

À venir

Partage résultats Evaluation mi-parcours Campagne « Moytou Nef »

Paludisme : Développement du concept d'une campagne de communication « PARAPLUIE »

En vue d'accélérer la marche vers la pré-élimination du paludisme, le Sénégal vient de se doter d'un cadre stratégique qui va guider les interventions et les stratégies de lutte contre le paludisme de 2014 à 2018. Ce cadre stratégique reconnaît la CCC comme domaine d'intervention prioritaire. L'objectif étant de développer une stratégie nationale de communication basée sur des évidences afin d'assurer l'utilisation par les communautés des services promus par le PNLP (MILDA, TPI, le recours précoce aux soins et les AID).

Dans ce cadre, le PNLP, grâce à l'appui technique et financier de Networks, à travers le financement de l'USAID/PMI, est dans un processus d'élaboration d'une stratégie CCC parapluie qui va fournir une orientation stratégique commune aux interventions CCC et une vision partagée à tous les intervenants.

ADEMAS dans le cadre d'une task force autour du PNLP composé de USAID /PMI et Networks a participé à la préparation et l'organisation d'un atelier d'élaboration d'une stratégie de communication intégrée sur le paludisme.

En prélude à cette activité, ADEMAS a aussi apporté un appui technique et financier, à travers un financement de USAID /PMI, pour une étude quantitative afin de disposer des informations fines sur les déterminants des comportements, les profils des groupes cibles, les canaux de communications.

L'atelier qui s'est tenu du 20 au 24 octobre 2014 à Mbour a vu la participation de l'essentiel des acteurs clé de la lutte contre le paludisme (PNLP, DSRSE, SNEIPS, BREIPS, EIPS, DCMS, USAID/PMI, Intrahealth, ADEMAS, ChildFund, Fonds Mondial, ENDSS, Speak Up Africa et le Corps de la Paix).

Le consultant proposé par Networks a été appuyé par la task force pour la formulation des éléments constitutifs de la stratégie de communication intégrée. Ainsi 4 groupes ont été constitués : Prise en charge, Traitement préventif Intermittent (TPI), MILDA et Chimio prévention saisonnier/Aspersion intra domiciliaire (CPS/AID).

Au terme des travaux, chaque groupe a pu :

- Camper le contexte
- Procéder à une analyse des comportements à problème
- Dresser un profil des groupes cibles primaire et secondaire,
- Proposer les Comportements souhaités :
- Formuler les objectifs de communication sur la base des déterminants retenus
- Identifier les canaux et supports les plus pertinents pour la cible :
- Formuler les messages clés

Les groupes ont enfin travaillé sur le positionnement de la campagne. Il s'agissait d'identifier un concept fédérateur qui sera tel que les populations vont systématiquement l'associer à la campagne. Il servira ainsi de point d'ancrage à un idéal promu.

Les travaux des différents groupes ont été consolidés avec l'appui de Networks. Il en phase de finalisation avant sa validation par les membres du comité communication autour du PNLP. Les services d'une agence de communication seront ensuite sollicités pour la proposition d'un design et des produits de la campagne.