

Les concepts autour du plaidoyer

PLAIDOYER

Le plaidoyer est l'ensemble des **actions de médiation, de communication et d'influence** visant à exposer une problématique de façon accessible, à **convaincre** les acteurs de son importance et à **orienter la prise de décision publique**. C'est un moyen **d'influencer** collectivement les décisions et instances publiques, afin de **défendre une cause** et d'**obtenir des transformations** sociales ou législatives au niveau communautaire, régionale, national, ou international. Il représente l'une des trois **stratégies** du domaine de **la promotion de la santé** définies par la Charte d'Ottawa.

ALLIANCE

Cadre partenarial qui **se forme autour d'une question commune et un objectif spécifique**. Les participants à une alliance peuvent être en désaccord sur certains points ou avoir des priorités distinctes. Les alliances sont **rarement permanentes**, mais peuvent se former à différentes étapes autour d'**un objectif précis**.

MARKETING SOCIAL

Par une approche **orientée vers le consommateur**, cette stratégie vise le **changement de comportement** avec l'objectif ultime de **générer des effets bénéfiques sur la population**. Cette stratégie a recours à des **méthodes** et des **outils inspirés du marketing commercial**, mais ayant pour objectif la promotion des causes d'ordre sociale ou d'intérêt général.

LOBBYING

Souvent confondu avec le plaidoyer, le lobbying en est une stratégie qui consiste à **communiquer** directement **avec des décideurs**, soigneusement choisis, et à exprimer des opinions au nom d'une organisation. Cette **stratégie d'influence** du pouvoir politique, exécutif ou législatif, a pour but de **modifier une réglementation** dans un sens qui soit **favorable à l'intérêt de l'initiateur**.

COALITION

Cadre partenarial de **partage d'expériences, de renforcement des capacités des membres et d'influence des politiques publiques** par le rassemblement d'individus, de groupes et d'organisations qui **adhèrent à une cause ou un objectif communs**. **Structurée** et **formelle**, elle implique généralement des **relations à long terme** entre leurs membres.

COMMUNICATION D'INFLUENCE

Action de communication visant à ce que **les décideurs** (élus ou dirigeants) ou des intervenants **adoptent des mesures, des politiques, des positions, des budgets ou des programmes**. Ces actions de plaidoyer peuvent inclure des activités destinées **aux citoyens et aux médias** afin de **favoriser la sensibilisation à un enjeu** ou **le soutien à une solution préconisée**.

SENSIBILISATION

Moyen **d'informer** les populations d'une situation pour qu'ils **soient conscients** de la problématique d'intérêt et **vise un changement au niveau individuel**. Les structures de service public, les associations, etc peuvent avoir se rôle

DÉMARCHE COMMUNAUTAIRE

Processus qui amène **un groupe de citoyen-ne-s** à **s'emparer d'une problématique** et à **se mobiliser pour mener à bien des actions de plaidoyer**. Les actions, définies par le groupe, **visent des changements structurels, permettant d'agir sur les déterminants de santé et sur les facteurs d'inégalités**.

MOBILISATION SOCIALE

Stratégie opérationnelle qui peut faire partie d'une **démarche de plaidoyer** par le **rassemblement de personnes**, à travers le réseautage, l'organisation, l'appui et la participation active de **plusieurs secteurs de la société**.