NCD Alliance
ADVOCACY INSTITUTE

ÉTUDE DE CAS 5

Sélection de tactiques de plaidoyer et création de messages de plaidoyer : la coalition Mexico Salud-Hable et sa campagne #HealthyVote (#VoteSanté)

Contexte

Profitant de l'organisation d'élections simultanées au niveau national et à Mexico en juillet 2018, la coalition Mexico Salud-Hable a lancé une campagne visant à accroître la visibilité des MNT et à demander aux candidats de respecter les engagements en matière de MNT inscrits dans leurs programmes électoraux, qui, malgré la hausse des taux de MNT, étaient faibles en matière de politiques de prévention et de maîtrise des MNT. L'alliance a mobilisé l'intérêt de l'opinion publique grâce à une plateforme en ligne sur laquelle elle a publié les positions des candidats sur les MNT. Elle a également contacté les candidats en leur proposant un programme d'action de la société civile sur les MNT (Programme santé ou Programme Salud-Hable) pour qu'ils l'intègrent dans leurs programmes électoraux. Cette campagne a permis d'accroître la reconnaissance publique et politique des MNT, et a notamment débouché sur la toute première inclusion de la santé comme sujet dans les débats présidentiels, et la reconnaissance par l'ONU de son impact sur la prévention et la maîtrise des MNT. Ce travail a été soutenu par l'Alliance sur les MNT, via son programme Accelerator de l'Institut du plaidoyer (2017-2019).

Approche

En avril 2018, Mexico Salud-Hable a lancé la **plateforme en ligne #VotoSaludable,** composée d'un site web dédié, d'une page Facebook, d'un profil Twitter et d'une chaîne YouTube lors d'un point presse. Le lancement s'est accompagné d'une campagne intensive sur les réseaux sociaux pour interroger les candidats sur leurs propositions en matière de MNT et les inviter à approuver le programme Salud-Hable. Les premiers messages sur les réseaux sociaux contenaient une accroche pour attirer le public vers les plateformes, suivie de messages orientés vers l'action sur les principaux faits, questions politiques et demandes en matière de MNT, à l'aide d'infographies attrayantes. L'alliance a demandé aux candidats d'officialiser leurs propositions concernant les MNT, puis a contrôlé, vérifié et publié les déclarations et les programmes de tous les candidats sur la plateforme afin d'informer les citoyens sur les positions des candidats en matière de MNT. .

Parmi les tactiques novatrices utilisées par l'alliance, citons les suivantes :

- Remplacer les habituels forums de discussion publics en face à face avec les candidats par une campagne numérique afin d'élargir la portée des messages auprès de l'opinion publique et des candidats.
- Utiliser une plateforme numérique pour suivre les propositions des candidats sur les MNT.
- Utiliser les hashtags Twitter de manière créative pour gagner en visibilité auprès du public et des politiques, taguer les candidats dans les messages sur les réseaux sociaux et ajouter des liens vers le site de la campagne pour attirer l'attention sur le programme Salud-Hable.
- Remettre des exemplaires du programme Salud-Hable accompagnés de lettres personnalisées contenant les logos de plus de 50 organisations partenaires, directement aux bureaux de campagne des candidats et solliciter des entretiens avec ces derniers.
- Prendre des photos lors des visites des bureaux de campagne et les diffuser avec de courts communiqués de presse, et encourager les candidats à les partager lors de leurs points presse.
- Organiser des conférences de presse en faisant appel à différents porte-parole représentant différents secteurs et groupes de maladies afin d'attirer différents publics (chercheurs, professionnels de santé, OSC travaillant sur différentes MNT, personnes vivant avec des MNT et leurs principaux aidants, jeunes, militants sociaux, etc.)
- Adapter les messages aux candidats afin d'inclure des informations sur les avantages économiques et sanitaires de la lutte contre les MNT.
- Encourager la participation des électeurs à l'aide de boutons sur la plateforme qui lancent des tweets prédéfinis aux candidats afin d'obtenir des éclaircissements sur leur programme en matière de santé et de MNT, ainsi que des appels au soutien public autour des demandes de politiques autour de ces maladies.

Recommandations

Mexico Salud-Hable recommande les éléments suivants pour adapter les messages aux différents publics et choisir les tactiques appropriées :

- Encouragez la participation active d'un large éventail de parties prenantes dans la conception, l'organisation et la mise en œuvre de la campagne et de ses messages, et invitez-les à participer à des tactiques spécifiques.
- Élaborez des messages qui s'adressent à une large base de soutien, par exemple, en soulignant que les candidats ont tendance à ignorer les questions de santé parce qu'elles ne sont pas politiquement rentables.
- Proposez des ateliers de formation pour les nouveaux porte-parole afin de diversifier les messagers, et identifiez des représentants réels, crédibles et éloquents issus de différents secteurs.
- Si les ressources sont limitées, des tactiques de campagne efficaces peuvent être mises en œuvre dans la rue pour susciter une couverture médiatique, par exemple en manifestant devant les sièges des partis politiques, dans les bureaux de campagne ou devant les bâtiments des médias.
- Utilisez des personnages, des mascottes ou des groupes de musique populaires pour attirer l'attention sur vos activités et susciter l'intérêt et la mobilisation du grand public et des médias.
- Pensez à utiliser une campagne numérique calquée sur les cycles électoraux afin de mettre en avant les préoccupations liées aux MNT directement auprès de l'électorat et des candidats.