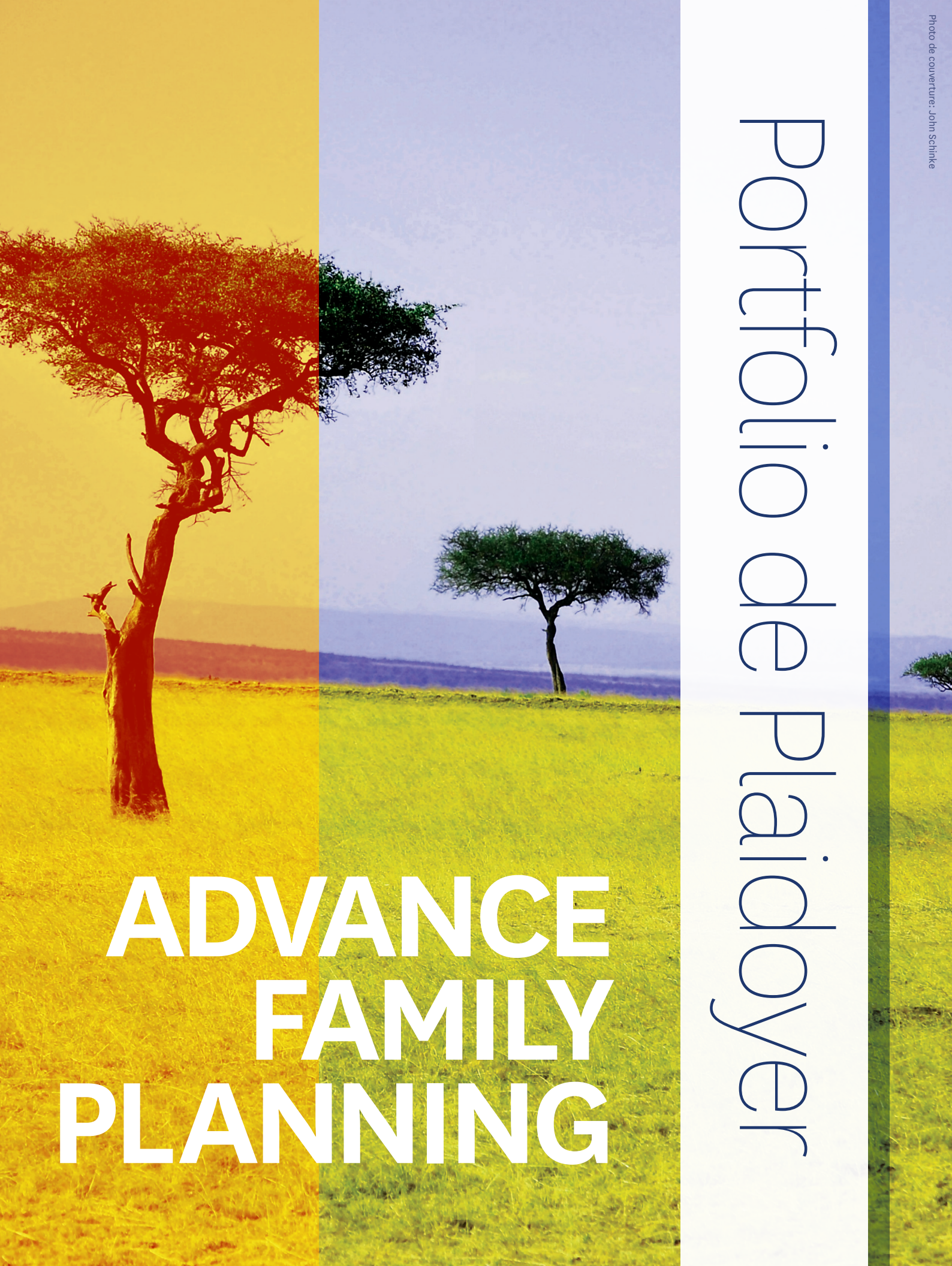


Portfolio de Plaidoyer

ADVANCE FAMILY PLANNING



Advance

FAMILY PLANNING

Portfolio de Plaidoyer

Notre objectif est d'augmenter l'investissement financier et l'engagement politique nécessaires à l'accès pour tous à la planification familiale volontaire de qualité, à travers des techniques de plaidoyer fondées sur des résultats de recherche.

CONTENU DU PORTFOLIO

- Plaider pour la planification familiale*
- Élaborer une stratégie*
- Exécuter un plan*
- Documenter les résultats*

AFP

Portfolio de
Plaidoyer

Plaider pour la planification familiale

Présentation du Portfolio de Plaidoyer AFP

NOV 2013

Comment identifier le moment opportun pour faire avancer une politique essentielle ? Ou pour construire une coalition de supporters ? Quel est la meilleure façon d'élaborer des arguments convaincants destinés aux décideurs, et de les transmettre au meilleur moment ? La mise en œuvre d'un plaidoyer est souvent retardée par de faux départs et des actes manqués — soit alourdie par des intérêts divergents trop nombreux, soit généralisée à en devenir inefficace. Mais il est possible d'éviter ces cas de figure.

Le Portfolio de Plaidoyer Advance Family Planning (AFP) regroupe des instruments nécessaires à la conception, application, suivi et évaluation de stratégies de plaidoyer fondées sur des résultats de recherche et orientées sur les acteurs locaux. Bien que conçue spécifiquement pour les défenseurs de la planification familiale, l'approche utilisée ici peut être adaptée à d'autres secteurs.

PRÉFACE

Les idées qui ont permis d'aboutir à l'approche du plaidoyer d'Advance Family Planning (AFP) ont commencé à prendre forme il y a un peu plus de dix ans, mais leurs prémisses datent de bien avant. Au cours de mon travail avec les agences gouvernementales et les bailleurs, j'ai toujours été étonné de voir à quel point il était difficile d'identifier le décideur clé pour un sujet donné. Il n'était pas rare de voir des gens dédier des ressources et du temps à plaider auprès d'individus dont l'influence et la propension à provoquer un changement étaient moindres. C'est encore souvent le cas. Par contre, lorsque nous contactons le décideur compétent, il était surprenant et encourageant de voir à quelle vitesse les changements pouvaient advenir.



Avec le Portfolio de Plaidoyer AFP, nous avons pour objectif d'aider les plaideurs à identifier, concevoir, appliquer et évaluer des activités de plaidoyer ciblées sur le décideur et orientées vers le changement politique présentant la plus forte probabilité d'avoir un impact à court terme. Les outils simples de ce portfolio sont conçus pour être facilement accessibles, adaptables à tout contexte (que ce soit au niveau national, de l'état ou du district) et mesurables.

L'approche AFP continue de bénéficier des suggestions précieuses de douzaines de plaideurs et collaborateurs, y compris des plaideurs expérimentés de pays en voie de développement. Et, bien sûr, ce travail n'aurait pas été possible sans le soutien généreux de la Fondation Bill & Melinda Gates, la Fondation William et Flora Hewlett, et la Fondation David & Lucile Packard.

Nous vous invitons à utiliser ce Portfolio et remercions par avance toutes suggestions qui pourront enrichir ce travail. Son contenu doit évoluer et s'amplifier au fur et à mesure que nous partagerons nos meilleures pratiques et expériences pour répondre aux besoins évolutifs de notre domaine d'action.

Duff Gillespie

Directeur, Advance Family Planning

Institut Bill & Melinda Gates pour la Population et la Santé de la Reproduction

École de Santé Publique Bloomberg de l'Université Johns Hopkins

La section suivante explique l'importance du plaidoyer pour la planification familiale, présente l'initiative AFP et l'approche que nous avons choisie, et met en exergue les objectifs de notre portfolio.

Pourquoi plaider ?

Parce que ça marche. Un nombre croissant de dirigeants politiques apprécie chaque jour davantage les bénéfices de la planification familiale, non seulement pour la santé et le bien-être des femmes et des enfants, mais aussi pour le développement de leur pays. Toutefois, même dans des environnements favorables, il est nécessaire de mener des efforts de plaidoyer spécialisé pour gagner et maintenir le soutien local.

Ces efforts doivent aller au-delà des législateurs de santé publique pour impliquer les décideurs exerçant une autorité budgétaire, le secteur privé et les bailleurs de fonds. Pour impliquer efficacement chacun de ces décideurs, nous devons développer des messages ciblés, présentés par des champions bien préparés. Ces messages indiquent pourquoi une politique ou un changement est important et comment la mise en œuvre de certaines actions peut les aider à atteindre leurs buts.

AFP est...

Localisée. Ce sont les champions locaux qui déterminent et dirigent les activités.

Ciblée. Nos efforts visent les décideurs qui contrôlent les fonds et politiques de planification familiale.

Prouvée. Le plaidoyer fondé sur des données actualisées et prouvées pousse à l'action.

Collaborative. Nous facilitons un processus inclusif de construction de consensus mettant à profit les ressources de chacun.

Influente. Les voix du Sud sont les plus à même d'influencer les agendas régionaux et international.

Responsable. De cadres de travail solides de suivi des performances aident à rendre compte du progrès accompli et à augmenter l'accès à la planification familiale.

Durable. La capacité et les activités nationales de plaidoyer doivent continuer après qu'AFP se soit arrêtée.

Le Sommet de Londres de 2012 sur la Planification Familiale a, par exemple, mobilisé les bailleurs de fonds, les gouvernements, et la société civile, en faisant de la planification familiale une priorité. Ce sommet a abouti au lancement du projet Family Planning 2020 (FP2020), un partenariat mondial visant à donner à 120 millions de femmes et jeunes filles supplémentaires des pays les plus pauvres du monde accès aux informations, services et produits contraceptifs, sans aucune forme de contrainte ni discrimination. Plus de 20 gouvernements se sont engagés à surmonter les obstacles politiques, financiers et socioculturels entravant l'accomplissement de cet objectif ; les bailleurs de fonds se sont engagés à mobiliser 2,6 milliards de dollars de financement supplémentaires. Il incombe aux plaideurs de maximiser cet investissement et de tenir les dirigeants responsables.

Qu'est-ce qu'Advance Family Planning ?

Advance Family Planning (AFP) est une initiative de plaidoyer regroupant des champions de la planification familiale, des organisations non gouvernementales (ONG) locales et des réseaux régionaux pour la santé et le développement. Notre objectif est d'augmenter l'investissement financier et l'engagement politique nécessaires à l'accès pour tous à la planification familiale volontaire de qualité, à travers des techniques de plaidoyer fondées sur des résultats de recherche. Nos pays cibles incluent le Burkina Faso, l'Inde, l'Indonésie, le Kenya, le Nigéria, la République Démocratique du Congo, le Sénégal, la Tanzanie et l'Ouganda.

AFP est une initiative de l'Institut Bill & Melinda Gates pour la Population et la Santé de la Reproduction de l'Ecole de Santé Publique Bloomberg de l'Université Johns Hopkins, visant à atteindre les objectifs du partenariat FP2020. AFP bénéficie du soutien de la Fondation Bill & Melinda Gates, la Fondation David & Lucile Packard, et la Fondation William et Flora Hewlett.

En quoi notre approche de plaidoyer est-elle différente ?

Elle construit un consensus dès le début. Les plaideurs les plus talentueux concentrent intuitivement leur énergie et leur attention sur les opportunités d'action qui auront le plus grand impact dans un futur proche. Notre approche facilite ce processus, en reliant une série de 'gains rapides' vers des objectifs plus larges et de long terme. Fondée sur une large gamme d'instruments, meilleures pratiques et concepts établis pour faciliter la prise de décision, notre approche a été affinée pour son application pratique dans des situations disposant de ressources limitées. Elle intègre le cadre de travail SMART — une approche structurée de conception de stratégie de plaidoyer, dont les objectifs sont Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporellement définis — ainsi que des instruments de suivi et évaluation solides. Elle permet ainsi à des plaideurs de répondre rapidement, opportunément et de manière décisive aux opportunités de plaidoyer, tout en mettant à profit les ressources des partenaires et en intégrant de nouvelles données.

Qu'avons-nous accompli grâce à cette approche ?

AFP a permis plus de 40 avancées politiques significatives ("gains rapides") aux niveaux international, régional et national au cours des quatre premières années de l'initiative (2009 - 2013), dont :

OBJECTIF GÉNÉRAL	GAINS RAPIDES
Augmenter les fonds alloués à la planification familiale	→ Augmentation des allocations publiques pour la planification familiale en Indonésie, en Tanzanie et en Ouganda, y compris au niveau des districts
Éliminer les obstacles politiques	→ Changements politiques permettant aux agents sanitaires communautaires de fournir des contraceptifs injectables au Kenya et en Ouganda Mise en œuvre de programmes de planification familiale sur le lieu de travail en Indonésie Accès des prestataires privés et des ONG à l'entrepôt national de médicaments en Tanzanie et en Ouganda
Augmenter la visibilité de la planification familiale	→ Inclusion de la planification familiale dans les recommandations de l'Organisation Mondiale de la Santé sur le transfert de tâches pour la santé de la mère et du nouveau-né Accent mis sur la santé de la reproduction et la planification familiale dans le Rapport de la Banque Mondiale sur le Développement

Quel est l'objectif du Portfolio de Plaidoyer AFP ?

Le portfolio est une compilation de nos meilleures pratiques et instruments permettant d'affiner une vision stratégique, identifier et motiver les acteurs clés, passer à l'action, gérer et surmonter les échecs, et suivre et évaluer les réussites. Que vous soyez un plaideur expérimenté ou novice, le Portfolio de Plaidoyer AFP vous aidera à atteindre vos objectifs, en générant un changement réel, à votre portée, et durable.

Utilisés séparément, ces instruments peuvent compléter les efforts existants ou donner un nouveau souffle à une initiative qui a perdu sa vision ou son élan. Utilisés conjointement, ils fournissent une feuille de route complète pour concevoir, appliquer et évaluer une stratégie de plaidoyer ciblée de A à Z. L'approche définie ici est conçue pour être utilisée dans le contexte de la planification familiale, mais peut aisément être adaptée à d'autres besoins de plaidoyer.

Ce portfolio comprend trois éléments principaux pour guider les plaideurs et leur permettre de concevoir leur stratégie, d'appliquer leur plan d'action et de mesurer leur résultats. Pour maximiser l'impact du plaidoyer, il est nécessaire de comprendre le contexte dans lequel la stratégie de plaidoyer est appliquée, de proposer des arguments efficaces et prouvés, et de documenter, valider et partager les résultats de la stratégie pour la consolider ou l'ajuster si nécessaire.

Pour maximiser l'impact de leur stratégie, les plaideurs doivent :

- Comprendre l'environnement politique dans lequel ils agissent
- Présenter des arguments efficaces, fondés sur des preuves
- Documenter, valider et partager leurs résultats pour permettre d'améliorer leur stratégie

L'Initiative AFP

Où travaillons-nous ?

Burkina Faso

Inde

Indonésie

Kenya

Nigeria

Ouganda

République Démocratique du Congo

Sénégal

Tanzanie

Partenaires de l'Initiative AFP

Centre de Programmes de
Communication de l'Université
Johns Hopkins

École de Santé Publique et de
Médecine Tropicale de l'Université
Tulane

Équilibres et Populations

Fédération Internationale pour la
Planification Familiale (IPPF), Bureau
de la Région Afrique

Fondation Cipta Cara Padu

Fondation Population de l'Inde

Fonds de Développement pour la
Femme Africaine

Futures Group

Institut Bill & Melinda Gates pour
la Population et la Santé de la
Reproduction

Jhpiego

Partenaires en Population et
Développement, Bureau de la
Région Afrique

Plaidoyer Nigeria

Population Action International

Promotion de la Santé Tanzanie

Réseau Siggil Jigéen

Santé Reproductive Ouganda

Remerciements

Portfolio de Plaidoyer AFP

AUTEURS

Duff Gillespie et Beth Fredrick, Advance Family Planning

COLLABORATEURS

Alison Bodenheimer, Jennifer Boyle, Priya Emmart, Michelle Hindin, Sabrina Karklins et Sarah Whitmarsh, Advance Family Planning; Halima Shariff, Advance Family Planning, Tanzanie; Abdelylah Lakssir, Patrick Mugirwa et Diana Nambatya, Partenaires en Population et Développement, Bureau Régional Afrique; Mayun Pudja, Fondation Cipta Cara Padu, Indonésie; Richard Mugenyi, Santé Reproductive Ouganda; Boniface Maket, Rose Maina et Angela Mutunga, Jhpiego Kenya; Alison Marshall et Chris Gee, Fédération Internationale pour la Planification Familiale; et Joan Koomson and Sarah Mukasa, Fonds de Développement pour la Femme Africaine.

EDITEURS

Lori Merritt, Futures Group et Sarah Whitmarsh, Advance Family Planning

DIRECTEUR ARTISTIQUE

Pol Klein, Futures Group

DIRECTRICE DE PRODUCTION

Aria Gray, Futures Group

CITATION SUGGÉRÉE

Gillespie, D. et Fredrick, B. (2013). Portfolio de Plaidoyer d'Advance Family Planning. Novembre 2013. Disponible en ligne à l'adresse suivante : www.advancefamilyplanning.org.

© 2013 Advance Family Planning. Tous droits réservés. Ce texte peut être cité sans permission explicite de ses auteurs, à condition d'indiquer l'attribution complète, y compris la mention ©.

AFP encourage les organisations travaillant pour l'amélioration de la santé publique à utiliser ces documents en les disséminant. Pour obtenir la permission de traduire, réimprimer ou distribuer électroniquement toute partie de ces documents, veuillez contacter afp@jhsph.edu.

Institut Bill & Melinda Gates pour la Population et la Santé de la Reproduction
École de Santé Publique Bloomberg de l'Université Johns Hopkins
615 N. Wolfe Street
Baltimore, MD 21205 EUA
Téléphone: +1 (410) 502 8715
Email: afp@jhsph.edu
www.advancefamilyplanning.org

AFP

Portfolio de
Plaidoyer

Élaborer une stratégie

AFP SMART: Guide pour l'obtention de Gains Rapides — Créer un consensus, Concentrer les efforts, Réussir le changement

NOV 2013

La conception de stratégie est essentielle au plaidoyer parce qu'elle réunit les diverses parties prenantes et pose les bases pour réussir le changement. Les changements adviennent rarement grâce au seul impact d'un argument persuasif. Un plaidoyer efficace requiert du temps et de l'engagement afin d'évaluer le contexte politique, définir un objectif ciblé et identifier le décideur clé et le porteur du message le plus approprié.

AFP SMART: Guide pour l'obtention de Gains Rapides comprend des exemples tirés des pays où travaille AFP ; ils illustrent les activités qui ont permis d'augmenter le soutien financier et politique pour la planification familiale. Ce guide inclut aussi des exercices de groupe et des fiches de travail pour encourager la conception d'un plan orienté sur les résultats afin de transmettre le bon message au bon décideur au bon moment.

Établir un consensus, Concentrer les efforts, Réussir le Changement

AFP SMART: Guide pour l'obtention de Gains Rapides

INTRODUCTION	1
PHASE 1: ÉTABLIR UN CONSENSUS	3
<i>Étape 1: Décider qui impliquer</i>	3
<i>Étape 2: Définir des objectifs SMART</i>	7
<i>Étape 3: Identifier le décideur clé</i>	10
PHASE 2: CONCENTRER LES EFFORTS	11
<i>Étape 4: Examiner le contexte</i>	11
<i>Étape 5: Apprendre à connaître le décideur</i>	13
<i>Étape 6: Formuler la bonne requête de plaidoyer</i>	16
PHASE 3: REUSSIR LE CHANGEMENT	28
<i>Étape 7: Préparer un plan de travail et un budget</i>	28
<i>Étape 8: Établir des précédents pour évaluer le progrès</i>	32
<i>Étape 9: Exécuter et évaluer la stratégie</i>	34
APPENDICES	36
<i>Appendice 1: Fiches de travail en groupe</i>	36
<i>Appendice 2: L'Approche de plaidoyer SMART en neuf étapes</i>	43

Introduction

L'approche de plaidoyer d'Advance Family Planning (AFP) se focalise sur l'obtention de Gains Rapides : des décisions politiques ou financières qui doivent être prises à court terme pour parvenir à un but global sur le long terme. AFP SMART : Guide pour l'obtention de Gains Rapides présente les grandes lignes d'une approche par étapes permettant de concevoir une stratégie de plaidoyer ciblée et collaborative pour obtenir des gains rapides. Les Gains Rapides peuvent être classés en trois catégories de résultats :

- Augmentation des ressources financières ;
- Changement législatif, politique, ou régulation ; ou
- Meilleure application ou responsabilisation d'une loi, politique publique ou régulation existante.

Le Guide de Plaidoyer AFP SMART consiste en neuf étapes divisées en trois phases :

Phase 1: Établir un consensus		
Étape 1: Décider qui impliquer	Étape 2: Définir des objectifs SMART	Étape 3: Identifier le décideur clé
Phase 2: Concentrer les efforts		
Étape 4: Examiner le contexte	Étape 5: Apprendre à connaître le décideur	Étape 6: Formuler la bonne requête de plaidoyer
Phase 3: Réussir le changement		
Étape 7: Préparer un plan de travail et un budget	Étape 8: Établir des précédents pour évaluer le progrès	Étape 9: Exécuter et évaluer la stratégie

Notre approche requiert du temps, de l'engagement et de la concentration. Elle exige aussi une connaissance des questions qui freinent l'accès à la planification familiale, et du contexte politique et programmatique dans lequel les décisions sont prises.

Pour concevoir une stratégie, il est souvent utile d'organiser une session de planification d'au moins deux jours. Bien qu'il soit utile que les membres du groupe de planification de la stratégie aient une certaine expertise du plaidoyer, il n'est pas nécessaire que tous les participants soient des plaideurs. Toutefois, tous les participants doivent s'engager à atteindre un même but global — comme par exemple, répondre aux besoins des femmes et des couples en matière de planification familiale volontaire. Un modérateur devra faciliter le dialogue au sein du groupe pour passer de l'étape 2 à 8. L'étape 1 consiste à préparer un plan de travail. Utilisez les fiches de travail en Appendice 1 pour documenter les résultats des exercices de groupe. Référez-vous à l'Appendice 2 pour un résumé de chaque étape.

Phase 1: Établir un consensus

Créer un consensus n'est pas toujours facile mais cela est nécessaire pour atteindre les objectifs fixés. Quand on prépare une session de planification stratégique, il faut d'abord établir une vision claire de la question posée. Quelle est votre vision ? Pourquoi le plaidoyer est-il la bonne approche ?

1 ○○○ Étape 1: Décider ○○○ qui impliquer

Les chances de succès augmentent quand on réunit les bonnes personnes à la session de planification stratégique. Il est préférable de concevoir la stratégie de plaidoyer ciblée en petit groupe ; toutefois, de plus grands groupes peuvent apporter des points de vue et des idées plus variés concernant le contexte politique. À de rares occasions, une personne peut à elle seule être capable de mener une stratégie à son terme, mais dans ce cas, il faut parvenir à un consensus parmi les personnes chargées d'appliquer le plan d'action.

Une large gamme d'acteurs — des organisations non gouvernementales (ONG) qui partagent une même vision, des responsables du gouvernement capables de donner des conseils avisés, des chercheurs ou des personnes chargées de l'application des services de santé — peuvent tous apporter leur expertise. L'expertise et le mélange opportun des acteurs clés sont indispensables pour transmettre le bon message au bon décideur au bon moment.

En général, l'équipe de conception stratégique doit inclure des individus caractérisés par leur(s) :

- **Influence** — des individus respectés dans leur milieu, en mesure d'informer stratégiquement et sélectivement les décideurs, tout en renforçant l'engagement de ces derniers pour l'action politique. Ces individus ont l'influence nécessaire, les contacts et l'accès aux personnes exerçant un pouvoir de décision essentiel pour parvenir à des changements politiques significatifs.

- **Expertise** — des professionnels tels que des experts en planification familiale, conception de politiques, gestion et chaîne d’approvisionnement, qui contribuent à la conception de stratégies et guident leur mise en œuvre. Ces personnes constituent la base des groupes de travail aux niveaux national et du district. Ce sont des informateurs clés à même d’identifier les opportunités de plaidoyer et de fournir des données, des preuves et des récits pertinents grâce à leur expérience et expertise. Ils aident aussi à gérer l’impact du changement politique et à promouvoir la planification familiale au sein de leurs districts.
- **Expérience du terrain** — La planification familiale et le plaidoyer font partie du travail quotidien de ces personnes. Celles-ci ont les qualifications et les ressources requises pour organiser et motiver d’autres champions de la planification familiale, appliquer des stratégies de plaidoyer en vue d’atteindre des buts sur le long terme et générer des changements politiques affectant la prestation de services et les programmes de santé.
- **Compétences de modérateur** — Un ou des modérateurs peuvent faciliter une discussion constructive, remettre en question des suppositions, servir de médiateur en cas de désaccord et s’assurer que la session reste focalisée sur la tâche à accomplir dans les limites du temps imparti. Qu’il soit bénévole ou salarié, le modérateur — un professionnel spécialisé dans les dynamiques et discussions de groupe pour traiter d’une question clé, faciliter la prise de décision ou atteindre un but — peut aider à assurer un processus de conception de stratégie efficace.

Les individus du groupe de planification auront souvent des divergences d’opinion; les étapes 2–8 présentent les grandes lignes du processus de collaboration pour parvenir à un consensus.

Choisir les membres d'un Groupe de Travail au niveau du District en Indonésie

En novembre 2010, l'AFP a aidé à établir un Groupe de Travail dans un district de Bandung en vue d'ouvrir un espace de discussion aux décideurs locaux en mesure d'identifier des opportunités de plaider. Les plaideurs estimaient que les fonds alloués pour le personnel de planification familiale et les bénévoles étaient insuffisants et que cela représentait un obstacle à l'expansion de l'accès aux méthodes contraceptives de longue durée dans les centres de santé. Parmi les personnes invitées à participer au Groupe de Travail responsable de la stratégie de plaider figuraient entre autres des représentants locaux du programme de planification familiale du gouvernement (BKKBN), l'agence locale de planification de développement, le bureau de santé du district, le mouvement pour le programme de Bien-être familial, l'unité pour l'autonomisation de la communauté et le gouvernement du village, des groupes cliniques, l'association des chefs de village et le centre de planification familiale. Le Groupe de Travail du district bénéficiait également d'une forte représentation auprès des autorités gouvernementales, lesquelles ont accru la légitimité du Groupe et apporté des connaissances internes permettant d'identifier les opportunités de plaider.

À FAIRE ET NE PAS FAIRE

- **Assurez-vous que les bonnes personnes soient à la table de planification.** En comptant sur la participation et l'engagement de parties prenantes clés qui ont l'autorité de parler au nom de leur organisation, vous faciliterez le processus de conception de la stratégie.
- **Ne brusquez pas le processus de collaboration.** En prenant le temps nécessaire pour parvenir à un consensus et concevoir une stratégie ciblée, vous atteindrez votre objectif plus rapidement.

Liste de vérifications (à préparer à l'avance)

- Participants — Qui doit être impliqué et pourquoi ?
- Coordination — Qui va concevoir et gérer le programme ?
- Date et temps — Quand le groupe de travail pourra-t-il consacrer le temps nécessaire à la conception de la stratégie de plaidoyer ?
- Invitations — Qui invitera les participants ? L'envoi d'une invitation par un responsable politique ou un leader de la planification familiale permettra-t-il de convaincre ou d'augmenter la participation au groupe de travail ?
- Lieu de réunion — Quel type d'environnement va mener à une session de planification stratégique productive ?
- Coût — Avez-vous besoin de payer les services d'un modérateur ? la location d'une salle de travail/ de réunion ? les repas ? Si oui, qui va payer ?
- Construction de consensus — Si votre groupe travaille ensemble pour la première fois, devez-vous fournir préalablement des documents liés à votre question ? Existe-t-il des moyens d'identifier les politiques prioritaires en amont de la réunion, comme par exemple en évaluant le contexte politique de la prise de décision ?

Étape 2: Définir des objectifs SMART

Chaque plaideur rêve de construire un monde meilleur pour de meilleures vies. Pour réaliser ces rêves, il nous faut adopter une perspective de long terme et nous focaliser sur des progrès par étape et à court terme. La définition de ce que l'on espère réaliser sur le long terme est une étape clé de la construction de consensus au sein du groupe de travail. Puis il faut se demander : « Qu'est-ce que j'essaie *vraiment* d'accomplir et que peut-on faire dans *l'immédiat*? »

Il est vital d'identifier un objectif « SMART »¹. SMART est un acronyme et moyen mnémotechnique pour nous aider à nous rappeler des éléments importants de l'objectif du plaidoyer. Les résultats recherchés sont SMART (« intelligents », en anglais) dans la mesure où ils sont :

Spécifiques — Qu'aura t-on réalisé si les efforts de plaidoyer parviennent à leur fin ? Plus l'objectif de plaidoyer est spécifique, plus il y a de chances que la stratégie de plaidoyer aboutisse aux résultats et à l'impact recherché. Par exemple, un objectif comme « augmenter la sensibilisation à la planification familiale » n'indique ni le public cible, ni les moyens nécessaires, ni le sujet du message, ni l'échéance de l'action. La question fondamentale est de savoir ce qu'on aura accompli en augmentant la sensibilisation. Définir en détail un objectif spécifique encourage les partenaires et décideurs à se mobiliser pour obtenir le résultat recherché. Il est dans ce sens nécessaire de rendre visible le moment où un effort de plaidoyer a porté ses fruits.

Mesurables — Pour savoir si les résultats recherchés ont été atteints, des indicateurs quantitatifs et qualitatifs sont utilisés. Ce cadre de travail permet à une personne extérieure aux efforts de plaidoyer d'observer et de vérifier les résultats de votre stratégie. Par exemple, un objectif tel que « augmenter de 5% les ressources budgétaires allouées à la planification familiale durant la prochaine année fiscale » est mesurable, alors qu'« augmenter le soutien du gouvernement » est vague, et donc plus difficile à mesurer.

Quand vous concevez un objectif de plaidoyer, assurez-vous qu'il soit **SMART** :

Spécifique
Mesurable
Atteignable
Réaliste
Temporellement défini

¹ Doran, G.T. (1981). There's a S.M.A.R.T. way to write management's goals and objectives. *Management Review*, 70, 11(AMA FORUM), 35-36.

Atteignables — Les résultats doivent être réalisables. Il faut se poser des questions concrètes comme: est-il possible d’atteindre ce résultat avec les ressources dont on dispose? À l’échéance prévue ? Cette question bénéficie t-elle déjà d’un soutien au sein du gouvernement, ou auprès d’autres parties prenantes ? Pour obtenir des résultats ou poursuivre un objectif, il est également nécessaire de réaliser une analyse détaillée du niveau requis de ressources humaines, techniques et financières.

Réalistes — L’objectif à atteindre doit contribuer activement à la réalisation du but global de vos efforts de plaidoyer. Il doit y avoir un lien étroit et crédible entre les activités prévues, les ressources disponibles, les partenariats possibles et les résultats recherchés.

Temporellement définis — On a plus de chances d’atteindre un objectif quand on choisit une date spécifique pour sa réalisation ; se mettre d’accord sur un calendrier précis aide à planifier le déploiement de ressources (le temps de travail des bénévoles ou du personnel, les finances, etc.) et des activités (communiqués de presse, rapport d’une réunion concernant une analyse de budget, etc.).

Par exemple, le but de l’initiative Planification Familiale 2020 (PF2020) est de permettre à 120 millions de femmes et jeunes filles supplémentaires dans les pays les plus pauvres d’avoir accès aux informations, services et produits de contraception, sans aucune forme de coercition ni discrimination. Pour atteindre ce but, il faut de nombreuses interventions politiques et programmatiques. La contribution d’AFP à la réalisation de ce but global est d’employer un plaidoyer stratégique pour augmenter les investissements financiers et l’engagement politique pour une planification familiale de haute qualité.

Les objectifs SMART sont nécessaires pour progresser étape par étape ou obtenir des Gains Rapides, qui doivent à terme mener à la réalisation du but global. Un objectif SMART peut consister par exemple en l’augmentation de 5% des fonds alloués à la planification familiale dans le budget de santé d’un district pendant l’année fiscale à venir, ou en l’intégration de la distribution communautaire de contraceptifs injectables dans les directives du Ministère de la Santé.

SUGGESTION

« Allez dans le sens du courant » — les objectifs SMART doivent refléter les priorités du gouvernement et/ou bénéficié déjà d’un large soutien de la base.

Travail en groupe 2.1

S'accorder sur un but global et un objectif SMART

Identifiez un but global qui reflète les priorités des participants. Une fois que le groupe parvient à un consensus sur ce but global, réfléchissez aux objectifs SMART associés sur le court terme. Ceci peut être fait en initiant une discussion au sein du groupe de travail dans son intégralité ou en sous-groupes.

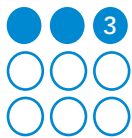
Le groupe évalue alors si les objectifs sont bien SMART et choisit quel objectif doit être placé au cœur de la stratégie de plaidoyer. Pour décider à quel objectif accorder la plus forte priorité, demandez-vous : « Lequel est le plus accessible et a la plus grande chance d'améliorer l'accès aux informations, services et produits de contraception ? »

Votre groupe peut décider de poursuivre plus d'un objectif à la fois. Il faut toutefois concevoir une stratégie de plaidoyer pour chaque objectif fixé, et prendre soin de définir si le groupe a la capacité de poursuivre plusieurs objectifs en même temps. Rappelez-vous que la réalisation de ce premier objectif démontrera que le progrès est possible et consolidera l'enthousiasme et la capacité de l'équipe à atteindre rapidement de nouveaux objectifs prioritaires.

Notez vos réponses dans l'Appendice 1, Tableau 2.1.

À FAIRE ET NE PAS FAIRE

- **Assurez-vous que votre objectif réponde à tous les critères SMART.** Testez-le auprès d'autres participants ou de personnes n'étant pas impliqués dans la conception de la stratégie pour vous assurer qu'il soit bien « SMART ».
- **Ne commettez pas l'erreur de choisir un objectif trop ambitieux.** Il se peut que vous deviez élaborer votre stratégie pendant beaucoup de temps avant d'atteindre un objectif accessible à court terme.



Étape 3: Identifier le décideur clé

Les chances de succès augmentent quand les efforts de plaidoyer identifient une personne spécifique influente. Après avoir conçu votre objectif SMART, il est essentiel de vous concentrer sur le décideur (ou dans certains cas, les décideurs) qui ont le pouvoir d'atteindre votre objectif. Pour identifier le décideur clé, il est bon de se poser ces questions importantes :

- Comment sont prises les décisions concernant le problème que vous voulez résoudre ?
- Qui est le mieux placé pour vous aider à atteindre votre objectif ? Par exemple, si vous cherchez à ajouter une ligne budgétaire pour la planification familiale dans le budget du gouvernement national, votre décideur clé est-il le Ministre de la Santé ou le Ministre des Finances ? S'il y a un problème de distribution des produits contraceptifs dans le système public, qui a l'autorité de rationaliser les politiques et les procédures ?

Travail en groupe 3.1 Identifier les décideurs clés

Déterminez collectivement les réponses aux questions ci-dessus et identifiez le/les décideur(s) pouvant vous aider à atteindre votre objectif. Notez son/leurs nom(s) et poste(s) respectifs, et assurez-vous que le groupe soit d'accord sur la sélection. Il peut y avoir plus d'un décideur impliqué dans votre thème, ce qui se révèle ou se confirme souvent au cours de la discussion. Rappelez-vous que plus vous en savez sur le/les décideur(s), plus il vous sera facile de concevoir et appliquer votre stratégie. Vous utiliserez vos connaissances concernant le décideur et le processus de décision au fur et à mesure que vous concevrez les spécificités de votre stratégie, ses messages et ses requêtes d'action politique.

Notez vos réponses dans l'Appendice 1, Tableau 3.1.

- Devez-vous concentrer vos efforts au plus haut niveau (le Ministre de la Santé ou des Finances) ou bien les orienter vers un conseiller du Ministre, tel que le Directeur des services de santé préventive ou reproductive, ou bien la personne qui prépare le budget ?
- Avez-vous besoin d'un décideur pour atteindre votre objectif ?

À FAIRE ET NE PAS FAIRE

- **Identifiez le bon décideur.** Par exemple, un responsable de mi-niveau, et non pas de haut niveau est parfois plus à même de faire le premier pas vers votre objectif.
- **Ne supposez pas qu'il n'y a qu'un seul décideur.** Vous pouvez avoir besoin de persuader plus d'une personne ou un comité entier de direction gouvernementale.

Phase 2: Concentrer les efforts

Étape 4: Examiner le contexte

Connaître le contexte dans lequel vous travaillez aide à comprendre les facteurs externes pouvant influencer votre capacité de réussite. Cet exercice est similaire à une analyse des Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces d'un projet.

ÉVALUER LES INFLUENCES EXTERNES

Une analyse externe (également appelée « évaluation du contexte ») évalue les opportunités d'une organisation ou d'une coalition d'un point de vue contextuel, et les défis auxquels elle est confrontée. Par exemple, quels événements prévisibles ou décisions politiques peuvent renforcer votre objectif ? A quelle opposition pourriez-vous être confronté lorsque vous tenterez d'atteindre votre objectif ? Existe-il des processus ou alliances à échelle mondiale qui peuvent vous aider à établir des liens ou fournir d'autres ressources ? D'autres programmes font-ils concurrence au vôtre en termes de demande de ressources ou d'attention politique ?

S'il y a des défis ou des oppositions, sont-ils surmontables ? Cela peut valoir la peine de classer les défis par ordre de priorité/d'importance pour savoir si vous devriez changer d'objectif.

Voir « Application du plan de travail » : vous y trouverez les lignes directrices permettant d'évaluer le contexte dans lequel vous opérez.

Travail en groupe 4.1

Dresser une liste des facteurs externes pouvant aider votre stratégie de plaidoyer ou y faire obstacle

Tenez bien compte et prenez note des opportunités et défis externes pour votre organisation ou votre coalition. Que va-t-il se passer dans votre contexte d'action qui pourrait affecter votre capacité à atteindre l'objectif fixé à l'Étape 2 ? Préparez deux listes : une pour les opportunités externes et une autre pour les défis externes. L'Étape 7 porte sur les opportunités et défis internes.

Notez vos réponses dans l'Appendice 1, Tableau 4.1.

À FAIRE ET NE PAS FAIRE

- **Évaluez si les défis peuvent être surmontés et si c'est le bon moment pour agir.** Il se peut que le contexte/ calendrier soient plus favorables plus tard.
- **N'oubliez pas d'évaluer les facteurs régionaux, nationaux et internationaux pouvant aider votre avancée ou la ralentir.** Abordez la question de façon aussi générale que possible pour vous assurer que vous comprenez parfaitement le contexte dans lequel vous travaillez.



Étape 5: Apprendre à connaître le décideur

Référez-vous à l'Étape 3 où vous avez identifié le/les décideur(s). L'Étape 5 consiste à explorer tout ce que vous savez sur cette personne. Quelle est sa position sur le problème que vous souhaitez résoudre? Quelle est sa vision de la planification familiale ?

Tenez compte de tout ce que vous aimeriez ou devriez savoir concernant votre décideur cible :

- Quelle est sa formation / son expérience ?
- A-t-il fait des déclarations en faveur ou contre la planification familiale ?
- A-t-il voté pour ou contre les questions liées à la population, la planification familiale et la santé maternelle ou reproductive ?
- Dans quel cadre social/politique évolue-t-il ? Valorise-t-il l'opinion d'une personne en particulier ? Si oui, de qui ?
- Est-il prêt et à même d'agir pour les questions qui l'important? Est-il prêt à agir pour les questions de planification familiale ?

En plus des informations ci-dessus, déterminez la meilleure façon d'aborder les décideurs. Comment allez-vous les convaincre — allez-vous partager dès le *départ des informations/données sur la planification familiale ou votre sujet précis* ? En supposant que la personne connaisse le sujet, êtes-vous *en train de renforcer sa volonté et sa confiance, l'encourageant ainsi à passer à l'action* ? Si votre décideur est déjà impliqué et actif dans ce domaine, vous pouvez *le remercier de son travail accompli* pour l'encourager à continuer de soutenir votre cause. Vous trouverez ci-dessous trois moyens importants de soutenir le décideur qui vous apportera son soutien :

- **Informez-le** — Le décideur peut ne pas s'y connaître en planification familiale, ou connaître le sujet mais ne pas s'y intéresser ou penser qu'il est de moindre importance en comparaison à d'autres problèmes. Il peut s'avérer nécessaire de fournir des informations ou des données sur le sujet avant que le décideur n'envisage de passer à l'action. Par exemple, quelle est la gravité du problème auquel vous espérez remédier ? Que doit savoir le décideur pour vous accorder son attention et faire de votre cause une priorité ? Quels sont les moyens les plus efficaces pour répondre à votre problème et quels sont les retombées positives que vous pouvez escompter ?

- **Soutenez-le pour l'encourager à passer à l'action** — Qu'est-ce qui peut convaincre un décideur de passer à l'action ? Quelle est l'action la plus facile qu'il puisse faire et qui fera la différence ? Où se situe votre requête dans le calendrier des priorités et la perception des risques du décideur ? Pourquoi la collaboration de votre groupe sur cette question est-elle bénéfique ? Qu'est-ce que le décideur a à y gagner ? D'un point de vue professionnel ? Personnel ? En terme de réputation ?

Votre tâche consiste ici à réduire la perception du risque pris par le décideur. En citant par exemple d'autres décideurs qui ont pris des initiatives sur le même sujet, et en montrant que les bénéfices sont plus nombreux que les risques.

- **Remerciez-le d'avoir pris des initiatives** — Remerciez le décideur et reconnaissez ouvertement que son action en faveur de votre cause peut avoir un impact réel. Remerciez le décideur publiquement et reconnaissez le rôle qu'il a joué dans l'accomplissement de vos objectifs. En partageant votre appréciation de sa prise de décision, vous l'encouragerez à prendre de nouvelles initiatives si nécessaire.

En réfléchissant aux questions de planification familiale du point de vue du décideur, cherchez aussi à comprendre ses valeurs. Mettez-vous à sa place et adaptez votre stratégie à ses priorités pour améliorer la santé, le bien-être et le développement économique et social, ainsi que pour sa carrière et son bagage politique.

Pensez à ce qui compte le plus pour votre décideur et tenez compte du contexte dans lequel il opère :

- Se sent-il concerné par la santé maternelle ou les droits des femmes ?
- Est-il important à ses yeux que les programmes de santé publique soient rentables ?
- Son âge le rend-t-il plus ou moins ouvert au changement ?
- Certaines preuves ou une certaine expérience personnelle retiendront-elles son attention ?
- Des élections sont-elles prévues cette année et son poste pourrait-il en être affecté ?
- Le Président soutient-il la planification familiale ?
- Les initiatives politiques dans votre domaine lui permettraient-elles de progresser dans sa carrière ou d'asseoir sa réputation à l'échelle régionale ou globale ?

Enfin, les points de vue des décideurs peuvent changer, et c'est d'ailleurs souvent le cas. Au fur et à mesure que vous mettez en place votre stratégie, suivez de près les déclarations publiques du décideur et notez les informations que vous recueillerez au cours de réunions ou auprès de personnes qui le connaissent bien ; cela vous aidera à affiner votre approche et votre requête.

Travail en groupe 5.1

Évaluer les connaissances, les valeurs et la volonté d'agir de chaque décideur

Échangez des idées au sein de votre groupe de travail pour trouver des réponses à la section « Apprendre à connaître le décideur ». Notez vos réponses, en renseignant toute information pertinente le concernant.

Déterminez les besoins du décideur en matière d'information, d'encouragement et de reconnaissance. Enregistrez par écrit les décisions de votre groupe.

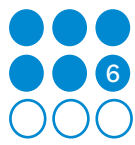
Préparez une déclaration éthique pour le décideur, en notant clairement ce qui compte le plus à ses yeux.

Ce travail influencera les décisions que vous prendrez à l'Étape 6 quand vous formulerez vos messages et votre requête de plaidoyer.

Notez vos réponses dans l'Appendice 1, Tableau 5.1.

À FAIRE ET NE PAS FAIRE

- **Trouvez le plus d'informations possibles concernant le décideur.** TMieux vous connaîtrez le décideur, mieux vous serez à même d'adapter votre stratégie à ses priorités.
- **Ne supposez pas que vous connaissez déjà tout du décideur.** Parlez aux gens qui le connaissent bien pour que votre évaluation soit aussi factuelle que possible.



Étape 6: Formuler la bonne requête de plaidoyer

Vous savez maintenant quelles questions sont les plus importantes pour que le/les décideur(s) puisse(nt) mobiliser les ressources, modifier les politiques et convaincre d'autres personnes de le/les suivre. En préparant la prochaine étape — c'est à dire, demander au décideur d'agir — pensez à la manière dont les personnes prennent des décisions et préparez votre requête de plaidoyer SMART.

Pour soutenir des discussions *rationnelles*, les preuves sont essentielles. Les plaideurs doivent être bien préparés et au courant 1) des résultats de recherches actuelles pour identifier les manques et les besoins dans l'accès aux services contraceptifs, 2) des approches programmatiques vérifiées et prometteuses, et 3) des retours sur investissements dans l'information, les services et produits de planification familiale. Le plaidoyer fondé sur des preuves aide à neutraliser la controverse et à mener à un accord.

ARGUMENTS RATIONNELS

Utilisez des faits ou des preuves

ARGUMENTS ÉMOTIONNELS

Utilisez des histoires et des photos marquantes

ARGUMENTS ÉTHIQUES

Utilisez une approche basée sur les droits

Les arguments *émotionnels* apportent une dimension humaine. Ils se basent sur des récits personnels pour souligner les aspects communs des expériences et mettre en exergue le potentiel politique de la réduction des souffrances et de l'amélioration de la qualité de vie.

Les arguments *éthiques* tiennent compte des personnes en intégrant une certaine compréhension des normes sociales et culturelles. Ils sont basés sur la justice, l'empathie et la sensibilisation aux implications des actions ou de l'inaction.

Aucune catégorie d'argument ne garantit à elle seule que vous obtiendrez le soutien d'un décideur. De nombreuses stratégies ciblées sur le décideur sont souvent nécessaires et utilisent une combinaison d'arguments, voire les trois catégories citées ci-dessus. Pour être efficaces, les plaideurs doivent réfléchir aux arguments qui auront le plus de poids. Par exemple, un décideur avec une formation en

médecine ou en économie s'intéressera peut-être plus à l'analyse de données et de projections. Prenez soin d'inclure des arguments rationnels, émotionnels et éthiques dans votre requête auprès d'un décideur pour renforcer vos chances d'aboutir à un consensus et de réussir un changement politique.

Permettre aux agents de santé communautaire de fournir des contraceptifs injectables au Kenya

En 2012, des plaideurs kenyans ont dressé la liste des arguments les plus persuasifs pour convaincre les associations d'infirmiers et les décideurs clés locaux de soutenir l'adoption de nouvelles directives gouvernementales qui permettraient aux agents de santé communautaire de fournir des contraceptifs injectables. Une série d'arguments a ainsi été préparée pour soutenir leur requête. Ces plaideurs ont :

- Tiré partie d'années de recherche de terrain indiquant que les agents de santé communautaire sont à même de fournir cette méthode de planification familiale en toute sécurité — il s'agit là d'un argument *rationnel*.
- Loué l'expérience et l'expertise des infirmiers et souligné leur engagement pour que les femmes reçoivent les meilleurs soins possibles — c'est un argument *émotionnel*.
- Souligné le fait que les soins au niveau communautaire permettraient de réduire l'inégalité entre les femmes vivant en zones rurales et les femmes habitant les villes, et entre les plus riches et les plus pauvres — un argument *moral/éthique*.

L'association des infirmiers a approuvé les directives proposées par les plaideurs, lesquelles ont été effectives à l'échelle national à partir de 2013.

Travail en groupe 6.1

Concevoir des arguments efficaces en faveur de la planification familiale à partir de diverses perspectives

Échangez des idées au sein de votre groupe de travail sur les raisons rationnelles, émotionnelles et éthiques pour lesquelles un décideur devrait soutenir votre requête de planification familiale. Réfléchissez aux preuves/ récits/ cadre éthique dont vous avez besoin pour convaincre un décideur d'agir et faire ainsi progresser votre plaidoyer. Dressez une liste d'arguments rationnels, émotionnels et moraux/éthiques potentiels qui soutiennent votre cause.

En vous basant sur ce que vous savez du décideur, accordez une plus grande priorité aux arguments qui ont le plus de chances de susciter une réponse favorable de sa part. Vous devrez revoir ces arguments lorsque vous remplirez la fiche du message de plaidoyer.

Notez vos réponses dans l'Appendice 1, Tableau 6.1.

LA BOÎTE À IDÉES EN CINQ POINTS

De nombreuses stratégies de plaidoyer emploient une boîte à idées pour guider la réflexion (voir Tableaux 1 et 2). L'initiative AFP se base sur cette boîte à idées mise au point par Spitfire Strategies dans leur Smart Chart™ (www.smartchart.org) pour concevoir une requête, c'est-à-dire une demande d'action politique simple, cohérente, fondée sur des preuves. Du point de vue d'AFP, le succès dépend en grande partie de la perception du décideur comme un allié. Quelqu'un dont il faut aiguiller l'engagement pour mobiliser plus de ressources et établir un meilleur environnement politique. Le succès dépend aussi de la capacité à établir un consensus parmi les coalitions engagées pour un programme, mais dont les points de vue diffèrent sur la façon de l'aborder. Les stratégies de plaidoyer peuvent se focaliser sur de nombreux décideurs. Il peut s'avérer nécessaire de créer une boîte à idées pour plus d'un décideur.

SUGGESTION

Faites référence au décideur par son nom et pas seulement par son titre. Cela permet de cibler le message de façon plus précise.

Figure 1: La boîte à idées en cinq points

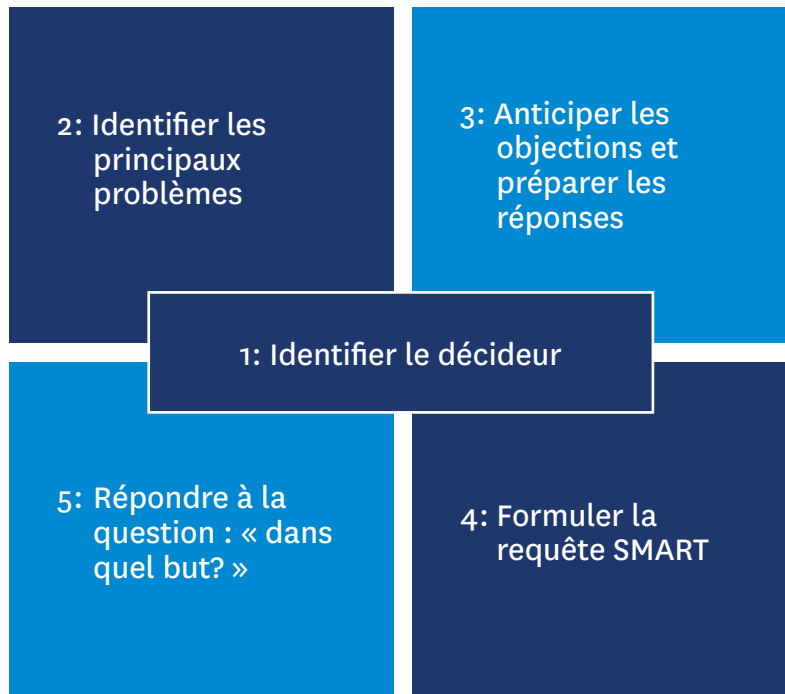


Figure 2: Exemple de boîte à idées



Travail en groupe 6.2

Concevoir une boîte à idées pour l'objectif SMART

Pour cet exercice, veuillez vous référer à ce que vous savez du décideur (voir étapes 3 et 5).

- 1. Identifiez le décideur clé.** Faites référence au décideur en utilisant son nom et non pas son titre pour permettre de cibler le message de façon plus précise.
- 2. Identifiez les problèmes et valeurs d'un décideur en particulier.** Par exemple, si un décideur pense que d'autres questions de santé sont prioritaires dans le budget national de santé, les plaideurs peuvent fournir des preuves sur 1) le besoin de planification familiale et sa rentabilité, 2) les inégalités de genre dans les investissements de santé, et 3) les récits de femmes qui attendent des heures pour obtenir la méthode contraceptive de leur choix, parce que c'est une priorité pour elles. Suggestion : passez en revue tout ce que vous savez du décideur (voir Étape 3).
- 3. Anticipez les objections et réserves du décideur, puis préparez des arguments pour les dépasser.** Par exemple, si un décideur pense que d'autres questions de santé sont prioritaires dans le budget national de santé, les plaideurs peuvent fournir des preuves sur 1) le besoin de planification familiale et sa rentabilité, 2) les inégalités de genre dans les investissements de santé, et 3) les récits de femmes qui attendent des heures pour obtenir la méthode contraceptive de leur choix, parce que c'est une priorité pour elles. Suggestion : passez en revue les arguments rationnels, émotionnels et éthiques que vous avez identifiés précédemment pour savoir lesquels garder. Ne fournissez que les informations les plus pertinentes et qui répondent aux valeurs et intérêts principaux du décideur, ainsi qu'aux défis auxquels il est confronté.

(continué)

Travail en groupe 6.2 (continué)

Concevoir une boîte à idées pour l'objectif SMART

- 4. Formulez la requête de plaidoyer SMART.** Une telle requête se concentre sur un objectif accessible et doit refléter l'objectif SMART de la stratégie globale de plaidoyer. Le décideur doit aussi avoir la capacité et l'assurance nécessaire pour répondre à votre requête, et celle-ci doit présenter plus de bénéfices que de risques.
- 5. Répondez à la question « Dans quel but ? »** Expliquez à un décideur pourquoi le fait de soutenir votre requête présente des bénéfices pour les individus, les communautés et le pays, et en quoi cela renforce ses valeurs identifiées dans l'Étape 2. Il est important de se concentrer sur ce qui est positif et de faire passer le message que le progrès est possible et que le leadership d'un décideur peut faire toute la différence.

Notez vos réponses dans l'Appendice 1, Tableau 6.2.

TRANSMETTRE LE MESSAGE

Des opportunités inattendues se présentent souvent quand on a accès à un décideur, c'est pourquoi il est important de bien savoir défendre votre idée en toutes circonstances. Ainsi, chaque individu impliqué dans la conception de la stratégie de plaidoyer doit être capable de formuler la requête SMART et les arguments qui la sous-tendent.

Par exemple, un membre d'une coalition de plaideurs au Kenya a œuvré en vain pour obtenir un rendez-vous avec un responsable du gouvernement haut placé au Ministère de la Santé. Mais quand ce responsable est venu inaugurer les nouveaux bureaux de son organisation, il lui a été facile d'engager la conversation avec le décideur et de parler de sa requête. Le responsable lui a non seulement accordé un rendez-vous mais il a également obtenu les outils pour réfléchir à la requête concernant la distribution de contraceptifs injectables au niveau communautaire. En remplissant préalablement votre boîte à idées sur un décideur clé, il vous sera facile de vous souvenir de votre objectif politique et d'aborder l'individu qui a le pouvoir de décision.

Les plaideurs pensent souvent, à tort, que la conviction et l'expertise sont les meilleurs atouts d'un porteur du message. Pourtant, un membre actif et engagé d'une coalition d'ONG cherchant à assurer l'accès aux produits de planification familiale par le biais de Magasins d'Etat n'est pas forcément le meilleur porteur du message. Il faut déterminer si le décideur va ou non l'écouter. Le porteur du message peut être aussi important que le message lui-même. Un bon message présenté par le mauvais rapporteur a de fortes chances de ne pas être entendu.

Déterminez qui sera le plus à même d'être écouté par le décideur et qui aura le plus d'influence sur l'action de ce dernier. Un économiste ou un collègue d'un autre Ministère mais de rang équivalent peuvent par exemple avoir plus d'influence sur le responsable du budget au Ministère des Finances. Selon la structure gouvernementale, les travailleurs de la santé dans les districts et les maires peuvent être plus influencés par les autorités de leur district/ville ou par les responsables du gouvernement central.

SUGGESTION

Soyez cohérents: pour qu'une stratégie porte ses fruits, il faut que les spécificités de l'objectif SMART, la requête de plaidoyer et le Gain Rapide soient alignés.

Choisir le porteur du message le plus influent en Indonésie

Le groupe de plaideurs AFP du district de Bandung (voir Étape 1) a émis la requête suivante : garantir l'allocation de fonds par les dirigeants du district pour couvrir les besoins en ressources humaines pour la planification familiale. Du point de vue des plaideurs, l'Association des Gouvernements des Villages Indonésiens (Asosiasi Pemerintahan Desa Seluruh Indonesia, ou APDESI) était l'organisation la plus d'influente sur les autorités des villages locaux, y compris les conseils et les chefs de village, qui ont un pouvoir discrétionnaire en matière de budget. Les efforts de plaidoyer auprès de l'APDESI ont abouti à un nouvel engagement des chefs de village de Bandung pour allouer plus de ressources financières de leur Budget d'Équité pour le Village visant à financer diverses activités spécifiques telles que 1) les réunions de coordination entre les bénévoles et le personnel de base pour la planification familiale, et 2) des moyens de répondre à la demande de conseil et transport vers les centres de santé des personnes souhaitant avoir un accès à des méthodes contraceptives permanentes ou de long terme.

Suite à cette initiative, plusieurs personnes se sont proposées pour devenir « champions » de la planification familiale. Le chef du village de Bandasari, qui a permis d'intégrer des équipes de Développement de Village, a donné l'exemple en annonçant sa propre vasectomie à sa communauté. Le chef du Bureau de Planification du Gouvernement de District de Bandung est devenu un ardent défenseur des investissements dans la planification familiale, s'exprimant publiquement sur les bénéfices de celle-ci pour le bien-être de la famille, le développement national et l'accomplissement des Objectifs de Développement du Millénaire.

DEMANDER AU DÉCIDEUR D'AGIR

Une fois que vous avez identifié le meilleur porteur du message, il est temps de préparer la présentation du message et la requête de plaidoyer. Si le porteur du message n'est pas membre du groupe qui élabore la stratégie, vous aurez besoin de mettre sur pied un plan d'action pour engager son soutien.

Au fur et à mesure que vous classerez les activités (voir l'Étape 7) selon leurs niveaux de priorité, il est probable que votre plan de travail doive être légèrement modifié pour y ajouter une ou plusieurs réunions afin de débattre sur les façons de passer de la requête à l'action politique. Il est indispensable de préparer ces réunions à l'avance. Mettez-vous à la place du décideur. Prenez soin de préparer des documents qui soutiennent votre requête (voir « Appliquer un plan, Partie 2 : Décryptage de communiqués politiques fondés sur des données prouvées »).

SUGGESTION

**Le succès mène au succès
— une série de gains
rapides à court terme
permet d'atteindre des
buts plus larges à long
terme.**

Les protocoles diffèrent d'un pays à l'autre et vous devrez tenir compte de ce contexte en préparant la présentation de votre requête.

- Votre requête sera-t-elle présentée lors d'une discussion informelle ou nécessite-t-elle une présentation formelle ?
- Avez-vous besoin de porter des vêtements professionnels ?
- Combien de temps aurez-vous pour présenter votre cas ?
- Si plus d'une personne assisteront à la réunion, qui va présenter le problème et qui demandera au décideur d'agir ?
- Comment allez-vous assurer le suivi des activités après cette réunion ?
- Est-ce qu'une autre réunion est nécessaire ? Il est souvent utile de s'entraîner à présenter la requête au préalable par un jeu de rôles pour s'assurer que le message est clair et concis.

Pendant la réunion elle-même, respectez les limites de temps des décideurs dont le calendrier est souvent chargé. Confirmez le temps dont vous disposerez pour votre réunion/présentation, soit avant soit au début la réunion. Assurez-vous de présenter votre sujet de façon succincte et directe afin d'en souligner l'importance.

Rappelez-vous que ceci est un dialogue et donnez au décideur l'opportunité de participer à la conversation. Choisissez la personne qui sera chargée de présenter votre requête de plaidoyer. Il n'y a nul besoin de meubler le silence pendant qu'un décideur réfléchit à votre requête. Enfin, résumez rapidement ce que vous ferez pour donner suite à la réunion et remerciez le décideur du temps qu'il vous a accordé, quelle que soit la réponse qu'il a pu donner à votre requête de plaidoyer.

Travail en groupe 6.3

S'entraîner à présenter le message et identifier la meilleure personne pour transmettre la requête de plaidoyer

Procédez par jeux de rôle pour vous entraîner à présenter votre requête. Ceci peut se faire par paires ou en groupe. Chaque personne doit jouer le décideur et le porteur du message à tour de rôle. Utilisez les questions dans la liste ci-dessus pour vous guider à formuler la requête.

Choisissez une personne pour transmettre le message. Posez-vous la question de manière collective au sein du groupe : « Qui le décideur écoute le plus en général ? »

Suggestion : c'est souvent la personne à qui il a le plus de mal à dire non.

Notez le nom de votre porteur de message dans l'Appendice 1, Tableau 6.3.

À FAIRE ET NE PAS FAIRE

- **Assurez-vous que les arguments de votre boîte à idées se soutiennent mutuellement.** La boîte à idées s'avèrera utile quand vous devrez préparer votre réunion avec le décideur.
- **Entraînez-vous à présenter votre requête avant la réunion avec le décideur et soyez prêt à répondre à toute question ou objection qui pourraient se présenter.** Si vous êtes bien préparé, le décideur s'en rendra compte et cela vous aidera à atteindre votre objectif.
- **Assurez-vous que votre groupe de travail soit prêt à se rendre à des réunions imprévues/impromptues avec le décideur.** Soyez prêt à tirer parti de cette opportunité.
- **Ne supposez pas que le décideur en sait autant que vous sur la question.** Rendez-vous à la réunion avec des fiches techniques préparées, des communiqués, et autres analyses de fond au cas où le décideur demande des informations ou des données, mais n'en faites pas trop. Il est plus convenable de répondre à des questions précises que de partager tout ce que vous savez.
- **Ne perdez pas espoir si votre réunion avec le décideur ne se déroule pas comme prévu.** Contactez les membres de votre groupe et réévaluez/réorientez votre stratégie si nécessaire.

Phase 3: Réussir le changement

Étape 7: Préparer un plan de travail et un budget

Vous avez maintenant préparé le terrain pour atteindre votre objectif et êtes prêt à planifier votre stratégie de plaidoyer en détail pour définir qui va engager quelle action, quand et avec quelles ressources. C'est le point de départ pour mobiliser votre groupe et d'autres partenaires en vue de l'obtention d'un Gain Rapide.

Une stratégie de plaidoyer ciblée sur les décideurs et sur un Gain Rapide à court terme inclut rarement des activités visant à augmenter la sensibilisation ou à générer une couverture médiatique. Au contraire, la stratégie de plaidoyer exploite au mieux les opportunités existantes d'influencer une décision (ex. le cycle de budget annuel, un passage en revue du plan de réduction de la pauvreté, etc.) et conçoit des activités permettant au décideur d'agir dans les meilleures conditions. Une telle stratégie exige aussi qu'on demande au décideur d'agir. Tenez compte des membres de votre groupe, choisissez les activités les plus simples à réaliser pour eux, et réfléchissez à ce que chaque membre peut apporter. Cela contribuera à la réussite de votre projet.

ÉVALUER LES RESSOURCES INTERNES

Une analyse des ressources interne évalue les atouts d'une organisation ou d'une coalition et les défis auxquels elle est confrontée du point de vue de sa capacité, par exemple :

- Quelles ressources humaines — salariés ou et bénévoles — sont disponibles pour exécuter votre stratégie de plaidoyer ?
- Êtes-vous bien ou peu connus des décideurs ?
- Faites-vous partie de coalitions, réseaux ou groupes de travail plus importants qui puissent fournir des éclairages concernant le contexte politique, les données prouvées ou les réalités de la prestation de services en planification familiale ?

- Entretenez-vous des liens avec des porte-paroles prééminents, avez-vous accès à des fonds, faites-vous partie d’alliances ou d’associations professionnelles puissantes, disposez-vous d’une expertise sur la question et/ou de données de recherches/preuves ?

Une analyse interne examine aussi les défis auxquels vous pourriez être confrontés si vous n’avez pas assez d’influence ou de temps à consacrer à l’application d’une stratégie de plaidoyer.

Travail en groupe 7.1

Liste de vérification : Liste des ressources disponibles pour soutenir votre stratégie de plaidoyer

En groupe ou sous-groupes, notez avec soin tous les atouts et apports dont dispose votre groupe en interne (=au sein du groupe) et les défis auxquels il doit faire face. Tenez compte des atouts et défis que chaque personne/organisme membre du groupe doit relever de manière individuelle et collective. Il faut poser entre autres les questions suivantes :

- Avez-vous les ressources financières ?
- Avez-vous le temps ?
- Avez-vous les données pour soutenir votre requête ?
- Avez-vous les ressources humaines ?

Notez vos réponses dans l’Appendice 1, Tableau 7.1.

PRECISER LES ACTIVITÉS DE PLAIDOYER

Référez-vous à votre objectif SMART (Voir Étape 2). A cette étape, vous allez échanger des idées sur les activités de plaidoyer ; ce faisant, évaluez-les en tenant compte de l'objectif : comment l'activité va-t-elle faire avancer votre projet ? Dans quelle mesure est-elle liée à ce qui est important aux yeux de décideur ? L'activité vaut-elle la peine et l'argent requis pour la mettre en œuvre ?

Créez un calendrier détaillé avec des tâches et des dates limites pour des activités spécifiques. Faites une estimation du temps et des fonds requis. Cela coûtera plus cher d'organiser une visite de terrain pour permettre à un responsable de comprendre que les contraceptifs injectables peuvent être administrés sans risque par des agents de santé communautaire que de prendre rendez-vous avec le décideur qui supervise le programme national de planification familiale.

Évaluez les coûts de chaque activité. Il est essentiel d'avoir une idée des ressources requises pour chaque élément. Les estimations budgétaires peuvent être vérifiées plus tard, lorsque le plan de travail sera finalisé. Assignez à chaque individu et organisation la coordination d'une stratégie et voyez si toutes les étapes ont été appliquées. Si possible, distribuez le plan de plaidoyer avec les activités et les tâches définies à toutes les personnes impliquées le jour de la réunion ou le jour suivant. Discutez des meilleurs moyens d'aider le groupe à tenir compte des progrès et des nouveaux développements qui peuvent requérir d'un changement de stratégie, tel qu'une nouvelle nomination politique ou un changement de soutien des bailleurs. La Généalogie des Décisions décrite dans « Documenter les résultats » peut vous aider à faire des choix stratégiques au fur et à mesure de l'application de votre plan.

Travail en groupe 7.2

Préparer un plan de travail et un budget détaillé

En groupe ou en sous-groupes, discutez des activités possibles pour soutenir votre objectif SMART, de son calendrier d'application, des personnes impliquées et des coûts associés. Posez les questions difficiles. Chaque activité est-elle nécessaire pour obtenir un Gain Rapide ? L'activité vaut-elle le temps et l'argent requis ? Comment faire en sorte que la stratégie soit aussi facile à mettre en œuvre que possible ? Notez avec soin les décisions du groupe et les responsabilités de chacun.

Une fois que vous avez élaboré une première version de votre plan de travail, passez celle-ci en revue dans le contexte du message que vous allez utiliser avec chaque décideur identifié. Par exemple, si vous demandez au décideur d'approuver les directives qui permettront aux agents de santé communautaire de distribuer des injectables contraceptifs, assurez-vous que toutes vos activités contribuent directement à l'accomplissement de cet objectif. Prenez le temps de décider si chaque activité est indispensable pour atteindre votre objectif et de savoir si votre plan est réaliste. Chaque succès vous redonnera de l'énergie pour poursuivre vos efforts, identifier comment atteindre l'objectif suivant et y arriver.

Notez vos réponses dans l'Appendice 1, Tableau 7.2.

À FAIRE ET NE PAS FAIRE

- **Assurez-vous que vous avez assigné chaque activité à une personne et que vous savez qui va s'assurer que l'activité a bien lieu.** Dressez la liste des activités associées à des personnes, pas seulement des organisations.
- **Revenez au plan de travail périodiquement pour voir si les activités ont bien lieu comme prévu ou si il faut les changer.** Vous aurez peut-être besoin d'ajouter une ou plusieurs étapes en chemin.
- **N'oubliez pas que la plupart des membres de votre groupe ont sans doute d'autres responsabilités à assurer parallèlement.** Désignez une personne qui sera responsable de la stratégie globale ; cela peut aider à assurer que les activités progressent.

Étape 8: Établir des précédents pour évaluer le progrès

Comment savoir si votre plan de travail porte ses fruits ? En fin de comptes, le succès consiste à voir que tous les individus ont accès aux informations, services et produits de planification familiale qui vont leur permettre de planifier ou éviter des grossesses selon leur désir. Il y a de nombreux moyens d'atteindre cet objectif et le plaidoyer en est un parmi d'autres. Il demeure toutefois un moyen très efficace permettant d'établir des normes et de fournir des ressources à des groupes de personnes plus qu'à des individus.

Il y a trois moyens de mesurer le succès de vos efforts de plaidoyer :

1. **Sortants** — Avez-vous mené à bien toutes les activités de votre plan de travail ?
2. **Résultats** — Avez-vous atteint vos objectifs SMART et obtenu un Gain Rapide ?
3. **Impact** — Votre Gain Rapide permet-il d'améliorer la situation de celles et ceux qui ont besoin de la planification familiale et veulent y avoir accès ?

Pour en savoir plus sur le suivi et l'évaluation des efforts de plaidoyer, veuillez consulter la section « Documenter les résultats ».

Travail en groupe 8.1

Indicateurs de progrès

En groupe ou en sous-groupes, déterminez le(s) sortant(s) et le(s) résultat(s) qui vous aideront à générer des progrès. Des sortants incluent des produits comme par exemple un communiqué de presse élaboré sur la base d'une analyse politique, une réunion déterminante avec une personne ou bien un message clé/un communiqué destiné au décideur. Selon l'approche AFP, les résultats sont des Gains Rapides qui résultent de votre stratégie de plaidoyer.

Analysez les informations disponibles pour mesurer l'impact sur le long terme et identifiez les données qui fournissent une image des besoins et pratiques actuelles et qui peuvent être évaluées à intervalles réguliers. Par exemple, quels sont les niveaux actuels de financement pour la planification familiale ? Quel est le taux actuel de prévalence contraceptive dans votre pays ?

Notez vos réponses dans l'Appendice 1, Tableau 8.1.



Étape 9 : Exécuter et évaluer la stratégie

Une fois que vous avez élaboré votre stratégie et votre plan de travail, il est temps de passer à l'action. Pour qu'une stratégie et un plan de travail portent leurs fruits, il faut maintenir les acquis et chercher à en atteindre de nouveaux en capitalisant sur l'enthousiasme généré par le succès d'un projet collaboratif.

Tout développement – positif ou négatif – est une occasion d'analyser et de réexaminer la stratégie de plaidoyer. Analysez les progrès réalisés pour vous assurer que vous êtes sur le bon chemin et que vos plans reflètent le contexte politique actuel. Si la situation change (des élections amenant au pouvoir des décideurs qui peuvent avoir un impact direct sur votre objectif ; de nouvelles recherches soutenant ou remettant en cause l'objectif que vous voulez atteindre), il est important de modifier votre feuille de route.

Il est essentiel que votre groupe ait assez de flexibilité pour intégrer de nouvelles activités si nécessaire, concevoir de nouvelles boîtes à idées et/ou savoir quand adopter une nouvelle stratégie si l'approche adoptée ne permet pas de progresser (voir « Comprendre et gérer les échecs » dans Documenter les résultats). Le plus important est d'évaluer la situation à intervalles réguliers car cela aide à déterminer le moment où les efforts de plaidoyer ont atteint leur but et de tirer le meilleur parti de ce succès.

Lorsque vous atteignez un Gain Rapide, consultez « Documenter les résultats » pour documenter votre progression et évaluer vos résultats. Si votre groupe est parvenu à son objectif, réunissez à nouveau les membres (ou invitez-en de nouveaux) pour choisir un nouvel objectif SMART et un Gain Rapide. Lors de la deuxième réunion de planification, le groupe sera probablement à même de progresser plus rapidement, ou de commencer à une étape avancées.

À FAIRE ET NE PAS FAIRE

- **Rappelez-vous que changer de plan suite à de nouveaux développements n'est pas un échec.** Vous pouvez avoir besoin de trouver une nouvelle stratégie ou un nouveau plan si vous ne constatez aucun progrès.
- **N'agissez pas seul.** Continuez de demander conseil et dialoguer avec les décideurs et autres informateurs.

Remerciements

AFP SMART: Guide pour l'obtention de Gains Rapides a été conçu par Duff Gillespie, Beth Fredrick, Sarah Whitmarsh, et Jennifer Boyle dans le cadre de l'initiative AFP. Alison Bodenheimer, Priya Emmart et Sabrina Karklins ont également contribué à l'élaboration de ce guide.

La conception de ce guide a bénéficié de l'expérience de collègues dans les pays cibles et des instruments SMART pour la prise de décision, en particulier la Smart ChartTM de Spitfire Strategies. Les personnes chargées d'éditer ce document comprennent Halima Shariff du projet Advance Family Planning / Tanzanie ; Abdelylah Lakssir, Patrick Mugirwa et Diana Nambatya, du Bureau Régional Afrique de Partenaires en Population et Développement ; Richard Mugenyi de Santé Reproductive Ouganda ; Boniface Maket, Rose Maina et Angela Mutunga de Jhpiego Kenya ; Alison Marshall et Chris Gee de la Fédération Internationale pour la Planification Familiale (IPPF), et Joan Koomson et Sarah Mukasa du Fonds de Développement pour la Femme Africaine.

© 2013 Duff Gillespie. Tous droits réservés. Ce texte peut être cité sans permission explicite de ses auteurs, à condition d'indiquer la source complète, y compris la mention ©.

Citation suggérée : Gillespie, D. et Fredrick, B. (2013). AFP SMART: Guide pour l'obtention de Gains Rapides. Novembre 2013. Accessible sur: www.advancefamilyplanning.org.



Institut Bill & Melinda Gates pour la Population et la Santé de la Reproduction
 École de Santé Publique Bloomberg de l'Université Johns Hopkins
 615 N. Wolfe Street
 Baltimore, MD 21205 EUA
 Téléphone: +1 (410) 502 8715
www.advancefamilyplanning.org

AFP a pour but d'augmenter les investissements financiers et l'engagement politique requis pour assurer l'accès à la planification familiale de qualité, à travers des techniques de plaidoyer fondé sur des résultats prouvés.

Appendice 1 : Fiche de travail pour Exercice de groupe

Phase 1: Établir un consensus

Tableau 2.1

But général :

Objectif SMART :

Tableau 3.1

Identifiez le décideur :

Phase 2: Concentrer les efforts

Tableau 4.1 Défis externes	Tableau 4.1 Opportunités externes

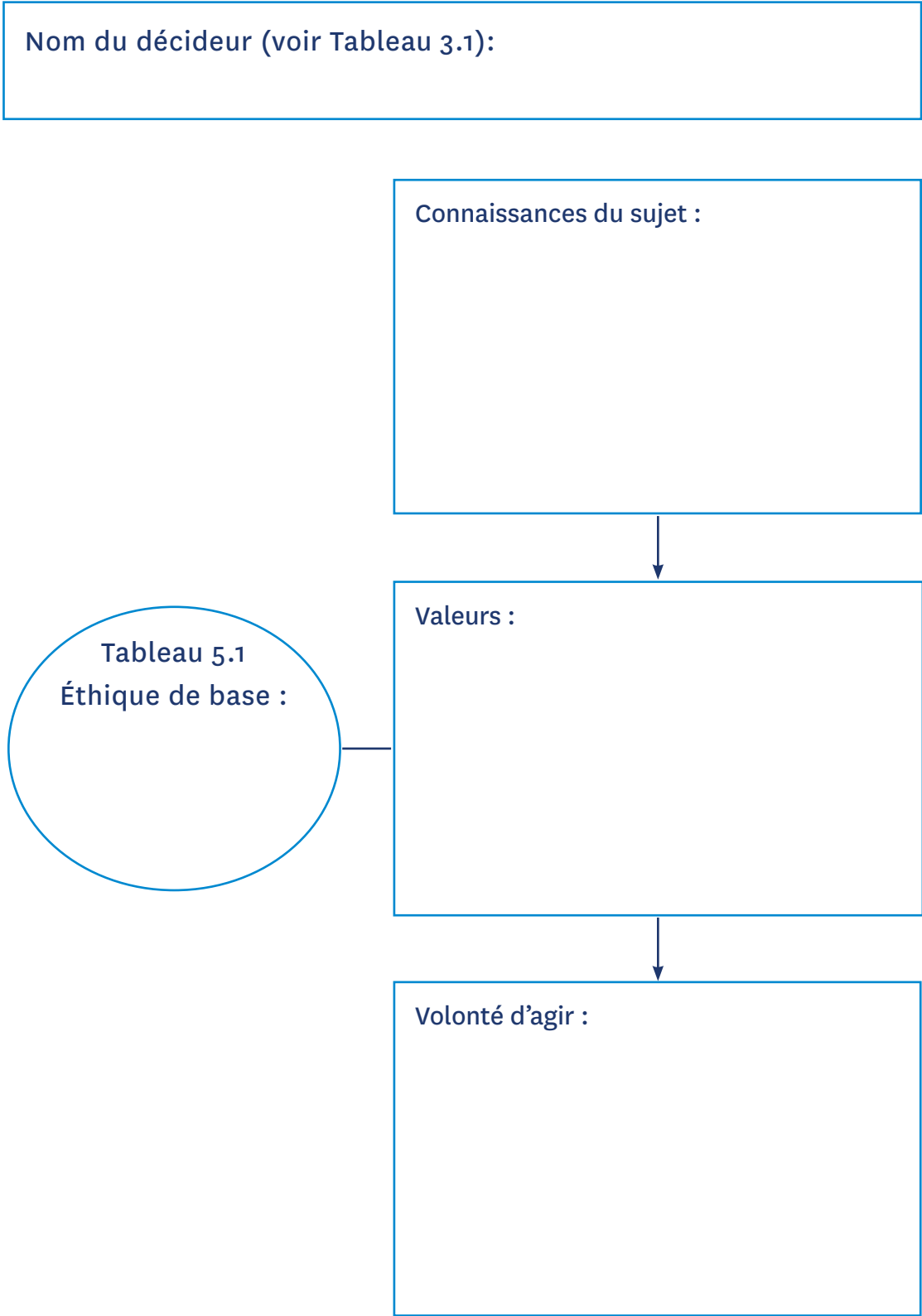


Tableau 6.1

Identifiez le décideur :

Rationnel

Émotionnel

Éthique

Tableau 6.2 Boîte à Idées

2: Problème principal :	3: Objection :
1: Nom du décideur :	
5: Dans quel but ?	4: Requête SMART :

Tableau 6.3

Nom du porteur du message :

Phase 3: Réussir le changement

Tableau 7.1 Défis internes	Tableau 7.1 Opportunités internes

Tableau 7.2 Plan de travail basique			
Objectif SMART	Étapes / Activités suivantes	Estimation du budget	Personne(s) Responsables
			Calendrier

Tableau 8.1 Indicateurs	
Sortants planifiés (produits) :	Résultats prévus (gains rapides) :

Appendice 2 : L'Approche de Plaidoyer SMART en Neuf Étapes

Phase 1: Etablir un consensus	
Étape 1: Décider qui impliquer	Assurez-vous que toutes les parties prenantes pertinentes soient présentes : les personnes ayant de l'influence, de l'expertise, un lien direct et/ou des qualifications spécifiques pour coordonner le processus. Passez en revue la liste de vérification pour planifier votre session de conception de stratégie.
Étape 2: Définir des objectifs SMART	Ayez une vision claire de votre objectif à long terme. Choisissez des objectifs SMART pour obtenir des progrès étape par étape qui pourront avec le temps mener à la réalisation du but global.
Étape 3: Identifier le décideur clé	Identifiez le décideur clé (ou, dans certains cas, les décideurs) qui vous permettra d'atteindre votre objectif. Utilisez ce que vous savez du décideur et du processus de décision au fur et à mesure de la conception stratégique dans son détail, y compris les messages et requêtes d'action politique.

Phase 2: Concentrer les efforts	
Étape 4: Examiner le contexte	Passez en revue les facteurs externes qui peuvent influencer vos chances de succès. Évaluez les opportunités et les défis que présente le contexte, par exemple les arguments, les événements prévisibles, l'opposition, les partenariats/alliances, la concurrence ou les ressources. Classez les défis par ordre de priorité pour savoir si et comment vous avez besoin d'adapter votre objectif.
Étape 5 : Apprendre à connaître le décideur	Tenez compte de tous les éléments que vous devriez ou aimeriez savoir sur le décideur et déterminez la meilleure approche possible. Il est important de savoir ce qui compte aux yeux du décideur et de connaître ses valeurs pour cibler votre message de façon efficace et pour que votre requête de changement politique se traduise en action.
Étape 6 : Formuler la bonne requête de plaidoyer	Echangez des idées concernant les raisons rationnelles, émotionnelles et éthiques pour lesquelles le décideur devrait soutenir votre requête de plaidoyer. Réfléchissez aux preuves/ récits / cadre éthique dont vous aurez besoin pour convaincre le décideur d'agir et atteindre ainsi votre objectif. Créer une boîte à idées pour visualiser votre requête en la rendant simple, cohérente et fondée sur des indicateurs d'action politique ; choisissez un porteur du message : prenez le temps nécessaire et tenez compte des personnes que votre décideur écoute le plus et qui auront le plus d'influence sur sa volonté d'agir.

Phase 3: Réussir le changement	
Étape 7 : Préparer un plan de travail et un budget	Dressez la liste des ressources internes disponibles pour soutenir votre stratégie de plaidoyer. Échangez des idées concernant des activités de plaidoyer spécifiques et évaluez-les à l'aune de l'objectif SMART. Créez un calendrier détaillé avec des activités et des tâches, des ressources financières et le nom de la personne chargée de diriger le projet.
Étape 8 : Établir des précédents pour évaluer le progrès	Définissez les sortants et résultats qui vous aideront à suivre et évaluer vos avancées. Analysez les informations disponibles pour mesurer l'impact à long terme, et identifiez les données que vous pourrez évaluer pendant et après l'application de la stratégie.
Étape 9: Exécuter et évaluer la stratégie	Passez en revue les activités et les prochaines étapes terminées, et identifiez la prochaine action nécessaire pour passer à l'étape d'évaluation (par téléphone ou en personne). Évaluez votre progression en fonction de précédents établis ou de références pour vous assurer que vous êtes sur la bonne voie. Soyez flexible et prêt à ajouter de nouvelles activités si nécessaire, créer de nouvelles boîtes à idées et/ou identifier le bon moment pour recadrer la stratégie si aucun progrès n'est observé. Quand un Gain Rapide est obtenu, documentez votre progression et évaluez les résultats.

Institut Bill & Melinda Gates pour la Population et la Santé de la Reproduction
École de Santé Publique Bloomberg de l'Université Johns Hopkins
615 N. Wolfe Street
Baltimore, MD 21205 EUA
Téléphone: +1 (410) 502 8715
Email: afp@jhsph.edu
www.advancefamilyplanning.org

Exécuter un plan

*Partie 1 : Évaluation Environnementale —
Comprendre votre contexte*

*Partie 2 : Décryptage de communiqués
politiques fondés sur des données
prouvées — Défendre votre cause*

NOV 2013

Pour exécuter un plan stratégique de plaidoyer, les plaideurs utilisent des documents ciblés tels que des communiqués de presse, des présentations et des études de cas afin de transmettre des messages clés, présenter des résultats de recherches, disséminer des directives politiques et programmatiques, souligner les défis les plus pressants et indiquer des étapes concrètes à suivre. Les documents les plus efficaces sont fondés sur des résultats prouvés permettant d'identifier, évaluer et consolider les décisions politiques.

Pour réunir les meilleures preuves disponibles, il faut tout d'abord bien comprendre l'environnement ou le cadre global de la question débattue. Une fois ces informations réunies et analysées, elles peuvent alors être présentées pour produire des communiqués ciblés et succincts qui prônent le changement.

Comprendre votre contexte

Passage en revue des évaluations environnementales

L'évaluation environnementale est l'étape initiale de la conception et de l'application de la stratégie de plaidoyer. L'évaluation fournit la base sur laquelle s'appuie l'initiative de plaidoyer.

Les données et les preuves réunies pour réaliser une évaluation environnementale sont utilisées pour aider à comprendre par où commencer le plaidoyer et à évaluer la probabilité d'influencer la conception de politiques. Elles devraient suggérer dans quels domaines et de quelles manières les plaideurs peuvent contribuer au débat en cours et fournir des idées aux décideurs clefs, aux agents de changement, aux champions, aux individus et organisations qui seront des partenaires essentiels et des cibles potentielles de la stratégie de plaidoyer. De cette manière, tant le processus que le débouché de l'évaluation peuvent guider le partenaire et lui permettre de choisir les meilleurs investissements en termes de temps et de ressources.

PREUVES

Une évaluation environnementale de la planification familiale inclura des données attestées concernant :

- Les indicateurs actuels de la planification familiale, en général des sondages d'individus et de prestataires de soins de santé.
- Les politiques et réglementations qui influencent le financement et la prestation de services de sources gouvernementales.
- Le soutien d'informateurs clefs — décideurs, professionnels de la santé et société civile — et leur point de vue, à savoir s'ils jugent que la planification familiale est au centre ou en marge du discours politique et de politique de gestion.

Des évaluations basées sur des données attestées permettent une meilleure cartographie des opportunités dont peut tirer parti un plaidoyer et des défis auquel il est confronté. Plus les informations sont spécifiques au niveau sous-national,

plus elles seront utiles comme base. Le lecteur d'une évaluation environnementale devrait être capable de comprendre rapidement à quelles questions fondamentales répondra un plaidoyer et quels Succès Rapides seront possibles, étant donné l'environnement actuel. Surtout, une bonne évaluation permet de clarifier l'environnement actuel en se basant des expériences et des avis locaux pour interpréter les informations disponibles.

UTILISATION

L'environnement politique n'est jamais statique. Il est utile de gérer les changements environnementaux pour modifier le cours des actions et affiner une stratégie afin d'atteindre des résultats à court et long terme. L'évaluation devrait donc être mise à jour à intervalles réguliers puis être utilisée pour guider la planification du travail et la conception de stratégies. Elle sert de ligne de base pour comparer la situation actuelle aux débouchés escomptés, qu'ils soient basés sur les cibles nationales ou régionales ou sur des accords mondiaux tels que Planification Familiale 2020 (PF2020), les Objectifs de Développement du Millénaire (ODM) ou les Objectifs de Développement Durable (ODD).

RESSOURCES

Les Outils de Plaidoyer en ligne (www.advancefamilyplanning.org) incluent des liens donnant accès à des outils utiles pour mener une évaluation — tels que le modèle RAPID (Ressources pour la Sensibilisation aux Impacts Démographiques sur le Développement) mis au point par le Futures Group ; les fiches de données créées par Population Reference Bureau; le compilateur statistique EDS Measure et la base de données des Projections de Population Mondiale gérée par le Département des Affaires Economiques et Sociales / Division de la Population des Nations-Unies.

L'Évaluation de l'Environnement et l'effet en cascade des Résultats AFP

Contrairement à l'effet en cascade des Résultats AFP, qui se focalise sur un seul changement, l'évaluation environnementale permet d'obtenir une vision plus large pour répondre aux questions suivantes : dans l'ensemble, l'environnement pour répondre aux besoins non-satisfaits de planification familiale a-t-il changé ? Si oui, comment ?

Défendre votre cause

Décryptage de communiqués politiques fondés sur des données prouvées

Un communiqué de presse pour le plaidoyer inclut un résumé concis d'un sujet précis, les options politiques pour gérer cette question et quelques recommandations concernant la meilleure option. Il fournit aussi aux décideurs des preuves à l'appui de cette option. Comme les efforts de plaidoyer se focalisent sur des décideurs qui peuvent avoir des connaissances techniques limitées du sujet, gérer un calendrier chargé et être parfois peu au courant ou peu intéressés par le sujet, il faut tenir compte des points suivants lors de la conception d'un communiqué de presse.

Les communiqués de presse devraient être

- **Courts.** Une page (recto-verso, environ 700 mots) est le mieux, avec des données clefs au recto.
- **Focalisés.** Il devrait n'inclure qu'un ou deux messages clefs.
- **Basés sur des preuves.** Mais pas techniques en matière de présentation. Focalisés sur le fonds et non pas sur les méthodes.
- **Pertinents.** Spécifiques au pays et si possible, à l'état ou au district.

DONNÉES ATTESTÉES

Des données qui soutiennent ou soulignent le message principal sont indispensables.

- Présenter seulement les données qui sont pertinentes pour le décideur.
- Utiliser des graphiques tels que des tableaux, figures et diagrammes qui montrent les données visuellement, mais assurez-vous que les graphiques aient des titres clairs et que le message soit clairement visible.
- Définissez les termes techniques de façon compréhensible pour le lecteur moyen.

Les communiqués de presse peuvent informer (résultats de recherche ou état des connaissances) et/ou influencer (plaidoyer).

Un communiqué de presse efficace va

- Fournir assez d'informations générales pour que le décideur comprenne le problème.
- **CONVAINCRE** le décideur qu'il est vital et urgent de résoudre le problème.
- Fournir **DES PREUVES** pour soutenir l'action.
- Inciter le décideur à prendre une décision **EN POSANT UNE QUESTION CLAIRE ET QUI APPELLE À L'ACTION.**

FORMATAGE ET STYLE

Utiliser des phrases courtes et succinctes.

- Laissez des « espaces vierges » pour rendre la page plus attrayante et plus plaisante.
- Choisissez un format de texte facile à imprimer ou à voir en version électronique.
- Pensez à utiliser des listes avec des puces et des tableaux, utiliser les caractères gras pour souligner les mots ou phrases importants et insérez des sous-titres pour faciliter la lecture.
- Choisissez des photos avec un objectif stratégique pour transmettre un message ou donner un « visage humain » au sujet, ainsi que pour rendre la page plus attrayante. Attention toutefois à ne pas inclure trop d'images, qui peuvent rendre le fichier trop grand ou affecter la vitesse de téléchargement.
- Utilisez des encadrés pour présenter les divers types de données qui ne s'intègrent pas aisément dans le flux du texte.

RÉFÉRENCES

- Indiquez les références des données — mais n'en ajoutez pas trop pour éviter que le document ne ressemble à un rapport académique.
- Indiquez clairement la source organisationnelle du communiqué de presse en incluant des références ou des logos.
- Incluez une section « Pour de plus amples informations » ainsi que le nom d'une personne à contacter.

DOCUMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Hormis le communiqué de presse, des documents pour soutenir votre argumentation peuvent inclure

- Une fiche de données
- Des recherches, rapports de terrain ou documents supplémentaires en faveur du plaidoyer
- Des exemples d'applications réussies qui répondent aux « questions à poser »

AFP

Portfolio de
Plaidoyer

Documenter les résultats

Partie 1 : Chaîne de Résultats AFP — Documenter vos processus et vos résultats

Partie 2 : Études de cas — Raconter votre histoire

NOV 2013

Quelles lignes de conduite influencent l'action des décideurs ? Comment ces actions mènent-elles à des améliorations en matière d'accès, de qualité et de choix ? Il est généralement difficile de démontrer que le plaidoyer influence et génère directement des impacts. Toutefois, miser sur des résultats dont on connaît le succès et la capacité à générer des impacts permet une association crédible entre les efforts de plaidoyer et les résultats observés. La Chaîne de Résultat AFP est un processus systématisé visant à documenter, suivre, affiner et démontrer les résultats d'une stratégie de plaidoyer de planification familiale. Elle offre des lignes de conduite pour répondre à la question : « Dans quel but ? »

Cette section du Portfolio de Plaidoyer AFP établit des lignes directrices étape par étape pour concevoir une Chaîne de Résultat, identifier les sources de données permettant de valider ces derniers, et comprendre et gérer les échecs. Elle oriente également la rédaction d'une étude de cas afin d'en extraire les résultats les plus marquants, et de construire un récit compréhensible et répliquable. Vous pouvez utiliser les fiches de travail en appendice pour concevoir votre propre chaîne de résultats.

Documenter vos processus et vos résultats

La Chaîne de Résultat AFP : Guide de l'Utilisateur

INTRODUCTION	1
<i>Objectif</i>	1
<i>Aperçu général</i>	1
<i>Suppositions sous-jacentes</i>	3
<i>Sélection de gains rapides</i>	4
APPLICATION	6
<i>Phase 1: Documenter les gains rapides</i>	6
Étape 1 : Noter le titre et l'activité formatrice	6
Étape 2 : Documenter les activités du processus et ses aboutissements	7
Étape 3 : Détailler le Gain Rapide	7
<i>Phase 2 : Documenter la chaîne de résultats</i>	11
Étape 1 : Documenter le Gain Rapide	11
Étape 2 : Identifier les résultats progressifs	11
Étape 3 : Documenter l'impact	12
Étape 4 : Identifier les sources de données	12

SUIVI VERS L'IMPACT : GÉNEALOGIE DES DÉCISIONS	15
<i>Suivre l'application de la Chaîne de Résultats</i>	15
Étape 1 : Identifier le(s) Gain(s) Rapide(s)	15
Étape 2 : Identifier les interventions les plus efficaces	15
Étape 3 : Identifier l'équipe de suivi	16
Étape 4 : Collaborer pour renouveler les efforts en temps réel	16
<i>Comprendre et gérer les échecs</i>	18
VALIDER LES RÉSULTATS	19
<i>Questions de responsabilisation et d'attribution des résultats</i>	22
CONCLUSION	23
REMERCIEMENTS	24
APPENDICES	25
<i>Appendice 1.1. Fiche de Travail sur les Gains Rapides</i>	25
<i>Appendice 1.2 Fiche de Travail sur la Chaîne de Résultats (Résultats progressifs)</i>	26
<i>Appendice 1.3. Fiche de Travail pour le Processus de Décision</i>	27

Introduction

Objectif

La Chaîne de Résultats AFP constitue notre principal outil de suivi et évaluation. Cet outil permet aux plaideurs de documenter facilement leurs résultats de manière à rendre les informations accessibles aux personnes non initiées et non impliquées dans le processus.

La Chaîne de Résultats se fonde sur quatre principes :

1. Assurer un suivi précis
2. Assurer le suivi des résultats en vue de responsabiliser les décideurs
3. Affiner le plaidoyer
4. Evaluer l'efficacité

Aperçu général

La Chaîne de Résultats présente sous forme graphique les **entrants**, les **sortants**, les **résultats**, et l'**impact** du plaidoyer (voir Encadré 1). Elle indique la voie à évaluer pour engager les différentes démarches qui influencent l'action des décideurs.

Dans un premier temps, la Chaîne de Résultats permet de documenter les acteurs et activités qui génèrent les changements politiques. Ensuite, elle sert d'instrument de suivi des actions politiques et de leurs mises en œuvre. Puis elle établit un processus pour assurer le suivi et la veille des résultats et des opportunités de plaidoyer afin d'adapter ou réorienter la stratégie. Enfin, elle met en place un processus systématisé pour démontrer l'importance et l'enjeu d'un plaidoyer en planification familiale.

Une Chaîne de Résultats AFP typique se déroule en deux phases :

- **Première Phase** : Le Gain Rapide — documenter le processus
- **Deuxième Phase** : La Chaîne de Résultats — documenter le résultat ou l'impact des gains rapides

La généalogie des décisions permet d'assurer le suivi des deux phases (voir « Documenter l'impact »).

Encadré 1. Termes clefs

LES ENTRANTS font référence à l'aide technique et aux ressources financières déployées pour générer un résultat. Les entrants sont utilisés durant le processus d'application de la stratégie de plaidoyer.

LES SORTANTS, ou données de sorties, sont des produits générés par les entrants. Selon la Chaîne de Résultats AFP, les résultats sont des produits à court terme sur lesquels les partenaires exercent le plus d'influence.

LES RÉSULTATS sont les Gains Rapides réalisés par l'approche AFP et la Chaîne de Résultats. Ils émanent d'une stratégie de plaidoyer ciblée sur les résultats des politiques. Les partenaires de plaidoyer cherchent délibérément à atteindre des résultats provenant d'une série de sortants. Les résultats dépendent de diverses variables que les partenaires du plaidoyer ne peuvent contrôler en totalité. Ils demeurent toutefois une mesure importante de la performance du plaidoyer. Les résultats à eux seuls ne changeront pas le statu quo.

L'IMPACT est le résultat à long terme produit par une combinaison d'interventions. L'impact peut être positif ou négatif. Dans le contexte du plaidoyer pour la planification familiale, un impact peut être par exemple la réduction de grossesses non désirées, mesurée par les changements d'utilisation contraceptive. Il est généralement difficile de démontrer que le plaidoyer a une influence directe sur l'impact. En investissant dans les sortants et les résultats bénéficiant d'un impact attesté, on établit un lien crédible avec le résultat recherché.

Suppositions sous-jacentes

La Chaîne de Résultats permet de démontrer que les investissements en plaidoyer génèrent des résultats. Des suppositions sur les besoins et les domaines d'actions nécessaires à la planification familiale sous-tendent la Chaîne de Résultats AFP. Nous partons du principe que les services de planification familiale ne reçoivent ni assez d'attention ni assez de financements dans de nombreux pays en voie de développement car les décideurs n'ont pas preuves de leur valeur et aucune incitation à agir. Les décideurs dans le domaine de la santé et des finances sont peu enclins à investir dans la planification familiale car jusqu'ici, la planification familiale n'a pas été adéquatement plaidée au niveau local et parce que le plaidoyer de PF a été principalement mené par les bailleurs de fonds. Les nombreux principes et approches utilisées pour plaider la cause de la planification familiale offre souvent peu de données spécifiques pour le coordinateur de santé publique au niveau local, le responsable de district ou le Ministre de la santé concernant les risques encourus si ce dernier n'investit pas dans la planification familiale ou si il invalide une décision politique.

L'échelle de risque est méconnue. Un responsable de district devrait-il investir 15 ou 1% de son budget dans la planification familiale ? Ferait-il mieux d'investir à court terme dans la distribution communautaire d'injectables ou dans des services de planification familiale postpartum ? De plus, il est important de savoir qui communique ces risques. Si les besoins de meilleurs services de planification familiale sont rarement ou mal présentés par la société civile locale ou les coalitions régionales, les décideurs n'ont aucune raison valable d'investir.

AFP suppose que le suivi d'un processus après des efforts de plaidoyer menés à bien est crucial pour approfondir les effets d'un Gain Rapide. Suite à une décision qui donnerait lieu à l'allocation de fonds pour une politique, par exemple, ou à une augmentation budgétaire, les décideurs doivent pouvoir voir que les plaideurs assurent le suivi en l'évaluation des changements à court terme découlant de la décision. Ceci augmente la valeur du plaidoyer local pour la planification familiale.

Enfin, AFP suppose que les succès répétés en plaidoyer de planification familiale facilitent la prise de nouvelles décisions difficiles et la prise de risques de la part des décideurs. Quand les décideurs peuvent se fier à la qualité et la source des données, ils sont plus enclins à soutenir les programmes proposés de planification familiale. Un historique de succès en planification familiale est plus à même d'accélérer et approfondir les résultats recherchés.

La Chaîne de Résultats AFP donne la priorité aux éléments suivants lors de la sélection des processus et des résultats recherchés au travers d'un plaidoyer :

- Choisir des résultats à court terme pour atteindre collectivement des buts plus larges avec les partenaires.
- Répondre aux priorités des décideurs auxquelles il est possible d'apporter des solutions de court terme en adoptant une approche stratégique du plaidoyer.
- Fournir des informations ciblées et fondées sur des données prouvées pour répondre aux besoins des décideurs locaux souffrant d'un manque de données attestées. Il est indispensable de transmettre des informations honnêtes.
- Réduire le risque et augmenter les récompenses des décideurs pour les encourager à prendre des décisions.

Sélection de gains rapides

Le processus visant à identifier les questions politiques qui ont le plus de probabilité d'aboutir sur un Gain Rapide, et la ligne de conduite permettant d'atteindre ce but est au cœur de l'approche AFP (voir « Développer une stratégie »). Cette approche accorde la priorité aux efforts de plaidoyer et aux Gains Rapides liés à des objectifs de plaidoyer plus larges et à l'impact désiré. Certaines décisions politiques ou opportunités de plaidoyer peuvent apporter des gains à court terme mais n'auront une influence cumulative sur le long terme qu'en s'insérant directement dans une ligne de conduite visant un objectif plus large.

AFP cherche par exemple à améliorer l'accès à une large gamme de méthodes contraceptives afin de réduire les besoins non satisfaits de contraception moderne et de prévenir les grossesses non désirées. Ainsi, les résultats augmentant l'adhésion à une méthode particulière ou à la planification familiale en général des prestataires de santé et du grand public ne contribuent pas directement, même si ils sont importants, à la création de résultats recherchés par AFP tels que l'élimination de barrières politiques qui restreignent la mobilisation des ressources, en par conséquent, l'accès, la qualité et le choix des services. C'est pourquoi la section de ce guide sur les objectifs SMART établit des lignes directrices concernant le choix de cibles pertinentes pour atteindre les objectifs AFP. Lors de la sélection d'un objectif, l'approche AFP tient compte de l'environnement politique, des relations avec les décideurs et des ressources disponibles.

Encadré 2. Termes clefs

LES BUTS sont des déclarations générales concernant les résultats désirés et sont liés à la mission générale du projet. “Réduire les grossesses non désirées” ou “améliorer la santé maternelle” sont des buts. Ils décrivent l’objectif global du travail et ne sont pas strictement mesurables. Les buts sont conçus pour être atteints à long terme. Plusieurs objectifs soutiennent en général un but unique.

LES OBJECTIFS constituent de brèves déclarations d’intention décrivant un résultat spécifique désiré. Il y a donc un lien clair entre la déclaration d’un objectif et le résultat désiré. Les objectifs servent à atteindre le but global du projet.

SMART est un acronyme utilisé ici pour caractériser les objectifs tangibles du plaidoyer. Les résultats que l’on cherche à atteindre sont SMART (« intelligents », en anglais) car ils sont :

Spécifiques

Mesurables

Atteignables

Réalistes

Temporellement définis

Application

La Chaîne de Résultat doit être utilisée avec une stratégie de plaidoyer ciblée conçue pour atteindre des **buts** à court terme et des **objectifs SMART** progressifs menant logiquement à un but global (voir Encadré 2). La Chaîne de Résultats permet d'expliquer l'initiative de plaidoyer aux publics externes et aide les plaideurs à prendre des décisions liées à l'application d'une politique ou d'un programme pour s'assurer de l'impact à long terme pour les bénéficiaires. La Chaîne de Résultats relie le plaidoyer au changement politique puis aux améliorations de résultats et d'impact dans la planification familiale. Les sections suivantes donne des instructions étape par étape sur les processus de documentation des phases d'une Chaîne de Résultats, en fournissant des exemples et des fiches de travail utiles.

SUGGESTION

Passer en revue votre stratégie de plaidoyer quand vous préparez votre Chaîne de Résultats.

Phase 1: Documenter les gains rapides

ÉTAPE 1: NOTER LE TITRE ET L'ACTIVITÉ FORMATRICE

Pour se faire, définissez par écrit l'objectif SMART et les étapes importantes que vous allez suivre pour identifier votre opportunité de plaidoyer. Ceci peut se faire en réunissant plusieurs parties prenantes, en créant un groupe de travail, ou regroupant un comité de sécurité contraceptive. Notez la date, les acteurs clefs et l'objectif de l'activité formatrice.¹ Notre outil d'élaboration de stratégies de plaidoyer — AFP SMART : Guide pour l'obtention de Gains Rapides — est un moyen d'identifier les étapes clés requises pour atteindre votre objectif, et sert de référence pour structurer votre stratégie (voir Encadré 3 et Figure 1, **Activité Formatrice**).

¹ Prenez note du nom des participants et de leurs coordonnées—fiches d'inscription—et préparer les minutes de la réunion ou un programme ; ceci atteste qu'une activité formatrice a eu lieu.

ÉTAPE 2: DOCUMENTER LES ACTIVITÉS DU PROCESSUS ET SES RÉSULTATS

A cette étape, il vous faudra documenter les activités que vous entreprenez avec vos conseillers/ comité/ réseau/ groupe de travail local, ainsi que les sortants produits. Les activités et les données de sorties doivent être celles que vous avez identifiées comme étant stratégiques pour votre plaidoyer.

Les sortants doivent inclure une note de synthèse d'une analyse de politique, une réunion décisive avec un décideur clé ou un porteur du message, ou bien un résumé destiné au décideur.² Dans la Figure 1, les activités de processus sont représentées dans trois encadrés mais peuvent être représentées par n'importe quel nombre d'encadrés, selon le nombre de tactiques choisies. L'important est de choisir les activités les plus logiquement liées à l'obtention d'un Gain Rapide (voir Encadré 3 et Figure 1, **Activités du Processus**).

ÉTAPE 3: PRENDRE DES NOTES DÉTAILLÉES SUR LE GAIN RAPIDE

Prenez des notes détaillées sur le Gain Rapide. Si un Gain Rapide consiste par exemple en de nouvelles recommandations pour le transfère/partage des tâches, détaillez quelle tâche les prestataires de santé pourront désormais accomplir. Ce niveau de détail permet au Gain Rapide d'être suivi et mesuré au travers de la Généalogie des Décisions et de la Chaîne de Résultats. Si vous utilisez le Smart Chart™ pour concevoir une stratégie de plaidoyer, le Gain Rapide et l'objectif/l'étape progressive sont en général les mêmes (voir Encadré 3 et Figure 1, **Gains Rapides**). Voir Figure 2 pour un échantillon de Gains Rapides AFP.

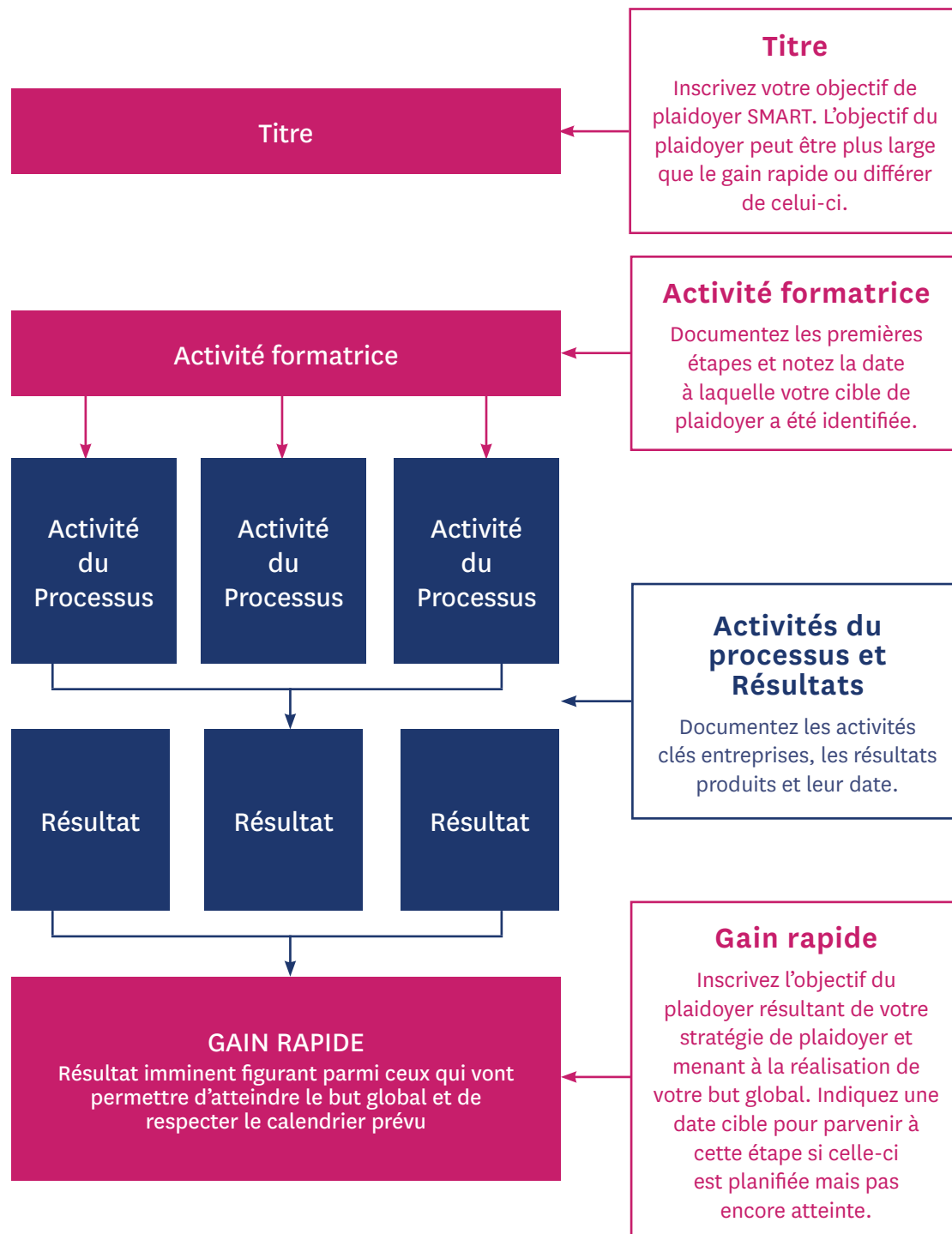
² Il est utile de documenter les dates de l'activité et des débouchés et collecter des preuves des résultats (tels que des liens avec un communiqué de presse, des minutes d'une réunion, et une attestation de la réunion et des prochaines étapes) à cette étape.

Encadré 3. Termes clefs

LES ACTIVITÉS sont des actions ou interventions qui utilisent des entrants pour aboutir aux résultats. Elles ne sont pas des objectifs en elles-mêmes mais sont utiles pour parvenir aux résultats. Par exemple, on peut organiser une réunion d'experts en planification familiale afin de discuter des lignes directrices de la formation pour la distribution à base communautaire. Dans ce cas, l'organisation de la réunion est une étape du processus vers la réalisation d'un objectif.

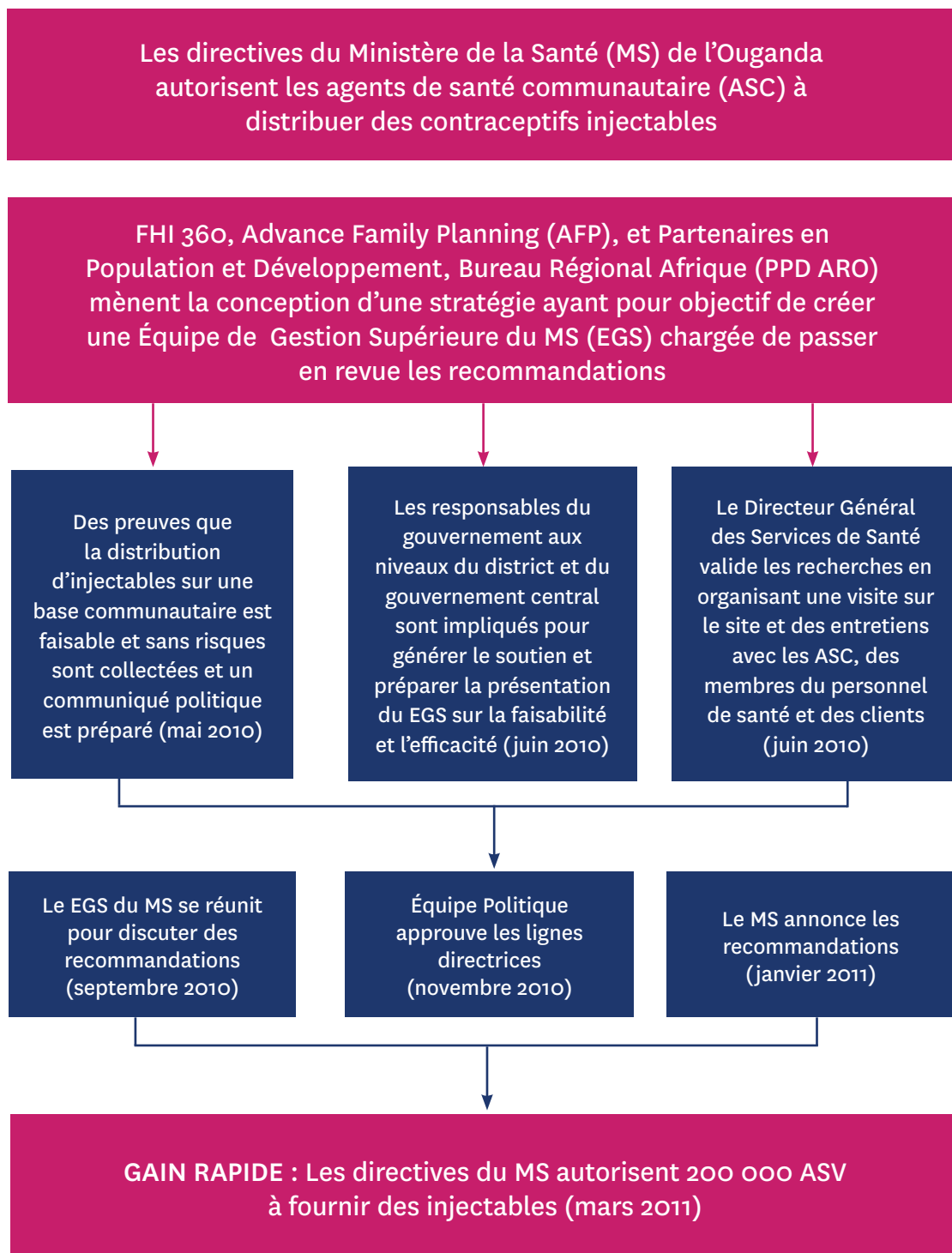
LES ACTIVITÉS DU PROCESSUS, par exemple, peuvent inclure une présentation technique au conseil des Ministres avec une recommandation spécifique pour inclure une nouvelle méthode offerte par le secteur public, tout en démontrant la nécessité d'un tel changement.

UN GAIN RAPIDE est la décision discrète, à petite échelle, mais d'importance critique devant être prise à court terme. Il constitue l'un des résultats qui mènera à un but plus général. Il résulte d'une stratégie de plaidoyer ciblée (voir « Développer une Stratégie »).

Figure 1. Chaîne de Résultats AFP, Phase 1: Gain Rapide ³

³ Utilisez des italiques pour indiquer les activités / le travail en cours et du texte normal pour le travail accompli.

Figure 2. Chaîne de Résultats AFP,
Phase 1: Accès Communautaire aux Injectables en Ouganda



Phase 2: Documenter la chaîne de résultats

ÉTAPE 1: DOCUMENTER LE GAIN RAPIDE

Faites la liste des Gains Rapides ou des avancées qui doivent mener à un accès accru aux contraceptifs. Indiquez dans cet encadré uniquement les gains auxquels AFP a contribué. Dater chaque gain (voir Figure 3, Gain(s) Rapide(s)).

ÉTAPE 2: DOCUMENTER LES RÉSULTATS PROGRESSIFS

L'étape 2 traite des résultats progressifs qui doivent advenir pour que le Gain Rapide ait un impact. AFP et son groupe ou réseau de conseil local peuvent ne pas être directement responsables des résultats engendrés. C'est habituellement le cas au niveau national ou régional. Toutefois, au niveau du district, avoir une influence directe sur la prestation de services de planification familiale peut être à la portée d'AFP et ses partenaires. Les résultats à tous les niveaux ont un point commun : ils doivent aboutir à un Gain Rapide comme préambule.

Par exemple, le gouvernement d'un district peut vouloir augmenter l'accès aux méthodes contraceptives de long terme dans la communauté. Un Gain Rapide résultant de l'initiative AFP peut se traduire en une augmentation du budget alloué à la planification familiale au niveau du district. Mais ces fonds supplémentaires peuvent être utilisés de diverses manières ; certains peuvent permettre d'améliorer l'utilisation des méthodes de long terme, et d'autres pas. Il est donc important de documenter comment les fonds alloués ont été utilisés et dépensés : 1) l'expansion du personnel pouvant fournir des méthodes à long terme ; 2) l'amélioration de la qualité des conseils dans ces services ; et 3) les changements dans la chaîne d'approvisionnement permettant de répondre aux besoins logistiques de la prestation de services au niveau du district, sont autant d'exemples de résultats qui peuvent logiquement expliquer une augmentation de l'accès aux méthodes de long terme. D'autres partenaires qu'AFP, y compris le gouvernement, peuvent être instigateurs de ce processus et parvenir à ces résultats (voir Figure 3, Assurer le suivi des Résultats Progressifs).

ÉTAPE 3 : DOCUMENTER L'IMPACT

Indiquez le but global de votre stratégie de plaidoyer ou le Smart Chart™. Pour l'initiative AFP, le but est généralement lié à l'augmentation de l'utilisation des contraceptifs, que ce soit au niveau du district, du pays ou de la région. Le Gain Rapide ou les avancées et les résultats progressifs identifiés à l'Étape 2 doivent contribuer à votre but global et avoir un impact attesté (voir Figure 3, Impact / But Global).

ÉTAPE 4 : IDENTIFIER LES SOURCES DE DONNÉES

Indiquez les sources des données qui vous permettront de démontrer l'impact de votre stratégie. Pour des exemples de sources de données, voir le Tableau 1.

Voir Figure 4 pour un échantillon Chaîne de Résultats AFP.

Figure 3. Chaîne de Résultats AFP, Phase 2: Du Gain Rapide à l'Impact

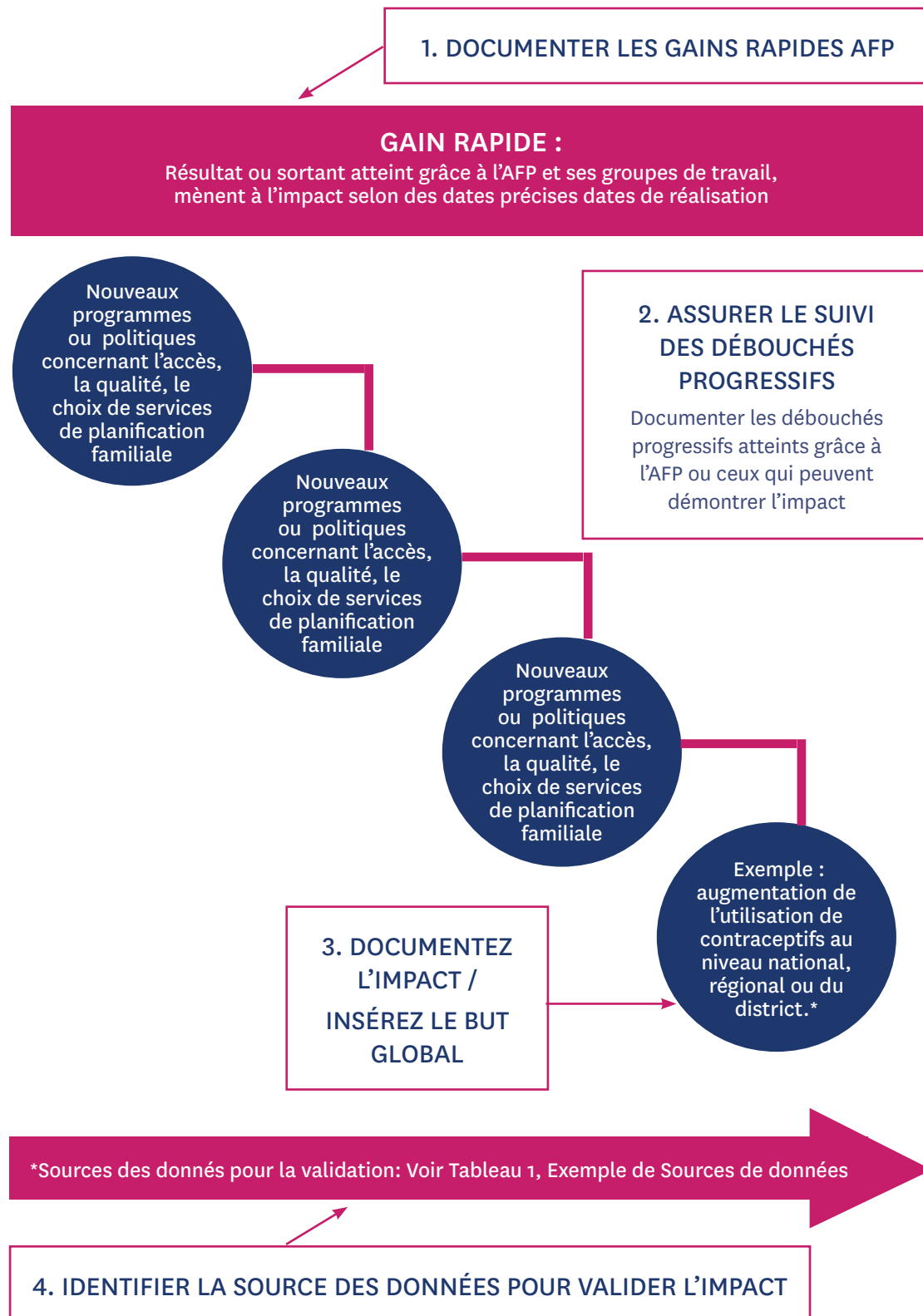
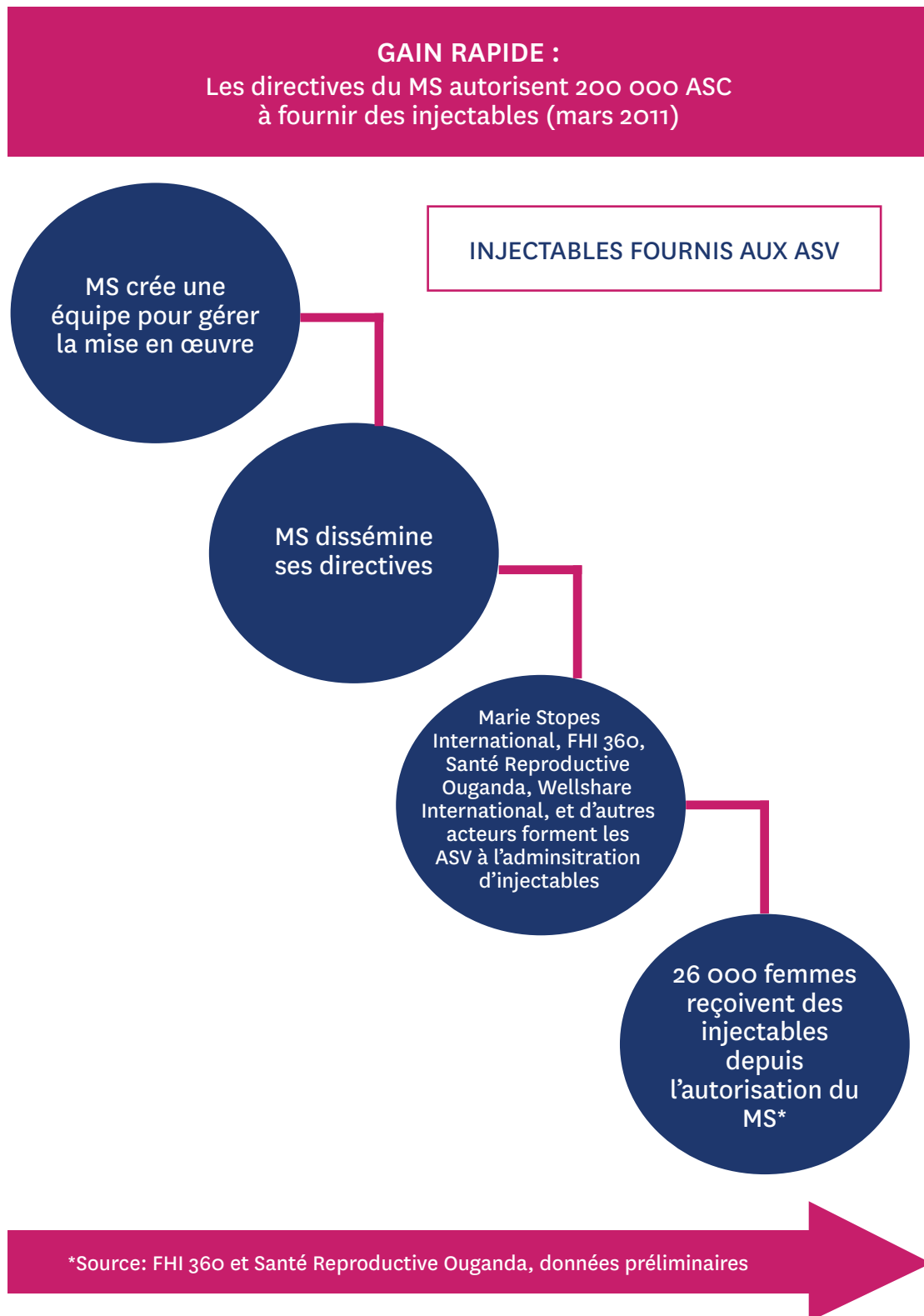


Figure 4. Chaîne de Résultats AFP, Phase 2: Accès Communautaire aux injectables en Ouganda



Suivi vers l'impact : Généalogie de Décisions

Assurer le suivi de l'application de la Chaîne de Résultats

AFP assure le suivi des Gains Rapides pour déterminer si ces derniers ont généré l'impact attendu. Au fil du temps, il est possible d'identifier les étapes — consécutives ou parallèles — nécessaires pour parvenir à un impact souhaité. Il est essentiel d'établir un programme de suivi pour s'assurer que ces étapes ont été franchies et déterminer si le plaidoyer a porté ses fruits. Pour se faire, la Généalogie des Décisions peut servir de liste de vérification — un outil utile car le plaidoyer a lieu dans un environnement aux ressources limitées, avec des missions restreintes, dans des zones délimitées et selon un calendrier chargé. La Figure 5 donne un exemple de partage de tâches et décrit le processus AFP pour assurer le suivi des résultats associés.

ÉTAPE 1 : IDENTIFIER LE(S) GAIN(S) RAPIDE(S)

Identifiez les Gains Rapides dont vous assurez le suivi, ainsi que leur date de réalisation.

ÉTAPE 2 : IDENTIFIER LES INTERVENTIONS LES PLUS EFFICACES

Identifiez les interventions les plus efficaces permettant d'aboutir à un changement au-delà du Gain Rapide. AFP peut être impliquée dans certaines de ces interventions ou aucune d'entre elles. Assurez le suivi de ces interventions pour savoir si elles ont été mises en œuvre (soit par l'entremise d'un groupe de conseil local, soit par d'autres mécanismes formels ou informels). Si vous trouvez qu'une intervention nécessaire et efficace n'a pas été prévue, il est temps de revoir votre stratégie initiale ou Smart Chart™ et vos activités de plaidoyer. A chaque niveau de l'application, un résultat binaire (oui/non) doit être recherché. Chaque niveau représenté dans le schéma ci-dessous est un exemple de collecte et documentation de données. Un « non » à chaque niveau représente un risque de ne pas parvenir au résultat recherché. Un « oui » signifie que le processus progresse et qu'il est temps d'assurer le suivi du prochain résultat progressif.

Par exemple, un Gain Rapide peut être une décision politique d'inclure une nouvelle méthode dans le secteur public. Après l'obtention du Gain Rapide, les interventions les plus efficaces pour augmenter le choix de contraceptifs incluent 1) la dissémination de la politique ; 2) la formation des prestataires ; et 3) le développement d'une chaîne d'approvisionnement de la nouvelle méthode. AFP doit assurer le suivi de ces interventions pour déterminer si elles ont eu lieu même lorsque nous ne sommes pas directement impliqués dans ces activités spécifiques. Nous suivons l'application de décisions politiques en travaillant de façon rapprochée avec les partenaires pertinents et en préparant un plaidoyer supplémentaire si une action spécifique échoue.

ÉTAPE 3 : IDENTIFIER L'ÉQUIPE CHARGÉE DU SUIVI

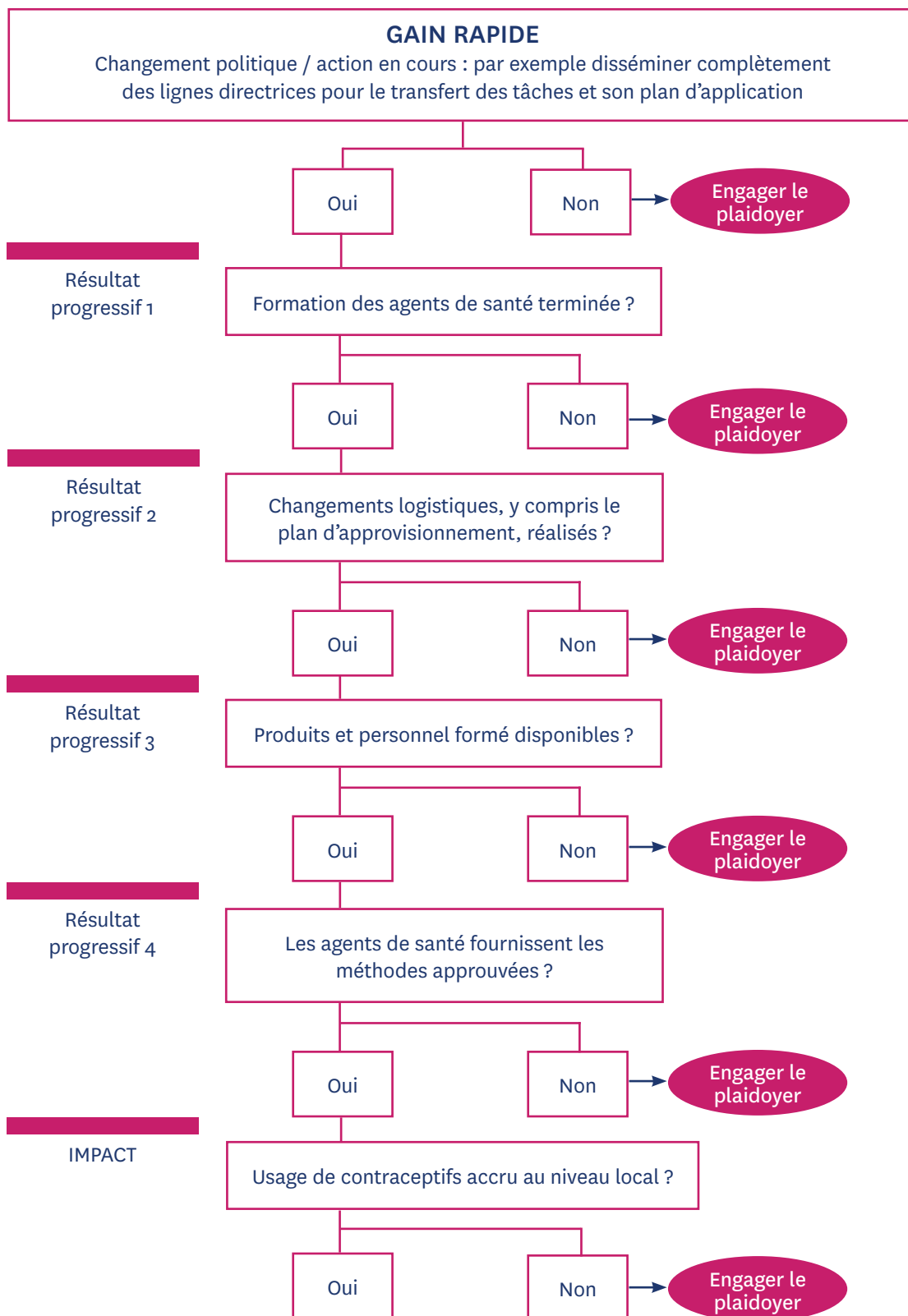
Identifiez les personnes qui vont assurer le suivi d'une intervention et la manière dont elles vont obtenir les informations. Communiquez et documentez ceci en détail dans le plan de travail conçu durant le processus de conception de la stratégie si les partenaires du plaidoyer assument des responsabilités.

Si possible, prévoyez des échéances pour chaque étape. Certaines étapes d'application peuvent en parallèle ou de manière consécutive. Mais en documentant ces étapes au fur et à mesure, vous établirez des précédents pour le processus d'application et générerez des apports éclairants sur la durée nécessaire du plaidoyer en vue de futurs efforts.

ÉTAPE 4 : COLLABORER POUR RENOUVELER LES EFFORTS EN TEMPS RÉEL

Une fois encore, pour chaque étape au cours du processus, il faut être préparé à renouveler ses efforts à tout moment. Cette étape requiert un partenariat rapproché avec le gouvernement et les personnes chargées de l'application de la stratégie pour comprendre quand et pourquoi les interventions ont connu des échecs, et concevoir de nouvelles stratégies de plaidoyer pour surmonter ces obstacles.

Figure 5. Généalogie des Décisions : Des Résultats à l'Impact



Comprendre et gérer les échecs

Quand les changements attendus n'ont pas lieu, il est important de réexaminer les suppositions qui sous-tendent la stratégie de plaidoyer. Généralement, des changements dans l'utilisation de contraceptifs ou la méthode choisie suite au plaidoyer sont visibles si nous avons

- Émis des suppositions raisonnables concernant les services de planification familiale et les méthodes spécifiques
- *Et* émis des suppositions raisonnables concernant les obstacles locaux à l'accès et l'utilisation
- *Et* investi dans les interventions les plus efficaces avec nos partenaires

L'exemple suivant montre comment les suppositions sous-jacentes qui dictent la stratégie peuvent ne pas mener aux résultats escomptés :

Les partenaires de la planification familiale dans le District A sont tous d'avis que les ruptures de stock fréquentes dans le secteur public contribuent au faible usage de contraceptifs. Ils ont conçu une stratégie pour réduire les ruptures de stock en augmentant les fonds pour le transport local des commodités contraceptives afin de d'augmenter la fiabilité de l'approvisionnement de ces produits. Le Gain Rapide est une augmentation de fonds alloués au transport des produits au niveau du district. Voici certains des résultats non attendus du Gain Rapide, et leurs explications possibles :

- **Résultat 1: malgré l'augmentation de fonds, les ruptures de stock continuent au même rythme qu'avant dans le District A**

Explication : Ceci indique une erreur dans le processus. Un financement accru ne se traduit pas automatiquement en un changement du statut des stocks. Ce changement n'advient que si les fonds étaient utilisés pour récupérer les produits, qui seraient alors stockés de façon appropriée et distribués dans chaque dispensaire.

- **Résultat 2 : il y a moins de ruptures de stock dans le District A mais aucun changement dans l'utilisation des contraceptifs au bout d'un an**

Explication : L'utilisation de contraceptifs peut ne pas répondre aux efforts d'approvisionnement. Ceci peut advenir si la méthode préférée des femmes n'est pas disponible et si les mauvaises méthodes sont en stock.

- **Résultat 3 : Il y a moins de ruptures de stock dans le District A mais l'utilisation de contraceptifs dans le district diminue**

Explication : Notre supposition concernant la relation entre les stocks et l'utilisation des contraceptifs n'a pas tenu compte d'autres variables qui peuvent avoir un fort impact et expliquer la conduite contraceptive dans le District A. Par exemple, suite à une série de chocs économiques, le taux de mortalité infantile dans le District A a brutalement augmenté. L'effet de remplacement réduit la demande de contraceptifs dans la période qui suit.

Les résultats peuvent varier en raison des suppositions sous-jacentes erronées concernant le processus et la cause d'un problème. Dans chaque cas, l'examen des suppositions sous-jacentes de votre stratégie de plaidoyer vous permettra d'ajuster cette dernière sur la base de nouvelles preuves, permettant de progresser vers un nouveau Gain Rapide et d'obtenir de nouveaux résultats.

L'approche AFP exige des preuves solides pour guider le plaidoyer. Cet exemple montre qu'il est important d'obtenir de meilleures informations sur les préférences des clients pour concevoir une stratégie efficace. Même lorsque nous disposons de preuves solides, le contexte peut changer rapidement, ce qui requiert la révision de la stratégie et la réinitialisation du plaidoyer. La Généalogie des Décisions anticipe ces moments critiques; il faut alors réévaluer le plaidoyer à chaque étape pour parvenir à un résultat progressif et générer un impact (voir Figure 5).

Valider les résultats

Toutes les données (résultats, débouchés et impact) doivent être validées. Indiquez les sortants et résultats d'un Gain Rapide en appendices. Le Tableau 1 donne des exemples de données et de leurs sources permettant de valider chaque étape.

Table 1. Exemple de Données pour Valider les Résultats

NIVEAU DE DONNÉES	SOURCES POSSIBLES / POTENTIELLES DE VALIDATION
<p>Résultats</p>	<ol style="list-style-type: none"> I. Rapport d'une réunion avec calendrier II. Communiqués de presse III. Résultats obtenus avec des instruments / statistiques standard— planification stratégique / budgétisation / coûts / plaidoyer / mobilisation des ressources / logistique / systèmes de gestion des informations sanitaires. Exemples : stratégies de plaidoyer ou Smart Chart™, RAPID⁴, GAP⁵, analyses de gamme, vérifications de budgets, coûts de la SR⁶ IV. Liste de personnel formé, et calendriers de formation V. Résultats pour mettre sur pied un réseau ou une coalition. Par exemple, manifeste / calendrier commun d'un réseau, articulant le point de vue sur la planification familiale et sélection des membres, des critères pour le réseau / la coalition VI. Contributions des membres du réseau / de la coalition aux décisions politiques imminentes
<p>Résultats*</p> <p>*Les résultats peuvent émaner ou non du plaidoyer AFP. Quand ils adviennent grâce aux efforts de plaidoyer et à l'approche AFP, ils sont considérés comme des gains rapides.</p>	<ol style="list-style-type: none"> I. Copies de l'approbation écrite / formelle des changements de politique. Par exemple des copies de lignes directrices / curricula de formation publiés, des lignes directrices pour l'inclusion d'une nouvelle méthode et des changements de mécanismes d'approvisionnement et de financement pour réduire les obstacles à l'application des politiques II. Memoranda incluant des partenariats stratégiques / des changements de politiques. Par exemple une demande explicite du gouvernement qu'AFP serve de secrétariat technique pour un comité de planification familiale, pour inclure les lignes directrices conçues par AFP dans un plan de conception et pour concevoir une mémorandum de bon entendement entre le secteur privé et le gouvernement concernant le développement de capacité en vue d'introduire de nouvelles méthodes III. Notes de budget indiquant une augmentation des fonds IV. Documentation concernant des changements requérant la soumission de rapports qui augmentent la responsabilisation du gouvernement en matière de performance de la planification familiale. Par exemple de nouvelles lignes directrices de l'Union Africaine aux Ministres de la santé selon le Plan d'Action de Maputo V. Demandes formelles indiquant le niveau d'expertise des réseaux et leur valeur. par exemple des demandes de dirigeants africains influents souhaitant devenir membre d'un réseau / d'une coalition, et des demandes d'institutions cherchant la reconnaissance ou des apports de la société civile

NIVEAU DE DONNÉES	SOURCES POSSIBLES / POTENTIELLES DE VALIDATION
<p>Impact*</p> <p>*AFP assure le suivi des résultats qui aboutissent à un impact, même quand ce dernier est généré sans le plaidoyer AFP. Ceci permet de s'assurer que si un résultat n'est pas atteint, AFP peut relever ce défi et engager un nouveau plaidoyer rapidement.</p> <p>D'autres données devant être suivies sont les données contextuelles telles que les changements de direction et de soutien politique / religieux / social pour la planification familiale ou de nouvelles priorités de santé/ développement au niveau local, régional ou national.</p>	<ol style="list-style-type: none"> I. De nouveaux plans ou projets qui changent l'accès, le choix et la qualité des services. Par exemple l'annonce d'un nouveau système logistique pour la distribution communautaire des injectables, des copies d'un plan d'approvisionnement pour une nouvelle méthode, des annonces / une copie de plans avec financement pour la qualité des soins, une approbation écrite d'un plan de distribution du secteur public incluant des parties prenantes non-gouvernementales et l'inclusion de la planification familiale dans l'assurance santé II. Des données qui montrent des améliorations en matière d'accès. Par exemple, des données HMIS, des données logistiques, des données sur la sécurité contraceptive, une nouvelle méthode disponible, des ruptures de stock moins fréquentes / aucune rupture de stock et des ressources accrues mobilisées pour la planification familiale III. Des données qui montrent des améliorations de la qualité des services. Par exemple des résultats de sondages ou analyses locales, des données émanant de groupe de focalisation et des sondages de satisfaction des clients IV. Des données qui montrent une prévalence contraceptive accrue. par exemple des résultats de sondages de foyers à grande échelle : EDS⁷, EMIL⁸, PMR2020⁹ V. Des documents comme des cadres ou des analyses concernant l'environnement réalisées par des institutions mondiales, régionales ou nationales qui font explicitement référence aux contributions d'un réseau / d'une coalition ou utilisent des termes fournis par le réseau

- 4 Le Modèle RAPID est un outil informatique que les parties prenantes peuvent utiliser pour démontrer l'effet de la croissance démographique rapide sur divers secteurs et les bénéfices des programmes de PF. Pour de plus amples informations, voir http://www.healthpolicyinitiative.com/Publications/Documents/8o8_1_RAPID_Model_Handout_FINAL_July_2009_acc2.pdf.
- 5 L'outil de Gather, Analyze, Plan (GAP) est un outil Excel pour aider les décideurs et les responsables des ministères et de santé à comprendre et prévoir les coûts associés à l'expansion des approches de PF afin d'atteindre les objectifs de prévalence contraceptive pour leur pays ou les taux de fécondité totaux. Pour obtenir de plus amples informations, veuillez consulter http://www.healthpolicyinitiative.com/Publications/Groups/group_33/33_GAP_Tool_Manual_FINAL_8_3_11_acc.pdf.
- 6 Organisation Mondiale de la Santé. (2013). Outil d'Évaluation des Coûts de la Santé de la Reproduction. Disponible à l'adresse suivante : http://www.who.int/pmnch/topics/economics/costing_tools/en/index15.html.
- 7 Les Enquêtes Démographiques et de santé (EDS) sont financés par l'Agence des États-Unis pour le Développement International et incluent plus de 300 sondages de foyers dans 90 pays concernant la population, la santé et la nutrition.
- 8 Les Enquêtes sur de Multiples Indicateurs Liés (EMIL) sont financés par le Fonds des Nations-Unies pour l'enfance et menés par les organisations gouvernementales depuis 1991 et portent sur des indicateurs liés à la santé, l'éducation et la protection des enfants.
- 9 Les Enquêtes de Performance, Suivi et Responsabilisation 2020 (PMR2020) seront financés par la Fondation Bill & Melinda Gates et devraient commencer en 2013. Ces enquêtes seront menées dans neuf pays pour suivre les progrès de l'accès à et l'utilisation de contraceptifs et incluront des sondages de foyers et de centres de prestation de services.

Questions de responsabilisation et d'attribution des résultats

AFP travaille principalement au niveau décentralisé avec des groupes de conseil locaux. Les priorités de plaidoyer sont les questions qui influencent la prestation et la qualité des services de planification familiale localement et correspondent à l'approche AFP. Le rôle d'AFP est de cibler le plaidoyer sur ces priorités afin que les partenaires puissent travailler ensemble pour aboutir à des résultats spécifiques.

La responsabilisation dans ce cadre précis signifie qu'AFP doit être capable de démontrer qu'elle a 1) choisi les bonnes priorités pour atteindre l'impact le plus marquant 2) choisi les interventions appropriées pour aboutir à des changements significatifs selon les indicateurs de priorité, et 3) utilisé des approches efficaces pour plaider en faveur de nouveaux programmes et politiques, et générer ainsi des changements recherchés.

La responsabilisation ne signifie pas que les changements locaux liés à l'utilisation de contraceptifs peuvent être attribués directement au travail de plaidoyer d'AFP. Les résultats en cascade produits peuvent être attribués à AFP dans une certaine limite, de deux manières différentes :

1. AFP fournit un élément critique dans les processus de changement — il est nécessaire de documenter les résultats progressifs / gains rapides qui doivent précéder l'impact et résulter de l'action de plaidoyer AFP.
2. AFP reconnaît et documente le rôle de ses partenaires en identifiant les interventions mises en œuvre et le calendrier des interventions de la Chaîne de Résultats.

Conclusion

La Chaîne de Résultats oriente l'approche de plaidoyer et la focalise sur l'atteinte de résultats, et d'un impact à long terme. En ciblant des Gains Rapides résultant de l'approche AFP, on augmente la probabilité d'impact des activités au-delà de la simple sensibilisation et compréhension des bénéfices de la planification familiale. Si nous voulons parvenir à des résultats, nous devons non seulement influencer sur les connaissances mais également sur les vecteurs de changement — dans notre cas, les actions prises par les décideurs. Ce guide présente un moyen d'articuler la contribution du plaidoyer de santé publique par le biais d'actions concrètes prises par les décideurs pour améliorer l'approvisionnement et la qualité des services. Pour des informations complémentaires, dont une présentation Powerpoint sur la Chaîne de Résultats, veuillez vous référer à la version électronique du Portfolio de Plaidoyer AFP.

Remerciements

La Chaîne de Résultats AFP a été conçue par Duff Gillespie, dans le cadre de l'initiative AFP. Priya Emmart a préparé ce guide de l'utilisateur avec l'aide des dirigeants d'AFP — Duff Gillespie and Beth Fredrick. Sabrina Karklins, Michelle Hindin et Sarah Whitmarsh ont fourni des données supplémentaires pour la consolidation de la Chaîne de Résultats et l'élaboration de ce guide. Les personnes ayant relu ce document avant sa publication incluent Halima Shariff, Advance Family Planning, Tanzanie; Abdelylah Lakssir, Partners in Population and Development, Bureau Régional Afrique et Mayun Pudja, Cipta Cara Padu Foundation, Indonésie.

© 2013 by Duff Gillespie. Tous droits réservés. Ce texte peut être cité sans autorisation explicite en citant la source intégralement, y compris l'indication de copyright ©.

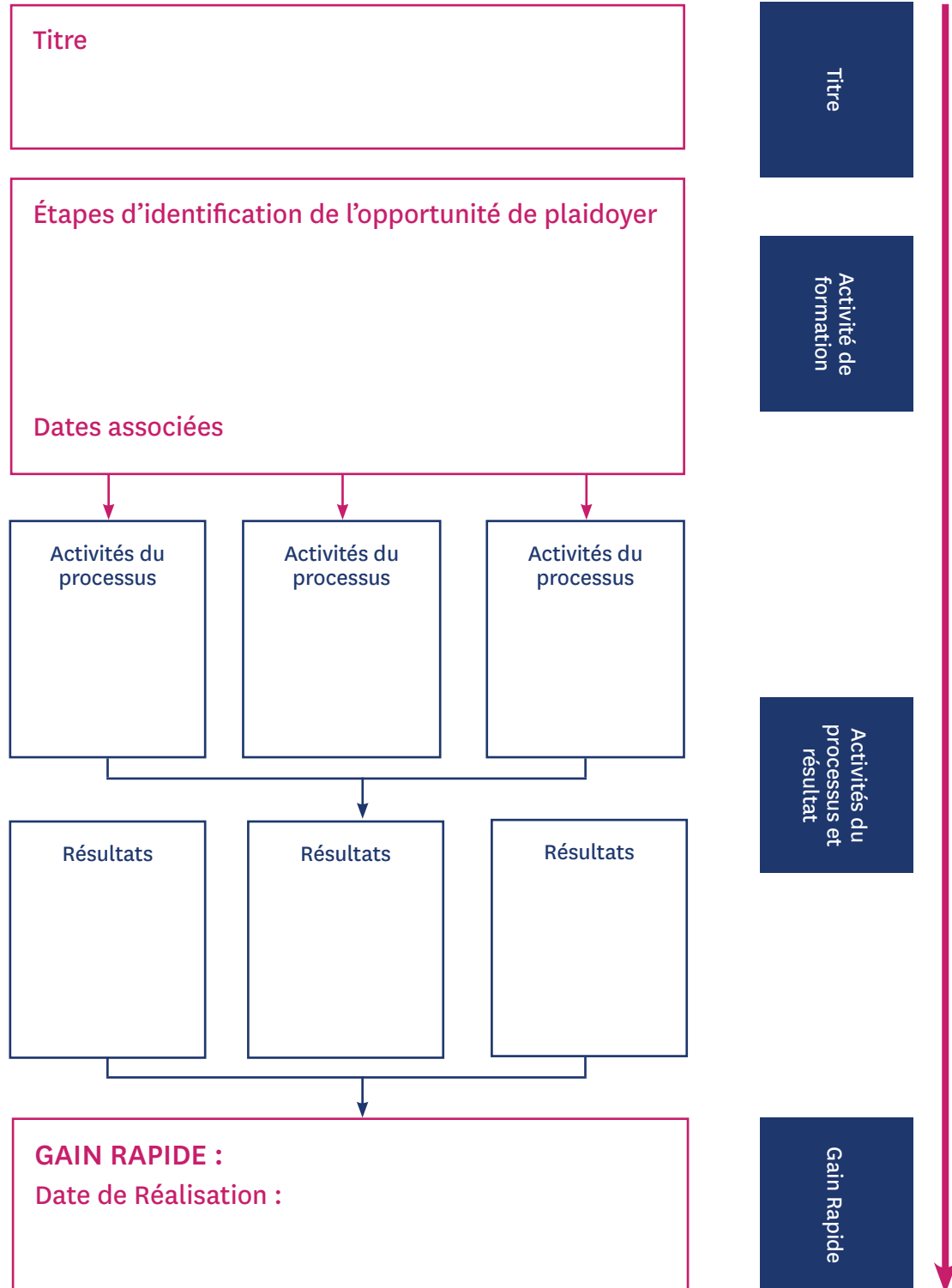
Citation proposée : Gillespie, D., Emmart, P., and Fredrick, B. (2013). AFP Results Cascade: A User's Guide. Novembre 2013. Available from www.advancefamilyplanning.org.



Institut Bill & Melinda Gates pour la Population et la Santé de la Reproduction
École de Santé Publique Bloomberg de l'Université Johns Hopkins
615 N. Wolfe Street
Baltimore, MD 21205 EUA
Téléphone: +1 (410) 502 8715
www.advancefamilyplanning.org

AFP a pour but d'augmenter les investissements financiers et l'engagement politique requis pour assurer l'accès à la planification familiale de qualité, à travers des techniques de plaidoyer fondé sur des résultats prouvés.

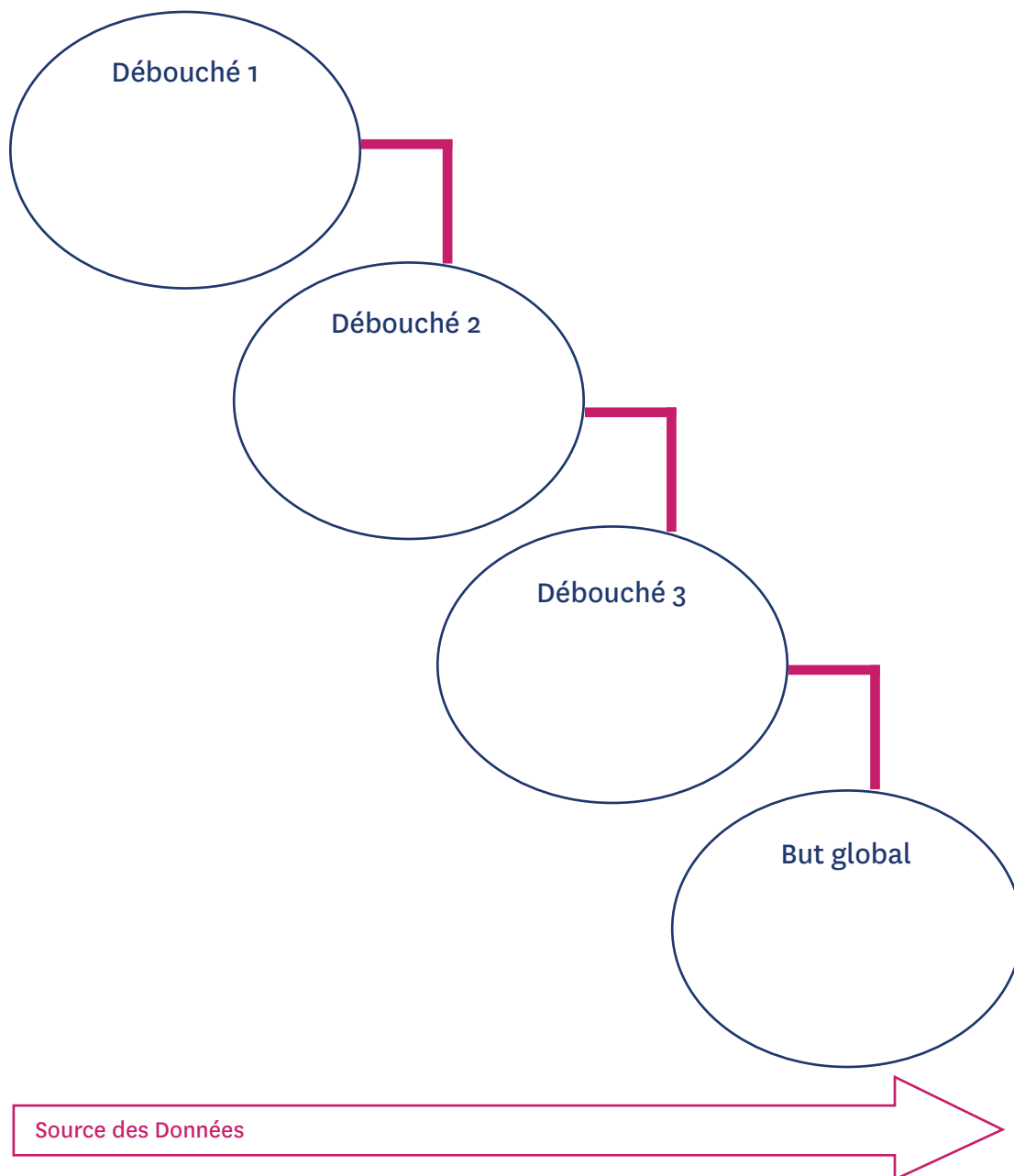
Appendice 1.1. Fiche de Travail pour le Gain Rapide



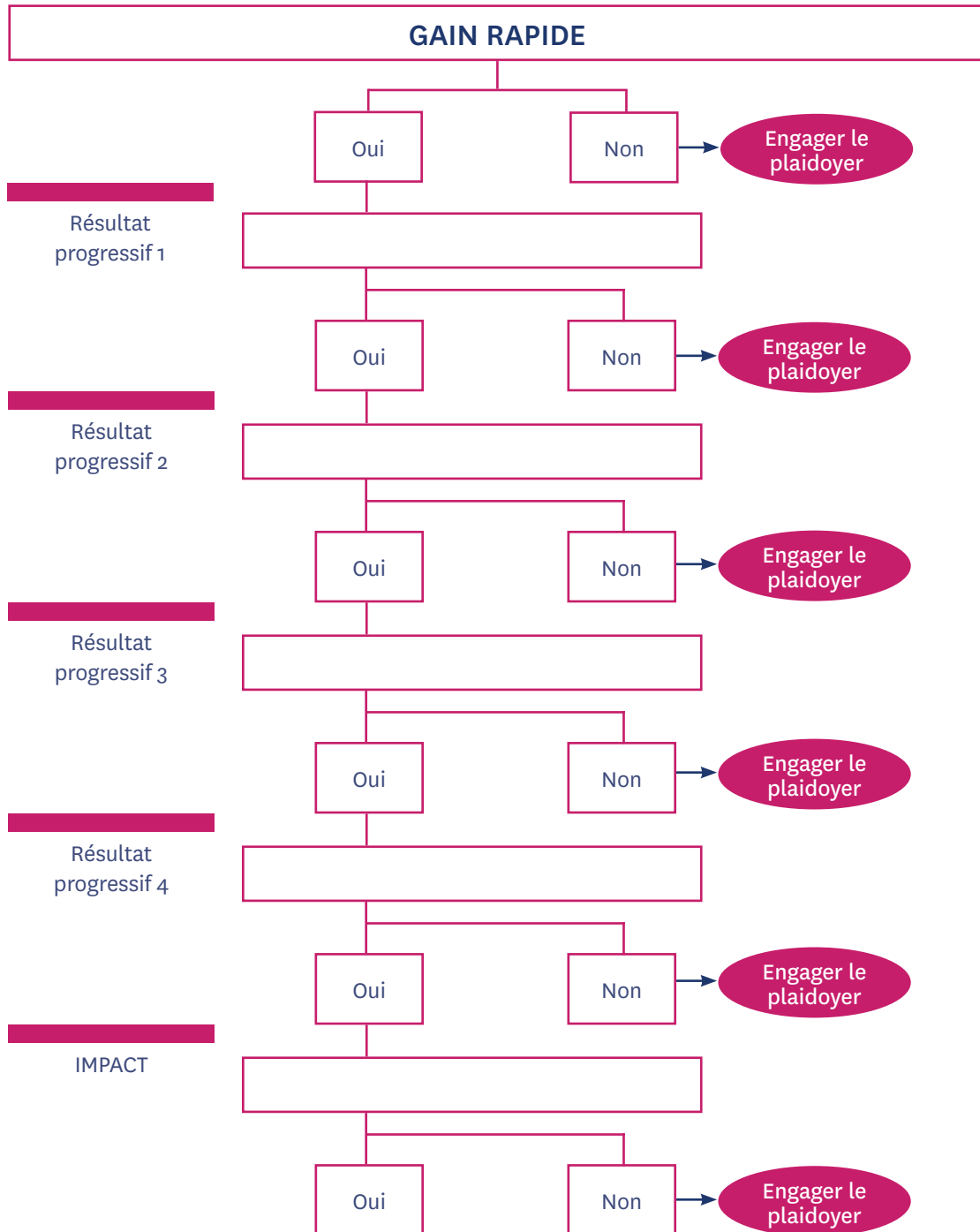
Appendice 1.2. Fiche de Travail pour la Chaîne de Résultats (Débouchés progressifs)

GAIN RAPIDE :

Date de réalisation :



Appendice 1.3. Fiche de Travail pour la Généalogie des Décisions



Racontez votre Histoire :

Guide de rédaction des Études de Cas

Les études de cas nous aident à mieux comprendre, documenter et décrire nos résultats — aussi bien positifs que négatifs. Pour chaque étude de cas, nous espérons parvenir à une meilleure compréhension d'un changement de programme ou de politique important, et des efforts de plaidoyer qui ont abouti sur ce changement. Les publics cibles de votre étude de cas peuvent varier entre un public non initié ou non technique (tel que des responsables du gouvernement ou des décideurs) à un public spécialisé (tel que des défenseurs de la planification familiale dans d'autres contextes). Pour renforcer l'impact de l'étude de cas, il faut répondre aux attentes des deux publics en racontant une histoire focalisée sur l'intérêt humain mais aussi des explications simples et solides de vos méthodes et de vos résultats.

« Les études de cas peuvent récapituler ce qu'une stratégie de plaidoyer a fait et accompli. »¹

Processus de conception des Études de Cas²

ÉTAPE 1 : RECUEILLIR DES DONNÉES

Pour avoir une compréhension approfondie d'un événement, il est important de collecter les principales informations concernant l'évènement auprès de multiples sources.

1 Coffman, J. (2009). Overview of Current Advocacy Evaluation Practice. Washington, DC: Center for Evaluation Innovation (p. 12).

2 Patton, M. Q. (2002). Qualitative Research & Evaluation Methods: 3rd Edition. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.; and Monash University Library. (2007). QuickRef 27. How to write the case study. Victoria, Australie: Bibliothèque Université de Monash.

La collecte de données pour une étude de cas peut inclure les éléments suivants :

- Histoire raconté selon un propre point de vue (y compris le vôtre) ou une expérience
- Des entretiens menés avec des acteurs clés pour recueillir des citations et des impressions
- Des observations
- Des informations provenant de documents
 - » Coupures de journaux, rapports de programme, rapports de réunions, documents politiques
- Compilation des informations contextuelles
- Illustration des moments décisifs par le biais de photos

ÉTAPE 2 : ARCHIVER LES INFORMATIONS

Une fois que vous avez recueilli toutes les données dont vous avez besoin pour votre étude de cas, archivez-les. Ce document est une fiche organisée, éditée et facile à mettre à jour, regroupant toutes les informations recueillies sur votre cas.

ÉTAPE 3 : PRÉPARER UNE ÉTUDE DE CAS RÉDIGÉE

Rédigez une description de l'étude de cas en suivant les lignes directrices ci-dessous et en utilisant les informations recueillies. Pour déterminer ce qu'il faut inclure dans l'étude de cas, tenez compte de ce que vous avez accompli et ce que vous avez appris, définissez des thèmes, des tendances et des idées récurrentes qui émergent des diverses données. L'étude de cas la plus efficace se focalise sur un aspect de la stratégie et distille les leçons dès le départ. Tirez parti des citations et photos les plus marquantes qui illustrent l'intérêt humain de votre étude de cas. Le document doit faire quatre ou cinq pages.

ÉTAPE 4 : ÉDITER ET RELIRE LA PREMIÈRE VERSION

Une autoédition vous permet de comparer votre récit à la vision originelle et d'aborder le produit comme un lecteur le ferait. Lisez l'étude de cas comme si vous ne connaissiez pas le sujet et posez-vous la question : « Y-a-t-il une certaine logique ? Pourrais-je l'expliquer à quelqu'un d'autre ? » Si le sens d'un paragraphe n'est pas évident, réécrivez-le ou retirez-le. Demandez à des personnes impliquées dans les efforts de plaidoyer de relire votre texte pour vérifier qu'il soit exacte et valide.

Les Grandes Lignes d'une Étude de Cas

Titre : Essayez d'être le plus précis possible, en vous focalisant sur les résultats trouvés (ex. Fonds Mondial promet \$8.7 millions pour améliorer l'accès à la planification en Ouganda). Il faut le voir comme un gros titre de journaux reflétant un succès. Trouvez un titre accrocheur; il doit susciter l'intérêt du lecteur.

I. Résultats

Cette section résume brièvement les résultats atteints :

- a. Décrivez le changement programmatique ou politique qui a eu lieu ou que vous cherchiez à obtenir.
 - i. Quelles sont les implications pour les femmes, les prestataires de santé, les communautés ou la nation ?
 - ii. Quel est l'impact potentiel des résultats sur les indicateurs de santé de la reproduction (ex. atteinte de l'Objectif du Millénaire pour le Développement n°5)?

II. Contexte

Cette section décrit la situation au début du projet. Soyez aussi bref :

- a. Décrivez le problème ou la question.
 - i. Quel était le problème ?
 - ii. Pourquoi était-il important ?
- b. Donnez une description du contexte.
 - i. Quel est l'environnement politique ?
 - ii. Quels sont les indicateurs / statistiques pertinents ? (ex. taux de prévalence contraceptive, besoin non satisfait, prévalence VIH, etc.)
 - iii. Quel plaidoyer existait, le cas échéant, pour traiter de ce problème ? Pourquoi vous êtes-vous impliqué dans le plaidoyer pour ce problème / ce sujet particulier ?

III. Stratégie

Cette section donne des détails sur la manière de parvenir à vos résultats et sert de guide pour d'autres personnes qui aimeraient répliquer ou adapter votre stratégie :

- a. Expliquer divers aspects de votre stratégie et du processus de planification.
 - i. Quels étaient vos buts et objectifs ?
 - ii. Quels partenaires ou intervenants spécifiques étaient impliqués ?
 - iii. Quelles approches avez-vous utilisées ?
 - iv. Quelles difficultés avez-vous rencontrées ? Comment les avez-vous surmontées ?
 - v. Quelles activités clés vous ont aidé à réussir ?
 - vi. Quelles sources d'aide / de soutien avez-vous trouvées les plus utiles ?

IV. Leçons Tirées et Prochaines Étapes

- a. Qu'est-ce qui a marché ? Qu'est-ce qui n'a pas marché ? Inclure des recommandations pour d'autres personnes.
- b. Quelles mesures sont mises en place pour assurer la durabilité des changements ?
- c. Quelles sont les prochaines activités nécessaires? Quelle est la prochaine cible de plaidoyer liée à cet effort (gain ou dépassement d'un échec) ?

V. Remerciements

- a. Remercier les bailleurs et partenaires.
- b. Inclure les coordonnées d'une personne que les lecteurs pourront contacter pour obtenir plus d'informations.

Liste de Vérification pour une Étude de Cas de Base

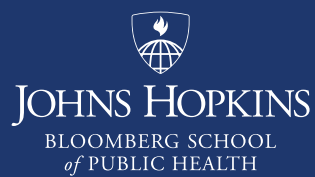
- Le titre résume-t-il le résultat obtenu et est-il ciblé sur l'action entreprise ?
- Le premier paragraphe indique-t-il clairement vos résultats ?
- Les termes techniques et le jargon sont-ils définis ou reformulés pour un lecteur non averti ?
- Les photos et citations attirent — elles l'attention sur vos messages clés — au lieu de les en détourner ?
- Les partenaires sont-ils reconnus et nommés ?
- Le document peut-il facilement être transmis électroniquement ?
- Des coordonnées sont-elles incluses pour fournir plus d'informations ?

TRADUIRE LE JARGON DE LA PLANIFICATION FAMILIALE

ÉVITER OU DÉFINIR		UTILISER
Taux de prévalence contraceptive	→	Pourcentage de personnes (en général femmes en âge de procréer, femmes mariées ou en couples) utilisant des contraceptifs
Taux de fécondité	→	Taille moyenne des familles ou nombre d'enfants par femme
Besoin non satisfait de planification familiale	→	Estimation du nombre de femmes qui aimeraient éviter ou retarder une grossesse mais n'utilisent pas de contraception

Notes personnelles :

Institut Bill & Melinda Gates pour la Population et la Santé de la Reproduction
École de Santé Publique Bloomberg de l'Université Johns Hopkins
615 N. Wolfe Street
Baltimore, MD 21205 EUA
Téléphone: +1 (410) 502 8715
Email: afp@jhsph.edu
www.advancefamilyplanning.org



Institut Bill & Melinda Gates pour la Population et la Santé de la Reproduction
École de Santé Publique Bloomberg de l'Université Johns Hopkins
615 N. Wolfe Street
Baltimore, MD 21205 EUA
Téléphone: +1 (410) 502 8715
Email: afp@jhsph.edu
www.advancefamilyplanning.org