



Campagne de vaccination en Australie

Meningitis Centre of Australia (MCA) organise des campagnes depuis de nombreuses années pour étendre la vaccination contre les maladies liées à la méningite en Australie.

Bruce Langoulant milite contre la méningite depuis plus de 30 ans. Son implication a commencé lorsque sa fille de six mois a contracté une méningite bactérienne à Noël 1989. Heureusement, elle a survécu mais elle s'est retrouvée avec de graves déficiences neurologiques et physiques. Ceci a motivé son papa et sa famille pour s'assurer que d'autres familles ne souffrent jamais les mêmes conséquences.

Selon Bruce, le fondement de la campagne est l'expérience personnelle des familles touchées. Il a ouvertement partagé l'histoire de sa fille dans les médias australiens et recueilli des lettres détaillant les expériences de centaines d'autres familles, qui se sont avérées un puissant outil de plaidoyer.

Le fait de partager des histoires peut être difficile bien entendu et représenter des difficultés. Bruce lui-même a reçu des commentaires négatifs dans les médias pour avoir travaillé avec une société pharmaceutique pour promouvoir un vaccin contre la méningite. Dans son cas, il a estimé que cela en valait la peine afin de plaider en faveur de la vaccination et d'aider d'autres familles, mais il prévient que cela ne convient peut-être pas à tout le monde. "Les gens doivent se sentir à l'aise de le faire et avoir la confiance que cela fait partie d'une campagne plus large et peut faire la différence. Avant tout, il est important de veiller à ce que les intérêts des survivants soient toujours protégés.

Organisation:

Centre Australien de la Méningite (MCA)

Lieu:

Australie occidentale

Contexte:

MCA est une petite organisation avec quatre employés à temps partiel, dont un cadre supérieur

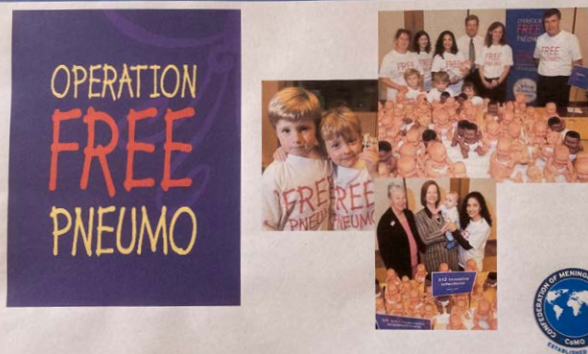
Personne de contact:

Bruce Langoulant, président du conseil d'administration de MCA

Objectif-clé:

Étendre la vaccination contre la méningite en Australie

Impacts on parliament



The final decision: Free Pneumo for all Aussie Infants

June 2004

Abbott signs off on \$178m vaccine plan

Goal achieved: The Pneumococcal vaccine was added to the national immunisation schedule and therefore free for all children.



En plus de partager des histoires, Bruce et MCA ont établi des relations à long terme avec des politiciens de tous les partis, s'engageant avec eux en particulier en période électorale. Pour la campagne « Free Pneumo » (2001-4), le MCA s'est efforcé de convaincre le ministre de la Santé de l'époque, Tony Abbott, et la ministre de l'opposition, Julia Gillard, que le vaccin contre le pneumocoque devait être inclus dans le programme national de vaccination. L'engagement de l'opposition à introduire le vaccin lors de la campagne électorale de 2004, a suscité un engagement similaire de la part du gouvernement.

Une situation où tout le monde est gagnant ainsi que chaque enfant né en janvier 2005 puisqu'il reçoit désormais cette dose salvatrice.

“Les histoires personnelles engagent les médias et influencent les politiciens. Ils voient des cas réels... des gens qui souffrent, des gens comme eux.. Cela change les façons de penser d'une manière que les données et la science ne peuvent pas.”

Bruce Langoulant

Résultats et impact

MCA a fait campagne avec succès pour l'inclusion des vaccins HiB (1992-3), Pneumocoque (2004) et MenACWY (2017) dans les programmes de vaccination régionaux et nationaux. Ils n'ont pas encore gagné l'argument en faveur du vaccin MenB car les cas sont actuellement faibles en raison des mesures de distanciation sociale COVID, mais ils continuent de travailler sur la question.

Apprentissage clé

• Suivre l'équation de changement du CoMO.

Les patients, leurs familles et leurs histoires sont le noyau de la campagne... avec l'apport des preuves scientifiques, des analyses et l'expertise des professionnels de la santé et des chercheurs... tous destinés aux faiseurs d'opinion (tels que les médias) et aux décideurs (tels que les députés)... tous provoquent le CHANGEMENT! C'est une formule éprouvée, testée et souvent couronnée de succès.

• **Être patient.** Organiser une campagne est souvent un processus à long terme. Il y aura des revers et des périodes de stagnation où il ne se passera pas grand-chose, mais les choses finiront par changer. Les événements externes affecteront votre campagne (élections, pandémies, etc.). Soyez patients et persévérez sur le long terme.

• **Réparez le toit pendant que le soleil brille.** Cette expression peut s'adapter lorsque vous ne faites pas de campagne. C'est le moment par exemple de vous assurer que votre site Web et vos ressources sont à jour afin que, lorsque les cas augmentent et que les familles ont besoin d'informations sur les signes et les symptômes, par exemple, elles puissent facilement trouver ce dont elles ont besoin.

Autres ressources:

- Site Web du [Centre australien de la méningite](#)
- **Ressources des membres** de la Confédération des organisations de la méningite (CoMO), y compris l'équation de changement CoMO (les membres doivent se connecter pour y accéder)

Conseil de plaidoyer

Utilisez le pouvoir des histoires personnelles. Bruce et MCA ont recueilli des centaines de témoignages manuscrits de familles touchées, montrant comment la méningite avait affecté leur membre de la famille - et leur propre vie professionnelle, familiale, sociale et économique. Ils les ont ensuite utilisés dans leurs campagnes et les ont publiés dans un livre, *Meningitis a Tragedy by Installments* en 2008.

Contact details:

Meningitis Research Foundation
meningitis.org

Confederation of Meningitis
Organisations
info@comomeningitis.org
comomeningitis.org

