

CONSTRUIRE UN DIALOGUE EFFICACE POUR UN MEILLEUR ACCÈS À L'AVORTEMENT SÉCURISÉ

UN GUIDE DE COMMUNICATION POLITIQUE



Table des matières

INTRODUCTION	3
À propos du guide.....	3
Comment utiliser le guide.....	4
À propos du projet SAFE ENGAGE.....	4
SECTION 01. Comprendre l'avortement sécurisé comme une question politique	5
Recherche de base	6
Question à traiter	6
SECTION 02. Définir un but politique	8
But politique	8
Partenariats et coalitions	9
SECTION 03. Identifier les publics politiques	11
Publics primaires et secondaires.....	11
Pouvoir, soutien et connaissances du public.....	12
Publics opposés	12
SECTION 04. Planifier une feuille de route pour l'action	14
Approches stratégiques pour influencer la politique	14
Objectifs politiques.....	15
Tactiques de communication	16
SECTION 05. Élaborer des messages basés sur des faits	18
Messages politiques.....	18
Messagers	19
SECTION 06. S'engager dans la communication et le dialogue politiques	21
Points d'entrée de communication	21
Calendrier et plan de travail.....	22
S'entraîner au dialogue.....	23
SECTION 07. Poursuivre la conversation et mesurer l'impact	25
Suivi, évaluation et apprentissage.....	25
Produits et résultats	26
CONCLUSION	28
RESSOURCES COMPLÉMENTAIRES	28
RÉFÉRENCES	29
EXERCICES	30
Section 1 Exercices	31
Section 2 Exercices	33
Section 3 Exercices	35
Section 4 Exercices	40
Section 5 Exercices	42
Section 6 Exercices	44
Section 7 Exercices	50

Introduction

Partout dans le monde, les grossesses non désirées sont courantes et plus de la moitié de ces grossesses se terminent par un avortement provoqué, l'interruption volontaire de grossesse. Si l'avortement est plus courant dans certains pays que dans d'autres, il n'existe aucun pays où il ne se produit pas.¹ Un avortement peut être pratiqué de manière sécurisée lorsqu'il est réalisé selon les directives de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) : avec une méthode recommandée, adaptée à la durée de la grossesse et sous la supervision ou par les soins d'un professionnel de santé formé.² De plus, les traitements médicaux pour provoquer un avortement peuvent être pris en toute sécurité en dehors d'un cadre clinique : l'OMS recommande que les personnes dans leur premier trimestre de grossesse puissent s'auto-administrer des comprimés abortifs sans la supervision directe d'un professionnel de santé.³ Dans tous les cas, les individus devraient avoir accès à des informations précises et à des professionnels de santé formés, s'ils en ont besoin ou le souhaitent, à n'importe quelle étape du processus. Cependant, près de la moitié de l'ensemble des avortements provoqués dans le monde ne remplissent pas ces conditions et sont pratiqués dans des conditions dangereuses, mettant en danger la vie d'environ 25 millions de femmes chaque année.⁴

La recherche montre que l'avortement non sécurisé est une cause majeure de décès maternel — représentant environ un décès sur sept liés à la grossesse — et est responsable d'innombrables cas de maladie et d'invalidité.⁵

Réduire les décès et les lésions liés à l'avortement non sécurisé nécessite un environnement politique qui favorise un accès équitable aux droits et santé sexuels et reproductifs (DSSR) — y compris la contraception, l'avortement sécurisé et les soins après avortement — pour tous.

À propos du guide

Ce guide de communication politique est une ressource orientée vers l'action pour engager des discussions basées sur des faits sur l'élargissement de l'accès à l'avortement sécurisé. Il s'appuie sur la longue expérience de PRB et ses nombreuses ressources en communication politique, ainsi que sur diverses sources externes. Le guide contient des informations, des exemples et des exercices pour vous aider à élaborer une stratégie de communication politique fondée sur des données et adaptée au contexte de votre pays. Après avoir utilisé le guide, vous devriez être en mesure de partager efficacement des connaissances, d'interagir avec les parties prenantes politiques et d'encadrer des processus participatifs pour discuter les décisions, les plans et les actions qui ont un impact sur l'accès à l'avortement sécurisé aux

REMARQUE

Le projet SAFE ENGAGE reconnaît que l'accès à l'avortement sécurisé est essentiel pour tous les individus indépendamment de leur identité de genre. Le guide utilise indifféremment « femmes » et « personnes », reconnaissant que toute identité de genre peut connaître une grossesse et un avortement.

REMARQUE

Les médicaments pour l'avortement peuvent être pris en toute sécurité par une femme en dehors d'un milieu clinique. L'OMS recommande que les particuliers puissent s'auto-administrer des médicaments pour l'avortement au cours du premier trimestre sans la supervision directe d'un professionnel de santé. Pour en savoir plus sur l'autogestion des avortements médicamenteux, consultez [WHO Consolidated Guideline for Self-Care Interventions for Health](#) (guide complet disponible en anglais seulement; lignes directrices en français [ici](#)).

niveaux local et national. Sept sections vous aideront à développer une stratégie de communication politique cohérente, coordonnée et convaincante pour élargir l'accès à l'avortement sécurisé :

1. **Comprendre l'avortement sécurisé comme une question politique**
2. **Définir un but politique**
3. **Identifier les publics politiques**
4. **Planifier une feuille de route pour l'action**
5. **Élaborer des messages basés sur des faits**
6. **S'engager dans la communication et le dialogue politiques**
7. **Poursuivre la conversation et mesurer l'impact**

N'importe qui peut utiliser ce guide pour apprendre à communiquer clairement et précisément avec les publics politiques sur l'élargissement de l'accès à l'avortement sécurisé dans leur pays, que vous soyez novice dans le domaine de l'avortement sécurisé ou que vous ayez une vaste expérience de ce sujet. En fin de compte, le guide vise à vous aider à vous assurer que les ressources, les politiques et la volonté politique nécessaires sont disponibles pour soutenir, intensifier et poursuivre les efforts de DSSR.

Comment utiliser le guide

Vous pouvez utiliser ce guide comme un processus étape par étape pour développer une stratégie de communication politique axée sur le changement politique en matière d'avortement, ou vous pouvez utiliser des sections spécifiques pour améliorer vos efforts en cours pour le changement politique en matière de DSSR. Chaque section comprend des exercices qui vous aideront à mettre en application ce que vous avez appris. De nombreux exercices s'appuient les uns sur les autres et vous demanderont d'utiliser des informations provenant d'exercices complétés précédemment.

Il vous est recommandé, à vous et à vos partenaires, d'utiliser ce guide en petits groupes afin d'encourager l'apprentissage coopératif, le brainstorming constructif et la recherche de consensus lorsque vous développez votre stratégie de communication politique. Vous devez vous référer régulièrement au contenu de la section et aux exercices lorsque vous planifiez et mettez en œuvre votre stratégie.

Une solide stratégie de communication politique n'est finalement qu'une partie du processus pour un changement politique réussi. Quelle que soit la manière dont vous décidez d'utiliser le guide, vous pouvez toujours explorer les outils, ressources et informations supplémentaires associés tout au long pour vous aider à compléter votre stratégie et vos activités de communication politique.

À propos du projet SAFE ENGAGE

Ce guide a été développé dans le cadre du projet SAFE ENGAGE (Renforcer les politiques basées sur les faits pour élargir l'accès à l'avortement sécurisé), qui soutient l'accès à l'avortement sécurisé en fournissant aux décideurs les dernières données sur l'avortement et la santé maternelle, en renforçant la capacité des défenseurs et des décideurs à utiliser les données pour atteindre des objectifs en terme de changement politique, et en travaillant avec les journalistes pour améliorer la qualité de l'information sur l'avortement et des sujets connexes en la basant sur les données. Au cours des trois années du projet, [de nombreuses ressources de communication mondiales et spécifiques aux pays](#) ont été élaborées en collaboration avec des experts et des acteurs locaux. Ce guide articule ces exemples concrets et ces expériences avec des canevas et des exercices de communication politique pour fournir un outil pratique pour améliorer la communication politique autour de l'avortement sécurisé. Si vous êtes novice dans le travail sur l'avortement sécurisé, vous pouvez regarder [Objectifs à notre portée : élargir l'accès à l'avortement sécurisé](#), produit par Population Reference Bureau dans le cadre du projet SAFE ENGAGE. La vidéo de 16 minutes et le document contenant les messages clés qui l'accompagnent utilisent des données et des faits probants pour illustrer la manière dont les changements politiques peuvent réduire la mortalité maternelle en améliorant l'accès équitable aux services d'avortement sécurisé.

SECTION 01

Comprendre l'avortement sécurisé comme une question politique



La section 1 vous aide à voir l'accès à l'avortement sécurisé sous l'angle politique et à identifier un problème spécifique que vous souhaitez aborder dans le cadre de votre stratégie de communication politique.

Des politiques de soutien et des engagements financiers pour fournir des informations et des services complets sur les DSSR, y compris l'accès à l'avortement sécurisé, sont essentiels pour prévenir les grossesses non désirées et les avortements non sécurisés. La santé sexuelle et reproductive complète comprend un continuum complet de services qui inclut des soins d'avortement sécurisé au même titre que la contraception, les soins prénatals, les soins au cours du travail, de l'accouchement, du post-partum et après avortement, entre autres services. **Des éléments concrets montrent que des réorientations politiques peuvent faire une différence pour sauver des vies et garantir que les femmes et les filles qui ont besoin d'un avortement ont accès à des procédures légales sécurisées.** Pour améliorer la santé des femmes, les décideurs doivent comprendre que :⁶

- Les lois restrictives sur l'avortement n'empêchent pas le recours à l'avortement, mais elles le rendent moins sécurisé.
- Les avortements non sécurisés entraînent des coûts élevés pour les femmes, leurs familles et les systèmes de santé.
- Les experts en santé publique conviennent que l'amélioration de l'accès à la contraception, à l'avortement sécurisé et aux soins après avortement peut aider à protéger la santé des femmes.

Recherche de base

L'Organisation mondiale de la santé définit **la politique de la santé** comme les « décisions, plans et actions qui sont entrepris pour atteindre des objectifs de soins de santé spécifiques dans une société ». ⁷ Les politiques peuvent exister sous de nombreuses formes différentes, telles que des documents de politique, des lois, des contrats, des partenariats ou des priorités de financement. Comprendre les politiques liées à l'avortement dans votre pays vous aidera à identifier les lacunes ou les problèmes à traiter. De plus, utiliser des informations basées sur des données probantes provenant de sources fiables et inclure des citations professionnelles tout au long de vos efforts de communication politique soutiendra votre crédibilité publique. La première étape vers l'élaboration de votre stratégie de communication politique consiste à rechercher et analyser de manière approfondie **les données et les politiques** axées sur la contraception, l'avortement et les soins après avortement dans votre pays.

FAITES L'EXERCICE 1A : RECHERCHE DE BASE → [PG. 31]

Question à traiter

Lorsque les femmes et les filles vivent des grossesses non désirées et n'ont pas accès à un avortement sécurisé, elles peuvent recourir à un avortement non sécurisé. ⁸ Des recherches ont montré que l'avortement se produit chez les femmes et les filles de tous âges et de tous milieux socio-économiques : riches et pauvres, mariées et non mariées, avec et sans enfants. ⁹ Même si l'avortement est un phénomène courant au plan mondial, les opinions et les politiques à ce sujet diffèrent d'un pays à un autre, et même d'une communauté à une autre. Parce que l'avortement est un problème complexe, il n'existe pas de solution politique unique. Cependant, se concentrer sur trop de problèmes peut diluer l'impact de votre stratégie et rendre votre communication confuse. Pour augmenter vos chances de succès, vous devez limiter votre **question à traiter** à un obstacle lié à l'accès à l'avortement sécurisé. Les obstacles à l'avortement sécurisé peuvent inclure : des lois restrictives, une faible disponibilité des services, des coûts élevés, la stigmatisation, l'objection des professionnels de santé et des exigences inutiles qui retardent les soins. ¹⁰

Lors de la sélection de votre **question à traiter**, assurez-vous qu'elle :

- Est précise et claire.
- Est étayée par la recherche et les données.
- Comble une lacune qu'une réorientation ou mise en œuvre de politique peut combler.

REMARQUE

Les données quantitatives se concentrent sur ce qui peut être compté, mesuré ou exprimé à l'aide de nombres. Les données qualitatives se concentrent sur des descriptions, des exemples ou d'autres concepts qui peuvent être observés, mais non mesurés. L'utilisation conjointe des deux peut améliorer l'efficacité de votre communication politique.

ASTUCE

Pour obtenir de l'aide supplémentaire sur la compréhension du contexte politique de l'avortement dans votre pays, remplissez la « Section Une : Identifier les problèmes et comprendre le contexte actuel » de « [La base du changement : un guide par étape sur le plaidoyer pour l'accès à l'avortement sécurisé](#) » par Ipsas.

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Pour plus d'informations sur les obstacles juridiques et autres à l'accès à l'avortement sécurisé, consultez « [Accès à l'avortement sans risque : un outil pour évaluer les obstacles juridiques et autres](#) » par IPPF.

Vous devez également vous assurer que votre organisation dispose des ressources (compétences, temps, argent et influences) pour traiter le problème. Si vous identifiez plusieurs problèmes que votre organisation a les moyens de traiter, vous pouvez utiliser ce guide pour développer une stratégie pour chacun.

FAITES L'EXERCICE 1B : OBSTACLES À L'ACCÈS → [PG. 32]



PAYSAGE POLITIQUE AU BURKINA FASO

Au Burkina Faso, un tiers de toutes les grossesses sont non désirées ou non planifiées et un tiers de ces grossesses non désirées se terminent par un avortement. Rien qu'en 2012, plus de 100 000 avortements provoqués ont eu lieu au Burkina Faso. Les données indiquent que la plupart de ces avortements étaient clandestins et potentiellement dangereux, pratiqués en dehors du système de santé officiel.

La loi sur la santé reproductive de 2005 et le code pénal de 2018 au Burkina Faso régissent l'accès à l'avortement sécurisé. Même si le Code pénal de 2018 autorise l'accès à l'avortement sécurisé dans certaines circonstances (pour protéger la santé de la mère, en cas de viol et d'inceste, et en raison d'anomalies fœtales), la loi sur la santé reproductive et les directives de mise en œuvre ne reflètent pas les modifications apportées au Code pénal de 2018.

En raison de cet écart entre la politique et la mise en œuvre, les médecins, les infirmières et les autres professionnels de santé ne connaissent pas les circonstances dans lesquelles ils peuvent pratiquer un avortement sécurisé, ce qui empêche les femmes au Burkina Faso de recevoir des soins potentiellement vitaux.

Cette lacune dans la mise en œuvre politique a été identifiée par un groupe d'experts en DSSR lors de la recherche de base sur les politiques et les données concernant l'avortement au Burkina Faso. Suite à cette découverte, ils ont élaboré une stratégie de communication politique axée sur la mise en œuvre de la loi, plutôt que sur l'élargissement ou la modification de la loi elle-même.

Les données et informations pour cette étude de cas proviennent de [SAFE ENGAGE Burkina Faso](#).

SECTION 02

Définir un but politique



La section 2 vous aide à définir un but politique clair – c'est à dire un objectif en terme de changement au niveau des politiques de votre pays – pour éliminer les obstacles à l'avortement grâce à un changement politique. Votre but politique sera la base qui guidera votre stratégie de communication politique.

L'avortement est devenu plus sécurisé au fil du temps à mesure que les politiques, les programmes et les pratiques se sont améliorés grâce aux efforts de collaboration d'individus et d'organisations du monde entier. De 2000 à 2017, 27 pays ont rendu l'avortement légal totalement ou dans certaines circonstances lié à la santé et socio-économiques, et 24 pays ont élargi les conditions légales pour autoriser l'avortement dans les cas de viol, d'inceste ou d'anomalie fœtale. Cependant, là où les politiques d'avortement les plus restrictives persistent, des millions de femmes continuent de subir les conséquences potentiellement dangereuses de l'avortement non sécurisé.¹¹

But politique

La définition de votre but politique est l'étape la plus fondamentale de votre stratégie de communication politique. **Vous devez y revenir régulièrement tout au long du processus de planification.** Un but politique identifie la vision de votre organisation pour élargir l'accès à l'avortement sécurisé. Il se concentre sur les changements de haut niveau dans les politiques, les programmes ou les allocations de ressources et représente l'impact à long terme en matière de santé publique que vous espérez obtenir.

Il peut se concentrer sur la modification des politiques existantes, l'adoption de nouvelles politiques ou encore sur le fait que les politiques soient mises en œuvre de manière appropriée. Contrairement aux objectifs programmatiques, les buts politiques ne se concentrent pas sur les changements de comportements ou de mesures communautaires.

Pour écrire un but politique, vous devrez identifier quatre composantes :

1. **Quoi** : le changement politique que vous souhaitez voir se produire.
2. **Comment** : l'action ou la décision spécifique qui fera de votre changement une réalité.
3. **Qui** : les individus ou organisations qui peuvent influencer et décréter le changement.
4. **Quand** : le délai dans lequel le changement se produira.

La combinaison de ces éléments en une seule et courte phrase vous donnera un but clair qui traite le problème de l'avortement choisi par le biais d'un changement politique. Même s'il existe plusieurs solutions politiques pour traiter le problème sélectionné, vous avez de plus grandes chances de succès si vous restreignez votre but. Mettez de côté tous les buts politiques supplémentaires que vous identifiez pour le moment, car ils peuvent devenir utiles si vous devez ajuster votre stratégie pour vous adapter à des changements ou des défis inattendus ; ils peuvent également être les prochaines étapes après avoir atteint votre but initial.

Un but politique fort s'appuie sur les informations que vous avez découvertes en faisant des recherches et en délimitant votre problématique sur l'accès à l'avortement sécurisé. Il doit être :

- Spécifique et clair.
- Étayé par des faits.
- Orienté vers les solutions.
- Connecté à l'expérience, à l'expertise et aux partenariats propres à votre organisation.
- Réalisable dans l'environnement politique actuel de votre pays.

FAITES L'EXERCICE 2A : BUT POLITIQUE → [PG. 33]

Partenariats et coalitions

Les partenariats et coalitions stratégiques peuvent augmenter vos chances de succès en améliorant votre capacité à atteindre de nouveaux publics, en consolidant vos efforts et en démontrant un soutien de grande envergure et diversifié à votre but politique.

FAITES L'EXERCICE 2B : PARTENARIATS ET COALITIONS → [PG. 34]



BUTS POLITIQUES DANS L'ÉTAT DE LAGOS, NIGÉRIA

Des lois restrictives sur l'avortement, des coûts prohibitifs, un accès limité à des services de santé sûrs et une stigmatisation sociale intense sont des obstacles qui empêchent les femmes d'accéder à un avortement sécurisé et légal au Nigéria. Les données montrent que les avortements non sécurisés sont responsables d'environ 6 000 décès maternels chaque année au Nigéria, soit en moyenne 16 décès maternels chaque jour.¹² Récemment, le ministère de la Santé de l'État de Lagos a commencé à diffuser le Code pénal de 2011, qui autorise l'avortement légal pour protéger la santé physique et la vie d'une femme, et a exigé que les services d'avortement sécurisé soient fournis dans toute l'étendue de la loi. Dans l'État de Lagos, il est également possible d'adopter les directives cliniques approuvées au niveau national sur l'avortement sécurisé en tant que dispositions juridiques ainsi que la loi de 2015 sur l'interdiction de la violence contre les personnes (VAPP). La loi VAPP protège les filles, les femmes et les communautés marginalisées contre les abus et garantit des services médicaux complets pour les victimes de viol et d'inceste.

Pour soutenir un accès élargi à l'avortement sécurisé au Nigéria et empêcher les décès maternels évitables, un partenariat de défenseurs, d'experts et de décideurs s'est noué pour s'impliquer en communication politique dans l'État de Lagos. Grâce au processus de communication politique, le groupe a décidé que le plus grand impact positif pourrait être obtenu par la mise en œuvre intégrale des lois et directives actuelles, plutôt que de viser une expansion des lois.

Sur la base de cette analyse, ils ont axé leurs objectifs politiques sur la garantie que la loi actuelle est pleinement mise en œuvre par les professionnels de santé et que les directives cliniques nationales pour l'avortement sécurisé et la loi VAPP sont adoptées par l'État de Lagos.

Les quatre composantes de leur but politique sont :

- **Quoi** : élargir l'accès à l'avortement sécurisé et réduire les décès maternels évitables dans l'État de Lagos conformément aux politiques existantes.
- **Comment** : mettre pleinement en œuvre le code pénal de 2011 et adopter la loi VAPP et les directives cliniques nationales pour l'avortement sécurisé dans l'État de Lagos.
- **Qui** : les professionnels de santé et les décideurs de l'État.
- **Quand** : dans les deux à trois prochaines années.

Et, combinées en une seule phrase cohérente, leur but politique est :

« Élargir l'accès à l'avortement sécurisé et réduire les décès maternels évitables dans l'État de Lagos en veillant à ce que les professionnels de santé mettent pleinement en œuvre le Code pénal de 2011 et que les décideurs politiques de l'État adoptent la loi VAPP et les directives cliniques nationales pour l'avortement sécurisé dans les deux à trois prochaines années. »

Les données et informations pour cette étude de cas proviennent de [SAFE ENGAGE Nigeria](#).

SECTION 03

Identifier les publics politique



La section 3 vous aide à identifier, analyser et comprendre les différentes personnes et organisations qui peuvent provoquer le changement politique pour l'avortement sécurisé que vous souhaitez.

Elargir l'accès à l'avortement sécurisé nécessite le soutien de nombreux types de personnes et d'organisations différents. **Les publics politiques** sont ceux qui peuvent contribuer directement ou indirectement à atteindre un but politique. Il existe de nombreux types de publics politiques, y compris, mais sans s'y limiter : les dirigeants politiques, les responsables gouvernementaux, les directeurs de programme, les éducateurs, les défenseurs, les chefs d'entreprise, les médias, les donateurs, les chefs religieux et les groupes de femmes. Les publics politiques ne sont pas seulement des politiciens de haut niveau, mais aussi des décideurs et des personnes influentes de tous les horizons.

Publics primaires et secondaires

Il existe deux catégories de publics politiques : les primaires et les secondaires.

- **Le public primaire** est constitué des personnes qui ont le contrôle direct et l'autorité pour influencer sur le changement de politique.
- **Le public secondaire** représente des individus ou des groupes qui peuvent indirectement influencer ou motiver le public primaire à agir.

Les deux types peuvent exister aux niveaux mondial, national ou infranational, mais il est important de ne sélectionner que des publics que vous pouvez atteindre et mobiliser de manière réaliste.

FAITES L'EXERCICE 3A : PUBLICS PRIMAIRES ET SECONDAIRES → [PG. 35]

Pouvoir, soutien et connaissances du public

Ensuite, vous devez prévoir de restreindre votre public autant que possible pour adapter vos messages et vos efforts et avoir un impact maximal. Pensez de manière critique aux personnes que vous « devez atteindre » et celles qu'il serait « intéressant d'atteindre » et gardez à l'esprit les réseaux et les connexions propres à votre organisation. En fin de compte, le nombre de publics sur lesquels vous vous concentrez dépendra du temps et des ressources que vous pourrez consacrer à la communication politique.

Pour vous aider à hiérarchiser les publics à cibler, vous devez comprendre le pouvoir qu'ils détiennent et s'ils soutiennent votre problématique. **Une carte du pouvoir du public** est une représentation visuelle du niveau de pouvoir d'un décideur politique et de son soutien. Cela peut vous aider à déterminer les publics qui seront les plus réceptifs à vos messages, ce qui vous aidera à décider où diriger vos efforts de communication. Rappelez-vous que vos publics primaires sont ceux qui seront en mesure de décréter le changement que vous souhaitez pour la politique d'avortement sécurisé, vous devez donc principalement concentrer vos efforts sur eux. Tenez compte de facteurs comme les registres de vote, les positions sur des questions comparables, les déclarations publiques, les antécédents personnels, le réseau de soutien, l'intérêt personnel, le risque politique ou les relations étroites et influentes.

FAITES L'EXERCICE 3B : CARTE DE POUVOIR DU PUBLIC → [PG. 36]

Une fois que vous avez élaboré une courte liste de publics à cibler, vous devrez tenir compte de leur niveau de connaissances et de leur manière de penser, d'agir et de consommer les informations afin de concevoir des stratégies efficaces pour les atteindre et les mobiliser. Grâce à ce processus, vous réaliserez peut-être également que l'un de vos publics sélectionnés ne convient pas. Si cela se produit, révissez la liste de vos publics et votre carte de pouvoir pour les ajuster en conséquence.

FAITES L'EXERCICE 3C : CARTE DES CONNAISSANCES DU PUBLIC → [PG. 37]

Publics opposés

La question de l'avortement peut créer des divisions, et il est probable que vous rencontrerez des personnes ou des organisations qui s'opposent à votre but politique. Les publics opposés peuvent varier de ceux qui s'opposent fortement à l'avortement à ceux qui ont simplement des priorités ou des programmes concurrents. Pour vous préparer à d'éventuelles réactions négatives ou même à des effets

ASTUCE

Vous devrez continuellement revenir à votre carte du pouvoir du public pour la mettre à jour en fonction des recherches en cours.

ASTUCE

Pour obtenir un soutien plus approfondi pour la cartographie des publics, des partenaires et des groupes opposés en matière d'avortement sécurisé dans votre pays, remplissez la « Section Deux : Cartographier les parties prenantes, les détenteurs du pouvoir et les alliés », la « Section Trois : Développer une coalition » et la « Section Quatre : surveiller l'opposition » de « [La base du changement : un guide par étape sur le plaidoyer pour l'accès à l'avortement sécurisé](#) » par Ipas.

contre-productifs entravant vos efforts, vous devez anticiper la façon dont le public opposé pourrait réagir à vos paroles, messages et activités dans la poursuite de votre but politique. Dans des contextes avec un grand nombre de publics opposés, travailler discrètement, par exemple en évitant les annonces publiques ou les médias, peut être une stratégie délibérée que vous choisissez d'adopter. Lorsque vous engagez le dialogue avec des publics opposés, vous devez déterminer si cela vaut la peine ou non d'aborder directement les contre-arguments. Si vous décidez de vous engager, assurez-vous que les informations que vous partagez restent basées sur des faits probants, non stigmatisantes et dénuées de toute agressivité.

FAITES L'EXERCICE 3D : PUBLICS OPPOSÉS ET ARGUMENTS → [PG. 39]



PUBLICS POLITIQUES EN CÔTE D'IVOIRE

La plupart des femmes en Côte d'Ivoire n'ont pas accès à des services d'avortement sécurisé et légal, des recherches récentes indiquant que plus de six avortements sur 10 n'étaient pas sécurisés.¹³ L'avortement non sécurisé est un facteur majeur de mortalité maternelle et d'infirmité dans le monde et en Afrique de l'Ouest, on estime qu'il est responsable de plus d'un décès sur six liés à la grossesse.¹⁴ La Côte d'Ivoire a signé et ratifié le Protocole de Maputo, qui énonce les dispositions relatives à l'autonomisation économique et politique des femmes ainsi qu'à leur santé et leur bien-être, y compris la reconnaissance explicite de l'avortement comme un droit humain dans des circonstances spécifiques.¹⁵ Cependant, les lois nationales de la Côte d'Ivoire ne sont pas compatibles avec cette obligation et ses dispositions ne sont pas mises en œuvre.

Pour renforcer la prise de conscience du public sur les causes et les conséquences de l'avortement non sécurisé en Côte d'Ivoire et accroître le soutien pour un meilleur accès à des services complets de santé reproductive, à des services complets de santé

reproductive, un groupe de défenseurs, d'experts et de personnels de programme se sont réunis pour s'engager dans une communication politique avec une grande variété de publics.

Pour leur public principal, ils se sont concentrés sur le partage d'informations et de données clés avec le ministère de la Santé, le ministère de la Justice et des Droits de l'Homme, le Parlement et le cabinet du Premier ministre en raison de leur capacité à voter et mettre en œuvre de nouvelles lois concernant l'accès à l'avortement sécurisé. Pour leur public secondaire, le groupe a mené des d'informations ciblées auprès des professionnels de santé, des jeunes et des médias, en organisant des événements axés sur la démonstration des conséquences sur la santé de l'avortement non sécurisé, en améliorant la compréhension des impacts de la stigmatisation de l'avortement et en facilitant des conversations basées sur des données factuelles sur les questions de DSSR plus largement.

Les données et informations pour cette étude de cas proviennent de [SAFE ENGAGE Côte d'Ivoire](#).

SECTION 04

Planifier une feuille de route pour l'action

La section 4 vous aide à identifier les étapes et les processus nécessaires pour mettre en œuvre votre stratégie de communication et atteindre votre but politique en matière d'avortement sécurisé.



Parce que le processus de changement de politique et les opinions sur l'avortement sont complexes, il est extrêmement important de planifier une feuille de route claire pour l'action avant de commencer à mettre en œuvre votre stratégie de communication politique. Votre feuille de route décrira d'une part, les étapes réalistes devant être suivies par les autres pour que votre but politique soit atteint: ce sont les objectifs politiques de votre communication ; et d'autre part, les étapes spécifiques à suivre par votre organisation pour motiver les autres à agir : ce sont vos tactiques de communication. Même quand vous souhaitez planifier une feuille de route fixe, n'oubliez pas que l'environnement politique est variable et change rapidement. **Il est important d'ajuster votre itinéraire en cours de route si vous rencontrez un obstacle inattendu.**

Approches stratégiques pour influencer une politique

L'élaboration de politiques est compliquée. Souvent, ce n'est pas un processus linéaire ou rationnel et il est lié aux nombreuses exigences liées au temps qu'ont les décideurs. Cependant, la communication peut influencer le processus politique lorsque les organisations et les individus s'engagent avec l'intention de créer une fenêtre d'opportunité qui aligne les problèmes, les solutions et l'environnement politique. Pour créer cette ouverture politique, trois approches différentes peuvent être utilisées : apprendre aux politiques, attirer l'attention sur le problème et renforcer la communauté politique.

- **Apprendre aux politiques** fait référence à la manière dont les décideurs ont connaissance de nouvelles informations, données ou résultats. En présentant à plusieurs reprises des informations claires, convaincantes et basées sur des faits probants sur l'avortement sécurisé, qui sont liées à une solution réalisable, les décideurs seront plus susceptibles d'agir en faveur de votre but politique.
- **Attirer l'attention sur le problème** fait référence à la mise en évidence de l'importance de votre problématique afin que les décideurs lui accordent la priorité, en particulier lorsque de nombreux autres sujets se disputent leur attention. En raison de croyances divergentes sur l'avortement, vous pouvez choisir d'attirer tranquillement l'attention sur votre but politique à travers des échanges plus restreints avec les médias, le public ou les décideurs directement. Lier l'avortement sécurisé à d'autres questions largement soutenues, telles que la santé maternelle, la réduction des coûts et l'accès à la contraception, peut également aider à attirer l'attention des décideurs.
- **Renforcer la communauté politique** se réfère à la création d'alliances ou de réseaux avec différents types d'organisations engagées dans une cause commune, comme l'élargissement de l'accès à l'avortement sécurisé. Au sein de la communauté politique, tout le monde n'est pas obligé de contribuer au même niveau de la même manière, alors réfléchissez de manière créative à votre rôle et aux rôles de vos partenaires.

Objectifs politiques

Les objectifs politiques sont les étapes à court terme pour réaliser votre but politique de long terme et atteindre vos publics cibles. Ils se concentrent spécifiquement sur la façon dont la communication d'informations peut générer une action de la part de quelqu'un d'autre, comme l'un de vos publics cibles. Vos objectifs politiques traceront une voie claire pour communiquer efficacement afin d'influencer le processus politique, en particulier lors de l'utilisation des trois approches stratégiques pour le changement politique.

Les objectifs politiques peuvent utiliser une ou plusieurs des approches stratégiques pour le changement politique, mais ensemble, ils soutiendront la réalisation de votre but politique.

Ils doivent également être SMART : spécifiques, mesurables, axés sur l'action, réalistes et temporellement définies.

Vous ne devez identifier que trois à quatre objectifs politiques à atteindre en même temps afin que vos efforts restent réalisables

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Pour plus d'informations sur le processus de communication politique, y compris la manière dont il aide à combler le fossé entre recherche et politique et à créer des opportunités de changement, consultez la [Boîte à outils de communication politique](#) de PRB pour le projet PACE.

et ciblés. Rappelez-vous de penser vos objectifs comme des étapes progressives parmi les nombreuses (suivies par votre organisation ou d'autres) qui vous aideront à atteindre votre but politique.

FAITES L'EXERCICE 4A : OBJECTIF POLITIQUE → [PG. 40]

Tactiques de communication

Une fois que vous avez défini vos objectifs, vous pouvez développer **les tactiques de communication** correspondantes ou les activités spécifiques que vous entreprendrez pour motiver votre public primaire à agir. Les tactiques doivent correspondre directement aux objectifs que vous vous êtes fixés et doivent être stratégiquement sélectionnées en fonction de leur probabilité d'atteindre et mobiliser votre public cible. Mieux vous comprenez votre public, plus vos tactiques de communication auront de chances de réussir. N'oubliez pas que vous ne pouvez pas contrôler où votre public va chercher des informations, mais vous pouvez contrôler où vous partagez vos informations et la fréquence à laquelle vous le faites. Vous devez considérer vos tactiques de communication comme des opportunités de partager des messages basés sur des faits probants (sur différentes plates-formes dans différents formats) pour appuyer votre but politique.

Voici des exemples de tactiques de communication spécifiques à chacune des trois approches :

APPRENDRE AUX POLITIQUES	ATTIRER L'ATTENTION SUR LE PROBLÈME	RENFORCER LA COMMUNAUTÉ POLITIQUE
Organiser un dialogue politique avec les dirigeants locaux, présenter une note de politique sur les DSSR aux décideurs ou partager une vidéo avec des recommandations politiques basées sur des données probantes pour élargir l'accès à l'avortement sécurisé	Partager des études axées sur la mortalité maternelle, participer à une journée internationale de sensibilisation sur les réseaux sociaux ou organiser un événement public sur l'amélioration de l'accès aux moyens de contraception.	Former une coalition sur la politique de l'avortement, soutenir les jeunes défenseurs des politiques de DSSR ou travailler avec des chercheurs pour quantifier les coûts de l'avortement non sécurisé.

Voici des exemples de formats et de plates-formes de communication :

- **Matériel imprimé** : fiches d'information, affiches, notes politiques, lettres, dépliants.
- **Présentations** : graphiques, audio, visuels, argumentaires éclairés.
- **Événements en personne et virtuels** : réunions, webinaires, briefings, débats publics.
- **Une des médias** : télévision et radio, communiqués de presse, interviews.
- **Canaux numériques** : sites Web, blogs, réseaux sociaux, groupes SMS, e-mails, pétitions en ligne.

De plus en plus, vous envisagerez peut-être de vous engager dans des tactiques de communication numérique à mesure qu'Internet et les réseaux sociaux atteignent de nouvelles communautés ou que des crises sanitaires ou sécuritaires empêchent les rassemblements en personne. Utiliser des tactiques numériques peut être un moyen peu coûteux et à fort impact pour atteindre de nouveaux publics, rendre les informations plus accessibles et faire collaborer rapidement un grand nombre de personnes à travers le monde en soutien à votre problématique. Étant donné l'évolution constante de la technologie la participation en ligne, vous devrez rechercher (probablement en ligne !) les plates-formes et dispositifs numériques couramment utilisés par les individus et les communautés que vous essayez d'atteindre.

FAITES L'EXERCICE 4B : TACTIQUES DE COMMUNICATION → [PG. 41]

ASTUCE

Vous devez être prudent lorsque vous interagissez avec les médias sur la question de l'avortement étant donné les différents points de vue existants. Lorsque cela est possible, travaillez plutôt avec de petits groupes de journalistes ou de rédacteurs en chef pour améliorer leur compréhension de l'avortement, partager des informations factuelles et réfléchir aux valeurs personnelles liées à l'avortement et aux DSSR.



PLANIFICATION DE LA COMMUNICATION POLITIQUE

Pour renforcer une politique basée sur des faits probants sur l'élargissement de l'accès à l'avortement sécurisé, le projet SAFE ENGAGE a défini un **objectif politique** pour chacune des trois **approches** stratégiques pour le changement politique :

- **Apprendre aux politiques** : faire progresser le dialogue politique sur l'avortement sécurisé en créant des documents mondiaux et nationaux convaincants, basés sur des faits probants, à utiliser par les défenseurs et les journalistes.
- **Attirer l'attention sur le problème** : augmenter la qualité et la quantité de la couverture médiatique basée sur des faits probants sur la santé reproductive, y compris l'avortement sécurisé.
- **Renforcer la communauté politique** : développer les capacités individuelles et institutionnelles au niveau national pour utiliser et produire des données probantes pour le plaidoyer politique afin de promouvoir l'avortement sécurisé et réduire les avortements non sécurisés.

Ces trois objectifs ont été atteints grâce à diverses tactiques de communication. Par exemple, pour

accroître la couverture médiatique de l'avortement sécurisé basée sur des faits probants, le projet SAFE ENGAGE a organisé, dans les pays, des formations pour les médias et des dialogues pour l'engagement avec des journalistes.

Ces ateliers se sont concentrés sur la clarification des mythes autour de l'avortement non sécurisé et sécurisé, sur la discussion des liens entre l'avortement non sécurisé et la mortalité maternelle, et sur les différents types d'avortement, tels que l'avortement médicamenteux.

De nombreuses formations comprenaient également des éléments spécifiques au pays sur les lois et politiques existantes et ont utilisé des exercices de clarification des valeurs pour examiner la question de l'avortement sous différents angles. Pour fournir aux journalistes des sources factuelles et aider à les sensibiliser à la question de l'avortement, les ateliers incluaient également des visites de sites dans des cliniques où ils ont pu directement constater l'importance d'un continuum de soins DSSR dans leur pays.

Les informations pour cette étude de cas proviennent du [SAFE ENGAGE project](#).

SECTION 05

Élaborer des messages basés sur des faits



La section 5 vous aide à communiquer efficacement l'importance d'élargir l'accès à l'avortement sécurisé et à établir votre crédibilité grâce à des messages convaincants et basés sur des faits probants.

Communiquer sur l'avortement peut être difficile, car certaines personnes considèrent l'avortement comme une question polémique. Même les organisations avec l'expérience dans la défense et la fourniture de services d'avortement sécurisé peuvent avoir des difficultés à surmonter les mythes et les idées fausses communs sur l'avortement qui persistent dans leurs communautés. Pour normaliser les conversations et lutter contre la désinformation sur l'avortement, vous devez vous assurer que les messages que vous partagez sont caractérisés par des informations crédibles et un langage sans stigmatisation.

Messages politiques

Les messages politiques sont de brèves déclarations axées sur les solutions qui vous aident à raconter une histoire claire et convaincante pour changer la politique existante en matière d'avortement. Vous devez étayer vos messages avec des données et des faits et les adapter à votre public cible afin qu'il soit plus susceptible d'agir en faveur de votre problématique.

ASTUCE

Avant de créer les messages de votre politique, étudiez [« Comment parler de l'avortement : un guide pour l'élaboration de messages fondés sur les droits »](#) par l'IPPF et [« La liberté de choisir : un guide à l'intention des jeunes activistes et à l'appui du plaidoyer pour l'avortement sécurisé 2e éd. »](#) par la Youth Coalition pour les droits sexuels et reproductifs. Les deux guides fournissent des informations complètes sur le langage spécifique, non stigmatisant à utiliser pour les messages liés à l'avortement.

Puisqu'il n'y a pas de message « universel », vous devrez créer un message pour chaque type de public que vous comptez mobiliser dans la poursuite de votre but politique. Les messages politiques efficaces contiennent trois parties consécutives :

- **Données probantes** : l'utilisation de données (quantitatives et qualitatives) rend les messages clés plus crédibles et convaincants pour votre public. Commencez votre message politique en **définissant le problème** de l'accès à l'avortement sécurisé dans votre pays et étayez-le avec les principaux constats les plus pertinents.
- **Contexte** : l'interprétation des données et la description des implications d'un problème aident les publics à comprendre pourquoi un problème est important et pourquoi ils doivent agir. La partie contexte de votre message politique doit **présenter clairement et simplement l'importance de votre problème** lié à l'avortement en utilisant une approche qui motive votre public.
- **Appel à l'action** : fournir des recommandations claires à un public les aide à prendre les mesures appropriées pour soutenir un but politique. Après avoir convaincu votre public avec des données et un contexte, vous devez terminer votre message politique par **un appel à l'action** qui suit le principe SMART. Assurez-vous que l'intervention ou l'action que vous proposez est axée sur les solutions et étayée par les données et les recherches que vous partagez.

REMARQUE

SMART signifie spécifique, mesurable, axée sur l'action, réaliste et temporellement définie.

FAITES L'EXERCICE 5A : MESSAGES POLITIQUES BASÉS SUR DES DONNÉES PROBANTES → [PG. 42]

Messagers

Une fois que vous avez rédigé vos messages clés, vous devez décider qui les transmettra. **Les messagers** sont les individus, les groupes ou les organisations qui délivrent un message politique à un public spécifique. Les publics secondaires, les partenariats et les coalitions sont de bons candidats pour être messagers, car ils peuvent tirer parti de leurs relations, sphères d'influence et de leur expertise pour vous aider à accéder à vos publics primaires. Le bon message délivré par la mauvaise personne est susceptible de ne pas être entendu, alors sélectionnez les messagers en fonction de leur capacité à mobiliser le plus efficacement votre public cible.

FAITES L'EXERCICE 5B : MESSAGERS → [PG. 43]



MESSAGES POLITIQUES AU ZIMBABWE

Bien que le Zimbabwe ait remporté de nombreux succès en matière de santé publique dans des domaines qui étaient autrefois considérés comme controversés et difficiles, de nombreuses femmes zimbabwéennes meurent encore d'une des principales causes de décès maternels : l'avortement non sécurisé. Environ 25 % des grossesses non désirées au Zimbabwe se terminent par un avortement et rien qu'en 2016, plus de 65 000 avortements provoqués ont eu lieu au Zimbabwe.¹⁶ La plupart de ces avortements étaient clandestins, ce qui signifie qu'ils ont été pratiqués en dehors du système de santé officiel et étaient donc potentiellement non sécurisés.¹⁷

Pour sensibiliser sur l'avortement non sécurisé au Zimbabwe, à ses coûts sanitaires et financiers, et aux défis de la réduction de l'avortement non sécurisé créés par les lois actuelles, un groupe de travail d'experts, de défenseurs et de décideurs a développé une vidéo et un guide de discussion appelant à un accès élargi à l'avortement sécurisé. Les deux documents utilisent des messages politiques basés sur des faits probants pour définir le problème, expliquer son importance et lancer un appel à l'action pour les décideurs. Par exemple, les documents contiennent le message politique suivant axé sur la loi de 1977 sur l'interruption de grossesse (TOP) :

- **Conclusions de la recherche** : dans une enquête de 2016, seuls 25 % des prestataires de santé connaissaient toutes les conditions dans lesquelles l'avortement est légal au Zimbabwe.¹⁸

- **Contexte** : le TOP de 1977 est le principal document au Zimbabwe qui guide l'accès à l'avortement. Le TOP, tel qu'il est actuellement rédigé, crée de nombreux défis en exigeant une longue chaîne d'étapes complexes. En raison de sa complexité, tout le monde n'a pas connaissance du TOP et de ce qu'il permet. Ce manque de connaissance conduit à la confusion et à la peur, ce qui peut empêcher les femmes et les filles de demander un avortement et empêcher les professionnels et autres de les aider à accéder aux services.
- **Appel à l'action** : les décideurs politiques doivent reconnaître que le TOP de 1977 n'est pas adapté aux réalités actuelles du Zimbabwe et qu'il devrait être réformé pour être conforme aux directives de l'OMS dans un avenir proche.

En plus d'élaborer des messages et des documents politiques basés sur des faits probants et adaptés à leurs divers publics, le groupe de travail a également identifié qui serait le plus efficace pour les diffuser. Par exemple, le groupe a mobilisé une sage-femme et un obstétricien-gynécologue en exercice pour discuter des impacts sur la santé maternelle de l'avortement non sécurisé au Zimbabwe et a travaillé avec un avocat pour présenter et clarifier les informations sur les lois en vigueur sur l'avortement dans le pays.

Les données et informations pour cette étude de cas proviennent de [SAFE ENGAGE Zimbabwe](#).

SECTION 06

S'engager dans la communication et le dialogue politiques

La section 6 vous aide à vous engager efficacement dans la communication et le dialogue politique en détaillant les étapes de préparation comprehensive.



Lorsque vous communiquez sur l'accès à l'avortement sécurisé, vous pouvez être confronté à la stigmatisation liée à l'avortement ou aux connotations négatives liées aux personnes impliquées dans la recherche, à la fourniture ou au soutien de l'accès à l'avortement. La stigmatisation à propos de l'avortement peut perpétuer de fausses idées et croyances erronées sur l'avortement, et peut vous amener à être victime d'humiliation publique, de harcèlement ou même d'attaques personnelles lorsque vous partagez vos messages politiques.¹⁹ Ce risque oblige à planifier et à s'entraîner pour s'engager dans la communication et le dialogue politiques, afin que vous puissiez garder la conversation centrée sur les données et les faits probants.

Points d'entrée pour la communication

Pour vous assurer que le bon message est envoyé au bon moment à la bonne personne, vous devez programmer stratégiquement vos tactiques de communication avec des points d'entrée pour votre communication. **Les points d'entrée pour la communication** sont les événements internes et externes, les processus critiques et les périodes de prise de décision pour mobiliser avec vos publics cibles. Ils peuvent se produire dans des espaces physiques ou virtuels. Coordonner la diffusion de vos messages avec des points d'entrée vous permettra d'amplifier votre travail aux moments opportuns. Voici des exemples de points d'entrée pour la communication :

- Processus de budgétisation.
- Dialogues publics en personne et virtuels.
- Conférences, réunions et sessions de formation.
- Événements actuels et couverture médiatique.
- Journées de sensibilisation, telles que la Journée internationale de l'avortement sécurisé le 28 septembre.
- Réunions politiques et évaluations.
- Élections.

Vous pouvez tirer parti des points d'entrée existants ou en créer de nouveaux, qu'il s'agisse simplement de demander une réunion avec un décideur ou d'héberger un dialogue politique à grande échelle. Lors de la mise en œuvre de votre stratégie de communication sur la politique, établissez un ordre de priorité des points d'entrée en fonction de l'impact anticipé, des connexions et de l'expérience organisationnelles et du niveau d'effort. Vos partenariats, coalitions et réseaux seront essentiels pour mobiliser efficacement à travers les points d'entrée et faire évoluer des relations à court terme vers des relations à long terme.

FAITES L'EXERCICE 6A : POINTS D'ENTRÉE POUR LA COMMUNICATION → [PG. 44]

Calendrier et plan de travail

Une mise en œuvre réussie nécessite une planification préalable détaillée. Avant d'entreprendre toute action, vous devez disposer d'un calendrier et d'un plan de travail clairs qui répartissent les responsabilités au sein de votre organisation, exploitent les points d'entrée que vous avez identifiés et vous donnent le temps de vous préparer à la mise en œuvre. Vous devez également prendre en compte les compétences, l'expertise ou les ressources dont votre organisation pourrait avoir besoin pour mettre en œuvre vos tactiques de communication.

N'oubliez pas que vous devrez probablement communiquer avec votre public plusieurs fois, par le biais de multiples tactiques, dans un délai défini avant que votre message politique marque les esprits. Ne vous découragez pas si votre public cible n'agit pas du premier coup ! Continuez à personnaliser vos messages et à partager stratégiquement jusqu'à ce que vous réussissiez. Cette approche sera bien plus efficace que l'envoi d'un message générique une fois par mois.

FAITES L'EXERCICE 6B : CALENDRIER ET PLAN DE TRAVAIL → [PG. 45]

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Si vous souhaitez planifier un événement à grande échelle qui rassemble différents publics pour engager un dialogue, vous pouvez utiliser la « [Policy Dialogue Preparation and Facilitation Checklist \(disponible en anglais seulement\)](#) ». La liste décrit chaque étape pour préparer, mettre en œuvre et apprendre d'un événement de dialogue politique de haut niveau.

S'entraîner au dialogue

Une fois que vous avez planifié et discuté de chaque détail, il est temps de pratiquer votre communication et votre dialogue ! Diffuser vos messages politiques de manière professionnelle est un élément crucial pour mobiliser votre public.

Vous devez vous entraîner à :

- Partager vos messages politiques avec clarté et confiance.
- Communiquer de manière succincte et simple.
- Faciliter des conversations axées sur l'échange de connaissances et les appels à l'action.
- Répondre et poser des questions étayées par des faits.
- Rester calme et centré sur des faits probants en répondant à des points de vue opposés, à des questions hostiles, à des attaques personnelles ou à d'autres réactions négatives.

Comme mentionné précédemment, l'avortement peut parfois être considéré comme polémique ou idéologique, plutôt que comme un élément essentiel de la santé et du bien-être. De ce fait, vous devez être prêt à toujours ramener votre communication et le dialogue vers des informations provenant de sources fiables lorsque vous engagez le dialogue avec des points de vue divergents. Pour vous préparer à cela, vous devez vous entraîner à répondre à tous les types de questions, même aux attaques personnelles, avec des données et des faits probants.

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Pour plus d'informations et pour s'entraîner à répondre aux différentes questions du public sur l'avortement, consultez la section « Foire aux questions » à la page 20 du guide de présentation [*Objectifs à notre portée : élargir l'accès à l'avortement sécurisé*](#) par PRB.

FAITES L'EXERCICE 6C : S'ENTRAÎNER AU DIALOGUE POLITIQUE → [PG. 47]



COMMUNICATION ET DIALOGUE POLITIQUES EN RÉPUBLIQUE DÉMOCRATIQUE DU CONGO

ÉTUDE DE CAS

Historiquement, l'accès à l'avortement sécurisé en République démocratique du Congo (RDC) a été limité en raison de l'instabilité politique, de la faiblesse du secteur de la santé, du faible recours à la contraception et des lois restrictives. Ces obstacles contribuent à des taux élevés d'avortements non sécurisés qui, à leur tour, contribuent à des taux élevés de décès maternels. Cependant, les efforts concertés de la Coalition de lutte contre les grossesses non désirées (CGND) et d'autres ont conduit le gouvernement congolais à publier le texte du Protocole de Maputo dans la revue juridique nationale du pays en mars 2018, une étape cruciale pour élargir les conditions dans lesquelles l'avortement est légal en RDC.

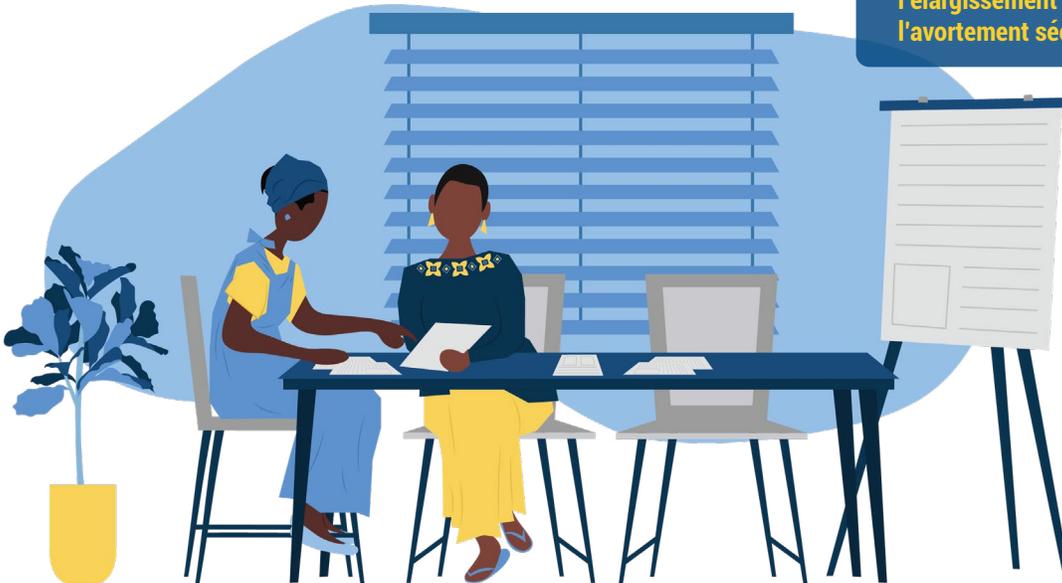
Pour sensibiliser davantage les autorités juridiques et médicales à ce changement à travers le vaste pays politiquement décentralisé, le CGND utilise des fiches d'information et des vidéos sur mesure pour impliquer de manière cohérente les juges, les commissaires de police, les médecins, les associations de professionnels de la santé et d'autres décideurs, au fil du temps. Par exemple, le groupe distribue une fiche d'information axée sur les implications juridiques de la loi et les prochaines étapes pour se conformer au Protocole de Maputo lors de les réunions importantes avec les juges et les représentants légaux.

Les données et informations pour cette étude de cas proviennent de [SAFE ENGAGE République démocratique du Congo](#).

SECTION 07

Poursuivre la conversation et mesurer l'impact

La section 7 vous aide à mesurer les progrès à court et à long terme vers votre but politique axé sur l'élargissement de l'accès à l'avortement sécurisé.



Depuis les années 1990, des progrès significatifs ont été réalisés pour élargir l'accès à l'avortement sécurisé, avec près de 50 pays réformant leurs lois restrictives sur l'avortement de manière progressive ou significative. Aujourd'hui, environ 59 pour cent des femmes en âge de procréer vivent dans des pays qui autorisent largement l'avortement, soit 970 millions de femmes qui ont le droit à un avortement sûr et légal. Cependant, les interdictions partielles ou totales de l'avortement empêchent encore des millions de femmes d'accéder aux services d'avortement sécurisé, et 41 pour cent des femmes vivent actuellement sous ces lois restrictives.²⁰ **Même si les politiques et la mise en œuvre évoluent souvent lentement, travailler pour élargir l'accès à l'avortement sécurisé est essentiel pour la santé et le bien-être des femmes partout. Investir du temps et de l'énergie pour poursuivre les conversations et suivre les progrès vers votre but politique est une dernière étape importante pour toute stratégie de communication politique.**

Suivi, évaluation et apprentissage

Les efforts de suivi, d'évaluation et d'apprentissage (SEA) sont essentiels à la valeur, au succès et à la crédibilité de votre stratégie de communication politique. Un dialogue régulier avec vos publics politiques, le suivi des progrès vers votre but et vos objectifs politiques et l'analyse des réussites (et des échecs) peuvent vous aider à :

- Mesurer les améliorations de vos tactiques et messages de communication politique.
- Déterminer comment et dans quelle mesure vos communications politiques font une différence auprès des publics clés, incluant le niveau auquel les publics politiques rendent des comptes.
- Mobiliser des ressources supplémentaires et élargir la portée de la conversation.
- Adapter votre stratégie en temps réel et informer les futures initiatives de communication politique.
- Démontrer la valeur ajoutée spécifique et les succès clés de votre organisation.
- Accroître les compétences en communication et l'expertise du personnel et des partenaires grâce à l'apprentissage continu.

Produits et résultats

Les efforts de SEA que vous entreprenez n'ont pas besoin d'être coûteux ou compliqués et peuvent se concentrer sur de simples indicateurs de produits et de résultats.

- **Les produits** mesurent la productivité et représentent les résultats directs de vos tactiques de communication politique. Ils démontrent les efforts que vous déployez pour atteindre votre but et vos objectifs politiques et sont souvent dénombrables, comme le nombre d'ateliers organisés ou le nombre de documents de plaidoyer développés.
- **Les résultats** mesurent l'efficacité et capturent les effets et les changements résultant de vos tactiques de communication politique. Ils indiquent votre capacité à influencer et à générer des changements, par exemple lorsqu'un décideur politique déclare publiquement son soutien à votre but politique ou lorsque des individus utilisent les informations, les outils ou les compétences fournis par votre organisation.

Assurez-vous d'intégrer les efforts de SEA dans votre plan de travail pour comprendre ce qui fonctionne (et ce qui ne fonctionne pas) tout au long de votre communication politique. Prendre le temps de se concentrer sur le SEA garantira que votre stratégie est sur la bonne voie pour atteindre votre but politique.

FAITES L'EXERCICE 7A : INDICATEURS DE SUIVI, ÉVALUATION ET APPRENTISSAGE → [PG.50]



INDICATEURS DE SUIVI, D'ÉVALUATION ET D'APPRENTISSAGE

ÉTUDE DE CAS

Les partenaires locaux de SAFE ENGAGE ont développé des cadres de SEA pour mesurer l'impact de leurs stratégies de communication politique sur les politiques, stratégies et budgets nationaux liés à un accès élargi à l'avortement sécurisé.

Par exemple, un produit commun du dialogue politique identifié par les partenaires nationaux était : le nombre d'espaces (virtuels et en personne) créés pour faciliter le dialogue politique sur l'avortement sécurisé et le continuum complet de soins. Les partenaires ont suivi plusieurs éléments spécifiques sur ce produit lors de l'organisation d'événements, de réunions et d'autres discussions liées à l'avortement sécurisé dans leurs pays.

Pour les résultats axés sur le dialogue politique, les partenaires ont collecté des informations sur les cas où les décideurs ont utilisé des données ou des messages pour renforcer l'environnement politique propice à l'avortement sécurisé et à l'ensemble du continuum de soins. Les partenaires ont fait un suivi auprès de ceux qui ont assisté à leurs événements (produits) pour voir si les informations partagées avaient non seulement atteint les décideurs politiques, mais aussi si ces derniers les avaient utilisées (résultats).

Les informations pour cette étude de cas proviennent du [projet SAFE ENGAGE](#).

Conclusion

Votre stratégie de communication politique n'est qu'une partie du processus pour une mise en œuvre réussie d'un changement politique basé sur des faits probants sur la question de l'accès à l'avortement sécurisé. Nous espérons que ce guide constitue un point de départ solide pour vous aider à mobiliser efficacement les autres, et nous vous remercions pour votre engagement à créer un environnement politique axé sur les données qui garantisse un accès équitable à des services de santé complets pour tous. Ensemble, nous pouvons soutenir la santé sexuelle et reproductive et le bien-être des personnes partout dans le monde et réduire les décès et les infirmités évitables liés à l'avortement non sécurisé.

Ressources complémentaires

- [Ressources spécifiques au pays du projet SAFE ENGAGE](#)
- [Boîte à outils de communication politique du projet PACE](#)
- [Faits et chiffres sur l'avortement du projet SAFE ENGAGE](#)
- [SafeAccess Hub](#)
- Institut Guttmacher [Ressources internationales sur l'avortement](#)
- Ipas [La base du changement : un guide par étape sur le plaidoyer pour l'accès à l'avortement sécurisé](#)
- Youth Coalition [La liberté de choisir : un guide à l'intention des jeunes activistes et à l'appui du plaidoyer pour l'avortement sécurisé 2e éd](#)
- IPPF [Comment parler de l'avortement : un guide pour l'élaboration de messages fondés sur les droits](#)

Vous avez trouvé ce guide utile pour le travail de votre organisation ? Vous avez des suggestions pour l'améliorer ?

Merci de nous en informer par e-mail communications@prb.org afin que nous puissions nous assurer que le guide reste à jour et reflète les expériences du monde réel.

References

- 1 Ann M. Starrs et al., « Accelerate Progress - Sexual and Reproductive Health and Rights for All: Report of the Guttmacher-Lancet Commission », *Lancet* 391, n° 10140 (2018): 2642-92.
- 2 Organisation mondiale de la santé (OMS), « Prévention des avortements à risque », mis à jour le 25 septembre 2020., <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/preventing-unsafe-abortion>.
- 3 Organisation mondiale de la santé (OMS), WHO Recommendations on Self-Care Interventions: Self-Management of Medical Abortion, 2020, <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/332334/WHO-SRH-20.11-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- 4 Susheela Singh et al., *Abortion Worldwide 2017: Uneven Progress and Unequal Access* (New York: Institut Guttmacher, 2018). Les données actuellement disponibles ne dissocient pas l'avortement autogéré des autres avortements.
- 5 Nicholas J. Kassebaum et al., « Global, Regional, and National Levels and Causes of Maternal Mortality During 1990–2013: A Systematic Analysis for the Global Burden of Disease Study 2013 », *Lancet* 384, n° 9947 (2014).
- 6 Ann M. Starrs et al., « Accelerate Progress ».
- 7 OMS, « Health policy », <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-policy>.
- 8 OMS, « Prévention des avortements à risque ».
- 9 Sophia Chae et al., « Characteristics of Women Obtaining Induced Abortions in Selected Low- and Middle-Income Countries », *PLOS ONE* 12, n° 3 (2017). DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0172976>.
- 10 OMS, « Prévention des avortements à risque ».
- 11 Susheela Singh et al., *Abortion Worldwide 2017*.
- 12 Suzanne O. Bell et al., « Inequities in the Incidence and Safety of Abortion in Nigeria », *BMJ Global Health* 5, n° 1 (2020).
- 13 Performance Monitoring and Accountability (PMA) 2020, « Enquête PMA2020 sur l'avortement : Côte d'Ivoire, Résultats clés, Juillet-août 2018 », consulté à l'adresse https://www.pmata.org/sites/default/files/data_product_results/PMA2020-Cote%20d%E2%80%99Ivoire-AbortionModule_Brief-FR-v2-2020-05-13_0.pdf, le 11 mars 2019.
- 14 Nicholas J. Kassebaum et al., « Global, Regional, and National Levels and Causes of Maternal Mortality During 1990–2013: A Systematic Analysis for the Global Burden of Disease Study 2013 », *Lancet* 384, n° 9947 (2014).
- 15 Commission africaine des droits de l'homme et des peuples, « Protocole à la Charte africaine des droits de l'homme et des peuples relatifs aux femmes en Afrique », consulté à l'adresse <https://au.int/sites/default/files/treaties/37077-sl-PROTOCOL%20TO%20THE%20AFRICAN%20CHARTER%20ON%20HUMAN%20AND%20PEOPLE%27S%20RIGHTS%20ON%20THE%20RIGHTS%20OF%20WOMEN%20IN%20AFRICA.pdf>.
- 16 Elizabeth A. Sully et al., « Abortion in Zimbabwe: A National Study of the Incidence of Induced Abortion, Unintended Pregnancy, and Post-Abortion Care in 2016 », *PLOS ONE* 13, n° 10 (2018). DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0205239>.
- 17 Sully et al., « Avortement au Zimbabwe » ; et Institut Guttmacher, « Clandestine Abortion in Zimbabwe Contributes to Maternal Medical Complications », communiqué de presse, (octobre 2018), consulté à l'adresse <https://www.guttmacher.org/news-release/2018/ clandestine-abortion-zimbabwe-contributes-maternal-medical-complications>, le 16 mai 2019.
- 18 Ann M. Moore et al., « Knowledge and Attitudes Toward Abortion From Health Care Providers in Zimbabwe », réunion annuelle 2018 de la Population Association of America, 26-28 avril 2018, Denver, CO.
- 19 International Planned Parenthood Federation, *Comment parler de l'avortement : un guide pour l'élaboration de messages fondés sur les droits* (Londres: IPPF, mis à jour février 2019), www.ippf.org/resource/how-talk-about-abortion-guide-rights-based-messaging.
- 20 Center for Reproductive Rights, « The World's Abortion Laws », [https://reproductiverights.org/worldabortionlaws?category\[294\]=294&category\[325\]=325](https://reproductiverights.org/worldabortionlaws?category[294]=294&category[325]=325).

EXERCICES

Exercice 1A. Recherche de base.....	31
Exercice 1B. Obstacles à l'accès	32
Exercice 2A. But politique	33
Exercice 2B. Partenariats et coalitions.....	34
Exercice 3A. Publics primaires et secondaires.....	35
Exercice 3B. Carte de pouvoir du public	36
Exercice 3C. Carte des connaissances du public	37
Exercice 3D. Publics opposés et arguments.....	39
Exercice 4A. Objectif politique.....	40
Exercice 4B. Tactiques de communication.....	41
Exercice 5A. Messages politiques basés sur des faits probants	42
Exercice 5B. Messagers.....	43
Exercice 6A. Points d'entrée pour la communication	44
Exercice 6B. Calendrier et plan de travail	45
Exercice 6C. S'entraîner au dialogue politique	47
Exercice 7A. Indicateurs SEA.....	50

Exercice 1A

Recherche de base

Recherchez les données et les politiques liées à l'avortement dans votre pays. Une fois que vous avez terminé votre recherche de fond, répertoriez les données et les sources sur la gauche. Ensuite, dressez la liste des politiques et des sources sur la droite. Tracez des lignes entre les données et les politiques qui se connectent directement les unes aux autres pour vous aider à identifier les domaines d'intervention possibles pour votre stratégie de communication politique.

Remarque : si vous utilisez Adobe Acrobat Reader, vous pouvez tracer des lignes en sélectionnant Outils > Commentaire. Dans la barre d'outils Commentaire, cliquez sur Outils de dessin et sélectionnez l'outil Ligne.

Données

Politiques

EXEMPLE

Données : 412 décès maternels pour 100 000 naissances vivantes en 2016.

Source : Agence centrale de statistique / CSA / Éthiopie et ICF. 2016. Enquête démographique et de santé en Éthiopie 2016. Addis-Abeba, Éthiopie et Rockville, Maryland, États-Unis : CSA et ICF.

Politique : l'avortement est autorisé en cas de viol, d'inceste ou d'anomalies fœtales ; si la vie ou la santé physique de la femme est en danger ; si la femme a un handicap physique ou mental ; ou si la femme est une mineure qui serait considérée comme non préparée physiquement ou mentalement à l'accouchement.

Source : Code pénal éthiopien, 2005, articles 545-552

Données :

Politique :

Source :

Source :

Exercice 1B

Obstacles à l'accès

Dressez la liste des différents types d'obstacles liés à l'accès à l'avortement sécurisé dans votre pays. Tenez compte des informations de base que vous avez recueillies à l'[exercice 1A](#) pour vous assurer que les obstacles que vous identifiez sont étayés par des données. Une fois que vous avez répertorié tous les obstacles dans votre pays, choisissez un obstacle sur lequel vous concentrer pour augmenter vos chances de succès.

Juridique (Lois restrictives et exigences inutiles)

EX. *Les avortements médicaux sont administrés dans les établissements de santé et les femmes doivent revenir dans l'établissement pour leur deuxième médicament.*

-
-
-
-

Financier (Coûts de fourniture ou d'accès aux services)

EX. *Le coût des médicaments pour l'avortement médicamenteux est payé par les clients, même lorsqu'ils sont censés être gratuits.*

-
-
-
-

Médical (Faible disponibilité ou qualité des services)

EX. *Refus des professionnels de pratiquer des avortements.*

-
-
-
-

Basé sur les droits (Stigmatisation, jugement et objection)

EX. *Les normes religieuses et culturelles s'opposent à l'avortement sur une base morale.*

-
-
-
-

Exercice 2A

But politique

Décrivez les quatre éléments d'un but politique qui traitent la problématique que vous avez choisi concernant l'élargissement de l'accès à l'avortement sécurisé. Ensuite, combinez les éléments dans un énoncé concis qui articule clairement votre but politique.

Quoi ?

Le changement politique que vous souhaitez voir se produire

EX.

Accroître l'accès à l'avortement sécurisé et atteindre la cible de l'Objectif de développement durable (ODD) 3 consistant à réduire le taux de mortalité maternelle mondial à moins de 70 pour 100 000 naissances vivantes d'ici 2030

Comment ?

L'action ou la décision spécifique qui fera de votre changement une réalité

EX.

Réviser les directives techniques et procédurales pour les services d'avortement sécurisé pour inclure l'auto-administration de médicaments pour l'avortement.

Qui ?

Les individus et les organisations qui peuvent influencer et mettre en œuvre le changement

EX.

Ministère de la santé

Lorsque ?

Le calendrier réaliste selon lequel le changement se produit

EX.

Dans les deux prochaines années.

Énoncé du but politique

EX.

Pour améliorer l'accès à l'avortement sécurisé et atteindre l'ODD 3, le ministère de la santé doit réviser les directives techniques et procédurales pour les services d'avortement sécurisé afin d'y inclure l'auto-administration de médicaments pour l'avortement.

Exercice 2B**Partenariats et coalitions**

Dressez la liste de tous les partenariats, coalitions ou réseaux qui pourraient vous aider à mettre en œuvre votre stratégie de communication politique et à atteindre votre but politique. Considérez vos partenariats et coalitions existants ainsi que les nouveaux que vous nouerez peut-être pour vous aider à atteindre votre but politique.

Existant	Nouveau

Exercice 3A

Publics primaires et secondaires

Après avoir examiné votre but politique à partir de l'[exercice 2A](#), répertoriez les publics primaires et secondaires qui peuvent vous aider à atteindre votre but. Il vaut mieux être aussi précis que possible, en notant les individus plutôt que les agences, si possible. Indiquez les noms, les titres ou postes et même les coordonnées des individus, si vous les connaissez.

Publics primaires

Quelles sont les personnes ou les organisations qui ont le pouvoir officiel de provoquer des changements politiques liés à votre but politique ?

EXEMPLE

Nom : *Dr Lia Tadesse*
Titre / poste : *ministre de la Santé*
Coordonnées : *N/A*

Nom : _____

Titre / poste : _____

Coordonnées : _____

Nom : _____

Titre / poste : _____

Coordonnées : _____

Nom : _____

Titre / poste : _____

Coordonnées : _____

Nom : _____

Titre / poste : _____

Coordonnées : _____

Nom : _____

Titre / poste : _____

Coordonnées : _____

Publics secondaires

Qui peut influencer les actions, les opinions ou les comportements des publics primaires ?

EXEMPLE

Nom : *Dr Mekdes Daba*
Titre / poste : *président de la Société éthiopienne des obstétriciens et gynécologues*
Coordonnées : *N/A*

Nom : _____

Titre / poste : _____

Coordonnées : _____

Nom : _____

Titre / poste : _____

Coordonnées : _____

Nom : _____

Titre / poste : _____

Coordonnées : _____

Nom : _____

Titre / poste : _____

Coordonnées : _____

Nom : _____

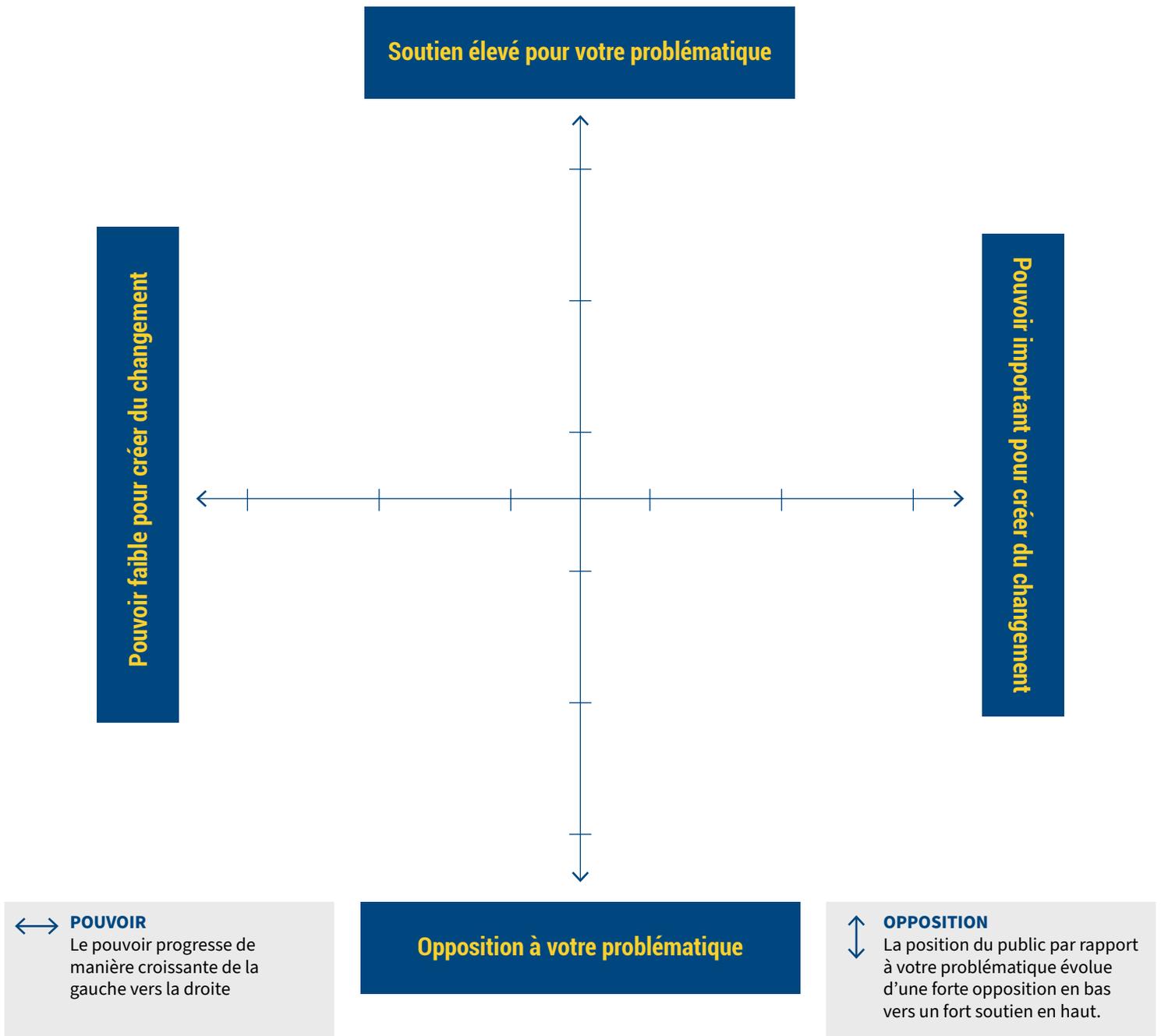
Titre / poste : _____

Coordonnées : _____

Exercice 3B

Carte de pouvoir du public

Placez les publics primaires que vous avez identifiés à l'[exercice 3A](#) sur la carte de pouvoir du public ci-dessous en fonction du niveau de pouvoir et du degré de soutien. L'axe horizontal représente le pouvoir du décideur politique pour créer le changement souhaité et l'axe vertical représente son niveau de soutien pour votre problématique. Revenez à Pouvoir, soutien et connaissances du public dans la section 3 pour vous rappeler les facteurs à prendre en compte pour placer votre public principal ; vous devrez peut-être mener des recherches supplémentaires. **Concentrez-vous sur ceux qui ont le plus de pouvoir et de soutien.** Revisitez cette carte et mettez-la à jour en permanence au fur et à mesure que vous en apprenez plus.



Exercice 3C

Carte des connaissances du public

Sélectionnez **au moins deux** publics primaires parmi ceux que vous avez placés dans le quadrant supérieur droit dans l'[exercice 3B](#) (par ex., un pouvoir élevé pour créer un changement et un soutien élevé pour votre problématique). Approfondissez les recherches sur ces publics sélectionnés et répertoriez les informations que vous trouvez pour chaque catégorie.

Public primaire A	
	<p>EX. <i>Dr Lia Tadesse (ministre de la santé)</i></p>
<p>Connaissances Qu'est-ce qu'ils savent déjà à propos de la problématique ?</p>	<p>EX. <i>Peut considérer l'auto-administration de médicaments pour l'avortement comme étant en dehors de son domaine de responsabilité.</i></p>
<p>Sources d'informations Comment obtiennent-ils les informations ?</p>	<p>EX. <i>Journaux nationaux, Twitter, système national d'information sur la gestion de la santé et réunions avec le personnel.</i></p>
<p>Motivation Qu'est-ce qui les motive à agir ?</p>	<p>EX. <i>Être considéré comme orienté vers l'action et humanitaire.</i></p>
<p>Influence Qui écoutent-ils ? (Pensez : c'est là que votre public secondaire entre en jeu.)</p>	<p>EX. <i>Médias, chefs religieux, associations médicales, chefs politiques.</i></p>
<p>Redevabilité À quelles contraintes ou quels engagements sont-ils confrontés ?</p>	<p>EX. <i>Conseillers conservateurs et gestionnaires de programmes qui peuvent s'opposer à l'avortement.</i></p>

	Public principal B
Connaissances Qu'est-ce qu'ils savent déjà à propos du problème ?	
Sources d'informations Comment obtiennent-ils les informations ?	
Motivation Qu'est-ce qui les motive à agir ?	
Influence Qui écoutent-ils ? <i>(Pensez : c'est là que votre public secondaire entre en jeu.)</i>	
Redevabilité À quelles contraintes ou quels engagements sont-ils confrontés ?	

Exercice 3D

Publics opposés et arguments

Dressez la liste de tous les publics opposés et les arguments correspondants qui pourraient potentiellement entraver ou lutter contre votre progression vers votre but politique pour l'avortement sécurisé. Assurez-vous d'être aussi précis que possible, en notant les noms et les titres ou postes si vous les connaissez. Vous aurez l'occasion de développer des contre-arguments basés sur des faits probants à l'[exercice 5A](#).

Publics	Arguments
EX. Chefs religieux	1. Avorter est moralement répréhensible.
	1. 2. 3.

Exercice 4A

Objectif politique

Revoyez votre but politique défini dans l'[exercice 2A](#) et les publics primaires dans l'[exercice 3A](#) et développez **un seul** objectif politique pour chaque approche stratégique du changement politique. Assurez-vous que chaque objectif est SMART (spécifique, mesurable, axé sur l'action, réaliste, temporellement défini) et commence par un verbe d'action. Vos objectifs politiques doivent soutenir votre but politique et contribuer à l'atteindre progressivement. Reportez-vous à l'étude de cas sur la planification de la communication politique à la section 4 si vous avez besoin d'un exemple supplémentaire.

Apprendre aux politiques

Manière dont vous ferez découvrir aux décideurs politiques le problème et les solutions liées à votre problématique.

EX. Partager les données avec les dirigeants nationaux au cours des 12 prochains mois sur les expériences d'autres pays en matière d'auto-administration de médicaments pour l'avortement et son impact sur la réduction des coûts.

Attirer l'attention sur le problème

Manière dont vous allez mettre en évidence l'importance de votre problème auprès des décideurs politiques afin qu'ils lui donnent la priorité.

EX. Au cours des 12 prochains mois, aider les journalistes à comprendre les obstacles auxquels les femmes sont confrontées pour accéder à des avortements sécurisés en Éthiopie.

Renforcer la communauté politique

Manière dont vous construirez des alliances ou des réseaux avec différents types d'organisations engagées dans une cause commune.

EX. Collaborer avec le Consortium for Comprehensive Abortion Care (Consortium pour les soins complets en cas d'avortement) (un groupe de plaidoyer dirigé par la Société éthiopienne des obstétriciens et gynécologues) pour parvenir à un consensus au cours des 12 prochains mois parmi d'autres coalitions de plaidoyer travaillant à élargir l'accès à l'avortement sécurisé.

Exercice 4B

Tactiques de communication

Étudiez les objectifs politiques que vous avez développés à l'[exercice 4A](#) et créez des tactiques de communication correspondantes pour chaque objectif. Il est probable que vous aurez besoin de plusieurs tactiques pour atteindre un objectif, alors listez toutes celles que vous prévoyez d'entreprendre.

Apprendre aux politiques

Manière dont vous ferez découvrir aux décideurs politiques le problème et les solutions liées à votre problématique.

EX. *Tenir une brève réunion avec les décideurs politiques.*

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

Attirer l'attention sur le problème

Manière dont vous allez mettre en évidence l'importance de votre problème auprès des décideurs politiques afin qu'ils lui donnent la priorité.

EX. *Organiser une formation pour les journalistes sur davantage d'options permettant aux femmes d'accéder aux services d'avortement sécurisé.*

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

Renforcer la communauté politique

Manière dont vous construirez des alliances ou des réseaux avec différents types d'organisations engagées dans une cause commune.

EX. *Revitaliser la coalition existante de professionnels de santé et de juristes.*

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

Exercice 5A

Messages politiques basés sur des faits probants

Sélectionnez l'un de vos publics parmi ceux de l'[exercice 3A](#) (il peut être primaire ou secondaire) et rédigez les trois parties d'un message politique efficace adapté à ce public. Vous pouvez également passer en revue les publics opposés et les arguments que vous avez notés à l'[exercice 3D](#) pour développer des contre-arguments basés sur des faits probants.

Public visé	EX. <i>Dr Lia Tadesse (ministre de la santé)</i>
Faits probants Quel est le problème ? Quels faits et exemples étayent le problème ? Quelles données existent en faveur de la solution que vous proposez ?	EX. <i>En 2016, pour 100 000 naissances vivantes, 416 femmes sont décédées pendant la grossesse ou dans les 42 jours suivant une interruption de grossesse.</i>
Contexte Pourquoi ce problème devrait-il être important pour votre public cible ? Quel est l'impact du problème sur la communauté et quelle approche utiliserez-vous pour motiver votre public ?	EX. <i>L'accès restreint aux services d'avortement sécurisé conduit les femmes à se faire avorter d'une manière qui met leur vie en danger et entraîne une augmentation de la mortalité maternelle. Atteindre l'ODD 3 pour réduire la mortalité maternelle est une priorité nationale pour l'Éthiopie qui soutiendra son développement social et économique.</i>
Appel à l'action Quelle est la solution que vous proposez au problème ? Que recommandez-vous à votre public cible de faire à ce sujet ? Quelles mesures immédiates peuvent-ils prendre pour soutenir la solution et résoudre le problème ?	EX. <i>La révision des directives techniques et procédurales pour les services d'avortement sécurisé afin d'y inclure l'auto-administration de médicaments pour l'avortement aidera à atteindre l'ODD 3 et à réduire la mortalité maternelle.</i>

Ensuite, combinez les éléments dans une déclaration concise et convaincante : votre message politique. Répétez cet exercice autant de fois que nécessaire pour développer des messages destinés aux publics que vous avez l'intention de cibler avec vos communications politiques.

Message politique

EXEMPLE

En 2016, pour 100 000 naissances vivantes, 416 femmes sont décédées pendant la grossesse ou dans les 42 jours suivant une interruption de grossesse. L'accès restreint aux services d'avortement sécurisé conduit les femmes à se faire avorter d'une manière qui met leur vie en danger et entraîne une augmentation de la mortalité maternelle. Atteindre l'ODD 3 pour réduire la mortalité maternelle est une priorité nationale pour l'Éthiopie, qui soutiendra son développement social et économique. L'Éthiopie peut atteindre l'ODD 3 et réduire la mortalité maternelle en révisant les directives techniques et procédurales pour les services d'avortement sécurisé afin d'y inclure l'auto-administration de médicaments pour l'avortement.

Exercice 5B

Messagers

Identifiez les messagers potentiels pour transmettre les messages politiques que vous avez créés à l'[exercice 5A](#). Il peut y avoir plusieurs messagers qui peuvent délivrer le message, mais donnez la priorité à celui qui est le meilleur choix. Assurez-vous de préciser quel messager sera responsable de quel public parmi ceux que vous avez ciblés dans l'exercice 5A.

Public	Messager
EX. <i>Dr Lia Tadesse (ministre de la santé)</i>	<i>Société éthiopienne des obstétriciens et gynécologues</i>

Exercice 6A

Points d'entrée pour la communication

Dressez la liste des points d'entrée possibles pour impliquer les publics cibles que vous avez identifiés dans les [exercices 5A](#) et [5B](#) pour stimuler la conversation sur l'élargissement de l'accès à l'avortement sécurisé. Pensez à contacter vos partenaires et réseaux pour identifier les points d'entrée ou envisagez d'en créer de nouveaux. Incluez une description du point d'entrée, la date estimée à laquelle il aura lieu et le public cible que vous atteindrez grâce à celui-ci. **Utilisez les cases à cocher à droite pour marquer vos points d'entrée prioritaires.**

	Point d'entrée	Date estimée	Public visé	
EX:	Table ronde des journalistes à l'occasion de la Journée internationale de l'avortement sécurisé	28 septembre	Médias	
				PRIORITÉ ? <input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>
				<input type="checkbox"/>

Exercice 6B

Calendrier et plan de travail

Passez en revue vos tactiques de communication de l'[exercice 4B](#) et élaborer un plan de travail pour chaque tactique. Assurez-vous de prendre en compte les publics cibles et les points d'entrée pour la communication que vous avez notés à l'[exercice 6A](#). Dans la mesure du possible, vous devez vous efforcer de créer un plan de travail spécifique et reflétant de manière réaliste ce que votre organisation est capable de faire dans le cadre de votre calendrier de mise en œuvre. Vous aurez au moins trois tactiques planifiées, vous devrez donc répéter le plan de travail autant de fois que nécessaire pour les couvrir toutes.

Tactique	
EX.	<i>Formation des journalistes sur davantage d'options pour que les femmes puissent accéder aux services d'avortement sécurisé, aboutissant à une table ronde publique à l'occasion de la Journée internationale de l'avortement sécurisé.</i>
Public visé	EX. <i>Journalistes nationaux et internationaux de la presse écrite et audiovisuelle.</i>
Personnes ou partenaires responsables de la mise en œuvre des tactiques	EX. <i>Chargée de communication de notre organisation.</i>
Partenaires possibles	EX. <i>Membres de la Société éthiopienne des obstétriciens et gynécologues.</i>
Ressources requises, coûts et personne chargée de les fournir	EX. <i>Dossiers de presse, lieu, rafraîchissements.</i>
Points d'entrée	EX. <i>Journée internationale de l'avortement sécurisé (28 septembre).</i>
Programmation	EX. <i>Juillet - septembre.</i>

Tactique**Public visé****Personnes ou
partenaires
responsables de la mise
en œuvre des tactiques****Partenaires possibles****Ressources requises,
coûts et personne
chargée de les fournir****Points d'entrée****Programmation**

Exercice 6C

S'entraîner au dialogue politique

Remplissez les fiches vierges ci-dessous pour anticiper et vous entraîner à répondre aux questions courantes qui pourraient vous être posées sur l'avortement, y compris les attaques personnelles, afin que vous soyez prêt à garder les conversations orientées vers les solutions et axées sur les données et les faits probants. Vous trouverez peut-être utile d'étudier les publics opposés et les arguments que vous avez notés à l'[exercice 3D](#) et les messages basés sur des faits probants pour répondre à ces arguments que vous avez développés à l'[exercice 5A](#). Un exemple est fourni pour vous aider à démarrer.

	Question	Réponse
EXEMPLE	Quelle est la précision de vos données ?	<i>Les données que nous avons partagées proviennent des sources les plus précises disponibles. Nous avons utilisé le langage direct de l'article 534 - Interruption de grossesse pour des raisons médicales du Code pénal de l'Éthiopie de 1957, qui a été révisé par la République fédérale démocratique d'Éthiopie en 2005. Nous avons également utilisé un rapport intitulé Making Abortion Services Accessible in the Wake of Legal Reforms: A Framework and Six Case Studies, publié en 2012 par l'Institut Guttmacher, une organisation de recherche et de politique de premier plan engagée à faire progresser la santé et les droits sexuels et reproductifs aux États-Unis et dans le monde.</i>

	Question	Réponse
✂		

PLIER

	Question	Réponse
✂		

PLIER

Question	Réponse
----------	---------



Question	Réponse
----------	---------



Question	Réponse
----------	---------



Question	Réponse
----------	---------



Question	Réponse

✂

PLIER

Question	Réponse

✂

PLIER

Question	Réponse

✂

PLIER

Question	Réponse

✂

PLIER

Exercice 7A

Indicateurs SEA

Passez en revue les objectifs politiques de votre communication à l'[exercice 4A](#) et ajoutez-les ci-dessous. Pour chaque objectif, développez les produits et les résultats correspondants pour suivre et mesurer le succès de chacun. Il peut être utile de revoir vos tactiques de communication de l'[exercice 4B](#) pour vous aider à développer vos produits. Vous devez utiliser vos indicateurs SEA créés ici pour mesurer le succès global de votre stratégie de communication politique !

Objectif politique	EX. <i>Au cours des 12 prochains mois, aider les journalistes à comprendre les obstacles auxquels les femmes sont confrontées pour accéder à des avortements sécurisés en Éthiopie.</i>	
	<p style="text-align: center;">Produits</p> <p style="text-align: center;">Résultats à court terme générés directement à partir de vos tactiques de communication politique.</p> <p>EX. <i>Nombre d'articles de presse produits par des journalistes en 12 mois.</i></p>	<p style="text-align: center;">Résultats</p> <p style="text-align: center;">Résultats à plus long terme générés indirectement à partir de vos produits qui capturent les changements ou effets généraux.</p> <p>EX. <i>Nombre de décideurs politiques ayant utilisé des données ou des messages issus des articles de presse dans leurs déclarations ou documents publics au cours des 12 derniers mois.</i></p>
Objectif politique		
	<p style="text-align: center;">Produits</p> <p style="text-align: center;">Résultats à court terme générés directement à partir de vos tactiques de communication politique.</p>	<p style="text-align: center;">Résultats</p> <p style="text-align: center;">Résultats à plus long terme générés indirectement à partir de vos produits qui capturent les changements ou effets généraux.</p>



Acknowledgments

Construire un dialogue efficace pour un meilleur accès à l'avortement sécurisé : Un Guide de Communication Politique est un outil de communication pour les politiques développé par Population Reference Bureau (PRB). Le guide a été rédigé par Sydney Perlotto, ancienne associée principale aux programmes des médias et en politique, et Jill Chanley, conseillère politique. Merci à Kate P. Gilles, ancienne directrice de programme, Cathryn Streifel, directrice de programme, Smita Gaith, ancienne conseillère principale en politique, et Kelley Kline, ancienne analyste de données, pour leurs conseils et leurs contributions essentielles. Le guide a été revu par Heidi Worley, avec des illustrations de Leanne Glace et une conception graphique par Nathan Keyes et Anneka Van Scoyoc.

Merci à Pereira Mandela Bankole, Abolarinwa Adetola, Adebisi Adeyeye, Adenuga Oluwafunmilayo, Alo Mary, Ikedife Ruth, Isreal Sophia, Modupe Laja, Nifesimi Ogundana, Nnenna Amagwula, Ogunwunmi Oluwafemi, Okpue Adaeze, Olaniyan Muhibah Eniola, Olowu Olusimisola John, Omotayo Oluwatosin, et Victoria Bakare, membres du Groupe d'action sur la santé des adolescents (Agah) du Collège de médecine de l'Université de Lagos, qui ont aidé à tester ce guide. Un merci particulier à Saba Kidanemariam, directrice nationale d'Ipas Ethiopia, qui a fourni des informations précieuses sur les exemples d'exercices.