MÉTHODE

# Le plaidoyer en promotion de la santé-environnement

**Mise à jour de cette page :**
29/01/2026

**Annexe**
Télécharger la fiche en pdf

**Auteur** **Promotion Santé Auvergne-Rhône-Alpes** *69008 Lyon*
Réseau d'acteur

Que ce soit pour un problème insuffisamment pris en compte ou des actions priorisées qui ne sont pas les bonnes, les motifs qui conduisent à une stratégie de plaidoyer sont multiples. Dans la charte d'Ottawa, le plaidoyer (advocacy) est mentionné comme une fonction essentielle pour promouvoir la santé. Le plaidoyer apparait donc comme incontournable pour agir sur des problématiques de santé et plus spécifiquement sur des enjeux en santé-environnement. Mais ce terme de plaidoyer, largement utilisé, demeure assez flou dans ses contours et sa mise en œuvre.

Comment définir le plaidoyer ? Quelles sont les étapes d'un plaidoyer ? En quoi un plaidoyer en promotion de la santé-environnement est-il pertinent ? Cette fiche repère apporte des éléments d'éclairage et de méthodes pour répondre à ces questions.

## Le plaidoyer : de quoi parle-t-on ?

Il existe plusieurs définitions du plaidoyer qui convergent pour la plupart mais ne se recouvrent pas toujours. Certaines définitions sont parfois contradictoires entre elles et certaines notions connexes (lobbying, communication d'influence, marketing social…) sont souvent confondues.

Pour Médecins du monde, le plaidoyer est « *une activité consistant à influencer les lieux de pouvoir et de décision à l'aide de leviers multiples, en vue d'obtenir des changements durables de politiques et pratiques ayant un impact direct sur la santé des populations* ». (Qu'est-ce que le plaidoyer à Médecins du monde ?).

Pour Sidaction, « *le plaidoyer est une action politique. C'est un moyen pour la société civile d'influencer les décisions et instances publiques afin de défendre une cause et d'obtenir un changement de société souhaité* » (Construire une stratégie de plaidoyer, Sidaction, 2020)

Dans cette fiche on retiendra la proposition de L. Cambon, qui se réfère à S. Carlisle et qui définit le plaidoyer comme « *un ensemble d'actions individuelles et sociales destinées à gagner un engagement, un soutien politique, une acceptation sociale et un soutien systémique sur un objectif ou un projet* ». (Pragmatisme, persévérance et conviction : Les ingrédients essentiels du plaidoyer en promotion de la santé.- Horizon pluriel, N°30, 2016).

Le plaidoyer est souvent confondu avec le lobbying qui est une pratique qui vise à « *communiquer directement avec des décideurs, soigneusement choisis* » (CHAPUT S.- Plaidoyer pour la santé : Un guide pratique.- Montréal : REFIPS, 2021) et qui vise à influencer spécifiquement la législation. Le lobbying est donc une partie du plaidoyer dont la stratégie est plus large.

En résumé, *« S'il n'existe pas de définition univoque, des éléments constitutifs de la notion demeurent : l'intérêt général, la création de changement et l'obtention d'engagements* ». (Osez le plaidoyer pour la santé ! Culture et santé, 2019).

**La démarche communautaire de plaidoyer**

« La démarche communautaire de plaidoyer [pour la santé] désigne un processus qui amène un groupe de citoyen·ne·s à s'emparer d'une problématique et à se mobiliser pour mener à bien des actions de plaidoyer. […] Les actions, définies par le groupe, visent **des changements structurels, permettant d'agir sur les déterminants de santé et sur les facteurs d'inégalités**. Elles ne s'attachent pas directement à agir sur les situations de vie individuelles mais sur les causes sociétales de ces situations défavorables ».

Cultures & santé- **Osez le plaidoyer pour la santé ! : Balises pour une démarche communautaire**.- Bruxelles : Cultures et santé asbl, 2019.

## 2. Les formes du pouvoir d'action et les cibles d'un plaidoyer

En visant des changements, le plaidoyer questionne le pouvoir d'action possible. Qui a le pouvoir de changer la situation ? Le pouvoir est à entendre comme l'habileté à réaliser ou influencer quelque chose et non comme une forme d'ascendance de quelqu'un sur une ou des personnes. Cela implique de comprendre les formes du pouvoir et leur niveau d'influence.

Dans Construire une stratégie de plaidoyer, Sidaction. 9 types de pouvoir sont identifiés :

- Le pouvoir politique : ministres, maires…
- Le pouvoir législatif : députés, sénateurs…
- Le pouvoir juridique : magistrats…
- Le pouvoir religieux : cardinal, imam, rabbin, personnalité religieuse…
- Le pouvoir culturel : artistes, médias
- Le pouvoir coutumier : chefs traditionnels…
- Le pouvoir scientifique : chercheurs, médecins…
- Le pouvoir économique : chefs d'entreprises, propriétaires terriens…
- Le pouvoir citoyen : individus, électeurs, militants…

Le plaidoyer peut ainsi s'exercer à de multiples niveaux en fonction des pouvoirs liés à la problématique identifiée.

En complément de ces différents types de pouvoirs, S. Chaput (in Plaidoyer pour la santé : Un guide pratique.- REFIPS) identifie des pouvoirs plus symboliques tels que le pouvoir de légitimité (un leader d'opinion, un représentant syndical…), le pouvoir de réputation (popularité d'une personne…). Dans cette typologie, le pouvoir économique réside plutôt dans la possibilité du boycott de certains produits fait par les consommateurs.

Shilton T. identifie lui 5 sphères d'influence qui constituent 5 types de plaidoyer ou de mobilisation (cité par L. Cambon, ibid) :

- Le plaidoyer politique
- Le plaidoyer médiatique
- La mobilisation professionnelle
- La mobilisation communautaire (citoyens, population)
- Le plaidoyer de l'intérieur (par chacun au cœur de son cercle d'influence).

## 3. Les modalités du plaidoyer

Le plaidoyer peut prendre des formes très variées et est d'autant plus efficace qu'il se traduit par des stratégies combinées en fonction des publics visés, des sphères d'influence qui ont chacune leurs spécificités.

- **Envers les politiques, les décideurs, les acteurs institutionnels…**

Exemples : élaboration et diffusion d'un mémorandum à l'occasion d'une élection, rencontres avec un député, soumission ou contestation d'une proposition de loi ou d'une réglementation, interpellation directe de responsables politiques (assemblée, conseil municipal, débat public…), auditions parlementaires …

- **Envers les médias**

Exemples : communiqué de presse, conférence de presse, événement médiatique, intervention dans un journal télévisé ou autre, contenu partagé sur les réseaux sociaux, tribune dans la presse écrite…

- **Envers les professionnels (directeurs, responsables de structure ou de service) via un plaidoyer extérieur ou de l'intérieur**

Exemples : article dans une revue spécialisée, lettre d'information électronique, Site web, réseaux sociaux, conférence, colloque, formation, séminaire…Le plaidoyer de

l'intérieur peut prendre place dans des espaces formels (réunion, séminaire, document de cadrage…) comme informels (déjeuner, pause, rencontres…).

- **Envers ou avec les citoyens**

Les citoyens peuvent à la fois être la cible du plaidoyer ou les acteurs de ce dernier.

Exemples : agitation publique, course pour une cause (marathon), manifestation, marche, signature de pétition, colloque, pièce de théâtre et théâtr'action, happening, atelier, réseaux sociaux…

Au-delà de la simple implication citoyenne, ce type de plaidoyer peut se traduire par une mobilisation très active des citoyens s'ils sont impliqués dès l'origine du plaidoyer (cf. encart sur la démarche communautaire de plaidoyer en p.2). Ce dernier peut être de nature plutôt consensuelle (demande de RDV avec des politiques par exemple) ou plutôt conflictuelle (occupation de terrain, campagne de dénonciation, envoi massif de lettres).

## 4. Les étapes d'un plaidoyer

Comme tout projet, le plaidoyer s'inscrit dans un cycle de planification :

- Identifier les problèmes et ses déterminants, les éléments à « plaider » en s'appuyant sur des faits, des données avérées ou probantes,
- Analyser l'environnement social et politique pour identifier les « cibles pertinentes », les échelles du plaidoyer (local, national…), les pouvoirs et influences.
- Définir des objectifs, les changements attendus.
- Trouver des alliés, créer des coalitions.
- Définir l'argumentaire, le message en fonction de chaque cible, la forme (pétition, tribune, communiqué de presse, manifestation…), l'agenda : cela nécessite de formuler clairement ce que l'on veut voir changer et dans quels délais (quelles propositions ou exigences en lien avec les objectifs ?).
- Identifier les fenêtres d'opportunité
- Inscrire la démarche dans le temps et multiplier les actions de plaidoyer en variant les formes et les destinataires.
- Suivre et évaluer les actions de plaidoyer

En amont du plaidoyer, l'étape préalable porte sur le fait de se former, s'outiller et se documenter sur les démarches de plaidoyer.

### La communication : une étape clef

Le plaidoyer impose de définir une communication adaptée à chaque cible, persuasive et créative. Il est ainsi nécessaire de soigner le message, ses arguments et sa forme. L'argumentaire doit s'appuyer sur des éléments de « preuve » (expérientielle ou scientifique) et le message doit être synthétique, cohérent, basé sur du concret, crédible (S. Chaput, ibid) et susciter l'adhésion en s'appuyant au besoin sur des figures de rhétorique.

Le guide Construire une stratégie de plaidoyer, Sidaction propose un outil « Elaborateur de message» qui s'appuie sur la grille suivante :

- Accroche : un fait marquant, une statistique, une donnée, un exemple…
- Changement visé : objectif, problème
- Importance : ampleur du problème et pourquoi c'est important
- Cible : la personne qui doit agir
- Demande : appel à l'action, ce que nous souhaitons que la cible fasse

**Animer un plaidoyer sur un territoire**

M. Hansotte propose une démarche de plaidoyer citoyen portée de manière créative dans l'espace public qui se déroule en plusieurs étapes :

- L'appel au vécu : on part de la réalité vécue insatisfaisante qui appelle un changement à travers une collecte des expériences vécues comme injustes. *Registre expressif.*
- L'analyse des faits, du contexte : statistiques, faits historiques, informations et données économiques, sociales, culturelles. On identifie le contexte dans lequel

s'inscrivent les situations vécues. *Registre analytique.*

- Le rapport au juste : des exigences de changement clairement formulées (et ne produisant pas d'inégalités, de discrimination ou de privation de libertés pour un autre groupe humain), des propositions politiques, ce qui serait juste pour nous tous et toutes. *Registre éthico-politique*
- Le rapport au Droit : confrontation des situations aux lois et aux règles qui peuvent constituer un appui ou apparaissent comme injustes donc nécessitent d'être revues. *Registre juridique*

M. Hansotte, Juste ? Injuste ? Activer les Intelligences citoyennes, Edition DELFI 2019.

## 5. Le plaidoyer en éducation et promotion de la santé-environnement

Que doit-on « plaider », à quelle échelle, auprès de qui ? En éducation et promotion de la santé-environnement, les enjeux sont multiples et vont varier en fonction de nos missions et notre niveau d'intervention. Une structure locale n'aura pas les mêmes objectifs de plaidoyer qu'une structure nationale avec des moyens dédiés au plaidoyer et le cas échéant avec une indépendance financière permettant une liberté de parole et de ton.

Les objectifs de plaidoyer peuvent concerner les constats d'un problème (cumul des inégalités sociales de santé et des inégalités environnementales), une pratique que l'on estime inadaptée (implication citoyenne insuffisante dans les décisions qui les concernent), une pratique que l'on souhaiterait renforcer (intégration de la dimension environnementale dans les compétences psychosociales) ...

A partir de ces 3 exemples, il est possible d'esquisser une stratégie de plaidoyer.

### Aller plus loin

L'ensemble des ressources citées au fil de la fiche-repère propose des compléments méthodologiques pour chacune des étapes nécessaires à la construction d'une stratégie de plaidoyer.

Fiche réalisée dans le cadre du Pôle ESE et du dispositif Emergence de l'IREPS ARA.