

Section 2 : Outils d'engagement du secteur privé

Cette section présente des guides et des outils pour lancer et mettre en œuvre des activités avec le secteur privé. Ces éléments reposent en partie sur ceux qui sont utilisés au Sénégal pour établir des partenariats avec de grandes sociétés. Commencez par utiliser les outils présentés ici, mais assurez-vous d'adapter votre approche afin qu'elle corresponde aux motivations et aux capacités spécifiques de votre public.

Établissement de relations avec le secteur privé

Un partenariat efficace avec des sociétés du secteur privé est considéré comme une relation mutuellement bénéfique pour les deux parties. De même que pour d'autres types d'acteurs, avant de rencontrer des représentants de sociétés, assurez-vous d'avoir pris le temps d'examiner votre public. Essayez de répondre aux questions suivantes concernant les cibles d'engagement potentielles :

Comment l'établissement d'un partenariat avec le secteur privé peut-il contribuer à atteindre les objectifs de votre campagne ?

Bien qu'il soit parfois nécessaire d'être optimiste face à de nouvelles opportunités, une stratégie d'engagement du secteur privé fonctionne mieux si elle est cohérente. Il est moins rentable de consacrer du temps à des partenariats qui ont peu de rapport avec vos objectifs que de mettre en place une coalition unifiée pour surmonter les défis majeurs du paludisme dans votre pays.

Qu'est-ce qui définit la culture d'entreprise du secteur privé ?

Quelles sont les valeurs centrales de la société et ses objectifs actuels ? À quels clients tente-t-elle de s'adresser ? Avec quelles sociétés s'associe-t-elle et qui sont ses concurrents ? Plutôt que d'axer le partenariat sur des éléments sans rapport avec les intérêts de la société, vous pouvez en assurer la réussite en le focalisant davantage sur les aspects qui importent le plus pour les dirigeants de la société.

Qui peut nous présenter à la société ?

Une prise de contact avec un dirigeant de société par le biais d'un contact personnel ou professionnel renforce considérablement les chances de le rencontrer. Vérifiez si des contacts potentiels figurent dans le réseau étendu des membres et partenaires de votre campagne.

Comment l'établissement d'un partenariat avec VOUS peut-il aider la société à atteindre ses objectifs ?

Quelles sont les corrélations entre vos capacités et les besoins de la société ? Comment un partenariat avec votre campagne permettra-t-il à la société d'améliorer sa réputation, la connaissance de sa marque, sa productivité et l'environnement dans lequel elle mène ses opérations ? Vous attirerez l'attention des dirigeants de la société si vous savez répondre à cette question de manière convaincante, en vous appuyant sur des

données issues de vos propres recherches. Veuillez consulter le tableau ci-dessous, qui indique comment il est possible d'harmoniser les caractéristiques d'une campagne « Zéro Palu ! Je m'engage » avec celles de sociétés en vue d'obtenir un impact mutuellement bénéfique.

Plusieurs exemples de partenariats probants illustrent de nombreuses formes d'initiatives visant à tirer différents bénéfices selon les intérêts du pays spécifique et des sociétés impliquées.

Expériences de réussite en matière d'engagement du secteur privé

Au Sénégal, la campagne « Zéro Palu ! Je m'engage » s'est associée avec WARI, une société de transfert de fonds active dans le pays et très connue dans les zones rurales. La campagne avait besoin d'un appui dans le cadre de ses travaux d'engagement communautaire pour sensibiliser les populations aux techniques de prévention du paludisme. De son côté, WARI recherchait un moyen de faire connaître sa marque après d'un plus grand nombre de personnes et de montrer qu'elle soutenait les communautés qu'elle dessert. La société a utilisé ses plateformes pour diffuser d'importants messages sur la prévention et le traitement du paludisme et a apporté un appui financier au programme « Champions communautaires ». En échange, la campagne « Zéro Palu ! Je m'engage » a publié des articles sur les médias sociaux concernant le partenariat et a utilisé le logo de WARI lors d'événements de sensibilisation. Les dirigeants de WARI ont même eu la possibilité de participer directement à ces événements pour voir par eux-mêmes le travail qui est mené et pour faire part aux populations de l'engagement de WARI à éliminer le paludisme au Sénégal.

Pour la société minière AngloGold Ashanti, le paludisme était à la fois un problème de santé publique et un danger professionnel auquel sa main-d'œuvre était exposée. En 2004, la société s'est associée au Programme national de lutte contre le paludisme (PNLP) au Ghana pour lancer une campagne de pulvérisation intra-domiciliaire d'insecticide à effet rémanent dans les zones où elle mène ses activités. La pulvérisation intra-domiciliaire d'insecticide à effet rémanent est très efficace pour réduire la population de moustiques, mais elle est relativement onéreuse par rapport aux moustiquaires imprégnées d'insecticide longue durée (MILD) et nécessite l'intervention de personnel formé. Le coût de l'intervention a été compensé par la hausse de la productivité dont a bénéficié la société, et les avantages ont profité aux membres de son personnel, mais aussi à d'autres. En deux ans, les cas de paludisme ont chuté de 74 %, et le nombre d'admissions dans l'hôpital local pour des cas de paludisme a décliné de 6 711 à 238 entre 2005 et 2013, ce qui a permis de libérer du personnel pour traiter d'autres affections.¹

Approches en matière d'engagement du secteur privé

À présent, vous avez probablement identifié des cibles potentielles d'engagement (voir l'[outil d'analyse des parties prenantes](#) dans le Module 1) et vous comprenez comment élaborer une proposition de valeur pour montrer les avantages qu'un partenariat peut offrir aux deux parties. Vous pouvez

1 George, S. [2014, April 25]. How one Ghanaian town sprayed away 74% of malaria cases in two years. The Guardian. Consulté le 10 mai 2018, depuis le site : <https://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2014/apr/25/ghana-anglogold-malaria-reduction>