

- **Aidez les médias à vous reconnaître et à vous trouver.** Utilisez un modèle de communiqué de presse portant votre logo, votre slogan (si vous en avez un) et l'adresse de votre organisation. Ajoutez des informations sur votre organisation et sur ses activités, ainsi qu'un lien vers son site Internet. Incluez également des informations de contact.<sup>9</sup>

### Éditoriaux et récits à dimension humaine

La publication d'un éditorial constitue un moyen efficace de diffuser vos messages directement au lecteur. Un éditorial peut s'avérer efficace pour capter l'attention de vos publics cibles, y compris des représentants élus, des dirigeants d'entreprises et de communautés et les populations cibles. Lors de l'évaluation de soumissions d'éditoriaux, les éditeurs de journaux recherchent des articles susceptibles d'intéresser le public et qui présentent des idées originales, un sujet d'actualité, des arguments solides et une expertise sur le sujet spécifique. Ils accordent également la priorité à des personnes qui sont connues dans leur domaine ou simplement respectées dans leur communauté.

Conseils pour rédiger un éditorial solide :

- Le sujet doit être d'actualité et présenter un intérêt médiatique. Trouvez un moyen de relier le sujet à une question plus générale qui intéresse le public.
- Déterminer les 3 messages que vous souhaitez que le lecteur retienne du récit et assurez-vous de les communiquer clairement et de les répéter.
- L'auteur doit être personnellement associé au sujet, disposer d'une expertise sur la question ou être une célébrité ou un dirigeant respecté(e) et admiré(e). Des personnalités ont plus de chances de faire publier leur éditorial. Veuillez toutefois noter que des personnes influentes clés pourraient ne pas avoir beaucoup de temps ou d'expérience en rédaction. La campagne peut les soutenir en leur fournissant une ébauche pour les aider à soumettre leur éditorial rapidement et pour veiller à ce que les principaux messages figurent bien dans le récit.
- Les articles doivent exprimer un point de vue unique et clair et s'appuyer sur un nombre défini de faits et de données statistiques. Faites attention de ne pas surcharger le lecteur avec un trop grand nombre de faits, car cela pourrait le dérouter et réduire vos chances de diffuser votre/vos message(s) clé(s).
- La rédaction doit être convaincante et capter l'attention d'un public cible étendu.
- Les articles doivent se conclure en laissant une impression durable et marquer clairement un appel à l'action.
- Les articles doivent être concis –500 à 800 mots maximum.

Tentez de relayer les expériences concrètes de personnes ordinaires, de célébrités ou d'éminents dirigeants de gouvernement, d'entreprise ou de communauté. Souvent, il est utile que l'auteur ait personnellement été touché par le paludisme – que ce soit directement ou indirectement. L'histoire d'une personne relativement au paludisme ou qui a été touchée par l'incidence de la maladie sur sa famille ou sa communauté peut générer un impact durable, au contraire de données statistiques insipides concernant 200 millions de cas. En racontant l'histoire, incorporez un nombre défini de faits et de chiffres sur le paludisme. Reliez le récit aux activités de prévention et de contrôle du paludisme et aux avantages de l'élimination de la maladie. Allez encore plus loin en intégrant des questions liées au développement, par exemple, l'amélioration de l'éducation, de l'égalité des sexes ou de l'accès aux soins de santé pour tous. Soulignez l'obligation qui incombe au gouvernement de mobiliser des fonds nationaux pour la prévention et le contrôle du paludisme et d'honorer les engagements qu'il a pris en matière d'élimination du paludisme dans son pays.

Un récit tragique à lui seul n'amène pas toujours le lecteur à conclure qu'un changement du système est nécessaire ou que le gouvernement doit agir. Si l'on n'aborde pas la redevabilité, la charge du paludisme pourrait être interprétée comme un besoin de charité ou la faute pourrait être imputée aux victimes (par exemple, un plus grand nombre de parents pourraient protéger leurs enfants contre le paludisme s'ils faisaient plus d'efforts). Un récit efficace doit relier un cas isolé à des éléments factuels et des tendances, ainsi qu'aux interventions politiques et à la nécessité d'affecter les dépenses du gouvernement et du secteur privé en priorité aux activités de prévention et de traitement du paludisme et à son éradication définitive. Ceci peut aider des publics connaissant peu le sujet à mieux comprendre les questions complexes que sont les financements du gouvernement et les problèmes de santé publique.<sup>10</sup>

*Exemple : Dimension humaine d'une star du football et du paludisme*

Didier Drogba, un footballeur ivoirien qui est le capitaine et le meilleur buteur de l'histoire de l'équipe de football nationale de la Côte d'Ivoire, a souffert du paludisme. En 2013, l'agence de presse internationale basée au Royaume-Uni, The Guardian, a publié un article présentant l'expérience de M. Drogba quand il a contracté le paludisme et son engagement à lutter contre la maladie. Les médias sont davantage disposés à sensibiliser le public sur le paludisme si la charge de la maladie est associée à un joueur emblématique tel que M. Drogba.<sup>11</sup> Pour lire l'article (en anglais), veuillez accéder au lien : <https://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2013/feb/06/didier-drogba-anti-malaria-campaign>

<sup>9</sup> Adapté de : Roll Back Malaria Partnership. August 2014. RBM Advocacy for Resource Mobilization (ARM) Guide.

<sup>10</sup> Adapté de : Partenariat mondial de lutte contre le paludisme Août 2014. « RBM Advocacy for Resource Mobilization (ARM) Guide » (Guide de plaidoyer de RBM pour la mobilisation de ressource).

<sup>11</sup> T. Smedley (6 février 2013). « Didier Drogba joins the anti-malaria campaign as Africa mounts big drive ». The Guardian. Consulté le 16 mai 2018, depuis le site <https://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2013/feb/06/didier-drogba-anti-malaria-campaign>