

The top half of the page features a decorative background. It includes a pattern of light green arrows pointing in various directions (up, down, left, right, and diagonally) scattered across a white background. Below this, a solid green horizontal bar spans the width of the page. The title is centered within a dark grey rounded rectangle that overlaps the bottom of the green bar.

## Outil de préparation en matière de politiques

Comprendre le niveau de préparation d'une municipalité pour accepter des changements de nature politique ainsi que les stratégies à suivre pour entreprendre ces démarches

AUTEURS: Nykiforuk, C.I.J., Atkey, K.M., Nieuwendyk, L.M., Raine, K.D., Reed, S., & Kyle, K.

Remerciements: Nous désirons remercier les membres de l'*Alberta Policy Coalition for Cancer Prevention* (APCCP) pour leurs conseils lors de l'élaboration de l'Outil de préparation en matière de politiques. Ce projet a été rendu possible grâce au financement offert par l'APCCP (2009-2011), qui est financé par le programme *Alberta Cancer Prevention Legacy Fund* (*Alberta Health Services*) des services de santé du gouvernement de l'Alberta. En Octobre 2011, l'APCCP a subi un changement de nom de l'*Alberta Policy Coalition for Chronic Disease Prevention*.

Citation suggérée: Nykiforuk, C.I.J., Atkey, K.M., Nieuwendyk, L.M., Raine, K.D., Reed, S., & Kyle, K. (2011). Outil de préparation en matière de politiques: Comprendre le niveau de préparation d'une municipalité pour accepter des changements de nature politique ainsi que les stratégies à suivre pour entreprendre ces démarches. Edmonton, AB: School of Public Health, University of Alberta.

## Table des matières

Aperçu de l’Outil de préparation en matière de politiques	1
Comment utiliser initialement l’Outil de préparation en matière de politiques	3
Introduction à la théorie de diffusion de l’innovation de Rogers	4
Une note au sujet des changements de nature politique	6
L’évaluation du niveau de préparation d’une municipalité pour accepter un changement de politiques	7
Stratégies clés pour obtenir de l’appui envers l’adoption d’une saine politique publique	
Innovateurs	10
Majoritaires	17
Retardataires	24
Annexe	31



## Aperçu de l’Outil de préparation en matière de politiques

### En quoi consiste l’Outil de préparation en matière de politiques?

L’Outil de préparation en matière de politiques s’agit d’un questionnaire auto-administré qui peut servir à évaluer le niveau de préparation d’une municipalité à accepter des changements de nature politique. Une série de stratégies pour travailler avec les municipalités à différentes étapes de préparation de changement en matière de politiques et une liste de ressources pour des informations supplémentaires sont inclus avec le questionnaire. Le but de l’outil est d’aider les défenseurs et les développeurs de politiques à encourager l’adoption de politiques publiques saines dans les municipalités.

### Qui devrait utiliser l’Outil de préparation en matière de politiques?

L’Outil peut être utilisé par des développeurs de politiques, des intervenants, des organismes communautaires, des membres de la communauté, des municipalités, ou n’importe quel parti intéressé à encourager le développement de saines politiques publiques.

### Qu’entendons-nous par une «saine politique publique»?

Une saine politique publique s’agit de toute politique, soit sous forme de projets de loi, de taxation, d’éducation obligatoire ou bien d’incitation fiscale qui cherche à améliorer la santé et le bien-être des individus, de la communauté ou bien de la population qui en est affectée.

### En quoi consistent les activités d’intervention politique?

L’Organisation mondiale de la santé définit l’intervention politique comme étant un processus dans le but d’influencer les décisions et d’encourager l’adoption de saines politiques publiques.

### Qui a contribué au développement de l’Outil de préparation en matière de politique?

L’Outil de préparation en matière de politiques a été conçu grâce à l’appui de l’Alberta Policy Coalition for Chronic Disease Prevention (APCCP). L’APCCP représente une multitude de médecins praticiens, de développeurs de politiques, de chercheurs et d’organismes communautaires

qui se sont réunis afin de coordonner leurs efforts, de générer des preuves et d’intervenir pour encourager l’adoption de changements en matière de politiques afin de réduire les taux de cancers et d’autres maladies chroniques dans la province de l’Alberta au Canada. Pour des renseignements additionnels au sujet de l’APCCP visitez [www.apccp.ca](http://www.apccp.ca).

### Comment l’Outil de préparation en matière de politiques a-t-il été développé?

L’Outil de préparation en matière de politiques a été conçu en utilisant la théorie de la diffusion de l’information d’Everett Rogers. Nous avons d’abord procédé à un survol littéraire afin de mieux comprendre les caractéristiques de différents types d’adoptants politiques. Nous avons ensuite compilé une liste de ces caractéristiques dans le cadre d’un outil pilote afin d’évaluer le niveau de préparation d’une municipalité à effectuer un changement de nature politique. L’Outil continuera d’être évalué par notre équipe afin de déterminer son efficacité au sein de d’autres environnements politiques. Il y a également des stratégies jumelées à l’Outil de préparation en matière de politiques qui peuvent servir à promouvoir l’adoption de saines politiques publiques. Les stratégies ont été discutées lors d’entrevues avec des membres du groupe de conseil provincial de l’APCCP, un groupe varié et intersectoriel avec d’importantes expertises en matière d’utilisation de politiques publiques pour bâtir des communautés en meilleure santé.

### Comment devrait-on appliquer l’Outil de préparation en matière de politiques?

L’Outil de préparation en matière de politiques a été conçu afin de promouvoir des changements de nature politique qui ont pour but de contribuer à la prévention de cancers et d’autres maladies chroniques. Il peut s’appliquer également à l’élaboration de saines politiques publiques à d’autres fins (par exemple: réduire le nombre de blessures). Bien que l’Outil ait été développé principalement pour aider les municipalités, il peut également servir à rejoindre d’autres types de conseils administratifs (exemple: les commissions scolaires) afin de promouvoir des changements de nature politique.

1. Kemm, J. (2009). Health Impact Assessment: A Tool for Healthy Public Policy. *Health Promotion International*, 16 (1),7985; Canadian Partnership Against Cancer. (2009). Environmental Scan of Primary Prevention Activities in Canada: Part 1 – Policies and Legislation. Retrieved from <http://www.partnershipagainstcancer.ca/resources-publications/primary-prevention/healthy-public-policy>.
2. World Health Organization. (n.d.).What is advocacy for Policy Change. Retrieved from <http://www.who.int/tobacco/policy/advocacy/en/>.
3. Previously connue comme l’Alberta Policy Coalition for Cancer Prevention, le name a changé à l’Alberta Policy Coalition for Chronic Disease Prevention en October 2011.
4. Everett M. Rogers. (2003). *Diffusions of Innovations Theory* (5th ed). New York: Free Press.

## Comment utiliser initialement l’Outil de préparation en matière de politiques

L’Outil de préparation en matière de politiques se divise en quatre sections clés. Il est important de consulter chaque section dans l’ordre présenté afin d’en soutirer le maximum de bénéfices.

### 1. Introduction à la théorie de la diffusion de l’innovation de Rogers

Cette section vous introduira à la théorie de la diffusion de l’innovation de Rogers et expliquera les concepts clés sur lesquels se base l’Outil de préparation en matière de politiques.

### 2. Une note au sujet des changements de nature politique

Consultez cette section pour des recommandations pour appliquer efficacement l’Outil de préparation en matière de politiques.

### 3. L’évaluation du niveau de préparation d’une municipalité pour effectuer un changement politique

Cette section contient un questionnaire que vous pouvez utiliser afin d’identifier le type de municipalité et son niveau de préparation pour accepter des changements en matière de politique (municipalité innovatrice, majoritaire ou réticente).

### 4. Stratégies clés pour effectuer des changements de politiques

Cette section comprend des stratégies clés pour promouvoir le changement en matière de politiques. Les stratégies sont adaptées aux différents niveaux de préparation en ce qui concerne l’adoption de nouvelles politiques. Une liste de ressources recommandées se trouve également dans cette section.

## Introduction à la théorie de la diffusion de l’innovation de Rogers

### Quelle est la théorie de la diffusion de l’innovation?

La théorie de la diffusion de l’innovation est utilisée par les individus et les organismes afin de mieux comprendre le processus de changement afin d’innover. Les concepts et les différentes catégories d’ouverture à l’innovation sont des éléments essentiels de la théorie.<sup>5</sup>

### Qu’entendons-nous par «innovation»?

Le mot «innovation» peut avoir plusieurs utilisations, soit pour décrire une nouvelle idée ou pratique ou un nouveau produit, en autant que l’unité qui considère son adoption (individu, organisme ou municipalité) la qualifie d’originale.<sup>5</sup> Aux fins de l’Outil de préparation en matière de politiques, l’innovation réfère à la politique (ou règlement) que la municipalité est encouragée d’adopter.

Le niveau d’innovation d’une unité est influencé par «le degré auquel des individus ou d’autres groupes sont rapides en ce qui concerne l’adoption de nouvelles idées lorsque comparés à d’autres unités semblables (p. 22).<sup>5</sup> Par exemple, le niveau d’innovation d’une municipalité est déterminé en étudiant si celle-ci adopte une nouvelle politique avant que d’autres municipalités à l’échelle de la province ou du pays l’aient adoptée.

### Quelles sont les catégories d’adoptants?

Les catégories établies par Rogers se basent sur le niveau d’ouverture à l’innovation des groupes.<sup>5</sup> Afin de faciliter l’utilisation de l’Outil de préparation en matière de politiques avec les municipalités, nous avons réduit les cinq types d’adoptants à trois catégories: 1) innovateurs, 2) majoritaires, 3) réticents. Pour des renseignements additionnels au sujet des cinq catégories établies par Rogers, consultez l’Annexe.

### Définitions des catégories d’adoptants de l’Outil de préparation en matière de politiques

On peut décrire les **innovateurs** comme étant «aventureux» et qui servent également comme modèles à suivre au sein de leur entourage social. Ils sont attirés par des initiatives qui rapportent sous forme de gains (exemples: politiques ou règlements) et ils ont une plus grande tendance à prendre des risques. Les innovateurs ont la capacité de travailler avec le niveau d’incertitude plus élevé qu’apporte l’innovation. Ils sont typiquement habiles à gérer les problèmes initiaux qui peuvent survenir lors d’innovations et sont alors capables d’identifier des solutions à ces problèmes.

Les adoptants **majoritaires** se classent généralement volontairement dans cette catégorie puisqu’ils nécessitent du temps afin de déterminer s’ils doivent adopter ou refuser

5. Ibid.

une nouvelle initiative. Ce groupe dirige rarement le peloton lorsqu'il arrive le temps d'adopter des nouvelles initiatives et c'est leur philosophie de croire qu'il est mieux de procéder à des changements en groupes plutôt que d'être les premiers à changer. Prenant cela en considération, les majoritaires ont généralement tendance à adopter des innovations au même moment que la moyenne.

Les **adoptants réticents** sont plus traditionnels et préfèrent le statut quo puisqu'ils sont souvent méfiants envers les nouvelles idées. Ils attendent généralement que la majorité ait adoptée une nouvelle innovation avant de s'en approprier eux-mêmes. On doit souvent mettre de la pression sur les réticents pour qu'ils changent. Il se peut également qu'ils n'adoptent jamais de nouvelles innovations sans en être obligés.

## Une note au sujet des changements de nature politique

« *Le travail politique est un long parcours qui nécessite un effort continu. Il faut souvent se contenter de lents changements et de petites victoires. Mais à la toute fin, l'impact positif que nous avons sur la population en général en vaut bien l'effort.* » - *Analyste politique de l'APCCP*

Avant d'entreprendre toute forme d'intervention politique, il est important de reconnaître la nature complexe du processus de changement en matière de politiques. Le travail politique englobe plusieurs personnes (membres communautaires, intervenants, développeurs de politiques, personnel administratif municipal, etc.), organismes et intérêts divergents, nécessitant ainsi beaucoup d'énergie et de temps avant que les résultats politiques se concrétisent.<sup>6</sup>

L'Outil de préparation en matière de politiques a été conçu afin d'aider les citoyens intéressés à promouvoir des changements de nature politique pour mieux cibler leurs efforts dans un processus politique souvent complexe. Par contre, il est important de se rappeler que la théorie de Rogers sur la diffusion de l'innovation est un modèle statique qui est utilisé pour illustrer un processus dynamique. Il faut donc demeurer vigilant en appliquant l'Outil de préparation. Soyez toujours prêts à quitter la salle ou bien d'agir en cas de moments opportuns et de modifier votre stratégie afin de répondre aux changements politiques, économiques ou moraux.

Pour des renseignements additionnels au sujet du processus de changement politique, veuillez consulter les ressources ici-bas.

### Resources

#### ► Policy Change Process

##### **General Strategies for Policy Change** (en anglais seulement)

*Alberta Policy Coalition for Chronic Disease Prevention*

Une ressource accompagnatrice de l'Outil de préparation en matière de politique. Ce document contient d'importantes stratégies d'intervention pour travailler avec les municipalités à chaque étape de préparation.

<http://policyreadinesstool.com/useful-resources>

##### **Élaboration des politiques publiques**

*Agence de la santé publique du Canada*

Cette page Internet contient un excellent document d'information au sujet de l'élaboration de politiques. Il s'agit d'une lecture fortement recommandée pour les utilisateurs de l'Outil de préparation qui sont nouveaux au processus de changement en matière de politiques.

[http://www.phac-aspc.gc.ca/canada/les-regions/atlantique/Publications/Politiques\\_publicues/3-fra.php](http://www.phac-aspc.gc.ca/canada/les-regions/atlantique/Publications/Politiques_publicues/3-fra.php)

6. Sabatier, P.A. (2007). The Need for Better Theories. In P. Sabatier (Eds.), *Theories of the Policy Process* (pp. 3-17). Boulder, CO: Westview Press.

## L'évaluation du niveau de préparation d'une municipalité pour accepter un changement de politiques

Avant de travailler avec une municipalité afin de promouvoir un changement de politique, il est important de comprendre le niveau de préparation au sein de la municipalité à accepter le changement. Cela vous donnera une meilleure compréhension de la municipalité et vous permettra donc de mieux adapter vos interventions à celle-ci.

Remplissez le questionnaire ci-dessous afin de déterminer le niveau de préparation de votre municipalité cible. Vos réponses aux questions auront comme effet de qualifier la municipalité d'innovatrice, de majoritaire ou bien de réticente.

Choisissez la réponse la plus appropriée (A, B ou C) dans chaque rangée. Sélectionnez la réponse qui décrit le mieux la municipalité avec laquelle vous avez l'intention de travailler. Une fois le questionnaire complété, additionnez le nombre total de chaque lettre choisie.

### *Quoi faire si je suis incertain de la réponse à choisir pour ces questions?*

Si vous doutez de votre capacité à répondre efficacement à ces questions, nous vous suggérons de demander l'avis de quelqu'un de très familier avec la municipalité ou qui a déjà travaillé étroitement avec celle-ci. Il peut s'agir d'un principal dirigeant administratif, d'un directeur municipal, du maire, d'un membre senior de leur personnel ou bien même d'un citoyen ordinaire qui s'implique régulièrement dans la politique municipale. Si vous êtes toujours incapable de répondre à une de ces questions, laissez la case vide.

### **Important:**

Vous remarquerez que les questions suivantes semblent se répéter. Nous avons fait cela intentionnellement afin d'assurer une évaluation précise de votre municipalité cible et ses caractéristiques en matière d'innovation. **Veillez lire chaque question attentivement.**

En outre, les questions utilisées sont un bon point de départ d'une réflexion sur les caractéristiques de la municipalité avec lequel vous travaillez et s'approche de la question dans une perspective qui fonctionne pour eux. En d'autres termes l'outil n'est pas destiné à vous fournir une catégorie adoptant définitif pour la municipalité vous travaillez avec, c'est plutôt un point de départ pour engager la municipalité.



## Questionnaire pour évaluer le niveau de préparation à accepter un changement de politiques

A	B	C	Réponse (A, B or C?)
La municipalité est confortable d'être parmi les premières à essayer de nouvelles politiques ou initiatives	La municipalité suit généralement les recommandations de d'autres municipalités pour essayer de nouvelles politiques ou initiatives	La municipalité n'est pas confortable avec l'idée d'essayer de nouvelles politiques ou initiatives	
La municipalité aime être la première de la province à essayer quelque chose de nouveau	La municipalité préfère essayer de nouvelles choses après avoir connu d'autres municipalités qui les ont essayées	La municipalité préfère utiliser les mêmes choses qu'elles utilisent actuellement	
La municipalité aime essayer de nouvelles choses apparaissant à la télévision ou dans les médias écrits	La municipalité préfère essayer de nouvelles choses apparaissant à la télévision ou dans les médias écrits une fois que d'autres municipalités les aient essayées avec succès	La municipalité préfère ne pas essayer de nouvelles choses apparaissant à la télévision ou dans les médias écrits à moins qu'elles aient été testées à fond	
La municipalité cherche toujours de nouveaux moyens pour bénéficier à ses résidents	La municipalité cherche parfois de nouveaux moyens pour bénéficier à ses résidents	La municipalité préfère utiliser des méthodes plus traditionnelles pour bénéficier à ses résidents	
Si la municipalité ne sait pas quoi faire, elle demande l'avis de d'autres municipalités	Si la municipalité ne sait pas quoi faire, elle demande parfois l'avis de d'autres municipalités	Si la municipalité ne sait pas quoi faire, elle tentera elle-même de trouver une solution	
Des incitatifs devraient encourager ma municipalité à essayer quelque chose de nouveau	Des incitatifs pourraient encourager ma municipalité à essayer quelque chose de nouveau	Si la municipalité ne sait pas quoi faire, elle tentera elle-même de trouver une solution	
Il est très important pour la réputation de la municipalité d'être parmi les premiers à essayer quelque chose de nouveau	Il est assez important pour la réputation de la municipalité d'être parmi les premiers à essayer quelque chose de nouveau	Il n'est pas important pour la réputation de la municipalité d'être parmi les premiers à essayer quelque chose de nouveau	
La municipalité aime être parmi les premiers à essayer de nouveaux programmes	La municipalité préfère attendre que d'autres municipalités utilisent un programme avant de l'essayer elle-même	La municipalité préfère attendre qu'un programme soit testé à fond avant de l'essayer	
La municipalité aime être la première de la province à essayer du nouveau matériel	La municipalité préfère essayer du nouveau matériel après avoir vu d'autres municipalités qui l'ont utilisé avec succès	La municipalité n'est pas confortable avec l'idée d'utiliser du nouveau matériel	
La municipalité préfère faire parti des premières municipalités de la province à essayer de nouvelles politiques ou initiatives	La municipalité préfère attendre qu'une nouvelle politique ou initiative soit mise en place par d'autres municipalités avant de l'adopter	La municipalité préfère attendre que la province adopte des politiques ou initiatives uniformes afin que toutes les municipalités soient égales	
En tant qu'une des premières municipalités de la province à essayer de nouvelles politiques ou initiatives, la municipalité encourage d'autres municipalités à suivre leur exemple	La municipalité adopterait la nouvelle politique ou initiative seulement si elle est encouragée à le faire par d'autres municipalités	La municipalité adopterait la nouvelle politique ou initiative seulement si elle est encouragée à le faire par la province	

Total As: \_\_\_\_\_ Total Bs: \_\_\_\_\_ Total Cs: \_\_\_\_\_

Si la municipalité que vous tentez de rejoindre reçoit principalement des **A**, il s'agit d'une municipalité **innovatrice**

Les municipalités **innovatrices** sont généralement aventureuses et servent également comme modèles à suivre auprès des autres municipalités. Elles sont attirées par des initiatives qui rapportent des gains (exemples: politiques ou règlements) et elles ont une plus grande tendance à prendre des risques. Les innovatrices ont la capacité de travailler avec le niveau d'incertitude plus élevé qu'apporte l'innovation. Elles sont typiquement habiles à gérer les problèmes initiaux qui peuvent survenir lors d'innovations et sont alors capables d'identifier des solutions à ces problèmes.

Pour des stratégies clés afin d'encourager des changements de politiques auprès de municipalités innovatrices, [procédez à la page 7](#).

Si la municipalité cible a reçu principalement des **B**, il s'agit d'une municipalité **majoritaire**

Les municipalités **majoritaires** se classent généralement volontairement dans cette catégorie puisqu'elles nécessitent du temps afin de déterminer si elles doivent adopter ou refuser une nouvelle initiative. Ce groupe est rarement en tête de peloton lorsque vient le temps d'adopter de nouvelles initiatives et c'est leur philosophie de croire qu'il est mieux de procéder à des changements en groupes plutôt que d'être les premiers à changer. Prenant cela en considération, les municipalités majoritaires ont généralement tendance à adopter des innovations au même moment que la municipalité moyenne.

Pour des stratégies clés afin d'encourager des changements de politiques auprès de municipalités majoritaires, [procédez à la page 14](#).

Si votre municipalité a reçu principalement des **C**, il s'agit d'une municipalité **réticente**

Les municipalités **réticentes** sont plus traditionnelles et préfèrent le statut quo puisqu'elles sont souvent méfiantes envers les nouvelles idées. Elles attendent généralement que d'autres municipalités aient adopté une nouvelle politique ou initiative avant de s'en approprier elles-mêmes. On doit souvent mettre de la pression sur les municipalités réticentes pour qu'elles changent. Il se peut également qu'elles n'adoptent jamais de nouvelles politiques ou initiatives sans y être obligées.

Pour des stratégies clés afin d'encourager des changements de politiques auprès de municipalités réticentes, [procédez à la page 22](#).

# Stratégies clés afin d'obtenir des appuis pour une saine politique publique

Cette section contient des détails au sujet de stratégies qui peuvent être utilisées avec des municipalités à différents niveaux de préparation pour accepter un changement de politiques (innovateurs, majoritaires, réticents).

## Stratégies à utiliser avec les municipalités «innovatrices»

Les innovatrices sont habituellement passionnées et orientées vers l'avenir. Lorsque vous travaillez avec les innovatrices, rappelez-vous qu'elles sont fières d'être vues en tant que chefs de file. Soyez conscients de la vision qu'elles ont de leur municipalité et de leur désir de léguer un héritage pour l'avenir. Vos stratégies devraient cibler leurs qualités aventureuses et générer de l'enthousiasme pour l'avenir.

### Offrez des preuves à l'appui

1. Mettez l'accent sur les résultats positifs qui seront obtenus suite à l'adoption de votre politique. Essayez d'être le plus précis possible.
  - Par exemple, indiquez comment l'adoption de votre politique pourrait contribuer à l'amélioration de la santé des résidents, à l'augmentation de la demande des consommateurs ou à des gains économiques.
2. Illustrez les «pour» et les «contre» de votre politique.
3. Démontrez que les bénéfices dépassent les risques.
  - Vous pouvez accomplir cela en complétant une analyse des coûts/bénéfices.
4. Puisque les municipalités innovatrices ont tendance à être plus réceptives envers le risque et l'inconnu, elles nécessitent généralement moins de preuves tangibles pour être convaincues par votre présentation.
  - Offrez des exemples de d'autres municipalités qui ont adopté une politique similaire et illustrez comment et pourquoi elles ont connu le succès.
  - Mentionnez des instances où d'autres municipalités sont dans le processus de considérer l'adoption d'une politique semblable.
  - Présentez des preuves fournies par des experts en la matière.

## Resources

### ► Working with Evidence

#### **Towards Evidence Informed Practice - Learning Module Two - Making Evidence Work for You**

(en anglais seulement)

*Ontario Public Health Association*

Il s'agit d'un excellent outil pour les gens intéressés à travailler avec des preuves pour promouvoir la santé. Il décrit ce qu'on entend comme «preuve», où la trouver, comment la générer et l'appliquer à l'augmentation de l'efficacité des programmes de promotion de la santé.

[http://teip.hhrc.net/tools/learning/module\\_2/index.html](http://teip.hhrc.net/tools/learning/module_2/index.html)

### ► Assessing Costs and Benefits of Policy Change

#### **Guidelines on Assessing Policy Options – Cost/Benefit Analysis Framework** (en anglais seulement)

*Ministry of Economic Development, Manatu Ohanga, New Zealand*

Ce guide a été créé afin d'aider aux analystes en politiques à évaluer leurs options possibles. Il contient également des instructions à la page 5 pour formuler une analyse coûts/bénéfices.

[http://www.med.govt.nz/templates/MultipageDocumentPage\\_\\_\\_\\_26466.aspx](http://www.med.govt.nz/templates/MultipageDocumentPage____26466.aspx)

#### **Health Impact Assessment (HIA)** (en anglais seulement)

*World Health Organization*

Une étude d'impact sur la santé est un outil qui peut vous aider à évaluer les impacts des politiques, des plans et des projets sur la santé. Cette page Web, développée par l'Organisation mondiale de la Santé, décrit le concept de l'étude d'impact sur la santé et fournit des outils et des directives pour déterminer s'il convient d'en mener une dans votre communauté. <http://www.who.int/hia/tools/en/>

#### **Investir en prévention: La perspective économique**

*Agence de la santé publique du Canada*

Ce document offre un aperçu de l'impact économique de la prévention au Canada. Il peut servir de document d'information important pour ceux qui utilisent des preuves pour illustrer les bénéfices d'une saine politique publique. <http://www.phac-aspc.gc.ca/ph-sp/pdf/preveco-fra.pdf>

## Encadrez l'enjeu afin de rejoindre l'esprit innovateur de la municipalité

1. Positionnez l'enjeu afin qu'il s'aligne avec la vision et la mission de la municipalité.
  - Vous pouvez accomplir cela en utilisant un langage semblable à celui déjà utilisé par la municipalité (consultez les documents officiels), surtout lors de cas où la municipalité a fait preuve de leadership.
  - Une autre option serait de lier les gestes politiques proposés à la mission d'entreprise et aux documents stratégiques développés par la municipalité.
2. Présentez l'information de façon à ce qu'elle rehausse la crédibilité ou la réputation de la municipalité en tant qu'innovatrice (ou chef de file).
  - Par exemple, soulignez comment leurs gestes serviraient comme exemples à suivre aux autres municipalités, et qu'ils seraient parmi les premiers à l'échelle de la province ou du pays à adopter cette politique.
3. Faites référence à d'autres municipalités qui explorent actuellement des idées semblables et, si possible, liez les municipalités innovatrices aux autres municipalités de cette même catégorie.
4. Encadrez le message en misant sur les gains que la municipalité peut obtenir en adoptant la politique.
  - L'encadrement consiste à définir attentivement vos objectifs en matière d'intervention et d'adapter votre message à votre public cible.
  - Malgré qu'il n'y ait possiblement pas suffisamment de preuves disponibles pour appuyer votre revendication, tentez de consolider tout ce qui vous est disponible afin d'illustrer les résultats positifs (exemple: améliorations de santé) qui pourrait survenir suite à l'adoption de la politique désirée.
  - Pour trouver des sources pouvant vous alimenter de preuves correspondant à votre politique, assurez-vous de

7. Center for Disease Control and Prevention. (n.d.). Chapter Nine: Media Advocacy. In *Designing and Implementing an Effective Tobacco Counter-Marketing Campaign*. Retrieved from [http://www.cdc.gov/tobacco/stateandcommunity/counter\\_marketing/manual/pdfs/chapter9.pdf](http://www.cdc.gov/tobacco/stateandcommunity/counter_marketing/manual/pdfs/chapter9.pdf).

consulter une multitude de sources. Parlez aux gens qui travaillent sur cet enjeu au sein de d'autres municipalités, aux chercheurs experts, ainsi qu'aux groupes communautaires régionaux ou provinciaux qui s'intéressent aux enjeux semblables.

5. Présentez l'enjeu avec une perspective orientée sur la santé publique.
  - Une perspective orientée en matière de santé consiste à aller au-delà d'une simple question de santé individuelle. Elle consiste plutôt à examiner comment une variété de déterminants individuels, comportementaux et environnementaux interagissent afin d'affecter la santé de la population en ensemble.<sup>8</sup>
  - Les innovateurs ont tendance à être pensifs et intéressés à la vue d'ensemble. Assurez-vous que la municipalité comprenne comment la politique proposée vient correspondre aux grands enjeux qui touchent leur population (exemples: améliorations de la qualité de vie, réduction de pauvreté) et ce qui déterminera leur niveau de santé (exemples: revenu familial et statut social, éducation, environnement physique et environnement social).

## Resources

### ► Comment formuler des messages d'intervention

#### **Strategy Planning for Tobacco Control Advocacy Guide** (en anglais seulement)

*American Cancer Society*

Ce manuel a été conçu pour les intervenants cherchant à réduire la présence du tabac, mais il s'applique également aux individus intéressés à encourager toutes sortes de saines politiques publiques.

Particulièrement, le troisième chapitre contient des stratégies efficaces pour adapter des messages d'intervention à un public cible.

[http://www.strategyguides.globalink.org/pdfs/guide1\\_AdvocacyGuide.pdf](http://www.strategyguides.globalink.org/pdfs/guide1_AdvocacyGuide.pdf)

#### **Designing and Implementing an Effective Tobacco Counter-Marketing Campaign - Chapter Nine, Media Advocacy** (en anglais seulement)

*Center for Disease Control and Prevention*

Appartenant à un plus grand ouvrage, ce chapitre sur l'intervention par l'entremise des médias contient des informations utiles afin d'encadrer les messages d'intervention pour qu'ils répondent à vos objectifs.

[http://www.cdc.gov/tobacco/stateandcommunity/counter\\_marketing/manual/index.htm](http://www.cdc.gov/tobacco/stateandcommunity/counter_marketing/manual/index.htm)

Pour des renseignements additionnels au sujet de la formulation de messages d'intervention, consultez la section ressource au sujet de l'intervention médiatique.

### ► Déterminants de la santé

#### **Qu'est-ce qui détermine la santé?**

*Agence de la santé publique du Canada*

Cette page Internet introduit les lecteurs à la perspective de santé publique et indique les déterminants (environnementaux, économiques, politiques, sociaux, etc.) qui, ensemble, affectent la santé des Canadiens.

<http://www.phac-aspc.gc.ca/ph-sp/determinants/index-fra.php>

#### **The Determinants of Health** (en anglais seulement)

*Organisation mondiale de la santé*

Développée par l'Organisation mondiale de la santé, cette page web présente un portrait détaillé de facteurs qui interagissent pour affecter la santé humaine (transport, logement, industrie, urbanisation, etc.)

<http://www.who.int/hia/evidence/doh/en/index2.html>

8. Frankish, J., Veenstra, G., and Moulton, G. (1995). Population Health in Canada: Issues and Challenges for Policy, Practice and Research. *Canadian Journal of Public Health*, 90, S71-S75.

## Établissez des relations avec les champions de la municipalité

1. Sollicitez l'appui d'individus de la municipalité qui sont réceptifs au changement de politiques.
2. Identifiez et travaillez avec les champions et les dépositaires clés afin de générer de l'appui pour un enjeu particulier.
3. Un champion est typiquement quelqu'un qui est respecté au sein de la communauté et qui est intéressé à militer avec passion pour le changement.
4. Établissez des relations et cherchez le dialogue avec les champions d'une municipalité. Il y a différents champions pour différents enjeux.
  - Afin d'établir des relations avec des champions potentiels, offrez-leur des preuves, aidez-les à comprendre le processus de changement en matière de politiques et offrez-leur votre appui continu.
5. Travaillez avec les gens qui possèdent des connaissances approfondies de la communauté.
  - Cela vous faciliterait la tâche de former des relations solides et de profiter de l'appui d'organismes, de coalitions et de programmes existants de votre communauté.
6. Développez des relations avec des conseillers municipaux ou le personnel administratif (idéalement des champions) afin de comprendre les obstacles à l'adoption de nouvelles politiques. Tentez également de comprendre les meilleures façons d'encourager le changement en matière de politiques au sein de la municipalité.

### Resources

#### ► Identifier les champions et travailler avec

##### **Identifying Opinion Leaders/Champions** (en anglais seulement)

Valente, T.W and P. Pumpuang (2007). *Identifying Opinion Leaders to Promote Behavior Change*. *Health Education* 34: 881.

Ce document contient dix stratégies afin d'identifier les leaders d'opinions.

<http://policyreadinesstool.com/useful-resources>

##### **Engaging Innovative Advocates as Public Health Champions** (en anglais seulement)

FHI, *The Science of Improving Lives*

Ce court guide d'introduction au Modèle d'intervention auprès des champions contient des stratégies clés afin de travailler avec les champions et leaders d'opinions.

<http://www.fhi.org/NR/rdonlyres/eqdet4k5um4nnujqxdyngi44rssbvmcyrme7di4muqqubjffparoroyb2vp2k2iy4odlqr5fepllh/RUchampions.pdf>

##### **The Proper Feeding and Care of a Champion – The Health Advocacy Toolbox** (en anglais seulement)

Connecticut Health Policy Project

Cette page Internet fournit des renseignements et des stratégies afin de travailler avec les champions pour encourager l'adoption de changements en matière de politiques.

<http://www.cthealthpolicy.org/toolbox/advocacy/champion.htm>

## Générez de l'appui auprès des décideurs politiques

1. Travaillez avec la municipalité à différents niveaux (maires, conseillers, personnel) afin de créer des groupes d'appui formé de gens intéressés par l'enjeu.
  - Parmi les conseillers municipaux, il se peut que les innovateurs soient restreints par les adoptants majoritaires ou réticents. Il est alors important de démontrer l'existence d'un consensus en faveur de la politique proposée.
2. Tentez de découvrir qui pourrait faire obstacle à l'adoption de la politique et travaillez avec eux afin de comprendre l'enjeu de différents points de vue.
3. Invitez les décideurs clés à participer à des discussions approfondies et mouvementées au sujet de la politique proposée. Les résultats de ce dialogue serviront à développer davantage vos plans d'intervention.
  - Le but est de créer de l'enthousiasme envers la politique proposée et d'encourager les décideurs à s'investir personnellement pour mener à son adoption et sa mise en œuvre.
4. Rencontrez les décideurs politiques individuellement.
  - Demandez un rendez-vous avec les élus. Cela vous offrira l'occasion d'avoir une discussion plus approfondie avec chaque décideur politique. Cela créera également une occasion formidable d'établir une relation de travail avec ceux-ci pour des initiatives à venir.

### Resources

#### ► Travailler avec les décideurs politiques

##### **Influencing Decision-Makers** (en anglais seulement)

*Heart Health Resource Centre*

Ce bulletin de 12 pages offre des idées perspicaces venant d'intervenants politiques de longue date afin d'encourager d'offrir des conseils pour encourager l'adoption de changements politiques. Cette édition du bulletin porte spécifiquement sur les méthodes d'influencer les décideurs à adopter des changements de politiques.

[http://www.hhrc.net/pubs/hh\\_newsletters/@heart\\_25b.pdf](http://www.hhrc.net/pubs/hh_newsletters/@heart_25b.pdf)

##### **The Health Advocacy Tool-Box – Tools and Templates** (en anglais seulement)

*Connecticut Health Policy Project*

Cette page Web contient une mine de conseils et de stratégies de promotion. Cliquez sur le lien «tools and templates» pour plus d'informations relatives aux visites, téléphones et lettres aux responsables des politiques.

<http://www.cthealthpolicy.org/toolbox/Default.htm>

## Augmentez la conscience du public en éduquant les membres de la communauté au sujet de l'enjeu

1. Avant de lancer une campagne d'information ou d'éducation au sujet d'un enjeu politique, faites l'effort de comprendre le caractère unique de la communauté avec laquelle vous faites affaire, ainsi que ses besoins.
  - Cette étape importante vous assistera à déterminer le niveau de connaissance que partagent les membres de la communauté à propos de votre enjeu.
  - Il pourrait s'avérer utile de procéder à une évaluation situationnelle afin de comprendre les besoins et les caractéristiques de la communauté.<sup>9</sup>
  - Une évaluation situationnelle consiste à examiner les facteurs incluant l'environnement politique et économique, les principaux partis intéressés, la littérature, les évaluations précédentes ainsi que la vision globale de la communauté.
  - Veuillez noter qu'une évaluation situationnelle nécessite beaucoup de temps et d'énergie et pourrait ne pas être efficace ou nécessaire dans toutes les situations.
2. Menez une campagne d'éducation au sujet de la politique proposée en vous fiant au niveau actuel de connaissances des membres de la communauté.
  - L'éducation et la sensibilisation peut vous aider à influencer le niveau de préparation d'une municipalité à effectuer un changement de politiques. Par exemple, les résidents de la municipalité pourraient être encouragés à ne pas seulement reconnaître l'existence d'un problème et d'envisager à le régler, mais également à prendre des démarches afin de réduire la résistance au changement au sein de leur communauté (en contactant leurs élus municipaux, en écrivant des lettres ouvertes, etc.).
  - Au sein de municipalités innovatrices, les décideurs politiques, le personnel administratif et les membres communautaires ont tendance à en connaître déjà assez au sujet de l'enjeu en question. Il serait alors moins nécessaire de les éduquer comparativement à ceux de municipalités majoritaires ou réticentes.
3. Utilisez des formes de communication innovatrices pour informer la communauté, créez des liens avec ses membres dans le but de les conscientiser.
  - Utilisez la pression médiatique.
  - La pression médiatique est une stratégie de médias de masse combinée à d'autres stratégies d'intervention pour influencer le débat public et promouvoir le changement en matière de politiques.<sup>10</sup>
  - Développez une stratégie de média social et utilisez des sites de réseautage tels que Twitter et Facebook.

En plus des principales stratégies identifiées pour travailler avec des innovateurs, **cliquez ici** pour voir les stratégies essentielles de changement en matière de politiques (et de ressources) qui s'appliquent aux trois catégories d'adoptants.

---

9. The Health Communication Unit. (2001). *Introduction to Health Promotion Planning*. Retrieved from [http://www.thcu.ca/resource\\_db/pubs/930522026.pdf](http://www.thcu.ca/resource_db/pubs/930522026.pdf).

10. The Advocacy Institute. (1998). *Blowing Away the Smoke: A Series of Advanced Media Advocacy Advisories for Tobacco Control Advocates*. Retrieved from <http://www.strategyguides.globalink.org/resources01.htm>; Lawrence, W. and Dorfman, L. (1996). Media Advocacy: A Strategy for Advancing Policy and Promoting Health. *Health Education Quarterly*, 23 (3), 293-317.



## ► Mener une évaluation situationnelle

### **Introduction to Health Promotion Program Planning** (en anglais seulement)

*The Health Communication Unit*

Ce guide présente aux lecteurs le processus de planification du programme de promotion de la santé. La deuxième étape du guide fournit une introduction détaillée au concept de l'évaluation situationnelle et inclut le comment faire pour réaliser un projet dans votre communauté.

<http://www.thcu.ca/infoandresources/publications/Planning.wkbk.content.apr01.format.oct06.pdf>

## ► Pression médiatique

### **Media Advocacy Workbook** (en anglais seulement)

*The Health Communication Unit*

Guide complet sur la mise en œuvre d'une campagne médiatique de sensibilisation réussie. Le chapitre huit se concentre sur le développement et la présentation de messages médiatiques clés.

[http://www.thcu.ca/resource\\_db/pubs/497736921.pdf](http://www.thcu.ca/resource_db/pubs/497736921.pdf)

### **Blowing Away the Smoke: A Series of Advanced Media Advocacy Advisories for Tobacco Control Advocates** (en anglais seulement)

*Advocacy Institute*

Ce lien contient une série de six guides sur la pression médiatique. Ces documents bien écrits et informatifs ont été créés pour être utilisés par les défenseurs de la lutte au tabagisme, mais peuvent aussi profiter aux défenseurs faisant la promotion de toutes formes de politique publique sur la santé.

<http://www.strategyguides.globalink.org/resources01.htm>

## ► Médias sociaux

### **Le Health Communicators Social Media Toolkit** (en anglais seulement)

*Center for Disease Control and Prevention*

Ce guide comprend des informations à jour sur les options de médias sociaux disponibles. Il porte particulièrement sur l'amélioration de l'impact des messages sur la santé et l'efficacité accrue de la communication sur la santé.

[http://www.cdc.gov/healthcommunication/ToolsTemplates/SocialMediaToolkit\\_BM.pdf](http://www.cdc.gov/healthcommunication/ToolsTemplates/SocialMediaToolkit_BM.pdf)

### **The CMO's Guide to the Social Media Landscape** (en anglais seulement)

*Digital Marketing Insight for CMOs, CMO.com*

Mis à jour pour 2011, ce document expose les avantages et les inconvénients des outils de médias sociaux populaires et représente une excellente source d'informations pour l'élaboration d'une stratégie de médias sociaux.

<http://www.cmo.com/social-media/2011-cmos-guide-social-landscape>

### **The Alberta Policy Coalition for Chronic Disease Prevention's Social Media Tips** (en anglais seulement)

*The Alberta Policy Coalition for Chronic Disease Prevention*

L'Alberta Policy Coalition for Cancer Prevention Conseils pour le plaidoyer des médias sociaux.

<http://policyreadinesstool.com/useful-resources>

### ► Engagement communautaire

#### **The Tamarack Institute for Community Engagement - Resource Library** (en anglais seulement)

*The Tamarack Institute for Community Engagement*

Ce site est consacré à l'engagement communautaire et le renforcement des capacités à mettre en œuvre le changement social à la source. La collection de ressources a une variété de guides relatifs à l'engagement, au renforcement des capacités et à l'apprentissage communautaire.

<http://tamarackcommunity.ca/g3s4.html>

#### **Citizen's Handbook** (en anglais seulement)

*Le Vancouver Citizens Committee*

Ce site propose un guide complet pour ceux qui s'intéressent au développement communautaire et à l'organisation locale.

<http://www.vcn.bc.ca/citizens-handbook/>

#### **Turn Up the Heat** (en anglais seulement)

*Alberta Association of Registered Nurses*

Rédigé pour les infirmières de l'Alberta, ce document donne un aperçu des interventions et pourquoi il est important pour les praticiens de la santé de s'impliquer pour tenter d'influencer le gouvernement. Le guide propose également une analyse utile des outils et tactiques communs utilisés dans les campagnes de sensibilisation communautaires.

<http://www.nurses.ab.ca/pdf/AdvocacyGuidefinal.pdf>

## Stratégies à utiliser auprès des municipalités «majoritaires»

Plusieurs des mêmes stratégies que vous utiliseriez avec des Innovateurs s'appliquent à la majorité, mais le processus de changement en matière de politique prendra généralement plus longtemps avec cette catégorie d'adeptes.

### Présentez des preuves et exposez brièvement l'opinion publique

1. Fournissez des preuves concrètes sur les avantages potentiels de la politique proposée.
  - Une municipalité majoritaire a tendance à être plus préparée quand vient l'adoption d'une nouvelle politique et peut rester sceptique envers de nouvelles idées. Généralement, ils exigent la preuve qu'une politique sera efficace avant de décider de l'adopter.
2. Fournissez des preuves expliquant comment une politique similaire a fonctionné auprès d'autres municipalités dans des contextes semblables. Plus il y aura d'exemples, mieux ce sera.
3. Les preuves présentées devraient être condensées, résumées et faciles à lire.
  - Distribuez des cartes postales, des dépliants et des résumés d'une page écrits en langage clair. Vous trouverez un exemple dans les Questions en Bref de l'APCCP.
4. Présentez des preuves démontrant le soutien des électeurs (par exemple, un membre de la communauté) à une question.
5. Les élus dans la catégorie majoritaire ont tendance à porter une attention particulière aux besoins de leurs électeurs et seront plus enclins à soutenir un changement de politique s'il existe des preuves de soutien public à la question.
  - Une façon de présenter cette preuve est par des sondages d'opinion publique et la réalisation d'enquêtes.
    - » À titre d'exemple, voir le sondage de l'APCCP «**Knowledge, Attitudes and Beliefs**».
  - Une autre façon de démontrer le soutien du public est de signaler que des membres de la communauté contactent leurs conseillers municipaux par téléphone, courriel ou cartes postales.
  - Des lettres à l'éditeur de journaux locaux sont également des preuves du soutien public.
6. Fournissez de l'information par voies officielles de communication.
  - Ceci peut impliquer d'avoir à écrire des lettres, faire des présentations au conseil, assister à des réunions et faire une présentation lors des conférences municipales.

## Resources

### ► Travailler avec des données probantes

#### **Towards Evidence Informed Practice:**

#### **Learning Module Two - Making Evidence Work for You** (en anglais seulement)

*Ontario Public Health Association*

C'est un excellent outil pour ceux qui souhaitent travailler avec des données probantes pour promouvoir la santé. Cet ouvrage traite de quelles sont les données probantes, où les trouver et comment elles peuvent être générées et appliquées pour accroître l'efficacité des programmes en matière de promotion de la santé.

[http://teip.hhrc.net/tools/learning/module\\_2/index.html](http://teip.hhrc.net/tools/learning/module_2/index.html)

### ► Évaluer les coûts et les avantages du changement en matière de politique

#### **Guidelines on Assessing Policy Options – Cost/Benefit Analysis Framework** (en anglais seulement)

*Ministry of Economic Development, Manatu Ohanga, New Zealand*

Ce guide a été créé pour aider les analystes des politiques à évaluer leurs options politiques. Il comprend une introduction utile pour la réalisation d'une analyse coûts / avantages à la page cinq.

[http://www.med.govt.nz/templates/MultipageDocumentPage\\_\\_\\_\\_26466.aspx](http://www.med.govt.nz/templates/MultipageDocumentPage____26466.aspx)

#### **Health Impact Assessment (HIA)** (en anglais seulement)

*World Health Organization*

Une étude d'impact sur la santé est un outil qui peut vous aider à évaluer les impacts des politiques, des plans et des projets sur la santé. Cette page Web, développée par l'Organisation mondiale de la Santé, décrit le concept de l'étude d'impact sur la santé et fournit des outils et des directives pour déterminer s'il convient d'en mener une dans votre communauté.

<http://www.who.int/hia/tools/en/>

#### **Investir en prévention – la perspective économique**

*Agence de la santé publique du Canada*

Ce document fournit une vue d'ensemble de l'économie en matière de prévention au Canada et sert de document d'information utile pour ceux qui travaillent avec des données probantes pour illustrer les avantages d'une politique publique favorable à la santé

<http://www.phac-aspc.gc.ca/ph-sp/pdf/preveco-fra.pdf>

### ► Exemple de support des citoyens

#### **The Health Advocacy Tool-Box – Tools and Templates** (en anglais seulement)

*Connecticut Health Policy Project*

Cette page Web contient une mine de conseils et de stratégies de promotion. Cliquez sur le lien « tools and templates » pour plus d'informations relatives aux visites, téléphones et lettres aux responsables des politiques.

<http://www.cthealthpolicy.org/toolbox/Default.htm>

## Formuler la question d'une perspective «majoritaire»

1. Mettez l'accent sur le nombre de municipalités qui ont subi des changements de politiques similaires.
  - Concentrez-vous sur les municipalités ayant les mêmes caractéristiques.
  - Invitez des personnes d'autres municipalités à venir partager leurs expériences.
2. Soulignez qu'ils ne veulent pas être exclus des autres municipalités.
  - Des types majoritaires préféreraient changer en tant que groupe plutôt qu'être un des premiers à changer. Gardez à l'esprit cette mentalité 'de groupe' et travaillez avec l'idée que même s'ils ne veulent pas être les premiers à changer, il est aussi probablement qu'ils ne veulent pas être exclus des autres municipalités.
3. Invitez plusieurs municipalités à prendre des mesures ensemble sur une question.
  - Lorsque les municipalités travaillent ensemble, cela limite le risque perçu qu'ils devront s'organiser eux-mêmes.

## ► Comment formuler votre message promotionnel

### **Strategy Planning for Tobacco Control Advocacy Guide** (en anglais seulement)

*American Cancer Society*

Ce manuel a été conçu pour les intervenants cherchant à réduire la présence du tabac, mais il s'applique également aux individus intéressés à encourager toutes sortes de saines politiques publiques. Particulièrement, le troisième chapitre contient des stratégies efficaces pour adapter des messages d'intervention à un public cible.

[http://www.strategyguides.globalink.org/pdfs/guide1\\_AdvocacyGuide.pdf](http://www.strategyguides.globalink.org/pdfs/guide1_AdvocacyGuide.pdf)

### **Designing and Implementing an Effective Tobacco Counter-Marketing Campaign** (en anglais seulement)

*Chapter Nine, Media Advocacy Center for Disease Control and Prevention*

Faisant partie d'une série de travaux, ce chapitre sur la pression médiatique inclut des informations utiles sur la rédaction de messages promotionnels pour atteindre vos objectifs politiques.

[http://www.cdc.gov/tobacco/stateandcommunity/counter\\_marketing/manual/index.htm](http://www.cdc.gov/tobacco/stateandcommunity/counter_marketing/manual/index.htm)

Pour obtenir une liste plus exhaustive des ressources sur la formulation de messages d'information sur la santé, consultez la section des ressources sur la pression médiatique.

## Invitez et mobilisez la communauté pour agir sur l'enjeu

1. Il est important de: (1) comprendre les besoins et les caractéristiques de la communauté avec laquelle vous travaillez, et (2) évaluer le niveau de connaissance des membres de la communauté au sujet de la politique proposée.
  - Pour mieux comprendre la communauté avec laquelle vous travaillez, il peut être avantageux de procéder à une évaluation situationnelle.
    - » Une évaluation situationnelle permet de déterminer les besoins et les forces d'une communauté. Elle implique l'examen de facteurs comme les environnements politique et économique, les principaux intervenants, la littérature, les évaluations précédentes et la vision globale de la communauté.<sup>11</sup>
    - » Réaliser une évaluation situationnelle exige beaucoup de temps et d'énergie et n'est pas appropriée ou nécessaire pour chaque situation.
2. Informez les membres de la communauté sur la politique proposée en vous basant sur le niveau actuel de connaissance de la communauté.
  - Par rapport aux municipalités innovatrices, les types majoritaires nécessiteront probablement une campagne d'information plus exhaustive.
  - Créez et favorisez le dialogue au sein de la communauté. L'adhésion du public est importante pour les municipalités majoritaires. Le faible niveau de compréhension de l'enjeu de la part du public diminuera la probabilité d'une élaboration d'une politique efficace.
3. Concentrez-vous à sensibiliser le public par rapport à l'enjeu et à l'informer sur la nécessité d'une politique et ses avantages possibles.
4. Incitez la communauté à montrer leur appui à l'égard de cet enjeu.
  - Ceci peut être réalisé par une couverture médiatique ou la création de coalitions communautaires.
    - » La pression médiatique est une stratégie de médias de masse combinée à d'autres stratégies d'intervention pour influencer le débat public et promouvoir le changement en matière de politiques.<sup>12</sup>

11. The Health Communication Unit, 2001.

12. The Advocacy Institute, 1998; Wallack and Dorfman, 1995.

5. Lancez une campagne de lettres et encouragez les champions de la collectivité, les autres intervenants et les citoyens concernés à participer.
  - Les élus répondent aux lettres, aux courriels et aux appels téléphoniques des citoyens. Ceci fournit une occasion pour les élus et les autres décideurs d'évaluer de façon informelle le niveau d'intérêt et d'appui du public et de mieux comprendre l'enjeu.
  - Sollicitez des membres du personnel, des bénévoles et des membres de la communauté pour écrire des chroniques et des lettres à l'éditeur.
6. Encouragez les électeurs locaux à organiser des rencontres avec les membres du conseil.
  - Plus les citoyens activement engagés dans le processus d'élaboration des politiques sont nombreux, moins d'énergie les intervenants doivent dépenser à informer les décideurs sur la politique et à démontrer l'appui du public.

## Resources

### ► Travailler avec les décideurs

#### **Influencing Decision-Makers** (en anglais seulement)

*Heart Health Resource Centre*

Ce bulletin de 12 pages donne un aperçu des défenseurs de politiques de longue date et leurs tactiques pour promouvoir un changement de politique. Cette édition du bulletin est spécifiquement axé sur la manière d'influencer les décideurs afin de promouvoir un changement de politique.

[http://www.hhrc.net/pubs/hh\\_newsletters/@heart\\_25b.pdf](http://www.hhrc.net/pubs/hh_newsletters/@heart_25b.pdf)

#### **The Health Advocacy Tool-Box – Tools and Templates** (en anglais seulement)

*Connecticut Health Policy Project*

Cette page Web contient une mine de conseils et de stratégies de promotion. Cliquez sur le lien «tools and templates» pour plus d'informations relatives aux visites, téléphones et lettres aux responsables des politiques.

<http://www.cthealthpolicy.org/toolbox/Default.htm>

### ► Engaging the Community

#### **The Tamarack Institute for Community Engagement - Resource Library** (en anglais seulement)

*The Tamarack Institute for Community Engagement*

Ce site est consacré à l'engagement communautaire et le renforcement des capacités à mettre en œuvre le changement social à la source. La collection de ressources a une variété de guides relatifs à l'engagement, au renforcement des capacités et à l'apprentissage communautaire.

<http://tamarackcommunity.ca/g3s4.html>

#### **The Citizen's Handbook** (en anglais seulement)

*The Vancouver Citizens Committee*

Ce site propose un guide complet pour ceux qui s'intéressent au développement communautaire et à l'organisation locale.

<http://www.vcn.bc.ca/citizens-handbook/>

**Turn Up the Heat** (en anglais seulement)*Alberta Association of Registered Nurses*

Rédigé pour les infirmières de l'Alberta, ce document donne un aperçu des activités d'intervention par l'entremise des médias et pourquoi il est important pour les praticiens de la santé de s'impliquer pour influencer le gouvernement. Le guide propose également une analyse utile des tactiques et des outils communs utilisés dans les campagnes de sensibilisation de la communauté.

<http://www.nurses.ab.ca/pdf/AdvocacyGuidefinal.pdf>

### ► Réalisation d'une évaluation situationnelle

**Introduction to Health Promotion Program Planning** (en anglais seulement)*The Health Communication Unit*

Ce guide présente aux lecteurs le processus de planification du programme de promotion de la santé. La deuxième étape du guide fournit une introduction détaillée au concept de l'évaluation situationnelle et inclut le «comment faire» pour réaliser un projet dans votre communauté.

<http://www.thcu.ca/infoandresources/publications/Planning.wkbk.content.apr01.format.oct06.pdf>

### ► Pressions par l'entremise des médias

**Media Advocacy Workbook** (en anglais seulement)*The Health Communication Unit*

Guide complet sur la mise en œuvre d'une campagne médiatique de sensibilisation réussie. Le chapitre huit se concentre sur le développement et la présentation de messages médiatiques clés.

[http://www.thcu.ca/resource\\_db/pubs/497736921.pdf](http://www.thcu.ca/resource_db/pubs/497736921.pdf)

**Blowing Away the Smoke: A Series of Advanced Media Advocacy Advisories for Tobacco Control Advocates** (en anglais seulement)*Advocacy Institute*

Ce lien contient une série de six guides sur la pression médiatique. Ces documents bien écrits et informatifs ont été créés pour être utilisés par les défenseurs de la lutte au tabagisme, mais peuvent aussi profiter aux défenseurs faisant la promotion de toutes formes de politique publique sur la santé.

<http://www.strategyguides.globalink.org/resources01.htm>

## Établir et maintenir de bonnes relations

- Discerner et travailler avec les champions de la collectivité.
  - Un champion est habituellement un individu qui est respecté par la communauté et qui est prêt à prôner le changement avec ardeur.
  - Dans les municipalités majoritaires, certains individus seront plus ouverts aux idées nouvelles et plus réceptifs que d'autres à un changement en matière de politique. Engagez ces individus «réceptifs» et travaillez avec eux pour faire progresser le dossier.
- Entretenir de bonnes relations avec les décideurs, le personnel administratif municipal et les membres de la communauté qui sont réceptifs à des changements en matière de politique.
  - Ces personnes se heurteront probablement à une résistance de la part des autres au sein de la municipalité et auront besoin de votre soutien pour contrer l'opposition à la politique.

## ► Identifying and Working with Champions

### Identifying Opinion Leaders/Champions (en anglais seulement)

Valente, T.W and P. Pumpuang (2007). *Identifying Opinion Leaders to Promote Behavior Change*. *Health Education* 34: 881.

Ce document expose dix stratégies pour identifier les leaders d'opinion.

<http://policyreadinesstool.com/useful-resources>

### Engaging Innovative Advocates as Public Health Champions (en anglais seulement)

FHI, *The Science of Improving Lives*

Un court guide qui présente aux lecteurs un modèle de revendication par des champions et décrit les principales stratégies pour travailler avec des champions et leaders d'opinion.

<http://www.fhi.org/NR/rdonlyres/eqdet4k5um4nnujqxdyxi44rssbvmczrme7di4muqqubjffparoroyb2vp2k2iy4odlqr5fepllh/RUchampions.pdf>

### The Proper Feeding and Care of a Champion – The Health Advocacy Toolbox (en anglais seulement)

Connecticut Health Policy Project

Cette page Web fournit des conseils et des stratégies pour collaborer avec des champions pour promouvoir des changements en matière de politique.

<http://www.cthealthpolicy.org/toolbox/advocacy/champion.htm>

## Fournissez des outils et des mesures incitatives pour l'adoption d'une politique.

1. Des outils et des mesures incitatives peuvent être utilisés pour promouvoir l'adoption d'une politique en facilitant la mise en oeuvre de la politique proposée et des avantages accrus pour la municipalité.
  - Exemples **d'outils**:
    - » La création d'un guide en matière de politiques pour aider la municipalité dans le processus entier de développement de la politique et
    - » Fournir aux municipalités un modèle vierge de politique.
  - Exemples de mesures **incitatives**:
    - » Promesses de financement ou garanties de financement lors de l'adoption de la politique,
    - » reconnaissance verbale,
    - » prix formels, et
    - » positionnement stratégique de la municipalité à titre de leader.
2. Fournir aux municipalités le soutien pour les aider à définir les objectifs, fixer les cibles et faciliter l'adoption de la politique.
  - Regroupez la municipalité avec une agence ou une organisation non gouvernementale locale qui a des intérêts dans l'enjeu et peut fournir à la municipalité un soutien continu au fur et à mesure qu'elle progresse dans le processus de changement de politique.

En plus des principales stratégies identifiées pour travailler avec les municipalités majoritaires, [cliquez ici](#) pour voir les stratégies (et ressources) primordiales pour un changement en matière de politique et qui s'appliquent aux trois catégories d'adoptants.



## ► Outil pour l'adoption d'une politique

### Lieux publics sans fumée : vous pouvez y arriver

*Santé Canada*

Une ressource facile à utiliser, conçue par Santé Canada pour aider les municipalités et les communautés à travers les différentes étapes de la planification, de la mise en œuvre et de l'évaluation des règlements et politiques des non-fumeurs.

<http://www.hc-sc.gc.ca/hc-ps/pubs/tobac-tabac/sfpp-fslp/index-fra.php>

### Healthy Meeting Policy (en anglais seulement)

*Eat Smart Meet Smart – How to Plan and Host Healthy Meetings, Events and Conferences*

Un supplément au guide «Eat Smart Meet Smart»; ce document est un exemple d'un modèle simple de politique pour le lieu de travail.

<http://www.healthyalberta.com/Documents/Eat-Meet-Smart-policy.pdf>

### Healthy School Policies (en anglais seulement)

*EverActive Schools*

Faisant partie du site des EverActive Schools, cette page contient des informations et des exemples liés aux politiques publiques sur la santé dans les écoles.

<http://www.everactive.org/healthy-school-policy>

### A Policy-Makers Guide to Tobacco-Free Policies for Parks, Playgrounds and Athletics

(en anglais seulement)

*The Association for Non-smokers, Minnesota*

Ce document présente des stratégies et des exemples pour l'élaboration des politiques sans tabac, avec un accent sur les juridictions au sein de l'État du Minnesota (États-Unis).

<http://www.makeityourlast.com/html/Policy%20Makers%20Guide%20to%20Tobacco%20Free%20Park%20Policies.pdf>

### Guide for a Tobacco-Free Campus: Why We Should Make Campuses Tobacco-Free— and How To Do It (en anglais seulement)

*Action on Smoking and Health, Australia*

Ce guide a été créé pour aider les défenseurs à promouvoir l'adoption et la mise en œuvre des politiques de réduction du tabagisme sur les campus; des exemples de politiques antitabac sont inclus.

[http://www.leavethepackbehind.org/pdf/Tobacco\\_Free\\_Campus\\_Guide\\_web\\_final.pdf](http://www.leavethepackbehind.org/pdf/Tobacco_Free_Campus_Guide_web_final.pdf)

## ► Exemples de mesures incitatives

### The Iron Lung Award (en anglais seulement)

*The Lung Association of Alberta & Northwest Territories*

Ce prix honore ceux qui travaillent à améliorer la santé pulmonaire en Alberta et aux Territoires du Nord-Ouest par l'entremise d'idées et de projets novateurs.

[http://www.ab.lung.ca/site/iron\\_lung\\_award](http://www.ab.lung.ca/site/iron_lung_award)

## Stratégies à utiliser avec les municipalités «adoptants tardifs»

Vous pouvez utiliser plusieurs des mêmes stratégies pour les «adoptants tardifs» comme vous le feriez avec les municipalités innovatrices et majoritaires. Cependant, il est important de comprendre que la réalisation d'un changement de politique est généralement un processus long et lent et qu'elle sera particulièrement difficile avec ce groupe. Les adoptants tardifs doivent être traités avec soin, car ils sont généralement réticents au changement. Souvent, les lois provinciales peuvent être nécessaires pour forcer ces municipalités à adopter des politiques. Considérant cela, vous pouvez déterminer si le moment est propice pour travailler avec le gouvernement provincial pour faciliter le changement à l'échelle provinciale au lieu de cibler ces municipalités spécifiques.

### Informer les décideurs au sujet de l'enjeu

1. Obtenez des engagements des décideurs clés à en apprendre davantage sur la question.
  - Les adoptants tardifs ont tendance à se méfier des nouvelles idées et cherchent plutôt à maintenir le statu quo. Informer les décideurs au sujet d'un enjeu est le premier pas pour faire cesser les idées fausses et changer les mentalités.
2. Tenez les décideurs au courant en leur fournissant des informations à jour sur de nouvelles données probantes, des actions et d'autres expériences des autres juridictions et des changements au niveau provincial qui pourraient avoir une influence sur l'enjeu et l'adoption de politiques.
  - Essayez de rester sur l'agenda politique sans exaspérer les décideurs.

## Resources

### ► Travailler avec les décideurs

#### **Influencing Decision-Makers** (en anglais seulement)

*Heart Health Resource Centre*

Ce bulletin de 12 pages donne un aperçu des défenseurs de la politique de longue date sur les tactiques à utiliser pour promouvoir un changement en matière de politique. Cette édition du bulletin est spécifiquement axé sur l'influence envers les décideurs afin de promouvoir un changement de politique.

[http://www.hhrc.net/pubs/hh\\_newsletters/@heart\\_25b.pdf](http://www.hhrc.net/pubs/hh_newsletters/@heart_25b.pdf)

#### **The Health Advocacy Tool-Box – Tools and Templates** (en anglais seulement)

*Connecticut Health Policy Project*

Cette page Web contient une mine de conseils et de stratégies de promotion. Cliquez sur le lien «tools and templates» pour plus d'informations relatives aux visites, téléphones et lettres aux responsables des politiques.

<http://www.cthealthpolicy.org/toolbox/Default.htm>

## Fournissez des données probantes démontrant que les avantages du changement de politique l'emportent sur les coûts.

1. Fournissez des données probantes pour illustrer l'appui scientifique et public qui existe en faveur de l'adoption de politiques.
  - Lorsque vous fournissez des preuves de l'appui du public, concentrez-vous sur le soutien qui existe tant au sein de la municipalité (la régie interne et la communauté) que parmi les municipalités voisines.
2. Démontrez comment des municipalités ayant des caractéristiques similaires ont adopté et mis en oeuvre avec succès la politique proposée.
  - Il est important de souligner l'impact positif que la politique a eu sur ces communautés.
3. Insistez sur les risques et les effets néfastes du maintien du statu quo (par exemple, ne pas adopter la politique).

### Resources

#### ► Travailler avec des données probantes

##### **Towards Evidence Informed Practice - Learning Module Two - Making Evidence Work for You**

(en anglais seulement)

*Ontario Public Health Association*

C'est un excellent outil pour ceux qui souhaitent travailler avec des données probantes pour promouvoir la santé. Cet ouvrage traite de quelles sont les données probantes, où les trouver et comment elles peuvent être générées et appliquées pour accroître l'efficacité des programmes en matière de promotion de la santé.

[http://teip.hrc.net/tools/learning/module\\_2/index.html](http://teip.hrc.net/tools/learning/module_2/index.html)

#### ► Comment formuler votre message sur la santé

##### **Strategy Planning for Tobacco Control Advocacy Guide** (en anglais seulement)

*American Cancer Society*

Ce manuel a été conçu pour les intervenants cherchant à réduire la présence du tabac, mais il s'applique également aux individus intéressés à encourager toutes sortes de saines politiques publiques.

Particulièrement, le troisième chapitre contient des stratégies efficaces pour adapter des messages d'intervention à un public cible.

[http://www.strategyguides.globalink.org/pdfs/guide1\\_AdvocacyGuide.pdf](http://www.strategyguides.globalink.org/pdfs/guide1_AdvocacyGuide.pdf)

##### **Designing and Implementing an Effective Tobacco Counter-Marketing Campaign - Chapter Nine, Media Advocacy** (en anglais seulement)

*Center for Disease Control and Prevention*

Faisant partie d'une série de travaux, ce chapitre sur la pression médiatique inclut des informations utiles sur la rédaction de messages promotionnels pour atteindre vos objectifs politiques.

[http://www.cdc.gov/tobacco/stateandcommunity/counter\\_marketing/manual/index.htm](http://www.cdc.gov/tobacco/stateandcommunity/counter_marketing/manual/index.htm)

Pour obtenir des ressources supplémentaires sur la formulation de messages de promotion, voir la section des ressources sur les pressions par l'entremise des médias.

### ► Évaluation des coûts et des bénéfices du changement de politique

#### **Guidelines on Assessing Policy Options – Cost/Benefit Analysis Framework** (en anglais seulement)

*Ministry of Economic Development, Manatu Ohanga, New Zealand*

Ce guide a été créé pour aider les analystes des politiques à évaluer leurs options politiques. Il comprend à la page cinq une introduction utile à la réalisation d'une analyse coûts/avantages.

[http://www.med.govt.nz/templates/MultipageDocumentPage\\_\\_\\_\\_26466.aspx](http://www.med.govt.nz/templates/MultipageDocumentPage____26466.aspx)

#### **Health Impact Assessment (HIA)** (en anglais seulement)

*World Health Organization*

Une étude d'impact sur la santé est un outil qui peut vous aider à évaluer les impacts des politiques, des plans et des projets sur la santé. Cette page Web, développée par l'Organisation mondiale de la Santé, décrit le concept de l'étude d'impact sur la santé et fournit des outils et des directives pour déterminer s'il convient d'en mener une dans votre communauté.

<http://www.who.int/hia/tools/en/>

#### **Investing in Prevention: The Economic Perspective** (en anglais seulement)

*Public Health Agency of Canada*

Ce document fournit un aperçu de l'économie de la prévention au Canada et sert de document d'information utile pour ceux qui travaillent avec des données probantes pour illustrer les avantages d'une politique de santé publique.

<http://www.phac-aspc.gc.ca/ph-sp/pdf/preveco-eng.pdf>

## Établissez des relations stratégiques avec les membres clés des collectivités

1. Utilisez des opportunités telles que les élections pour développer et renforcer vos relations avec les élus.
  - Rencontrez chaque candidat au début de la campagne et pour les informer sur la question. Après l'élection, maintenez des relations avec les candidats élus tout au long de leur mandat et n'hésitez pas à leur rappeler leurs intentions pré-électorales. Concentrez-vous sur les candidats qui sont les plus réceptifs au changement.
2. Développez des relations avec les principaux intervenants et les membres respectés de la communauté.
  - Rappelez-vous que ce processus peut demander plus de temps qu'avec les municipalités innovatrices et majoritaires; planifiez donc en conséquence.

### ► Identifier et travailler avec les champions

#### Identifying Opinion Leaders/Champions (en anglais seulement)

Valente, T.W and P. Pumpuang (2007). *Identifying Opinion Leaders to Promote Behavior Change. Health Education* 34: 881.

Ce document décrit dix stratégies pour identifier les leaders d'opinion.

<http://policyreadinesstool.com/useful-resources>

#### Engaging Innovative Advocates as Public Health Champions (en anglais seulement)

FHI, *The Science of Improving Lives*

Ce guide présente aux lecteurs le processus de planification du programme de promotion de la santé. La deuxième étape du guide fournit une introduction détaillée au concept de l'évaluation situationnelle et inclut le «comment faire» pour réaliser un projet dans votre communauté.

<http://www.fhi.org/NR/rdonlyres/eqdet4k5um4nnujqxdyngi44rssbvmczrme7di4muqqubjffparoroyb2vp2k2iy4odlqr5fepllh/RUchampions.pdf>

#### The Proper Feeding and Care of a Champion – The Health Advocacy Toolbox (en anglais seulement)

Connecticut Health Policy Project

Cette page Web fournit des conseils et des stratégies pour collaborer avec des champions pour promouvoir des changements en matière de politique.

<http://www.cthealthpolicy.org/toolbox/advocacy/champion.htm>

## Comprendre les besoins uniques de la municipalité et s'occuper des obstacles sous-jacents

1. Travailler avec la municipalité pour développer une approche pour répondre à leurs besoins spécifiques pour ainsi créer un engagement dès le début ainsi que développer leur compréhension de l'enjeu.
  - Des communautés différentes ont des besoins différents et peuvent exiger des approches différentes pour la même question. Reconnaître ce fait est particulièrement important lorsqu'il s'agit d'adoptants tardifs car ils ont plus de réserves quant à l'adoption de la politique en question.
  - Les adoptants tardifs ont tendance à exiger plus de preuves et d'information sur la communauté pour orienter l'action. Pour cette raison, il peut être avantageux de procéder à une évaluation situationnelle.
    - » Une évaluation situationnelle permet de déterminer les besoins et les forces d'une communauté. Elle implique l'examen de facteurs tels que l'environnement politique et économique, les principaux intervenants, la littérature et les évaluations précédentes ainsi que la vision globale de la communauté.<sup>13</sup>
    - » Il est important de noter que la réalisation d'une évaluation situationnelle nécessite beaucoup de temps et d'énergie et n'est pas appropriée ou nécessaire pour chaque situation.
  - Sachez reconnaître les obstacles au changement de politique et identifiez comment ils peuvent être abordés.
    - » Lorsque vous travaillez avec des adoptants tardifs, il y a souvent des barrières sous-jacentes interdisant l'adoption de politique. Ces obstacles peuvent résulter d'un certain nombre de facteurs, comme un point de vue idéologique spécifique, un manque de ressources ou des capacités limitées. Pour réussir à influencer l'orientation politique d'un adoptant tardif, vous devez reconnaître quelles sont ces barrières et comment elles peuvent être abordées.

13. The Advocacy Institute, 1998; Wallack and Dorfman, 1995.

2. Brisez les mythes (au sujet de l'impact de l'adoption d'une politique) et établissez la légitimité des preuves sur la question.
  - Des mythes entourent souvent des changements de politique proposés. Malheureusement, la preuve peut ne pas toujours être suffisante ou adéquate pour briser ces mythes puisque les municipalités d'adoptants tardifs peuvent être sceptiques quant à la légitimité de la preuve ou de sa source.
  - Un moyen efficace d'accroître la légitimité de la preuve est de travailler avec les membres de la communauté qui sont bien respectés, réceptifs au changement et qui sont prêts à travailler pour l'adoption de politiques.
3. Soyez prêt à contrer les arguments de l'opposition.
  - Travaillez avec les intervenants clés pour anticiper les arguments potentiels contre la politique proposée et élaborer des réponses possibles.
4. Assurez des ressources (exemple: argent, temps, matériel) à la municipalité pour surmonter les barrières (si disponibles).
  - Identifiez les réserves de ressources disponibles pour la communauté. Par exemple, des coalitions communautaires peuvent souvent demander des subventions pour soutenir la défense des politiques. Les groupes sans but lucratif locaux ou provinciaux sont souvent de bonnes sources de modèles et de matériel qui peuvent être utilisés pour appuyer l'élaboration des politiques.

## Resources

### ► Réaliser une évaluation situationnelle

#### **Introduction to Health Promotion Program Planning** (en anglais seulement)

*The Health Communication Unit*

Ce guide présente aux lecteurs le processus de planification du programme de promotion de la santé. La deuxième étape du guide fournit une introduction détaillée au concept de l'évaluation situationnelle et inclut le «comment faire» pour réaliser un projet dans votre communauté.

<http://www.thcu.ca/infoandresources/publications/Planning.wkbk.content.apr01.format.oct06.pdf>

### ► Fournir des ressources

#### **Subventions et opportunités – Financement**

*Santé Canada*

Une liste des possibilités de financement disponible par le biais de Santé Canada.

<http://www.hc-sc.gc.ca/ahc-asc/finance/index-fra.php>

#### **Subventions et contributions – Programmes de financement**

*Agence de la santé publique du Canada*

Une liste de possibilités de financement disponible par le biais de l'Agence de la santé publique du Canada

<http://www.phac-aspc.gc.ca/fo-fc/2programs-fra.php>

#### **Getting Funding** (en anglais seulement)

*Alberta Health Services*

Cette page Web fournit des informations sur les possibilités de financement pour les organismes sans but lucratif, y compris des coalitions anti-drogue en communauté qui travaillent à régler les problèmes de toxicomanie et de jeu au sein de la communauté.

<http://www.albertahealthservices.ca/2707.asp>

## Mobilize the Community to Take Action and Move the Issue Forward

1. Incitez la communauté à agir pour faire avancer le dossier.
  - Habilitier les membres réceptifs du public à prendre des mesures sur la question.
  - Il est souvent nécessaire de faire pression auprès d'une municipalité d'adoptants tardifs pour faciliter le changement de politique, il est donc important de faire participer le public et les encourager à agir.
  - Comme principale stratégie, faites pression par l'entremise des médias.
    - » La pression par l'entremise des médias est l'utilisation stratégique des médias de masse, combinée à d'autres stratégies de promotion pour influencer le débat public et encourager un changement de politique.
  - Mettez un éventail de ressources, tels que modèles de lettres et pétitions, à la disposition de la communauté pour l'inciter à s'impliquer.
2. Travaillez pour gagner l'appui du public, et ensuite utilisez cet appui pour obtenir l'engagement des décideurs.
3. Créez un lien avec le public en utilisant des données probantes et des cas de succès.
  - Il est important d'encourager le dialogue public et de travailler avec différents intervenants, comme les médias, les membres locaux sans but lucratif et les membres réceptifs de la communauté pour parvenir à l'acceptation de la collectivité sur la question.
4. Envisagez des stratégies qui « discréditent » publiquement la municipalité.
  - En général, les municipalités ne veulent pas être considérées comme des adoptants tardifs et, par conséquent, des tactiques négatives peuvent réussir dans certaines circonstances. Il s'agit ici d'une stratégie plus agressive et nécessite un examen attentif des conséquences potentielles sur les efforts actuels et futurs pour établir des bonnes relations. Cette stratégie doit être envisagée seulement si tous les autres efforts pour engager les décideurs ont échoué.

### ► Engagement communautaire et mobilisation

### Resources

#### **The Tamarack Institute for Community Engagement - Resource Library** (en anglais seulement)

*The Tamarack Institute for Community Engagement*

Ce site est consacré à l'engagement communautaire et le renforcement des capacités à mettre en œuvre le changement social à la source. La collection de ressources a une variété de guides relatifs à l'engagement, au renforcement des capacités et à l'apprentissage communautaire.

<http://tamarackcommunity.ca/g3s4.html>

#### **The Citizen's Handbook** (en anglais seulement)

*The Vancouver Citizens Committee*

Ce site propose un guide complet pour ceux qui s'intéressent au développement communautaire et à l'organisation locale. <http://www.vcn.bc.ca/citizens-handbook/>

#### **Turn Up the Heat** (en anglais seulement)

*Alberta Association of Registered Nurses*

Rédigé pour les infirmières de l'Alberta, ce document donne un aperçu des interventions et pourquoi il est important pour les praticiens de la santé de s'impliquer pour tenter d'influencer le gouvernement. Le guide propose également une analyse utile des outils et tactiques communs utilisés dans les campagnes de sensibilisation communautaires. <http://www.nurses.ab.ca/pdf/AdvocacyGuidefinal.pdf>

### ► Pressions par l'entremise des médias

#### **Media Advocacy Workbook** (en anglais seulement)

*The Health Communication Unit*

Guide complet sur la mise en œuvre d'une campagne médiatique de sensibilisation réussie. Le chapitre huit se concentre sur le développement et la présentation de messages médiatiques clés.

[http://www.thcu.ca/resource\\_db/pubs/497736921.pdf](http://www.thcu.ca/resource_db/pubs/497736921.pdf)

#### **Blowing Away the Smoke: A Series of Advanced Media Advocacy Advisories for Tobacco Control Advocates** (en anglais seulement)

*Advocacy Institute*

Ce lien contient une série de six guides sur la pression médiatique. Ces documents bien écrits et informatifs ont été créés pour être utilisés par les défenseurs de la lutte au tabagisme, mais peuvent aussi profiter aux défenseurs faisant la promotion de toutes formes de politique publique sur la santé.

<http://www.strategyguides.globalink.org/resources01.htm>

### ► Exemples d'humiliation publique

#### **Fame and Shame Awards** (en anglais seulement)

*The Parents Jury, Australia*

Cette cérémonie annuelle de remise de prix permet aux membres du Jury de Parents (Australie) de déterminer si les techniques utilisées par des fabricants alimentaires et des spécialistes en marketing pour attirer aux enfants méritent d'être publiquement célébrées ou humiliées.

<http://www.parentsjury.org.au/fame-and-shame-awards>

#### **2011 Report Card on Physical Activity for Children and Youth** (en anglais seulement)

*Active Healthy Kids Canada*

Document informatif basé sur des données probantes, ce bulletin fournit des informations sur le taux de succès du Canada en termes d'offrir des possibilités pour les enfants et les jeunes pour être physiquement actifs.

[http://www.activehealthykids.ca/ecms.ashx/ReportCard2011/AHKC2011\\_ShortForm\\_ENG\\_FINAL.pdf](http://www.activehealthykids.ca/ecms.ashx/ReportCard2011/AHKC2011_ShortForm_ENG_FINAL.pdf)

#### **Report Card on Tobacco Funding at Alberta Post-Secondary Institutions** (en anglais seulement)

*Action on Smoking and Health*

Sorti en 2008, ce bulletin de notes classe les institutions post-secondaires en fonction de leurs relations financières avec les compagnies de tabac. Cliquez sur «Report Card on Tobacco Funding at Alberta Post-Secondary Institutions, November 2008», pour voir le document.

<http://www.ash.ca/news/press.htm>

En plus des stratégies clés identifiées pour travailler avec des adoptants tardifs, [cliquez ici](#) pour voir des stratégies (et ressources) importantes de changement en matière de politiques qui s'appliquent aux trois catégories d'adoptants.



## Annexe

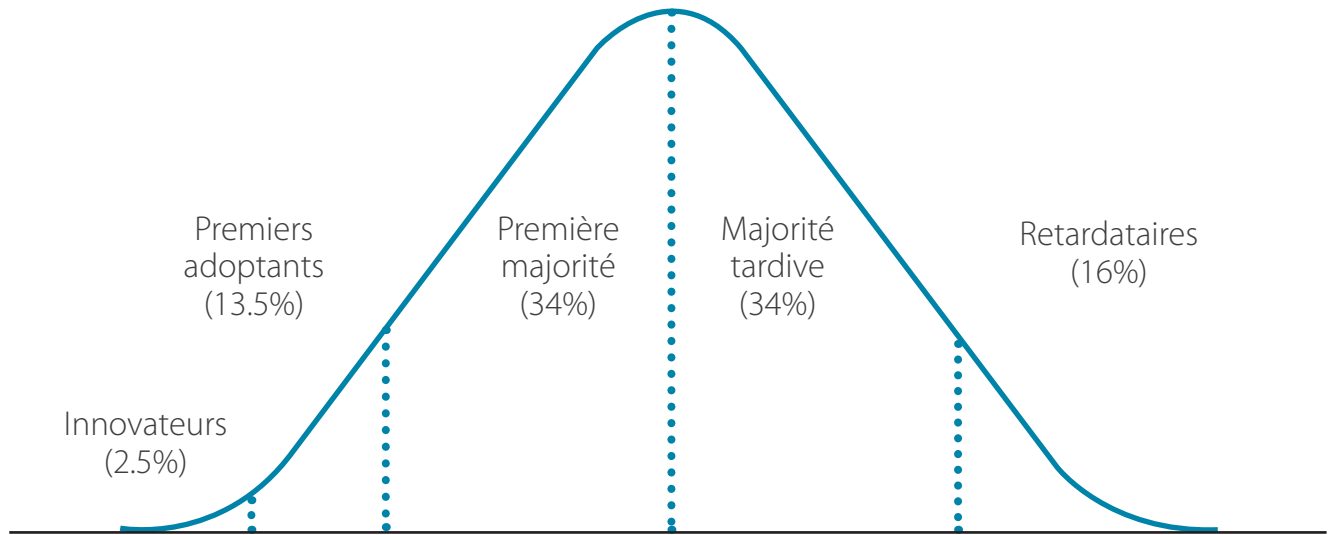
### La théorie de la diffusion de l'innovation de Rogers

Pour l'outil d'analyse des politiques, les cinq catégories d'adoptants de Rogers ont été regroupées en trois. Ceci a été fait pour faciliter l'applicabilité sur le terrain et pour s'assurer que l'outil d'analyse des politiques soit simple à utiliser, facile à mettre en œuvre et que les utilisateurs puissent l'appliquer à une variété de situations politiques. Les cinq catégories originales d'adoptants de Rogers incluent: (1) les innovateurs, (2) les premiers adoptants, (3) la première majorité, (4) la majorité tardive, et (5) les retardataires. (Le tableau 1 fournit une description détaillée de ces catégories d'adoptants.) Qu'une municipalité soit un premier adoptant ou un adoptant tardif peut être déterminé en examinant le taux d'adoption de politiques au fil du temps, ce qui tend à suivre une courbe de diffusion en forme de S (voir figure 1).

Tableau 1: Caractéristiques des catégories d'adoptants

Type d'adoptant	Caractéristiques
<b>Innovateurs (2.5 %)</b>	Les innovateurs sont décrits comme audacieux et montrent une forte propension à prendre des risques. Ils sont fiers d'être l'un des premiers à tenter une nouvelle initiative (par exemple, règlement ou politique). Les innovateurs sont capables de faire face à un haut degré d'incertitude quant à la politique qu'ils adoptent. Ils sont généralement disposés à tolérer quelques problèmes initiaux qui peuvent accompagner les nouvelles politiques municipales, mais ils sont capables d'identifier des solutions à ces problèmes.
<b>Premiers adoptants (13.5 %)</b>	Les premiers adoptants servent de modèle pour les autres (par exemple, les autres municipalités). Ces municipalités sont attirées par les politiques ou les initiatives à haut risque et haute récompense.
<b>Première majorité (34%)</b>	La première majorité est décrite comme délibérée, car ils ont besoin de temps pour décider à adopter ou non une nouvelle idée. Ils adoptent de nouvelles initiatives ou politiques, juste avant la municipalité moyenne. Ce groupe mène rarement le peloton quand il s'agit d'adopter de nouvelles initiatives ou politiques. Ils sont de la philosophie qu'il est préférable de changer en tant que groupe, puis d'être l'un des premiers à changer.
<b>Majorité tardive (34%)</b>	La majorité tardive est décrite comme étant sceptique et traditionnelle et exige généralement la preuve qu'une innovation fonctionne avant d'aller de l'avant. Ils attendent habituellement que la majorité des autres municipalités mette en œuvre une politique ou une initiative nouvelle avant de la mettre en œuvre eux-mêmes. Généralement, la pression des autres municipalités est nécessaire pour qu'ils adoptent une politique.
<b>Retardataires (16%)</b>	Les retardataires sont sceptiques quant à de nouvelles idées et préfèrent maintenir le statu quo, ils sont le dernier groupe à adopter une nouvelle initiative ou politique. Les décisions sont prises en fonction de ce qui a été fait précédemment.

Figure 1. Courbe d'adoption pour la théorie de la diffusion de l'innovation de Rogers



Source: Table 1 and Figure 1 were produced based on information provided from Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovations* (New York: Free Press, 2001).



