

Comment plaider votre cause



Si vous plaidez votre propre cause, vous aurez probablement à répéter souvent ce qui vous pousse à le faire. Les gens à qui vous aurez affaire seront plus réceptifs si votre récit est aussi court et cohérent que possible.

Les questions qui suivent vous aideront à préciser ce qui vous est arrivé, quand ça vous est arrivé et qui s'occupe présentement de l'affaire.

Que s'est-il passé?

Où cela s'est-il passé?

Quand cela s'est-il passé?

Pourquoi les personnes avec qui je faisais affaire ont-elles rejeté ma demande?

Comment s'appellent les personnes à qui j'ai parlé pour tenter de régler l'affaire?

Mes droits ont-ils été violés? Comment?

Comment la situation m'a-t-elle affecté?



Votre situation n'est probablement pas simple; c'est souvent le cas. Vous avez peut-être plusieurs petits problèmes que vous pouvez résoudre avec le temps, ou un gros problème qu'il vous faut affronter tout de suite. Il se peut même que vous puissiez résoudre simultanément deux ou trois problèmes. Vous êtes seul à savoir ce qui se passe dans votre vie à l'heure actuelle.

Essayez de faire une liste de vos besoins, en vous inspirant des questions qui suivent.

Quelles difficultés ma situation a-t-elle entraînées?

Lequel de mes problèmes dois-je résoudre en premier?

Qu'arrivera-t-il si le problème n'est pas réglé tout de suite? Peut-être rien du tout... peut-être beaucoup de choses.

Posez-vous ces questions :

- Est-ce que je me concentre sur mon problème le plus urgent?
- Est-ce que quelqu'un va me comprendre?
- Suis-je capable d'expliquer mon cas de façon succincte?
- Suis-je capable d'être positif et de maîtriser ma colère et ma frustration afin d'atteindre mon but?

1-800-499-1986 • www.cdnaids.ca • www.HIVandPoverty.ca

Gardez tout, notez tout



Il est extrêmement important de tenir un dossier de toutes vos démarches auprès du programme d'aide. Notez tout ce que vous pouvez :

- le nom des personnes à qui vous parlez;
- la date à laquelle ont lieu les conversations;
- ce qui s'est dit;
- ce qu'elles ont dit qu'elles feraient;
- quand et comment elles vous informeront de la nature du suivi;
- ce que vous avez dit que vous feriez;
- si vous devez les rappeler.

Vous devez consigner tout ce qui se passe entre les fonctionnaires et vous. Si vous n'aimez pas écrire, vous pouvez demander à quelqu'un d'autre de prendre des notes.

Songez à vous faire accompagner aux rendez-vous avec les directeurs, les agents des prestations, etc. Votre accompagnateur pourrait vous aider :

- en prenant des notes,
- en vous offrant un soutien moral,
- en vous servant de témoin.

Il se peut que vous ayez beaucoup d'information à verser à votre dossier. **N'oubliez surtout pas de conserver une copie de tous les documents, dont :**

- vos notes;
- les lettres qu'on vous envoie;
- les lettres que vous envoyez aux gens;
- les politiques et les procédures du programme.

Rangez votre dossier en lieu sûr et facile d'accès. Vous pouvez demander à l'organisme communautaire de lutte contre le sida de faire des copies pour vous et de les verser à votre dossier de client. Ainsi, si vous perdez un des documents, qu'ils sont détruits lors d'une catastrophe naturelle ou que vous êtes hospitalisé ou en prison, vous saurez que votre dossier est entre bonnes mains.

Si vous faites affaire avec plus d'un fournisseur de services, dites à chacun qui vous avez contacté. Cela limitera les appels répétitifs et rehaussera l'efficacité de votre démarche.

Si le personnel d'un organisme vous demande une copie de votre dossier et que vous acceptez, demandez-lui de copier le document afin de ne pas à avoir à payer pour le service.

Sachez communiquer



Peu importe la façon dont plaidez votre cause, vous devrez communiquer avec quelqu'un par téléphone, par la poste ou en personne. Lorsqu'il s'agit de défendre vos intérêts, vous êtes votre plus grand atout.

Si vous désirez augmenter vos chances de gagner gain de cause, vous devrez exprimer clairement ce que vous voulez et écouter les autres attentivement. Si vous n'expliquez pas vos sentiments, vos préoccupations, votre expérience et vos problèmes aux gens, ils ne les connaîtront pas.

Vous avez une très bonne raison de plaider votre propre cause, car vous la connaissez mieux que quiconque. Personne ne sait aussi bien que vous comment vous vous sentez, à quoi vous pensez et quels sont vos besoins et vos désirs. En prenant la parole, vous vous respectez un peu plus, vous faites preuve de dignité et vous défendez vos droits. Peu importe l'issue de votre démarche, vous saurez que vous avez pris soin de vous.

Assumer ses émotions

Vous avez le droit d'être à l'abri de la violence physique et verbale, un droit que partage votre interlocuteur. Lorsque vous discutez avec votre travailleur, faites preuve de calme et de patience. Vous ferez valoir votre point de vue plus efficacement si la personne à qui vous parlez n'est pas mal à l'aise. Vous pouvez demander à un ami de vous accompagner pour vous aider à conserver votre sang-froid, et pour vous épauler dans les moments de frustration ou de colère.

S'affirmer sans agresser

Vous vous affirmez lorsque :

- votre ton de voix est posé et votre attitude, raisonnable;
- vos propos sont concis, clairs et cohérents;
- vous demandez toutes les précisions qu'il vous faut pour comprendre ce qu'on vous dit;
- vous écoutez votre interlocuteur et lui répétez ce qu'il a dit pour lui démontrer que vous avez compris. Vous n'êtes pas obligé d'être d'accord, mais tentez de comprendre son point de vue;
- vous vous assurez que toutes les personnes présentes comprennent ce que vous voulez.

Rendre à César ce qui appartient à César

Parfois, les travailleurs sont serviables et interviennent activement en votre faveur, même s'ils n'arrivent pas toujours à répondre à votre demande. Ils se sont peut-être heurtés à des obstacles que vous ignorez, par exemple des lois ou des politiques trop strictes. Remerciez-les pour leurs efforts, peu importe le résultat.

Comment prendre rendez-vous



Les renseignements qui suivent peuvent vous aider à vous préparer en vue du rendez-vous que vous avez pris pour plaider votre cause auprès d'un organisme.

Nom de la personne à qui je dois parler :

Titre :

Date et heure du rendez-vous :

Adresse :

Accès à l'immeuble, arrêts d'autobus et stationnement :

Information et documents que je dois fournir :

- Numéro d'assurance-sociale
- Pièce d'identité avec photo
- Reçus
- Certificats de naissance
- Documents d'immigration
- Lettres de médecins et d'autres professionnels
- Autres documents exigés par l'organisme _____
- Mes notes et d'autres renseignements que j'ai recueillis à l'appui de ma cause

Voici quelques questions qui pourront également vous aider à vous préparer.

- Suis-je certain de ce qui est arrivé, de ma position, des politiques et des lois qui s'appliquent à mon cas, et de mes droits et devoirs?
- Est-ce que je veux que quelqu'un m'accompagne pour m'aider à garder le moral et à rester calme, pour me servir d'interprète ou de témoin? Qui?
- Cette personne pourrait-elle prendre des notes pour moi pendant la discussion?
- Y-a-t-il autre chose?

Exposez votre cas à la personne devant vous le plus clairement et avec le plus de concision possible.

1-800-499-1986 • www.cdnaids.ca • www.HIVandPoverty.ca

Comment rédiger une lettre



Inspirez-vous des conseils qui suivent pour rédiger une lettre de plaidoyer personnel.

- Soyez bref (une ou deux pages au plus).
- Soyez courtois.
- Assurez-vous que la lettre est lisible. (Si votre écriture n'est pas très claire, préparez la lettre à l'ordinateur dans un centre communautaire, par exemple).
- Limitez-vous à un seul sujet ou problème par lettre.
- Si vous le pouvez, transmettez votre lettre par télécopieur ou par courriel (envoyez-en aussi une copie à votre propre adresse de courriel).
- Gardez une copie de la lettre pour vos dossiers.

Voici quelques éléments que peut renfermer votre lettre, dans l'ordre dans lequel ils doivent apparaître.

- Date
- Votre adresse, y compris le code postal.
- Le nom de la personne à qui vous écrivez.
- Le nom et l'adresse (y compris le code postal) de l'organisme ou du ministère où travaille cette personne.
- La salutation. En français, la salutation se limite à « Monsieur, » si c'est un homme ou « Madame, » si c'est une femme. Il ne faut pas que la formule commence par « Cher » lorsqu'il s'agit d'une lettre d'affaire. Notez aussi que le titre « Madame » s'applique à toutes les femmes, peu importe leur état civil.
- L'énoncé de ce que vous désirez de la part de la personne à qui vous écrivez.
- Un brève description du problème.
- Le nom des personnes avec qui vous avez essayé de le résoudre.
- Le paragraphe de clôture. Il s'agit d'une formule consacrée dont seulement le titre de civilité change en fonction du sexe de la personne à qui vous écrivez (voir l'encadré).
- Votre nom.
- Un numéro de téléphone où la personne peut vous joindre ou vous laisser un message.

Le militantisme à l'œuvre – Tirer les choses au clair

Le 3 janvier 1996

1234, rue Flaubert

Trois-Rivières (Québec) J8Y 2X9

Madame Hélène Superviseure

Ministère de la bureaucratie

22, boul. Tour de Babel

Trois-Rivières (Québec) G8T 7N8

Madame,

Selon votre bureau, je n'ai pas transmis tous les reçus nécessaires au remboursement de certaines de mes dépenses médicales. Je vous serais reconnaissante de m'aider à tirer les choses au clair.

Voici ce qui s'est produit. Le 30 novembre 1995, j'ai parlé à Chris, du bureau local, qui m'a dit que je n'avais qu'à remplir et transmettre la formule A. J'ai envoyé la formule A et j'y ai joint des reçus. Le 7 décembre, Jodi, de votre bureau, m'a téléphonée pour me dire que je devais également envoyer la formule B.

Je me suis rendue au bureau local pour prendre une copie de la formule B. Je l'ai remplie et l'ai transmise à ce bureau. J'ai reçu une lettre de votre bureau indiquant que vous n'aviez pas reçu la formule A. J'ai téléphoné à votre bureau le 20 décembre et j'ai expliqué à Kim que j'avais déjà envoyé la formule A ainsi que les reçus demandés par votre bureau. Kim m'a répondu que le bureau n'avait pas reçu ces documents. Je lui ai dit que votre bureau devait avoir les documents en main puisqu'un employé m'avait appelée pour me dire de remplir la formule B. Kim a continué à affirmer que vous n'aviez pas reçu la formule A et les reçus.

Je n'ai pas de copie des reçus joints à la formule A. Votre bureau les a perdus ainsi que l'original de la formule remplie. Pourriez-vous voir ce qui s'est passé et me téléphoner au 490-000 d'ici le 12 janvier pour me dire à quelle date je peux attendre le remboursement de mes dépenses médicales? La situation est frustrante et j'aimerais bien que le problème soit résolu.

Je vous prie d'agréer, Madame, l'expression de mes sentiments distingués.

Hélène Samson

Registre des contacts personnels et téléphoniques



Il vous sera utile de noter le nom de toutes les personnes avec lesquelles vous communiquez et la teneur de chaque conversation. Cette fiche de travail vous aidera à tenir ces renseignements à jour.

Date :

Nom :

Poste :

Que m'a-t-on dit?

Y a-t-il des délais à respecter?

En quoi consiste le suivi que je dois faire?

Ai-je besoin de fournir des documents?

Dois-je les télécopier, les poster ou les remettre en personne?

Dois-je planifier mon intervention?

Y-a-t-il quelqu'un qui peut m'aider?

1-800-499-1986 • www.cdnaids.ca • www.HIVandPoverty.ca

Contacts utiles



Les personnes, organismes et groupes qui pourraient m'aider sont :

Nom :

N° de téléphone :

Nom :

N° de téléphone :

Nom :

N° de téléphone :

Les contacts ci-dessus sont une bonne source d'information sur la façon :

- de vous tenir au courant de la vraie nature de vos droits et devoirs;
- de déterminer les probabilités de recevoir ce que vous avez demandé;
- de vous préparer à plaider votre propre cause auprès d'un organisme.

Si vous défendez vos propres droits, posez-vous les questions suivantes :

- Que disent les lois et les politiques au sujet des droits des personnes dans ma situation? Où puis-je trouver ces renseignements?
- Qu'ont fait les personnes dans un cas semblable au mien? Ont-elles réussi à obtenir ce qu'elles voulaient?
- Qui d'autre s'occupe de ces cas dans ma collectivité? Y a-t-il quelqu'un à qui je peux m'adresser?
- À la lumière de l'information que j'ai en main, quels sont mes plans?

L'heure est venue de téléphoner aux organismes qui peuvent vous aider à défendre vos droits auprès des autorités.

1-800-499-1986 • www.cdn aids.ca • www.HIVandPoverty.ca

Plaider sa cause par téléphone



Avant de vous rendre dans les bureaux de l'organisme qui vous cause des difficultés, épargnez-vous des démarches en essayant de résoudre le problème par téléphone. Si vous décidez de téléphoner, n'oubliez pas de noter la date et l'heure de l'appel, le nom de votre interlocuteur et la teneur de la conversation.

Posez-vous les questions suivantes :

Est-ce que je sais :

- ce qui s'est passé?
- ce que je compte faire pour régler la situation?
- quels sont mes droits et devoirs?
- quelles lois et politiques s'appliquent à mon cas?
- si je dois avoir sous la main un numéro de dossier, un numéro de client ou une autre pièce d'identité au cas où on me le demande?

Si la personne qui prend l'appel n'est pas en mesure de vous aider, posez-lui les questions suivantes :

Qui a l'autorité nécessaire pour régler l'affaire?

Nom :

Titre :

Puis-je lui téléphoner ou dois-je prendre rendez-vous?

Numéro de téléphone :

Date et heure du rendez-vous :

(Si la personne compétente n'est pas là)

Quel serait le meilleur moment de la rappeler?

Jour et heure :

1-800-499-1986 • www.cdn aids.ca • www.HIVandPoverty.ca

Quoi faire en cas de refus



On ne vous a pas donné ce que vous demandiez?

Vous avez plaidé votre propre cause; c'est une démarche importante. Soyez fier de votre travail et de votre persistance. Si vous n'avez pas obtenu gain de cause, vous trouverez peut-être dans cette fiche des idées qui vous aideront à poursuivre votre démarche.

- Interjetez appel.
- Parlez à un superviseur ou à une personne plus haut placée qui peut prendre des décisions.
- Mettez le problème de côté et attaquez-vous au suivant.
- Appuyez les efforts d'un organisme qui tente de faire changer les lois, les politiques et les règlements.

Interjeter appel

Si vous n'êtes pas satisfait des résultats que vous avez obtenu, renseignez-vous sur le mécanisme d'appel.

S'il existe un mécanisme officiel, posez les questions suivantes :

Faut-il remplir une formule?

Où puis-je me la procurer?

Y a-t-il un délai? Lequel?

S'il n'existe pas de mécanisme officiel

Demandez le nom d'un superviseur à qui vous pouvez parler, ou d'un ministère qui traite les plaintes portées contre l'organisme en cause.

Nom :

Numéro de téléphone :

Adresse :

Au suivant!

Vous avez travaillé fort pour faire valoir votre point de vue. Il est peut-être trop difficile pour vous de continuer à plaider votre cause. Pourquoi ne pas relire votre liste et choisir un autre problème que vous voulez résoudre? Ce sera plus facile la prochaine fois puisque vous savez déjà comment défendre vos intérêts.

Groupes de soutien et organismes militants

Dans certains cas, aucun effort ne vous permettra de contourner la loi ou la politique qui vous empêche d'avoir ce que vous voulez. Vous n'êtes probablement pas le seul à vous heurter à un mur. Travaillez avec d'autres pour faire changer les choses.

Que puis-je faire pour résoudre le problème?



Il est fort probable que vous savez maintenant exactement ce qui ne va pas, et par où vous voulez commencer pour résoudre votre problème. Cette fiche peut vous aider à déterminer les choix qui s'offrent à vous. Il y a probablement plusieurs problèmes, et vous avez probablement de bonnes idées sur la démarche à adopter.

Qu'est-ce que vous avez fait pour résoudre le problème?

Qu'est-ce qui vous a empêché de réussir?

Qu'ont fait d'autres personnes dans une situation semblable à la vôtre?

1-800-499-1986 • www.cdnaids.ca • www.HIVandPoverty.ca

Comment organiser ou se joindre à une campagne



Les campagnes sont un instrument essentiel du militantisme. Leur efficacité dépend d'une combinaison de plusieurs stratégies et participants. **Les campagnes les plus réussies s'intègrent à des efforts existants et se fondent sur des stratégies réfléchies qui permettent d'atteindre des buts précis.** En dirigeant ou en vous joignant à une campagne nationale ou internationale, vous pouvez contribuer directement à l'élimination des inéquités auxquelles les PVVIH sont confrontées partout au monde, surtout si la campagne dénonce une loi ou un politique particulière.

Les campagnes tombent pile lorsqu'un dossier chaud est à l'avant-plan et qu'il faut élaborer une stratégie afin de gagner du terrain dans un domaine précis. Elles peuvent jouer plusieurs rôles dans le cadre d'efforts plus larges visant à influencer les décideurs.

Les campagnes peuvent, par exemple :

- **sensibiliser et mobiliser** les gens;
- **attirer l'attention des médias** sur un enjeu précis;
- **exercer des pressions auprès du gouvernement** durant des négociations;
- **faire en sorte qu'une politique soit appliquée** correctement et en temps opportun.

Assurez-vous de prendre la bonne décision en vous posant les questions suivantes :

- Pourquoi voulons-nous organiser ou participer à cette campagne? Quels résultats désirons-nous obtenir?
- Quelle cause ou individu la campagne appuie-t-elle?
- Qui participe à la campagne et pourquoi?
- La campagne est-elle appuyée à différents paliers? Vise-t-elle l'élimination ou la réduction d'obstacles quotidiens?
- La campagne tire-t-elle partie d'un événement stratégique ou politique qui convient à l'enjeu en cause?
- La campagne sensibilisera-t-elle la population et favorisera-t-elle la participation des citoyens aux décisions?
- La campagne aidera-t-elle à transformer les rapports de force?

1-800-499-1986 • www.cdnaids.ca • www.HIVandPoverty.ca

Ce projet est financé par le Programme de partenariats pour le développement social du gouvernement du Canada. Les opinions et les interprétations figurant dans la présente publication sont celles de l'auteur et ne représentent pas nécessairement celles du gouvernement du Canada.

Documents consultés

ASSOCIATION CANADIENNE DE SANTÉ PUBLIQUE. *Jouez un rôle qui compte! Guide de la collaboration à l'élaboration de politiques en matière de santé*, l'organisme, projet Rôle, 2005. www.projectvoice.ca

ASSOCIATION POUR LES DROITS DE LA FEMME ET LE DÉVELOPPEMENT, L'. « Un guide de plaidoyer pour les féministes », *Jeunes femmes et leadership*, n° 1, décembre 2003. www.awid.org

WICKREMARACHCHI, Sugandhi. *Défense et promotion des droits, niveau 1 : outils et techniques*, dans la série « Les outils pour l'action : La défense et la promotion du droit aux traitements du VIH », Conseil canadien de surveillance et d'accès aux traitements, 2005. www.ctac.ca

WILLIAMS, Huw. « Building A Solid Association Advocacy Strategy », *The Canadian Association e-zine*, Association Xperture Inc. Publication (AXI), 2004. www.axi.ca/tca

Le public cible

Si vous organisez une campagne, **décidez à qui elle doit s'adresser**. Si vos stratégies de communication et de mobilisation visent le grand public, vos messages devront être compris par des personnes qui n'ont pas de connaissances précises du sujet. Votre approche sera évidemment très différente si vous ciblez des décideurs qui appuient votre cause ou ceux qui s'y opposent.

Le message

Vos messages doivent s'inspirer de votre énoncé de position. Ce sont les idées que vous voulez transmettre au groupe ou aux individus que vous ciblez. Votre message sera plus percutant :

- s'il est court. Les gens ne retiennent généralement pas plus de trois messages simples. Vous devriez être capable d'exposer votre position en moins de temps qu'il n'en faut pour prendre l'ascenseur. Le message doit être suffisamment bref pour passer en 15 secondes à la télévision ou à la radio, ou dans l'espace réservé aux manchettes dans les journaux.
- s'il est clair. Employez un langage direct et la voix active.
- s'il est mémorable.
- s'il fait appel aux émotions et à la raison. Illustrez votre propos ou servez-vous d'une analogie lorsque c'est possible.

Des alliés – Jouez un rôle qui compte! Guide de la collaboration à l'élaboration de politiques en matière de santé

RÔLE : Ralliement des organismes bénévoles comme leaders engagés – Ce site offre des outils et des ressources destinés à accroître votre capacité d'influer sur les politiques de santé. Utilisez ces outils pour bâtir des relations, cerner les occasions et trouver des moyens pratiques d'influencer les politiques de santé.

Pour plus d'information, consultez le site www.projectvoice.ca.

La détermination de votre message comportera un défi de taille : atteindre un équilibre entre le respect de la diversité des points de vue et la nécessité de limiter le message à un ou deux énoncés clés. L'important est d'établir ensemble vos priorités et de vous y tenir. Vous devrez peut-être mettre en veilleuse certaines questions, surtout dans le cas de dossiers complexes comme celui du revenu et de la pauvreté. Mais plutôt que de les abandonner, tentez de remettre ces questions à l'ordre du jour dans le futur ou intégrez-les à d'autres volets de votre stratégie de promotion et de défense des droits.

Comment établir sa position et en préparer l'énoncé



Toute stratégie de promotion et de défense des droits doit s'appuyer sur une position claire. Les organismes bénévoles qui ont plusieurs membres peuvent cependant avoir beaucoup de difficulté à dégager un consensus en la matière.

Un énoncé de position entériné par votre conseil d'administration et affiché sur Internet vous permet de préciser votre pensée au profit des médias et du public.

Les questionnaires sont un bon moyen de sonder l'opinion des membres d'un organisme. Ainsi, un organisme peut produire un questionnaire qui renferme une liste d'enjeux liés aux relations gouvernementales, et demander aux participants d'en établir la priorité. Une fois la compilation terminée, l'organisme a généralement une bonne idée des enjeux que ses membres jugent prioritaires. Cette méthode est particulièrement efficace lorsque les participants peuvent répondre aux questions en ligne.

Malheureusement, les organismes ont rarement le temps et les ressources dont ils auraient besoin pour sonder l'opinion de tous leurs membres. La création de comités thématiques est souvent la solution la plus rapide et la plus économique à ce problème. Les comités ou groupes de travail spéciaux ont fait leurs preuves : ils représentent un moyen très efficace d'établir la position d'un organisme sur des dossiers précis. Ces comités peuvent tirer bon parti des compétences des membres et s'assurer que le personnel en représente pleinement les préoccupations.

Les organismes ne peuvent pas avoir une position détaillée sur chaque enjeu. L'élaboration d'une position peut exiger des semaines ou des mois de consultation auprès de leurs membres ou de leurs administrateurs. Par conséquent, les organismes se retrouvent souvent sans position au moment où ils en ont le plus besoin, par exemple lorsqu'ils ont une heure pour commenter un dossier extrêmement important pour leurs membres, mais qu'ils n'ont pas de position officielle sur le sujet. Assurez-vous d'avoir des solutions de rechange pour ces cas-là. Parfois, mieux vaut une position élaborée à la hâte que pas de position du tout.

Le militantisme à l'œuvre! Énoncé de position sur le VIH et la pauvreté

En 2004, la Société canadienne du sida a publié un énoncé de position sur le VIH et la pauvreté au Canada. La version originale compte trois pages et comprend une liste de mesures et de recommandations pour la réforme des politiques publiques. Cependant, les énoncés de position peuvent être plus courts. Nous vous proposons ici un abrégé de l'énoncé pour illustrer les principaux éléments que devrait comprendre un énoncé de position. La Société canadienne du sida encourage les organismes locaux à adapter ce modèle à leurs besoins. Affichez un énoncé de position qui porte votre logo sur votre site Web : c'est un excellent moyen de faire connaître votre point de vue aux médias.

1-800-499-1986 • www.cdnaids.ca • www.HIVandPoverty.ca

Ce projet est financé par le Programme de partenariats pour le développement social du gouvernement du Canada. Les opinions et les interprétations figurant dans la présente publication sont celles de l'auteur et ne représentent pas nécessairement celles du gouvernement du Canada.

Documents consultés

ASSOCIATION POUR LES DROITS DE LA FEMME ET LE DÉVELOPPEMENT, L'. « Un guide de plaidoyer pour les féministes », *Jeunes femmes et leadership*, n° 1, décembre 2003. www.awid.org
WICKREMARACHCHI, Sugandhi. *Défense et promotion des droits, niveau 1 : outils et techniques*, dans la série « Les outils pour l'action : La défense et la promotion du droit aux traitements du VIH », Conseil canadien de surveillance et d'accès aux traitements, 2005. www.ctac.ca

WILLIAMS, Huw. « Building A Solid Association Advocacy Strategy », *The Canadian Association e-zine*, Association Xperts Inc. Publication (AXI), 2004. www.axi.ca/tca
SOCIÉTÉ CANADIENNE DU SIDA. *Le VIH et la pauvreté au Canada – Position adoptée par le conseil d'administration de la Société canadienne du sida*, septembre 2004. www.cdnaids.ca

Énoncé de la position de la Société canadienne du sida sur la pauvreté et le VIH-sida

(abrégé)

Adopté par le conseil d'administration de la Société canadienne du sida en septembre 2004

Contexte

Au cours de consultations auprès de ses membres, ces récentes années, la Société canadienne du sida (SCS) a entendu clairement le message que la pauvreté demeure un sérieux problème au sein de la communauté touchée par le sida, au Canada. [...] En réponse au défi, la SCS a analysé la relation entre le VIH, la santé et la pauvreté; elle a repéré **trois** tendances :

1. Vivre dans la pauvreté est un déterminant de la santé qui accroît la vulnérabilité au VIH.

La théorie de la Santé des populations et celle des Déterminants de la santé identifient un lien clair entre la pauvreté, la piètre santé et la maladie. Des recherches, de même que les connaissances communautaires, relativement à la transmission du VIH, relient les contraintes et les conditions de vie dans la pauvreté, et certains comportements à risque.

2. Les personnes diagnostiquées séropositives au VIH risquent de sombrer dans la pauvreté.

La maladie contraint de nombreuses personnes à quitter le marché du travail. La stigmatisation et la discrimination diminuent les occasions où les PVVIH/sida peuvent recourir à du soutien, en milieu de travail, ou à des ententes alternatives avec leur employeur afin de tenir compte des besoins de leur santé. Le coût excessif du traitement du VIH et le manque d'accès à des régimes d'assurance privés fait de la maladie à VIH une affection dont les individus ne peuvent assumer seuls le coût. Les régimes publics de soutien du revenu ne comblent pas les besoins financiers et de santé des PVVIH/sida.

3. Les PVVIH/sida aux prises avec la pauvreté ou l'insécurité économique risquent de voir leur maladie progresser rapidement et d'avoir une qualité de vie inférieure.

Les PVVIH/sida qui n'ont pas les ressources financières pour voir à leurs besoins, que ce soit sur le plan de la nutrition, du logement, de l'accès

au traitement pour le VIH ou à la prophylaxie d'autres maladies (prévention de maladies secondaires), des instruments de soutien, une résidence assistée, etc., ont un risque accru de maladie secondaire et de progression de la maladie à VIH. Le manque de ressources financières conduit par ailleurs à une exclusion sociale et il limite la capacité de prendre part à une communauté. Ces facteurs entraînent une dégradation de la qualité de vie en général.

Le conseil d'administration de la SCS exhorte le gouvernement canadien et ceux des provinces et territoires à réviser les politiques restrictives qui échouent à satisfaire les besoins des personnes, augmentent leur risque de contracter le VIH et réduisent considérablement la qualité de vie des personnes qui ont un handicap ou une maladie. Nous contestons la tendance des gouvernements à financer des programmes sociaux et de santé qui engendrent une discrimination à l'endroit des personnes marginalisées sur le plan économique, qui imposent des compressions budgétaires et qui restreignent l'admissibilité aux programmes de substitution du revenu; nous réfutons également le mythe selon lequel le marché du travail correspond aux besoins de tous les Canadien-nes. Cette approche ne répond pas aux engagements des gouvernements envers les Canadien-nes et elle nuit à la réaction communautaire au VIH/sida. Le conseil d'administration de la SCS a adopté la présente de position dans le cadre de son engagement soutenu à la prévention, aux soins, aux traitements et au soutien pour le VIH/sida.

Société canadienne du sida, *Le VIH et la pauvreté au Canada – Position adoptée par le conseil d'administration de la Société canadienne du sida, septembre 2004.*

Les affiches à la rescousse



Les affiches sont un excellent moyen de renseigner les membres de votre collectivité. Elles peuvent servir :

- à attirer des supporteurs,
- à annoncer une réunion ou un événement,
- à populariser vos slogans et messages.

Les affiches et les dépliants jouent un rôle important, surtout dans des endroits où les gens n'ont pas facilement accès aux journaux ou à la radio. Ils permettent une communication directe avec le public, mais peuvent coûter très cher. Votre organisme peut produire lui-même des affiches et dépliants, mais doit d'abord déterminer la fonction exacte du document, le public cible et les buts visés.

Présentation

En règle générale, les gens ne verront votre affiche que pendant quelques secondes, alors qu'ils circulent à pied ou en voiture. Placez les affiches sur les poteaux de rues très fréquentées, ou sur les murs ou les vitrines des magasins, à la hauteur des yeux des passants.

Votre affiche doit être aussi grande et accrocheuse que possible afin d'attirer facilement l'attention des gens. Les trucs qui suivent vous aideront à concevoir une bonne affiche.

- L'affiche doit être aussi grande que possible, et le texte, assez gros pour être lu facilement à une distance d'environ trois mètres.
- Limitez le plus possible la quantité de texte, et évitez les phrases complètes. Ainsi, choisissez « Unis contre la pauvreté » plutôt que « Unissons-nous pour lutter contre la pauvreté ».
- Limitez également les éléments graphiques. Votre affiche est peut-être très belle, mais si elle trop « pleine », votre public risque de ne pas retenir l'information clé que vous désirez transmettre.
- Choisissez des couleurs vives si vous en avez les moyens. Votre affiche se démarquera et attirera davantage l'attention des gens.
- Assurez-vous que le lien avec votre organisme est clair. Imprimez-y votre logo, vos couleurs ou l'abréviation du nom de votre organisme.

Fonction de l'affiche

- Déterminez la fonction que doit remplir l'affiche, votre budget, et la quantité requise. Vous saurez alors combien d'affiches vous avez les moyens d'imprimer et quelle technique d'impression vous conviendra le mieux.
- Déterminez le contenu et la présentation (design) de l'affiche. Demandez à quelqu'un qui maîtrise l'informatique de produire l'affiche et d'en imprimer une copie (l'imprimante peut agrandir le texte en fonction des dimensions du papier).
- Finalisez l'affiche et donnez-la à l'imprimeur, ou créez un groupe de travail qui en produira des copies à la main.

- L'impression d'affiches est généralement coûteuse. Vous pouvez, par contre, dessiner vos affiches vous-mêmes au feutre, au stylo ou à la gouache. Pour réduire les coûts d'impression, vous pouvez également produire un original de format lettre et le photocopier.
- Préparez une ébauche de l'affiche et demandez à quelqu'un de vérifier l'orthographe et de le relire attentivement. Les fautes d'orthographe et autres erreurs font mauvaise impression.

Affichage

- De nombreuses municipalités exigent un permis d'affichage. Renseignez-vous à ce sujet, lisez bien les règles et respectez-les afin que vos affiches ne soient pas enlevées.
- Si vous placez vos affiches sur un mur, faites-le avec de la colle du commerce ou une colle que vous pouvez préparer avec de l'eau et de la farine. Étendez une mince couche de colle sur le mur avec un rouleau de peintre et placez-y l'affiche.
- Si vous placez vos affiches sur un poteau, faites-le à l'aide de ruban d'emballage transparent au haut et au bas de l'affiche.

Distribution

- Faites un plan des artères les plus fréquentées où les gens sont susceptibles de voir votre affiche. Les meilleurs endroits sont ceux où la circulation ralentit, par exemple aux feux de circulation et aux intersections, sur les artères principales, les magasins très fréquentés, les arrêts d'autobus et de taxi, et les gares.
- Créez une équipe d'affichage qui arpentera le quartier pour en trouver les meilleurs sites d'affichage.
- Placez une rangée d'affiches plutôt qu'une seule. Cela multiplie les chances que les automobilistes et les passagers des autobus puissent lire l'affiche en entier. De plus, c'est un bon moyen d'attirer l'attention.
- Dans certains quartiers, il est préférable de placer les affiches le plus haut possible pour éviter qu'elles ne soient déchirées. Si c'est le cas dans votre quartier, apportez une échelle!
- Si vos affiches sont endommagées, remplacez-les ou réparez-les tout de suite afin de continuer à transmettre votre message et de ne pas faire mauvaise impression.
- Enlevez toutes les affiches une fois l'événement terminé.

Le militantisme à l'œuvre!

Décision importante du CRTC – Savoir, c'est pouvoir!

L'affichage et la diffusion d'information auprès du public sont des formes de militantisme puisqu'elles renseignent les citoyens sur leurs droits. À titre d'exemple, citons la campagne menée par l'Organisation nationale anti-pauvreté et d'autres organismes pour affirmer le droit des citoyens DE NE PAS perdre leur service téléphonique. Des affiches renfermant de l'information semblable à celle qui suit ont été placées sur les poteaux de téléphone de villes comme Ottawa pour informer le public de la décision du CRTC à ce sujet.

Selon une décision rendue par le CRTC le 11 mai 2004, les compagnies de téléphone ne peuvent plus interrompre le service local pour défaut de payer tous les frais mensuels locaux et interurbains. Des entreprises comme Bell Canada, Telus, Aliant, MTS, NWTel et SaskTel ne peuvent pas débrancher ni menacer de débrancher le service de communication locale pour non-paiement lorsque le client a fait un paiement partiel suffisant pour couvrir le montant dû de la portion des frais de téléphone local. En d'autres mots, on ne peut vous débrancher du service local pour défaut de payer les appels interurbains et autres frais non essentiels en autant qu'un paiement adéquat pour le service local a été fait. Parfois, un membre de la famille ou un ami de l'abonné accumulent des frais pour des appels interurbains ou d'autres services téléphoniques non essentiels qui menacent la capacité de la famille de garder son service téléphonique local. La décision du CRTC n'efface pas cette dette mais elle permet simplement aux familles de ne pas être privé du service téléphonique local.

L'ONAP, ainsi que le Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP) et quelques autres groupes, a soulevé cette question pour la première fois auprès du CRTC en 2002. Nous tenons à remercier le CDIP pour son bon travail dans le cadre de cet exposé. Si vous souhaitez obtenir des renseignements supplémentaires sur la décision, communiquez avec le CDIP au (613) 562-4002.

Organisation nationale anti-pauvreté, « Décision importante du CRTC », *L'écho de l'ONAP*, n° 87, septembre 2004. www.napo-onap.ca

Des alliés – Le Centre pour la défense de l'intérêt public

Le CDIP est un organisme sans but lucratif dont les services juridiques et de recherche visent à faire en sorte que les consommateurs, particulièrement les plus vulnérables, aient accès aux services publics essentiels. L'organisme pilote plusieurs dossiers dans le domaine des télécommunications : il s'est battu, entre autres, pour conserver les téléphones publics et pour que tous les Canadiens aient droit au service téléphonique. Consultez le site Web de l'organisme (en anglais seulement) pour plus d'information. www.piac.ca

Comment préparer une lettre au rédacteur



Les lettres au rédacteur constituent l'un des moyens les plus simples et les plus efficaces de sensibiliser le public à un enjeu. La plupart des journaux et revues publient des lettres de leurs lecteurs ou du public. Ces lettres rejoignent un auditoire important : décideurs, leaders communautaires et autres intervenants qui influencent les politiques publiques.

Petits trucs

1. Faites vos devoirs

- Toutes les publications ont une politique en matière de lettres à la rédaction. La plupart d'entre elles fournissent des instructions sommaires sur la longueur des lettres et sur la façon de les transmettre.
- Certaines publications impriment cette information à la page des lecteurs. Dans les autres cas, renseignez-vous par téléphone.
- Les lettres publiées offrent différents modèles de présentation dont vous pouvez vous inspirer.

2. Mettez toutes les chances de votre côté

- Reportez-vous à un article paru dans la publication ou à un sujet d'actualité.
- Soyez bref et allez droit au but.
- Soyez passionné et/ou réfléchi.
- Parlez des questions qui, de l'avis de la rédaction, intéressent les lecteurs.
- Ayez des propos spirituels, humoristiques ou provocants.
- Tenez-vous-en au sujet et évitez les attaques personnelles.

3. Rédigez votre lettre

- Notez toutes vos idées, puis peaufinez et révisez votre texte.
- Mettez l'accent sur un point principal.
- Demandez à une personne de confiance de commenter votre lettre.
- Employez des phrases courtes et accrocheuses.
- Si vous avez de la difficulté à écrire, demandez à quelqu'un de consigner vos idées. Vous pourrez ensuite corriger ou réviser la lettre.
- On recommande généralement de ne pas dépasser trois paragraphes d'au plus trois phrases chacun.
- Les témoignages sont des outils puissants. Vous n'avez pas besoin d'être un expert. Écrivez ce qui vient du cœur.

4. Faites publier votre lettre

- Votre lettre ne sera certainement pas publiée si vous ne l'envoyez pas.
- Ne vous découragez pas si la rédaction ne publie pas votre lettre. Vos chances augmentent avec chaque soumission.
- La rédaction publie généralement les premières lettres qu'elle reçoit. Si vous le pouvez, transmettez votre lettre par télécopieur ou par courriel pour avoir une longueur d'avance.
- Plus il y a de lettres sur le même sujet, plus les chances sont bonnes qu'elles seront publiées et que la rédaction publiera d'autres articles sur le sujet.
- Les kiosques sont remplis de journaux et de revues. Envoyez votre lettre, ou une variation, à toutes les publications qui vous intéressent.