

GUIDE DE COMMUNICATION

# Comment présenter notre travail

Guide de messages clés pour favoriser  
l'appui du public à la santé mondiale et  
au développement international



**CanSFE**

Partenariat canadien pour la  
santé des femmes et des enfants

---

SOMMAIRE

À propos de ce guide	3
Ce que nous apprend cette étude	4
Notre histoire commune	10
Les piliers de nos communications	11
Principaux messages	12
Langage à privilégier	15



# Le secteur canadien de la santé mondiale et du développement international accomplit un travail important partout dans le monde. Les mots que nous choisissons pour en parler comptent.



*Ensemble, notre voix porte plus loin et nous sommes plus forts.*

Afin de mieux comprendre ce que la population canadienne pense du développement international, de la santé mondiale et de l'égalité des genres, le Partenariat canadien pour la santé des femmes et des enfants (CanSFE) a commandé une étude qualitative sur les attitudes et les perceptions du public. En collaboration avec les membres du Groupe de travail sur la recherche sur l'opinion publique (GTROP)\* du CanSFE et la firme de sondages Abacus Data, nous avons élaboré une série de questions ouvertes et d'activités interactives afin de mieux comprendre, comme jamais auparavant, les perceptions, les attitudes et les motivations de la population canadienne. Les résultats nous ont offert un portrait à la fois juste et éclairant des éléments que la population comprend bien et des idées fausses qui persistent.

*\*Le Groupe de travail sur la recherche sur l'opinion publique (GTROP) du CanSFE est un groupe de travail ad hoc composé de représentantes et représentants d'organisations membres qui travaillent à la mobilisation du public ou des parties prenantes. En 2025–2026, le GTROP comptait du personnel d'Amref, de la Fondation Aga Khan Canada, de l'Association canadienne des sages-femmes, de Partners In Health Canada, d'Oxfam Canada et de Résultats Canada. En collaboration avec notre partenaire de recherche, Abacus Data, le GTROP a élaboré les questions et les activités qui ont servi de fondement à cette étude.*

Ce guide s'appuie sur les résultats de cette étude pour proposer des messages concrets à utiliser dans vos communications, que ce soit lors d'événements, dans vos relations avec les médias, sur les réseaux sociaux, lors de rencontres avec des décisionnaires ou dans vos conversations quotidiennes au sujet de votre travail.

Ce guide n'est ni un manuel de règles ni un mode d'emploi. Chaque organisation possède son propre mandat, son expertise, ses relations et sa personnalité. Notre objectif est de proposer un cadre fondé

sur cette étude pour parler de notre travail, ainsi qu'un langage commun pour faire valoir nos retombées collectives avec clarté, cohérence et assurance.

Lorsque nous nous exprimons ensemble, clairement et dans un langage commun, nous renforçons la portée de chaque voix du secteur. Ensemble, nous gagnons en visibilité et en influence, et nous sommes mieux à même de favoriser la compréhension du public et susciter son appui. Ensemble, notre voix porte plus loin et nous sommes plus forts.



CE QUE NOUS APPREND  
CETTE ÉTUDE

Réalisée par Abacus Data en avril 2026, cette étude explore comment la population canadienne conçoit le développement international et la santé mondiale.

Ses résultats montrent que les conditions sont déjà en place pour approfondir le dialogue public sur notre travail. Il nous appartient d'aider la population canadienne à mieux en comprendre les retombées ainsi que la façon dont le Canada y contribue.





CE QUE NOUS APPREND  
CETTE ÉTUDE

# Les Canadiennes et les Canadiens veulent aider.

*« Aider d'autres pays à se développer en contribuant à l'éducation, aux infrastructures, à la sécurité alimentaire, aux soins de santé, etc. »*

*« Nous vivons dans un pays privilégié, et il est juste d'aider les personnes dans le besoin. »*

*« En tant qu'êtres humains, nous nous devons d'aider les personnes moins favorisées que nous. »*

Dans tous les segments de la population, l'appui au développement international est davantage marqué par une ouverture favorable que par un engagement ferme. La plupart considèrent qu'aider les autres est la bonne chose à faire, mais cette conviction s'accompagne de préoccupations bien réelles : le Canada en a-t-il les moyens? Les fonds parviennent-ils réellement aux personnes qui en ont besoin? Et le secteur fait-il preuve de transparence quant aux résultats?





CE QUE NOUS APPREND  
CETTE ÉTUDE

# Le Canada est déjà perçu comme un pays qui vient en aide aux autres.

*« Si quelqu'un est malade dans un autre pays, cela peut finir par toucher tout le monde, comme on l'a vu avec la COVID-19. »*

*« Je pense que ça fait partie de notre identité canadienne. »*

*« Un leader du changement et de la bienveillance. »*

Le public perçoit souvent le Canada comme un pays juste et fidèle à ses principes, qui aide les autres, favorise la paix et montre l'exemple sur la scène internationale. Cette perception est une grande source de fierté. L'idée d'aider les autres est en phase avec des valeurs fondamentales canadiennes, telles que la compassion, la générosité et l'équité.





CE QUE NOUS APPREND  
CETTE ÉTUDE

# Le tiraillement entre les responsabilités mondiales du Canada et les priorités nationales est bien réel.

*« Bien des gens au Canada ont eux aussi besoin d'aide. »*

*« Nous devons aussi veiller à ce que notre pays demeure fort face aux nouveaux défis auxquels il est confronté. »*

*« Je pense que c'est la bonne chose à faire, mais le Canada a-t-il les moyens d'aider tout le monde sans négliger les besoins de sa propre population? »*

Les attitudes des Canadiennes et des Canadiens à l'égard du développement international sont souvent influencées par les défis auxquels le pays est confronté, notamment en matière de soins de santé, de logement et de coût de la vie. En reconnaissant ces préoccupations et en aidant les gens à comprendre que les investissements en santé mondiale contribuent aussi à protéger la population canadienne, on favorise la conversation. Lorsque les gens se sentent entendus au sujet des enjeux qui les préoccupent au pays, ils sont plus ouverts aux discussions sur les enjeux mondiaux.





CE QUE NOUS APPREND  
CETTE ÉTUDE

# La confiance compte plus que n'importe quel message.

*« Connaître les résultats obtenus, chiffres à l'appui, et leurs retombées concrètes. »*

*« Je me demande toujours pourquoi il y a constamment des demandes de financement. »*

*« Je voudrais que l'organisation ait fait l'objet d'une vérification rigoureuse. »*

La confiance est le facteur qui influence le plus l'appui du public. Dans ce contexte, elle ne repose pas sur la notoriété d'une organisation, mais sur sa transparence. Les Canadiennes et les Canadiens veulent des preuves concrètes : des exemples réels, des études et des données qui montrent que les fonds sont utilisés efficacement et qu'ils parviennent réellement aux personnes visées. Les organisations qui misent sur la transparence bénéficient d'un appui durable.





CE QUE NOUS APPREND  
CETTE ÉTUDE

# Les mots comptent

*« Je ne sais pas. Je ne comprends pas  
ce terme parce qu'il est trop technique. »*

Dans le secteur du développement international, les mots que nous choisissons influencent la façon dont le public perçoit et appuie notre travail à l'échelle mondiale. Selon l'étude, certains termes passent bien auprès de la population canadienne, tandis que d'autres semblent trop techniques ou trop vagues et donc difficiles à comprendre pour les non spécialistes. Pour gagner l'appui du public à long terme, nous devons miser sur un langage clair, accessible et facile à comprendre.



# Dans ce secteur, chaque organisation fait partie d'un tout.

## NOTRE HISTOIRE COMMUNE

Le Canada est un pays qui aide les autres, et il en a toujours été ainsi. Les organisations canadiennes travaillent pour s'assurer que les femmes survivent à l'accouchement, que les enfants reçoivent les vaccins dont ils ont besoin et que les communautés aient accès aux soins de santé ainsi qu'aux outils nécessaires pour prendre leur avenir en main. Ce travail est accompli par des organisations canadiennes à tous les échelons, notamment par les plus de 110 membres du CanSFE, qui s'efforcent de favoriser la santé et les droits des femmes et des enfants dans le monde, convaincu que le lieu de naissance ne devrait pas déterminer les chances de survivre ou de s'épanouir.

Notre travail se traduit par des résultats bien réels : une enfant qui célèbre son cinquième anniversaire; une adolescente qui reçoit l'éducation

à laquelle elle a droit; une nouvelle équipe de personnel de santé formé qui soutient sa communauté.

L'investissement est modeste, mais les retombées sont bien réelles : des résultats mesurables en matière de santé, de meilleures relations internationales et un monde moins vulnérable aux crises sanitaires qui, comme nous l'a rappelé la COVID-19, ne s'arrêtent pas aux frontières.

Davantage de Canadiennes et de Canadiens devraient connaître cette histoire et en comprendre la portée. Le moyen le plus efficace d'y parvenir est que nous le racontions toutes et tous, chacun à notre façon, dans nos propres mots, sur nos propres plateformes et à travers la réalité de notre travail, tout en nous appuyant sur un langage et un cadre communs.



# Tous les messages devraient faire écho, d'une manière ou d'une autre, à l'un ou plusieurs de ces trois piliers.

Ils représentent ce qui compte réellement pour la population canadienne, selon les résultats de l'étude menée par Abacus Data.

## Cela fonctionne et nous en avons la preuve.

La transparence et les données probantes sont le fondement de la confiance. Toute affirmation concernant les retombées de notre travail doit être précise et vérifiable. Les chiffres sont importants, mais la réalité humaine compte aussi beaucoup. Ensemble, ils constituent un puissant levier de communication.

Gardez ce message clé en tête lorsque vous présentez votre travail :

## Cela correspond à l'image que les Canadiennes et les Canadiens se font d'eux-mêmes.

Les Canadiennes et les Canadiens se perçoivent comme des personnes qui aident les autres, qui maintiennent la paix et qui vivent dans un pays qui croit en l'équité et en la dignité humaine. La plupart d'entre eux, même les plus sceptiques, sont fiers, dans une certaine mesure, du rôle que joue le Canada comme pays qui vient en aide aux autres. C'est un véritable atout.

## Cela profite aussi au Canada.

La prévention des maladies, la stabilité mondiale, les partenariats internationaux et un monde plus sûr pour tout le monde ne sont pas des concepts abstraits. Ce sont des enjeux qui comptent pour la population canadienne. L'étude montre que même les personnes sceptiques à l'égard des dépenses du Canada à l'international y sont plus favorables lorsqu'elles comprennent en quoi celles-ci contribuent à protéger la santé et la sécurité de la population canadienne, tout en renforçant la réputation du pays dans le monde.

*les organisations canadiennes sauvent des vies et contribuent à améliorer la santé et renforcer la résilience des communautés partout dans le monde. Il est important que la population canadienne le sache.*



## PRINCIPAUX MESSAGES

Il s'agit de messages clés que les organisations peuvent utiliser comme base pour leurs communications publiques.

Ils sont conçus pour être adaptés. Le vocabulaire et les éléments présentés ci-dessous servent de point de départ pour communiquer avec le grand public.



# 1 Ce travail est bien réel et il sauve des vies.

Chaque année, les organisations canadiennes qui travaillent dans le domaine de la santé mondiale fournissent des vaccins qui préviennent les épidémies, dispensent des soins médicaux en situation de crise, accompagnent les mères et les nouveau-nés pour une grossesse et un accouchement en toute sécurité, et aident les communautés à mettre en place les systèmes de santé dont elles ont besoin pour s'épanouir. Il s'agit d'un travail efficace, fondé sur des données probantes et dont les résultats sont mesurables.

## Éléments à adapter :

- Décrivez un résultat concret auquel votre organisation a contribué.
- Appuyez-vous sur des données, des témoignages et des chiffres qui démontrent les retombées de votre travail (par exemple, le nombre de vies sauvées, de services fournis ou de communautés touchées).
- Faites le lien entre les résultats obtenus et l'expertise canadienne y ayant contribué : personnel de santé, équipes de recherche, organisations partenaires qui participent à ce travail.

# 2 Des Canadiennes et des Canadiens sont au cœur de ce travail.

Les organisations canadiennes actives dans le secteur de la santé mondiale et du développement international sont toutes convaincues que chaque personne, où qu'elle vive, devrait avoir accès à des soins de santé et la possibilité de vivre en santé. Elles incarnent les valeurs canadiennes, l'expertise canadienne et la volonté d'agir là où elles peuvent faire une différence concrète. Depuis longtemps, le Canada se mobilise là où il peut faire une réelle différence. Ce travail s'inscrit dans la continuité de cette tradition.

## Éléments à adapter :

- Présentez ce qui caractérise votre organisation : son identité, son expertise et son histoire.
- Mettez en lumière la contribution canadienne à votre travail, qu'il s'agisse de votre personnel, de vos partenaires, de vos outils ou de vos sources de financement.
- Mettez sur la fierté que suscite le rôle du Canada comme pays qui vient en aide aux autres et montrez concrètement comment cela traduit sur le terrain.

# 3 En aidant les autres, on s'aide aussi soi-même.

Les investissements dans la santé mondiale contribuent aussi à protéger le Canada et à mieux le préparer aux crises. Les crises sanitaires n'ont pas de frontières. Comme l'a montré la pandémie de COVID-19, une crise qui éclate dans une région du monde peut rapidement prendre une ampleur mondiale. Lorsque les organisations canadiennes contribuent à renforcer les systèmes de santé dans les pays à faible revenu, à prévenir la propagation des maladies infectieuses et à intervenir rapidement en cas d'urgence sanitaire, elles protègent également la population canadienne.

L'aide internationale ne relève pas uniquement de la solidarité. Elle constitue aussi un investissement dans la prévention des maladies, des conflits et de l'instabilité avant qu'ils ne deviennent des crises mondiales. Elle contribue à la sécurité internationale, favorise la stabilité économique et renforce les relations entre les pays. Elle permet également de sauver des vies à un coût relativement faible comparativement aux interventions nécessaires lorsqu'une crise a déjà pris de l'ampleur.

## Éléments à adapter :

- Faites référence à la pandémie de COVID-19 comme à une expérience vécue collectivement. Elle montre qu'une crise sanitaire qui survient quelque part dans le monde peut rapidement toucher toute la planète.
- Soulignez la participation de votre organisation à des partenariats internationaux.
- Présentez des exemples concrets du travail réalisé par votre organisation et ses retombées à l'échelle mondiale.



## 4 Nous faisons preuve de transparence quant à l'utilisation des ressources.

Nous savons que la population canadienne veut des preuves, pas seulement des promesses. Nous nous engageons à faire preuve de transparence quant à l'utilisation des fonds, à la façon dont ils sont dépensés et aux résultats qu'ils permettent d'obtenir. Nous nous conformons aux normes que nous estimons essentielles pour toute organisation responsable de la gestion de ressources publiques.

### Éléments à adapter :

- Décrivez les pratiques de votre organisation en matière de reddition de comptes et de production de rapports.
- Donnez des exemples concrets tirés d'un rapport récent, d'un résultat précis obtenu dans le cadre d'un programme ou d'une évaluation réalisée par un partenaire communautaire.
- Mentionnez toute forme de vérification externe, qu'il s'agisse d'un mécanisme de surveillance, d'une accréditation ou d'un audit indépendant.

## 5 Ce travail concilie les priorités mondiales et les valeurs canadiennes.

La population canadienne souhaite que son pays fasse preuve de générosité tout en agissant de façon responsable. Nous partageons ce point de vue. Les investissements du Canada en santé mondiale sont modestes, stratégiquement ciblés et conçus pour produire des retombées durables. L'un des principes fondamentaux de notre approche consiste à appuyer les communautés afin qu'elles renforcent leurs propres capacités et puissent répondre elles-mêmes à leurs besoins à long terme.

### Éléments à adapter :

- Expliquez en quoi votre programme contribue au renforcement des capacités et de l'autonomie à l'échelle locale.
- Montrez que les investissements du Canada en santé mondiale représentent une part modeste des dépenses publiques.

Tous les groupes ont formulé des recommandations similaires pour améliorer le message à communiquer :

- **Accorder plus d'importance aux retombées concrètes qu'à l'image du Canada :**  
mettre l'accent sur l'aide apportée aux populations plutôt que de chercher à faire rayonner le Canada.
- **Fournir des preuves concrètes et des exemples précis :**  
inclure des données, des exemples concrets, des témoignages, des résultats mesurables et des données probantes (« des exemples concrets, des études, des données probantes et des chiffres »).
- **Tenir compte des priorités nationales :**  
expliquer comment le Canada peut concilier son leadership mondial avec les besoins de la population canadienne.
- **Expliquer les limites et la capacité financière :**  
montrer qu'une augmentation des dépenses demeure réaliste et viable.
- **Souligner les retombées concrètes :**  
tant pour les populations vulnérables que, dans certains cas, pour la population canadienne.



# L'étude menée par Abacus a évalué les termes les plus couramment utilisés dans notre secteur.

Certains sont bien compris par le grand public, tandis que d'autres suscitent de la confusion avant même que la conversation ne commence. L'utilisation d'un langage simple dans nos communications n'est pas un compromis, mais un choix stratégique. Notre objectif est de communiquer clairement ce que nous faisons en utilisant des mots qui favorisent le dialogue plutôt que de créer des obstacles.

## MOTS ET EXPRESSIONS QUI FONCTIONNENT

N'hésitez pas à utiliser ces termes auprès du grand public :

- **Santé mondiale** : terme bien compris et fortement associé à des valeurs positives. Il évoque facilement des expériences communes, comme la pandémie de COVID-19, et constitue un point d'entrée efficace pour amorcer la conversation.
- **Résilience climatique** : terme relativement bien compris, qui trouve un écho auprès du public et correspond aux valeurs de la plupart des participantes et participants.
- **Égalité des genres** : concept bien compris, qui bénéficie d'un large appui. Privilégiez ce terme plutôt que des formulations plus techniques lorsque vous vous adressez au grand public.
- **Aide humanitaire** : terme clair, concret et évocateur. Il est spontanément associé à la nourriture, à l'eau, aux abris et aux soins médicaux.

## UNE NOTE SUR « L'AIDE HUMANITAIRE »

*Le Canada ne se contente pas d'intervenir en cas de crise. Il contribue au développement de communautés plus fortes, en meilleure santé et plus résilientes avant même que les crises ne surviennent.*

Le terme « aide humanitaire » trouve un fort écho auprès du grand public, mais la plupart des gens l'associent à l'intervention d'urgence. Cette perception n'est pas erronée, mais elle demeure incomplète. Les organisations canadiennes œuvrant dans les domaines de la santé mondiale et du développement travaillent activement à stabiliser et à renforcer les communautés avant qu'une crise ne survienne. L'investissement dans les femmes et les filles, qui sont souvent les plus durement touchées en période de crise et dont l'autonomisation constitue l'un des indicateurs les plus fiables de la résilience des communautés, est un élément essentiel de cette démarche. Il s'agit d'un travail stratégique, axé sur le long terme, qui mérite d'être expliqué aussi clairement que possible. Lorsque vous décrivez le travail de développement à long terme à un public général, associez l'aide humanitaire à des formulations qui mettent l'accent sur la durabilité et le long terme. Par exemple : « ... pour que les communautés soient mieux outillées pour faire face à la prochaine crise, et non seulement pour y survivre » ou « ... renforcer les capacités afin de relever les défis futurs ».



## TERMES À PRIVILÉGIER AUPRÈS DU GRAND PUBLIC

Les concepts énumérés ci-dessous sont importants, mais le jargon technique employé dans notre secteur peut prêter à confusion et éloigner le grand public. Lorsque vous vous adressez à celui-ci, privilégiez les formulations en langage clair et réservez les termes techniques aux contextes spécialisés, aux échanges avec les bailleurs de fonds ou aux discussions sur les politiques publiques.

### Au lieu du jargon du secteur...

### ... optez pour une formulation plus simple

*Aide au développement international*

« Soutien à la santé mondiale »,  
« organisations canadiennes qui travaillent à l'international »,  
« Investissements visant à améliorer la santé et le bien-être dans le monde ».

*Approches transformatrices en matière d'égalité des genres*

« S'attaquer aux causes profondes des inégalités »,  
« changer les conditions qui empêchent les femmes de s'épanouir ».

*Développement durable*

« Créer les conditions qui permettent des changements durables »,  
« aider les communautés à devenir autonomes ».

*Localisation*

« Solutions définies et mises en œuvre par les communautés »,  
« des communautés qui décident elles-mêmes des changements à apporter ».



# Le personnel, les bénévoles et les porte-parole seront probablement appelés à répondre à certaines des questions suivantes.

Les réponses proposées ci-dessous ne sont pas des textes à réciter, mais des exemples de réponses fondées sur les résultats de l'étude. L'objectif est de fournir des arguments solides que vous pourrez utiliser pour répondre à ces questions dans vos propres mots.

## « Pourquoi le Canada devrait-il dépenser de l'argent à l'étranger alors que nous avons des problèmes ici, au pays? »

**Approche :** Reconnaissez d'abord la préoccupation soulevée, puis expliquez qu'il est possible de faire les deux et que venir en aide aux autres nous aide également. Les gens qui se sentent écoutés sont généralement plus ouverts aux discussions sur les enjeux mondiaux.

### Que dire :

- Cette question est tout à fait légitime, et vous avez raison de la poser. Les besoins ici, au pays, sont réels et urgents.
- Selon [nom de l'organisation], le Canada peut et doit investir dans sa population. Le fait d'aider aussi d'autres populations ne signifie pas que nous ignorons les défis auxquels nous faisons face ici, au pays. C'est une expression de nos valeurs. C'est ce qui nous définit.
- Les organisations qui accomplissent ce travail n'ont pas à choisir entre la population canadienne et les populations d'ailleurs. Elles agissent sur les deux fronts.
- Les enjeux mondiaux ont des répercussions chez nous. Lorsque nous aidons les autres, nous nous aidons aussi nous-mêmes. Le monde est plus étroitement lié que jamais, et tout le monde y gagne lorsque les communautés sont plus fortes et plus prospères. Les investissements dans l'éducation, l'égalité des genres et les possibilités économiques favorisent la sécurité et la stabilité dans le monde, ce qui profite également aux Canadiennes et aux Canadiens.
- En investissant dans la santé mondiale, le Canada ne fait pas que jouer son rôle dans le monde, il contribue aussi à sa propre protection. Les maladies n'ont pas de frontières. La COVID-19 nous l'a clairement démontré.
- Le Canada est particulièrement bien placé pour jouer un rôle de premier plan dans l'amélioration de la santé des femmes et des enfants, non seulement parce qu'il s'y consacre depuis des décennies, mais aussi parce qu'il s'est constitué un réseau qui réunit le gouvernement, les équipes de recherche, les organismes de santé publique, les organisations de la société civile, le milieu de l'innovation, les organismes philanthropiques et les mouvements féministes.
- Peu de pays peuvent égaler l'expertise, la capacité de collaboration et l'engagement du Canada dans ce domaine.



## « Comment savoir si l'argent parvient réellement aux personnes qui en ont besoin? »

**Approche :** Des études montrent que les réponses vagues ne sont pas convaincantes. C'est pourquoi il est important de commencer par présenter les méthodes de reddition de comptes de votre organisation. Les gens veulent entendre parler de résultats réels et de retombées concrètes. La meilleure réponse n'est pas la défensive, mais la transparence.

### Que dire :

- C'est une excellente question, et c'est une préoccupation que nous prenons très au sérieux.
- Nous avons mis en place des mécanismes de reddition de comptes [décrivez les pratiques de votre organisation, comme les audits financiers réalisés par des tiers, les rapports produits à l'intention des communautés, etc.].
- Nous mesurons les résultats de notre travail et rendons compte de nos réussites ainsi que de nos difficultés, conformément aux principes de responsabilisation.
- Nous croyons que la confiance se gagne grâce à des données probantes.
- Je peux vous expliquer ce que nous faisons et vous présenter les données sur lesquelles nous appuyons.

## « L'aide internationale existe depuis des décennies. Pourquoi ne fonctionne-t-elle pas? »

**Approche :** Cette question porte sur l'efficacité de ce travail. Elle traduit aussi une préoccupation selon laquelle l'aide pourrait créer une dépendance plutôt que favoriser le changement. C'est ici qu'il est particulièrement utile de s'appuyer sur les données probantes les plus récentes.

### Que dire :

- Les progrès en santé mondiale sont bien réels. Par exemple, le taux de mortalité chez les enfants de moins de cinq ans a reculé de 61 % à l'échelle mondiale entre 1990 et 2023.
- La [Corée du Sud](#) est un autre exemple des retombées durables de l'aide internationale. Dans les années 1950, après la guerre de Corée, elle faisait partie des pays les plus pauvres de la planète et dépendait énormément de l'aide étrangère. Aujourd'hui, elle est devenue un pays prospère qui aide à son tour d'autres pays, prouvant que des investissements dans l'éducation, les systèmes de santé et l'économie peuvent mener à une véritable autonomie à long terme.
- Le taux de mortalité infantile a diminué, la couverture vaccinale s'est accrue et les résultats en matière de santé maternelle se sont améliorés grâce à des décennies d'investissements soutenus. Cela dit, de nouvelles crises continuent de survenir, qu'il s'agisse de pandémies, de conflits ou d'urgences causées par les changements climatiques. Ces défis ne se règlent pas du jour au lendemain, mais les données montrent que des actions et des investissements ciblés et soutenus permettent de sauver des vies et d'améliorer les résultats à long terme.
- L'aide internationale constitue un élément important de la solution, mais pour qu'un changement soit durable, il ne peut pas reposer uniquement sur elle. Les défis auxquels les femmes et les enfants font face sont complexes, et il faut une action coordonnée sur plusieurs fronts pour s'y attaquer.

*Pour consulter d'autres questions et réponses, ainsi que des données récentes sur lesquelles appuyer vos réponses, consultez l'article intitulé [Pourquoi l'aide internationale? Des réponses à vos questions.](#)*



# Si vous n'avez que 30 secondes

## MESSAGE ÉCLAIR

Dans un monde de plus en plus instable, investir dans la santé mondiale est l'un des moyens les plus concrets pour le Canada de changer les choses. Le renforcement des systèmes de santé permet de prévenir les épidémies, de mieux réagir aux crises, de protéger la santé des enfants et de donner aux femmes les moyens de faire des choix pour leur vie et leur avenir. Les résultats

sont bien réels. Ce travail sauve des vies, renforce les communautés et rappelle ce que le Canada représente pour bien des Canadiennes et des Canadiens : un pays qui vient en aide aux autres. Investir dans la santé des femmes et des enfants est l'un des moyens les plus efficaces pour le Canada de protéger ses intérêts tout en demeurant fidèle à ses valeurs.

## Un document évolutif, un engagement commun

Ce guide de communication constitue un point de départ. Les mentalités changent, et les mots qui ouvrent le dialogue aujourd'hui devront s'adapter à l'évolution des débats sur la santé mondiale. Nous vous invitons à nous faire part de vos commentaires au fur et à mesure que vous utilisez ces messages dans vos communications. C'est votre expérience sur le terrain qui permettra d'améliorer les prochaines versions de ce guide.



*Il nous appartient maintenant, collectivement, de mieux faire connaître le travail de notre secteur.*

Nous remercions les membres du Groupe de travail sur la recherche sur l'opinion publique, Abacus Data, Affaires mondiales Canada, ainsi que l'ensemble des organisations membres du CanSFE, dont l'engagement a contribué à l'élaboration de ce guide.

Ce qui ne changera pas de sitôt : les Canadiennes et les Canadiens veulent aider. Ils veulent savoir que le Canada agit conformément à ses valeurs et que cette aide fait une réelle différence dans le monde. Cette base est déjà là. Il nous appartient maintenant, collectivement, de mieux faire connaître le travail de notre secteur.



**CanSFE**  
Partenariat canadien pour la  
santé des femmes et des enfants



**CanWaCH**  
Canadian Partnership for  
Women and Children's Health

*Ce guide a été élaboré en collaboration avec Emdash pour le Partenariat canadien pour la santé des femmes et des enfants, 2026.*



En partenariat avec  
**Canada**

*Cette ressource a pu être élaborée grâce au soutien d'Affaires mondiales Canada.*