique. La réalisation d'une cartographie politique de ces parties prenantes est essentielle pour comprendre leur pouvoir, leur influence, voire leur motivation à se mobiliser ou non en faveur de votre sujet de plaidoyer, ainsi que les mécanismes formels et informels dont ils disposent pour le faire.

Qu'est-ce que la cartographie politique pour le plaidoyer autour des MNT ?

- **Identifier :** définir les publics politiques (décideurs et « personnes influentes ») ayant le pouvoir d'effectuer ou d'influencer le changement que vous recherchez.
- **Enquêter :** il s'agit de comprendre les processus d'élaboration des politiques, de rechercher et de créer des profils des cibles, de leurs domaines de travail, de la dynamique et des tendances du pouvoir, de leur poste, de leurs intérêts, de leurs relations, de leurs points de vue, de leurs opinions et de leurs actions qui sont pertinents au regard de votre dossier.
- **Catégoriser :** utile pour identifier vos champions, alliés et adversaires.
- **Prévoir :** fournir des informations pertinentes sur les publics visés par les politiques et les mécanismes d'élaboration des politiques afin de vous aider à sélectionner vos tactiques de plaidoyer et à développer et modifier des messages de plaidoyer efficaces.
- **Alimenter :** une carte dynamique doit être mise à jour tout au long de votre stratégie de plaidoyer, car les postes des cibles peuvent changer au fil du temps.

Comprendre vos cibles de plaidoyer :²

Qu'est-ce qu'une cible principale ?

- La personne **qui a le pouvoir d'effectuer le changement pour lequel vous militez**, comme un décideur ayant le pouvoir direct d'influencer le résultat de votre objectif de plaidoyer (par exemple, des responsables gouvernementaux, des ministres, des dirigeants de pays, des représentants des Nations Unies, etc.)
- **Toujours une personne** et non une institution (Ministre des Affaires étrangères par exemple, responsable de la commission Santé, etc.)

² Adapté de: Cancer Advocacy Training Toolkit for Africa, Africa Oxford Cancer Foundation (AfrOx), l'Organisation africaine pour la recherche et l'enseignement sur le cancer (OAREC), la Société européenne d'oncologie médicale (ESMO) et l'Union internationale contre le cancer (UICC) https://www.esmo.org/content/download/7981/166776/1/Cancer_Prevention_Advocacy_Training_Toolkit_for_Africa.pdf

Qu'est-ce qu'une cible secondaire ?

- Personne ou groupe ayant le **pouvoir d'influencer la cible primaire** (par exemple, les médias, les organisations puissantes concernées, un membre de la famille de la cible principale, d'autres décideurs, des experts, des leaders d'opinion, etc.)
- Ils ont le **potentiel de devenir un partenaire** dans votre plan de plaidoyer.

EXEMPLE DE CIBLES PRIMAIRES ET SECONDAIRES

Objectif de plaidoyer

Sur une période de deux ans, faire adopter par le parlement une législation visant à intégrer les services de lutte contre les MNT dans le régime national d'assurance maladie, afin de progresser vers la couverture sanitaire universelle (CSU).

Cible principale

Députée XX, présidente de la commission Santé

Cibles secondaires

Membres de la commission Santé et autres parlementaires; décideurs clés au sein du ministère de la Santé (en particulier l'unité de la caisse d'assurance maladie); membres des agences gouvernementales chargées des affectations budgétaires, etc.

Questions clés à prendre en compte lors de la recherche de publics politiques :

- Qui sont les décideurs ayant une influence ou un droit de regard direct sur votre dossier ?
- Quels sont leur profil et leurs principaux domaines de travail au regard de votre dossier ?
- Quelles sont leurs forces et leurs faiblesses en tant que cibles de plaidoyer ?
- Quel niveau de pouvoir ont-ils sur votre dossier ?
- Les considèreriez-vous comme alliés, opposants ou neutres ?

ÉTAPE 4

OBTENIR LE SOUTIEN DES GROUPES D'INTÉRÊT

SYNTHÈSE

- En raison de l'ampleur et de la complexité de l'épidémie de MNT, les partenariats et les alliances dans ce domaine sont essentiels pour mener une action coordonnée et efficace.
- Le succès du plaidoyer autour des MNT implique de travailler en partenariat pour atteindre un objectif commun.
- Identifier et contacter des parties prenantes pertinentes pour qu'elles deviennent des partenaires et des alliés dans la réalisation de vos buts et objectifs de plaidoyer autour des MNT.

Que sont les partenariats ?

- Coopération organisée entre différents groupes pour œuvrer ensemble à la réalisation d'un but commun.
- Peut impliquer des organisations du même secteur (santé et/ou MNT) ou d'autres secteurs (environnement, genre, développement, etc.) et faire appel à une série d'acteurs, notamment personnes vivant avec des MNT, OSC, groupes communautaires, sociétés professionnelles, universités, médias, acteurs du secteur privé concerné, agences gouvernementales et organisations multilatérales et internationales.

REMARQUE: lors de l'élaboration et du déploiement de votre plan de plaidoyer, tenez compte des avantages potentiels des partenariats en sortant des sentiers battus: quelles parties prenantes au sein et en-dehors du secteur des MNT et de la santé pourraient être des partenaires?

Pourquoi travailler en partenariat sur le plaidoyer autour des MNT ?³

- **Partager** des informations complémentaires, des renseignements sur le plaidoyer, des idées, de la crédibilité, des opportunités, des compétences, des contacts et des ressources.
- **Développer** de nouvelles idées et de nouvelles façons d'aborder votre problème.
- **Accéder** à davantage de connaissances, d'expériences et de ressources.
- **Créer** une base communautaire, en contactant des personnes vivant avec des MNT, des jeunes et d'autres communautés.
- **Augmenter** la puissance et l'efficacité de votre campagne de plaidoyer autour des MNT en élargissant votre base de soutien.
- **Coordonner** une plateforme pour un plaidoyer et une action uniformes en matière de MNT.

EXEMPLES D'AUTRES ACTEURS DES MNT À MOBILISER ET/OU AVEC LESQUELS NOUER UN PARTENARIAT

Individus, groupes ou organisations concernées par les politiques, les programmes ou la prestation de services relatifs aux MNT ou ayant une incidence sur ceux-ci, les partenaires apportant leurs propres ressources, réseaux, expériences, savoir-faire et valeurs institutionnelles à l'ensemble des parties prenantes:⁴

- Personnes vivant avec des MNT et leurs proches, communautés touchées par les MNT
- Communauté médicale et sociétés et associations professionnelles
- OSC et alliances ou coalitions⁵ travaillant sur les MNT et les questions de santé et de facteurs de risque connexes (l'équité alimentaire et la nutrition par exemple) ou sur des questions de développement connexes (par exemple, la pauvreté, les questions humanitaires, etc.).
- Secteur privé concerné⁶
- Experts en santé publique (universitaires, gouvernements, instituts de recherche, etc.)
- Responsables des politiques gouvernementales (santé, transport, finances, agriculture, etc.)
- Organismes transnationaux (agences des Nations Unies, Organisation mondiale de la Santé)

Comment identifier et analyser les parties prenantes des MNT ?

- **Parties prenantes**: qui sont les principaux acteurs des MNT dans votre environnement ?
- **Pouvoir**: quel est leur degré de pouvoir, d'influence et d'intérêt pour les MNT ?
- **Expertise**: quelles sont leurs principales activités et domaines de travail ?
- **Évaluation**: quelles sont leurs forces et leurs faiblesses ?
- **Potentiel de partenariat**: pourraient-elles s'impliquer dans votre travail de plaidoyer ?

Comment identifier des partenaires pour votre plan de plaidoyer autour des MNT ?

- Utilisez la **cartographie des parties prenantes** pour recueillir des informations sur les profils, les activités, les points forts, les besoins, les défis et les opportunités des parties prenantes en matière de lutte contre les MNT.
- Sur la base des résultats de votre cartographie des parties prenantes, sélectionnez les partenaires appropriés.
- Procédez à une **évaluation des besoins des partenaires potentiels** pour faciliter ce processus.

⁴ Adapté de: Cancer Control: Knowledge into Action: WHO Guide for Effective Programmes: Module 6: Policy and Advocacy. Genève: Organisation mondiale de la Santé, 2008. PMID: 24716264 <https://www.who.int/cancer/FINAL-Advocacy-Module%206.pdf>

⁵ Consultez le « [Guide pratique de mise en place d'alliances nationales et régionales efficaces sur les MNT](#) » de l'Alliance sur les MNT pour en savoir plus sur les avantages du travail en coalition.

⁶ Le secteur privé concerné peut devenir un allié de vos campagnes de plaidoyer. Cependant, tous les secteurs privés ne sont pas les mêmes. Le plaidoyer autour des MNT suscite l'intérêt d'industries de denrées mauvaises pour la santé qui tenteront de bloquer, de retarder ou d'empêcher tout changement politique contraire à leurs intérêts. Protégez toujours vos efforts de plaidoyer contre leur ingérence et soyez attentifs aux éventuels conflits d'intérêts susceptibles de saper votre travail et votre intégrité.

Cartographie des parties prenantes - identifier les membres et alliés potentiels des alliances sur les MNT

Comme le suggère le [Guide pratique de mise en place d'alliances nationales et régionales efficaces sur les MNT](#) de la NCD, une fois que le besoin d'une alliance ou d'un partenariat est identifié, il est temps de déterminer qui peut en faire partie. Les membres et les alliés des alliances doivent partager des intérêts communs et des liens avec les MNT, leurs facteurs de risque et les questions connexes de santé et de développement. Si vous créez une nouvelle alliance ou élargissez une alliance existante, il est important de prendre en considération les OSC et autres alliés pertinents qui :

- S'attaquent déjà activement aux MNT et à leurs facteurs de risque dans le pays.
- Peuvent être actifs ou non, mais sont essentiels pour accélérer la réponse.
- Travaillent sur d'autres questions pertinentes pour la riposte aux MNT.
- Sont intéressés par un partenariat sur la question.
- Sont respectés et bien placés.
- N'entraveront pas vos efforts ou ne présenteront pas de conflits d'intérêts (par exemple, les OSC financées et formées par des industries de denrées mauvaises pour la santé).

L'illustration 1 ci-dessous permet de développer la cartographie des parties prenantes en les plaçant sur une matrice en fonction de leur niveau d'influence/pouvoir et d'intérêt/volonté pour votre domaine de plaidoyer. Toutes les parties prenantes susceptibles d'avoir une influence sur votre sujet de plaidoyer peuvent être placées dans la matrice, ce qui permet de donner la priorité à celles qui peuvent devenir des alliés potentiels et des cibles principales et secondaires du plaidoyer.

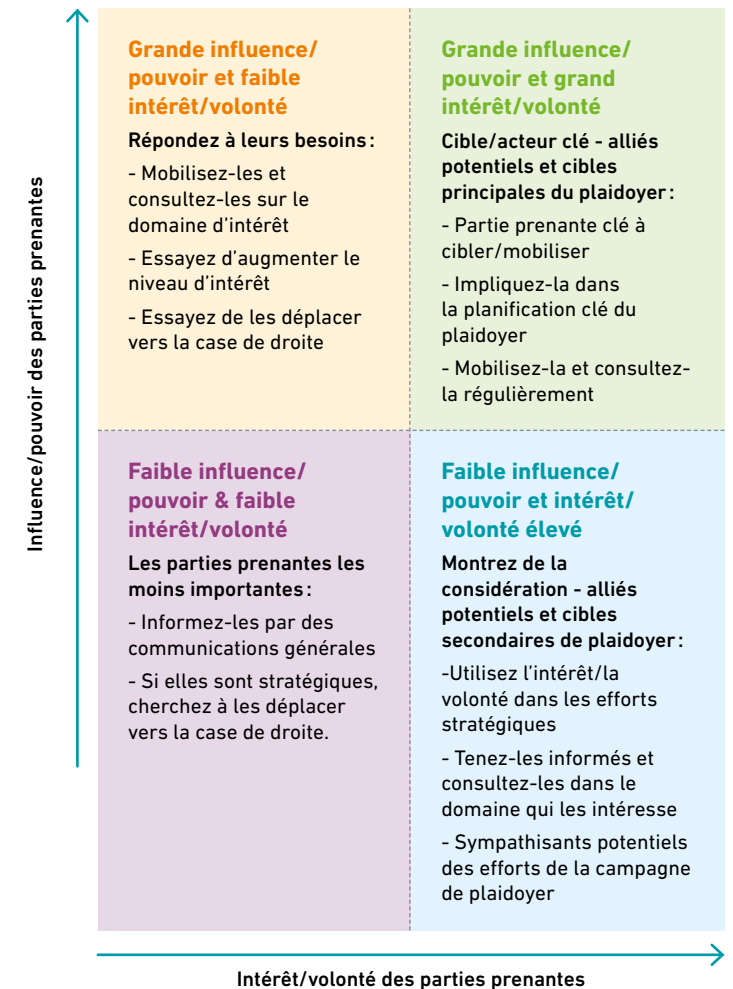


Illustration 1. Matrice de cartographie des parties prenantes ⁷

⁷ adapté de : IIED (Avril 2018). *Advocacy Toolkit - People centred advocacy for a more sustainable food system*. Disponible sur : <https://pubs.iied.org/sites/default/files/pdfs/migrate/G04301.pdf>

Informations à recueillir lors de la réalisation d'une cartographie des parties prenantes :

- **Relations :** avez-vous des partenaires existants qui travaillent sur les MNT ou dans un autre domaine ? Si ce n'est pas le cas, comment pourriez-vous vous mettre en relation avec eux ?
- **Intérêts partagés :** partagez-vous un objectif commun ?
- **Contacts :** ont-ils des relations avec les acteurs que vous souhaitez impliquer ? Ont-ils des relations avec les principaux décideurs en matière de MNT ?
- **Sujet :** quelles sont leurs opinions sur le sujet de plaidoyer autour des MNT que vous avez choisi ? Quelles activités, le cas échéant, ont-ils réalisées en rapport avec ce sujet ?
- **Expertise :** quelles sont leurs principales compétences et forces ? Sont-elles complémentaires et bénéfiques pour votre alliance ou votre organisation ?
- **Personnes vivant avec des MNT :** ont-ils l'habitude de travailler avec des personnes vivant avec des MNT et des communautés et de les impliquer de manière significative ?
- **Participation :** travaillent-ils avec des populations vulnérables ou géographiquement éloignées qui pourraient étendre votre réseau et augmenter la participation ?

Comment les partenaires peuvent-ils travailler ensemble efficacement ?

- **Planification :** sélectionnez des partenaires stratégiques et fixez des objectifs réalisables dès le début.
- **Gérez les attentes :** établissez des attentes claires quant aux rôles, aux contributions et aux méthodes de travail en commun.
- **Participation :** encouragez la participation active de tous les partenaires.
- **Suivi :** déléguez les responsabilités et suivez les résultats.
- **Coopération :** encouragez le leadership collectif.
- **Faites appel à des experts :** faites appel à des intervenants crédibles de chaque organisation partenaire.
- **Programmation :** suivez un calendrier convenu pour la planification et l'action.
- **Communication :** développez un mécanisme pour faire régulièrement le point et organiser des réunions.
- **Inclusion :** créez un sentiment d'appropriation, d'engagement et de confiance.

Cliquez ici pour accéder à d'autres ressources recommandées afin d'étoffer vos connaissances et vos compétences pour mobiliser le soutien dans les différents groupes d'intérêt.

Lisez l'étude de cas n°4 pour voir comment les alliances sur les MNT peuvent identifier des alliés et mobiliser un soutien pour la prévention et la maîtrise des MNT. Le Réseau africain sur les MNT a surmonté les obstacles géographiques et linguistiques pour mobiliser des alliés et des partenaires dans toute l'Afrique afin de placer les MNT à l'ordre du jour de la région, notamment lors de la réunion du Comité régional de l'OMS pour l'Afrique.

ÉTUDE DE CAS 4

Mobiliser le soutien de la société civile pour les MNT en Afrique

Contexte

Le Réseau africain sur les MNT (ANN) est une coalition de 14 alliances nationales sur les MNT travaillant sur des efforts de plaidoyer régionaux en vue de faire avancer la prévention et la maîtrise des MNT sur le continent africain. Conçue en 2015 lors de la Conférence de l'Alliance d'Afrique de l'Est sur les MNT, l'ANN a été formellement créée en 2020.

L'ANN s'est efforcée d'identifier les groupes et alliances de la société civile pertinents sur le continent et de les mobiliser vers des objectifs communs de plaidoyer sur la prévention et la maîtrise des MNT et la couverture sanitaire universelle. L'alliance a identifié des membres représentant les quatre sous-régions de l'OMS AFRO (Centre, Ouest, Est et Sud), et a décidé d'impliquer des membres de l'Afrique francophone afin que les sociétés civiles anglophone et francophone soient mobilisées, assurant ainsi une voix plus unie et une plateforme de soutien.

Défis

Compte tenu de sa vaste portée géographique et de la nécessité de coordonner des membres qui parlent des langues différentes et vivent dans des fuseaux horaires différents, l'ANN a dû faire face à des défis initiaux pour mobiliser ses membres.

Solutions

pour surmonter les obstacles, l'ANN s'est attaché à instaurer la confiance entre les membres et à surmonter les différences en mettant l'accent sur l'objectif commun de renforcer la prévention et la maîtrise des MNT en Afrique par le biais du plaidoyer. Elle a rallié du soutien en faveur des priorités de plaidoyer en travaillant en étroite collaboration avec les alliances nationales et en tissant des liens avec les ministères de la Santé, les missions des Nations Unies dans les pays et d'autres parties prenantes du secteur de la santé.

Récemment, l'ANN a mobilisé avec succès ses divers membres pour participer à la 71^{ème} réunion du comité régional (RCM) pour l'Afrique de l'OMS de 2021, en organisant un événement parallèle multipartite virtuel sur les MNT et la CSU ([pour en savoir plus, cliquez ici](#)). L'événement parallèle a attiré 130 participants, dont des organisations travaillant sur les MNT dans toute l'Afrique et un représentant du ministère de la Santé du Ghana. Suite à cet événement parallèle, l'ANN a élaboré une déclaration de plaidoyer de la société civile co-signée par l'Alliance sur les MNT, l'ANN et ses 40 OSC membres, soulignant le soutien des signataires aux États membres dans la lutte contre le cancer du col de l'utérus et d'autres MNT, notamment par la mise en œuvre de la Stratégie mondiale dans la région africaine, jetant ainsi les bases d'un plaidoyer dans toute la région africaine. Ce travail a été soutenu par le programme Seed de l'Institut du plaidoyer de l'Alliance sur les MNT, grâce à son partenariat avec le Leona M. and Harry B. Helmsley Charitable Trust.

Recommandations

Pour mobiliser les parties prenantes dans les sous-régions, l'ANN recommande de :

- Développer une structure organisationnelle robuste et flexible permettant la participation significative des membres et des alliés, et même des personnes vivant avec des MNT.
- Assurer un leadership puissant qui définisse et soutienne la vision de partenariat de l'alliance.
- S'appuyer sur les structures établies des membres et des alliés pour identifier et mobiliser des alliés supplémentaires et s'engager dans un travail de plaidoyer significatif.

ÉTAPE 5

TACTIQUES ET MESSAGES DE PLAIDOYER

SYNTHÈSE

- Compte tenu des résultats de votre état des lieux, de la cartographie politique, du sujet choisi, du but et des objectifs, il est temps de sélectionner vos tactiques de plaidoyer (activités pour atteindre vos objectifs).
- Créez des messages de plaidoyer pour dire à ceux qui en ont le pouvoir, d'apporter un changement, en précisant pourquoi vous aspirez à ce changement et comment il contribuera à prévenir et à maîtriser les MNT, ou à améliorer la vie des personnes vivant avec des MNT, etc.
- Formulez vos messages de manière à obtenir le plus grand soutien possible de la part des différents publics, cherchez des messagers appropriés et communiquez avec les médias.

QUESTIONS À SE POSER :

- Que sont les tactiques de plaidoyer ?
- Comment créer une campagne de plaidoyer ?
- Que sont les messages de plaidoyer ? Comment pouvez-vous mettre au point et adapter des messages de plaidoyer efficaces ?

Qu'est-ce qu'une campagne de plaidoyer autour des MNT ?

- Une série d'actions et d'activités menées pour obtenir un changement systémique durable.
- Vise à atteindre vos objectifs de plaidoyer et à contribuer à votre but global.
- Mobilise la communauté pour rallier un large soutien public.

Que sont les tactiques de plaidoyer ?

- Activités ayant une influence sur la réalisation de vos objectifs, étapes de votre plan.
- Présenter aux décideurs une demande de soutien ; actions ciblées sur les décideurs pour qu'ils vous donnent ce que vous voulez.
- Toujours afficher son pouvoir (par exemple, les organisations impliquées, le soutien de l'opinion publique, l'appui de personnes influentes, etc.)
- Peut impliquer un mélange de tactiques « internes » et « externes » pour atteindre les objectifs et les buts du plaidoyer :
 - Les tactiques « internes » consistent à utiliser le dialogue et la coopération avec celles et ceux que vous souhaitez influencer, à travailler avec quelques partenaires clés et à instaurer des relations positives et constructives avec les décideurs, et à présenter votre organisation dans un rôle de conseil. Elles comprennent des réunions en face à face, un dialogue de haut niveau (tables rondes, conférences), la participation aux organes et processus décisionnels, etc.
 - Les tactiques « externes » (comme dans une campagne de plaidoyer) consistent généralement à mobiliser un vaste soutien par le biais d'activités très visibles (telles que la publicité et les coups médiatiques, ou les campagnes en ligne). Elles visent à sensibiliser l'opinion publique sur un sujet et à inciter un décideur à prendre des mesures. Elles comprennent les campagnes publiques, les pétitions, les mobilisations, les médias, les réseaux sociaux, etc.

Exemples de tactiques de plaidoyer :

- Réunions en face à face
- Participation aux mécanismes formels de prise de décision qui incluent la société civile
- Rapports alternatifs et réponses aux consultations
- Réunions publiques, conférences ou événements à forte participation
- Jurys de patients et audiences publiques
- Pétitions et rédaction de lettres
- Communication pour cadrer le débat (par exemple, lettres à l'éditeur, encarts dans les journaux)
- Plaidoyer dans les médias et sur les réseaux sociaux
- Manifestations et défilés
- Événements avec les médias (par exemple, conférences de presse)

Quels sont les critères de sélection des tactiques de plaidoyer ?

- **Pertinence** : s'agit-il de la bonne approche pour votre public spécifique ?
- **Efficacité** : forcera-t-elle le décideur à agir ?
- **Inclusivité** : reflète-t-elle la voix des personnes vivant avec des MNT ?
- **Force** : y a-t-il de la puissance derrière une demande spécifique à la cible ?
- **Flexibilité** : peut-elle être adaptée en fonction de l'évolution des circonstances ?
- **Faisabilité** : fonctionnera-t-elle ?
- **Ressources** : les ressources disponibles sont-elles suffisantes pour réaliser le projet ?
- **Opposition** : qui pourrait s'opposer ou résister ? Quelle est la force de l'opposition ?

Comment tirer le meilleur parti des tactiques que vous choisissez ?

- **Concentration** : définissez vos tactiques en gardant clairement vos objectifs à l'esprit.
- **Adaptation** : planifiez une série d'activités variées qui sont adaptées à votre contexte.
- **Programmation** : planifier les tactiques pour qu'elles s'enchaînent.
- **Timing** : planifiez une série de tactiques à l'avance.
- **Agilité** : soyez ouvert aux opportunités inattendues.
- **Partenaires** : utilisez des alliés pour mener à bien vos tactiques et minimiser l'opposition.

Comment pouvez-vous transmettre vos messages de plaidoyer aux bons publics ?

- **Recherchez** : pour faire passer des messages forts, il faut comprendre son public.
- **Réfléchissez** : mettez-vous à leur place pour comprendre leurs motivations.
- **Examinez** : que savent-ils des MNT et de votre sujet spécifique ?
- **Simplifiez** : combien de temps ont-ils pour lire ou faire défiler les documents ?

Comment créer des messages efficaces de plaidoyer autour des MNT ?⁸

- **Clarifiez** : créez des arguments convaincants avec un appel à l'action clair.
- **Élaborez une stratégie** : considérez vos buts et objectifs ; que voulez-vous réaliser ?
- **Analyse** : quel est votre public cible ? Qu'est-ce qui le motive ? Qu'est-ce qui lui sert ? Qu'est-ce qui l'empêchera d'agir ? Quelles sont ses caractéristiques démographiques ?
- **Personnalisez** : adaptez vos messages au niveau de compréhension de votre public cible.
- **Tissez des liens** : respectez les valeurs, les opinions politiques et les croyances culturelles de votre public.
- **Démontrez** : montrez clairement et avec des preuves (sans conflit d'intérêts), ce qui peut être réalisé grâce aux actions qu'ils ont le pouvoir de mettre en œuvre.
- **Illustrez** : illustrez les histoires des groupes communautaires (par exemple, les personnes vivant avec des MNT et les jeunes) en intégrant des appels à l'action pour répondre à leurs besoins.
- **Précisez** : soyez spécifique quant aux résultats et aux effets prévus, et mettez en avant la manière dont l'action contribuera à la prévention et la maîtrise des MNT.
- **Fédérez** : faites passer des messages qui dépassent les frontières régionales et programmatiques et rassemblent différentes parties prenantes.
- **Simplifiez** : évitez les messages longs, vagues ou trop complexes.
- **Éduquez** : expliquez pourquoi il est essentiel d'agir et comment le public en bénéficiera.



Qui sont les bons messagers ?

- **Valorisez l'intégrité** : choisissez quelqu'un de crédible, qui s'exprime bien et qui soit convaincant.
- **Soyez stratégique** : sélectionnez des messagers pour différents publics ou niveaux géographiques ou politiques. Faites appel à des personnes influentes sur votre public cible (par exemple, faites appel à un cardiologue prestigieux pour parler au ministre de la Santé, ou à un économiste de renommée nationale pour parler au ministre des Finances, etc.)
- **Soyez sélectif** : les messages peuvent avoir un impact différent selon la personne qui les transmet.
- **Saluez le vécu** : les personnes vivant avec des MNT s'appuient sur leur vécu pour donner un caractère d'urgence à un sujet.

Les avantages du plaidoyer dans les médias et de la mobilisation stratégique des médias :

- **Sensibiliser** : atteignez un grand nombre de personnes rapidement et de manière rentable.
- **Influencer** : façonnez le débat public autour de votre sujet de plaidoyer.
- **Éduquer** : sensibilisez le public à votre sujet.
- **Imposer** : faites pression sur les décideurs pour qu'ils prennent des mesures
- **Clarifier** : dissipez les idées reçues ou les informations erronées sur votre sujet.
- **Se faire connaître** : renforcez votre crédibilité et augmentez la reconnaissance de votre nom.

^{9,10} Adapté de United Patients, « Engaging the Medical Community as Advocacy Partners, Communicating Successfully with Decision Makers and Using Data for Advocacy Purposes: A Step by Step Guide to Advocacy for Patient Groups » https://unitedpatientsacademy.org/upfiles/UnitedPatientsOutilkit_4-4-2018_FINAL.pdf

Mesurez votre couverture médiatique en répondant aux questions suivantes :⁹

- **Point de vue** : comment votre sujet de plaidoyer est-il couvert par les médias ? Comment est-il dépeint ? Quels sont les principaux arguments et préoccupations ?
- **Saturation** : quelle est la couverture médiatique reçue par le sujet ?
- **Médias** : quels journaux, sites web, blogs, applications de réseaux sociaux, chaînes de télévision et chaînes câblées ont publié des reportages sur votre sujet ?
- **Opportunités** : avez-vous des relations avec les journalistes, les blogueurs ou les influenceurs qui couvrent le sujet ?

Quelles sont les stratégies permettant de mobiliser les médias ?¹⁰

- **Soyez serviable** : entretenez des relations avec les journalistes, les blogueurs et les influenceurs en offrant votre expertise sur les MNT et en fournissant les informations demandées.
- **Suivez les médias** : recherchez des occasions de promouvoir votre message (par exemple, les dernières études sur les MNT).
- **Utilisez les réseaux sociaux** : utilisez Twitter, Facebook, Instagram, TikTok pour diffuser vos messages de campagne, mobiliser les médias traditionnels et rallier de nouveaux sympathisants.
- **Utilisez des histoires vraies** : présentez le vécu des personnes vivant avec des MNT.
- **Rédigez des tribunes et des articles d'opinion** : éditoriaux et courrier des lecteurs.
- **Faites leur travail** : rédigez des communiqués de presse dans le style qu'ils utilisent.
- **Offrez un nouvel angle** : fournissez de nouvelles données, des experts avec de nouveaux points de vue, etc.

Outils pour vous aider à positionner votre sujet de plaidoyer sur l'agenda médiatique :

- Communiqués de presse, réseaux sociaux, sites web, blogs, conférences de presse, lettres à la rédaction, encart payé ou offert dans les médias, interviews (à la télévision, à la radio, sur les réseaux sociaux), bulletins d'information et événements (conférences, séminaires, ateliers).
- Ces outils de communication devront mettre en évidence un angle d'actualité dans le cadre de votre sujet de plaidoyer, être adaptés aux médias spécifiquement visés (presse écrite, radio, télévision, chaîne câblée, réseaux sociaux), et être objectifs, concis et factuels, en utilisant des preuves et des données.

Pour un exemple de communiqué de presse de l'Alliance sur les MNT, [cliquez ici](#).

Quelques conseils pour les réunions en face à face avec les décideurs

- **Restez simple :** expliquez le problème auquel vous vous attaquez, le changement que vous recherchez, pourquoi ce changement est important et qui en bénéficiera.
- **Appel à l'action :** dites-leur exactement ce qu'ils doivent faire pour soutenir votre cause et les conséquences de leur inaction.
- **Faites valoir vos arguments :** étayez vos messages par des données provenant de sources crédibles et donnez vie à ces données en racontant une expérience vécue.
- **Préparez des contre-arguments :** utilisez des données crédibles pour étayer vos arguments.
- **Planifiez soigneusement :** réunissez-vous à l'avance pour passer en revue les points clés, les rôles et les défis potentiels.
- **Concentrez-vous sur le message :** présentez d'abord les points les plus importants au cas où le temps viendrait à manquer.
- **Faites venir une personne influente :** une personne respectée peut influencer le décideur.
- **Écoutez :** laissez le temps au décideur de parler.
- **Laissez des informations :** une fiche d'information pour les aider à se souvenir de vos points clés.

- **Suivi :** envoyez une note de remerciement et toute information demandée.

Quelques conseils pour développer les relations avec les décideurs

- **Fournissez de l'aide et soyez disponible :** offrez de l'aide pour d'autres questions qui les préoccupent, tout en mettant en avant vos propres priorités.
- **Soyez crédible :** soyez une source fiable de données sur les MNT et les facteurs de risque, ainsi que d'histoires convaincantes pour justifier le changement.
- **Réseau :** développez des contacts avec des personnes influentes dans divers domaines.
- **Entretenez les relations :** restez en contact.

Cliquez ici pour accéder à d'autres ressources recommandées afin d'étoffer vos connaissances et vos compétences en matière de tactiques et de messages de plaidoyer

Lisez l'étude de cas n°5 pour voir comment la coalition Mexico Salud-Hable, profitant de l'opportunité de plaidoyer offerte par les élections générales du Mexique en 2018, a sélectionné des tactiques et créé des messages destinés à différents publics via sa campagne #VotoSaludable (#VoteSanté), qui est devenue une campagne de plaidoyer réussie axée sur l'inclusion des MNT dans les programmes politiques des candidats. Par ailleurs, **l'étude de cas n°6** montre comment les alliances sur les MNT peuvent devenir des voix fortes de la société civile pour la responsabilisation du gouvernement et le suivi des MNT, avec l'exemple de l'utilisation efficace par ACT Health Promotion des rapports alternatifs de la société civile sur les Objectifs de développement durable (ODD) et les MNT au Brésil.

ÉTUDE DE CAS 5

Sélection de tactiques de plaidoyer et création de messages de plaidoyer : la coalition Mexico Salud-Hable et sa campagne #HealthyVote (#VoteSanté)

Contexte

Profitant de l'organisation d'élections simultanées au niveau national et à Mexico en juillet 2018, la coalition Mexico Salud-Hable a lancé une campagne visant à accroître la visibilité des MNT et à demander aux candidats de respecter les engagements en matière de MNT inscrits dans leurs programmes électoraux, qui, malgré la hausse des taux de MNT, étaient faibles en matière de politiques de prévention et de maîtrise des MNT. L'alliance a mobilisé l'intérêt de l'opinion publique grâce à une plateforme en ligne sur laquelle elle a publié les positions des candidats sur les MNT. Elle a également contacté les candidats en leur proposant un programme d'action de la société civile sur les MNT (Programme santé ou Programme Salud-Hable) pour qu'ils l'intègrent dans leurs programmes électoraux. Cette campagne a permis d'accroître la reconnaissance publique et politique des MNT, et a notamment débouché sur la toute première inclusion de la santé comme sujet dans les débats présidentiels, et la reconnaissance par l'ONU de son impact sur la prévention et la maîtrise des MNT. Ce travail a été soutenu par l'Alliance sur les MNT, via son programme Accelerator de l'Institut du plaidoyer (2017-2019).

Approche

En avril 2018, Mexico Salud-Hable a lancé la [plateforme en ligne #VotoSaludable](#), composée d'un site web dédié, d'une page Facebook, d'un profil Twitter et d'une chaîne YouTube lors d'un point presse. Le lancement s'est accompagné d'une campagne intensive sur les réseaux sociaux pour interroger les candidats sur leurs propositions en matière de MNT et les inviter à approuver le programme Salud-Hable. Les premiers messages sur les réseaux sociaux contenaient une accroche pour attirer le public vers les plateformes, suivie de messages orientés vers l'action sur les principaux faits, questions politiques et demandes en matière de MNT, à l'aide d'infographies attrayantes. L'alliance a demandé aux candidats d'officialiser leurs propositions concernant les MNT, puis a contrôlé, vérifié et publié les déclarations et les programmes de tous les candidats sur la plateforme afin d'informer les citoyens sur les positions des candidats en matière de MNT.

Parmi les tactiques novatrices utilisées par l'alliance, citons les suivantes :

- Remplacer les habituels forums de discussion publics en face à face avec les candidats par une campagne numérique afin d'élargir la portée des messages auprès de l'opinion publique et des candidats.
- Utiliser une plateforme numérique pour suivre les propositions des candidats sur les MNT.
- Utiliser les hashtags Twitter de manière créative pour gagner en visibilité auprès du public et des politiques, taguer les candidats dans les messages sur les réseaux sociaux et ajouter des liens vers le site de la campagne pour attirer l'attention sur le programme Salud-Hable.
- Remettre des exemplaires du programme Salud-Hable accompagnés de lettres personnalisées contenant les logos de plus de 50 organisations partenaires, directement aux bureaux de campagne des candidats et solliciter des entretiens avec ces derniers.
- Prendre des photos lors des visites des bureaux de campagne et les diffuser avec de courts communiqués de presse, et encourager les candidats à les partager lors de leurs points presse.
- Organiser des conférences de presse en faisant appel à différents porte-parole représentant différents secteurs et groupes de maladies afin d'attirer différents publics (chercheurs, professionnels de santé, OSC travaillant sur différentes MNT, personnes vivant avec des MNT et leurs principaux aidants, jeunes, militants sociaux, etc.)
- Adapter les messages aux candidats afin d'inclure des informations sur les avantages économiques et sanitaires de la lutte contre les MNT.
- Encourager la participation des électeurs à l'aide de boutons sur la plateforme qui lancent des tweets prédéfinis aux candidats afin d'obtenir des éclaircissements sur leur programme en matière de santé et de MNT, ainsi que des appels au soutien public autour des demandes de politiques autour de ces maladies.

Recommandations

Mexico Salud-Hable recommande les éléments suivants pour adapter les messages aux différents publics et choisir les tactiques appropriées :

- Encouragez la participation active d'un large éventail de parties prenantes dans la conception, l'organisation et la mise en œuvre de la campagne et de ses messages, et invitez-les à participer à des tactiques spécifiques.
- Élaborez des messages qui s'adressent à une large base de soutien, par exemple, en soulignant que les candidats ont tendance à ignorer les questions de santé parce qu'elles ne sont pas politiquement rentables.
- Proposez des ateliers de formation pour les nouveaux porte-parole afin de diversifier les messagers, et identifiez des représentants réels, crédibles et éloquentes issus de différents secteurs.
- Si les ressources sont limitées, des tactiques de campagne efficaces peuvent être mises en œuvre dans la rue pour susciter une couverture médiatique, par exemple en manifestant devant les sièges des partis politiques, dans les bureaux de campagne ou devant les bâtiments des médias.
- Utilisez des personnages, des mascottes ou des groupes de musique populaires pour attirer l'attention sur vos activités et susciter l'intérêt et la mobilisation du grand public et des médias.
- Pensez à utiliser une campagne numérique calquée sur les cycles électoraux afin de mettre en avant les préoccupations liées aux MNT directement auprès de l'électorat et des candidats.

ÉTUDE DE CAS 6

La responsabilisation comme tactique stratégique pour suivre les progrès des ODD et des MNT au Brésil

Contexte

les rapports sur l'état de la société civile (RSC) sont des outils de plaidoyer essentiels qui permettent de recueillir les points de vue de la société civile quant aux progrès réalisés dans le domaine des MNT, et de compléter et soutenir la surveillance, le suivi et les rapports du gouvernement. Les RSC contribuent à informer le public, à diffuser les résultats et à promouvoir la mise en œuvre de politiques fondées sur des données probantes. **«Les rapports alternatifs sont un moyen de faire pression sur les pouvoirs publics pour qu'ils respectent les obligations qu'ils ont contractées. Les rapports alternatifs fondés sur des données probantes peuvent alimenter des politiques publiques efficaces.»**

ACT Health Promotion au Brésil a une longue histoire de suivi des engagements du gouvernement, et son premier rapport alternatif portait sur la mise en œuvre par le pays de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac. Avec l'élargissement de sa mission au-delà de la lutte antitabac en 2014, l'alliance a commencé à surveiller les MNT par le biais des RSC. Le dernier [rapport de la société civile sur l'état des MNT au Brésil](#) a été lancé lors du 4^e Forum intersectoriel sur la lutte contre les MNT, organisé par l'Institut brésilien de santé publique en avril 2019 (après des rapports similaires élaborés en 2014, 2015 et 2017). Le rapport a examiné l'état de la prévention des MNT au Brésil à l'aide de données de surveillance de la santé recueillies entre 2011 et 2017 par le biais de VIGITEL, une enquête téléphonique annuelle du ministère de la Santé sur les facteurs de risque et la prévention, et via des entretiens avec des acteurs clés des MNT issus du gouvernement, du monde universitaire et de la société civile. Des chercheurs de l'université d'État de Rio de Janeiro et de l'Université fédérale de Santa Catarina ont contribué à l'analyse des données.

En 2017, l'alliance, en tant que cofacilitateur du groupe de travail de la société civile pour l'Agenda 2030, a également commencé à produire des rapports Spotlight annuels analysant l'état de la mise en œuvre des Objectifs de développement durable (ODD) au Brésil. Ces rapports entendent faire la lumière sur la mise en œuvre et les lacunes, et fournir des solutions possibles sur la façon d'aller de l'avant.

Impact

L'alliance reconnaît que les RSC aident à mettre en évidence les lacunes et les contretemps qui ont tendance à ne pas être signalés par les canaux officiels du gouvernement. Les rapports Spotlight sont devenus précieux car le gouvernement n'a pas encore soumis de rapports nationaux volontaires au Forum politique de haut niveau des Nations unies sur le développement durable, de sorte que le rapport de la société civile constitue la seule évaluation de la mise en œuvre des ODD dans le pays. De même, alors que le plan national brésilien pour les MNT devait prendre fin en 2022, le gouvernement l'a prolongé jusqu'en 2030, afin de s'aligner sur l'Agenda 2030, et a invité l'alliance en tant que représentant de la société civile à participer au processus d'audition et au lancement du plan révisé.

Les données de ses RSC ont également été utilisées pour renforcer ses campagnes de plaidoyer en faveur de politiques de promotion de la santé, tant au niveau national qu'au niveau régional. Il s'agit notamment de campagnes pour l'instauration de taxes sur les sodas, de l'étiquetage des aliments ultra-transformés, de l'adoption d'une loi visant à instaurer des écoles sans sodas (la campagne a suscité une grande attention de la part du public et son hashtag #EscolasSemRefrigerante est devenu une tendance sur Twitter en octobre 2019), et d'autres encore.

Recommandations pour le suivi des engagements gouvernementaux via les RSC

- **Partagez** largement les résultats du RSC avec vos réseaux et avec le gouvernement, car le partage de l'information a un effet multiplicateur qui renforce les efforts de plaidoyer.
- **Utilisez** les données du rapport dans des campagnes, des articles d'opinion, des déclarations, des événements et des actions de sensibilisation dans les médias afin d'inciter les responsables politiques à s'attaquer aux MNT.
- **Faites figurer** une série de recommandations dans les RSC, car cela renforce l'importance de la participation de la société civile aux espaces d'élaboration des politiques dans un environnement démocratique.

ÉTAPE 6

CRÉER UN PLAN DE TRAVAIL ET UN BUDGET POUR LE PLAIDOYER AUTOUR DES MNT

SYNTHÈSE

- L'élaboration d'un plan de travail et d'un budget complets vous permettra de prendre des mesures concrètes pour faire de votre plan de campagne de plaidoyer autour des MNT une réalité.

Qu'est-ce qu'un plan de travail pour le plaidoyer ?

- **Une feuille de route** avec des activités qui contribuent directement à la réalisation de vos objectifs de plaidoyer SMART.
- **Éléments à inclure** : dressez une liste avec votre but, les objectifs du plaidoyer, les activités, les cibles du plaidoyer, le calendrier, les rôles et responsabilités, les partenaires et les ressources (budget et éléments associés).
- **Finalité** : vous permet de rester sur la bonne voie pour atteindre vos buts et objectifs.
- **Établissez des priorités** : sélectionnez les sujets et les activités de plaidoyer les plus urgents, les plus pressants et les plus prioritaires, afin de rendre votre plan aussi spécifique et stratégique que possible.

Lorsque vous élaborez votre plan de travail en matière de plaidoyer, il est essentiel d'identifier également les ressources nécessaires à sa mise en œuvre, qu'il s'agisse de connaissances ou de ressources économiques. Le fait de travailler en partenariat et en alliance vous permettra de mutualiser des ressources dans lesquelles vous pourrez puiser à tous les stades de votre campagne de plaidoyer.

Lorsque vous établissez le budget de votre campagne, assurez-vous que vous disposez de fonds suffisants pour soutenir les activités prévues. Une ventilation détaillée des coûts permet d'évaluer les besoins financiers réels, ainsi que les domaines à modifier.

Cliquez ici pour accéder à d'autres ressources recommandées afin d'étoffer vos connaissances et vos compétences en matière de création d'un plan de travail et d'un budget de plaidoyer

ÉTAPE 7

DÉPLOYER LE PLAN DE PLAIDOYER

SYNTHÈSE

- Après avoir élaboré un plan de travail et un budget, évaluez le moment opportun pour lancer votre campagne de plaidoyer autour des MNT (fenêtre d'opportunité).

Facteurs à prendre en compte lors du lancement de votre plan de plaidoyer sur les MNT :¹¹

- **Timing** : sur la base de votre état des lieux, saisissez des fenêtres d'opportunité.
- **Réactivité** : être capable de réagir rapidement à l'évolution des environnements externes, des besoins et des priorités.
- **Flexibilité** : soyez ouvert à de nouvelles voies de soutien politique; soyez ouvert à l'adaptation de votre plan de plaidoyer aux changements de l'environnement et du paysage.
- **Controverse** : misez sur un débat controversé pour attirer l'attention sur votre problème ou pour choisir le moment du lancement de votre plan de plaidoyer.
- **Communication** : programmez des réunions régulières (présentielles ou virtuelles) ou des appels téléphoniques pour informer et motiver vos partenaires de plaidoyer.
- **Suivi de la couverture médiatique** : faites connaître les nouveaux développements positifs, recherchez des opportunités offertes par les articles de presse.
- **Suivi** : tenez un registre de vos succès et de vos échecs afin de tirer des enseignements de vos expériences et de permettre aux autres de faire de même.
- **Remerciements** : remerciez les décideurs politiques et les partenaires des succès obtenus.

QUESTIONS À SE POSER

- Comment et quand devriez-vous lancer votre plan de plaidoyer sur les MNT?
- Comment décider que le moment est venu ?

Facteurs pouvant mener à l'ouverture d'une fenêtre d'opportunité pour le plaidoyer :

- Un nouveau problème est défini ou un ancien problème est réexaminé.
- Une solution est développée et disponible dans la communauté politique.
- Un changement de gouvernement ou de l'humeur nationale, ou une crise se produit.
- Les contraintes potentielles sont réduites.

¹¹ Adapté de: Cancer Control: Knowledge into Action: WHO Guide for Effective Programmes: Module 6: Policy and Advocacy. Genève: Organisation mondiale de la Santé, 2008. PMID: 24716264, <https://www.who.int/cancer/FINAL-Advocacy-Module%206.pdf>

Facteurs qui influencent le succès potentiel d'une campagne de plaidoyer:¹²

- **Des mécanismes décisionnels qui fonctionnent:** les institutions législatives, juridiques et réglementaires doivent fonctionner pour que le plaidoyer soit efficace.
- **Une fenêtre d'opportunité:** des événements extérieurs créent une demande en faveur de la solution.
- **Faisabilité:** une solution viable a été élaborée avec des données justificatives et l'adhésion de la communauté.
- **Un plan de plaidoyer solide:** une stratégie de plaidoyer flexible est en place.
- **Un leadership de campagne solide:** capacité à mettre en œuvre la stratégie.
- **Des influenceurs efficaces:** les alliés peuvent influencer les décideurs.
- **Un public mobilisé:** soutien actif à la solution.
- **Champions:** des décideurs qui soutiennent la solution.
- **Une voie de mise en œuvre claire:** l'institution décisionnaire s'est engagée et a la capacité de mettre en œuvre la solution.

Cliquez ici pour accéder à d'autres ressources recommandées afin d'étoffer vos connaissances et vos compétences en matière de déploiement d'un plan de plaidoyer

Lisez l'étude de cas n° 7 pour voir comment les alliances sur les MNT adaptent leurs plans de travail lorsqu'elles sont confrontées à des changements inattendus, en utilisant les leçons tirées par la Healthy Caribbean Coalition, l'alliance tanzanienne sur les MNT et la Healthy India Alliance, qui ont rapidement adapté leurs plans de travail pour le plaidoyer en réponse aux circonstances imprévues produites par la pandémie de COVID-19.

ÉTUDE DE CAS 7

Adaptation des plans de travail pour le plaidoyer en raison de circonstances imprévues : les alliances en Inde, en Tanzanie et aux Caraïbes et l'impact de la COVID-19

Contexte

la pandémie de COVID-19 a eu un impact sur la manière dont les organisations fonctionnent et mènent leur plaidoyer. Les alliances sur les MNT dans le monde entier se sont adaptées au nouvel environnement forgé par la COVID-19, en renforçant leurs coalitions et en nouant des partenariats appropriés, en s'engageant dans des activités de plaidoyer virtuelles et en réorganisant les priorités en matière de MNT pour tenir compte des recoupements entre MNT et COVID-19.

La Healthy India Alliance (HIA), l'alliance tanzanienne sur les MNT (TNCA) et la Healthy Caribbean Coalition (HCC) ont rapidement adapté leurs plans de travail en réponse à la pandémie qui commençait en 2020. L'HIA, dans le cadre de l'initiative Notre vision, notre voix de la NCDA, a adapté son plan de plaidoyer en remplaçant les consultations prévues en face à face par des conversations communautaires virtuelles afin de créer un récit communautaire sur la COVID-19 et les MNT. La TNCA, avec le soutien du programme Accelerator sur les MNT et la CSU de l'Institut du plaidoyer de la NCDA, a dû faire face à un environnement imprévisible dû au décès de l'ancien président, le Dr John Magufuli, qui a entraîné des changements au sein du nouveau cabinet, tout en devant gérer les restrictions imposées par la COVID-19. La HCC, grâce au soutien du Fonds de solidarité pour la société civile sur les MNT et la COVID-19 de la NCDA, a lancé un nouvel agenda transformateur pour adapter sa réponse aux MNT aux réalités de la pandémie ([pour en savoir plus, cliquez ici](#)).

Projets adaptés à la COVID-19

La HCC a adapté son plan de travail pour le plaidoyer autour de ce qu'elle a appelé un nouvel agenda transformateur (TNA), en concevant un slogan pour tirer parti de l'incertitude et de l'urgence, en particulier de celles et ceux qui vivent avec des MNT : « Maintenant plus que jamais ». La HCC a décidé d'adapter la campagne de plaidoyer qu'elle avait prévue et a élaboré et lancé une stratégie régionale à long terme plaidant en faveur d'une nouvelle approche de la prévention et maîtrise des MNT, et appelant à l'intégration des MNT dans des programmes de santé plus vastes, tels que la sécurité sanitaire et la préparation aux pandémies, afin de contribuer à reconstruire en mieux pendant et après la COVID-19. La vulnérabilité des personnes vivant avec des MNT face à la COVID-19 a renforcé le message de la campagne numérique sur son TNA destinée à donner la priorité aux politiques de prévention des MNT et de protection des personnes vivant avec ces maladies, en utilisant un langage axé sur les droits et l'équité. Selon la HCC, en raison de la pandémie, le calendrier de la campagne, les publics cibles et les messages clés ont tous été modifiés pour être améliorés.

Lorsque la pandémie a empêché l'HIA d'organiser des consultations en face à face, elle s'est tournée vers l'organisation de conversations communautaires virtuelles au cours desquelles des champions formés ont été invités à créer un récit communautaire autour de la COVID-19 et des MNT, favorisant ainsi la participation significative des communautés pour reconstruire en mieux. Étant donné qu'aucun événement en présentiel n'a été programmé pendant la pandémie, la HIA a saisi l'occasion pour adapter les allocations budgétaires afin de tenir compte du temps consacré par les personnes vivant avec des MNT en tant qu'experts. Dans le même temps, l'HIA s'est engagée plus activement auprès des gouvernements infranationaux et des parties prenantes non gouvernementales afin d'exploiter les opportunités de plaidoyer local dans l'optique d'appeler à une réponse aux MNT centrée sur les personnes. Ces efforts infranationaux ont permis d'identifier

des membres potentiels et des organisations locales, offrant ainsi la possibilité d'élargir la base des membres de l'alliance.

La TNCA a dû réagir rapidement face aux changements du paysage politique et à la pandémie mondiale, en évaluant leurs implications sur son plan de travail et en prenant des précautions pour éviter de mettre ses équipes et la communauté en danger. Elle s'est appuyée sur les partenariats existants et la volonté politique qu'elle avait suscitée auprès des agences gouvernementales au fil du temps pour continuer à promouvoir la lutte contre les MNT malgré ces changements. L'alliance s'est continuellement rapprochée des décideurs, et notamment des parlementaires, pour évaluer les implications des changements politiques sur les programmes de prévention et de maîtrise des MNT, et pour continuer à se positionner comme un allié clé dans toute réponse gouvernementale. Selon l'alliance tanzanienne sur les MNT, **«si les racines sont plantées profondément dans le sol, même une mauvaise météo n'y changera rien ! De même, toute initiative liée à la communauté et à la société civile DOIT être durable, quel que soit le changement de leadership politique.»**

Recommandations

- Lorsque vous planifiez et encadrez des activités de plaidoyer, tenez compte du fait que les événements sociétaux ont un aspect politique, même si nous n'en sommes pas conscients. Même des événements qui ne sont pas ouvertement politiques (fêtes et célébrations) peuvent servir à augmenter la visibilité des MNT en tant que sujet de préoccupation pour les décideurs et les citoyens.
- Anticipez les difficultés le mieux possible et parlez avec les donateurs des assouplissements dans les délais et les budgets des subventions le plus tôt possible pour permettre une reprogrammation.
- Faites de la collaboration une priorité. Mobilisez votre réseau, vos membres et vos partenaires pour élaborer des solutions communes afin de maximiser l'impact du projet, y compris avec les décideurs politiques et les institutions.
- Évaluez les implications des nouvelles circonstances pour réévaluer les besoins et adapter les campagnes de plaidoyer à la situation actuelle, par exemple en se lançant dans des activités de plaidoyer numérique.
- Bien que des événements imprévus puissent entraîner des changements dans un plan de travail de plaidoyer, profitez de l'élan créé pour plaider en faveur des MNT dans le cadre des plans nationaux et régionaux de relance post-pandémique, et en impliquant les personnes vivant avec des MNT.

ÉTAPE 8

SUIVI ET ÉVALUATION

SYNTHÈSE¹³

- Suivez les activités de votre campagne de plaidoyer sur les MNT et évaluez vos progrès grâce au suivi, faites des ajustements si nécessaire, et évaluez vos réalisations globales en matière de plaidoyer et les leçons apprises grâce à l'évaluation.
- N'oubliez pas de célébrer les progrès et les victoires en matière de plaidoyer, ce qui aidera vos alliés et partenaires à rester mobilisés, motivés et intéressés à prendre part aux prochaines étapes de la campagne de plaidoyer ou même à de futures campagnes. Il est également important de remercier les champions et les alliés, en particulier ceux qui ont un pouvoir de décision, car ils verront ainsi les avantages de soutenir vos efforts de plaidoyer.

QUESTIONS À SE POSER :

- Que sont le suivi et l'évaluation pour le plaidoyer sur les MNT ?
- Quel est leur rôle dans les stratégies de campagne de plaidoyer autour des MNT ?
- Comment pouvez-vous partager avec d'autres les leçons que vous avez apprises ?

¹³ Le contenu de cette Étape est adapté de: Adapté de: ACTI2015 Advocacy Strategy Toolkit by Restless Development, PACT, UNAIDS, https://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/advocacy_Toolkit_en_0.pdf and Cancer Control: Knowledge into Action: WHO Guide for Effective Programmes: Module 6: Policy and Advocacy. Genève: Organisation mondiale de la Santé, 2008. PMID: 24716264 <https://www.who.int/cancer/FINAL-Advocacy-Module%206.pdf> and United Patients, "Engaging the Medical Community as Advocacy Partners, Communicating Successfully with Decision Makers and Using Data for Advocacy Purposes: A Step by Step Guide to Advocacy for Patient Groups» https://unitedpatientsacademy.org/upfiles/UnitedPatientsToolkit_4-4-2018_FINAL.pdf

Qu'est-ce que le suivi pour les campagnes de plaidoyer autour des MNT ?

- Mesure les progrès et les gains obtenus vers la réalisation des objectifs fixés et du but final de votre plaidoyer.
- Collecte systématique et continue d'informations et mesure des activités pour vérifier si la campagne se déroule comme prévu.
- Note les activités qui se déroulent bien ou non, afin de les adapter.
- Génère des données sur les tendances, afin d'évaluer les progrès dans le temps et les réalisations attribuables à vos propres efforts de plaidoyer.
- Effort continu de responsabilisation envers les alliés et les partisans de votre campagne de plaidoyer, qui peut contribuer à garantir et à accroître la qualité de votre travail.

Qu'est-ce que l'évaluation pour les campagnes de plaidoyer autour des MNT ?

- **Évalue** : les résultats globaux et les enseignements tirés.
- **Juge** : la qualité et l'impact des activités.
- **Mesure** : le degré de réussite et les progrès accomplis vers la réalisation des objectifs.
- **Évaluation du processus** : pourquoi certaines activités se sont-elles bien déroulées ? Pourquoi d'autres non ? Évalue la façon dont vous avez travaillé.
- **Évaluation de l'impact** : pourquoi certaines activités ont-elles eu l'impact que vous recherchez ? Pourquoi d'autres non ? Évalue ce qui a changé.

Que faut-il mesurer en matière de plaidoyer ?

- **Gains de plaidoyer :** les résultats fondamentaux qui sont essentiels au plaidoyer, mais qui ne seraient pas considérés comme des gains, dont entre autres l'établissement de l'ordre du jour et la création d'un soutien en faveur de changements de politique (par exemple, le cadrage des questions et la hiérarchisation des options politiques, le développement et la diffusion des messages politiques, le recrutement de nouveaux champions).
- **Victoires en matière de plaidoyer :** principalement l'adoption d'une politique comme résultat final du plaidoyer (législatif, judiciaire ou administratif).

Quels sont les indicateurs de performance ou les objectifs ?

- Variables ayant des caractéristiques de qualité, de quantité et de temps.
- Mesures directes ou indirectes des changements dans une situation sanitaire.
- Contribuent à évaluer le degré de réalisation de vos objectifs
- Fournissent une base pour l'élaboration de plans d'amélioration
- **Exemples :** nombre et type de déclarations de soutien faites par les décideurs politiques ; nombre de porte-parole formés ; nombre d'articles dans les médias ; augmentation du niveau de financement de votre sujet dans le budget du gouvernement ; nombre de personnes ayant une expérience directe impliquées de manière significative dans la prise de décision.

Types de méthodes de suivi :

- **Enregistrement :** répertoriez les réunions et les communications avec les cibles.
- **Traçage :** notez quand les publics cibles utilisent vos messages de plaidoyer.
- **Enquêtes et entretiens :** déterminez l'impact de vos activités et la reconnaissance qu'elles ont reçue.
- **Suivi des médias :** suivez la couverture de votre sujet.

Quelques conseils en matière de suivi et d'évaluation ¹⁴

- Assurez-vous que vos objectifs de plaidoyer sont SMART (voir Étape 2 - Sélectionner le sujet prioritaire, les buts et les objectifs).
- Recueillir des preuves en cours de route pour évaluer les progrès réalisés à l'aune des indicateurs sélectionnés.
- Affinez la stratégie au fur et à mesure, en fonction des progrès réalisés.
- Prévoyez du temps dans votre plan de plaidoyer pour un examen de mi-campagne, afin d'évaluer les résultats des activités, de réviser votre stratégie et d'adapter vos approches si nécessaire.
- Effectuez un bilan de fin de campagne pour évaluer les activités du début à la fin.
- Lorsque vous suivez vos progrès, restez concentré sur votre but général et vos objectifs.
- Envisagez de travailler avec de nouveaux partenaires ou de changer de décideurs ou de tactique si vous ne progressez pas.

Comment pouvez-vous partager les enseignements que vous avez tirés ?¹⁵

Rédigez les résultats de votre campagne de plaidoyer sur les MNT, en tenant compte des points suivants :

- **Attentes** : que pensiez-vous qu'il allait se passer avec la campagne ?
- **Réalité** : que s'est-il réellement passé ?
- **Réalisations** : en quoi la campagne a-t-elle bien fonctionné ? Pourquoi ?
- **La suite** : que faut-il poursuivre à l'avenir ?
- **Défis** : en quoi la campagne a-t-elle mal fonctionné ? Pourquoi ?
- **Améliorations** : que pourriez-vous faire pour améliorer l'approche à l'avenir ?
- **Recommandations** : quels conseils donneriez-vous à d'autres personnes souhaitant mener une campagne similaire dans un contexte différent ?

Cliquez ici pour accéder à d'autres ressources recommandées afin d'étoffer vos connaissances et vos compétences en matière de suivi et d'évaluation de vos efforts de plaidoyer

¹⁵ Adapté de : ACT!2015 Advocacy Strategy Toolkit par Restless Development, PACTE, ONUSIDA , https://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/advocacy_Toolkit_en_0.pdf

Liste de ressources

Liens vers une sélection de ressources de la NCDA sur les MNT, la CSU et la COVID-19 :

- Agenda mondial des MNT pour la résilience et la reprise post-COVID-19
- Atlas des MNT - Réduisons les écarts en matière de MNT grâce à l'action de la société civile: initiatives des alliances nationales et régionales sur les MNT
- Réduisons les écarts en matière de MNT: des promesses mondiales aux progrès locaux - Document de travail
- La protection de tous: intégration des maladies non transmissibles à la couverture sanitaire universelle au temps de la COVID-19
- Aménager les systèmes de santé de l'avenir: études de cas et recommandations pour une prise en charge intégrée des MNT
- Agenda du plaidoyer des personnes vivant avec des MNT
- Note d'information: impacts de la COVID-19 sur les personnes vivant avec des MNT
- Cliquez ici pour consulter l'annexe «**Éléments à prendre en considération selon le public visé**» de la publication de l'Organisation mondiale de la santé, Halte à l'épidémie mondiale de maladies chroniques: guide pratique pour une sensibilisation réussie. ISBN 92 4 159446 2, ISBN 978 92 4 159446 2. Genève: OMS; 2006, page 51.
- Cliquez ici pour consulter l'annexe «**Messages de l'OMS susceptibles d'être adaptés à des publics spécifiques**» de la publication de l'Organisation mondiale de la santé, Halte à l'épidémie mondiale de maladies chroniques: guide pratique pour une sensibilisation réussie. ISBN 92 4 159446 2, ISBN 978 92 4 159446 2. Genève: OMS; 2006, page 52.
- Cliquez ici pour consulter l'annexe «**Éventuels porteurs du message en fonction du public cible**» de la publication de l'Organisation mondiale de la santé, Halte à l'épidémie mondiale de maladies chroniques: guide pratique pour une sensibilisation réussie. ISBN 92 4 159446 2, ISBN 978 92 4 159446 2. Genève: OMS; 2006, page 55.
- Cliquez ici pour consulter le «**Modèle de l'OMS pour choisir d'éventuelles méthodes de plaidoyer**» dans la publication de l'Organisation mondiale de la santé, Cancer Control: Knowledge into Action: WHO Guide for Effective Programmes: Module 6: Policy and Advocacy. Genève: Organisation mondiale de la santé; 2008, page 30.

- Cliquez ici pour consulter la « **Cartographie échantillon d'OSC des MNT : cartographie des Organisations de la société civile des MNT dans la région OMS de l'Asie du Sud-Est** » dans le Guide pratique de mise en place d'alliances nationales et régionales efficaces sur les MNT de l'Alliance sur les MNT.
- Cliquez ici pour consulter « **Démontrer le bien-fondé des partenariats** » dans le Guide pratique de mise en place d'alliances nationales et régionales efficaces sur les MNT de l'Alliance sur les MNT.
- Cliquez ici pour consulter la « **Matrice d'évaluation des parties prenantes** » dans le Guide pratique de mise en place d'alliances nationales et régionales efficaces sur les MNT de l'Alliance sur les MNT.
- Cliquez ici pour consulter « **Partner Tracker** » dans la publication de l'ONUSIDA, ACT!2015 Advocacy Strategy Toolkit by Restless Development. PACTE, ONUSIDA, page 38.

- Cliquez ici pour consulter « **Our Activity Budget Template** » dans la publication de l'ONUSIDA, ACT!2015 Advocacy Strategy Toolkit par Restless Development. PACT, ONUSIDA, page 83.
- Cliquez ici pour consulter l'exemple de « **Plan de travail de la Healthy India Alliance** » dans le Guide pratique de mise en place d'alliances nationales et régionales efficaces sur les MNT de l'Alliance sur les MNT.

Liste d'outils

OUTIL 1

Questions pour évaluer l'environnement juridique et politique des MNT¹

Instructions : examinez les questions de la colonne de gauche et écrivez vos réponses dans la colonne de droite.

QUESTIONS	RÉPONSES
Qui est responsable des MNT au ministère de la Santé ?	
Quels lois, politiques, programmes et directives relatifs aux maladies non transmissibles existe-t-il actuellement ? Sont-ils complets, intégrés et de bonne qualité ? Sont-ils financés et mis en œuvre ?	
Existe-t-il un mécanisme multisectoriel pour les MNT ? Quelles sont les possibilités de mobilisation de la société civile dans les processus décisionnels ?	
Quels objectifs, cibles et indicateurs liés aux MNT le gouvernement suit-il actuellement ?	
Existe-t-il un système de surveillance national permettant de suivre les facteurs de risque liés aux MNT ?	
Quelle est le niveau de mobilisation de votre ministère de la Santé en terme de prévention et de maîtrise des MNT ?	
Quel est le niveau de mobilisation ou d'intérêt des autres ministères et organismes gouvernementaux concernés en terme de prévention et de maîtrise des MNT ?	
Qui finance la prévention et la maîtrise des MNT dans votre région ?	
Quel est le montant des financements disponibles pour la prévention et la maîtrise des MNT et à quoi sont-ils principalement consacrés ?	
Quel est le niveau de sensibilisation de la population aux MNT ?	
Parmi les responsables gouvernementaux, les personnes influentes, les organisations et le public en général, quel est le niveau de compréhension et de mobilisation en faveur d'une prévention et d'une maîtrise globales des MNT ?	
Quelles sont les activités de plaidoyer actuellement en cours, et quelles sont les organisations et les personnes impliquées ? Quels sont leurs buts, objectifs et publics cibles ? Quel a été leur impact à ce jour ?	
Quels sont les obstacles et les opportunités en matière de plaidoyer ?	

¹ Adapté de United Patients, "Engaging the Medical Community as Advocacy Partners, Communicating Successfully with Decision Makers and Using Data for Advocacy Purposes: A Step by Step Guide to Advocacy for Patient Groups," https://unitedpatientsacademy.org/upfiles/UnitedPatientsOutilkit_4-4-2018_FINAL.pdf

OUTIL 2

Avantages et inconvénients de certaines sources de données pour le plaidoyer autour des MNT¹

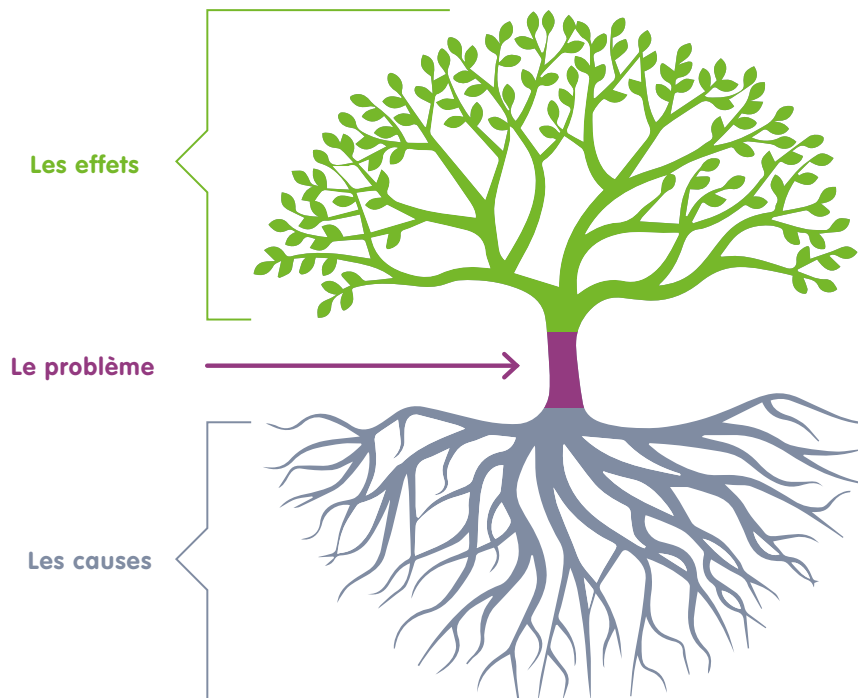
Type de données	Avantages	Inconvénients
Statistiques nationales (registres par exemple)	<ul style="list-style-type: none"> → Comparables, peuvent indiquer des tendances 	<ul style="list-style-type: none"> → Pas toujours fiables car sous-déclarées, etc. → N'abordent pas les causes profondes des problèmes
Statistiques nationales et régionales provenant d'organismes mondiaux (OMS par exemple).	<ul style="list-style-type: none"> → Sources respectées et neutres → Faciles à obtenir 	<ul style="list-style-type: none"> → Fournissent une vue d'ensemble, mais n'expliquent pas les causes profondes. → Les résultats sont parfois présentés dans des rapports techniques et volumineux.
Groupes de discussion	<ul style="list-style-type: none"> → Peuvent établir un contact avec les participants permettant d'obtenir des éclairages utiles → Peuvent permettre de comprendre les comportements, les perceptions et les motivations. 	<ul style="list-style-type: none"> → La petite taille des échantillons rend difficile toute généralisation → La conduite et l'analyse prennent parfois beaucoup de temps
Entretiens en profondeur	<ul style="list-style-type: none"> → Fournissent une base statistique → Fournissent des informations sur le comportement → Peuvent provenir d'une institution respectée (une université par exemple). 	<ul style="list-style-type: none"> → La transcription, l'organisation, l'analyse et la rédaction de rapports prennent du temps. → Parfois coûteux → Nécessité d'éviter un biais dans la sélection des participants
Enquêtes	<ul style="list-style-type: none"> → Provides statistical baseline → Provides behavioural information → May be from respected institution (e.g., University) 	<ul style="list-style-type: none"> → Les résultats peuvent faire l'objet d'interprétations très divergentes. → Le niveau de détail peut être limité par des questions fermées.
Rapports ou enquêtes sur les cliniques ou projets locaux	<ul style="list-style-type: none"> → Peuvent faire ressortir des tendances → Fournissent des informations sur les services aux patients 	<ul style="list-style-type: none"> → Peuvent être sujets à des erreurs de collecte et d'analyse → Parfois coûteux

OUTIL 3

Arbre à problèmes : Comprendre les problèmes, les causes et les effets

Instructions

Choisissez le principal problème lié aux MNT que vous avez identifié dans votre analyse générale. L'exercice de l'arbre à problèmes vous aidera à le décomposer, et facilitera la discussion afin de co-créer des priorités de plaidoyer. Créez un arbre à problèmes en inscrivant le problème central à analyser dans le tronc (écrivez-le au centre d'un tableau papier). Dressez ensuite la liste des causes en demandant «pourquoi?» afin d'identifier les différentes causes du problème et les causes des causes. Écrivez-les sur des notes autocollantes et collez-les sur les racines de l'arbre au bas du tableau papier. Dressez ensuite la liste des effets ou des conséquences du problème, en les inscrivant sur des notes autocollantes et en les collant sur les branches de l'arbre en haut du tableau papier. Après avoir dessiné votre arbre, examinez les causes profondes de votre problème et identifiez les domaines dans lesquels un plaidoyer est nécessaire. Posez-vous les questions suivantes : Quelles causes de ce problème peuvent être traitées par le plaidoyer ? Quelle cause et quelle action de plaidoyer allez-vous privilégier et pourquoi ? Étudiez ensuite les branches de l'arbre - les effets ou les conséquences du problème principal. Posez-vous les questions suivantes : Si une cause profonde du tronc est résolue par le plaidoyer, en quoi cela va-t-il changer les branches ? Les effets ou les conséquences du problème montrent-ils quelles parties prenantes pourraient éventuellement être intéressées par votre travail de plaidoyer ? Une fois que vous avez terminé votre arbre à problèmes, vous pouvez le transformer en arbre à solutions, où vous reformulez vos causes profondes en solutions et les conséquences en résultats.



OUTIL 4

Liste de contrôle pour sélectionner/prioriser un sujet de plaidoyer autour des MNT¹

Instructions: prenez un sujet de plaidoyer éventuel et examinez les critères énumérés dans la colonne de gauche en répondant aux questions énumérées dans la deuxième colonne. Sur la base de vos réponses, évaluez chaque critère comme élevé, moyen ou faible, en fonction de votre réponse. Par exemple, pour le critère « Données » ci-dessous, si vous avez accès à de nombreuses données démontrant l'étendue du problème, sélectionnez « élevé » pour cette question particulière. Dans la troisième colonne, notez les raisons pour lesquelles vous avez sélectionné ou rejeté une question. Lors de la sélection d'un sujet de plaidoyer, réfléchissez au niveau de motivation et de préparation de votre organisation pour s'engager sur ce sujet, à son adéquation avec l'environnement politique, social et économique actuel, ainsi qu'à son impact et ses avantages potentiels.

Critères	Question	Raison de la sélection	Élevé, moyen, faible
Données :	Avez-vous accès à des données qui démontrent l'ampleur du problème ? Les données montrent-elles que la solution proposée entraînera des améliorations ?		
Portée :	Le problème concerne-t-il beaucoup de personnes ? Est-ce que suffisamment de personnes se sentent concernées pour agir ?		
Compréhensibilité :	Le problème est-il facile à comprendre et à expliquer ? Êtes-vous capable de formuler le problème de manière à ce que les gens le comprennent et en comprennent la solution ?		
Spécificité :	La nature du changement de politique requis est-elle claire et très spécifique ?		
Ressources :	Serez-vous en mesure de lever suffisamment de fonds pour accompagner le travail sur cette question ? Les gens s'intéressent-ils suffisamment à la question pour faire des dons ?		
Cibles :	Êtes-vous en mesure d'identifier clairement les principaux décideurs (individus) pour traiter cette question ? Avez-vous leurs noms et leurs coordonnées ?		
Réseaux :	Avez-vous noué des alliances avec d'autres parties prenantes ou personnes clés autour de cette problématique ?		

¹ Adapté de : (a) CEDPA Advocacy Training Manuals – « Advocacy: Building Skills for NGO Leaders » et « Social Mobilization for Reproductive Health, A Trainer's Manual », de ACS and Midwest Academy, ACS Direct Action Trainers Manual, 4ème édition, février 2008, « Choosing Problems and Issues », pp. 6-11, https://unitedpatientsacademy.org/upfiles/UnitedPatientsToolkit_4-4-2018_FINAL.pdf et https://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/advocacy_toolkit_en_0.pdf; et de (b) ACT!2015 Advocacy Strategy Toolkit par Restless Development, PACTE, ONUSIDA https://www.unaids.org/sites/default/files/media_asset/advocacy_toolkit_en_0.pdf

OUTIL 4

Liste de contrôle pour sélectionner/prioriser un sujet de plaidoyer autour des MNT¹

Valeurs :	Le sujet reflète-t-il la déclaration de mission et les valeurs de votre organisation ou alliance ?		
Potentiel de réussite :	La question et sa solution proposée sont-elles réalisables et gagnables dans le climat politique, social et économique actuel ? Quelle en est la probabilité ?		
L'avenir :	Le travail sur cette question a-t-il le potentiel de créer un élan pour de futures campagnes ?		
Mobilisation :	Les gens se sentent-ils suffisamment concernés par le problème pour agir ?		
Participation :	Le sujet offre-t-il la possibilité d'une participation significative des personnes vivant avec des MNT et reflète-t-il leur vécu ? Offre-t-elle l'occasion de mobiliser la communauté locale ?		
Partenariat :	Y a-t-il des possibilités pour que de nombreux secteurs de la société civile s'impliquent autour de cette question ? Avez-vous le potentiel pour tisser des partenariats solides ?		
Niveau d'effort requis :	Combien de personnes devront travailler sur la campagne ? Combien de temps sera-t-il nécessaire pour réussir ?		
Niveau de soutien public :	Dans quelle mesure le public soutient-il cette question ? Attire-t-elle un large public ?		
Niveau de soutien du décideur :	Dans quelle mesure les principaux décideurs soutiennent-ils cette question ?		

OUTIL 5

Fiche pour définir les sujets, les buts et les objectifs du plaidoyer¹

Instructions

1) Indiquez votre sujet de plaidoyer en haut du tableau.

Exemple : Sujet de plaidoyer : plaider pour l'inclusion de services spécifiques aux MNT qui sont actuellement exclus du paquet de prestations de la CSU.

2) Inscrivez votre but de plaidoyer dans la case du tableau ci-dessous.

Sur la base de votre sujet de plaidoyer identifié ci-dessus, énoncez un but clair à long terme et des objectifs SMART (spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et limités dans le temps) qui vous aideront à guider votre travail de plaidoyer dès le début. Le reste de votre plan de plaidoyer devrait ensuite être conçu pour atteindre votre but et vos objectifs. Pour identifier votre but et vos objectifs, gardez à l'esprit la question suivante : « *Quelles sont les politiques que vous voulez influencer ou les actions que vous voulez mettre en œuvre ?* ».

Votre but doit être le changement à long terme que vous essayez d'obtenir.

Exemple : But : prévenir les dépenses de santé catastrophiques pour les personnes vivant avec des MNT en leur permettant d'accéder aux services de santé, aux médicaments et aux soins dont elles ont besoin dans mon pays.

3) **Dressez à présent la liste de vos trois principaux objectifs de plaidoyer et inscrivez-les dans le tableau ci-dessous. Pour chaque objectif de plaidoyer listé, utilisez la liste de contrôle fournie dans la troisième colonne pour évaluer si votre objectif est SMART. Si nécessaire, reformulez un objectif pour le rendre SMART.**

Prenez le temps de fixer des objectifs clairs et spécifiques qui constituent des étapes progressives vers le but à long terme. S'ils sont bien définis et spécifiques, votre travail gagnera en efficacité. Les objectifs SMART doivent être :

- Ambitieux, mais réalistes et réalisables (ceci est indispensable pour l'efficacité et vous permet de poursuivre sur votre lancée et de garder le moral)
- Adaptés à votre contexte personnel
- Progressifs et novateurs (soyez créatif !)

Exemples d'objectifs SMART :

- *Obtenir l'adoption par le Parlement d'un paquet fiscal sur l'alcool et le tabac pour financer la couverture sanitaire universelle d'ici octobre 2022.*
- *D'ici la deuxième année du mandat, faire en sorte que le ministère de la Santé adopte une nouvelle stratégie nationale et pluriannuelle chiffrée en matière de MNT, assortie d'objectifs clairs et mesurables.*

OUTIL 5

Fiche pour définir les sujets, les buts et les objectifs du plaidoyer

Votre sujet de plaidoyer

Votre but de plaidoyer	Vos objectifs de plaidoyer	Liste de contrôle										
	1.	<table border="1"> <tr> <td>Spécifique</td> <td>Avez-vous énoncé clairement ce que vous voulez accomplir ?</td> </tr> <tr> <td>Mesurable</td> <td>Êtes-vous en mesure de suivre le changement et de contrôler les progrès ?</td> </tr> <tr> <td>Réalisable</td> <td>Cet objectif peut-il être atteint dans les délais prévus ?</td> </tr> <tr> <td>Réaliste</td> <td>Est-il réalisable ?</td> </tr> <tr> <td>Limité dans le temps</td> <td>Quand voulez-vous atteindre cet objectif ?</td> </tr> </table>	Spécifique	Avez-vous énoncé clairement ce que vous voulez accomplir ?	Mesurable	Êtes-vous en mesure de suivre le changement et de contrôler les progrès ?	Réalisable	Cet objectif peut-il être atteint dans les délais prévus ?	Réaliste	Est-il réalisable ?	Limité dans le temps	Quand voulez-vous atteindre cet objectif ?
Spécifique	Avez-vous énoncé clairement ce que vous voulez accomplir ?											
Mesurable	Êtes-vous en mesure de suivre le changement et de contrôler les progrès ?											
Réalisable	Cet objectif peut-il être atteint dans les délais prévus ?											
Réaliste	Est-il réalisable ?											
Limité dans le temps	Quand voulez-vous atteindre cet objectif ?											
	2.	<table border="1"> <tr> <td>Spécifique</td> <td>Avez-vous énoncé clairement ce que vous voulez accomplir ?</td> </tr> <tr> <td>Mesurable</td> <td>Êtes-vous en mesure de suivre le changement et de contrôler les progrès ?</td> </tr> <tr> <td>Réalisable</td> <td>Cet objectif peut-il être atteint dans les délais prévus ?</td> </tr> <tr> <td>Réaliste</td> <td>Est-il réalisable ?</td> </tr> <tr> <td>Limité dans le temps</td> <td>Quand voulez-vous atteindre cet objectif ?</td> </tr> </table>	Spécifique	Avez-vous énoncé clairement ce que vous voulez accomplir ?	Mesurable	Êtes-vous en mesure de suivre le changement et de contrôler les progrès ?	Réalisable	Cet objectif peut-il être atteint dans les délais prévus ?	Réaliste	Est-il réalisable ?	Limité dans le temps	Quand voulez-vous atteindre cet objectif ?
Spécifique	Avez-vous énoncé clairement ce que vous voulez accomplir ?											
Mesurable	Êtes-vous en mesure de suivre le changement et de contrôler les progrès ?											
Réalisable	Cet objectif peut-il être atteint dans les délais prévus ?											
Réaliste	Est-il réalisable ?											
Limité dans le temps	Quand voulez-vous atteindre cet objectif ?											
	3.	<table border="1"> <tr> <td>Spécifique</td> <td>Avez-vous énoncé clairement ce que vous voulez accomplir ?</td> </tr> <tr> <td>Mesurable</td> <td>Êtes-vous en mesure de suivre le changement et de contrôler les progrès ?</td> </tr> <tr> <td>Réalisable</td> <td>Cet objectif peut-il être atteint dans les délais prévus ?</td> </tr> <tr> <td>Réaliste</td> <td>Est-il réalisable ?</td> </tr> <tr> <td>Limité dans le temps</td> <td>Quand voulez-vous atteindre cet objectif ?</td> </tr> </table>	Spécifique	Avez-vous énoncé clairement ce que vous voulez accomplir ?	Mesurable	Êtes-vous en mesure de suivre le changement et de contrôler les progrès ?	Réalisable	Cet objectif peut-il être atteint dans les délais prévus ?	Réaliste	Est-il réalisable ?	Limité dans le temps	Quand voulez-vous atteindre cet objectif ?
Spécifique	Avez-vous énoncé clairement ce que vous voulez accomplir ?											
Mesurable	Êtes-vous en mesure de suivre le changement et de contrôler les progrès ?											
Réalisable	Cet objectif peut-il être atteint dans les délais prévus ?											
Réaliste	Est-il réalisable ?											
Limité dans le temps	Quand voulez-vous atteindre cet objectif ?											

OUTIL 6

Guide de poche sur la cartographie politique

Guide de poche de l'Institut du plaidoyer de l'Alliance sur les MNT : CARTOGRAPHIE POLITIQUE

QUOI ?

La cartographie politique est un élément clé d'une campagne de plaidoyer stratégique, qui vous aide à identifier les publics et les cibles politiques, ainsi que leur niveau de pouvoir. Ce sont les principales parties prenantes qui peuvent vous aider à atteindre votre objectif politique, ou qui ont une influence sur cet objectif.

**Qui a le pouvoir de donner
ce que vous voulez ?**

FINALITÉ ?

La cartographie politique permet de créer un profil des décideurs cibles, avec leur niveau de pouvoir, leur position et leurs intérêts qui sont pertinents au regard de votre objectif politique.

Elle vous aide à identifier vos champions et alliés, et même vos adversaires. Elle fournit des informations pour sélectionner vos tactiques de plaidoyer et pour développer et adapter des messages de plaidoyer efficaces. Il s'agit d'une cartographie dynamique qui doit être révisée et mise à jour tout au long de votre stratégie de plaidoyer, d'autant plus que les cibles peuvent changer de position au fil du temps.

ANALYSE DES CIBLES DE PLAIDOYER

Il est nécessaire d'identifier les cibles principales (décideurs clés) et les cibles secondaires (personnes influentes) :

La cartographie politique est un élément clé d'une campagne de plaidoyer stratégique, qui vous aide à identifier les publics et les cibles politiques, ainsi que leur niveau de pouvoir. Ce sont les principales parties prenantes qui peuvent vous aider à atteindre votre objectif politique, ou qui ont une influence sur cet objectif.

CIBLES PRINCIPALES

Les décideurs (toujours une personne!) ayant une autorité directe pour décider du résultat de votre objectif de plaidoyer. Ils sont responsables de l'approbation des changements politiques et juridiques, ou de l'allocation des ressources (chefs d'État et de gouvernement, ministères ou parlementaires par exemple).

CIBLES SECONDAIRES

Individus ou groupes qui influencent les points de vue, les décisions et les actions des cibles principales, et qui peuvent être à l'intérieur des cercles politiques (par exemple, conseillers ou collègues ministres) ou à l'extérieur de ces cercles (par exemple, premières dames, médias, collègues, parents).

OUTIL 6

Guide de poche sur la cartographie politique

MATRICE DE CARTOGRAPHIE POLITIQUE

Une classification de base de vos cibles principales et secondaires comprend :

Secteur	Rôle	Niveau de pouvoir	Position	Votre niveau d'influence sur la cible
- Public (exécutif, législatif, judiciaire) - Social - Privé	- Ministre de la Santé	- Élevé	- Opposition (forte, moyenne, faible)	- Élevé
	- Députés	- Moyen	- Neutre	- Moyen
	- Présentateur média	- Faible	- Soutien (élevé, moyen, faible)	- Faible
	- Première Dame			
	- Autres			

Il faut toujours penser au-delà des acteurs habituels des MNT et de la santé !

Questions clés de la cartographie politique

- Quelles sont les principales personnalités politiques qui influencent votre objectif politique ?
- Quels sont leurs profils et leurs principales activités/domaines de travail liés à votre objectif politique ?
- Pouvez-vous identifier leur position et leur pouvoir sur votre objectif politique ?
- Pouvez-vous identifier leurs forces et leurs faiblesses en tant que cibles de plaidoyer ?
- Les considéreriez-vous comme alliés, opposants ou neutres par rapport à votre objectif politique ?

Matrice d'évaluation politique pour une stratégie de plaidoyer

Instructions :

- Pour chaque objectif du plan de plaidoyer, définissez votre cible de plaidoyer principale. Pour chaque cible, identifiez les individus ou les groupes susceptibles d'influencer cette cible.
- Si une cible clé de plaidoyer n'est pas directement accessible, il peut s'avérer nécessaire de passer par d'autres personnes (cibles secondaires) pour atteindre le décideur clé.
- Tenez compte de leur position sur votre sujet de plaidoyer, de leurs motivations et de leurs intérêts, ainsi que du contenu et du format du message nécessaire pour les persuader.

OUTIL 6

Guide de poche sur la cartographie politique

Une matrice politique étendue peut être aussi spécifique que nécessaire, mais doit tenir compte des éléments suivants :

Nom	Secteur	Rôle	Formation académique	Expérience			Niveau de pouvoir			Position			Autre	Coordonnées
				Santé	Politique	Secteur privé	Élevé	Moyen	Faible	Opposition (élevée, moyenne, faible)	Neutre	Soutien (élevé, moyen, faible)		

D'autres éléments de la matrice pourraient inclure : la familiarisation avec votre organisation/alliance ; la connaissance de votre objectif politique ; les avantages et les risques potentiels pour votre cible si elle soutient votre objectif politique..

OUTIL 7

Modèle de plan de travail pour le plaidoyer

Instructions : Pour chaque objectif de votre but, remplissez la matrice ci-dessous pour créer votre plan de travail de plaidoyer. Ajoutez des lignes supplémentaires si nécessaire, en fonction du nombre de vos objectifs et activités.

But :

Objectif SMART 1 :

Indicateurs de réussite :

Obstacles/opposants éventuels et mesures d'atténuation :

Activité	Partenaires/alliés	Public cible	Personne responsable	Calendrier/échéancier	Ressources nécessaires
1.1					
1.2					

Objectif SMART 2 :

Indicateurs de réussite :

Obstacles/opposants éventuels et mesures d'atténuation :

Activité	Partenaires/alliés	Public cible	Personne responsable	Calendrier/échéancier	Ressources nécessaires
2.1					
2.2					

OUTIL 8

Modèle de suivi du plaidoyer

Instructions : après avoir mené à bien une campagne de plaidoyer, remplissez le tableau pour garder une trace de vos campagnes, de vos réussites (indicateurs de réussite) et des enseignements tirés.

Remarque : suivez vos réussites en termes d'indicateurs de processus et de gains et victoires en matière de plaidoyer, comme décrit ci-dessous.

Évaluation du processus

pourquoi certaines activités se sont-elles bien déroulées? Pourquoi d'autres non? Permet d'évaluer **la façon dont vous avez travaillé.**

Exemple d'indicateur de processus : nombre de réunions tenues avec des décideurs.

Évaluation de l'impact

identifiez les gains et les victoires en matière de plaidoyer. Pourquoi certaines activités ont-elles eu l'impact que vous souhaitiez? Pourquoi d'autres non? Permet d'évaluer **ce qui a changé.**

Exemple de victoire en matière de plaidoyer : le ministère de la Santé a approuvé une politique visant à étendre les avantages liés aux MNT au régime de la CSU.

Objectif du plaidoyer	Indicateur	Réussites en matière de plaidoyer			Détails	Enseignements tirés
		Processus	Gain de plaidoyer	Victoire en matière de plaidoyer		