

Influence pour le réseau de santé

Référence : THE CANADIAN PRESS. "Edmonton lobby group pressures health minister to adopt Romanow report." *The Canadian Press*, January 14, 2003.

Mots clés : influence; groupe de pression; réseau de santé.

Contexte :

Un groupe de pression a décidé de mettre en place une campagne de lobbying pour tenter d'influencer la ministre fédérale de la Santé pour qu'elle soit favorable à l'implantation des suggestions émanant d'un rapport pour une réforme sur les soins de santé.

Problème identifié :

Une commission sur les soins de santé avait remis son rapport final sur les réformes qui devraient être instaurées dans le réseau de santé afin de l'améliorer. Les suggestions incluaient un investissement de plusieurs milliards de dollars. Une première réunion devrait être bientôt tenue par plusieurs ministres pour discuter de ce rapport, mais pour l'instant la ministre fédérale de la Santé tergiversait sur ses intentions par rapport aux recommandations.

Causes du problème :

La présidente du groupe craignait qu'au lieu de suivre les recommandations de ce rapport, un partenariat public-privé soit constitué et qu'à long terme, il coûte plus cher aux contribuables que les milliards de dollars d'investissement suggérés dans le rapport.

Objectifs à atteindre :

Ce groupe de pression avait comme objectif de démontrer à la ministre que les concitoyens de l'Alberta attribuaient de l'importance à la qualité de leurs soins de santé et que l'implantation des recommandations du rapport était la bonne chose à faire.

Solution envisagée :

Afin d'atteindre leurs objectifs, le groupe de pression a envisagé de mettre en place une campagne de lobbying.

Mise en œuvre de la solution :

La campagne d'influence de plusieurs milliers de dollars durerait six semaines et un quartier général avait été ouvert pour cette période près du bureau de l'association de la circonscription de la ministre. La campagne inclurait la distribution d'affiches à planter dans les pelouses, du porte-à-porte pour la remise de dépliants, la location de panneaux d'affichage, la création d'un site Web ainsi que l'achat de publicités télévisées. Par ailleurs, cette campagne de lobbying était possible grâce aux donations d'une union d'employés de la province et d'une union d'infirmières, entre autres.