

TABLE RONDE

## ENJEUX SOCIAUX ET DE SANTÉ : LES POLITIQUES, À L'ÉCOUTE ?

★ INTRODUCTION

PAR **MARINETTE MORMONT**  
*Fédération des maisons médicales*

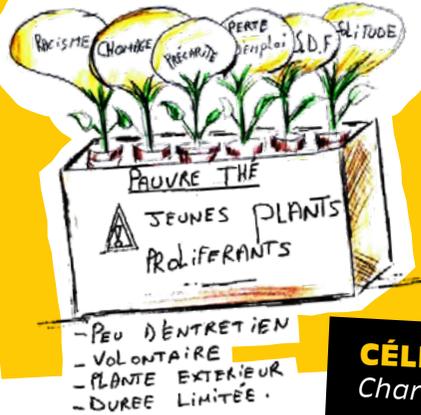
Alors que le lobbying puise ses origines dans les couloirs des bâtiments institutionnels empruntés par les représentants d'intérêts privés pour discuter de manière privée et directe avec les politiques, le plaidoyer est, quant à lui, une pratique qui appartient plus au monde associatif.

Il s'agit d'un ensemble d'activités qui visent à influencer les décisions politiques : des pratiques communautaires, des campagnes, des rapports...

Né dans les années '50 aux États-Unis, le plaidoyer s'est étendu aujourd'hui aux Organisations Non Gouvernementales jusqu'aux associations de plus petite taille. Au fil des années, le plaidoyer s'est de plus en plus professionnalisé. Néanmoins, les ONG et associations font face à des groupes d'entreprises qui bénéficient de moyens beaucoup plus conséquents que ceux dont elles disposent.

➡ **Dans ce contexte, plusieurs enjeux sont en question :**

- Comment **peser politiquement**, lorsqu'on est une plus petite structure ?
- **Où mettre le curseur** entre culture de militance et négociation ?
- Comment faire du plaidoyer alors que l'information, et la désinformation, se propagent en masse et que choisir des sources **indépendantes** devient une nécessité ?
- Comment replacer **l'intérêt humain** au centre des actions de plaidoyer ?



**CÉLINE DEVILLE**

Chargée de mission, RWLP

## POURQUOI DU PLAIDOYER ?

➡ ENJEUX ET CONSTATS À L'ORIGINE DES ACTIONS DE PLAIDOYER

Le réseau est né il y a une quarantaine d'années de la volonté d'**agir sur les causes de la pauvreté**. Depuis, la situation n'a pas changé et la lutte contre les inégalités et pour une société sans pauvreté est toujours d'actualité. Le message de plaidoyer du RWLP est construit **avec des témoins** de vécu militant, à partir de leur expérience et de leurs priorités. Parmi les sujets de travail, le réseau est engagé dans la **déconstruction des représentations** sur la pauvreté et les pauvres. Il se focalise également sur des sujets plus spécifiques tels que le statut de cohabitant et le logement pour plaider des avancées concrètes et matérielles.

## COMMENT FAIRE DU PLAIDOYER ?

➡ LES STRATÉGIES MISES EN PLACE

**Dans le réseau, l'attention et l'énergie des membres est dirigée vers les politiques**, il faut imposer ses points à l'ordre du jour même si les causes à défendre ne se trouvent pas dans l'agenda politique. Il est donc important d'identifier des **points de convergence** possibles et de faire des liens avec les revendications du réseau. L'utilisation de **chiffres** et de **témoignages** permet de bousculer les politiques lors de rencontres et appuie l'argumentaire des membres.

Les solutions proposées aux politiques et aux pouvoirs subsidiaires sont le fruit des réflexions d'un groupe de travail qui se réunit régulièrement pour discuter de sujets communs et formuler collectivement des solutions. Ce processus permet également de déculpabiliser les individus par rapport à leur situation personnelle. Une grande importance est ainsi accordée à **l'expérience du vécu**, aussi par la création du rôle de 'facilitateur en réduction des inégalités' au sein du réseau.

Le réseau organise également des "rencontres en circuit court" où les militant·es s'adressent **directement** à l'ensemble des représentant·es des partis politiques dans un cadre d'écoute réciproque. À la suite des échanges, le réseau opère une analyse pour identifier les "portes ouvertes", où il sera possible d'influencer les décisions politiques.

De manière générale, afin de maximiser l'impact des actions, il semble nécessaire de **varier les stratégies** en fonction de la "cible" et du "statut", de la position qu'on a et de l'avancée du plaidoyer sur le sujet. Le réseau participe aussi à des actions militantes, telles que l'affichage nocturne, des manifestations. Il est également primordial de nouer des alliances pour peser dans les actions de plaidoyer auprès des politiques mais aussi de la population.

## QUEL MESSAGE-CLÉ DEVONS-NOUS RETENIR ?

Il est essentiel de travailler avec les publics concernés, mettre tout en place pour que la participation soit effective. La participation de tou·tes se réfléchit avant et partout. Cela passe par un accueil inconditionnel, la capacité de s'adapter, d'accepter les petits nombres (en ayant conscience que le groupe ne sera pas représentatif de l'ensemble des personnes concernées), de compléter ces témoignages par ceux récoltés lors de rencontres dans les milieux de vie.

**RÉSEAU WALLON DE LUTTE  
CONTRE LA PAUVRETÉ (RWLP)**

POUR PLUS D'INFORMATIONS : **RWLP.BE**

CONTACT : **BUREAU@RWLP.BE**

Illustration : EDDY GODEAU



**LORA VERHEECKE**

*Autrice et contributrice,  
Observatoire des multinationales*

## POURQUOI DU PLAIDOYER ?

➡ ENJEUX ET CONSTATS À L'ORIGINE DES  
ACTIONS DE PLAIDOYER

L'observatoire des multinationales porte un regard, entre autres, sur les stratégies de lobbying au niveau de l'Union européenne. À ce niveau politique, l'Observatoire constate un manque de contrepouvoir : ni les médias ni les pouvoirs nationaux n'accordent assez d'attention aux événements et décisions politiques prises au niveau européen. Cela a pour conséquence que la population dispose de très peu d'informations sur les relations entre les lobbyistes et les fonctionnaires des institutions européennes et des problématiques importantes passent sous le radar ou arrivent trop tard sur la scène publique. Par exemple, les lobbies, tels que la Fédération européenne des associations et industries pharmaceutiques (EFPIA), influencent en profondeur la politique menée sur les questions de santé. De plus, ces lobbies vont imposer leur vision et faire passer leur intérêt comme besoin public, on le voit avec l'omniprésence des partenariats public-privé. Les enjeux liés aux déterminants de santé et à la santé globale sont mis de côté, pour se concentrer sur les enjeux de rentabilité.

## COMMENT FAIRE DU PLAIDOYER ?

➡ LES STRATÉGIES MISES EN PLACE

Pour des associations qui poursuivent des actions de plaidoyer auprès des politiques, il n'est pas nécessaire de participer à des actions de militantisme. Cependant, il est essentiel de **se concerter avec les activistes militant·es** pour les mêmes causes, afin de renforcer la complémentarité et donc l'efficacité dans l'action. Par exemple, dans le cas du glyphosate, l'action s'est articulée entre un groupe qui a envahi les bureaux des lobbies et un autre constitué d'interlocuteur·ices en dialogue avec les politiques. Les deux groupes ont construit une confiance mutuelle, du respect, ce qui a permis de se nourrir l'un l'autre dans les messages portés et dans l'action.

Le plaidoyer de l'Observatoire des multinationales consiste à **politiser** et **dévoiler** les dynamiques et décisions politiques au niveau européen à la population. Il plaide non seulement pour plus de **transparence** dans le lobbying, mais cherche aussi à créer plus d'espaces de **débats** et des **voix contradictoires** : la transparence n'est pas suffisante pour assurer que les intérêts de la population soient respectés. L'observatoire plaide également pour que les médias nationaux s'intéressent et questionnent les actions des député·es au niveau européen.



Photo : Commission Européenne

## QUEL MESSAGE-CLÉ DEVONS-NOUS RETENIR ?

Il est important de s'intéresser aux sujets européens et de voir comment les député·es européen·nes se positionnent dans les débats. Il est également nécessaire de travailler à créer des alliances européennes, pour être plus fort·es ensemble.

**OBSERVATOIRE DES MULTINATIONALES** - ENQUÊTES ET VEILLE  
CITOYENNE POUR LA DÉMOCRATIE  
ÉCONOMIQUE

POUR PLUS D'INFORMATIONS :  
**MULTINATIONALES.ORG**

CONTACT :  
**OBSERVATOIRE**  
**@MULTINATIONALES.ORG**



**LOUISE-MARIE DROUSIE**

Coordinatrice du pôle pédagogique,  
O'YES ASBL

## POURQUOI DU PLAIDOYER ?

### ➡ ENJEUX ET CONSTATS À L'ORIGINE DES ACTIONS DE PLAIDOYER

En 2017, O'YES faisait le constat que de nombreuses questions persistaient chez les jeunes après les animations EVRAS (éducation à la vie relationnelle affective et sexuelle) et que les professionnel·les de l'EVRAS déploraient un manque de ressources et l'absence de stratégies intersectorielles créant une disparité de pratiques sur le territoire qui posait question. De ces deux problématiques, O'YES et la Fédération Laïque des Centres de Planning familial (FLCPF) ont décidé de créer les **stratégies concertées** EVRAS entre les acteurs du secteur. Le guide EVRAS est ainsi né d'une **demande du terrain**, et il a trouvé le soutien des pouvoirs publics dans l'**accord de coopération** de 2023.

## COMMENT FAIRE DU PLAIDOYER ?

### ➡ LES STRATÉGIES MISES EN PLACE

Le plaidoyer sur l'EVRAS de O'YES a relevé, entre autres, d'une **opportunité** : lorsque la réflexion concernant la mise en place des stratégies concertées EVRAS a figuré parmi les priorités politiques, ce sont directement les politiques qui ont sollicité le secteur et O'YES pour fournir des **documents de synthèse** afin de pouvoir répondre aux **questions parlementaires**. Une fois l'opportunité saisie, la réalité politique s'est parfois révélée en décalage avec la réalité de terrain. De plus, le manque de cohérence entre les niveaux de pouvoir, bien que l'EVRAS ait l'avantage d'être un sujet interministériel, a représenté un important frein dans le travail mené entre les associations et les politiques.

Les arguments de plaidoyer développés sur l'EVRAS s'appuient principalement sur des **textes législatifs** au niveau européen, tels que la convention pour l'enfant, la loi pour la prévention des violences faites aux femmes, etc., sur des **études** et la **littérature scientifiques**.

Dans le cadre des stratégies concertées, qui impliquent différents acteurs, il est important de se concentrer sur les **aspects prioritaires** pour faciliter la création d'un « front commun ». Il y a un travail de **construction** à faire avec les différentes parties prenantes.

Les médias peuvent constituer un **levier** pour la société civile, mais ils peuvent parfois représenter un frein en cas d'instrumentalisation ou de manque d'objectivité.



Pour anticiper des éventuelles sorties de contexte et polémiques infondées, il est important de mettre en place dès le début de la démarche du plaidoyer, une **communication large** : prendre contact de manière proactive avec les médias, outiller les politiques pour répondre aux questions...

## QUEL MESSAGE-CLÉ DEVONS-NOUS RETENIR ?

Faire du plaidoyer nécessite des **compétences** et donc du **temps** pour les acquérir. Il faut s'investir dans des actions qui font du sens pour la société civile. Le **partenariat** et l'**intersectorialité** sont deux éléments importants pour le succès des actions de plaidoyer. Enfin, il ne faut pas oublier d'analyser les expériences passées et d'en tirer des leçons pour les expériences futures.

**O'YES (ORGANIZATION FOR  
YOUTH EDUCATION & SEXUALITY)**  
ANCIENNEMENT SIDA'SOS

POUR PLUS D'INFORMATIONS :  
**O-YES.BE**

CONTACT : **HELLO@O-YES.BE**

## COMMENT FAIRE DU PLAIDOYER ?

### → LES STRATÉGIES MISES EN PLACE

L'alcool est omniprésent dans la société (médias, cinéma, événements culturels, cuisine...) et sa consommation est encouragée. Faire du plaidoyer avec pour sujet l'alcool et sa consommation peut représenter un avantage en termes de visibilité et d'intérêt du plaidoyer par et dans les médias, même si ces derniers sont parfois contradictoires dans les contenus diffusés.

C'est aussi un sujet qui a sa place dans les débats institutionnels. Et ce sont souvent les institutions qui vont solliciter Univers Santé pour fournir un argumentaire ou donner un avis. Ces demandes constituent des moments d'ouverture pour faire passer d'autres messages de plaidoyer.

Univers Santé préfère adopter un **discours modéré**, afin de prévenir le risque d'une mauvaise interprétation des propos défendus. L'asbl est également prudente par rapport aux actions de militantisme pouvant être menées sur le sujet. Sans pour autant les écarter, elle pense nécessaire d'en évaluer la forme pour éviter qu'elles ne se révèlent contre-productives.

## QUEL MESSAGE-CLÉ DEVONS-NOUS RETENIR ?

**Rencontrer les politiques** sur initiative ou à leur demande est souvent nécessaire pour développer son plaidoyer. De même qu'être présent au début et à la fin des négociations d'un texte législatif, et de **participer aux travaux des organes d'avis**. Enfin, il est important de dénoncer et nommer les faits, tout en faisant attention à l'instrumentalisation éventuelle des messages pour lesquels on plaide.

## POURQUOI DU PLAIDOYER ?

### → ENJEUX ET CONSTATS À L'ORIGINE DES ACTIONS DE PLAIDOYER

En 2003 une fête étudiante à Louvain-la-Neuve a soulevé des préoccupations concernant la consommation d'alcool chez les étudiant·es. En 2004, à la suite d'un colloque sur le thème « Les jeunes et l'alcool », un **groupe associatif** a été créé pour entamer une réflexion sur la place de l'alcool dans notre société. Le groupe « Jeunes, alcool & société » rassemble aujourd'hui 13 associations pluridisciplinaires et multi-secteurs. Entre 2010 et 2011, les membres décident de porter un **plaidoyer collectif**. Dans ce cadre, Univers Santé a été actif dans plusieurs actions de plaidoyer, parmi elles : en 2006, lors de la publication « Les publicitaires savent pourquoi » lors d'une interpellation du Jury d'Éthique Publicitaire et, depuis 2013, dans le cadre du plan national alcool.

### JEUNES, ALCOOL & SOCIÉTÉ



**UNIVERS SANTÉ ASBL**

POUR PLUS D'INFORMATIONS : [UNIVERS-SANTE.BE](http://UNIVERS-SANTE.BE)

CONTACT : [UNIVERS-SANTE@UCLouvain.be](mailto:UNIVERS-SANTE@UCLouvain.be)