

UNOFFICIAL TRANSLATION

This document has been translated from its original language using DeepL Pro (AI translation technology) in order to make more content available to HIV Justice Academy users. We acknowledge the limitations of machine translation and do not guarantee the accuracy of the translated version.

No copyright infringement is intended. If you are the copyright holder of this document and have any concerns, please contact academy@hivjustice.net.

TRADUCTION NON OFFICIELLE

Ce document a été traduit de sa langue d'origine à l'aide de DeepL Pro (une technologie de traduction en ligne basée sur l'intelligence artificielle) pour offrir aux utilisateurs de HIV Justice Academy une plus grande sélection de ressources. Nous sommes conscients des limites de la traduction automatique et ne garantissons donc pas l'exactitude de la traduction.

Aucune violation des droits d'auteur n'est intentionnelle. Si vous êtes le détenteur des droits d'auteur associés à ce document et que sa traduction vous préoccupe, veuillez contacter academy@hivjustice.net.

TRADUCCIÓN NO OFICIAL

Este documento fue traducido de su idioma original usando DeepL Pro (una aplicación web basada en inteligencia artificial) a fin de facilitar la lectura del contenido para los usuarios de la HIV Justice Academy. Reconocemos las limitaciones de las traducciones realizadas a través de este tipo de tecnología y no podemos garantizar la precisión de la versión traducida.

No se pretende infringir los derechos de autor. Si usted es el titular de los derechos de autor de este documento y tiene alguna duda, pónganse en contacto con academy@hivjustice.net.

НЕОФИЦИАЛЬНЫЙ ПЕРЕВОД

Этот документ был переведен с языка оригинала с помощью DeepL Pro (технологии перевода на основе искусственного интеллекта), чтобы обеспечить доступ пользователей Академии правосудия по ВИЧ к большему объему контента. Мы отдаем себе отчет в ограниченных возможностях машинного перевода и не гарантируем точности переведенной версии документа

Мы не имели намерения нарушить чьи-либо авторские права. Если вам принадлежат авторские права на этот документ, и у вас имеются возражения, пожалуйста, напишите нам на адрес academy@hivjustice.net

Créer des réseaux de PVVIH, renforcer le



Un kit d'outils pour l'autonomisation
des réseaux



INTRODUCTION	4
Référence sélectionnée	6
RECRUTEMENT	7
Préparation au recrutement.....	8
Le messenger est le message.....	10
<i>Indice utile</i> : Qu'y a-t-il dans un nom ?	10
Atteindre les personnes qui ne peuvent pas prendre le risque de montrer de l'intérêt pour votre groupe.....	11
Faire en sorte qu'il soit "sûr" d'assister à une réunion, malgré les risques réels ou perçus de stigmatisation.	12
Les avantages d'être "Out" en tant que réseau de PVVIH.....	13
Références sélectionnées	14
CONSTRUIRE UN RÉSEAU DE SOUTIEN ET DE SANTÉ	15
Motiver vos membres - individuellement et en groupe.....	15
Comment communiquez-vous ?	16
Courriel.....	16
Texto	17
<i>Conseil pratique</i> : tenue de registres.....	17
L'arbre téléphonique.....	17
Comment choisir les dirigeants et prendre des décisions ?	17
Collectif sans chef	18
Des rôles de direction plus structurés	18
Facilitation externe	18
Comment partager le pouvoir et résoudre les conflits ?	19
Partager le pouvoir	19
Prévenir les conflits.....	20
Résoudre un conflit.....	21
Comment développer le leadership et le mentorat des PVVIH ?	21
Formation formelle à la direction	21
Mentorat.....	22



<i>Conseil pratique</i> : chercher des mentors en dehors de la communauté VIH	22
Références sélectionnées	23
COLLECTE DE FONDS	24
Quel est le statut fiscal officiel de votre réseau de PVVIH ? En avez-vous un ?	24
Avec qui pouvons-nous nous associer ?	26
<i>A noter</i> : BeadForLife	26
Où se trouve l'argent que nous pouvons aller chercher ?.....	27
Individus et familles	27
Corporations et entreprises	27
<i>A noter</i> : Cotisations ou pas ?.....	28
Philanthropies, fondations, subventions publiques	28
En nature : Que pouvons-nous demander d'autre en plus (ou en plus) de l'argent ?	29
<i>A noter</i> : N'oubliez pas les bourses d'études !.....	31
Références sélectionnées	31
RENFORCER L'EFFICACITÉ DES RÉSEAUX PAR LA COLLABORATION	33
Cartographie des alliés actuels et des nouveaux alliés possibles.....	33
Construire des alliances efficaces avec d'autres groupes	34
Etude de cas.....	35
Faire en sorte que vos relations extérieures soient constructives et productives.....	36
Établir des relations extérieures équitables et responsables.....	37
Réunions de partenariat : Préparation, exécution, suivi.....	38
Tactiques intérieures/extérieures	39
Exemples de stratégies inside/outside	39
Un mot d'avertissement	40
Apprendre aux médias à bien raconter nos histoires.....	41
Trois stratégies proactives pour augmenter vos chances d'obtenir une bonne presse.....	41
Références sélectionnées	42
GLOSSAIRE	44
Références sélectionnées	46



INTRODUCTION

"Nous condamnons les tentatives de nous étiqueter en tant que "victimes", un terme qui implique la défaite, et nous ne sommes qu'occasionnellement des "patients", un terme qui implique la passivité, l'impuissance et la dépendance aux soins des autres.

Nous sommes des "personnes atteintes du sida".

- Extrait de "The Denver Principles" (1983)

Depuis les années 1980, les personnes vivant avec le VIH (PVVIH) se sont réunies et ont formé des réseaux pour réduire l'isolement, lutter contre la stigmatisation interne et externe liée au VIH et améliorer leur qualité de vie et leur état de santé.

Ces réseaux ont également été les incubateurs dans lesquels chaque nouvelle génération de dirigeants de PVVIH s'est formée. Les réseaux nous permettent d'apprendre à nous-mêmes et les uns aux autres comment maintenir et étendre le mouvement d'autonomisation des PVVIH.

Notre engagement à former et à maintenir des réseaux efficaces de PVVIH est, en soi, notre victoire. C'est notre refus de renoncer à nos droits humains.

Ce kit d'outils est conçu pour aider les PVVIH à créer et à renforcer leurs réseaux. Lorsque nous nous réunissons en partenariat avec d'autres PVVIH, cela nous permet de :

- ❖ Définir notre propre programme et établir les priorités en matière de politique, de défense des intérêts et de services ...
- ❖ Sélectionner les dirigeants de notre propre choix, et les tenir pour responsables ...
- ❖ Parlez d'une voix collective ...
- ❖ Réduire la stigmatisation intériorisée (sentiment de honte, de culpabilité ou d'embarras d'avoir le VIH) ...
- ❖ Réduire la stigmatisation externe en éduquant nos familles, nos communautés et les autres ...
- ❖ Améliorer notre qualité de vie et nos résultats en matière de santé ...
- ❖ Se soutenir mutuellement pour atteindre nos objectifs personnels et collectifs.



Il existe divers réseaux mondiaux, nationaux et autres de PVVIH, y compris ceux qui existent uniquement en ligne, qui représentent des populations clés ou qui sont axés sur des régions ou des activités spécifiques. Ce kit d'outils est principalement conçu pour les groupes locaux et nationaux dont les participants se réunissent en personne plus d'une ou deux fois par an, mais une grande partie de ce qui est inclus dans le kit d'outils est applicable à un large éventail de projets de création de réseaux.

Le kit d'outils fournit des recommandations brèves et claires pour tous les types de réseaux de PVVIH, qu'ils soient axés sur le plaidoyer, l'éducation, le soutien mutuel ou qu'ils se réunissent simplement pour des raisons sociales ou récréatives.



Voici les cinq premiers articles du Center for Community Change.

"10 règles pour l'organisation communautaire" :

1. Personne ne viendra à la réunion s'il n'a pas **de raison** d'y venir.
2. Personne ne viendra à une réunion s'il n'est pas **au courant**.
3. Si une organisation ne **se développe** pas, elle **mourra**.
4. Tout le monde peut être **un leader**.
5. La **victoire** la plus importante est **le groupe lui-même**.



Il s'agit de principes pratiques abordés dans le kit d'outils. Les réseaux de PVVIH varient considérablement en termes de géographie, d'objectifs et de composition de leurs membres. Il n'existe pas de modèle unique pour la création, le développement et le maintien d'un réseau de PVVIH. Mais les enseignements tirés de ces outils devraient vous aider à lancer ou à renforcer votre réseau, quelle que soit sa forme.

Le chapitre 1, intitulé "*Recrutement*", traite du travail de recrutement, d'engagement et de fidélisation d'un nombre suffisant de participants au réseau pour atteindre les objectifs de votre groupe.

- Les PVVIH que vous souhaitez recruter entendent-elles de bonnes choses sur votre réseau ?



- Vos membres potentiels se sentiront-ils à l'aise - ou non - avec les dirigeants de votre groupe ?
- Y a-t-il une bonne adéquation entre ce que votre groupe offre à ses membres et ce que les membres potentiels veulent ?

C'est ce qui donne aux gens une raison de venir aux réunions du réseau - c'est donc un facteur clé du recrutement.

Le chapitre 2, *Construire un réseau sain et solidaire*, examine les défis que vous pouvez rencontrer pour rendre votre réseau fort et sain à l'interne, afin que les membres se sentent bien de participer au réseau. Les membres doivent se sentir soutenus par les autres membres et respecter les dirigeants et les processus décisionnels du groupe. Il est essentiel de choisir les buts et les objectifs du groupe. Les membres ont beau être d'accord sur l'importance d'un objectif, ils n'y travailleront pas activement s'ils n'y trouvent pas un intérêt personnel. Il est donc important d'entendre ce que les gens veulent vraiment.

Le chapitre 3, consacré à la *collecte de fonds*, traite de ce que la plupart des réseaux considèrent comme leur principal obstacle à la poursuite du travail qu'ils souhaitent entreprendre. Ce chapitre :

- Présente le paysage du financement aux États-Unis et explique comment le statut fiscal de votre réseau (le cas échéant) - ou le statut fiscal de l'organisation qui parraine votre réseau - affecte votre accès aux sources de financement ;
- Décrit comment les réseaux de PVVIH se sont associés à d'autres organisations pour mener des activités conjointes de collecte de fonds ;
- Couvre les dons en nature (non monétaires), les bourses d'études et les stratégies de collecte de fonds sur le terrain pour aider votre réseau à se développer, même en période difficile.

Le chapitre 4, intitulé "*Renforcer l'efficacité du réseau par la collaboration*", aborde les mécanismes permettant à votre groupe de rester productif et efficace. Il propose des étapes pour atteindre votre objectif tout en renforçant les compétences individuelles et collectives de vos membres. Lorsque ses membres acquièrent de nouvelles compétences, l'efficacité d'un réseau augmente. Comme le dit la règle 3 ci-dessus, les organisations se développent ou meurent. L'existence d'un réseau sain est en soi une victoire pour toutes les PVVIH.

Référence sélectionnée

Center for Community Change, "[Community Organizing : People Power from the Grassroots - Les dix règles de l'organisation communautaire](https://comm-org.wisc.edu/papers97/beckwith.htm)" (<https://comm-org.wisc.edu/papers97/beckwith.htm>)



RECRUTEMENT

Joanne Fritz, spécialiste des organisations à but non lucratif, décrit [trois approches fondamentales](#) du recrutement :

- Le recrutement de "corps chauds" - *lorsque vous avez besoin de beaucoup de personnes pour effectuer une tâche basique et ponctuelle (par exemple, remplir des enveloppes, donner du sang, nettoyer un parc).*
Les approches comprennent les affiches, les brochures, la diffusion sur les réseaux sociaux, les spots radio, etc.
- Recrutement ciblé - *lorsque l'on recherche des personnes ayant des compétences et/ou des caractéristiques spécifiques.*
Vous vous concentrez sur certains groupes et essayez d'attirer des personnes possédant les compétences dont vous avez besoin. Si vous avez besoin d'avocats pour travailler bénévolement dans une clinique juridique, par exemple, vous pouvez approcher des associations de barreaux ou des écoles de droit.
- Le recrutement par "cercles concentriques" - *atteindre les personnes qui connaissent déjà directement ou indirectement votre organisation et les inviter à la rejoindre.*
Certains d'entre eux ont peut-être entendu parler de votre organisation (par des amis, la famille, le lieu de travail, etc.). D'autres sont peut-être joignables indirectement, par le biais de contacts.

Les réseaux de PVVIH ont souvent recours à la troisième approche : ils demandent à leurs membres d'entrer en contact avec d'autres PVVIH susceptibles de les rejoindre. Les [premiers réseaux de PVVIH ont été créés](#) lorsque de petits groupes de personnes séropositives se sont réunis pour se soutenir mutuellement et revendiquer leurs droits. C'était essentiel dans un monde où la plupart des gens les rejetaient et où les services publics refusaient de les aider.

Aujourd'hui, vous pouvez compléter votre action personnelle en affichant des informations sur votre groupe dans les centres de santé, les organisations de services VIH/sida (HASO), les centres communautaires, les lieux de rassemblement LGBTQI, les centres d'échange de seringues et d'autres endroits où les PVVIH les verront. Vos alliés dans la communauté peuvent également vous aider à faire passer le message.

Les membres définissent l'objectif d'un réseau ↔ Son objectif détermine qui sont ses membres.



Avant de choisir des stratégies de recrutement, réfléchissez bien à l'objectif de votre réseau. Il s'agira probablement d'un facteur important pour déterminer qui rejoint votre groupe et qui devient un membre actif à long terme.

Pour commencer, organisez une réunion au cours de laquelle vos membres actuels ou potentiels discuteront et se mettront d'accord sur les priorités du groupe.



- Vous lancez un réseau ?
Trouvez quelques personnes qui veulent créer le même type de groupe que vous.
- Vous essayez d'élargir un groupe existant ?
Consacrez une partie du temps de réunion à une discussion honnête sur l'objectif de votre groupe jusqu'à présent.
Réfléchissez à ces questions :
 - Voulez-vous continuer comme avant ou changer de direction ?
 - Si vous n'êtes pas tous d'accord, ceux qui veulent faire autre chose peuvent-ils former un sous-groupe ?
 - Pouvez-vous continuer ensemble en tant que groupe, avec certains membres poursuivant également un autre objectif ?
 - Ou est-il temps de former des groupes séparés ?

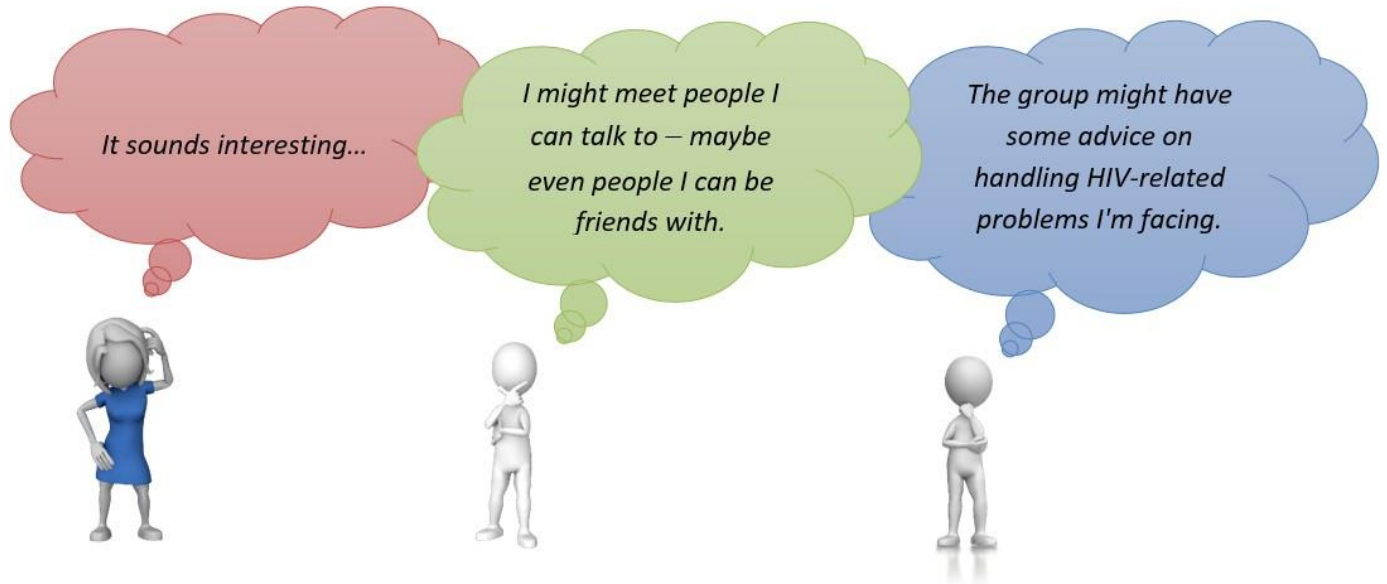
En sachant cela, vous éviterez toute frustration future parmi vos membres. Cela vous prépare également à donner aux nouveaux membres une description claire de ce que fait le groupe, afin qu'ils n'aient pas d'attentes inexactes.

Préparation au recrutement

Dans l'introduction de la boîte à outils, nous avons énuméré cinq règles. La première est que "Personne ne viendra à la réunion s'il n'a pas une raison d'y venir". Alors comment donner aux gens une raison de venir à votre réunion ?

De nombreux groupes offrent des incitations pour attirer les participants ou faciliter leur participation, comme un repas, une garde d'enfants pendant la réunion ou des cartes de débit pour compenser les frais de transport ou autres. Ces stratégies sont efficaces si vous pouvez vous les permettre. Il est parfois possible de persuader des groupes confessionnels locaux, des HASO, des organisations communautaires ou d'autres donateurs de fournir ou de payer ces incitations. De nombreux réseaux sont construits autour d'un dîner-partage mensuel, par exemple.

Il est également important de penser aux incitations sans frais. Mettez-vous à la place de vos membres potentiels. Qu'est-ce qui pourrait encore leur donner envie de venir à une réunion ? Quelques raisons pourraient être :



Avec toutes ces incitations en tête, préparez un prospectus court et facile à lire. Quelles informations inciteront les membres potentiels à vous contacter ? Soyez bref, attrayant et, surtout, clair !

- Si votre groupe se concentre sur le soutien social et émotionnel par les pairs, indiquez-le dans le prospectus !
- S'il s'agit principalement d'un groupe de soutien, mais que certains membres font également du militantisme ou de l'éducation publique, dites-le.

Les gens ont plus de chances de se sentir à l'aise dans un nouvel endroit lorsqu'ils sont entourés de personnes avec lesquelles ils ont quelque chose en commun. Un point commun à vos réunions est que vous souhaitez tous un endroit sûr pour parler de la vie avec le VIH. Les gens se sentent en sécurité lorsqu'ils savent que la plupart ou la totalité des personnes présentes ont également le VIH.

Vous avez également le lien commun d'avoir accepté de préserver la confidentialité des membres du groupe jusqu'à ce que tous les membres acceptent de s'identifier publiquement comme des PVVIH (voir plus loin sur la confidentialité).

Les membres de votre groupe ont peut-être d'autres caractéristiques en commun, en plus de la sensibilisation au VIH. Certains groupes nationaux et locaux, par exemple, sont composés de femmes vivant avec le VIH. D'autres sont créés par et pour des hommes de couleur vivant avec le VIH, ou pour des jeunes vivant avec le VIH, ou pour des personnes vivant avec le VIH qui partagent un intérêt commun, comme le cyclisme ou l'activisme politique.

De nombreux réseaux de PVVIH fonctionnent à partir d'agences de services liés au VIH, de cliniques ou d'organisations financées par le programme Ryan White sur le VIH/sida. Certains sont organisés et



dirigés par des professionnels des services sociaux ;



d'autres peuvent naître de conseils consultatifs de clients ou de communautés exigés par un bailleur de fonds ou une subvention. Bon nombre des réseaux les plus efficaces sont créés et dirigés par des personnes vivant avec le VIH, et fonctionnent de manière autonome. Si vous regardez sur Internet, vous trouverez des [réseaux de PVVIH](#) qui ont des sites Web où vous pourrez trouver de nombreuses idées pour votre groupe. Certains de ces réseaux peuvent même [fournir du matériel](#) pour vous aider à démarrer.

Il est encourageant de se rappeler que chacun de ces réseaux indépendants, à un moment ou à un autre, a été lancé simplement par des personnes qui ont eu une idée, ont trouvé quelques alliés, ont formé un groupe et ont ensuite recruté d'autres membres.

Le message est le message

La deuxième des cinq règles de l'introduction est la suivante : "Personne ne viendra à la réunion s'il n'en est pas informé". Le fait que les gens soient au courant dépend de la manière dont vous faites de la publicité et de l'identité de vos messagers. Pensez aux publicités télévisées. Nous les remarquons surtout si elles présentent des personnes auxquelles nous pouvons nous identifier ou que nous admirons.

Le "qui" a de l'importance - mais cela ne signifie pas que vous devez avoir un visage magnifique sur votre prospectus de groupe. Pensez-y :

- Comment vous voulez qu'un membre potentiel pense à votre groupe - *"est-ce que c'est pour des gens comme moi ?"*.
- Où et comment vous ferez passer le message - *pour que d'autres personnes en entendent parler par une source fiable.*

Dans votre région, où les personnes de votre public cible se rendent-elles pour discuter et sortir ? Sont-ils dans :

- Des entreprises comme des salons de coiffure, des salons de beauté, des bars, des cafés, des librairies ou des centres commerciaux ?
- Des lieux de culte locaux où les responsables ont la confiance des personnes de votre public cible ?
- Les pharmacies locales, les cliniques et/ou les lieux où les gens se rendent pour obtenir des soins ou des fournitures médicales ?

Indice utile : qu'y a-t-il dans un nom ?

Si votre groupe est composé de personnes séropositives qui se ressemblent aussi à d'autres égards (identité raciale/ethnique, sexe, âge, intérêts, etc.), il peut être utile de l'indiquer dans le nom que vous choisissez pour le groupe et dans la façon dont vous le décrivez dans vos documents.), il peut être utile de l'indiquer dans le nom que vous choisissez pour le groupe et dans la façon dont vous le décrivez dans vos documents. Cela permet aux gens de savoir à quoi s'attendre et vous aidera à recruter

de nouveaux membres qui seront probablement à l'aise dans votre groupe.

Exemples : **Positive**

Women's Network -

USA ; Positively Trans



Si le VIH affecte réellement votre communauté, il y a de fortes chances que les personnes travaillant dans ces lieux soient au courant. Vous pouvez leur demander s'ils sont prêts à être des alliés de proximité pour votre groupe - en affichant le dépliant de votre groupe sur leur lieu de travail ou en laissant une pile sur les comptoirs où les gens peuvent se servir.

Faites savoir à ces alliés que vous ne leur demandez pas de parler du groupe à leurs clients ou aux membres de leur congrégation (même si, s'ils le veulent, c'est génial !). Vous leur demandez simplement, en tant que personnes de confiance dans la communauté, de vous aider à faire en sorte que les gens sachent que le groupe existe.



- Pourquoi ne pas promouvoir votre groupe dans des publications locales, des listes de diffusion et des médias sociaux ?

Vous pouvez utiliser les listes des journaux communautaires et les médias sociaux pour informer les gens de ce que votre groupe propose et de la façon dont ils peuvent vous joindre pour obtenir plus d'informations. Pour des raisons de sécurité, selon les circonstances, il peut être préférable de fournir un numéro de téléphone ou une adresse électronique qui ne peut être relié à une personne ou une adresse postale. Demandez aux gens de laisser des messages vocaux ou électroniques et veillez à ce qu'un membre du groupe réponde à tous les messages qui lui parviennent.

Vous pouvez également contacter les organisations nationales auxquelles appartiennent de nombreuses PVVIH et leur demander de diffuser des messages sur leurs listes de diffusion pour informer les membres qu'un nouveau réseau de PVVIH est désormais actif dans la ville où se trouve votre groupe. Certains membres de réseaux nationaux de PVVIH tels que [Sero Project](#), [Positive Women's Network - USA](#), [US PLHIV Caucus](#) ou d'autres réseaux nationaux liés au VIH, tels que [HIV Prevention Justice Alliance](#), peuvent se trouver dans votre région et souhaiter soutenir un réseau local de PVVIH tel que le vôtre.

- Pourquoi ne pas demander à une personnalité de la radio ou à un DJ d'une station populaire auprès de votre public cible ?

Les stations de télévision et de radio sont tenues de consacrer un certain temps à la diffusion de [messages d'intérêt public](#) (MIP). Faire en sorte qu'une chaîne de télévision ou un DJ lise votre annonce peut être très utile. S'ils acceptent d'interviewer un membre de votre groupe à l'antenne, c'est encore mieux ! Veillez à ce que la personne que vous choisissez d'interviewer soit similaire (en termes d'âge, d'origine, de style de parole, etc.) aux personnes que vous souhaitez attirer.

Atteignez les personnes qui ne peuvent pas prendre le risque de s'intéresser à votre groupe.

Même avec les meilleurs dépliants et les alliés les plus utiles, certaines personnes vivant avec le VIH n'achètent que rarement, voire jamais, de matériel relatif au VIH et ne parlent pas du VIH en public. Cela se produit lorsque le VIH est tellement stigmatisé pour elles, ou dans leur communauté, que le fait de montrer le moindre intérêt pour le sujet peut les exposer à un risque de rejet ou même de violence.

Vous pouvez y remédier en vous assurant que le numéro de téléphone ou l'adresse électronique de votre groupe est bien visible sur votre dépliant. Ainsi, une personne intéressée pourra le voir clairement de loin et le mémoriser sans avoir à prendre votre matériel. Elle pourra alors l'utiliser plus tard, en privé, pour vous contacter. La grande visibilité augmente également les chances que vous receviez des appels téléphoniques de personnes homophobes, sérophobes, etc. - soyez donc préparé.



Faire en sorte que la participation à une réunion soit "sûre", malgré les risques de stigmatisation réels ou perçus.

Les personnes en situation de risque élevé peuvent également craindre que, si elles sont vues ou soupçonnées de participer à une réunion de PVVIH, d'autres personnes devinent qu'elles sont séropositives. Ce problème se pose surtout dans les petites villes et les zones rurales où la plupart des gens se reconnaissent.

Les groupes de PVVIH y font face de diverses manières, notamment :

- ❖ Créer un groupe qui semble, extérieurement, se réunir pour des raisons sans rapport avec le VIH. Un groupe de femmes latines vivant avec le VIH, par exemple, se réunissait régulièrement et s'appelait un club d'artisanat. Tout en parlant de leurs problèmes liés au VIH, leurs mains cousaient, tricotaient et fabriquaient des bijoux en perles qu'elles vendaient à l'église et lors d'événements communautaires. Ils se sont réunis dans une clinique locale connue pour fournir toutes sortes de soins de santé aux adultes et aux enfants, de sorte qu'ils pouvaient y être vus régulièrement sans que les gens pensent que leurs visites étaient liées au VIH. Les conseillers en dépistage du VIH ont orienté de manière confidentielle les nouvelles femmes vers le groupe. Grâce à ces protections, le groupe a pu se réunir sans crainte de divulgation.
- ❖ Choisir d'être un groupe fermé - un groupe auquel ne participent que des membres approuvés. Dans un groupe fermé, les membres maintiennent une confidentialité absolue sur le groupe et les personnes qui en font partie. Ils peuvent se réunir au domicile des uns et des autres ou dans d'autres lieux privés pour éviter d'être observés ensemble. Ils élaborent un protocole de recrutement et de sélection des nouveaux membres. Les nouveaux arrivants ne peuvent pas participer sans l'approbation préalable du groupe.
- ❖ Inclure des membres séropositifs et séronégatifs. En faisant connaître son caractère inclusif, un groupe protège techniquement la confidentialité du statut VIH de chaque membre. Cette mesure n'est pas efficace à 100 %, car certaines personnes supposent que toute personne faisant partie d'un tel groupe est forcément séropositive. Mais elle offre aux membres une "dénégation plausible" : Ils peuvent dire honnêtement que leur appartenance au groupe ne signifie pas qu'ils sont séropositifs. C'est suffisant pour que certaines personnes se sentent à l'aise pour rejoindre le groupe.
- ❖ Former des groupes Facebook où les membres communiquent entre eux en ligne. Se rencontrer en privé de cette manière leur permet d'éviter le risque d'être remarqués par des employeurs, des collègues ou des membres de la famille qui pourraient se demander qui ils rencontrent, s'ils le faisaient en personne.



- ❖ L'utilisation de [services](#) gratuits [de conférence téléphonique en ligne](#) est un autre moyen pour les groupes de se réunir par voie électronique. L'organisateur organise l'appel et communique l'heure et le numéro d'appel aux membres du groupe, qui peuvent alors utiliser un ordinateur ou un téléphone ordinaire pour se joindre à l'appel. Vous pouvez également enregistrer



des conférences téléphoniques en utilisant le [podcasting](#) et en partageant l'enregistrement avec les membres absents. Ces derniers peuvent se rattraper en écoutant le podcast sur leur ordinateur, leur lecteur MP3 ou tout autre appareil.

Les avantages d'être "Out" en tant que réseau de PVVIH

Les options ci-dessus protègent la vie privée des membres, mais elles présentent également certains inconvénients :

- ❖ Elles rendent le recrutement plus difficile parce qu'elles donnent aux nouveaux membres un peu moins d'espace pour "essayer" un groupe - c'est-à-dire y assister une ou deux fois avant de décider s'ils veulent vraiment adhérer.
- ❖ Ils empêchent les membres de faire tout travail d'éducation publique ou de plaider au nom du groupe. Cela attirerait automatiquement l'attention du public sur le groupe, ce qui mettrait en danger la vie privée des autres membres du groupe qui ne veulent pas être considérés comme faisant partie d'un groupe axé sur le VIH.
- ❖ Les réunions à huis clos permanent sont moins efficaces pour préparer les personnes à faire un "coming out" public de leur statut VIH. [Des études montrent](#) que la stigmatisation, la honte et l'isolement ont un impact négatif sur la capacité d'une personne séropositive à rester en bonne santé. Cette frontière est encore aggravée pour les personnes qui doivent faire face chaque jour au [stress supplémentaire](#) du racisme, du sexisme, de l'homophobie, de la transphobie, de la discrimination envers les personnes handicapées, etc. Si le fait de faire partie d'un réseau de PVVIH ne peut évidemment pas éliminer ce stress, il peut aider les gens à se débarrasser de la honte intériorisée qu'ils éprouvent à l'égard du VIH.

Le fait de s'associer à des PVVIH qui ont révélé leur séropositivité donne aux nouveaux membres l'occasion de parler de leurs problèmes, de travailler à l'acceptation de soi, et peut-être de choisir de reconnaître ouvertement leur séropositivité si et quand ils le souhaitent. Le fait de le faire dans la sécurité d'un groupe qui a établi un accord de confidentialité permet aux gens de progresser à leur propre rythme vers cet état de préparation.

Sur les 71 réseaux de PVVIH récemment interrogés aux États-Unis, [68 % ont indiqué](#) qu'ils recrutaient et formaient des membres pour qu'ils deviennent des défenseurs dans leurs communautés et sensibilisent les médias au VIH. La création par les PVVIH d'espaces sûrs dans lesquels elles peuvent affronter et surmonter leur propre stigmatisation a souvent pour effet de renforcer leur force et leur détermination



à lutter également contre la stigmatisation et la discrimination externes.



Références sélectionnées

The Balance, "[3 Ways to Recruit Volunteers for Your Nonprofit](https://www.thebalance.com/recruit-volunteers-for-your-nonprofit-2502581)"

(<https://www.thebalance.com/recruit-volunteers-for-your-nonprofit-2502581>)

Housing Works, "[Sean Strub at C2EA 5 : It's Time to Hold Organizations Accountable to the Denver Principles](http://www.thebodypro.com/content/art56509.html)" (<http://www.thebodypro.com/content/art56509.html>)

Journal of Interdisciplinary Feminist Thought, "['Work What You Got' : Political Participation and HIV-Positive Black Women's Work to Restore Themselves and Their Communities](http://digitalcommons.salve.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1069&context=jift)"

(<http://digitalcommons.salve.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1069&context=jift>)

Réseau des cercles de résilience, "[Cinq conseils pour former un groupe d'affinité](http://localcircles.org/2012/05/17/five-tips-for-forming-an-affinity-group/)" (<http://localcircles.org/2012/05/17/five-tips-for-forming-an-affinity-group/>)

Boîte à outils communautaire, "[Section 7. Préparation de messages d'intérêt public](http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/participation/promotion-de-l'intérêt/public-service-announcements/main)"

(<http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/participation/promotion-de-l'intérêt/public-service-announcements/main>)

Projet Sero, "[Le renouveau du mouvement d'autonomisation des PVVIH](http://www.seroproject.com/wp-content/uploads/2016/12/SERO-Survey-Talk-2015.pdf)" (PDF)

(<http://www.seroproject.com/wp-content/uploads/2016/12/SERO-Survey-Talk-2015.pdf>)

CRÉER UN RÉSEAU DE SOUTIEN ET DE SANTÉ

Nous savons tous à quoi ressemble la vie dans un lieu de travail, une organisation bénévole, une école ou un autre groupement social malsain. Les gens ont tendance à se critiquer mutuellement et/ou à critiquer les dirigeants. Les tensions augmentent et cela se traduit par des frustrations, une faible productivité et un taux de rotation élevé.

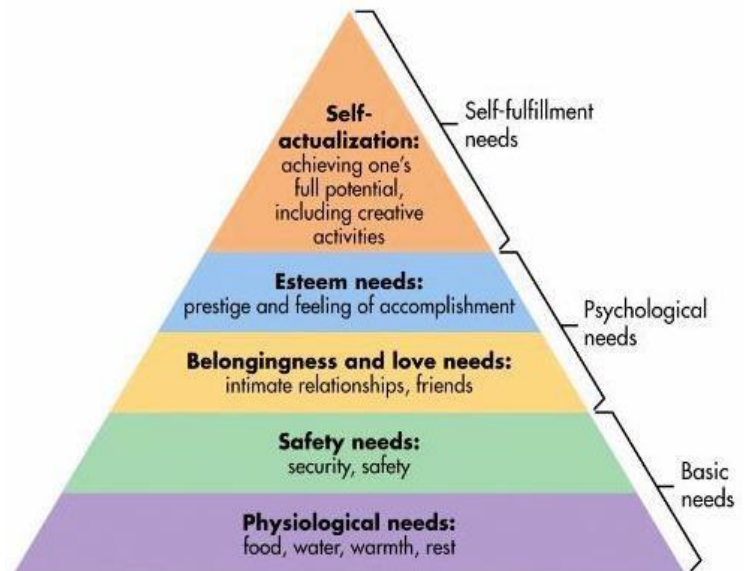
Personne ne cherche à créer de tels environnements. Ils apparaissent lorsque les dirigeants ne comprennent pas l'intérêt d'investir du temps et des efforts pour maintenir la dynamique interne de l'organisation en bonne santé. Il est plus facile et plus efficace de consacrer du temps, de la réflexion et des efforts à la mise en œuvre de processus organisationnels sains et à leur maintien que d'essayer de "réparer" un réseau non productif composé de personnes frustrées.

Ce chapitre aborde certains processus que vous pouvez utiliser pour maintenir votre réseau fort et sain en interne, afin que les membres se sentent bien de participer au réseau et soient productifs.

Motiver vos membres - individuellement et en groupe Abraham

Maslow, un psychologue qui a étudié les motivations humaines, a conçu [cette pyramide](#). Selon lui, tout le monde peut monter dans la pyramide, mais nous commençons tous au bas de l'échelle et ne pouvons que faire une étape à la fois. Nous avons tous besoin de nourriture et d'un endroit sûr pour dormir, par exemple, avant de pouvoir nous concentrer sur notre besoin de relations et d'amis.

Son système montre pourquoi il est essentiel de s'assurer que tous vos membres obtiennent de l'aide pour les éléments de base (nourriture, logement, sécurité) s'ils en ont besoin. Il montre également pourquoi il est si important que vos réunions soient situées dans un endroit où les gens se sentent en sécurité (voir les notes à ce sujet dans le chapitre Recrutement de la boîte à outils). Ceux d'entre nous qui n'ont jamais à se soucier de choses comme la nourriture et le logement oublient parfois que tout le monde n'a pas ce niveau de privilège.





Il est bon d'avoir à toutes vos réunions des informations sur les banques alimentaires, les refuges pour sans-abri, l'aide au logement et les lignes d'assistance téléphonique pour les personnes confrontées à la violence domestique, à la maladie mentale, à la toxicomanie ou à d'autres besoins qui peuvent se présenter dans votre communauté. Le fait d'indiquer ces ressources au début de chaque réunion peut rappeler à chacun qu'elles sont disponibles. Il est utile de garder ces documents visibles et disponibles, même si personne ne semble les utiliser. Les gens peuvent les ramasser discrètement.



Nous avons tous tendance à nous sentir motivés pour participer à une activité si elle est liée à une question qui nous tient personnellement à cœur. Mais il peut être difficile de motiver tout un réseau lorsque les membres ont des priorités différentes.

Supposons que certains de vos membres veuillent travailler à la modification des lois ou des politiques de votre État qui criminalisent l'exposition ou la transmission perçue ou potentielle du VIH. Mais d'autres veulent simplement se réunir en tant que groupe de soutien, partager leurs expériences individuelles et s'entraider. Comment choisir ce sur quoi vous allez vous concentrer ? Vous pourriez :

- Se diviser en deux sous-groupes distincts, *chacun se concentrant sur ses propres priorités*. Vous pourriez former des groupes d'intérêt distincts fonctionnant sous l'égide d'un réseau global. Le défi consiste à décider de la répartition des ressources du réseau. Il est judicieux d'établir une formule de partage des ressources dès le début et de la réévaluer régulièrement, afin d'accroître la transparence et d'empêcher le ressentiment de se développer quant à la répartition du budget, de la collecte de fonds, des tâches et du temps du réseau.
- Se réunir en utilisant un ordre du jour qui tient compte de chaque groupe d'intérêt - *par exemple* : Commencez la réunion par un temps déterminé de groupe de soutien, puis passez à la partie plaidoyer de la réunion pour le temps restant.

Même si nous convenons intellectuellement que d'autres questions sont très importantes, nous ne sommes pas vraiment motivés pour assister à des réunions qui ne portent pas sur nos priorités. Pour maintenir un taux de participation élevé à vos réunions, il est essentiel de déterminer quelles sont les priorités de vos membres et de leur faire une place dans l'ordre du jour du réseau.

Comment communiquez-vous ?

La communication est un grand égalisateur. Tous les membres doivent savoir quand les réunions sont prévues et être informés des progrès du réseau et des activités à venir. Mais il peut être difficile de tenir tous les membres de votre réseau au courant. Voici quelques méthodes et défis de communication à prendre en compte :

Courriel :

Est-ce que tout le monde y a accès ?

Les membres sans ordinateur peuvent recevoir leur courrier électronique une ou deux fois par semaine dans une bibliothèque publique ou ailleurs. Tenez compte de cette situation en évitant d'envoyer des messages de "dernière minute" qu'ils risquent de ne pas recevoir à temps.



Texte

Est-ce que tout le monde a un téléphone portable ?

N'oubliez pas non plus que :

- Certaines personnes doivent payer pour chaque texte qu'elles reçoivent, ce qui peut devenir coûteux.
- La vie privée peut être menacée pour les membres vivant avec d'autres personnes qui ignorent leur statut VIH.
- Les personnes ayant des problèmes de vision ou des difficultés à taper peuvent trouver l'envoi de SMS impossible.

Arbre téléphonique

Une méthode ancienne, mais qui peut s'avérer utile pour tenir tout le monde au courant.

Les membres qui reçoivent des mises à jour par SMS ou par e-mail peuvent téléphoner aux autres membres pour leur transmettre l'information. Il suffit de demander si quelqu'un préfère être appelé pour lui communiquer les nouvelles du réseau. Si c'est le cas, demandez des volontaires prêts à passer ces appels.

Il est important de rappeler régulièrement aux membres les formes de communication convenues par le groupe. Les personnes qui ne consultent pas très souvent leurs courriels ou leurs textos peuvent vouloir le faire plus fréquemment si c'est le mode de communication de votre groupe. De même, les personnes qui ne répondent pas au téléphone à des numéros qu'elles ne reconnaissent pas devront peut-être reconsidérer cette pratique si vous utilisez une méthode d'arbre téléphonique.

Comment choisir les dirigeants et prendre des décisions ?

"Quand le travail du meilleur leader est terminé, les gens disent : "Nous avons fait nous-mêmes."

- Lao Tzu, fondateur du taoïsme, religion chinoise.

Traditionnellement, les grands leaders sont dépeints comme des visionnaires singuliers (la "statue sur un piédestal"). Cependant, il est peut-être plus productif de voir ces leaders comme des personnes capables d'aider des groupes à se mettre d'accord sur des objectifs importants à long terme, puis à

Conseil pratique : tenue de registres

Il est important de s'assurer que vous disposez d'un système pour transmettre les dossiers essentiels du groupe (tels que les coordonnées des membres) lorsque les membres utilisant ces dossiers quittent le groupe ou ne peuvent tout simplement pas participer pendant un certain temps.

Vous pouvez conserver des copies des dossiers de votre groupe dans des fichiers électroniques sécurisés, accessibles à quelques personnes clés, afin de vous assurer que vous ne perdez rien lorsque des membres quittent le groupe ou sont inaccessibles pour une raison quelconque :

- Coordonnées des membres
- Procès-verbal de la réunion (si vous le faites)
- Informations bancaires (si vous avez un compte bancaire collectif)



continuer à avancer, malgré les difficultés, pour atteindre ces objectifs.

Un groupe sain avance ensemble parce que ses membres partagent une vision et veulent la réaliser ensemble. Ils respectent les processus de prise de décision et de direction du groupe.



Voici quelques façons pour les groupes de volontaires de prendre des décisions et de choisir des dirigeants :

Collectif sans chef

ACT UP (AIDS Coalition to Unleash Power) est un exemple puissant. ACT UP compte environ 14 chapitres actifs aujourd'hui, mais il en existait des centaines dans les années 1990.

- Chaque section d'ACT UP fonctionne comme un collectif sans chef, sans personnel rémunéré, sans cotisations, sans président ni conseil d'administration.
- Le financement provient uniquement de contributions privées, sans subventions ni contrats gouvernementaux.
- Le comité de coordination de chaque chapitre (que chacun peut rejoindre à tout moment) fixe le programme de chaque réunion. l'agenda et propose des facilitateurs pour celui-ci
- Lors des assemblées générales hebdomadaires, l'ordre du jour est accepté (ou révisé) et chaque décision est votée par toutes les personnes présentes.

Les membres ont reconnu que "les réunions peuvent être très longues et devenir... fastidieuses et frustrantes". Mais cette structure évite délibérément de confier le pouvoir de décision à quelques personnes seulement, et fait en sorte que tous ceux qui participent aux comités et aux assemblées générales d'ACT UP puissent influencer les décisions du groupe.

Des rôles de direction plus structurés

Ce modèle peut être aussi étroitement contrôlé qu'une unité militaire, ou aussi souple qu'une équipe de direction composée de plusieurs personnes ou qu'un système de direction par rotation.

Aux États-Unis, les groupes utilisent souvent les Robert's Rules of Order - un manuel étape par étape pour le déroulement d'une réunion classique. Les étapes comprennent la proposition d'une action (appelée "motion"), le débat sur la proposition, puis le vote sur une décision.

Dans ces systèmes, l'essentiel de l'autorité est détenu par quelques dirigeants pour une période de temps convenue à l'avance (appelée "mandat"). Lorsque le mandat d'un membre prend fin, d'autres membres sont sélectionnés (souvent par vote) pour occuper ces postes.

Facilitation externe

Une autre option consiste à demander à une personne extérieure objective d'animer vos réunions.



Idéalement, cette personne vous gardera sur la bonne voie, fera ressortir tous les points de vue sur la question débattue, encouragera les membres à s'écouter les uns les autres et vous guidera pour parvenir à un consensus (accord), si possible.

Les réseaux de PVVIH parrainés par une organisation hôte peuvent être animés, au départ ou au fil du temps, par un travailleur social ou un autre employé du groupe hôte.

Cela peut être utile au début, mais peut s'avérer difficile à long terme. À mesure que les animateurs apprennent à connaître les membres du groupe, ils deviennent naturellement moins objectifs. La facilitation externe peut toutefois être très utile lorsqu'un groupe choisit sa structure organisationnelle ou lorsque des conflits difficiles surgissent.

Comment partagez-vous le pouvoir et résolvez-vous les conflits ?

Malgré la tonalité démocratique de notre Constitution, la culture américaine comporte d'énormes inégalités façonnées par la race, le sexe, le genre, l'âge, les capacités physiques, etc. Pour partager le pouvoir, nous devons nous éduquer mutuellement sur la façon dont ces inégalités donnent des avantages à certains d'entre nous et désavantagent les autres. Pour partager le pouvoir, nous devons nous éduquer mutuellement sur la manière dont ces inégalités avantagent certains d'entre nous et désavantagent d'autres.

Partager le pouvoir

Trouver comment partager le pouvoir dans votre réseau fait partie de ce défi. Voici quelques conseils pour commencer. En discuter (même si vous ne les mettez pas tous en œuvre) peut aider votre groupe à réfléchir à la manière dont le partage du pouvoir fonctionne dans votre groupe.

La culture américaine comprend d'énormes inégalités façonnées par la race, le sexe, le genre, l'âge, la capacité physique, etc. ...

Il est essentiel de parler ouvertement de ce sujet dans nos réseaux pour trouver comment faire en sorte que ces groupes fonctionnent de la manière la

Essayez de remarquer et de discuter des pratiques de votre réseau qui favorisent automatiquement les personnes qui ont le plus d'argent, de temps libre, d'éducation, de ressources, etc. Discutez de ce que vous pouvez faire pour corriger ce déséquilibre.

Par exemple :

- ❖ Chacun dispose-t-il d'un moyen de transport abordable pour se rendre aux réunions ? Sinon, pouvez-vous faire du covoiturage ou fournir des jetons de bus/métro ?
- ❖ Pouvez-vous trouver un moyen de proposer une garde d'enfants ? Davantage de femmes,



notamment, pourraient rejoindre votre réseau si elles pouvaient assister aux réunions sans avoir à payer de frais de garde d'enfants.



- ❖ Est-ce que vous résumez tous les documents à voix haute pour ceux qui ne peuvent pas les lire ?
- ❖ Pouvez-vous vous donner mutuellement la permission de signaler les hypothèses fondées sur les privilèges qui se présentent (par exemple, quelqu'un qui demande aux membres de participer à des dépenses de réseau "mineures", sans être conscient de la façon dont cela peut amener ceux qui ne peuvent pas contribuer à se sentir mal à l'aise ou mis sur la sellette) ?
- ❖ Pouvez-vous accepter de discuter de ces questions sans que personne ne ressente de honte ou de culpabilité ?

Autres stratégies pour remédier aux déséquilibres de pouvoir potentiels :

- ❖ Offrez des possibilités de formation pratique pour encourager tous les membres à renforcer leurs compétences en matière de leadership. Par exemple, vous pouvez avoir un président actuel et un président entrant. Une partie du travail du président actuel consiste à former le président entrant, qui prendra la relève à la fin du mandat du président actuel.
- ❖ Mettez en place des procédures qui encouragent les membres à essayer de nouveaux rôles. Vos sous-comités peuvent-ils alterner leurs fonctions d'animateur ? Cela permettrait à chaque membre de s'entraîner à établir des ordres du jour, à diriger des discussions et à rendre compte des progrès accomplis.
- ❖ Créez une boîte à suggestions anonyme où les gens peuvent signaler les problèmes qu'ils ne veulent pas soulever publiquement (par exemple, "le président utilise des mots que je ne connais pas ; veuillez les expliquer davantage" ou "mangeons avant le début de la réunion. Nous sommes plus attentifs lorsque nous n'avons pas faim").

Prévenir les conflits

Pour éviter les conflits, certains réseaux établissent, au début de chaque réunion, une liste de règles de base ou d'attentes concernant la conduite à adopter. Ces règles peuvent être aussi simples que :

- "Ne parlez que lorsque le modérateur fait appel à vous".
- "Désaccord = OK, attaques personnelles = pas OK"
- "Pas de cris"
- "Pas de honte"

... et d'autres accords de base.



Les groupes moins formels (ceux qui n'ont pas de modérateur) peuvent désigner un "observateur des vibrations" à chaque réunion, dont la tâche est d'interrompre la conversation et d'attirer l'attention sur tout conflit naissant qu'il ou elle remarque. Le groupe peut alors discuter du conflit avant qu'il ne s'aggrave.



Certains groupes peuvent choisir de formaliser leurs règles en ajoutant une section dans leur règlement intérieur (règles guidant la conduite des membres d'un groupe) concernant les comportements acceptables et inacceptables.

Résoudre les conflits

La résolution des conflits est un autre défi majeur pour les réseaux. Selon le psychologue [Bruce Tuckman](#), les groupes volontaires passent généralement par quatre phases dans leur développement :

- Formation (le groupe se réunit, se met d'accord sur les objectifs et commence à effectuer des tâches) ;
- Storming (les membres vivent des conflits entre eux) ;
- Normalisation (le fait de traverser un conflit permet une plus grande interconnexion en tant que groupe) ;
et
- Performer (atteindre des objectifs communs)

Les "tempêtes" font partie intégrante de tout groupe. Consultez cette [ressource pour obtenir de bons conseils sur la gestion des conflits](#) dans un groupe.

Si le groupe n'est pas en mesure de résoudre le conflit, vous pouvez envisager de faire appel à un facilitateur externe pour vous aider à le résoudre. Voir la section "facilitation externe" ci-dessus pour plus de détails.

Comment pouvons-nous développer le leadership et le mentorat des PVVIH ?

La formation de nouveaux dirigeants est une fonction vitale des réseaux de PVVIH. Le fait de disposer d'une diversité de leaders expérimentés aide les réseaux à se développer et à maintenir leur élan. Les nouveaux dirigeants apportent également des talents et des perspectives qui renforcent le mouvement de défense des PVVIH.

Tous les membres méritent d'avoir la possibilité de développer leurs compétences et d'accéder à des postes de direction dans leurs domaines d'intérêt ; les meilleurs leaders facilitent constamment ces opportunités pour les autres.

Formation formelle à la direction

Il s'agit d'une autre étape qui peut aider les volontaires engagés ayant une expérience de direction locale à aller de l'avant. Malheureusement, elle peut aussi être coûteuse et difficile à trouver.

Une option à explorer :

Travaillez-vous avec votre conseil local de planification Ryan White ou avec une autre entité qui doit démontrer l'implication des PVVIH dans son travail ? Proposez-leur de vous aider à obtenir une



formation au leadership pertinente et reconnue pour votre réseau. Certains [l'offrent](#) déjà.

En outre, quelques organisations nationales et locales de PVVIH proposent des formations au leadership :

- Le sommet bisannuel de leadership national [SPEAK UP !](#) du Positive Women's Network - USA (PWN-USA), [Sommet national du leadership](#)



- [Collège de mobilisation communautaire](#) du Black AIDS Institute
- [Institut de formation au leadership des personnes vivant avec le VIH/sida \(PWA\)](#) de l'État de New York (principalement orienté vers la défense de ses intérêts auprès des prestataires de soins de santé).
- [Pozitively Healthy Coalition](#), une coalition nationale de défense des droits composée de personnes vivant avec le VIH et de leurs alliés.
- [Sero Project](#), un réseau de personnes vivant avec le VIH et d'alliés qui luttent contre la stigmatisation et l'injustice, en partenariat avec le Positive Women's Network, organise [tous les deux ans](#) la [conférence "HIV Is Not a Crime"](#).
- La Fondation Red Door organise le [symposium Saving Ourselves](#), une conférence annuelle visant à éduquer, encourager et responsabiliser la communauté noire LGBTQI.

Si les déplacements ou les formations en personne posent problème, jetez un coup d'œil à cet [article qui propose des liens vers plusieurs possibilités de renforcement des compétences en ligne](#) pour les PVVIH.

Recherchez également les possibilités de formation au leadership par le biais de conférences et de réunions annuelles telles que [AIDS Watch](#) et la HIV Is Not a Crime [National Training Academy](#).

Mentorat

Le mentorat est un autre moyen de développer et de renforcer les compétences qui aideront vos membres à progresser dans votre réseau, ainsi que dans d'autres contextes professionnels et sociaux.

Selon [une source](#), un "mentor peut être un modèle, un coach, une caisse de résonance, une voix de la raison, un soutien émotionnel, un conseiller et une ressource de confiance" pour les personnes qui développent leurs compétences dans de nouveaux domaines.

Le mentorat et l'[orientation par les pairs](#) (lorsque des PVVIH plus expérimentées aident des personnes récemment diagnostiquées à accéder à des soins VIH appropriés) constituent un élément essentiel

Conseil pratique :
rechercher des mentors en dehors de la communauté VIH

Vous pouvez parfois développer vos compétences et rencontrer des mentors potentiels en rejoignant d'autres organisations, non liées au VIH, qui forment leurs bénévoles à assumer de nouvelles responsabilités.

Une PVVIH, par exemple, a rejoint une telle organisation, a été invitée à accepter des missions de comité, puis a rencontré des mentors prêts à l'aider à se préparer à ces nouveaux rôles. Cela lui a permis d'acquérir une expertise précieuse qu'elle peut désormais mettre à profit dans un réseau de PVVIH, ainsi que dans d'autres domaines de sa vie.

Ce processus ne profite pas seulement au mentoré (la personne qui bénéficie du mentorat), mais il sensibilise également au VIH et à la nécessité d'un leadership des PVVIH dans des organismes où ces questions ne sont généralement pas abordées.

La [Florida Community Health Worker Coalition, Inc.](#) est un exemple d'organisation qui soutient et encadre ses bénévoles en



de la mise en réseau des PVVIH depuis le début de l'épidémie.



La formation au mentorat en dehors du contexte de l'obtention de services médicaux, cependant, est moins largement soutenue et disponible.

Voir la présentation d'AIDS United, "[The Power of Positive Voices](#)", pour un bon aperçu de la façon dont le mentorat renforce la capacité des membres du réseau des PVVIH à défendre ensemble et individuellement tous nos besoins et nos droits, à l'intérieur et à l'extérieur des établissements de soins de santé.

Le US PLHIV Caucus (également connu sous le nom de HIV Caucus) parle collectivement d'une voix unifiée pour les personnes vivant avec le VIH aux États-Unis. Il offre aux personnes séropositives individuelles et aux réseaux de personnes séropositives la possibilité de renforcer leurs capacités de plaidoyer. Les critères d'adhésion au Conseil de coordination du Caucus et à son Comité directeur sont indiqués sur son [site Web](#).

Références sélectionnées

ACT UP New York, "[Comment lancer un chapitre d'ACT UP](#)" (http://www.actupny.org/documents/start_chapter.html)

Advocates for Youth, "[Building Networks : Collaborating for Community Education and Advocacy](#)" (<http://www.advocatesforyouth.org/publications/371-chapter-3-building-networks-collaborating-for-community-education-and-advocacy>)

Chron.com, "[Nonprofit Organization Business Meeting Rules](#)" (<http://smallbusiness.chron.com/nonprofit-organization-business-meeting-rules-21608.html>)

TheBody.com, "[As Race and Privilege Take Center Stage in HIV Community, a Call for Listening and Allyship](#)" (<http://www.thebody.com/content/77740/as-race-and-privilege-take-center-stage-in-hiv-com.html>) (en anglais seulement)

TheBody.com, "[5 Ways to Fight HIV Stigma by Building Your Skills Online](#)" (<http://www.thebody.com/content/77534/5-ways-to-fight-hiv-stigma-by-building-your-skills.html>) (en anglais)

MentorCity, "[What Does a Mentor Do ?](#)" (<https://www.mentorcity.com/en/what-does-a-mentor-do>)

AIDS United, "[Le pouvoir des voix positives](#)" (<http://www.aidsunited.org/webinars/the-power-of-positive-voices>)



COLLECTE DE FONDS

Sur les 71 réseaux de PVVIH basés aux Etats-Unis que SERO [a interrogés](#), 82% ont déclaré que le manque de financement était le principal obstacle qui les empêchait de réaliser toutes les actions de plaidoyer qu'ils souhaitaient.

Ce chapitre aborde les différentes manières dont les réseaux peuvent collecter des fonds, et souligne les questions à prendre en compte lorsque vous décidez des stratégies à utiliser. Il met également en évidence les sources en ligne permettant d'obtenir plus d'informations à ce sujet.

Les réseaux de PVVIH sont confrontés à des défis uniques, notamment :

- La stigmatisation du VIH, ajoutée à tous vos "-ismes" locaux concernant la race, la classe sociale, les questions de sexe/genre, etc.
- De nombreux bailleurs de fonds ne donnent pas aux causes controversées et, malheureusement, considèrent toujours la discussion ouverte sur le VIH comme "controversée". Par exemple, les entreprises et les donateurs communautaires (groupes civiques et confessionnels, clubs philanthropiques, etc.) peuvent être plus à l'aise pour donner un nouvel équipement de terrain de jeu (qui est très visible et implique de jolis enfants) que pour financer les dîners mensuels d'un réseau de PVVIH.
- De nombreux bailleurs de fonds ne donneront qu'à des groupes dotés d'un personnel professionnel et enregistrés auprès de l'IRS en tant que personnes morales légales. De nombreux réseaux de PVVIH, en particulier ceux qui viennent de démarrer, ne sont pas encore dans cette position ou peuvent choisir de rester non constitués en société.
- Les bailleurs de fonds progressistes (ceux qui sont susceptibles de soutenir les PVVIH) ne financent malheureusement pas toujours les coûts de fonctionnement de base d'une organisation, comme le loyer, les fournitures, les allocations ou les salaires, etc.

Ils préfèrent plutôt financer des projets spécifiques, limités dans le temps, qui produisent des résultats définis (des produits tangibles comme un rapport ou un atelier).

[Inside Philanthropy](#) a écrit que les groupes conservateurs sans but lucratif ont tendance à être "plus efficaces parce qu'ils ont reçu beaucoup de subventions de fonctionnement, tandis que les groupes libéraux n'étaient pas aussi efficaces parce que beaucoup de leurs subventions étaient liées à des programmes spécifiques".

Cela ne signifie pas que vous ne pouvez pas lever des fonds. Cela signifie simplement qu'il est judicieux de vérifier les projets auxquels un bailleur de fonds potentiel a contribué par le passé, et d'être réaliste quant aux meilleurs candidats avant de commencer à demander de l'argent. Sinon, vous risquez de perdre beaucoup de temps et d'efforts.



Quel est le [statut fiscal officiel](#) de votre réseau de PVVIH ? En avez-vous un ?

Le lieu et la manière dont vous pouvez lever des fonds en dépendent dans une large mesure.

Vous l'êtes :

Un petit groupe informel qui se réunit localement ou en ligne, sans statut fiscal officiel ni constitution en société ?

Vous opérez sous l'égide d'une organisation ou d'une institution à but non lucratif bénéficiant d'un statut d'exonération fiscale ?

Vous êtes déjà enregistré en tant qu'organisation à but non lucratif et exonérée d'impôts ?

d'impôts.

Vous pouvez accepter des contributions de particuliers ou d'organisations locales :

- Il s'agira probablement de montants relativement faibles, car ces dons ne sont pas déductibles des impôts pour les donateurs.
- Cela s'additionne si vous collectez beaucoup (dépôt public, participation à des événements spéciaux, tombolas, etc.)
- Veillez à ce que chaque donateur sache que vous n'êtes pas exonéré

Votre avocat ou votre comptable le saura :

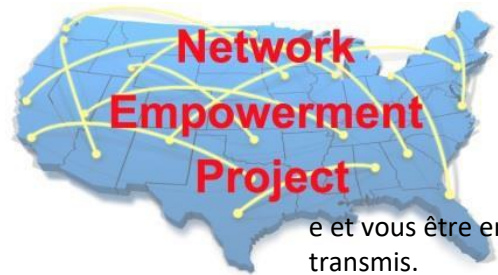
- Comment cela affecte vos efforts de collecte de fonds
- Comment expliquer cela au mieux aux donateurs potentiels



Votre groupe peut obtenir des subventions ou des dons :

- Il faut obtenir l'accord d'une organisation enregistrée pour vous parrainer.

- Les dons peuvent être versés à votre organisme de parrainag



e et vous être ensuite transmis.

- Le commanditaire conserve souvent un pourcentage pour les coûts administratifs dans ces accords.

Pour un organigramme présentant des informations encore plus détaillées concernant le statut fiscal des différents types de groupes, [suivez ce lien](#).



Il est également possible de rechercher et de recruter un organisme de parrainage fiscal, si vous n'en avez pas déjà un.

Plus d'informations sur la façon de procéder sont disponibles [ici](#).

[Les réglementations fédérales](#) déterminent également les types et les montants des activités de plaidoyer que les organisations exonérées d'impôts sont autorisées à réaliser. Si votre réseau fait de la défense d'intérêts, parlez-en avec votre parrain et assurez-vous que vous êtes tous deux d'accord sur ce que vous ferez et ce que vous *ne* ferez pas. Le mythe selon lequel les organisations exonérées d'impôts ne peuvent pas faire de défense d'intérêts ou de lobbying est faux ! Mais il y a des limites légales.

Avec qui pouvons-nous nous associer ?

Pour démarrer et survivre dans les années 1980 et 1990, les organisations liées au VIH ont dû faire preuve d'une grande créativité pour établir des partenariats et collecter des fonds. Parmi les super-vedettes de cette vague de créativité, citons :

- [Les marches contre le sida](#), lancées en 1985 et qui se déroulent désormais chaque année dans des dizaines de villes.
- [Dining Out for Life](#), a débuté en 1991. En 2015, des centaines de restaurants dans 53 villes ont participé à Dining Out for Life.
- Les AIDS Rides, avec des collectes de fonds annuelles dans plusieurs villes et un dérivé, [Positive Pedalers](#).

Si ces événements de collecte de fonds ou des événements similaires ont lieu dans votre région et que votre réseau n'y participe pas, demandez si vous pouvez vous y joindre. Les fonds collectés lors de ces événements sont généralement partagés par les partenaires impliqués.

Les militants de la lutte contre le VIH/sida ont également établi de nombreux partenariats locaux plus petits pour collecter des fonds. Nous nous adressons à toutes sortes de congrégations, d'écoles, de collèges, d'entreprises, d'hôpitaux, d'organisations communautaires et d'autres groupes de défense des droits pour organiser la production conjointe de [lave-autos](#), de [tombolas](#), de [soirées bingo](#), de [concerts communautaires](#), d'[événements théâtraux](#), de [défilés de mode](#), de ventes de bijoux (voir encadré) et de toutes sortes d'autres stratégies de collecte de fonds.

La prévalence de la stigmatisation du VIH rend parfois difficile la recherche de nouveaux partenaires. Mais, en plus de collecter des fonds,

À noter : [BeadForLife](#)
[BeadForLife](#), une organisation à but non lucratif qui a vu le jour en Ouganda, vend des bijoux et des objets artisanaux abordables fabriqués par des femmes africaines vivant avec le VIH. Des groupes affiliés dans d'autres pays vendent ces produits, gardant une partie des recettes et en renvoyant une autre partie à BeadForLife.

Votre réseau pourrait envisager de vendre des articles BeadForLife, peut-être en partenariat avec un groupe religieux ou une école locale. Cela peut vous aider à collecter des fonds et à travailler en partenariat avec des alliés, tout en prenant en compte vos intérêts. le poul de la ville sur les questions relatives au VIH en parlant à vos clients. C'est aussi l'occasion pour les membres du réseau de s'habituer à parler du VIH, qu'ils soient prêts ou non à révéler leur propre statut VIH.



rendre votre réseau de PVVIH visible lors d'événements communautaires tels que ceux-ci contribue à briser la stigmatisation, car cela permet aux autres groupes de connaître les PVVIH en tant que personnes réelles. Le [*Grassroots Fundraising Journal*](#) est un autre endroit où trouver des informations sur l'accroissement des ressources de votre réseau.



Où se trouve l'argent que nous pouvons aller chercher ?

Si votre groupe est parrainé par une grande organisation (la catégorie "bleue" ci-dessus), il est logique de commencer par demander à votre parrain. Demandez une réunion avec la personne chargée de la collecte de fonds de votre sponsor pour discuter des sources de financement possibles.

Si vous êtes déjà enregistré en tant qu'organisme exonéré d'impôts (la catégorie "verte"), vous avez probablement une certaine expérience de la collecte de fonds ou disposez d'un personnel spécialisé dans ce domaine.

Si vous faites partie de la catégorie "rouge", un groupe plus informel du point de vue fiscal, il est bon de dresser une carte des entités qui pourraient être persuadées de donner à votre réseau de l'argent ou d'autres biens ou services.

Faites d'abord un remue-méninges, puis examinez votre liste de façon réaliste.

Individus et familles

Qui connaissez-vous, et de quelles ressources disposent-ils ? (pas seulement de l'argent ; voir la

section "En nature" ci-dessous) Y a-t-il des personnes ou des familles aisées dans votre communauté qui sont touchées par le VIH ?

- Si c'est le cas, est-ce que quelqu'un dans votre groupe a une connexion par laquelle les approcher ?
- Pourriez-vous leur demander de faire un don en mémoire d'une personne ?
- Ou un cadeau de survivant pour célébrer l'anniversaire ou une étape importante de la vie d'un proche vivant avec le VIH ?
- Ou bien pouvez-vous envisager d'établir une liste des "Angeles", c'est-à-dire des bienfaiteurs qui contribuent annuellement à votre organisation ?
- Sans solliciter de cotisations, vous pourriez faire savoir aux donateurs que leur nom figurera sur cette liste (qui sera imprimée dans toutes vos publications) s'ils versent un certain montant par an à votre réseau.

Même si vous avez un lien personnel, il est difficile de demander à quelqu'un de vous donner de l'argent. Vous trouverez [ici](#) quelques conseils et techniques à mettre en pratique si vous faites la "demande" en personne.

Peut-être décidez-vous d'envoyer des lettres pour demander des dons. Un modèle et quelques conseils sur la rédaction de telles lettres [sont disponibles ici](#). Si ces dons ne sont pas déductibles des impôts, indiquez-le clairement.

Corporations et entreprises



Voici quelques conseils pour solliciter des dons auprès des entreprises :

- Montrez aux dirigeants de l'entreprise que le fait de soutenir votre réseau sera reconnu et apprécié.



- Comment comptez-vous faire connaître cette connexion ? Ferez-vous figurer leur logo sur certains de vos documents ? Une bannière de reconnaissance ou la possibilité d'être reconnu lors d'un événement ? Une lettre de remerciement à l'éditeur d'un journal local ? Un certificat officiel reconnaissant leur soutien ?
- Montrez-leur que leur soutien les fera passer pour des "gentils". C'est ce qu'on appelle "les convaincre" de soutenir votre groupe. Vous trouverez des conseils pour vendre une entreprise à ce sujet [ici](#).
- Demandez des dons en nature (plus de détails dans la section "En nature" ci-dessous).
- Un certain nombre de grandes chaînes nationales (telles que Walmart, Wells Fargo, McDonald's et d'autres détaillants, banques et restaurants nationaux) ont des programmes de subventions locales pour le travail communautaire. Renseignez-vous auprès de la direction de votre succursale locale de ces entreprises et d'autres sur leurs programmes de subventions et, le cas échéant, sur la manière de les appliquer.

Philanthropies, fondations, subventions gouvernementales

Les organisations à but non lucratif obtiennent la plupart de leurs fonds de ces sources. Comme mentionnés ci-dessus, vous ne pouvez pas y postuler à moins que votre réseau ou votre Le sponsor du réseau est enregistré auprès de l'IRS en tant qu'organisation à but non lucratif.

Idealist.org offre un [bon aperçu](#) des types de collecte de fonds que les organisations enregistrées peuvent effectuer - de la recherche de subventions aux dons majeurs de donateurs fortunés, en passant par les campagnes d'investissement, le télémarketing, etc. Une liste gratuite de fondations est également disponible sur le site [Foundation Center](#).

Vous débutez ? Parlez aux spécialistes qui connaissent votre réseau de PVVIH, comme l'avocat qui vous a enregistré en tant qu'organisme sans but lucratif ou le personnel chargé de la collecte de fonds de votre organisme parrain. Le [Network Empowerment Project](#) de SERO est en train de constituer une "banque de compétences" de professionnels (avocats, formateurs, comptables, et éventuellement collecteurs de fonds) qui donnent du temps de consultation. Ils peuvent être en mesure de vous fournir des conseils pour vous aider à démarrer, si nécessaire.

A noter : Cotisations ou pas ?

Il est rare qu'un réseau de PVVIH perçoive des cotisations, en partie parce que de nombreux membres ont des difficultés financières. Pour les réseaux qui envisagent de mettre en place une structure de cotisations, [ce rapport du Sylvia Rivera Law Project](#) (SRLP) peut être une ressource utile. Le SRLP et ses partenaires ont interrogé de nombreux groupes de base sur leurs expériences en matière de collecte de fonds.

Une organisation de justice pour les immigrants à New York avait un coût d'adhésion annuel faible auquel elle renonçait pour ceux qui ne pouvaient pas se le permettre ; mais 99% des membres paient. Les organisateurs ont déclaré que cela a favorisé le sens de l'engagement.

Un groupe de personnes LGBTQI du Sud perçoit des cotisations dégressives, mais a du mal à responsabiliser ses membres tout en reconnaissant leurs difficultés financières. Il

Les demandes de subventions et de financement public sont complexes.
Si vous ne l'avez jamais fait auparavant, il est sage de commencer par
travailler avec quelqu'un qui l'a fait.



En nature : Que pouvons-nous demander d'autre en plus (ou en plus) de l'argent ?

L'argent est une bonne chose, mais les dons en nature peuvent aussi être très utiles à votre réseau. Les dons de biens matériels ou de services sont appelés " dons en nature ". Vous pouvez les demander à des sociétés, à d'autres organisations, à des groupes communautaires ou même à des particuliers.

Comme le souligne [Grantspace](#), vous pouvez demander aux entreprises :

- Les biens, tels que
 - Ordinateurs
 - Logiciel
 - Meubles
 - Matériel de bureau ;
- Les services, comme
 - Espace de réunion
 - Soutien administratif/financier
 - Services de photocopie et de courrier ; et/ou
- L'expertise, sous la forme de
 - Conseils juridiques, fiscaux ou commerciaux
 - Planification stratégique
 - Marketing et développement de sites web

Vous bénéficiez déjà d'un soutien en nature si une église, un temple, une mosquée ou une maison de réunion locale laisse votre groupe se réunir dans sa salle sociale. Vous trouverez [ici](#) des idées sur le large éventail d'autres avantages en nature que vous pouvez demander.

Par exemple, vous pouvez demander :

- ❖ Une entreprise ou une agence pour un petit espace de bureau - peut-être juste un bureau libre que vos membres pourraient utiliser, une adresse où vous pouvez recevoir le courrier du réseau et un endroit pour stocker les dossiers papier de votre réseau ?
- ❖ Une papeterie ou une boutique de photocopie locale pour des fournitures et/ou du temps de photocopie gratuit ?
- ❖ Des ongleries, des salons de coiffure, des cafés et d'autres petites entreprises pour obtenir des coupons pour des services gratuits (une coupe, un café au lait) que vous distribuez pour inciter les gens à assister aux réunions ?



- ❖ Des fabricants de bonbons ou de cosmétiques - ou des pharmacies - pour des boîtes de petites barres chocolatées, de baume à lèvres, de tubes de lotion pour les mains, etc., à utiliser comme "cadeaux gratuits" pour attirer les gens lorsque vous faites de l'éducation publique ?

Vous souhaitez peut-être vous rendre dans la capitale de votre État pour une journée de lobbying. Vous pouvez couvrir le coût total de la journée si :

- ❖ Une entreprise locale paie les T-shirts (elle peut y apposer son logo ainsi que le vôtre).
- ❖ Les sacs-repas proviennent d'une sandwicherie et le jus et le soda d'une autre.
- ❖ Un magasin de photocopie accepte de copier le matériel et les documents dont vous aurez besoin.
- ❖ Un groupe confessionnel, un club ou une autre organisation accepte de payer le bus pour vous emmener et vous ramener.

SUPER-important avec tout type de contribution, et surtout avec les dons en nature :

- Conservez des feuilles de travail claires et bien organisées qui retracent la contribution de chaque personne, organisation ou entreprise.
 - Notez les dates et la valeur en dollars, s'il s'agit d'une contribution en nature.
- Remerciez rapidement et par écrit (ainsi qu'en personne, si possible) tous ceux qui contribuent.

C'est *essentiel*, car :

- Vous voulez que vos donateurs se sentent appréciés et reconnus, afin qu'ils vous donnent à nouveau.
- Vous voulez être connu comme un groupe responsable, appréciant et apprécié par la communauté.
- Vous avez besoin de ces informations pour compiler vos dossiers financiers annuels et demander des subventions futures.

Les bailleurs de fonds exigent parfois des groupes qu'ils réunissent des " fonds de contrepartie " (par exemple, "[nous vous donnerons 5 000 \\$ si vous pouvez démontrer](#) que vous avez réuni 5 000 \$ par vous-même "). Vous pouvez généralement compter les dons en nature comme de l'argent que vous avez collecté, mais UNIQUEMENT si vous avez une documentation claire de ce que vous avez reçu, quand, de qui et combien cela valait.

Il est préférable de *ne pas* exagérer la valeur du don - faites en sorte qu'elle corresponde à ce qui vous



aurait été facturé si vous aviez payé pour ce qui a été donné. Ces documents indiquent également au financeur que votre groupe est responsable, respecté et soutenu par la communauté.



Il est très judicieux d'utiliser [cette formule spécifique pour les lettres de remerciement adressées aux donateurs en nature](#), car elle peut leur permettre de faire figurer les dons dans leur déclaration d'impôts.

A noter : N'oubliez pas les bourses d'études !

Vous pouvez renforcer les compétences de vos membres sans épuiser les fonds du groupe en obtenant des bourses pour des conférences et des formations. Voici quelques exemples d'événements annuels :

AIDS Watch : Organisé à Washington DC, il s'agit du "plus grand événement national annuel de plaidoyer sur le VIH/SIDA basé sur les électeurs". Les participants reçoivent une formation en matière de plaidoyer et rendent visite aux membres locaux du Congrès dans leurs bureaux de Washington. Vous pouvez demander des bourses de voyage et d'hôtel.

Académie nationale de formation sur le VIH n'est pas un crime : "Formation de renforcement des compétences, avec un accent sur l'organisation à la base, le plaidoyer, la création de coalitions et la planification de campagnes." Les bourses d'études sont attribuées à trois niveaux. Les bourses complètes comprennent l'inscription, l'hébergement et le voyage.

Conférence sur la vie positive : Organisée à Fort Walton Beach, dans le Panhandle de Floride, depuis 1997, c'est le plus grand rassemblement annuel de PVVIH aux États-Unis. Les PVVIH paient une bourse de 100 \$ pour tous les repas, les ateliers, les événements sociaux et l'hébergement dans un cadre en bord de mer pour la durée de la conférence.

Conférence des États-Unis sur le SIDA : elle se tient chaque année dans une ville américaine différente. Les bourses d'études couvrent généralement l'inscription, les nuits d'hôtel pendant la conférence et 100 \$ pour les frais de voyage.

Références sélectionnées

Inside Philanthropy, "[Fundraising opportunity for advocacy work](#)"
(<http://philanthropyjournal.blogspot.com/2012/03/fundraising-opportunity-for-advocacy.html>)

Jacobson Jarvis & Co. PLLC, "[What Not-for-profits Need to Know About Tax Compliance](#)" (PDF)
([https://www.sos.wa.gov/_assets/charities/What%20Not-for-profits%20Need%20to%20Know%20About%20Tax%20Compliance%20Jacobson%20Jarvis%20\(2\).pdf](https://www.sos.wa.gov/_assets/charities/What%20Not-for-profits%20Need%20to%20Know%20About%20Tax%20Compliance%20Jacobson%20Jarvis%20(2).pdf))

The Nonprofit Association of Oregon, "[Fiscal Sponsorship](#)"
(https://www.nonprofitoregon.org/helpline_resources/tools_information/faqs/fiscal_sponsorship)

Independent Sector, "[Lobbying Guidelines for Public Charities](#)"
(<https://www.independentsector.org/resource/lobbying-guidelines-for-public-charities/>)

Nonprofit Hub, "[7 Tips on Asking for Donations - It's Intimidating, We Get It](#)"



(<http://nonprohithub.org/fundraising/7-tips-on-asking-for-donations-its-intimidating-we-get-it/>)

Qgiv, "[Modèle standard de demande de don](https://www.qgiv.com/blog/fundraising-letter-templates/#standard)" (<https://www.qgiv.com/blog/fundraising-letter-templates/#standard>)



DonorDrive, "[Beyond sponsorship : A better approach to corporate funding for nonprofits](http://www.donordrive.com/blog/beyond-mentorship-a-better-approach-to-corporate-funding-for-nonprofits/)" (http://www.donordrive.com/blog/beyond-mentorship-a-better-approach-to-corporate-funding-for-nonprofits/)

Idealist.org, "[Introduction au développement et à la collecte de fonds - Types de collecte de fonds](http://www.idealist.org/info/Nonprofits/Dev1#types)" (http://www.idealist.org/info/Nonprofits/Dev1#types)

Foundation Center, "[Trouver un financement](http://www.foundationcenter.org/findfunders/)" (http://www.foundationcenter.org/findfunders/)

[Le répertoire de la marche nationale contre le sida](http://www.aidswalk.org/) (http://www.aidswalk.org/)

Dining Out for Life, "[Measures of Success](http://www.diningoutforlife.com/about/measures_of_success/)" (http://www.diningoutforlife.com/about/measures_of_success/)

[Pédaleurs positifs](http://www.pospeds.org/) (http://www.pospeds.org)

Lowcountry AIDS Services, "[Sunny Day for Charity Car Wash](http://www.aids-services.com/news/sunny-day-for-charity-car-wash/)" (http://www.aids-services.com/news/sunny-day-for-charity-car-wash/)

Fondation Southern Arizona AIDS, "[2016 Jim Click Mustang Raffle](http://saaf.org/ways-to-support/2015-jim-click-mustang-raffle/)" (http://saaf.org/ways-to-support/2015-jim-click-mustang-raffle/)

AIDS Fund Philly, "[GayBINGO !](http://www.aidsfundphilly.org/events/gaybingo/)" (http://www.aidsfundphilly.org/events/gaybingo/)

Base de connaissances Grantspace, "[Comment puis-je trouver des sources de dons en nature ?](http://grantspace.org/tools/knowledge-base/Funding-Resources/Corporations/in-kind-gifts/)" (http://grantspace.org/tools/knowledge-base/Funding-Resources/Corporations/in-kind-gifts)

Boîte à outils communautaire, "[Section 11. Solliciter des contributions et un soutien en nature](http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/sustain/long-term-sustainability/solicit-contributions/main)" (http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/sustain/long-term-sustainability/solicit-contributions/main)

Raise-Funds, "[In-Kind Gifts : How to Acknowledge and Recognize Them](http://www.raise-funds.com/2008/in-kind-gifts-how-to-acknowledge-and-recognize-them/)" (http://www.raise-funds.com/2008/in-kind-gifts-how-to-acknowledge-and-recognize-them/)

AIDS United, "[AIDS Watch](http://www.aidsunited.org/Policy-0024-Advocacy/AIDSWatch.aspx)" (http://www.aidsunited.org/Policy-0024-Advocacy/AIDSWatch.aspx)

[Académie nationale de formation sur le VIH n'est pas un crime](http://www.hivisnotacrime.com) (http://www.hivisnotacrime.com)

Conférence des États-Unis sur le sida, "[Bourses d'études](http://www.2017usca.org/scholarships)" (http://www.2017usca.org/scholarships)



RENFORCER L'EFFICACITÉ DES RÉSEAUX PAR LA COLLABORATION

Ce chapitre examine comment les réseaux de PVVIH établissent des relations externes avec d'autres entités et recrutent des alliés qui collaboreront avec vous tout en travaillant à un objectif commun.

C'est également en établissant des relations que vous aiderez les décideurs publics, les bailleurs de fonds et les médias à comprendre qui est votre réseau, ce qu'il fait et pourquoi il est important. La plupart des stratégies pour y parvenir proviennent directement des règles que nous avons apprises dans notre enfance pour "bien jouer avec les autres". Elles sont toujours d'actualité !

Il est évident que la manière d'établir une présence extérieure dépend en grande partie de l'endroit où l'on se trouve. L'Action Center - un groupe de défense au sein de l'organisation GMHC (Gay Men's Health Crisis) à New York - est confronté à des défis différents de ceux rencontrés par Brave New Day, une organisation du Mississippi dont les membres ruraux sont tellement limités par la stigmatisation du VIH que certains ne peuvent assister à une réunion qu'une fois par an environ.

Ce chapitre présente des approches pour la création de réseaux que la plupart des réseaux peuvent adapter et utiliser. Il met l'accent sur la collaboration avec des alliés au niveau local et de l'État, car, en tant qu'ancien président de la Chambre des représentants de l'État de New York, Tip O'Neill, membre de la Chambre des représentants des États-Unis, a dit un jour : "Toute politique est locale". Lorsque vous essayez de changer quelque chose dans votre État ou votre communauté, vos alliés les plus solides sont probablement des personnes et des organisations respectées au niveau de l'État et au niveau local.

Plusieurs organisations nationales peuvent également être des alliés très utiles, notamment US PLHIV Caucus, [Sero Project](#), Positive Women's Network - USA, HIV Prevention Justice Alliance, [AIDS United](#) et d'autres. Ces groupes plus importants peuvent être en mesure d'aider à faire connaître vos initiatives de plaidoyer, de fournir des suggestions de stratégie et, à l'occasion, peuvent être en mesure de vous indiquer des sources de financement pour certains de vos travaux. Il est certainement utile de suivre leurs listes de diffusion et de prendre contact avec eux.

Cartographie des alliés actuels et des nouveaux alliés possibles

La plupart des réseaux de PVVIH ont déjà ou pourraient vraisemblablement établir des relations avec au moins quelques organisations externes, notamment :

- Votre conseil local de planification Ryan White (ou son conseil consultatif communautaire)
- Les bureaux de lutte contre le VIH/SIDA au sein des départements de santé de votre état et de votre comté.



- Organisations communautaires locales (OC) fournissant une gestion de cas ou d'autres services.
- les organisations de services VIH/SIDA (HASO) et les autres prestataires médicaux auxquels vos membres ont recours



- Collèges et universités
- Sites de recherche clinique
- Organisations travaillant sur les questions LGBTQI
- Organisations travaillant sur d'autres libertés civiles et sur des questions de justice raciale, de genre et économique.
- Activistes de quartier et communautaires
- Chefs religieux et organisations locales

Vous savez probablement déjà ce que vous pouvez attendre de certaines ou de toutes ces organisations. Alors comment procéder lorsque vous voulez entreprendre un projet qui nécessite un soutien extérieur plus important que celui que vous avez reçu de leur part dans le passé ? Si votre principal obstacle est le manque de ressources, il s'agit probablement d'un problème de collecte de fonds (voir le chapitre sur la collecte de fonds).

S'il s'agit d'une question de plaidoyer (vous devez changer la politique ou l'opinion publique), vous pouvez l'aborder comme un défi de relations communautaires. Si vous parvenez à recruter des partenaires de cette liste qui partagent votre objectif, vous pourrez trouver un moyen de travailler ensemble pour le réaliser. Si cela fonctionne, ce succès aura l'avantage supplémentaire de vous permettre de les engager plus facilement dans un futur travail de collaboration. Le succès engendre la confiance entre les partenaires.

Construire des alliances efficaces avec d'autres groupes

Voici quelques règles de base :

- ❖ Tout le monde doit en retirer quelque chose
- ❖ Tout le monde a son mot à dire sur ce que nous faisons ensemble. Personne ne doit essayer de prendre le dessus et de contrôler le processus.
- ❖ Nous ne devons pas être d'accord sur tout, mais seulement sur la manière d'avancer dans ce projet. Il est toujours possible d'être en désaccord avec l'autre de manière respectueuse dans la conversation, puis de revenir au sujet sur lequel on est d'accord et sur lequel on collabore.

Une étude sur la création de partenariats efficaces entre les militants et les chercheurs a cité quelques caractéristiques supplémentaires qui sont importantes pour la création d'alliances en général, notamment :



- ❖ Chaque partie doit être considérée comme ayant quelque chose à apporter.



- ❖ Les gens montrent leur engagement envers la collaboration en participant aux réunions importantes et en respectant le calendrier.
- ❖ Des objectifs clairs et des agendas harmonieux sont essentiels.

Étude de cas

Ce n'est qu'un exemple pour illustrer la manière dont vous pouvez trouver et engager des collaborateurs :

Tâche :	Votre réseau de PVVIH veut faire pression sur le corps législatif de votre État pour qu'il augmente le budget de votre programme de santé publique. L'ADAP de l'État.
Étape 1 : <i>à la recherche d'alliés</i>	Dressez une liste des organisations qui sont à la fois bien placées et éventuellement disposées à se joindre à vous pour défendre cette cause. Les HASO locales et autres groupes liés au VIH dans votre région vous viennent immédiatement à l'esprit. Mais que faire s'ils ne semblent pas intéressés à travailler avec vous, ou s'ils n'ont pas vraiment fait grand-chose sur ces questions dans le passé ?
Étape 2 : <i>prise de contact</i>	Il vaut quand même la peine de les rencontrer pour en discuter. Proposez de visiter leurs bureaux ou de les emmener prendre un café. Discutez de la question et expliquez comment elle est liée aux meilleurs intérêts de leurs clients. Demandez-leur de vous suggérer d'autres partenaires potentiels qui pourraient être intéressés. Cela peut les amener à vous présenter de nouveaux alliés précieux. Proposez-leur de les tenir au courant des progrès de votre plaidoyer, au cas où ils voudraient vous rejoindre plus tard. Dans la mesure du possible, ne fermez jamais complètement la porte à une relation avec un allié potentiel.
Étape 3 : <i>trouver d'autres alliés potentiels</i>	Recherchez d'autres organisations ou des personnes influentes qui prêtent également attention au financement des programmes de santé par l'État. Serait-il possible de s'associer à eux et d'élaborer une position de plaidoyer qui réponde à la fois à leurs besoins et à ceux de votre réseau ? Vous voudrez peut-être dresser une liste d'autres groupes que vous pourriez approcher. Le brainstorming est un exercice où vous ne vous limitez pas. Proposez donc toutes les idées possibles auxquelles vous pensez ! Décidez ensuite de celles que vous souhaitez poursuivre.



Étape 4 : Rappelez-vous la règle ci-dessus : "*Tout le monde doit y trouver son compte*" ? Demandez-vous quels groupes, parmi ceux que vous avez identifiés, pourraient vraiment faire avancer leurs propres objectifs en s'associant avec vous.

déterminer le comment Décidez de la manière dont vous présenterez cette opportunité lors de votre entretien avec eux. Pour cette

pour le présenter Une étude de cas, par exemple, vous pouvez utiliser ces points avec des partenaires potentiels :

- *Société locale du cancer* - "Les prix élevés des médicaments sont un **gros problème pour les PVVIH et les personnes atteintes de cancer**. Pouvez-vous nous soutenir sur l'ADAP si nous vous soutenons sur la législation relative au financement du cancer ?"
- *Groupes de défense des droits des personnes handicapées* - "Les PVVIH sont classées comme **handicapées**. Pouvez-vous nous soutenir sur l'ADAP si nous vous soutenons sur une autre question relative aux droits des personnes handicapées ?"
- *Groupes de défense des droits civils* - "L'**ACLU soutient** notre droit à l'accès confidentiel à nos médicaments. L'ADAP en est un élément important. Allez-vous nous aider avec ADAP si nous vous aidons avec un autre projet de loi sur les droits civils ?"
- *Groupes de lutte contre l'hépatite C (hep C)* - "les gens sont souvent **co-infectés par le VIH et l'hépatite C** - allez-vous défendre les intérêts de ces membres en vous joignant à nous pour l'ADAP ?".
- *Associations de médecins, d'infirmières et d'étudiants en médecine* - "L'Association américaine des étudiants en médecine (**AMSA**) plaide régulièrement en faveur du financement de la lutte contre le VIH/sida au niveau national. Votre section locale peut-elle le soutenir à ce niveau local ?"

Étape 5 : D' autres alliés peuvent être disposés à vous soutenir publiquement sans recevoir d'avantages implicites ou explicites en échange. Puisque leur soutien peut contribuer à renforcer votre plaidoyer, il est important de

Engagez d'autres nouveaux à leur tendre la main également. Il peut s'agir de :

- des supporters,**
- *αυσσα* Un chroniqueur populaire d'un journal de la région qui pourrait, si on le lui demandait, écrire une chronique sur votre sujet.
 - Des membres du clergé ou des experts universitaires qui pourraient cosigner des lettres à l'éditeur ou des lettres aux législateurs de votre État à ce sujet.
 - Des élus locaux qui peuvent parler à d'autres législateurs
 - Organisations nationales de plaidoyer qui soutiennent les questions relatives aux PVVIH

Faire en sorte que vos relations extérieures soient constructives et productives



La plupart d'entre nous n'agissent pas de la même manière avec les membres de notre famille qu'avec nos collègues de travail. Comme nous sommes généralement moins proches des personnes avec lesquelles nous travaillons, nous avons tendance à être un peu plus polis et prudents dans nos interactions avec elles.

De même, il est utile d'être prudent lors de l'établissement de relations de collaboration entre organisations - surtout lorsque les nouveaux partenaires apprennent à se faire confiance.



Il est judicieux d'examiner attentivement quelle personne de votre réseau est la mieux placée pour être votre principal représentant dans une coalition ou une alliance donnée. Il se peut que ce ne soit pas la même personne qui préside les réunions internes de votre réseau (qui est plutôt un cadre "familial"). Ce n'est peut-être pas non plus vous, car les questions de plaidoyer ne concernent pas que nous-mêmes. Votre groupe choisit quelqu'un pour être son ambassadeur - chargé d'écouter attentivement les intérêts et les préoccupations de votre allié potentiel, de poser des questions pour en savoir plus sur ses priorités et d'explorer comment mettre en place une collaboration qui pourrait profiter aux deux groupes.

N'oubliez pas que vos alliés potentiels sont probablement déjà surchargés de travail et sous-financés. C'est pourquoi ils seront plus enclins à participer si le plan de collaboration ajoute le moins possible à leur charge de travail. Ils seront aussi probablement plus ouverts si l'effort, en retour, peut leur donner des succès à rapporter à leurs conseils et contributeurs.

Même si l'allié potentiel n'accepte pas votre offre, il est important de donner une bonne impression et de laisser la porte ouverte à une collaboration future. Vous pouvez demander : "À qui d'autre devrais-je m'adresser à ce sujet ?" et, s'il fait une suggestion, demandez : "Puis-je dire que vous me l'avez suggéré ?". La plupart des gens aiment qu'on leur demande leur avis.

Il est également utile de maintenir un contact occasionnel avec les organisations qui refusent une offre de collaboration. Leurs sentiments sur la collaboration peuvent changer une fois que vous avez réussi, et vos intérêts organisationnels peuvent s'aligner sur les leurs à l'avenir.

Établir des relations extérieures équitables et responsables

Lorsque deux ou plusieurs organisations collaborent, la crédibilité de chaque groupe (y compris auprès de ses bailleurs de fonds) est en jeu dans une certaine mesure. La plupart des organisations font attention à quand et comment elles expriment leur solidarité avec d'autres organisations, surtout lorsqu'il s'agit de questions controversées comme le VIH.

Si un partenaire de plaidoyer dit ou fait soudainement quelque chose publiquement avec lequel vous n'êtes pas d'accord, cela pourrait affecter négativement la réputation de votre groupe. En comprenant cela, il est logique que vos nouveaux partenaires de collaboration puissent avoir les mêmes inquiétudes à votre sujet !

Vous pouvez apaiser ces inquiétudes en étant responsable et positif avec vos nouveaux partenaires dès le départ. Cela signifie :

- Tenir tous les engagements que vous prenez l'un envers l'autre (y compris la participation aux réunions, le respect des délais, etc.)
- Parler en bien de vos partenaires
- Proposer de discuter de la collaboration avec leur conseil d'administration, si cela est utile.



Soyez un bon partenaire, mais soyez authentique.



Réunions de partenariat : Préparation, exécution, suivi

Il est judicieux - surtout dans le cas de nouveaux partenariats - de préparer des ordres du jour écrits avant chaque réunion et de rédiger un résumé que vous distribuerez ensuite, en énumérant explicitement les "mesures à prendre" convenues lors de la réunion.

Oui, cela demande plus de travail que de simplement parler à vos partenaires de manière informelle et de conclure des accords verbaux. Mais c'est payant, car cela vous permet d'éviter les malentendus ou les désaccords qui peuvent saboter une collaboration potentiellement productive.

Commencer et terminer vos réunions à l'heure (que ce soit en personne ou par téléphone) montre également votre respect pour les horaires déjà chargés de chacun.

Pour que les choses avancent sans retard, il est utile de :

- Demandez aux partenaires de préciser s'ils ont le temps d'entreprendre une tâche et de la mener à bien. Vous pourriez dire, par exemple : "Si vous n'avez pas le temps de rédiger une déclaration sur ce sujet, pouvez-vous peut-être examiner un projet que j'ai rédigé ?" Cela encourage les gens à passer des accords réalistes et à respecter le calendrier. Cela montre également à quel point vous êtes un partenaire très utile !
- Faire circuler un résumé écrit des décisions prises lors de chaque réunion. L'envoi de ce document à tous les participants donne à chacun la possibilité d'apporter des corrections s'il n'est pas d'accord avec votre compte.
- Incluez dans le résumé un calendrier indiquant la date limite à laquelle chaque tâche sera achevée et par qui. Cela permet d'éviter que les gens ne remettent à plus tard la réalisation de leurs tâches.
- À la fin de chaque réunion, convenez de la date de la prochaine réunion et passez en revue l'ensemble du calendrier de votre projet ("Ainsi, nous réalisons X, Y et Z d'ici le 1er mars et nous serons dans les temps pour terminer le 31 juillet").

Établissez dès le départ des procédures sur la manière dont vous gérerez les décisions importantes en l'absence de personnes clés :

- Ces décisions sont-elles définitives ou peuvent-elles être réexaminées lors de la prochaine réunion ?
- Les membres sont-ils encouragés à soumettre des commentaires écrits avant la réunion s'ils savent à l'avance qu'ils seront absents ?
- Pouvez-vous vous engager à distribuer l'ordre du jour de toutes les réunions au moins une



semaine avant la réunion afin que chacun soit préparé et présent si possible - ou en mesure de soumettre des commentaires s'il ne peut pas être présent ?



Ces étapes peuvent sembler trop formelles. Mais elles vous aideront à gagner la confiance de vos nouveaux alliés (surtout si vous vous chargez de rédiger les résumés, etc.). Ces étapes montrent que vous respectez leur temps et leur énergie, que vous êtes un partenaire fiable et que vous êtes responsable de ce que vous entreprenez.

Tactiques internes/externes

Il est parfois utile de travailler avec des organisations dont le style est très différent du vôtre. Une vieille expression dit que chaque mouvement "a besoin de ses lanceurs d'œufs et de ses faiseurs d'omelettes", ce qui signifie que différentes stratégies peuvent être utiles, y compris le modèle classique "intérieur/extérieur".

Il est parfois avantageux pour deux organisations de collaborer en privé pour faire avancer des objectifs communs, même si elles sont perçues publiquement comme étant à des kilomètres l'une de l'autre sur la plupart des sujets. Les sections d'ACT UP, connues pour leurs manifestations très visibles et leurs protestations dans les rues, par exemple, ont également collaboré "en coulisses" avec des partenaires de plaidoyer dans les bureaux des départements de santé financés par le gouvernement pour faire bouger les choses.

Ces alliances informelles sont caractéristiques de l'approche interne/externe du plaidoyer. Avec une planification claire et de la confiance, cette approche peut être très efficace pour amener les décideurs à prendre vos demandes au sérieux et à y donner suite. Elle est particulièrement utile lorsque les décideurs ciblés ne se soucient pas vraiment de votre problème et ne réagissent pas, même lorsque des défenseurs très crédibles les contactent à ce sujet.

Lorsque les décideurs politiques ne réagissent pas, il est peut-être temps de faire monter la pression en attirant l'attention de la presse. Pour attirer la presse, les militants "extérieurs" peuvent mettre en lumière le problème par des manifestations non violentes, des "die-ins", des grèves de la faim, des marches, des veillées et des formes très visibles de désobéissance civile. En couvrant ces actions, la presse se tourne naturellement vers les politiciens concernés pour obtenir des déclarations de réaction, les obligeant ainsi à aborder les problèmes.

Exemples de stratégies internes/externes

Extérieur	À l'intérieur de	Résultat optimal
Piquets de grève	Négociateurs syndicaux	Modifications du contrat



Désobéissance civile	ONG et dirigeants communautaires	Changements dans les lois/politiques/décisions de financement
----------------------	----------------------------------	---



Exemples de stratégies internes/externes

Rassemblement, service de prière publique, veillée	Clergé et autres autorités respectées	Changements dans les lois/politiques/décisions de financement
Les activistes recrutent des consommateurs pour participer à un boycott public.	La presse fait connaître le boycott	L'entreprise modifie ses politiques

Lorsqu'elle est efficace, l'approche interne/externe encourage les législateurs, les décideurs et parfois les entreprises à négocier avec les défenseurs "raisonnables" (internes) parce que les défenseurs externes sont plus difficiles, les embarrassant dans la presse ou générant des appels et des lettres de colère de la part des électeurs. Ces actions publiques peuvent faire en sorte que le fait d'ignorer la question ne soit plus une option.

Martin Luther King Jr, un maître de cette approche, a écrit que "le but de notre programme d'action directe est de créer une situation de crise telle qu'elle ouvrira inévitablement la porte à la négociation".

Si vous planifiez une campagne utilisant des tactiques internes/externes, toutes les parties impliquées peuvent choisir, pour des raisons stratégiques, de garder leurs discussions discrètes, juste entre elles, plutôt que d'alerter les cibles du plaidoyer de leur effort coordonné. Une communication claire et la confiance sont toutefois essentielles pour faire coïncider le calendrier et le contenu des actions de chaque groupe. Cela donne à la presse une image cohérente de la situation et des sujets de discussion informatifs qu'elle peut utiliser pour l'expliquer au public.

Un mot d'avertissement

Lorsque l'on joue le rôle du "bon flic/mauvais flic", il est facile de penser que son propre groupe est plus intelligent, plus courageux ou plus dévoué que l'autre. Idéalement, nous faisons tous simplement ce que nous faisons le mieux pour atteindre l'objectif commun.

Comme l'a dit Winona LaDuke, une militante des droits des Amérindiens et de la justice environnementale : "Il n'y a pas de fée du changement social. Il n'y a que des changements réalisés par les mains des individus."



Apprendre aux médias à bien raconter nos histoires

Si vous êtes un groupe ouvert (voir le chapitre sur le recrutement), la visibilité médiatique fait partie de la présence extérieure de votre réseau. Une bonne couverture médiatique permet de communiquer efficacement votre message. Elle constitue également un ajout impressionnant à vos rapports et autres documents que vous envoyez aux bailleurs de fonds et aux alliés.

Mais obtenir une bonne presse peut être difficile de nos jours. De nombreux médias considèrent que le VIH est "dépassé", qu'il n'est plus un sujet d'actualité. Il est particulièrement difficile d'obtenir une bonne couverture dans les régions où la stigmatisation du VIH est forte, et où les journalistes ont tendance à présenter les PVVIH comme des victimes ou des méchants. Ces images sont consternantes ; les corriger est l'une des [fonctions](#) importantes [d'un réseau de PVVIH](#).

Si vous choisissez de vous faire connaître en tant que réseau de PVVIH (voir le chapitre sur le recrutement), il est judicieux d'informer les médias locaux de votre présence dès que vous êtes établi. Pour ce faire, vous pouvez envoyer des informations à la presse écrite et électronique locale sur la formation de votre réseau et partager avec elle des documents, tels que les ressources énumérées ci-dessous.

Si vous recevez une couverture médiatique déformée ou mal informée sur le VIH dans votre région, une réponse productive consiste à demander une réunion avec le comité de rédaction du journal, de la télévision ou de la station de radio responsable de la désinformation. Voici une [ressource qui fournit des conseils sur ce processus](#), y compris sur la manière de demander un tel rendez-vous ; cet [article explique comment préparer](#) et mener efficacement votre réunion avec le comité de rédaction.

Trois stratégies proactives pour augmenter vos chances d'obtenir une bonne presse

1. *Cultivez les bons reporters et aidez-les à vous connaître.*

La plupart des journalistes apprécient les commentaires positifs. Identifiez les journalistes que vous respectez - qu'ils couvrent ou non "vos sujets".

Complimentez-le par téléphone ou par e-mail lorsqu'il produit un bon article. Si c'est un très bon article, écrivez une lettre au rédacteur en chef pour le remercier publiquement et mettez-le en copie. Tout le monde aime avoir bonne presse, même les journalistes !

Vous pouvez également suggérer au journaliste de vous contacter s'il a un jour besoin d'informations sur le VIH. Invitez-les aux événements de votre réseau, notamment aux conférences de presse. En faisant cela régulièrement, vous augmentez les chances qu'un journaliste de ce média vous contacte comme source s'il travaille sur un sujet lié au VIH.



2. *Comprendre leurs conditions de travail.*



Les médias sont très limités dans le temps. "[Si c'est arrivé aujourd'hui, c'est une nouvelle](#)" est un mantra répandu dans tout le secteur. La plupart des journalistes travaillent dans des délais très courts.

Il est judicieux de les rappeler ou de leur envoyer des courriels dès que possible et de leur demander d'emblée quelle est leur date limite. Proposez-leur ensuite de les rappeler dans 10 minutes (ou 30 minutes s'il s'agit d'un délai plus long). Vous aurez ainsi le temps de rédiger une déclaration forte et concise sur le sujet en question. Les commentaires courts et dignes d'un hashtag ont beaucoup plus de chances d'être publiés ou diffusés que les commentaires longs et compliqués.

Il est également bon de demander aux journalistes s'ils ont besoin de plus d'informations sur le sujet et de leur proposer de les obtenir. En effectuant une recherche rapide sur Internet et en leur envoyant les informations précises dont ils ont besoin, vous augmenterez vos chances d'être rappelé à l'avenir. Il peut également être utile de rechercher le journaliste sur Google et de lire d'autres articles qu'il a écrits. Si vous en trouvez un qui vous plaît, vous pouvez en complimenter le journaliste - une autre façon de vous rendre populaire !

3. Offrez-leur de bons guides de style.

La couverture médiatique du VIH est parfois mauvaise simplement parce que les journalistes ne savent pas quel est le langage approprié. C'est une bonne idée de leur proposer les guides de style suivants comme outils potentiellement utiles.

Vous pouvez également les emporter avec vous lors des réunions du comité de rédaction (voir le paragraphe ci-dessus sur ce que vous devez faire si vous constatez une couverture injuste ou trompeuse).

- [Guide de style : Reportage sur les personnes atteintes du VIH et du SIDA](#), compilé par le magazine HIV Plus
- Le [guide de référence des médias du GLAAD](#) sur le langage approprié pour les questions liées à la vie des personnes LGBTQI, y compris nos expériences de vie avec ou affectées par le VIH.
- Le guide de Mic.com, "[Voici comment parler respectueusement du VIH](#)".
- Positive Women's Network - USA sur "[Cinq choses que les responsables des médias peuvent faire MAINTENANT pour lutter contre la stigmatisation liée au VIH](#)".

Références sélectionnées

Journal of Poverty, "[Community Activists and University Researchers Collaborating for Affordable Housing : Dual Perspectives on the Experience](#)"

(http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=cplan_papers)



Brainstorming.co.uk, "[What Is Brainstorming ?](http://www.brainstorming.co.uk/tutorials/whatisbrainstorming.html)" (<http://www.brainstorming.co.uk/tutorials/whatisbrainstorming.html>)



Une force plus puissante, "[198 méthodes d'action non-violente](http://www.aforcemorepowerful.org/resources/nonviolent/methods.php)"
(<http://www.aforcemorepowerful.org/resources/nonviolent/methods.php>)

Be Freedom, "[Introduction à la stratégie Inside/Outside](https://befreedom.co/introduction-to-the-insideoutside-strategy/)" (<https://befreedom.co/introduction-to-the-insideoutside-strategy/>)

Community Catalyst, "[Influencer les éditoriaux : Conduire une réunion du comité de rédaction](http://www.communitycatalyst.org/doc-store/publications/Editorial_Board_Meetings-Tip_Sheet.pdf)"
(http://www.communitycatalyst.org/doc-store/publications/Editorial_Board_Meetings-Tip_Sheet.pdf)

The Fairmount Group, "[Five Steps for an Effective Editorial Board Meeting](http://thefairmountgroup.com/five-steps-effective-editorial-board-meeting/)"
(<http://thefairmountgroup.com/five-steps-effective-editorial-board-meeting/>)

Magazine HIV Plus, "[Style Guide : Reporting on People With HIV and AIDS](http://www.hivlawandpolicy.org/sites/www.hivlawandpolicy.org/files/HIVPlusStyle%20Guide.pdf)" (PDF)
(<http://www.hivlawandpolicy.org/sites/www.hivlawandpolicy.org/files/HIVPlusStyle%20Guide.pdf>)

GLAAD, "[Media Reference Guide](http://www.glaad.org/sites/default/files/GLAAD-Media-Reference-Guide-Tenth-Edition.pdf)" (<http://www.glaad.org/sites/default/files/GLAAD-Media-Reference-Guide-Tenth-Edition.pdf>)

Mic.com, "[Voici comment parler respectueusement du VIH](https://mic.com/articles/128718/how-to-talk-about-hiv#.I7xPYtHz8)" (<https://mic.com/articles/128718/how-to-talk-about-hiv#.I7xPYtHz8>)

Positive Women's Network - USA, "[Five Things Media Makers Can Do NOW to Stand Up to HIV Stigma](https://pwn-usa.org/media/five-things-stand-up-to-hiv-stigma/)" (<https://pwn-usa.org/media/five-things-stand-up-to-hiv-stigma/>) (en anglais)



GLOSSAIRE

ableisme - système de discrimination à l'encontre des personnes handicapées

responsable, responsabilité - attente qu'un individu ou un groupe respecte ses engagements et se conduise conformément aux accords qu'il a conclus avec d'autres individus ou groupes.

militantisme - politique ou acte de campagne visant à obtenir des changements politiques ou sociaux.

plaidoyer - travail visant à soutenir ou à recommander publiquement une politique, une cause, un

groupe ou un individu particulier ADAP - "AIDS Drug Assistance Program" (programme

d'assistance pour les médicaments contre le sida)

allié, alliés - personnes appartenant à des groupes, des communautés, des milieux ou des expériences différents qui s'unissent dans un intérêt mutuel, pour atteindre un objectif commun ou pour soutenir un groupe ou une communauté spécifique.

ASAP - "dès que possible".

ASO (voir aussi *HASO*) - "AIDS service organization" (organisation de lutte contre le sida)

conseil d'administration ("board") - groupe de personnes qui sont responsables d'une organisation sur le plan juridique et financier ; elles définissent également la politique et s'assurent que l'organisation remplit sa mission.

Règlement intérieur - règles régissant la conduite des membres d'un groupe.

Campagne - travail organisé et actif en vue d'atteindre un objectif politique ou social.

conseil consultatif communautaire - groupe de personnes les plus touchées par le travail ou les services d'une institution, qui informe les politiques et les pratiques de cette institution.

CBO - "organisation à base communautaire".

collectif - une entreprise ou un projet dans lequel les individus travaillent en coopération et

SERO+



s'entraident pour atteindre un objectif commun.



conflit - un désaccord ou un désalignement sérieux entre des individus ou des

groupes consensus - un accord général, souvent unanime (tout le monde d'un côté)

livrables - des choses spécifiques produites à la suite d'un processus.

Facilitateur - une personne ou une chose qui facilite une action ou un processus (par exemple, une réunion) grâce à sa présence et à ses conseils.

fondation (à but non lucratif ou caritative) - organisation dont le rôle est, en partie, de donner des fonds et un soutien à d'autres organisations.

Subvention - argent donné par une organisation (par exemple, une fondation) à un groupe ou à un individu dans un but précis.

HASO (voir aussi ASO) - "organisation de service VIH/SIDA".

homophobie - système de préjugés à l'encontre des personnes qui s'identifient ou sont perçues comme étant homosexuelles, gays, lesbiennes, bisexuelles et/ou queer - et comportement fondé sur ces préjugés.

Incitation - paiement, cadeau ou autre avantage qui incite les gens à entreprendre une action ou à participer à une activité.

IRS - "Internal Revenue Service", le service national qui gère notre système fiscal

LGBTQI - "Lesbiennes, gays, bisexuels, transgenres, queers, intersexes".

médias (voir aussi *presse*) - terme collectif désignant les mécanismes et les créateurs de la communication de masse (par exemple, la télévision ou la radio, les journaux, les magazines ou les livres, l'Internet).

Modérateur - personne qui dirige ou guide une réunion ou une discussion.

ONG - "organisation non gouvernementale" (généralement une organisation à but non lucratif enregistrée auprès de l'IRS).

sensibilisation - implication d'un groupe dans les communautés environnantes et/ou

communication avec elles pair - personne du même âge, statut ou capacité qu'une autre

SERO+



personne



la navigation par les pairs - une personne séropositive plus expérimentée apporte son soutien à une personne plus novice en matière de soins VIH pour l'aider à accéder aux services appropriés.

philanthropie - désir de promouvoir le bien-être d'autrui, en particulier par le biais de dons généreux d'argent à des causes qui profitent aux autres.

Conseil de planification - groupe créé pour guider l'utilisation des fonds du gouvernement américain provenant du programme Ryan White sur le VIH/sida.

PVVIH - "personnes vivant avec le VIH".

presse (voir aussi *médias*) - presse écrite et/ou journalistes, considérés collectivement ; également, couverture dans/par ces médias.

PSA - "Public Service announcement" (généralement à la radio ou à la télévision)

racisme - système de préjugés dans lequel les personnes sont appréciées différemment en raison de leur race.

Programme Ryan White sur le VIH/sida - le plus grand système de soins financé par le gouvernement fédéral, comprenant des soins médicaux primaires et des services de soutien essentiels, au service des personnes américaines vivant avec le VIH qui ont de faibles revenus, ne sont pas assurées ou sont sous-assurées.

sérophobie - peur irrationnelle de contracter le VIH ou d'autres maladies infectieuses de la part de

personnes vivant avec le VIH ou d'autres personnes

sexisme - système de préjugés fondé sur le sexe
ou le genre

solidarité - unité ou accord de sentiment ou d'action, en particulier entre individus ayant un intérêt commun.

transphobie - système de préjugés à l'encontre des personnes qui s'identifient ou sont perçues comme étant transgenres et/ou non-conformes au genre.

Références sélectionnées

[Glossaire de AIDSinfo](https://aidsinfo.nih.gov/education-materials/glossary) (<https://aidsinfo.nih.gov/education-materials/glossary>)



Health Resources & Services Administration, "[About the Ryan White HIV/AIDS Program](https://hab.hrsa.gov/about-ryan-white-hiv-aids-program/about-ryan-white-hiv-aids-program)"
(<https://hab.hrsa.gov/about-ryan-white-hiv-aids-program/about-ryan-white-hiv-aids-program>)
(en anglais)

HIVE Online, "[HIV #LanguageMatters : Combattre la stigmatisation en utilisant le langage préféré](https://www.hiveonline.org/wp-content/uploads/2016/01/Anti-StigmaSign-Onletter-1.pdf)" (PDF) (<https://www.hiveonline.org/wp-content/uploads/2016/01/Anti-StigmaSign-Onletter-1.pdf>)

The Well Project, "[How to Be an Advocate for Yourself and Others](http://www.thewellproject.org/hiv-information/how-be-advocate-yourself-and-others)"
(<http://www.thewellproject.org/hiv-information/how-be-advocate-yourself-and-others>)

The Well Project, "[A Place at the Table : Having a Voice in HIV Planning and Decision Making](http://www.thewellproject.org/hiv-information/place-table-having-voice-hiv-planning-and-decision-making)"
(<http://www.thewellproject.org/hiv-information/place-table-having-voice-hiv-planning-and-decision-making>)

The Well Project, "[Why Race Matters : Les femmes et le VIH](http://www.thewellproject.org/hiv-information/why-race-matters-women-and-hiv)"
(<http://www.thewellproject.org/hiv-information/why-race-matters-women-and-hiv>)

REMERCIEMENTS

De nombreuses personnes et bailleurs de fonds ont participé à la création de la boîte à outils du Network Empowerment Project (NEP) et Sero leur en est reconnaissant. Mais le plus grand merci va à Anthony Wood et ses collègues de la Fondation Ittleson. Ils reconnaissent la façon dont les réseaux de personnes vivant avec le VIH (PVVIH) améliorent les résultats de santé, réduisent la stigmatisation intériorisée découlant de l'isolement et constituent un important véhicule de plaidoyer. Cette boîte à outils n'existerait pas sans le soutien de la Fondation Ittleson.

Au début du projet, Carrie Elizabeth Foote et Tamarah Kilroy se sont portées volontaires pour entreprendre une recherche qualitative et quantitative afin d'examiner l'état des réseaux de PVVIH aux États-Unis (une copie du rapport peut être trouvée ici [SERO Survey Talk](#)).

Leur passion, leur expertise et leur générosité ont donné un ton qui s'est reflété tout au long du projet. Nous remercions tout particulièrement Ashley Sherrow, assistante de recherche, MA, Indiana University et Andrew Drea, assistant de recherche, MA, Indiana University.

Des remerciements particuliers sont également adressés aux consultants Anna Forbes, Olivia Ford et Ken Pinkela, qui ont joué un rôle essentiel dans le développement, la rédaction et l'édition du kit d'outils, ainsi qu'à la directrice du projet, Cindy Stine, dont l'engagement et le leadership ont permis de maintenir le projet sur la bonne voie.

Des dizaines de personnes vivant avec le VIH, d'alliés et de défenseurs ont formulé des commentaires, participé à des révisions et à des recherches ou ont participé d'une autre manière à la création de ce kit d'outils. Leur effort est grandement apprécié. Cette liste est incomplète, mais voici quelques-unes des personnes que nous souhaitons citer spécifiquement :

▶ Khadijah Abdullah	VA	Wanda Brendle-Moss	NC
▶ Barb Cardell	CO	Jada Cardona	LA
▶ Cecilia Chung	CA	Dates Warren Alexander	AL
▶ Fernando de Hoyos	FL	Terl Gleason	NC
▶ Ari Hampton	MI	Tami Haught	IA
▶ Angel Hernandez	PR	Timothy S. Jackson	AL
▶ Bryan Jones	OH	Mark S. King	MD
▶ Kamaria Laffrey	FL	Serrure à barbe	AZ

- ▶ Suraj Madoori
- ▶ Susan Mull

IL
PA

Mary Elizabeth Marr
Nick Nicholas

AL
MS

▶ Naimah O'Neal	OH	Waheedah Shabazz-El	PA
▶ Andrew Spieldenner	NY	Cedric Sturdevent	MS
▶ Robert Suttle	NY	Valerie Wojciechowicz	FL
▶ Ashton P. Woods	TX		

Enfin, le remerciement le plus important va à notre communauté de PVVIH, en particulier à ceux d'entre nous qui travaillent dans leurs quartiers, leurs communautés et leurs régions pour rassembler les personnes vivant avec le VIH afin de créer une communauté, d'améliorer les résultats en matière de santé, d'améliorer la qualité de vie et de permettre à tous les PVVIH de parler d'une voix collective. Merci.