# Modèle d’élaboration de stratégie de plaidoyer : planifier pour changer la politique du DMPA-SC

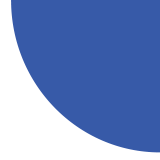
|  |
| --- |
| **Structure en 10 parties d’une stratégie de plaidoyer politique** |
| 1. Thème du plaidoyer  2. But du plaidoyer  3. Décideurs et influenceurs  4. Principaux intérêts des décideurs  5. Opposition et obstacles au plaidoyer  6. Atouts et lacunes du plaidoyer  7. Partenaires du plaidoyer  8. Tactiques de plaidoyer  9. Messages du plaidoyer  10. Plan de mesure des résultats |

Le plaidoyer politique joue un rôle important dans l’effort déployé pour assurer que les politiques et financements de votre pays soutiennent un large éventail de méthodes contraceptives, y compris les nouvelles options telles que le DMPA-SC. Les méthodes d'influence des politiques sont nombreuses et les ressources disponibles pour les mettre en œuvre, généralement limitées. Aussi PATH a-t-elle défini une structure en 10 parties qui aident les intervenants individuels et les organisations à élaborer une stratégie de plaidoyer particulièrement efficace et ciblée sur le résultat.

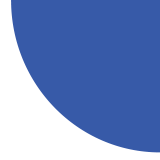
Le plaidoyer politique est un processus délibéré dont l’efficacité dépend d'une bonne planification, sans rien laisser au hasard. Il importe d’élaborer une stratégie du plaidoyer qui définisse clairement le but et les objectifs poursuivis, qui identifie les décideurs dotés du pouvoir de changer les choses et qui formule une solution politique à base factuelle. Cette stratégie doit aussi identifier les principaux intérêts des décideurs et s’en inspirer pour élaborer des messages et tactiques de plaidoyer utiles, qui les informent et les poussent à agir.

Les responsables de la mise en œuvre des programmes, les professionnels de la santé, les dirigeants du secteur privé, les chercheurs et les membres de la société civile ont chacun un rôle crucial à jouer dans le plaidoyer. La structure et ses 10 parties, avec feuilles d’exercice correspondant à chacune, est accessible en ligne dans le [cahier d’exercices pour l’élaboration d'une stratégie de sensibilisation politique](https://path.azureedge.net/media/documents/Advocacy_Impact_Participants_Workbook_Final_JPL.pdf). Le modèle ci-dessous en présente un résumé pratique pour vous aider à identifier vos buts et objectifs de plaidoyer, les décideurs, vos partenaires et les autres éléments essentiels de votre stratégie.

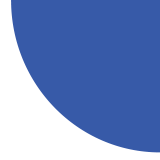
|  |
| --- |
| **But et objectifs** |
| Au cœur de la stratégie, le **but du plaidoyer** décrit le changement de politique ou le résultat politique global recherché. Quatre éléments entrent ici en jeu : **qui**, **quoi**, **comment** et **quand.** Le **qui** représente l’institution dotée du pouvoir de décision, qui pourra donc opérer le changement ; le **quoi** représente le changement désiré ; le **comment**, la manière dont le changement sera accompli (soit, le véhicule politique que le décideur peut utiliser) et le **quand**, le moment où le changement devrait être opéré.  Par exemple : Le ministère de la santé doit approuver l'inscription de l’auto-administration du DMPA-SC dans les directives cliniques nationales pour permettre le passage à l’échelle nationale du programme d’auto-administration d’ici décembre 2020.  Les **objectifs du plaidoyer** sont les étapes intermédiaires nécessaires qui permettront d’atteindre le but global visé, axées sur ce que les résultats du plaidoyer cherchent à accomplir. Définissez-les comme les mesures que vos décideurs, influenceurs ou intervenants clés pourraient prendre pour démontrer leur volonté de changement.  Par exemple : Le département de la santé reproductive forme un groupe de plaidoyer pour l’auto-administration à rôle consultatif appelé à fournir une orientation stratégique au ministère de la santé et aux partenaires de mise en œuvre d’ici novembre 2019. |
| **But du plaidoyer** |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ va \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ pour assurer  **(QUI) (COMMENT)**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ par \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.  **(QUOI) (QUAND)** |
| **Objectifs secondaires** |
| 1)  2)  3) |

****

|  |  |
| --- | --- |
| **Décideurs et influenceurs** | |
| Les **décideurs** ont le pouvoir de vous donner ce que vous voulez : il leur revient d’approuver ou de rejeter votre « but de plaidoyer ». Les catégories de décideurs comprennent souvent les représentants ministériels, les parlementaires ou les membres des comités sanitaires de district, notamment. Il vous faudra souvent persuader les décideurs de tous les secteurs et niveaux de gouvernance pour obtenir le changement désiré, même si l’ultime autorité d’agir n’appartient qu'à une seule institution.  Les **influenceurs** sont les personnes ou les groupes qui peuvent exercer une influence considérable sur les actes, l'opinion ou la conduite des décideurs. Les principales catégories d'influenceurs peuvent inclure, sans s'y limiter, les représentants d’associations professionnelles ou commerciales, les hauts représentants de la société civile, les sommités universitaires, les journalistes, les groupes d’action communautaire, les célébrités ou les institutions de recherche.  Ces groupes forment, ensemble, les principales cibles de votre stratégie du plaidoyer. Il peut être utile d'identifier les décideurs et les influenceurs pour chacun des objectifs définis ci-dessus. N'oubliez pas qu'il est toujours bon d’être précis : indiquez dans la mesure du possible les nom et/ou titre des personnes visées. Il y a aussi parfois plus d'un décideur, et plusieurs influenceurs.  Par exemple : Dans l’exemple ci-dessus, le ministre de la santé est le principal décideur. Ses influenceurs peuvent être les hauts dirigeants du ministère de la santé, le groupe de plaidoyer pour l’auto-administration et le responsable de l’association nationale du personnel infirmier. | |
| **Décideurs** | **Principaux influenceurs** |
| 1)  2)  3)  4)  5) | 1)  2)  3)  4)  5) |

****

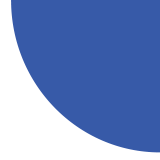
|  |
| --- |
| **Opposition et obstacles** |
| Il peut y avoir des foyers de résistance au but de plaidoyer que vous poursuivez, pour raisons de priorités et/ou programmes concurrents ou de préoccupations ayant trait aux financements, aux capacités ou au calendrier. Il est indispensable d'identifier les **opposants** (personnes ou groupes) ou **obstacles** potentiels dont l'impact serait réel sur le résultat et de définir les stratégies aptes à atténuer leur influence. |
| **Opposition et obstacles potentiels** |
| 1)  2)  3)  4) |
| **Stratégies d’atténuation** |
|  |

****

|  |
| --- |
| **Alliés et opposants** |
| Les **partenaires ou alliés** sont les groupes d'intérêt, les ONG, les entités du secteur privé, les organisations multilatérales ou les coalitions d'importance vitale voués à la cause considérée et avec lesquels la coordination et la collaboration pourront favoriser les résultats désirés. |
| **Alliés/partenaires et rôle anticipé** |
| 1)  2)  3)  4)  5) |

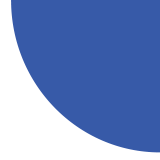
|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Plan de travail du plaidoyer** | | | | |
| Une fois vos objectifs établis, vous pouvez déterminer vos activités ou tactiques de plaidoyer et élaborer votre plan de travail intégral. Lors de la définition de vos activités de plaidoyer, veillez à ce qu’elles contribuent directement à la réalisation de vos objectifs et de votre but global. Les activités les plus efficaces considèrent les intérêts des décideurs et des influenceurs ciblés et les conduisent ainsi à passer à l’action.  Sur la première ligne de chaque tableau, inscrivez l'un de vos objectifs énumérés plus haut. Pour chaque objectif, inscrivez dans la colonne A deux à quatre activités que vous allez entreprendre pour atteindre cet objectif. Dans les colonnes B et C, indiquez le personnel ou les partenaires spécifiques appelés à réaliser chaque activité. Dans les colonnes D et E, estimez le coût et le calendrier approximatifs de chaque activité. | | | | |
| **Objectif 1 :** | | | | |
| a. Activité | b. Organisation(s) responsable(s)\* | c. Organisation(s) partenaire(s)\* | d. Ressources nécessaires | e. Calendrier |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

\*Si possible, indiquez le nom d’une personne.

****

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Objectif 2 :** | | | | |
| a. Activité | b. Organisation(s) responsable(s)\* | c. Organisation(s) partenaire(s)\* | d. Ressources nécessaires | e. Calendrier |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **Objectif 3 :** | | | | |
| a. Activité | b. Organisation(s) responsable(s)\* | c. Organisation(s) partenaire(s)\* | d. Ressources nécessaires | e. Calendrier |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

\*Si possible, indiquez le nom d’une personne.

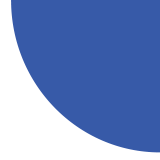
****

**Ressources complémentaires**

Pour tous renseignements complémentaires sur l’élaboration d'une stratégie de plaidoyer, les outils de plaidoyer de PATH ou d’autres ressources de renforcement des capacités de plaidoyer, rendez-vous sur : <https://www.path.org/resources/stronger-health-advocates-greater-health-impacts-tools-trade/>

Si vous désirez guider un groupe pour l’élaboration d'une stratégie du plaidoyer, le guide de l’animateur correspondant est accessible ici : <https://path.azureedge.net/media/documents/Advocacy_Impact_Facilitators_Guide_Final_JPL.pdf>

Pour accéder au portefeuille de plaidoyer d’Advance Family Planning, y compris le guide AFP SMART: Guide pour l'obtention de gains rapides, rendez-vous sur : <https://www.advancefamilyplanning.org/advocacy-portfolio>

****