

BOÎTE À OUTILS DE PLAIDOYER POUR LA SOCIÉTÉ CIVILE ET LES JEUNES

EN SOUTIEN À L'EFFORT DE MOBILISATION
DES RESSOURCES DU GFF



Groupe de coordination
de la société civile
mondiale pour le GFF

Mai 2021

REMERCIEMENTS

Le Groupe de coordination de la société civile (GCSC) pour le Mécanisme de financement mondial (GFF) tient à remercier la société civile (SC) et les jeunes pour le rôle important qu'ils jouent à la fois dans le plaidoyer et la redevabilité, en favorisant les progrès en fonction des besoins vitaux des pays. Cette boîte à outils a été conçue à partir de la documentation de la SC et des jeunes, y compris des études de cas et des rapports, ainsi que de la consultation sur la déclaration de soutien de la SC à l'effort de mobilisation des ressources. Le Secrétariat du GFF, les représentants de la SC et des jeunes du Groupe des investisseurs, et Global Health Visions (GHV) ont également apporté un soutien important à l'élaboration de cette boîte à outils qui sera utilisée lors de l'effort de mobilisation des ressources du GFF.

ACRONYMES / ABRÉVIATIONS

ACCÉLÉRATEUR ACT	Dispositif pour accélérer l'accès aux outils de lutte contre la COVID-19
DSSR	Droits et santé sexuels et reproductifs
FEA	Femmes, enfants et adolescents
FBR	Financement basé sur les résultats
GCSC	Groupe de coordination de la société civile
GFF	Mécanisme de financement mondial
GI	Groupe des investisseurs
IDA	Association internationale pour le développement
MSCP	Plateformes nationales à multiples parties prenantes
ODD	Objectifs de développement durable
ONG	Organisation non gouvernementale
OSC	Organisation de la société civile
PMNCH	Partenariat pour la santé de la mère, du nouveau-né et de l'enfant
SC	Société civile
SGM	Mécanisme de microfinancement
SRMNEA	Santé reproductive, maternelle, néonatale, de l'enfant et de l'adolescent
SRMNEA+N	Santé reproductive, maternelle, néonatale, de l'enfant et de l'adolescent, et nutrition

TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction	8	Annexe Matériel de soutien : Modèles d'orientation, messages clés et fiches d'information	38
a. Objectif et vision du succès	9	Annexe 1 : Exemples de voies d'engagement pour la mobilisation des ressources du GFF, par public cible	39
b. Historique et contexte : Qu'est-ce que le GFF et pourquoi est-ce le moment de lancer une campagne de mobilisation des ressources ?	10	Annexe 2 : Exemples de lettres et d'articles d'opinion	40
Qu'est-ce que le GFF ? Comment fonctionne-t-il ?	10	Annexe 3 : Exemples d'histoires de la société civile et des jeunes du GFF	43
Pourquoi une campagne de mobilisation des ressources du GFF est-elle nécessaire maintenant ?	11	Annexe 4 : Modèle pour cartographier les événements et réunions clés	46
2. Ingrédients de qualité pour un engagement de plaidoyer en faveur de la mobilisation des ressources : Conseils pratiques, approches, messages et outils	18		
a. Principes de l'engagement stratégique en matière de plaidoyer	19		
b. Comprendre et identifier les décideurs pour une mobilisation efficace des ressources	20		
Analyse du public pour comprendre l'espace d'engagement	20		
Analyse des décideurs pour identifier les cibles de votre plaidoyer	21		
c. Présentation et approche concernant les preuves : Comment soutenir au mieux les objectifs de plaidoyer avec des données claires, des expériences vécues et une présentation réfléchie ?	23		
Messagerie et diffusion des messages	23		
Histoires et études de cas sur le terrain	26		
Courts mémos vidéo	27		
Déclarations de type « argumentaire éclair »	28		
Lettres et articles d'opinion	30		
Médias et médias sociaux	30		
S'engager auprès des champions	32		
3. Mettre la main à la pâte : Réaliser vos « demandes » et conclure l'affaire	34		
a. Cartographiez et tirez parti des événements clés	35		
b. Organisez vos réunions et préparez l'équipe	36		
c. Préparez le matériel pour les réunions et les événements	36		
d. Identifiez votre/vos messenger(s)	37		
e. Clôture et présentation des étapes suivantes	37		

1 INTRODUCTION

A. OBJECTIF ET VISION DU SUCCÈS

Cette boîte à outils a été conçue pour guider et équiper la société civile (SC) et les jeunes du GFF afin qu'ils puissent s'engager de manière significative et efficace dans la campagne de mobilisation des ressources du Mécanisme de financement mondial (GFF), et ce en soutien à l'**Argumentaire en faveur de l'investissement dans le GFF**. La boîte à outils fournit une série de conseils et d'exemples illustratifs à adapter et/ou dont on peut s'inspirer pour soutenir les divers événements mondiaux et locaux et d'autres parties essentielles de cette campagne.

Le [Groupe de coordination de la société civile \(GCSC\)](#) pour le GFF, y compris les plus de 370 membres de la société civile (SC) et des jeunes, a indiqué son soutien rapide à travers une [déclaration concernant la campagne de mobilisation des ressources](#) faite par les membres du Groupe des investisseurs de la SC et des jeunes lors de la réunion du Groupe des investisseurs de mars 2021. La déclaration de la société civile et des jeunes du GFF a défini une **vision du succès ambitieuse** mais réalisable qui vise à soutenir la réalisation d'une campagne de mobilisation des ressources du GFF entièrement financée, d'un montant de 1,2 milliard de dollars américains en 2021, ainsi que l'investissement plus important de 2,5 milliards de dollars américains nécessaires pour la période 2021-2025 de la part des bailleurs de fonds. Parallèlement à cet objectif de mobilisation des ressources, la société civile et les jeunes s'engagent à travailler avec le GFF, les gouvernements nationaux, les bailleurs de fonds et d'autres partenaires pour réaliser une vision collective du succès, qui comprend les éléments suivants :

- Des plateformes nationales inclusives et efficaces à multiples parties prenantes (MCP)
- Rigueur et transparence dans le partage de données/informations, et redevabilité
- Des ressources nationales plus importantes, durables et efficaces pour la santé
- Des approches favorisant l'évolution des rapports de genre
- Une mobilisation efficace et significative de la société civile et des jeunes

Pour atteindre ces objectifs importants, l'ensemble des acteurs de la société civile et des jeunes qui s'engagent, en particulier dans les pays du GFF, sont appelés à :

- Plaider auprès des gouvernements des pays du GFF et des bailleurs de fonds en vue de financer le montant de 1,2 milliard de dollars américains d'ici la fin de 2021 ;
- Coordonner et donner plus de poids aux perspectives du groupe représentant la société civile et les jeunes pour partager leurs expériences et soutenir la campagne de mobilisation des ressources aux niveaux national, régional et mondial ;

- Servir de porte-parole aux efforts de mobilisation des ressources et mobiliser des chefs de file « champions » en vue de soutenir les efforts de mobilisation des bailleurs de fonds et des ressources nationales ;
- Synthétiser et partager les preuves et études de cas nationales, les enseignements tirés et la réalité sur le terrain pour veiller à ce que le GFF et ses partenaires continuent à apprendre et à s'améliorer conformément aux meilleures pratiques et en réponse aux besoins des populations ; et
- Encourager le suivi et la redevabilité dans les pays, y compris le suivi budgétaire, afin de s'assurer que les ressources sont décaissées et utilisées efficacement, et qu'elles atteignent les communautés confrontées aux besoins les plus pressants – soutenant le cheminement vers l'autonomie.

Cette boîte à outils fournit des exemples illustratifs et les meilleures pratiques de plaidoyer pour compléter les pratiques d'autres groupes de la SC et des jeunes en vue de faciliter un engagement efficace.

B. HISTORIQUE ET CONTEXTE : QU'EST-CE QUE LE GFF ET POURQUOI EST-CE LE MOMENT DE LANCER UNE CAMPAGNE DE MOBILISATION DES RESSOURCES ?

Qu'est-ce que le GFF ? Comment fonctionne-t-il ?

Le Mécanisme de financement mondial (GFF) est un partenariat piloté par les pays qui vise à accélérer les efforts pour mettre fin aux décès évitables de mères, de nouveau-nés, d'enfants et d'adolescents et améliorer la santé et la qualité de vie des femmes, des enfants et des adolescents. Le GFF soutient les pays dans l'élaboration d'un plan priorisé (le Dossier d'investissement) pour un secteur de la santé qui correspond aux ressources disponibles à court terme et dans le renforcement de leurs systèmes de financement de la santé afin de réaliser des gains d'efficacité et un financement national plus durable. Le GFF encourage une approche intégrée du système de santé et facilite le partenariat et l'alignement avec les gouvernements des pays, les bailleurs de fonds externes, les organismes multilatéraux, le secteur privé, la SC et les jeunes, et les autres parties prenantes, et ce de manière synergique. Il est essentiel de noter que le modèle du GFF est, avant tout, un modèle d'appropriation nationale piloté par les pays – une raison essentielle pour laquelle la campagne de mobilisation des ressources doit être guidée par les besoins et les voix des pays.

Le Secrétariat du GFF est chargé de soutenir les activités des partenariats membres, notamment la gestion du Fonds fiduciaire du GFF et le soutien au Groupe des investisseurs et au Comité du Fonds fiduciaire du GFF, ainsi que les mécanismes de

gouvernance du GFF. Le Secrétariat coordonne les opérations quotidiennes de cette campagne de mobilisation des ressources sous la direction générale du Groupe des investisseurs (GI) et de divers partenaires, y compris la SC et les jeunes.

Soutien du GFF à l'engagement de la société civile et des jeunes

En octobre 2020, le Groupe des investisseurs du GFF a approuvé un cadre actualisé **d'engagement de la SC et des jeunes**, qui s'appuie **sur la stratégie d'engagement de la société civile du GFF et l'addendum sur les adolescents et les jeunes** (qui a été approuvé par le Groupe des investisseurs en 2017 et 2018), en clarifiant spécifiquement le rôle du Secrétariat du GFF dans le soutien à la mise en œuvre de la stratégie. Un montant de 6 millions de dollars américains a été approuvé sur deux ans pour soutenir l'engagement de la société civile et des jeunes dans le GFF, à partir de l'exercice 2020.

Le Secrétariat soutient un officier de liaison dans chacun des pays investisseurs du GFF pour permettre aux gouvernements et à toutes les parties prenantes clés de réaliser un partenariat efficace et inclusif. Un point focal désigné au sein du Secrétariat du GFF soutient également chaque pays du GFF. Le soutien et la coordination du groupe de la société civile et des jeunes sont assurés par le GCSC et le [hub des OSC](#), ainsi que par les points focaux et les coalitions de la société civile et des jeunes dans la plupart des pays du GFF.

Ces structures de coordination et de soutien sont essentielles pour cette campagne de mobilisation des ressources du GFF afin de faciliter l'alignement et de tirer parti des efforts collectifs des différentes parties prenantes, y compris la société civile et les jeunes en vue de soutenir des objectifs communs.

Pourquoi une campagne de mobilisation des ressources du GFF est-elle nécessaire maintenant ?

Comme le souligne l'[Argumentaire en faveur de l'investissement dans le GFF](#) : « avec le soutien des gouvernements et des partenaires mondiaux de la santé, dont le GFF, la santé des femmes, des enfants et des adolescents s'est considérablement améliorée au fil des années, notamment en ce qui concerne l'accès à la planification familiale, la vaccination des enfants, les accouchements sans risque avec un personnel qualifié, l'accès à l'eau potable et [la nutrition des enfants.] »... Mais la pandémie de COVID-19 a mis en péril ces progrès remarquables en matière de santé, exacerbant les lacunes persistantes en ce qui concerne l'équité. **En raison de graves perturbations des services de santé essentiels, les 36 pays partenaires du GFF ont enregistré une baisse de 25 pour cent de la couverture des interventions sanitaires vitales pour les femmes, les enfants et les adolescents en 2020 par rapport aux niveaux pré-pandémiques.**

L'urgence de cette campagne de mobilisation des ressources est bien réelle. Les gouvernements doivent prendre en compte les coûts de diagnostic, de traitement, de prévention et de contrôle des infections et d'achat de vaccins. Cela implique des décisions de compromis difficiles et il est plus important que jamais de garantir un financement approprié pour la santé et la nutrition des mères, des nouveau-nés, des enfants et des adolescents (SRMNEA+N), y compris les systèmes de distribution nécessaires pour les nouveaux vaccins ainsi que les services essentiels existants. Le GFF a le potentiel de garantir que les services essentiels pour les femmes, les enfants et les adolescents soient restaurés et maintenus afin que les progrès sanitaires durement acquis ne soient pas effacés par la pandémie de COVID-19.

Il est crucial pour le GFF de « [relancer les progrès](#) » obtenus jusqu'à présent, une raison essentielle pour laquelle le groupe de la SC et des jeunes du GFF soutient la campagne. Une partie importante de ce groupe est composée de membres des pays investisseurs du GFF qui possèdent une expérience directe de ce que la communauté mondiale risque de perdre. Le groupe est donc un bénéficiaire de première main qui a été directement touché par les interruptions de service, ce qui fait de son soutien à l'effort de mobilisation des ressources du GFF une motivation personnelle.

La logique de la campagne et les bénéfices attendus sont illustrés dans le graphique ci-dessous, en commençant par la mobilisation des ressources du GFF en 2021. Les voix de la SC et des jeunes sont essentielles pour assurer son succès !

OUTILS ET RESSOURCES RECOMMANDÉS :

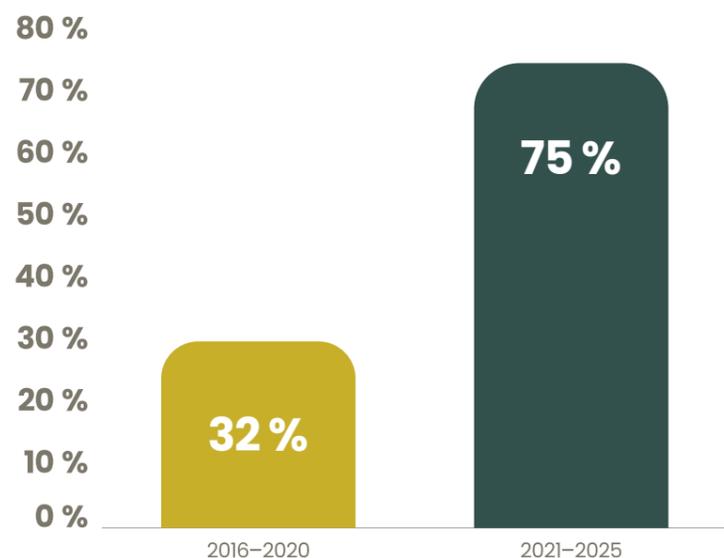
- GCSC [Stratégie d'engagement de la société civile](#) du GFF (2017) et [Addendum sur les adolescents et les jeunes](#) (2018)
- GFF [Qu'est-ce que le Mécanisme de financement mondial ?](#) (2019)
- GFF [Cadre d'engagement de la SC et des jeunes](#) (2020)
- GFF [Argumentaire en faveur de l'investissement](#) (2021)
- GFF [PowerPoint Relancer les progrès – Mobilisation des ressources](#) (2020)
- GFF [Déclaration de la société civile et des jeunes concernant la campagne de mobilisation des ressources du GFF](#) (2021)

GRAPHIQUE 1A. Renforcer l'impact grâce à un partenariat mené par les pays : Le GFF offre aux bailleurs un puissant retour sur investissement



GFF 2021 Campagne de mobilisation des ressources

GRAPHIQUE 1B. Renforcer l'impact grâce à un partenariat mené par les pays : Part des pays du GFF dont les dossiers d'investissement sont financés à plus de 50 pour cent par les ressources nationales

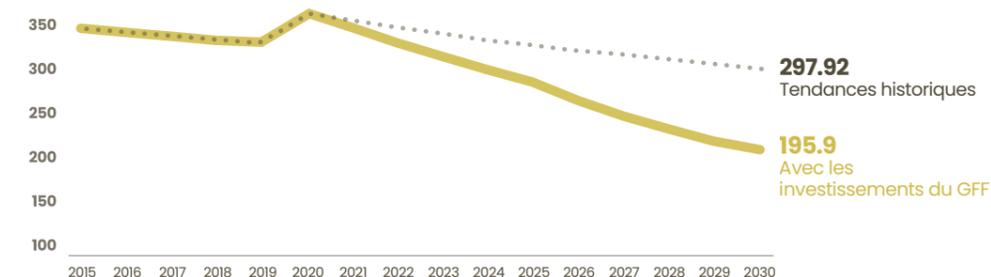


GFF 2021 Campagne de mobilisation des ressources

GRAPHIQUE 1C. Renforcer l'impact grâce à un partenariat mené par les pays : De nouveaux investissements dans le GFF aideront les pays à réduire considérablement la mortalité maternelle et infantile

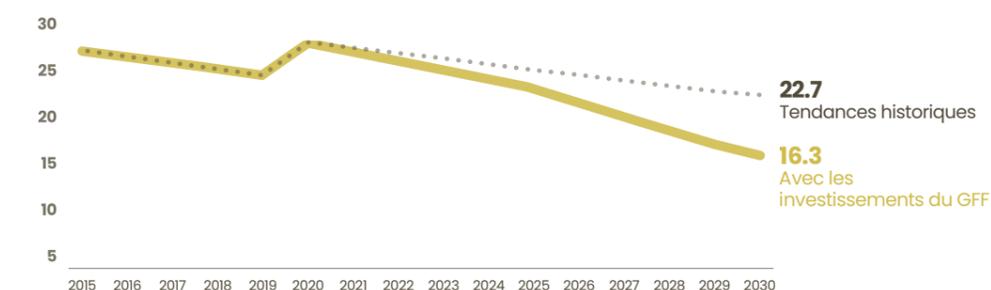
Taux de mortalité maternelle

(décès pour 1 000 naissances vivantes)



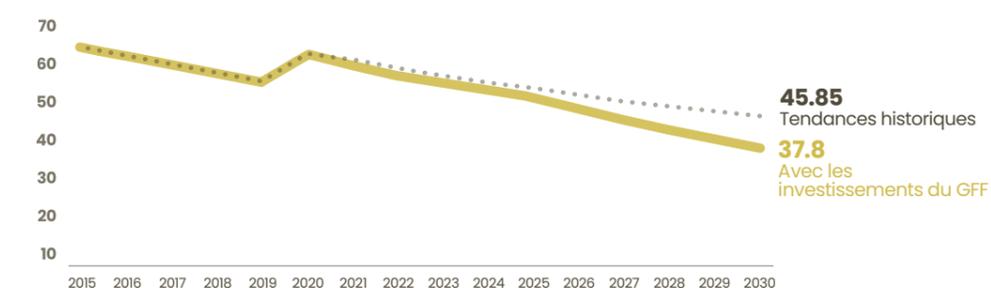
Taux de mortalité néonatale

(décès pour 1 000 naissances vivantes)



Taux de mortalité des moins de cinq ans

(décès pour 1 000 naissances vivantes)



GFF 2021 Campagne de mobilisation des ressources

« Travailler avec le GFF montre ce qui est possible lorsque la voix des jeunes est entendue et qu'ils ont la possibilité de façonner, de mettre en œuvre et de contrôler les politiques qui auront un impact sur leurs familles et leurs communautés. »

Aminata Badiane Thioye
Défenseure, Sénégal

RELANCER
LES
PROGRÈS



2 INGRÉDIENTS DE QUALITÉ POUR UN ENGAGEMENT DE PLAIDOYER EN FAVEUR DE LA MOBILISATION DES RESSOURCES : CONSEILS PRATIQUES, APPROCHES, MESSAGES ET OUTILS

A. PRINCIPES DE L'ENGAGEMENT STRATÉGIQUE EN MATIÈRE DE PLAIDOYER

Les défenseurs doivent aligner leurs stratégies d'engagement et leurs actions sur les réalités actuelles d'un monde marqué par la pandémie de COVID-19 au milieu d'autres priorités concurrentes pré-pandémiques. Les exigences quotidiennes affectent considérablement le contexte des décideurs, ce qui nécessite un changement de plan pour les défenseurs. Cette campagne de mobilisation des ressources du GFF intervient à un moment où les priorités concurrentes, pour la santé et au-delà, sont nombreuses.

Pour réussir, il faut un argumentaire clair et convaincant qui aide la SC, les jeunes et les autres parties prenantes à expliquer aux bailleurs de fonds et aux gouvernements des pays pourquoi cet effort de mobilisation des ressources est un « meilleur achat maintenant ». Pour réussir, le groupe de la SC et des jeunes du GFF doit atteindre les bons décideurs avec le bon message et au bon moment. Vous trouverez ci-dessous un ensemble de principes utiles qui peuvent compléter d'autres stratégies dans l'effort de mobilisation des ressources du GFF en cette période difficile :

1. Suivre en permanence l'environnement décisionnel pour analyser les possibilités d'engagement et s'adapter en conséquence ;
2. Élaborer un calendrier rapide, mais flexible, pour s'adapter aux changements imprévus ;
3. Toutes les ressources sont limitées. Soyez réalistes dans vos « demandes », surtout maintenant que les bailleurs de fonds et les gouvernements nationaux sont confrontés à de nombreuses « demandes » de ressources ;
4. Préparez-vous à réussir. Ne faites rien si vous n'êtes pas bien préparé et si vous n'avez pas tout ce dont vous avez besoin pour appuyer votre « demande » dans un environnement favorable ;
5. Mettez en place votre équipe de défenseurs de l'étoile d'or, définissez les rôles des membres et obtenez leur engagement à agir et à faire preuve de souplesse. Veillez à une représentation inclusive et adéquate ;

6. Assurer une modération/facilitation efficace pour coordonner et répondre aux différents besoins et priorités de l'équipe, tout en s'alignant sur un ensemble d'objectifs communs ;
7. Communiquer les résultats et mesurer la satisfaction ; et
8. La rapidité et le tact sont essentiels. La fenêtre d'opportunité est de courte durée.

OUTILS ET RESSOURCES RECOMMANDÉS :

- École de santé publique Johns Hopkins Bloomberg [Le pouvoir du plaidoyer](#) (2019)
- Unicef [Boîte à outils pour le plaidoyer](#) (2010)

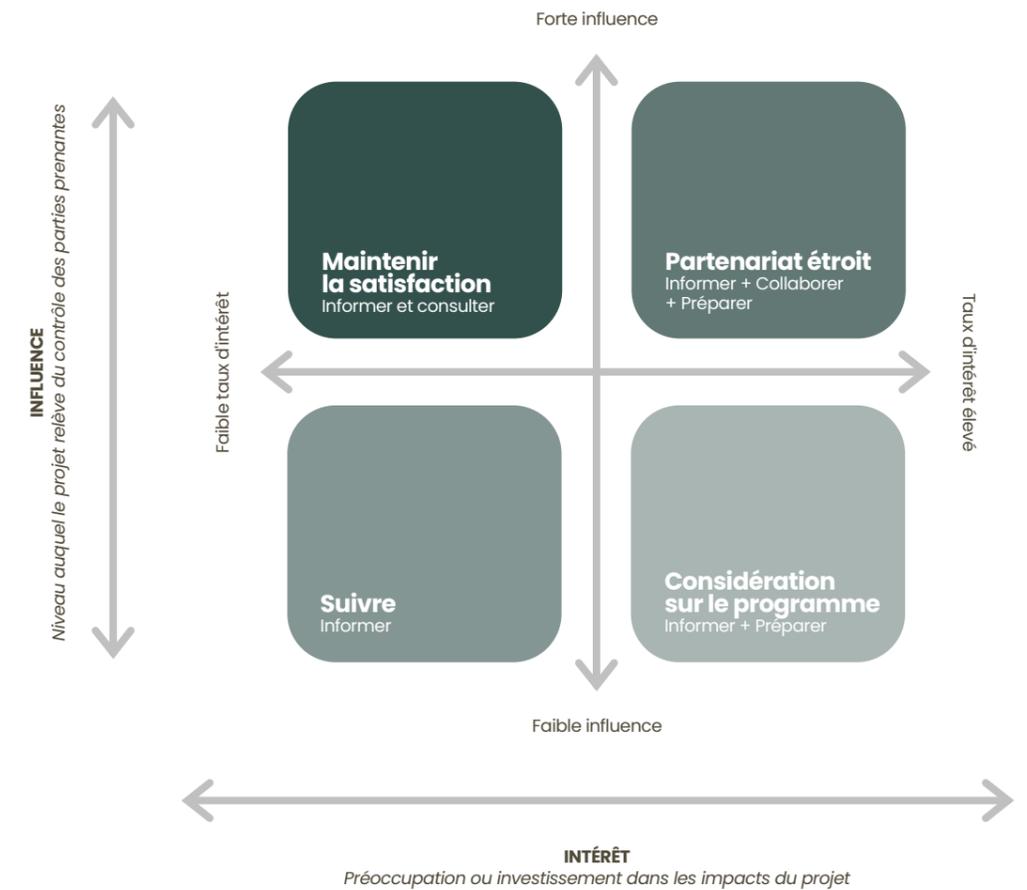
B. COMPRENDRE ET IDENTIFIER LES DÉCIDEURS POUR UNE MOBILISATION EFFICACE DES RESSOURCES

Analyse du public pour comprendre l'espace d'engagement

Une analyse du public (ou une cartographie des parties prenantes) constitue un point de départ pour la sensibilisation au plaidoyer. Cette analyse du public permet aux défenseurs de considérer les alliés et les décideurs potentiels dans une perspective large, de comprendre comment s'engager dans la sphère globale en question et quel niveau d'engagement peut être nécessaire en fonction du public/des décideurs.

Le « modèle d'analyse du public » (ci-dessous) est un outil de plaidoyer utile qui suggère de classer chaque public/décideur dans l'une des quatre catégories qui, en fonction de leur niveau d'intérêt et d'influence, doivent être suivies, prises en compte, satisfaites et/ou étroitement impliquées dans le processus.

GRAPHIQUE 2. Analyse d'audience de la boîte à outils de plaidoyer du GFF



Adapté de : Imperial College London (2017). [Gestion des parties prenantes](#)

Analyse des décideurs pour identifier les cibles de votre plaidoyer

Pour identifier les décideurs appropriés, certaines questions primordiales doivent être utilisées pour diriger le processus. Dans le contexte des efforts de mobilisation des ressources du GFF, ces questions peuvent comprendre :

- Comment sont prises les décisions concernant la mobilisation de fonds pour les domaines prioritaires du GFF ? Quelles sont les considérations historiques à prendre en compte ?
- Qui est le mieux placé pour aider à maintenir l'élan du GFF en faveur de l'équité en matière de santé des femmes, des enfants et des adolescents ? Qui peut aider à éviter les blocages ?

- Qui a le pouvoir d'influencer les autres parties prenantes essentielles ?
- Étant donné la nature de haut niveau des efforts de mobilisation des ressources du GFF, est-il plus judicieux de se concentrer directement sur le décideur, ou existe-t-il des membres du personnel de soutien de niveau inférieur (aides, assistants, etc.) avec lesquels il serait plus utile de s'engager ?
- Le ou les décideurs identifiés opèrent-ils dans un contexte spécifique (par exemple, le ministère de la Santé, le ministère des Finances, etc.) ? Une stratégie générale englobant une approche au niveau des systèmes serait-elle efficace ?
- Combien de décideurs peuvent aider à atteindre les résultats du GFF ? Un seul décideur suffit-il, ou plusieurs nécessitent-ils un travail de proximité et un engagement ?

Si l'identification d'un ou de plusieurs décideurs est une première étape cruciale, il est tout aussi important de **connaître** le(s) décideur(s) en question. Pour réussir le plaidoyer, il est nécessaire de rassembler autant d'informations potentiellement pertinentes que possible sur le(s) décideur(s), en particulier les informations relatives aux priorités du GFF en matière de mobilisation des ressources. En ce qui concerne l'identification du décideur, un certain nombre de questions guideront cette partie du processus :

- Quel est le parcours professionnel du ou des décideurs ? Quel est leur rôle actuel ? Quels rôles antérieurs peuvent être pertinents ?
- Le(s) décideur(s) possède-t-il(possèdent-ils) une expérience spécifique aux objectifs de mobilisation de ressources proposés ? Le(s) décideur(s) a-t-il(ont-ils) des antécédents avec le GFF ?
- Le(s) décideur(s) a-t-il(ont-ils) des relations (politiques, sociales, professionnelles, etc.) qu'il est important d'exploiter pour atteindre les objectifs de mobilisation de ressources du GFF ?
- Le(s) décideur(s) semble-t-il(semblent-ils) disposé(s) à agir au nom des efforts de mobilisation des ressources du GFF ?
- Existe-t-il des considérations politiques (par exemple, les élections à venir) qui pourraient avoir un impact sur les objectifs prédéterminés du GFF en éliminant le déficit de financement actuel ? Ces considérations auront-elles un impact sur la manière dont un ou plusieurs décideurs identifiés approcheront le GFF sur le sujet de la mobilisation des ressources ?

En outre, il est impératif de comprendre quelles questions/préoccupations sont les plus pertinentes pour le(s) décideur(s). Dans le contexte du GFF, certains décideurs peuvent se concentrer sur différents domaines (par exemple, la santé des femmes, l'engagement des jeunes, les droits et santé sexuels et reproductifs, la nutrition, etc.). Il faut donc sortir des sentiers battus, par exemple en établissant des liens avec d'autres initiatives qui pourraient bénéficier d'un financement afin de montrer la complémentarité et le retour stratégique sur investissement.

OUTILS ET RESSOURCES RECOMMANDÉS :

- Planification familiale avancée (PFA) **Développer une stratégie** (2013)

C. PRÉSENTATION ET APPROCHE CONCERNANT LES PREUVES : COMMENT SOUTENIR AU MIEUX LES OBJECTIFS DE PLAIDOYER AVEC DES DONNÉES CLAIRES, DES EXPÉRIENCES VÉCUES ET UNE PRÉSENTATION RÉFLÉCHIE ?

Messagerie et diffusion des messages

Les messages clés illustreront clairement les objectifs de mobilisation des ressources du GFF (la « demande ») et les données et preuves qui les sous-tendent. Les statistiques clés intégrées dans les messages soutiennent la raison, le sentiment d'urgence et le bénéfice à long terme de cette campagne afin d'argumenter en faveur du GFF auprès des décideurs. Ces messages doivent être simples et cohérents, et utiliser un langage approprié et adapté. Les messages doivent être fondés sur des preuves et doivent être modulés en fonction du public visé. Des exemples de messages sont fournis ci-dessous, qui peuvent être utilisés par les défenseurs tels quels, ou adaptés à votre contexte et à vos besoins locaux. Des statistiques supplémentaires sont fournies pour vous aider dans l'élaboration de messages supplémentaires, si nécessaire.

Les graves perturbations des services de santé essentiels en 2020, dans les 36 pays partenaires du GFF ont contribué à une baisse allant jusqu'à 25% de la couverture des interventions sanitaires vitales depuis le début de la pandémie. Soit l'équivalent de :



82 millions
d'enfants manquant de réhydratation orale



4 millions
de femmes enceintes ne pouvant pas recevoir de soins pendant l'accouchement



17 millions
d'enfants manquant de vaccinations

MESSAGES CLÉS POUR SOUTENIR L'EFFORT DE MOBILISATION DES RESSOURCES DU GFF

- @theGFF a besoin de 1,2 milliard de dollars américains d'ici la fin de 2021 pour maintenir les services essentiels à la suite de la #COVID19. Ce financement permettra de sauver des vies, de catalyser les améliorations du système de santé pour mettre fin à la pandémie et d'accélérer les progrès vers les objectifs de développement durable (ODD). www.globalfinancingfacility.org/reclaimthegains
- Empêchons la #COVID19 de faire reculer la santé des femmes, des enfants et des adolescents. Un investissement urgent dans @theGFF est nécessaire pour #RelancerLesProgrès. www.globalfinancingfacility.org/reclaimthegains
- Les données de @OMS provenant de 105 pays montrent que 90 % des pays ont connu des perturbations dans les services de santé, en raison de la #COVID19. Rejoignez le groupe de la SC et des jeunes pour soutenir la « demande » de mobilisation de ressources de 1,2 milliard de dollars américains du @theGFF pour 2021. <https://tinyurl.com/GFFRM>
- Le soutien apporté aux gouvernements pour lutter contre les inégalités permet non seulement de sauver des vies, mais aussi de protéger des décennies d'investissements que le monde ne peut se permettre de perdre. Prêtez votre voix pour soutenir l'effort de mobilisation des ressources du @theGFF ! <https://tinyurl.com/GFFRM>
- Le financement intégral de l'effort de mobilisation des ressources du GFF (1,2 milliard de dollars américains d'ici la fin de 2021 et 2,5 milliards de dollars américains d'ici 2025) permettra au GFF et à ses partenaires de s'appuyer sur les progrès récents et de réaliser de nouvelles stratégies et de nouveaux engagements. <https://tinyurl.com/GFFRM>

CRÉEZ VOS PROPRES MESSAGES – STATISTIQUES SUPPLÉMENTAIRES

L'**Argumentaire en faveur de l'investissement dans le GFF** donne la priorité au soutien aux pays pour répondre aux besoins les plus pressants résultant de la pandémie de COVID-19.

- L'interruption de la continuité des services essentiels par la COVID-19 a entraîné une **diminution de 25 % des interventions sanitaires vitales** pour les femmes, les enfants et les adolescents dans les 36 pays du GFF.

- Cela équivaut à **82 millions** d'enfants privés de traitement de réhydratation par voie orale, à **17 millions** d'enfants privés de vaccinations DTC (diphtérie-tétanos-coqueluche) et à **4 millions** de femmes enceintes privées d'accès aux soins par un personnel qualifié pour l'accouchement.

- Les projections montrent également que plus de **150 millions** de personnes basculeront dans l'extrême pauvreté d'ici la fin de 2021.

Le GFF est prêt à faire en sorte que les femmes, les enfants et les adolescents les plus marginalisés du monde ne soient pas laissés pour compte et que les décennies de progrès réalisés continuent de s'accélérer et de sauver des vies. Pour y parvenir, le GFF doit éliminer un déficit de financement de **1,2 milliard de dollars américains d'ici la fin de 2021 et acquérir un portefeuille de financement total de 2,5 milliards de dollars américains d'ici 2025.**

- Si ce déficit est comblé, le GFF estime que **cinq millions de vies pourront être sauvées**

- Les autres avantages sont les suivants :

- **Relancer les progrès antérieurs à la COVID-19** en matière d'accès aux services de santé essentiels ;
- **Aider le dispositif pour accélérer l'accès aux outils de lutte contre la COVID-19 (Accélérateur ACT)** à fournir des outils COVID-19 sûrs et équitables ;
- Aider plus de **56 millions de femmes à avoir accès à un personnel d'accouchement qualifié** pour qu'elles survivent à l'accouchement et que leurs bébés soient mis au monde en toute sécurité ;
- Faire en sorte que **3,5 millions de femmes supplémentaires puissent accéder à des services de césarienne d'urgence sûrs** (si nécessaire) ;
- Fournir un traitement de réhydratation par voie orale à **458 millions d'enfants** supplémentaires souffrant de maladies diarrhéiques ; et
- Étendre l'accès aux méthodes de contraception modernes à **25 millions de femmes et de filles supplémentaires.**

En outre, grâce à des financements futurs, le GFF prévoit que les investissements effectués d'ici 2030 permettront de réaliser :

- Une réduction **d'un tiers** de la mortalité actuelle des nouveau-nés et des enfants (de moins de cinq ans), **ce qui permettrait de sauver environ 13,5 millions de vies ;**
- Une réduction **d'un tiers** de la mortalité maternelle, **ce qui permettrait de sauver plus d'un million de vies ;** et
- La prévention de **3,5 millions de mortinaissances.**

Un autre impératif de la messagerie est de se concentrer sur la **diffusion**. La diffusion du message implique de prêter attention à qui et quoi va transmettre le message (le messenger) et comment l'information sera transmise (par quel moyen). Pour commencer, le messenger doit être quelqu'un qui a un certain niveau d'influence ou de pouvoir sur les cibles clés, provoquant ainsi le changement souhaité – il peut s'agir d'un champion ou d'un public cible « secondaire » qui peut aider à influencer la réalisation des objectifs de plaidoyer au plus haut niveau.

Histoires et études de cas sur le terrain

Les histoires serviront de puissants outils de plaidoyer en complément des statistiques concrètes, car elles constituent un argument convaincant en faveur de l'effort de mobilisation des ressources du GFF. Les histoires ont la capacité d'apporter une dimension humaine à la réalité sur le terrain, et potentiellement de capter l'attention des décideurs d'une manière nouvelle et convaincante. La narration est un outil de communication et de plaidoyer populaire dans tous les domaines de plaidoyer, et la littérature soutient l'effort en fournissant des histoires lors du plaidoyer pour une cause ou un objectif.

Pour que les histoires de plaidoyer soient efficaces, Living Proof Advocacy suggère que les histoires présentent les caractéristiques suivantes :

- **« Relatabilité »**, c'est-à-dire que le public sera en mesure de s'identifier à l'histoire/ au conteur ;
- **Transport**, c'est-à-dire que le public peut être absorbé par l'histoire ; et
- **« Émotionnalité »**, c'est-à-dire que le conteur utilise un langage descriptif et visuel pour capter l'émotion du récit.

Pour comprendre l'impact potentiel de la narration sur les objectifs proposés, les défenseurs doivent également s'assurer qu'un processus d'évaluation est mis en place, afin de savoir comment la narration est reçue et quel impact potentiel elle a sur les résultats proposés. Cela peut se faire de plusieurs manières, notamment en observant le ou les décideurs lorsqu'ils interagissent avec le contenu spécifique au GFF afin de mesurer l'influence et l'impact. Cela permettra aux défenseurs de changer plus facilement d'orientation et de modifier/adapter l'approche narrative en conséquence.

Les études de cas peuvent également être des outils puissants pour présenter à la fois le processus et les résultats du GFF dans les pays. La SC et ses partenaires jeunesse ont développé un certain nombre d'études de cas de pays clés qui détaillent le rôle spécifique de ce groupe dans la conduite du progrès, et ce en partenariat avec le gouvernement et d'autres parties prenantes clés. Ces études de cas mettent également en évidence des leçons précieuses sur ce qui fonctionne et les domaines à améliorer pour réussir la mise en œuvre du GFF.

Pour des histoires spécifiques et des études de cas sur le terrain, voir ci-dessous et l'Annexe 3.

OUTILS ET RESSOURCES RECOMMANDÉS :

- GCSC pour le GFF **Étude de cas : Sénégal, l'expérience de l'engagement de la société civile dans le GFF** (2018)
- Réseau de l'équité en matière de santé Wemos/Malawi – **Le Mécanisme de financement mondial au Malawi** (2019)
- Promotion de la santé/Wemos Tanzanie – **Le Mécanisme de financement mondial en Tanzanie** (2019)
- Wemos/WACI Santé – **Le Mécanisme de financement mondial au Kenya** (2019)
- Hub des OSC du GFF **Engagement de la société civile dans le processus du GFF en Côte d'Ivoire** (2020)
- Promotion de la santé en Tanzanie **Rapport : Impact croissant du GFF sur la SRMNEA en Tanzanie** (2020)
- Réseau des OSC de la santé au Liberia **Fiches de résultats de l'état de préparation des établissements de santé face à la COVID-19** (2020)
- Wemos/CEHURD « **Le Mécanisme de financement mondial en Ouganda – Un bref résumé** » (2020)

Courts mémos vidéo

En raison de leur nature interactive, qui permet d'intégrer la dimension humaine aux statistiques et aux graphiques dans des messages concis et convaincants, les courts mémos vidéo constituent un autre moyen de communiquer vos priorités de mobilisation des ressources du GFF. Il s'agit d'un outil puissant qui « rassemble tout » ; c'est un moyen simple et efficace de transmettre les principales conclusions d'une campagne ainsi que les messages et histoires qui les soutiennent.

En abordant la création d'un court mémo vidéo, le public visé doit être cartographié et connu car le message de mobilisation des ressources du GFF doit être approprié et compris par ce public. En tant que tel, un public test (pour tester le contenu avant sa diffusion) peut être bénéfique.

Les avantages de l'utilisation de vidéos pour le plaidoyer sont les suivants :

- Avoir la capacité de transcender les barrières de l'alphabétisation ;
- Avoir la capacité de fournir un sous-titrage dans une langue spécifique, pour différents publics ;
- Verbaliser un « appel à l'action » pour s'assurer que le ou les objectifs de plaidoyer se matérialisent ; et

- Avoir une vision claire pour aborder les différences culturelles et trouver des moyens de transcender les barrières culturelles.

En outre, compte tenu de la rapidité de l'évolution technologique – et de l'essor continu de la téléphonie mobile dans le monde – la production et la diffusion de vidéos constituent une méthode de communication accessible. Des exemples de mémos vidéo sélectionnés se trouvent dans les liens de la boîte à outils ci-dessous.

Au cours de cette campagne de mobilisation des ressources du GFF, le Secrétariat du GFF peut être en mesure d'offrir un soutien technique au groupe de la SC et des jeunes (si nécessaire) afin de garantir des résultats de qualité et en temps voulu en anglais et en français.

OUTILS ET RESSOURCES RECOMMANDÉS :

- Nouvelles tactiques en matière de droits humains [Outils de plaidoyer vidéo](#) (2008)
- MamaYe [Comment les organisations de la société civile peuvent-elles jouer un rôle dans le GFF](#) (2018)
- GFF [Investir pour les femmes, les enfants et les adolescents au Mozambique](#) (2018)
- MamaYe [Les jeunes s'engagent dans le GFF](#) (2019)
- GFF [Financement innovant et Mécanisme de financement mondial](#) (2019)
- GFF [Nigeria : Donner la priorité à la santé maternelle, néonatale et infantile](#) (2019)
- GFF [Société civile en Zambie et COVID-19 : Compte à rebours pour #InvestirDansLaSanté avec Amos Mwale](#) (2020)

Déclarations de type « argumentaire éclair »

L'« argumentaire éclair » est un moyen rapide de transmettre le message global de l'objectif ou des objectifs de plaidoyer recherchés par le biais d'un bref « discours ». Il est destiné à inciter les décideurs à agir. Il doit être court, spécifique et mémorable. C'est pourquoi il est souvent conseillé de répéter un « argumentaire éclair » (pour évaluer le chronométrage, pratiquer la cadence, etc.) pour s'assurer qu'il est efficace. Le but ultime de l'argumentaire éclair n'est pas de fournir des informations détaillées, mais de stimuler le décideur, conduisant à une réunion plus longue et délibérative.

Compte tenu de la brièveté de l'argumentaire éclair, il est primordial de « s'appuyer » sur une approche fondée sur des preuves. Les défenseurs doivent s'assurer que l'argumentaire comprend des statistiques puissantes et illustratives qui identifient les lacunes, soulignent les progrès et intéressent le(s) décideur(s) en question avec des solutions et des étapes d'action claires. Il serait bénéfique de préparer de manière proactive l'argumentaire éclair et de l'inclure intentionnellement dans vos tactiques et ressources de plaidoyer.

Les directives (ci-dessous) ont été élaborées par l'American Library Association et adaptées pour cette boîte à outils de plaidoyer.

ILLUSTRATION DES « QUATRE ÉTAPES » DE L'ÉLABORATION D'UN ARGUMENTAIRE ÉCLAIR

Étape 1 : Expliquez qui vous êtes et ce que vous faites.

- *Exemple :* « Je m'appelle John, je suis un défenseur de la santé maternelle et infantile et l'un des membres du groupe de la SC et des jeunes du GFF de [pays] ».

Étape 2 : Expliquez les caractéristiques de votre « produit » ou « service ».

- *Exemple :* « Grâce au soutien des gouvernements et des partenaires mondiaux de la santé, dont le GFF, on a enregistré pendant des années une amélioration significative de la santé des femmes, des enfants et des adolescents – notamment l'accès à la planification familiale, les vaccinations infantiles et les accouchements sans risque avec un personnel qualifié. Cependant, à la suite de la pandémie de COVID-19, on a constaté une diminution de 25 pour cent des interventions sanitaires vitales pour ces mêmes groupes dans les 36 pays du GFF. Cela équivaut à 82 millions d'enfants privés de traitements de réhydratation par voie orale, à 17 millions d'enfants privés de vaccinations vitales, et à 4 millions de femmes enceintes qui n'ont plus accès à des soins par un personnel qualifié pour l'accouchement. Ces pays ont besoin

d'un soutien urgent. Le GFF cherche à mobiliser un déficit de financement de 1,2 milliard de dollars américains d'ici la fin de 2021 et à acquérir un portefeuille de financement total de 2,5 milliards de dollars américains d'ici 2025. »

Étape 3 : Expliquez les avantages de votre « produit » ou « service ».

- *Exemple :* « Si le déficit de financement susmentionné est éliminé, le GFF estime que cinq millions de vies peuvent être sauvées et qu'un certain nombre de résultats positifs supplémentaires peuvent être obtenus. »

Étape 4 : Expliquez l'avenir plein d'espoir auquel les gens peuvent s'attendre.

- *Exemple :* « Dans l'ensemble, des décennies d'investissements antérieurs à la COVID-19 dans la santé des femmes, des filles et des enfants seront sauvées. Nous avons besoin de votre soutien pour rendre les services essentiels accessibles et pour préserver les progrès àprement acquis auxquels vous avez participé au fil des années. Auriez-vous un peu de temps pour que nous puissions vous parler davantage de ce que vous pouvez faire pour nous aider ? »

OUTILS ET RESSOURCES RECOMMANDÉS :

- American Library Association [L'argumentaire éclair](#) (2016)

Lettres et articles d'opinion

Les lettres et/ou les articles d'opinion sont des outils puissants qui permettent d'attirer l'attention d'un public large et étendu. Ces deux outils peuvent être utilisés pour informer les membres de la communauté des succès du GFF et des objectifs de mobilisation des ressources, servant ainsi d'« appel à l'action ». Bien qu'ils ne remplacent pas le contact direct et l'engagement avec le(s) décideur(s), les lettres et les articles d'opinion peuvent contribuer à exercer une pression appropriée (en obtenant une vague de soutien général). Si le(s) décideur(s) en question exerce(nt) une fonction politique représentative, ces outils peuvent également contribuer à renforcer le soutien des électeurs.

Voici quelques conseils pour rédiger une lettre ou un article d'opinion efficace :

- Veiller à la brièveté ; les articles d'opinion doivent généralement compter entre 600 et 800 mots, tandis que les lettres ne doivent pas dépasser 500 mots ;
- Tirer parti de la pertinence locale/régionale, renforçant ainsi le dossier de plaidoyer. Si l'accent est clairement mis sur le plan local ou régional, l'article est plus susceptible d'être publié ;
- Rendre le texte personnel en utilisant une « voix » perceptible ; et
- L'orienter vers l'action. Il peut s'agir de partager le contenu sur les médias sociaux, de suggérer un retour d'information aux représentants locaux, de mobiliser un financement participatif (le cas échéant), etc.

OUTILS ET RESSOURCES RECOMMANDÉS :

- World Vision Advocacy **Rédiger un article d'opinion ou une lettre au rédacteur en chef** (2016)
- *The Telegraph* : l'article d'opinion du GFF **Empêchons la COVID-19 de faire reculer la santé des femmes et des enfants**. (2021)
- Exemple de « Lettre à l'éditeur » (voir annexe)
- Exemple de « Lettre à un décideur » (voir annexe)

Médias et médias sociaux

L'engagement médiatique est le processus qui consiste à tirer parti des médias (par exemple, les médias d'information, les médias audiovisuels, les médias sociaux, etc.) pour diffuser des informations clés relatives à la campagne de mobilisation des ressources du GFF. Les défenseurs s'engagent généralement avec les médias à des moments clés et à des étapes importantes pour attirer la publicité, et ce dans le but d'informer le public et d'encourager les personnes intéressées à partager leurs connaissances et à s'impliquer (à quelque titre que ce soit). L'identification du type de média le plus efficace dépend d'un certain nombre de facteurs, notamment les résultats/objectifs visés, la démographie du public et le rôle du ou des décideurs identifiés.

Compte tenu des considérations spécifiques de la campagne de mobilisation des ressources du GFF, les étapes suivantes constitueraient une occasion claire de s'engager avec les médias :

- Lors de toute annonce concernant les efforts de mobilisation des ressources du GFF en général ;
- Lorsque les efforts de mobilisation des ressources du GFF peuvent être efficacement liés à l'actualité locale/régionale (par exemple, s'il existe une opportunité de lier clairement les efforts du GFF à des événements locaux) ;
- Lorsqu'une publicité générale est nécessaire (par exemple, autour d'une réunion ou d'un événement du GFF, etc.) ;
- Lorsqu'une opportunité existe de faire référence aux efforts de mobilisation des ressources du GFF lors de discussions plus larges sur la santé et le bien-être, en particulier dans le contexte de l'équité et de la réponse mondiale à la COVID-19 ;
- Lorsque le GFF obtient un résultat notable au cours des efforts de mobilisation des ressources (par exemple, en cas de victoire politique digne d'être soulignée, si un bailleur important affecte des financements au GFF, etc.).

Pour y parvenir efficacement, et en particulier lorsqu'il s'agit de médias traditionnels et de sites Web, il est essentiel de nouer des relations. Il est judicieux d'établir des contacts avec chaque média ; ainsi, si des mises à jour méritent d'être signalées, la diffusion peut être rationalisée.

Les médias sociaux offrent une opportunité universelle à tous les défenseurs de la SC et des jeunes d'« élever la voix » ! Ils peuvent être utilisés pour partager des histoires personnelles et des réalités vécues, et pour diffuser des preuves clés à un large éventail de parties prenantes, notamment le public et les décideurs. Pour tirer parti des médias sociaux en tant qu'outil de plaidoyer, se référer à [la boîte à outils des médias sociaux pour la mobilisation des ressources du GFF](#), qui comprend un certain nombre d'infographies prédéfinies, de tweets, etc., ainsi qu'aux messages clés ci-dessus.

OUTILS ET RESSOURCES RECOMMANDÉS :

- Université du Kansas **Travailler avec la boîte à outils des médias** (2014)
- Incubateur de plaidoyer pour la santé mondiale **Guide d'action pour la défense de la santé publique par les médias** (2019)
- Devex Opinion : **Comment plaider efficacement à l'ère de la COVID-19** (2020)
- RESULTS **Media Tools** (2021)
- Mobilisation des ressources du GFF **Boîte à outils des médias sociaux**
- Messages clés et statistiques supplémentaires (ci-dessus)

S'engager auprès des champions

L'engagement des champions est une stratégie de plaidoyer transversale qui peut s'appliquer à un certain nombre de domaines thématiques. Les champions travaillent à différents niveaux (local, régional, national, mondial), et chacun d'entre eux peut nécessiter une approche unique, adaptée au contexte.

Qu'est-ce qu'un « champion » ?

Un champion est une personne très engagée sur une question spécifique ou une personne ayant un niveau de notoriété/ célébrité qui est passionnée par un domaine spécifique et qui pourrait être préparée pour servir de soutien vocal à votre cause.

Pour s'engager auprès des champions, [Save the Children](#) suggère de considérer les éléments suivants :

- Déterminer si le ou les objectifs spécifiques du plaidoyer et le public cible méritent le recours à un champion et, le cas échéant, à quoi il pourrait servir ;
- Identifier le(s) champion(s) approprié(s) qui répond(ent) à un critère prédéterminé, lié à l'objectif ou aux objectifs de plaidoyer ;
- Approcher, recruter et établir des relations avec les champions potentiels afin de comprendre si une personne est bien adaptée pour être un champion, s'il s'agit d'un champion émergent qui a besoin d'une formation, ou si elle est mal adaptée pour servir de champion ;
- Continuer à cultiver et à soutenir les champions qui tirent parti d'un engagement et d'une influence accrus, conduisant ainsi à une relation durable ;
- Suivre et évaluer le travail des champions afin de comprendre et d'améliorer leur efficacité ; et
- Tirer parti du travail des champions dans les médias.

En fin de compte, les champions doivent être liés à un ou plusieurs objectifs de plaidoyer particuliers, afin que le rôle prévu soit clairement compris. Compte tenu des objectifs des efforts de mobilisation des ressources du GFF, il pourrait y avoir des champions dans le domaine de la santé des femmes et des enfants, de l'équité, de l'inclusion ou dans tout autre domaine lié au travail du GFF. Un champion peut se trouver à l'intersection de tous les domaines pertinents, ou chaque domaine peut nécessiter plusieurs champions spécifiques.

OUTILS ET RESSOURCES RECOMMANDÉS :

- Sauver la vie des nouveau-nés **Boîte à outils des champions** (2016)

« L'urgence et la nécessité d'assurer la continuité des services de santé à tous les niveaux ne peuvent être assez soulignées. Cela doit être une priorité entièrement financée afin de réduire les décès évitables de femmes, d'enfants et d'adolescents. Nous pouvons travailler avec le GFF pour veiller à ce que cela se réalise. »

Amos Mwale
Directeur exécutif,
Centre pour la santé reproductive
et l'éducation, Zambie



RELANCER
LES
PROGRÈS

3

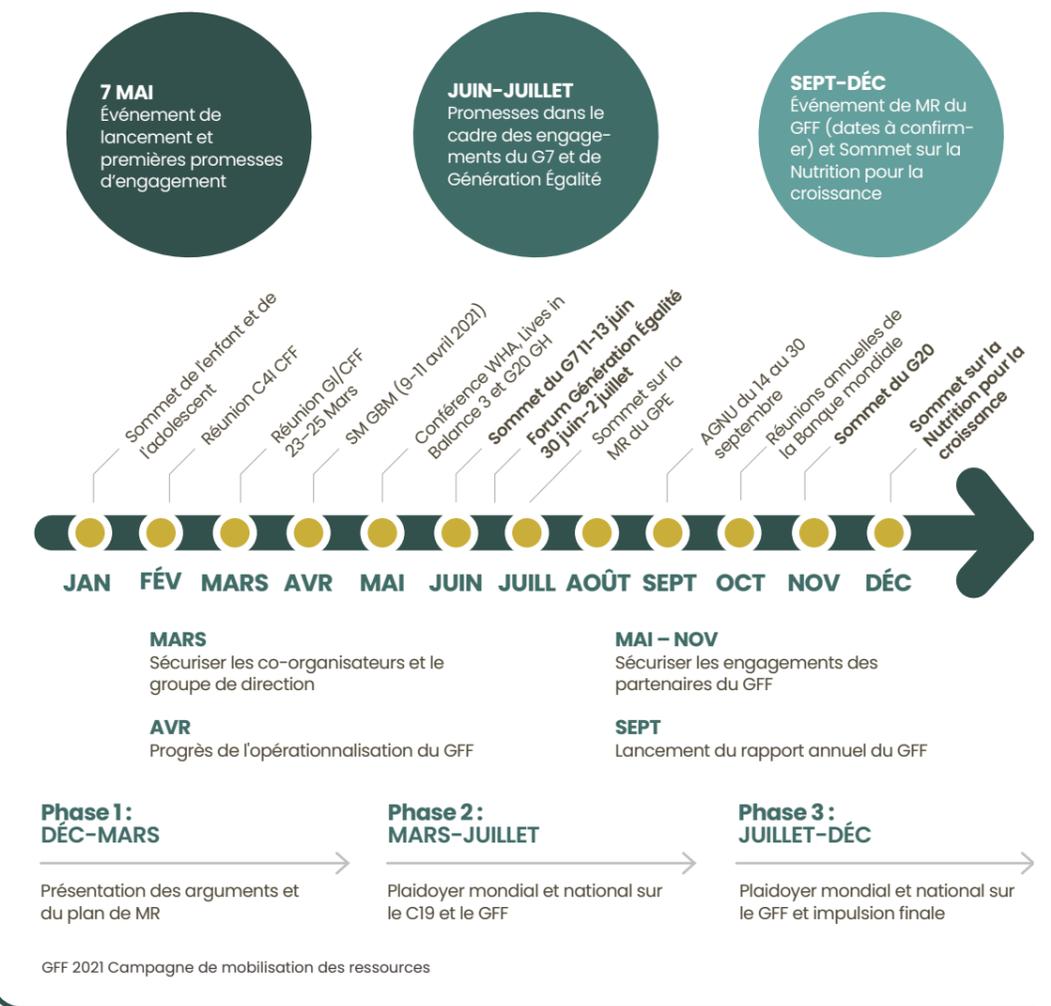
METTRE LA MAIN À LA PÂTE : RÉALISER VOS « DEMANDES » ET CONCLURE L'AFFAIRE

Maintenant que tout est fin prêt, comment faire pour vous engager efficacement et avec un esprit gagnant ?

A. CARTOGRAPHIEZ ET TIREZ PARTI DES ÉVÉNEMENTS CLÉS

Au niveau mondial, les objectifs et le calendrier général de l'effort de mobilisation des ressources du GFF sont déjà fixés, y compris la cartographie des événements clés en 2021 avec les objectifs et les phases de la campagne, comme l'illustre le graphique ci-dessous. L'effort de mobilisation des ressources du GFF vise à s'aligner et à soutenir des initiatives qui se renforcent mutuellement, telles que : les récents [Partenariats pour la santé de la mère, du nouveau-né et de l'enfant \(PMNCH\)](#) et les [partenaires de l'appel à l'action pour la lutte contre la COVID-19](#) ; le [dispositif pour accélérer l'accès aux outils de lutte contre la COVID-19](#) (Accélérateur ACT); le [Forum Génération Égalité](#) ; et le [Sommet sur la nutrition pour la croissance](#).

GRAPHIQUE 3. Feuille de route 2021 – Atteindre 1,2 milliard USD avec votre soutien pour sauver 18 millions de vies



En même temps, historiquement, les efforts de mobilisation des ressources ont un impact positif lorsque d'autres événements sont également mis à profit pour créer un « son multicanal » de voix autour d'un objectif commun de mobilisation des ressources. Ces autres événements peuvent inclure des réunions régionales, nationales ou infranationales existantes, des rassemblements virtuels et des séminaires en ligne, ou des événements et réunions spécifiques aux décideurs.

Les défenseurs de la SC et des jeunes dans les pays du GFF sont encouragés à faire entendre leur voix lors d'événements mondiaux, régionaux, nationaux et infranationaux en faveur du GFF. Il peut être utile de cartographier les prochaines occasions mondiales et locales où les dirigeants gouvernementaux, les bailleurs de fonds, le secteur privé ou d'autres décideurs peuvent être présents (en personne ou virtuellement, compte tenu des réalités de la COVID-19), et où la SC et les jeunes peuvent ajouter leur voix à la discussion.

OUTILS ET RESSOURCES RECOMMANDÉS :

- **L'Appel à l'action du PMNCH et de ses partenaires concernant la COVID-19**
- **Dispositif pour accélérer l'accès aux outils de lutte contre la COVID-19** (Accélérateur ACT)
- **Forum Génération Égalité**

B. ORGANISEZ VOS RÉUNIONS ET PRÉPAREZ L'ÉQUIPE

En tenant compte des événements, des opportunités et des réunions au niveau local et mondial, établissez votre propre calendrier afin d'identifier les moments où vous pouvez entrer en contact direct avec des décideurs spécifiques et identifiés.

- Votre réunion est-elle la première d'une série de réunions futures ? Dans l'affirmative, quel ensemble de documents et de messages allez-vous fournir en premier lieu, et quelle réunion sera la meilleure occasion de présenter votre « demande » ?

C. PRÉPAREZ LE MATÉRIEL POUR LES RÉUNIONS ET LES ÉVÉNEMENTS

Réfléchissez aux messages clés, aux preuves, aux histoires sur le terrain et aux autres documents que vous utiliserez pour soutenir vos réunions et événements.

- Votre décideur aime-t-il lire les documents à l'avance ? Veillez à ce que les lectures préalables soient prêtes et évitez de submerger le décideur - trouvez un juste

équilibre. Commencez avec suffisamment d'informations pour fournir un contexte bref, mais nécessaire pour préparer votre « demande », tout en étant prêt à fournir des informations supplémentaires, si besoin.

- Ne sous-estimez pas la nécessité de préparer les documents à l'avance et assurez-vous que votre équipe de plaidoyer les connaît parfaitement. L'équipe de diffusion du message doit posséder des messages bien ficelés et convaincants.

D. IDENTIFIEZ VOTRE/VOS MESSEGER(S)

N'oubliez jamais que le message est aussi important que le messenger.

- Laissez l'équipe ou la personne qui plaît le plus au décideur prendre les devants.
- En plus d'un messenger, un champion ou un influenceur peut être nécessaire dans certains cas. Qui fait l'affaire et comment le mobiliser ?

E. CLÔTURE ET PRÉSENTATION DES ÉTAPES SUIVANTES

Il est essentiel de se référer à vos notes ou aux points essentiels à retenir pour préparer la conclusion d'une affaire. Les anecdotes et les grandes déclarations du décideur peuvent l'encourager à penser différemment, même si la première réunion n'a pas abouti. Voici quelques exemples de conseils :

- Les notes de remerciement sont une tactique utile pour garder la porte ouverte et devraient suivre chaque opportunité d'engagement des décideurs - virtuelle ou en personne. Pour les engagements nécessitant des réunions répétées, répéter les notes de remerciement après chaque réunion (avec confirmation pour la prochaine réunion) est très efficace ;
- Au cours de cette campagne, les défenseurs doivent se référer à l'analyse des décideurs à tout moment, quelle que soit l'étape du cycle de plaidoyer. De quoi se soucient-ils le plus ? Que se passe-t-il en ce moment dans leur environnement ? Comment aiment-ils être appréciés/remerciés ? Cela permet de s'assurer que les notes de remerciement sont personnalisées et pertinentes ;
- Que vous réussissiez ou non, demandez toujours à votre décideur s'il souhaite être tenu au courant de l'évolution de votre initiative. N'oubliez pas qu'il n'a peut-être pas de ressources pour le moment, mais qu'il pourrait vous offrir des possibilités d'influence considérables qui dépassent de loin les contributions financières. Être stratégique pour conclure l'affaire est aussi important que toutes les autres étapes ci-dessus ; et
- Pour être cohérent, étant donné qu'il s'agit d'une campagne mondiale, il est recommandé aux défenseurs d'utiliser l'image de marque de la campagne et d'éviter l'autopromotion - individuelle ou de votre organisation - au risque de perdre la vue d'ensemble où l'identité du groupe doit être mise en avant.

ANNEXE MATÉRIEL DE SUPPORT DOCUMENTAIRE : MODÈLES D'ORIENTATION, MESSAGES CLÉS ET FICHES D'INFORMATION

ANNEXE 1 : EXEMPLES DE VOIES D'ENGAGEMENT POUR LA MOBILISATION DES RESSOURCES DU GFF, PAR PUBLIC CIBLE

PUBLIC CIBLE	OUTILS OU APPROCHES DE PLAIDOYER/ COMMUNICATION	EXEMPLES DE « DEMANDES » ET « APPELS À L'ACTION » DE MOBILISATION DE RESSOURCES DU GFF PAR PUBLIC CIBLE
Ministres de la Santé, des Finances, du Genre et de la Sécurité sociale des pays du GFF	Lettres, rencontres en personne, dossiers, matériel de plaidoyer <i>ad hoc</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Demander des informations sur les principaux objectifs de santé publique dans les contextes nationaux ; identifier l'alignement sur les objectifs du GFF • Mettre en évidence les succès obtenus jusqu'à présent dans l'allocation des ressources nationales et dans les politiques en faveur des femmes, des enfants et des adolescents ; faire pression pour que les investissements nationaux et l'efficacité soient accrus afin de soutenir les services essentiels pour les femmes, les enfants et les adolescents • Plaider en faveur d'une plus grande transparence sur les réalités de la santé publique auxquelles sont confrontés les femmes, les enfants et les adolescents ; demander des données précises et utiliser ces données pour renforcer le dossier de mobilisation des ressources du GFF
Bailleurs de fonds	Lettres, rencontres en personne, dossiers, matériel de plaidoyer <i>ad hoc</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Demander un investissement dans le GFF pour éliminer le déficit de financement existant et maintenir les services essentiels pour les femmes, les enfants et les adolescents • Insister sur la nécessité de poursuivre la coordination et l'alignement entre les bailleurs de fonds et les initiatives mondiales en matière de santé afin de soutenir les plans et les objectifs menés par les pays
Leaders du secteur privé	Lettres, rencontres en personne, matériel de plaidoyer	<ul style="list-style-type: none"> • Demander une meilleure coordination entre les bailleurs de fonds et les plateformes de financement afin de maximiser les ressources du GFF • Plaider en faveur de l'amélioration des partenariats public-privé pour atteindre les objectifs du GFF, y compris les promesses de financement

ONG	Dossiers, discussions politiques, médias sociaux, événements communautaires	<ul style="list-style-type: none"> • Plaider pour un engagement accru dans le GFF, notamment par la coordination, les partenariats et l'alignement avec d'autres ONG et OSC • Plaider pour une attention accrue aux problèmes de santé qui répondent aux besoins communautaires spécifiques des femmes, des enfants et des adolescents
Leaders communautaires, des jeunes et chefs religieux	Lettres, rencontres en personne, infographie, médias sociaux, événements communautaires, champions	<ul style="list-style-type: none"> • Tirer parti des chefs religieux pour servir d'intermédiaires entre la pratique religieuse et la santé publique ; travailler aux côtés des chefs religieux pour les former aux domaines prioritaires du GFF • Intégrer les leaders communautaires, des jeunes, et les chefs religieux dans les documents de plaidoyer afin de soutenir les dossiers d'investissement (en mettant en évidence les réalités locales) • Centrer les leaders et les organisations de jeunes dans les dialogues au niveau communautaire ; inciter les leaders communautaires à plaider en faveur des priorités du GFF

ANNEXE 2 : EXEMPLES DE LETTRES ET D'ARTICLES D'OPINION

A. EXEMPLE DE LETTRE À UN DÉCIDEUR

À l'attention de [RÉSERVER UN ESPACE pour le nom du décideur],

Au nom des habitants de [RÉSERVER UN ESPACE pour le pays/la région], nous tenons à vous remercier pour votre engagement continu à assurer un avenir plus sain pour nous tous.

Bien qu'il y ait de nombreux défis auxquels nous devons faire face dans nos efforts pour atteindre l'équité en matière de santé, la pandémie de COVID-19 a été accablante ; la pression exercée sur notre système de santé n'a pas seulement un impact sur ceux qui souffrent de la COVID-19, mais menace également les progrès que nous avons réalisés dans l'ensemble, en particulier pour les femmes, les enfants et les adolescents.

Avec l'aide du Mécanisme de financement mondial (GFF) – le partenariat mondial à multiples parties prenantes qui s'est engagé à assurer le succès des femmes, des enfants et des adolescents – la communauté internationale a obtenu un certain nombre de résultats positifs en matière de santé, y compris :

- Doubler la couverture pour quatre consultations prénatales en Tanzanie, de 42 % à 80 % en 2019 ;
- Augmenter le taux d'accouchements en toute sécurité dans les établissements de santé au Liberia de 56 % en 2013 à 80 % en 2019 ;
- Réduire le retard de croissance chez les enfants de moins de cinq ans en Indonésie de 30,8 % à 27,7 % entre 2018 et 2019, et l'émaciation de 13,5 % à 10,2 % entre 2013 et 2018 ;
- Réduire d'un tiers le taux de mortalité chez les enfants de moins de cinq ans en Afghanistan entre 2015 et 2018 ;
- Augmenter de 14 % le nombre de femmes et de filles recherchant un soutien en matière de planification familiale en Sierra Leone ;
- Former 4 000 agents de santé communautaires en Ouganda de 2016 à 2019, ce qui a conduit à une augmentation de 60 % des adolescents en quête de planification familiale ;
- Augmenter la part totale des dépenses de santé dans le budget national de la République démocratique du Congo, de 7 % à 10,7 % ;
- Augmenter les budgets de santé dans 43 des 47 comtés du Kenya ; et
- Augmenter l'efficacité budgétaire au Sénégal de 80,5 % à 90 %.

Malheureusement, compte tenu de la pandémie en cours, un certain nombre de ces succès risquent d'être inversés. Depuis le début de la COVID-19, la couverture des interventions vitales pour les femmes, les enfants et les adolescents dans les 36 pays du GFF **a chuté de près de 25 pour cent**. Cela équivaut à **82 millions d'enfants** qui ne reçoivent pas de traitements de réhydratation par voie orale, à **4 millions de femmes enceintes** qui n'ont pas accès aux soins par un personnel qualifié pour l'accouchement et à **17 millions d'enfants** qui ne sont pas vaccinés contre la diphtérie, le tétanos et la coqueluche (DTC). Ces pertes vont continuer à s'aggraver, à moins que le GFF ne parvienne à combler un **déficit de financement de 1,2 milliard de dollars américains**.

Avec un financement approprié, le GFF peut sauver **cinq millions de vies d'ici 2025**. Ces fonds permettront de protéger et de promouvoir les services essentiels, de s'attaquer aux effets secondaires sur la santé des femmes, des enfants et des adolescents, et de stimuler une reprise rapide après la pandémie. Toutefois, rien de tout cela ne sera possible sans un **effort collectif et mondial**.

Nous espérons faire appel à votre soutien pour combler le déficit de financement de 1,2 milliard de dollars américains du GFF d'ici la fin de 2021 et serions heureux de pouvoir nous entretenir avec vous. Ensemble, nous pouvons contribuer à changer ces résultats pour mon pays et le monde entier.

Merci pour votre considération.

Cordialement,

[ESPACE RESERVÉ]

B. EXEMPLE DE LETTRE À L'ÉDITEUR

Cher Éditeur,

Le monde se situe à un tournant décisif. La COVID-19 a illustré les inégalités mondiales profondément enracinées qui existent autour de nous, et nous ne pouvons plus les ignorer. Devons-nous laisser les choses redevenir ce qu'elles étaient auparavant ? Ou bien concentrer nos efforts sur un avenir plus équitable ?

Les communautés les plus marginalisées – celles qui ont le plus souffert dans l'ère pré-COVID – sont celles qui continuent à souffrir et à ressentir le plus les impacts de la pandémie de COVID-19. C'est particulièrement vrai en ce qui concerne les résultats sanitaires. Les femmes, les enfants et les adolescents des pays à revenu faible et intermédiaire risquent de ne plus avoir accès aux services de santé essentiels et vitaux qu'ils ont mis des décennies à obtenir.

Le Mécanisme de financement mondial (GFF) – un partenariat mondial à multiples parties prenantes, hébergé par la Banque mondiale et piloté par les gouvernements de 36 pays – s'est engagé à offrir un avenir meilleur aux femmes, aux enfants et aux adolescents. Pour que les pays puissent préserver les interventions sanitaires essentielles et vitales, ils doivent combler un déficit de financement de 1,2 milliard de dollars américains, et ce rapidement.

[RÉSERVER L'ESPACE pour les points de données spécifiques au pays/à la région]

Le GFF est un mécanisme de partenariat unique qui devrait permettre de sauver cinq millions de vies d'ici 2025 en rassemblant divers bailleurs de fonds et partenaires autour d'objectifs communs, pilotés par les pays, pour les femmes, les enfants et les adolescents, et en mettant en place des systèmes de santé plus solides et plus durables. Nous appelons notre communauté, ici à [RÉSERVER L'ESPACE pour le pays/la région], et dans le monde entier, à soutenir cette campagne essentielle de mobilisation des ressources.

Cordialement,

[RÉSERVER L'ESPACE]

ANNEXE 3 : EXEMPLE D'HISTOIRES DE LA SOCIÉTÉ CIVILE ET DES JEUNES DU GFF

La société civile mobilise des financements et s'assure qu'ils sont bien utilisés

a. En Côte d'Ivoire, l'engagement de la société civile dans le processus du GFF a contribué à une augmentation du budget du gouvernement pour la santé. Les membres de la Fédération nationale des OSC de santé de Côte d'Ivoire (FENOS-CI) ont grandement contribué au dossier d'investissement du pays et ont été très présents avant et pendant la semaine du Dialogue national portant sur le financement de la santé de 2018, un moment charnière du processus du GFF en Côte d'Ivoire. Grâce à leur engagement, le gouvernement a procédé à une augmentation de 16,5 pour cent du budget de la santé au cours de l'exercice 2020.

b. En Tanzanie, les actions de la société civile ont permis d'éviter une occasion manquée d'investir dans les SSP. Grâce à une analyse budgétaire et financière, le Fonds pour la promotion de la santé et la coalition d'OSC pour la santé ont révélé que les décaissements étaient en retard dans le projet financé par le Fonds fiduciaire du GFF, destiné à améliorer la santé maternelle et infantile par le renforcement des soins de santé primaires. Une analyse plus approfondie a montré que le gouvernement n'avait pas atteint les indicateurs clés nécessaires pour débloquer les 106 millions de dollars américains restants des financements du projet du GFF. Cela retardait le déblocage de l'argent de la Banque mondiale.

Les résultats et la pression exercée par la communauté de plaidoyer de la SC ont conduit le gouvernement à demander une prolongation sans frais à la Banque mondiale et à prendre les mesures nécessaires pour atteindre les indicateurs de performance. La coalition des OSC travaille actuellement avec le gouvernement pour planifier l'utilisation des 106 millions de dollars américains restants afin de renforcer les soins de santé primaires en Tanzanie.

c. Au Kenya, un engagement soutenu de la société civile a contribué à ce que les financements du GFF parviennent en temps opportun aux départements de santé locaux. En 2016, la société civile, sous la houlette du Réseau des ONG de santé (HENNET), a pris conscience du retard chronique dans le décaissement des fonds de prêt du GFF/IDA pour le projet de transformation des systèmes de santé pour les soins universels en matière de santé reproductive, maternelle, néonatale, de l'enfant et de l'adolescent et de nutrition (SRMNEA+N), du Trésor national aux gouvernements des comtés, puis au point

de prestation des services de santé. Grâce au plaidoyer et au suivi budgétaire, les OSC ont constaté que les fonds de santé parvenaient aux comtés mais étaient dépensés pour d'autres priorités non sanitaires. En 2018, les OSC ont adapté leur plaidoyer pour travailler avec les gouvernements des comtés, le Trésor national et la Banque mondiale afin de trouver un moyen de surmonter ces difficultés.

À la suite de ce dialogue, la Banque mondiale a ajouté début 2018 un indicateur de financement basé sur les résultats (FBR) pour suivre le décaissement en temps opportun des fonds aux départements de santé locaux. Avec la mise en œuvre de ce FBR, les fonds destinés aux comtés sont réduits s'ils ne sont pas versés aux départements de santé en temps voulu. Cela a conduit à une amélioration significative du décaissement des fonds, qui atteignent désormais rapidement les départements de santé locaux responsables de la prestation de services. (Note : La réunion de dialogue a été financée par le Mécanisme des petites subventions [SGM], et il est probable que d'autres bailleurs de fonds y ont contribué, ainsi que les ressources propres de HENNET).

L'engagement de la société civile dans le GFF facilite l'appropriation par les communautés et les pays, ce qui est essentiel pour transformer les SSP et les systèmes de santé communautaires

a. Au **Sénégal**, le GFF a donné l'occasion aux OSC de faire progresser la redevabilité et l'appropriation par les communautés, et ainsi de maintenir les améliorations des systèmes de santé communautaires au-delà du cycle de vie du projet. Les régions de Kolda et de Tambacounda présentent les résultats sanitaires les plus médiocres en matière de SRMNEA dans le pays ; à ce titre, elles ont été identifiées comme des régions prioritaires pour le projet du pays financé par le GFF. Un projet mené par des jeunes (dirigé par l'Alliance nationale des jeunes pour la santé de la reproduction), qui contrôle la qualité des services de santé par le biais de l'engagement communautaire, a changé les attitudes à l'égard de la santé des adolescents et a renforcé les capacités communautaires et l'appropriation des priorités locales en matière de santé. Grâce à ce projet, les membres de la communauté s'engagent auprès des agents de santé et des équipes de gestion sanitaire du district pour s'assurer que les femmes mariées et les adolescentes ont accès aux services de SRMNEA, y compris à la planification familiale, et pour s'assurer que les filles restent à l'école et ne se marient pas tôt.

Au cours de l'année écoulée, on a assisté à une montée en puissance de l'appropriation du projet GFF par les communautés, qui suivent sa mise en œuvre par le biais d'une redevabilité sociale conjointe, incluant les familles, les jeunes, les chefs traditionnels et religieux, les agents de santé communautaires et l'ensemble de l'équipe de gestion sanitaire du district.

Le renforcement des capacités des coalitions d'OSC ouvre la voie à la préparation et à la résilience du système de santé dans le contexte de la COVID-19

a. En **Côte d'Ivoire**, la coalition des OSC du GFF (FENOS-CI) est composée d'OSC issues de tous les domaines de la santé et de toutes les initiatives mondiales en matière de santé (par exemple, Gavi, le Fonds mondial, PF2020) ; grâce à cette coalition, elles ont mis en place des systèmes, une confiance et des canaux de communication solides pour partager les informations et s'aligner sur des priorités communes en matière de plaidoyer et de redevabilité. Lorsque la COVID-19 a frappé, le gouvernement s'est appuyé sur ce réseau d'OSC performant pour atteindre les communautés éloignées avec des informations précises sur la prévention et pour rassurer les communautés afin qu'elles continuent à fréquenter les services de santé, et ce suite à une chute drastique de l'utilisation des services de SRMNEA+N.

b. En **Zambie**, lorsque la COVID-19 a frappé, la communauté des OSC s'est rapidement mobilisée pour maintenir les services de santé essentiels, en particulier pour les jeunes. Les gens hésitaient à se rendre dans les établissements de santé par crainte de contracter la COVID-19 ; et de nombreux centres de santé adaptés aux jeunes ont même fermé leurs portes. Le Center for Reproductive Health and Education (CRHE) a collaboré avec le secteur privé pour déterminer les endroits où des services de DSSR adaptés aux jeunes étaient encore disponibles et a lancé une campagne de médias sociaux et de prospectus pour partager ces informations avec les jeunes. Cela a contribué à une diminution moins importante des comportements de recherche de santé dans les établissements de santé qui ont été répertoriés, que ce qui aurait été le cas sans la campagne.

ANNEXE 4 : MODÈLE POUR CARTOGRAPHIER LES ÉVÉNEMENTS ET RÉUNIONS CLÉS

Une grille simple et illustrative de la cartographie des événements et des réunions, des décideurs clés, des priorités de plaidoyer, et des rôles de la SC et des jeunes pour cet effort de mobilisation des ressources du GFF est présentée ci-dessous.

ÉVÉNEMENT OU RÉUNION	DATES	DÉCIDEUR(S) CIBLÉ(S)	OPPORTUNITÉ DE PLAIDOYER ET « DEMANDES »	RÔLE DE LA SC ET DES JEUNES/INTÉVENANT(S)
ÉVÉNEMENTS OU RÉUNIONS RÉGIONAUX, NATIONAUX OU LOCAUX – VIRTUELS OU EN PERSONNE				
ÉVÉNEMENTS MONDIAUX/VIRTUELS				



Groupe de coordination
de la société civile
mondiale pour le GFF