

Modèle d'élaboration d'une stratégie de plaidoyer : planifier pour changer la politique du DMPA-SC, y compris l'auto-injection

Le plaidoyer politique joue un rôle important dans l'effort déployé pour assurer que les politiques et les financements de votre pays soutiennent un large éventail de méthodes contraceptives, y compris les nouvelles options telles que le DMPA injectable sous-cutané (DMPA-SC*) et l'auto-injection. 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 apte à aider les intervenants individuels et les organisations à élaborer une stratégie de plaidoyer factuelle 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. Enfin, cette stratégie doit définir des jalons clairs, utiles au suivi des efforts de plaidoyer et de leur progression.

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](#). 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.

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

Thème, but et objectifs

Le **thème du plaidoyer** est une brève déclaration faisant état du problème principal que vous espérez résoudre par votre plaidoyer politique. Il doit être factuel, et le problème doit être résolu de manière réaliste par un changement de politique ou par l'application d'une politique existante.

Par exemple : L'inclusion de l'auto-injection du DMPA-SC dans le programme national de planification familiale est acceptable aux utilisatrices et susceptible de faciliter l'élargissement des options contraceptives offertes aux femmes et aux filles adolescentes, comme le démontrent plusieurs études pilotes récentes. La politique actuelle en vigueur ne permet cependant pas la pleine intégration de l'auto-injection dans le programme national de planification familiale. L'auto-injection doit être incluse dans les directives cliniques nationales et dans d'autres

* DMPA est l'abréviation utilisée pour l'acétate de médroxyprogestérone dépôt (« depot medroxyprogesterone acetate » en anglais). Sayana® Press est la marque actuelle, déposée par Pfizer Inc.

documents de politique nationale pour favoriser le passage à l'échelle de cette option sur l'ensemble du pays.

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'autorité (décideur individuel ou institution) dotée du pouvoir d'opérer le changement ; le **quoi** représente le changement désiré concernant le thème du plaidoyer ; le **comment** représente la façon dont l'action spécifique de l'autorité de décision accomplit le changement (le « véhicule politique » que le décideur peut utiliser) et le **quand** indique le moment où le changement devrait se produire.

Par exemple : Le ministère de la santé doit approuver l'inscription de l'auto-injection du DMPA-SC dans les directives cliniques nationales pour permettre le passage à l'échelle nationale du programme d'auto-injection d'ici décembre 2026.

Les **objectifs du plaidoyer** sont les jalons ou les étapes intermédiaires nécessaires qui permettront d'atteindre le but global visé. Ils sont axés 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 instaure le groupe de plaidoyer pour l'auto-injection à rôle consultatif appelé à fournir une orientation stratégique au ministère de la santé et aux partenaires de mise en œuvre d'ici novembre 2025.

Thème du plaidoyer

But du plaidoyer

_____ va _____ pour assurer
(QUI) (COMMENT)
_____ d'ici _____
(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 et les membres des comités sanitaires de district, entre nombreux autres intervenants. 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 produire un impact 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 et 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 plus haut. 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-injection et le responsable de l'association nationale du personnel infirmier.

Décideurs	Principaux influenceurs
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	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** (priorités contradictoires, manque de fonds, etc.) potentiels dont l'impact serait réel sur le résultat et de définir les stratégies aptes à atténuer leur influence.

Opposants et/ou obstacles potentiels

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Stratégies d'atténuation

-
-
-
-

Alliés et partenaires

Les **alliés et partenaires** sont les groupes d'intérêt, les organisations non gouvernementales, les entités du secteur privé, les organisations multilatérales et les coalitions d'importance vitale voués à la cause et/ou qui la soutiennent et avec lesquels la coordination et la collaboration pourront favoriser le progrès vers les résultats désirés.

Alliés et partenaires et rôles anticipés

- 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.

Objectif 1

Activité	Organisation(s) responsable(s) [†]	Organisation(s) partenaire(s) [†]	Ressources nécessaires	Calendrier

[†]Si possible, indiquez le nom d'une personne.

Objectif 2				
Activité	Organisation(s) responsable(s) [†]	Organisation(s) partenaire(s) [†]	Ressources nécessaires	Calendrier
Objectif 3				
Activité	Organisation(s) responsable(s) [†]	Organisation(s) partenaire(s) [†]	Ressources nécessaires	Calendrier

[†] Si possible, indiquez le nom d'une personne.

Ressources complémentaires

- Pour plus d'informations sur les outils et ressources de plaidoyer de PATH, consultez le centre PATH de ressources de plaidoyer sur <https://www.path.org/programs/advocacy-and-policy/advocacy-resource-hub/>
- Le programme de renforcement de capacité du plaidoyer « Stronger Health Advocates, Greater Health Impacts - Des intervenants plus performants pour un impact accru sur la santé » et les outils qui y sont associés peuvent être consultés ici : <https://www.path.org/resources/stronger-health-advocates-greater-health-impacts-tools-trade/>
- Si vous désirez guider un groupe dans l'élaboration d'une stratégie de plaidoyer, le guide de l'animateur correspondant à ce manuel est accessible ici : https://media.path.org/documents/Advocacy_Impact_Facilitators_Guide_Final_JPL_1.pdf.
- PATH propose une formation à l'élaboration d'une stratégie de plaidoyer politique accessible en ligne. Cet outil offre une introduction à la structure en 10 parties décrite plus haut et peut servir de ressource complémentaire à la conception de votre stratégie du plaidoyer. Pour y accéder, adressez votre demande à FPoptions@path.org.
- 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>