

INTRODUCTION à l'influence des politiques publiques

QU'EST-CE QU'UNE POLITIQUE PUBLIQUE?

Il s'agit de lignes directrices adoptées par le gouvernement, visant à réguler un domaine précis de la société (ex. : taxes sur les boissons sucrées, bannissement des sacs plastiques, politique de réduction des GES, légalisation du cannabis, programme Alcochoix+, deuxième bain en CHSLD).

POURQUOI LES CHERCHEURS VEULENT-ILS INFLUENCER LES POLITIQUES PUBLIQUES?

- **Agir de façon concrète** sur la santé et le bien-être des populations et **faire évoluer la société**.
- Rétablir l'importance des faits dans l'ère « post-factuelle ». Les chercheurs jouent un rôle important dans la **constitution d'une société mieux informée**.
- Jouer un rôle considérable dans le **renouvellement des subventions**. L'influence des politiques publiques fait partie du **critère « Rayonnement »** pour la désignation « Institut universitaire ».

L'INFLUENCE DES POLITIQUES PUBLIQUES PEUT SE FAIRE À TROIS NIVEAUX DE DÉCISION :

Municipal

Le maire et ses conseillers veillent à la qualité de vie des citoyens de leur localité (ex. : besoins locaux, financement et services offerts aux citoyens).

Provincial

Le gouvernement du Québec veille au bon fonctionnement de la société, notamment dans les domaines suivants : Secteur de la santé et des services sociaux, Éducation, Droit civil, Administration de la justice dans la province.

Fédéral

Le gouvernement du Canada veille au bon fonctionnement de la société, notamment dans les domaines suivants : Drogues et autres substances (ex. cannabis), Assurance-chômage, Statistiques, Législation commerciale, Affaires étrangères, Autochtones et terres réservées aux autochtones.

LA RÉALITÉ DES ACTEURS POLITIQUES

- **Les connaissances doivent porter sur un sujet qui les préoccupe sur le moment.** Les acteurs politiques s'intéressent à leur calendrier, et non à celui de la production des connaissances. En effet, ils évaluent la pertinence des connaissances scientifiques vis-à-vis leurs activités et retiennent celles qui leur sont immédiatement utiles pour soutenir le travail qu'ils sont en train de réaliser.
- **Les faits ne sont pas les seuls éléments qui prévalent dans leur prise de décision.** Ils côtoient notamment : la faisabilité pratique, les politiques publiques et les législations existantes, les valeurs et les retombées en termes d'image publique.
- **L'opinion publique** joue également un rôle important : la mobilisation populaire, une publication virale sur les médias sociaux ou un article choc peut avoir un plus grand impact sur l'orientation des politiques publiques que ce qu'en disent les experts.

Attention! Avant d'entreprendre des actions visant à influencer les politiques publiques :

- Si vous êtes un chercheur universitaire, il serait courtois d'en informer votre directeur scientifique.
- Si vous êtes un employé du CCSMTL, vous devez informer votre supérieur des démarches entreprises.
- Si vous êtes un stagiaire en milieu clinique ou administratif, vous devez informer votre superviseur ainsi que votre maison d'enseignement.
- Si vous êtes étudiants de recherche, vous devez informer votre directeur de mémoire, de thèse ou de post-doctorat.

COMMENT INFLUENCER LES POLITIQUES PUBLIQUES?

- Établir son objectif (modifier une loi, sensibiliser la classe politique?)
- Comprendre le contexte
 - Analyser les enjeux politiques
 - Connaître les décideurs stratégiques
 - Étudier les occasions de positionnement prévisibles
 - Explorer la constellation de partenaires potentiels
- Choisir des stratégies et élaborer des outils

PLUSIEURS STRATÉGIES CO-EXISTENT

Il est souvent préférable d'utiliser plus d'une stratégie pour atteindre ses objectifs.

- **Communiquer avec les députés et leurs cabinets.**
- **Publier une note de politique (policy brief).**
- **Déposer un mémoire.**
- **S'inscrire dans la discussion publique.**
- S'allier à d'autres acteurs sociopolitiques/participer à des initiatives existantes.
- Collaborer à des mandats/rapports ministériels.
- Être présent à des forums ou à des commissions.
- Élaborer des stratégies de communication en tenant compte des positions publiques de ses interlocuteurs.

Communiquer avec les députés et leurs cabinets

1. **Identifier le député** (Soit le député local de votre lieu de travail ou le député responsable du sujet à aborder)
2. **Écrire une lettre par courriel** (La communication envoyée au député doit annoncer directement le motif de la communication, aller directement aux faits et expliquer leur importance et leur utilité dans le travail du député. Elle contient également une demande de rencontre.)
3. **Organiser un entretien privé** C'est la façon la plus efficace de communiquer un message à un élu! En effet, il ne faut pas se limiter à exposer les informations scientifiques dans un document écrit ou lors d'une conférence. Pour bien réussir cette rencontre, il est important de :
 - a. **Être bien préparé** - Se renseigner sur le député, son parcours et connaître sa position au sujet de la question. Idéalement, partir d'une préoccupation politique que le décideur a lui-même exprimée.
 - b. **Aller droit au but** - Être décidé et savoir d'avance ce que l'on veut et être prêt à échanger sur des options de solutions concrètes. À la suite de cette rencontre, le décideur doit avoir une idée précise de ce qu'il peut entreprendre à la lumière de l'information transmise.
 - c. **Déposer un document synthèse (note de politique – policy brief)** - Avant de partir, laisser un document résumant la question en une page, sous forme abrégé et vulgarisé.

Publier une note de politique (policy brief)

- Il s'agit d'un **exercice de transfert de connaissances**, visant à exposer des connaissances scientifiques en vue de leur utilisation par les décideurs politiques.
- La note de politique (aussi appelée document d'orientation politique ou policy brief en anglais) est un **court document** écrit dans un **vocabulaire simple** s'adressant à un public de **non-initiés** et **résumant les résultats de recherche** orientés vers l'**action politique**.
- Deux styles possibles :
 - **Objectif** (ex. : présenter des résultats de façon neutre). Aussi appelé evidence-brief.
 - **Plaidoyer** (ex. : orienter les décisions politiques, influencer, changer certaines choses).

Diffusion de la note de politique

- Produire la note de politique n'est pas la finalité : des **efforts de diffusion** sont nécessaires pour rejoindre les gens.
- Il est nécessaire que l'équipe de **Diffusion des connaissances en fasse une relecture**.
- Ensuite, il est important de la **remettre en main propre au décideur**.
- Elle peut être déposée sur les différentes **plateformes Web** (ex. : site web de l'institution, de l'IU, des pages personnelles des chercheurs, des médias sociaux).
- Elle peut être envoyée par courriel aux différentes **parties prenantes**, incluant des journalistes potentiellement intéressés par le sujet (collaboration avec l'équipe Relations média du CCSMTL).

S'inscrire dans la discussion publique.

- S'inscrire dans la discussion publique consiste à **faire entendre sa voix** dans les débats qui ont lieu dans la société.
- Cela peut positionner le chercheur comme **une référence** dans un domaine et **accroître sa crédibilité et sa notoriété** – autant au niveau du grand public qu'au niveau politique.
- Diffuser ses résultats et positions sur ses plateformes sociales/**médias sociaux** (ex. : blogue, Twitter).
- L'équipe Diffusion des connaissances peut encadrer les chercheurs souhaitant s'inscrire dans la discussion publique, en collaboration avec l'équipe Relations médias. Elle planifie notamment les différentes actions à l'intérieur d'un **plan de positionnement** :
 - Opportunités proactives : Saisir des opportunités de visibilité médiatique selon l'actualité (ex. : positionner un expert en cannabis à l'approche de la date de légalisation du cannabis, journée mondiale des toxicomanies, etc.).
 - Opportunités réactives : Répondre aux demandes des journalistes – lorsque ceux-ci interpellent le chercheur ou l'équipe de Relations médias du CCSMTL.

Déposer un mémoire.

- Participer aux commissions spéciales.
- « **Un mémoire** est un document dans lequel une personne ou un organisme **exprime son point de vue sur un sujet faisant l'objet d'une consultation publique** par une commission. »
- « Tous les mémoires et autres documents transmis au secrétaire d'une commission dans le cadre d'une consultation sont **remis aux députés membres de la commission**. L'auteur d'un mémoire peut aussi être **invité à participer aux auditions publiques de la consultation**. »

À savoir pour gérer ses attentes!

- La recherche scientifique parvient généralement à faire changer le positionnement des acteurs uniquement après une longue période d'exposition à des résultats de recherche convergents.
- Les connaissances sont parfois instrumentalisées (i.e. : utilisation des connaissances seulement pour justifier une ligne d'action déjà décidée).
- L'influence des politiques publiques fait interagir deux visions différentes des connaissances : le chercheur mise sur la rigueur, tandis que le décideur mise sur l'adaptabilité.
- Il est rare que les décideurs publics soient directement informés par les chercheurs. Les connaissances sont parfois modulées par des intermédiaires comme les médias, les acteurs politiques et l'opinion publique – il est d'autant plus important de multiplier les canaux de diffusion pour faire entendre son message.

RECOMMANDATIONS GÉNÉRALES POUR INFLUENCER LES POLITIQUES PUBLIQUES

Vulgariser, c'est rendre les données :

- **Compréhensibles.** Les acteurs politiques s'attendent à ce que les connaissances soient « traduites » et mises sous une forme utilisable.
- **Rapides à lire.** Les acteurs politiques doivent juger les connaissances suffisamment faciles à traiter dans leurs contraintes de temps.
- **Concises.** La **concision** est très importante : les acteurs politique ont peu de temps et la **longueur des textes** est déterminante.

Maintenir sa crédibilité scientifique

- Se limiter **aux faits, données probantes** et informations faisant **consensus** au sein de la communauté scientifique. Ne pas exprimer des opinions personnelles.
- Toujours demeurer très clair sur ce qu'on sait et ce qu'on ne sait pas.

Réfléchir aux politiques publiques en amont de la recherche

- Cela permet de **mieux planifier les retombées** dans le futur (ex. : viser une politique, la nommer, dire en quoi la recherche va influencer la politique et donner un exemple concret).

Penser global et intersectoriel

- Les connaissances issues de la recherche scientifique dans un secteur précis peuvent être utilisées pour alimenter le développement de politiques publiques dans **d'autres secteurs**.
- Les politiques publiques des secteurs tels que le logement, l'éducation, le transport, le revenu, l'emploi, l'aide sociale et autres exercent une influence sur les **déterminants sociaux de la santé**.

Adapter les connaissances au contexte :

- Démontrer comment les connaissances scientifiques s'articulent avec les **enjeux et les valeurs** qui intéressent les acteurs politiques.
- S'adapter aux interlocuteurs : **connaître leur bagage** permet de choisir une stratégie de partage de connaissances appropriée.
- Il faut **préserver l'intégrité** des connaissances. Les possibilités d'ajustement et d'adaptation au contexte ont certaines limites.

Comprendre l'environnement politique et le processus de prise de décisions

- Cela implique **une bonne connaissance des structures, des programmes gouvernementaux** et des **acteurs influents**.
- Suivre l'actualité permet de saisir **le bon moment** pour présenter certaines connaissances auprès **des bonnes personnes**.
- Sur le moment, il est possible que des acteurs politiques ne retiennent pas des connaissances présentées parce qu'ils jugent le **contexte non favorable**, mais qu'ils les fassent circuler ultérieurement, par exemple lorsque d'autres décideurs arriveront au pouvoir.

S'entourer de personnes détenant une expertise en transfert et diffusion de connaissances

- Ces spécialistes jouent le **rôle d'intermédiaires** entre les chercheurs et les utilisateurs de la recherche.
- Ces personnes sont formées pour **connaître la recherche, s'adapter aux publics visés, utiliser un langage simple, faire des présentations attrayantes** et développer des **outils de transfert**.

