

unicef 

pour chaque enfant

# Dépistons-nous

## BOÎTE À OUTILS

**Ensemble, nous pouvons  
protéger notre santé.**

# Bonjour !

Bienvenue dans la boîte à outils « Dépistons-nous », une ressource complète visant à soutenir le plaidoyer en faveur de l'augmentation de l'offre et de la demande de tests de dépistage de qualité à travers le monde.

La pandémie de maladie à coronavirus 2019 (COVID-19) a mis en évidence des faiblesses en matière de dépistage des maladies transmissibles et non transmissibles. Ces défaillances affectent de manière disproportionnée les personnes et les familles des pays à revenu faible ou intermédiaire. **Une part considérable (81 %) de la population des pays à revenu faible ou intermédiaire n'a pas accès à la plupart des tests de dépistage les plus simples** (*The Lancet, 2021*)<sup>1</sup>.

Pour remédier à la faible disponibilité des tests à l'échelle mondiale, l'UNICEF a élaboré la **boîte à outils « Dépistons-nous »**, qui aide les acteurs du plaidoyer à stimuler **l'offre et la demande de tests de qualité dans leur communauté**.

La présente boîte à outils, qui exploite des stratégies fondées sur des données probantes, contient des orientations et des ressources détaillées permettant d'entretenir **un dialogue efficace et productif avec les décideurs** et de plaider en faveur de l'amélioration de l'offre de tests de qualité.

Elle comporte également des ressources de communication, des outils d'animation, des informations faciles à mémoriser et des contenus pour les campagnes sur les médias sociaux afin de **stimuler une demande informée au niveau communautaire** et accroître l'utilisation de tests de qualité dans les pays à revenu faible ou intermédiaire.

Étayée par des recherches menées dans cinq pays à revenu faible ou intermédiaire, la **boîte à outils « Dépistons-nous »** tient compte des bonnes pratiques en matière de santé mondiale dans les domaines de la mobilisation, du plaidoyer et de la communication pour le changement social et comportemental. Elle formule en outre des conseils pratiques afin d'aider ses utilisateurs à adapter les ressources de plaidoyer et de communication à leurs contextes national et communautaire.

<sup>1</sup>« The Lancet Commission on Diagnostics: transforming access to diagnostics » (Commission Lancet sur les diagnostics : transformer l'accès aux diagnostics, 2021)

# Aperçu de la boîte à outils



Ce schéma vous permet d'appréhender la boîte à outils « Dépistons-nous » d'un simple coup d'œil. La boîte à outils contient des informations utiles sur les obstacles qui entravent l'accès aux tests, les ressources qui permettent de les lever et les modalités de leur adaptation à votre contexte. Tous les supports de la boîte à outils sont disponibles [ici](#).



## Informations générales

PUBLICS CIBLES



MALADIES CIBLES



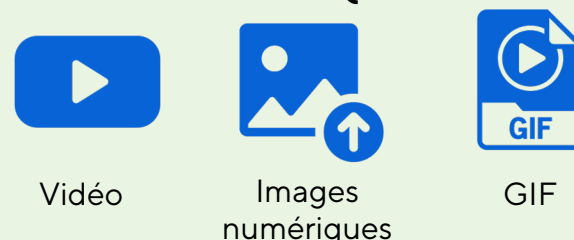
OBSTACLES



## Matrice de messagerie

Décideurs

RESSOURCES NUMÉRIQUES



AMORCES DE CONVERSATION



MODÈLE POWERPOINT MODULAIRE



Communauté

RESSOURCES NUMÉRIQUES



OUTILS DE COMMUNICATION INTERPERSONNELLE



## Utiliser et adapter les ressources

ÉTUDES FORMATIVES

CADRE COMPORTEMENTAL

CARTOGRAPHIE DES PARCOURS

TESTS PRÉLIMINAIRES

CAHIER DES CHARGES

MISE EN ŒUVRE

SUIVI

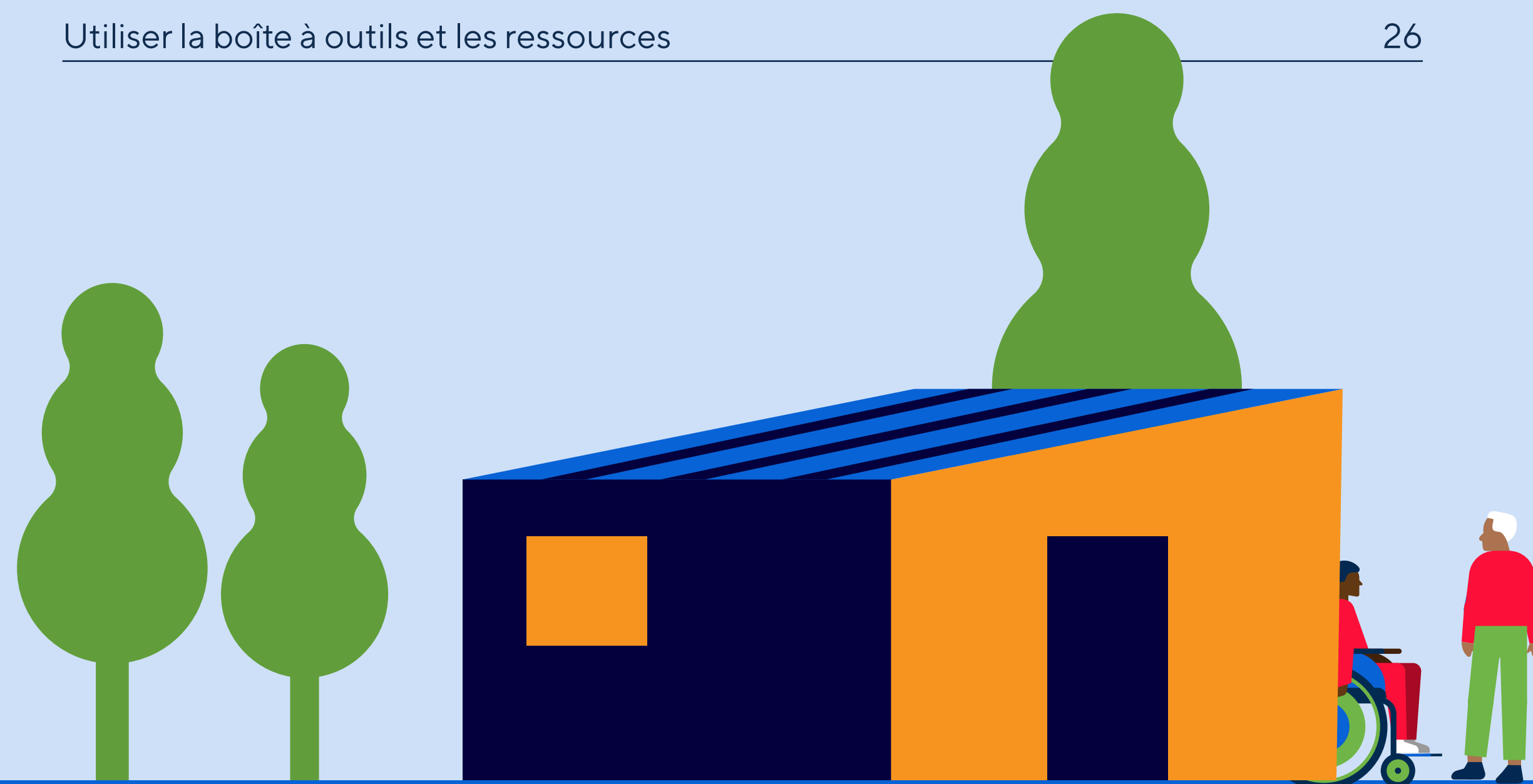
# Table des matières

La situation actuelle	01
Les utilisateurs	03
Les publics cibles	04
Les maladies ciblées	04
Les obstacles au dépistage	05
Les obstacles liés aux décideurs	06
Les obstacles liés à la communauté	18
Synthèse des ressources	21
Utiliser la boîte à outils et les ressources	26



## ANNEXE : Recommandations concernant l'adaptation des ressources au contexte

Réaliser une étude formative	29
Cadres comportementaux : Le cadre « Éléphant, cornac, chemin »	30
Comprendre le recours aux soins grâce à la cartographie des parcours	32
Ressources relatives aux tests préliminaires	33
Cahier des charges pour la création des ressources	35
Mettre en œuvre la boîte à outils	36
Suivi	38





# Abréviations et définitions

Accélérateur ACT : dispositif pour accélérer l'accès aux outils de lutte contre la COVID-19

OMS : Organisation mondiale de la Santé

Ressource : outil utilisable auprès du public cible

VIH : virus de l'immunodéficience humaine

## Remerciements

Nous souhaitons exprimer notre reconnaissance à nos collègues de l'UNICEF des bureaux de pays, des bureaux régionaux et du siège de l'UNICEF pour leur aimable coopération et leur contribution à l'élaboration de l'outil ; aux membres du groupe de soutien aux pays de l'Accélérateur ACT pour leur participation tout au long du processus ; aux 17 déclencheurs pour avoir dirigé le processus de recherche et de conception ; et, enfin, aux nombreux défenseurs du diagnostic qui ont participé à l'élaboration de la présente boîte à outils et plaident d'ores et déjà en faveur du renforcement des capacités et de la demande en matière de dépistage dans les pays à revenu faible ou intermédiaire.

Nous remercions tout particulièrement les répondants qui ont pris part aux entretiens et aux discussions de groupe, dont les précieuses expériences ont façonné la présente boîte à outils. Leurs contributions sont précieuses et appréciées.



# La situation actuelle

**47 % de la population mondiale** dispose d'un accès insuffisant aux diagnostics ou n'y a pas accès, et **81 % des habitants des pays à revenu faible ou intermédiaire** n'ont accès qu'au dépistage du VIH et du paludisme (*The Lancet, 2021*)<sup>2</sup>. Le manque de tests et l'accès inéquitable à des tests de qualité et abordables pour de nombreuses maladies, y compris la COVID-19, sont constatés dans le monde entier.

## L'importance du dépistage

De faibles taux de dépistage des maladies infectieuses et d'autres maladies courantes peuvent entraîner une augmentation des dépenses en raison de diagnostics erronés, de retards et d'erreurs de traitements, ainsi que des conséquences catastrophiques de la propagation d'une maladie à grande échelle.

Si la liste des priorités de santé publique dans les pays à revenu faible ou intermédiaire est longue, le **dépistage avant tout traitement** est essentiel pour sauver des vies et optimiser l'utilisation des ressources de santé. En l'absence de données de dépistage, les ministères de la santé ne disposent pas des informations essentielles nécessaires pour prendre des décisions politiques éclairées et efficaces.

Les tests de dépistage sont essentiels pour réduire la propagation des maladies et **fournir des traitements appropriés**. Ils permettent aux prestataires de soins de santé de déterminer quand un traitement est nécessaire et de prendre des mesures pour réduire les risques de transmission. **Le dépistage permet de se protéger et de protéger les membres de sa communauté**. Grâce au dépistage, les responsables des politiques de santé publique peuvent suivre la propagation des maladies et décider en connaissance de cause des interventions de contrôle épidémique à mettre en place. Le dépistage est essentiel au bon fonctionnement des systèmes de santé, et il convient de **lever les obstacles qui freinent l'offre et la demande** de dépistage pour améliorer les résultats en matière de santé.

## Accords mondiaux et ressources importantes

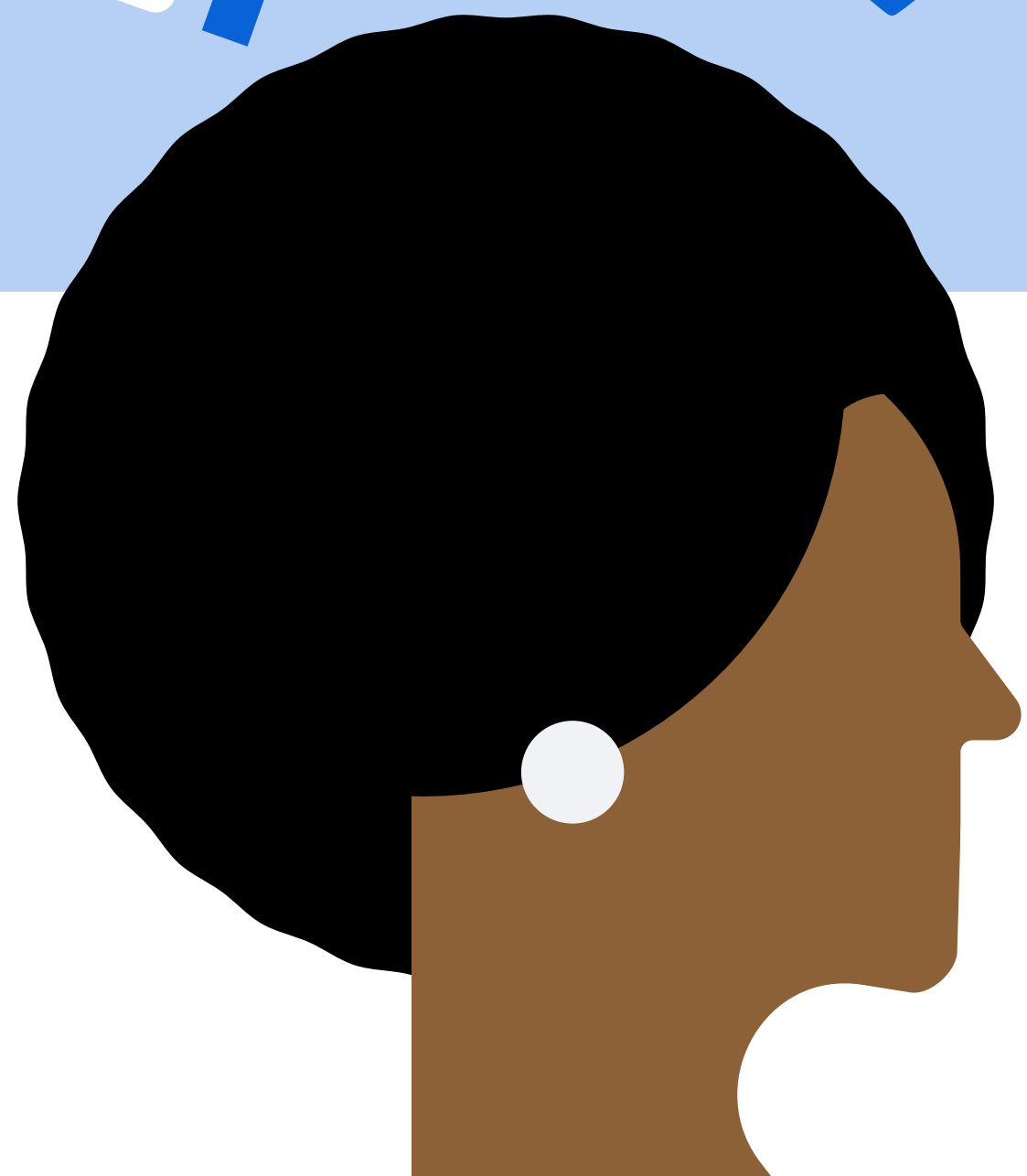
### Accords mondiaux

Résolution de l'Assemblée mondiale de la Santé sur le renforcement des capacités en matière d'outils de diagnostic (2023)  
Listes des dispositifs médicaux prioritaires de l'OMS (en cours d'élaboration)  
Liste modèle des outils de diagnostic in vitro essentiels de l'OMS (2021)  
Déclaration d'Astana (2018)  
Objectifs de développement durable (2015)  
Déclaration d'Alma-Ata (1978)

### Ressources importantes

Pôle de connaissances sur les produits de diagnostic de l'Accélérateur ACT (2023)  
Commission Lancet sur les diagnostics (2021)  
Site Web de FIND sur les produits de diagnostic  
Dispositif pour accélérer l'accès aux outils de lutte contre la COVID-19 (Accélérateur ACT, 2020)  
Our World in Data (en cours d'élaboration)

<sup>2</sup> « The Lancet Commission on Diagnostics: transforming access to diagnostics » (2021)



## Offre

Sur les près de 5,7 milliards de tests de dépistage de la COVID-19 réalisés dans le monde, seuls 20 % ont été réalisés dans les pays à revenu faible ou intermédiaire, où réside la moitié de la population mondiale. Les tests étaient relativement courants au début de la pandémie de COVID-19, mais à la mi-2022, les taux de dépistage restent inférieurs au seuil de référence servant à mesurer les progrès réalisés à l'échelle mondiale<sup>3</sup>.

Les décideurs ne comprennent pas toujours le lien entre **l'accès au dépistage et les priorités nationales pour la couverture sanitaire universelle**. Parmi les obstacles entravant le recours aux tests, on peut citer la méfiance quant à leur faisabilité à des niveaux inférieurs du système de santé, les difficultés d'approvisionnement, la lenteur des approbations réglementaires et l'assurance de la qualité.

**« Chaque année, 1,1 million de décès pourraient être évités grâce à un meilleur accès aux diagnostics de base menant à un traitement. »** – *The Lancet*, 2021<sup>4</sup>

## Demande

Dans de nombreux cas, les communautés des pays à revenu faible ou intermédiaire qui ont le plus besoin de tests sont aussi celles qui les comprennent le moins et estiment ne pas en avoir besoin. Parmi les obstacles qui limitent la demande de dépistage dans les pays à revenu faible ou intermédiaire, on peut citer la confusion concernant leur utilité et les doutes quant à la gravité de la maladie. Certaines idées fausses dissuadent par ailleurs les populations de se faire dépister. Certains ont peur de la stigmatisation, quand d'autres croient que les résultats des tests rapides sont imprécis ou, dans le cas de la COVID-19, que le dépistage est inutile après la vaccination.

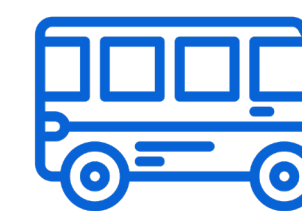
Pour que les individus se fassent dépister au bon moment, au bon endroit et de la bonne manière, les conditions suivantes doivent être réunies :



**Disponibilité** : les tests et services dont la qualité a été contrôlée doivent être disponibles dans le pays et à proximité des communautés.



**Accessibilité financière** : les produits et services de test dont la qualité a été contrôlée doivent être abordables (prix du test et dépenses liées à l'accès au site de dépistage).



**Accessibilité** : les produits et services de test dont la qualité a été contrôlée doivent être proposés à des endroits et à des moments qui permettent aux populations d'y accéder.



**Sensibilisation et demande éclairée** : les communautés doivent comprendre les avantages liés au dépistage lorsqu'elles présentent des symptômes, avant de rechercher des traitements génériques disponibles localement.

<sup>3</sup><https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/342002/WHO-2019-nCoV-lab-testing-2021.1-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<sup>4</sup>« The Lancet Commission on Diagnostics: transforming access to diagnostics » (2021)

# Les utilisateurs

La présente boîte à outils s'adresse aux **acteurs du plaidoyer susceptibles de dialoguer avec les décideurs politiques et les communautés des pays à revenu faible ou intermédiaire et de les influencer**. Il peut s'agir notamment : d'organismes des Nations Unies, de donateurs, de partenaires gouvernementaux, d'organisations confessionnelles, d'agents de santé, d'organisations de la société civile, d'organisations locales et d'autres partenaires du secteur de la santé qui dialoguent régulièrement avec les décideurs ou les communautés et ont besoin de ressources pratiques **pour plaider efficacement en faveur du dépistage**. Les acteurs du plaidoyer constituent un important canal d'information pour les communautés et les décideurs.

Ils disposent généralement d'un temps très limité pour échanger avec ces derniers. Lors des réunions, ils sont souvent associés à des groupes de travail techniques ou à d'autres groupes de niveau relativement élevé formés par les ministères de la santé, l'Organisation mondiale de la Santé ou des donateurs. Ces réunions nécessitent une préparation solide et des moyens techniques, ce qui peut constituer un défi pour les acteurs du plaidoyer compte tenu de leurs autres priorités, telles que la mise en œuvre des programmes communautaires.

Outre les activités menées auprès des décideurs, de nombreux acteurs du plaidoyer dialoguent avec les communautés pour influencer l'offre et la demande de tests de qualité et d'autres services de santé.

Les capacités, le temps et les ressources disponibles variant, il existe souvent un écart entre l'échelle des activités de communication pour le changement social et comportemental et ses effets sur la demande de dépistage.

La présente boîte à outils vise à **permettre aux acteurs du plaidoyer d'évoquer plus facilement l'enjeu du dépistage** auprès des décideurs et des communautés, même lorsqu'il ne s'agit pas de leur domaine d'expertise.

Les personnes utilisant la boîte à outils n'ont pas besoin de connaissances préalables approfondies sur le dépistage. La mobilisation des acteurs du plaidoyer, qui font partie d'un vaste public, peut de fait suffire à accroître leur visibilité.

Si vous souhaitez en savoir plus sur le dépistage, consultez la section « **Ressources** ».

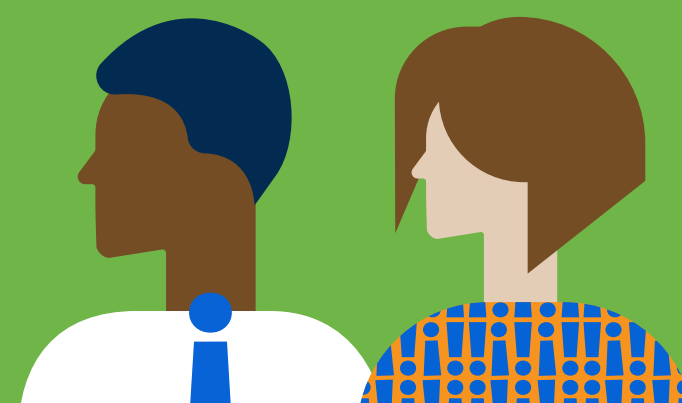




# Les publics cibles

Les ressources de la présente boîte à outils s'adressent à deux publics cibles : les **décideurs du secteur de la santé** et les **communautés** des pays à revenu faible ou intermédiaire.

## Décideurs



**Appel à l'action** : faites des outils de diagnostic une composante prioritaire du système national de santé et assurez-vous que des tests dont la qualité est garantie sont disponibles, abordables et accessibles.

Les décideurs du secteur de la santé des pays à revenu faible ou intermédiaire sont le principal public cible des ressources et des messages axés sur l'offre de la présente boîte à outils.

Ils sont constamment sollicités et doivent gérer **de multiples enjeux concurrents**. Si le dépistage ne figure pas parmi les principales priorités des plans stratégiques nationaux, ou s'il ne bénéficie pas de ressources suffisantes en raison de priorités concurrentes, d'autres interventions sanitaires, telles que le traitement ou la vaccination, risquent de capter davantage l'attention.

**Les décideurs assistent à de nombreuses réunions à différents niveaux**, au cours desquelles ils rencontrent aussi bien des donateurs internationaux que des décideurs nationaux, ou encore des représentants des autorités infranationales et du secteur privé. Ces réunions sont souvent bien préparées, l'ordre du jour, les objectifs et les supports de présentation étant connus à l'avance. Des informations techniques, entre autres, leur sont transmises sous la forme de notes de service et de communications écrites. Il existe des moyens moins formels de communiquer avec eux, par exemple échanger brièvement lors des pauses des réunions, mobiliser ses relations personnelles, ou encore utiliser des canaux de messagerie comme WhatsApp et Telegram.

## Communautés



**Appel à l'action** : favorisez les comportements de recours aux soins et la demande de dépistage en sensibilisant à l'importance du dépistage, notamment en présence de symptômes.

Les ressources centrées sur la demande de la présente boîte à outils s'adressent aux membres des communautés des pays à revenu faible ou intermédiaire exposés à la COVID-19 ou à d'autres maladies prioritaires. La communication pour le changement social et comportemental doit viser en priorité les sous-groupes **risquant de graves complications et les personnes sous-testées**, afin de stimuler une demande de dépistage éclairée. Pendant la pandémie, les segments sous-testés correspondaient aux personnes présentant des comorbidités, aux populations rurales, aux personnes âgées et aux travailleurs migrants.

Compte tenu de la nature mondiale de la boîte à outils, les ressources ont été élaborées à partir des résultats d'études transversales génériques menées dans un éventail de pays à revenu faible ou intermédiaire. Les membres des communautés reçoivent des informations de diverses sources, notamment des dirigeants, des agents de santé, des médias sociaux, des systèmes de messagerie privée, de la radio et par le bouche-à-oreille.

Dans de nombreuses communautés, **l'accès à des services de dépistage abordables et de qualité reste limité**. Par conséquent, lorsque vous déterminez les ressources nécessaires, veillez à garantir l'accessibilité du dépistage même si vous vous concentrez sur la demande.



# Les maladies ciblées

À l'échelle mondiale, le dépistage **des maladies, qu'elles soient transmissibles ou non, est insuffisant**.

La présente boîte à outils s'appuie sur des études traitant des obstacles au dépistage de la COVID-19, qui sont susceptibles de se superposer aux obstacles qui entravent l'accès au dépistage d'autres maladies d'intérêt public. Vous pouvez **adapter et localiser ces ressources** pour améliorer l'accès, la demande et l'utilisation de **tout type de test** en vous appuyant sur les bonnes pratiques mondiales en matière de communication pour le changement social et comportemental. Les guides de la boîte à outils relatifs aux études formatives, à l'analyse comportementale et aux tests préliminaires sont conçus pour permettre aux utilisateurs de la boîte à outils, quelle que soit leur expérience du plaidoyer et de la communication pour le changement social et comportemental, d'adapter les ressources de plaidoyer et de communication pour le changement social et comportemental afin de relever le défi du dépistage dans leur contexte.

# Les obstacles au dépistage

La présente boîte à outils est structurée autour des multiples obstacles qui empêchent le recours au dépistage, tant pour les décideurs que pour les communautés. Ces obstacles ont été mis en évidence par des études menées en 2022 sur la COVID-19 dans les pays à revenu faible ou intermédiaire.

Au moment d'identifier les obstacles qui préviennent l'accès au dépistage, vous devez tenir compte des connaissances, des croyances, des sentiments, des motivations, de l'environnement et de la culture de votre public cible. Ces informations contribuent à l'identification des nombreux obstacles qui entravent le recours au dépistage, ainsi que des nombreuses mesures permettant d'y remédier et de parvenir à améliorer l'accès au dépistage.

## Les décideurs et les obstacles entravant le recours au dépistage

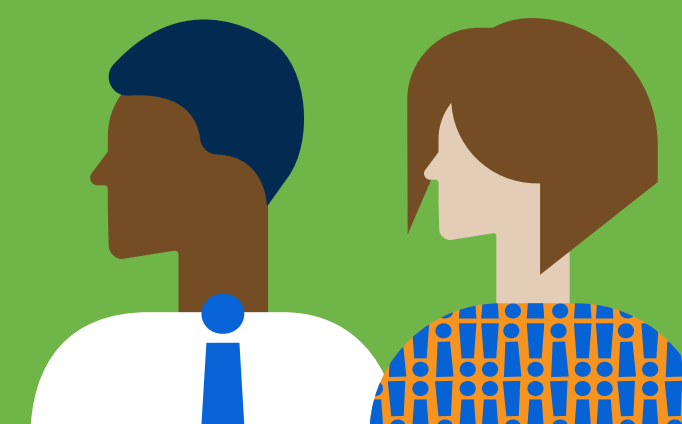
Les décideurs sont influencés par leurs croyances concernant l'importance du dépistage dans leur système de santé, par le volume d'informations qu'ils reçoivent et le nombre de décisions qu'ils doivent prendre, par leurs ambitions professionnelles et par l'environnement politique national dans lequel ils évoluent.

Un plaidoyer efficace requiert d'identifier puis de cibler les obstacles spécifiques à un contexte donné. Par exemple, si l'obstacle entravant le recours aux tests dans votre contexte réside dans la croyance des décideurs selon laquelle le dépistage n'est pas une priorité nationale, montrez-leur qu'il va dans le sens des priorités nationales et les aidera à atteindre leurs objectifs.

## Les communautés et les obstacles entravant le recours au dépistage

Les communautés sont influencées par la croyance selon laquelle le dépistage importe peu pour la santé de leurs membres, par de nombreuses idées fausses qui dissuadent ces derniers de se faire tester, ainsi que par le manque de disponibilité, le coût élevé et la faible accessibilité des outils de diagnostic.

Une communication pour le changement social et comportemental efficace doit cibler les obstacles spécifiques à un contexte donné. Par exemple, si l'obstacle entravant le recours au dépistage dans votre contexte réside dans la croyance des membres de la communauté selon laquelle il est tout à fait sûr de suivre un traitement sans avoir effectué de tests, expliquez-leur les risques d'une telle pratique et encouragez-les à se faire dépister avant d'envisager tout traitement.





# Les obstacles liés aux décideurs

Cette section aborde les **obstacles liés aux décideurs qui entravent généralement l'accès au dépistage de la COVID-19 dans les pays à revenu faible ou intermédiaire**. Elle donne une brève explication de chaque obstacle, qu'elle lie aux sous-obstacles, aux objectifs de communication et aux ressources de plaidoyer associés.

Cette section aborde les obstacles liés aux décideurs qui entravent généralement l'accès au dépistage de la COVID-19 dans les pays à revenu faible ou intermédiaire. Elle donne une brève explication de chaque obstacle, qu'elle lie aux sous-obstacles, aux objectifs de communication et aux ressources de plaidoyer associés.

La nature des obstacles dépend principalement du contexte, et **chaque contexte peut présenter plusieurs obstacles**. Accordez la priorité aux obstacles les plus sérieux, qui ont de profondes répercussions et qui peuvent être éliminés. Pour hiérarchiser les priorités, il convient de tenir compte des politiques en vigueur, des listes des dispositifs de diagnostic essentiels, des lignes directrices existantes, des plans stratégiques, des plans de mise en œuvre, des éléments qui exercent une influence sur les décideurs politiques, et de la volonté politique. Sélectionnez les obstacles pertinents dans votre contexte.

N'oubliez pas que **l'adaptation au contexte est une composante essentielle d'une communication efficace**, pertinente et fondée sur les motivations de votre public cible. Vous devez donc revoir vos objectifs de communication et modifier les ressources et les messages en conséquence.

Pour afficher tous les obstacles, sous-obstacles, objectifs de communication et messages, accédez à la **matrice de messagerie**.

**Les ressources incluent** : un modèle Powerpoint modulaire, des outils pour amorcer une conversation, des vidéos, des images numériques et des GIF.

Cliquez ci-dessous pour consulter les ressources finales et modifiables destinées au plaidoyer auprès des décideurs.



Télécharger les ressources

## LES OBSTACLES LIÉS AUX DÉCIDEURS

# Synthèse



- 1** Pourquoi dépister ?
- 2** Les communautés veulent-elles se faire dépister ?  
Leurs membres peuvent-ils réaliser les tests eux-mêmes ?
- 3** Pourquoi faire du dépistage une priorité ?
- 4** Si les tests PCR effectués dans des établissements de santé sont les plus précis, pourquoi les tests rapides sont-ils nécessaires ?
- 5** Les établissements de niveau inférieur et les agents de santé de proximité peuvent-ils faire assurer les activités de dépistage ?
- 6** Avons-nous encore besoin de tester lorsque les taux de vaccination augmentent et que la mortalité diminue ?
- 7** Pourquoi et comment devrions-nous nouer le dialogue avec le secteur privé ?
- 8** Si nous dépistons trop, ne sera-t-il pas nécessaire de multiplier les confinements et les fermetures ?
- 9** Comment rendre le dépistage plus abordable ?
- 10** Comment garantir la qualité et la fiabilité des tests ?

## OBSTACLE LIÉ AUX DÉCIDEURS 1

# Pourquoi dépister ?

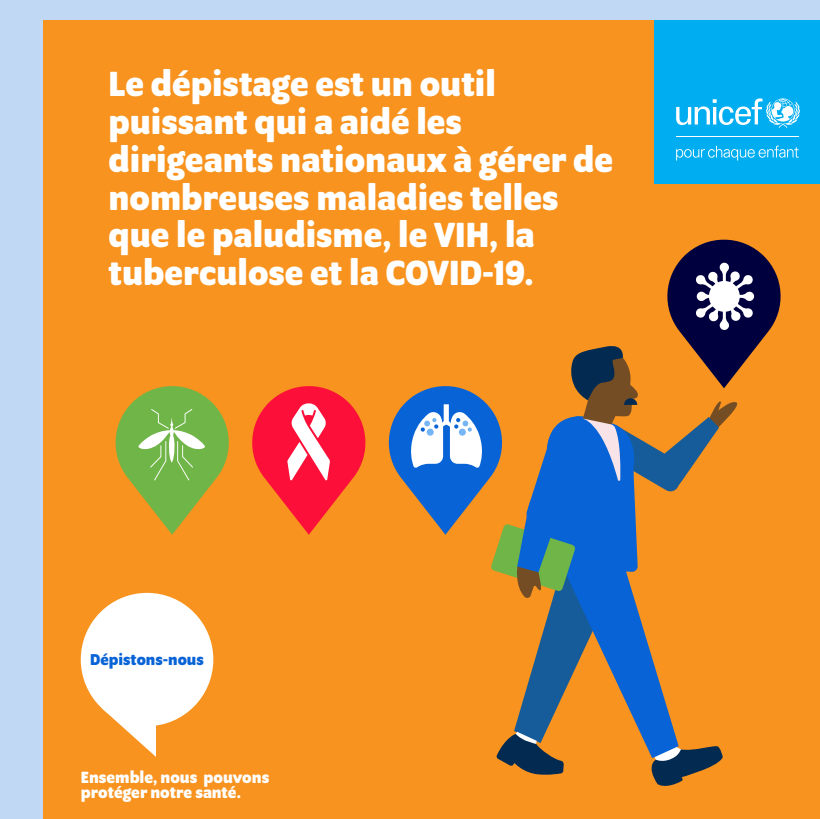
**La proposition de valeur des tests** est généralement mal comprise. Les décideurs devant aborder de multiples enjeux avec des ressources limitées donnent souvent la priorité au traitement et à la vaccination, au détriment du dépistage. Ces ressources vous permettront de montrer que les avantages du dépistage ne se limitent pas à un seul domaine de santé et contribuent à la résilience des systèmes de santé, à la protection des communautés et à l'utilisation optimale des ressources.

Télécharger les ressources

### Sous-obstacle 1

Mauvaise compréhension de l'utilité du dépistage

Exemples de ressources :



## OBSTACLE LIÉ AUX DÉCIDEURS 2

# Les communautés veulent-elles se faire dépister ? Leurs membres peuvent-ils réaliser les tests eux-mêmes ?

Les décideurs **croient souvent que les communautés ne souhaitent pas avoir recours à des tests rapides ou à des autotests, que leurs membres ne seraient d'ailleurs pas en mesure d'utiliser correctement**. Cette croyance repose parfois sur une compréhension limitée de la simplicité des tests rapides et à usage unique mis au point récemment. Ces ressources vous permettront de montrer que les communautés veulent des tests et que leurs membres sont capables de se tester eux-mêmes et d'obtenir des résultats fiables lorsqu'ils sont formés et accompagnés.

Télécharger les ressources

### Sous-obstacle 1

Croyance selon laquelle les communautés ne souhaitent plus se faire dépister, sont lassées du dépistage et ne sollicitent pas de tests

Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 2

Les décideurs politiques ne font pas le lien entre les tests de dépistage rapides de la COVID-19 et les autres tests rapides utilisés dans leur système de santé

Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 3

Croyance selon laquelle les personnes ne sont pas capables de s'autodépister

Exemples de ressources :





## OBSTACLE LIÉ AUX DÉCIDEURS 3

# Pourquoi faire du dépistage une priorité ?

Les décideurs peuvent perdre de vue **les retombées positives susceptibles de découler de l'amélioration de l'accès au dépistage sur des enjeux transversaux** tels que la couverture sanitaire universelle, le renforcement du système de santé, l'antibiorésistance et la préparation aux pandémies. Ces ressources vous permettront de montrer que les priorités sanitaires nationales ne seront pas atteintes sans disposer de tests de qualité et abordables.

Télécharger les ressources

### Sous-obstacle 1

Manque de clarté concernant le lien entre les tests, la couverture sanitaire universelle et l'intervention d'urgence

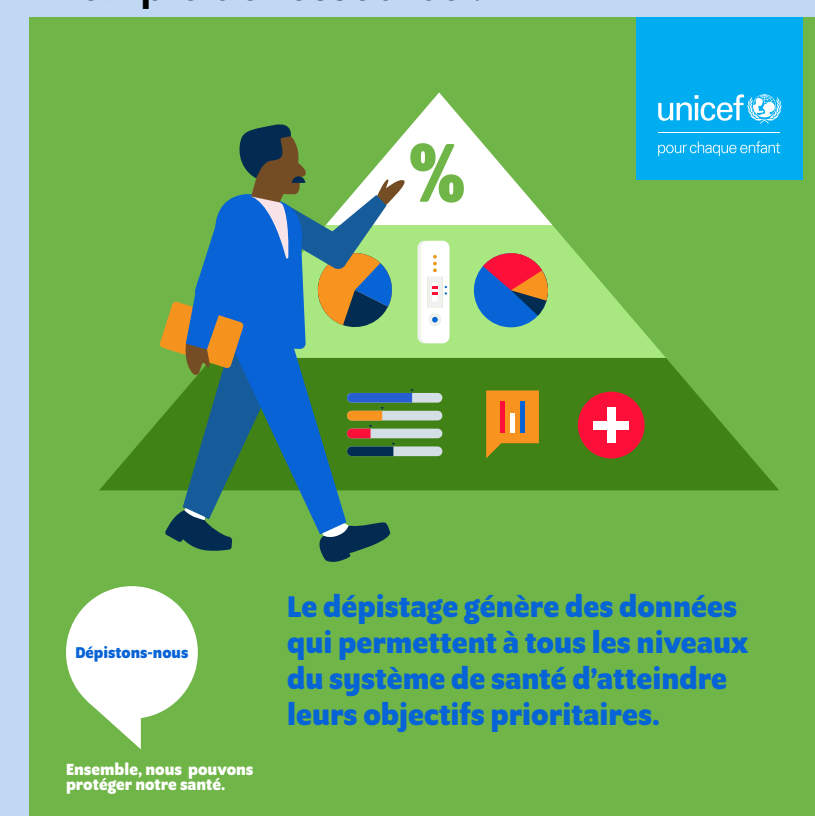
Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 2

Enjeux sanitaires concurrents prenant le dessus sur le dépistage

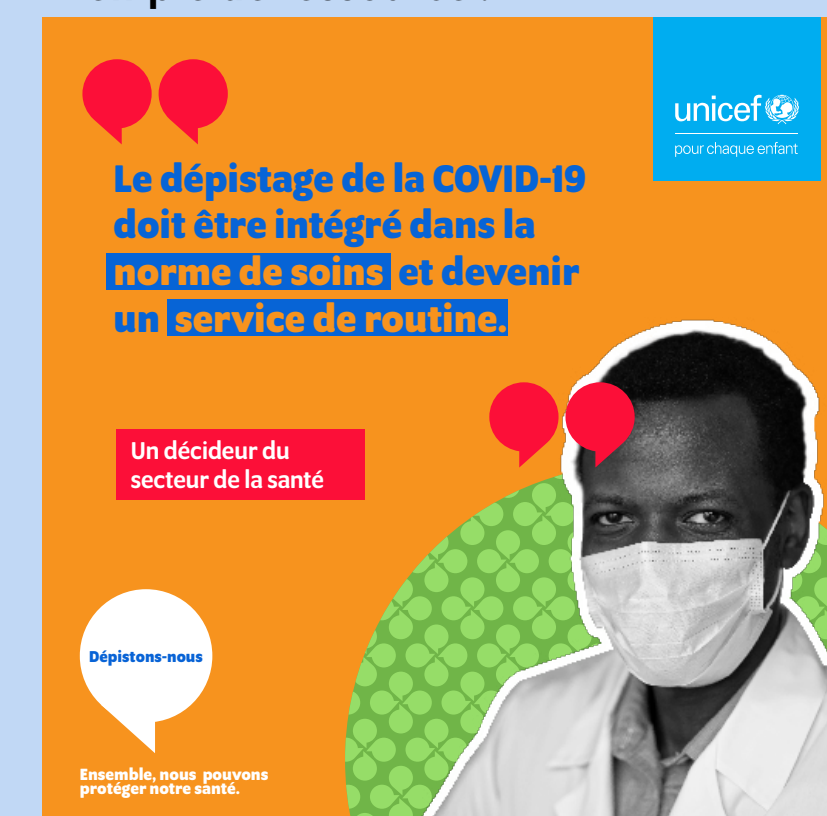
Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 3

Croyance selon laquelle il est difficile d'intégrer les activités de dépistage dans le système de santé

Exemple de ressource :



## OBSTACLE LIÉ AUX DÉCIDEURS 4

# Si les tests PCR effectués dans des établissements sont les plus précis, pourquoi les tests rapides sont-ils nécessaires ?

Certains décideurs croient que les tests effectués en laboratoire ou **les tests PCR constituent la référence** en matière de dépistage, et que ces derniers devraient être accessibles dans les établissements de haut niveau plutôt que dans les communautés. Dans les pays à revenu faible ou intermédiaire, les décideurs se concentrent souvent sur les tests en laboratoire ; **l'accès à ces tests y est toutefois limité** pour diverses raisons, notamment structurelles. Dans ce contexte, il convient d'**étendre l'accès au dépistage au niveau communautaire** en permettant aux populations de bénéficier de tests en laboratoire ou de tests rapides en dehors des établissements de santé de référence. Ces ressources vous permettront de montrer que les tests PCR et les tests rapides sont deux composantes d'une solide stratégie de dépistage visant une couverture universelle.

Télécharger les ressources

### Sous-obstacle 1

Mauvaise compréhension de la nécessité d'effectuer des tests en dehors des laboratoires des établissements de santé

Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 2

Préférence pour les tests PCR en raison de leur précision et de leur spécificité, bien qu'ils ne soient pas toujours accessibles à tous

Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 3

Manque de confiance dans les tests rapides

Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 4

Croyance selon laquelle les tests PCR donnent les informations de suivi les plus importantes

Exemple de ressource :





## OBSTACLE LIÉ AUX DÉCIDEURS 5

# Les établissements de niveau inférieur et les agents de santé de proximité peuvent-ils assurer les activités de dépistage ?

Compte tenu du manque de capacités et de ressources, les décideurs du secteur de la santé peuvent considérer **la faisabilité des activités de dépistage au niveau communautaire avec un certain scepticisme**. Des données probantes recueillies à travers le monde montrent que des agents de santé formés et supervisés au niveau communautaire peuvent faire passer des tests rapides pour les maladies courantes et promouvoir le recours au dépistage. Ces ressources vous permettront d'évoquer ces données auprès des décideurs, tant dans les établissements de niveau inférieur que dans le cadre de la sensibilisation communautaire.

Télécharger les ressources

### Sous-obstacle 1

Opinion selon laquelle les agents de santé de proximité ne sont pas capables d'assurer les activités de dépistage et ne constituent pas des prestataires adéquats

Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 2

Croyance selon laquelle les établissements de santé de niveau inférieur ne sont pas capables d'assurer le dépistage des populations

Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 3

Croyance selon laquelle les échelons inférieurs du système de santé ne disposent pas des capacités nécessaires pour réaliser les tests les plus précis

Exemple de ressource :



## OBSTACLE LIÉ AUX DÉCIDEURS 6

# Est-il toujours nécessaire de se dépister alors que les taux de vaccination augmentent et que la mortalité diminue ?

**Le dépistage peut devenir une préoccupation secondaire** lorsque la couverture vaccinale progresse et que les taux de mortalité associés à la COVID-19 ou à d'autres maladies diminuent. Ces ressources vous permettront de convaincre les décideurs de rester concentrés sur le dépistage dans ces circonstances compte tenu de l'existence d'infections post-vaccinales et de l'importance de protéger les membres les plus vulnérables des communautés.

Télécharger les ressources

### Sous-obstacle 1

Croyance selon laquelle l'importance du dépistage diminue à mesure que la couverture vaccinale progresse et que la mortalité diminue

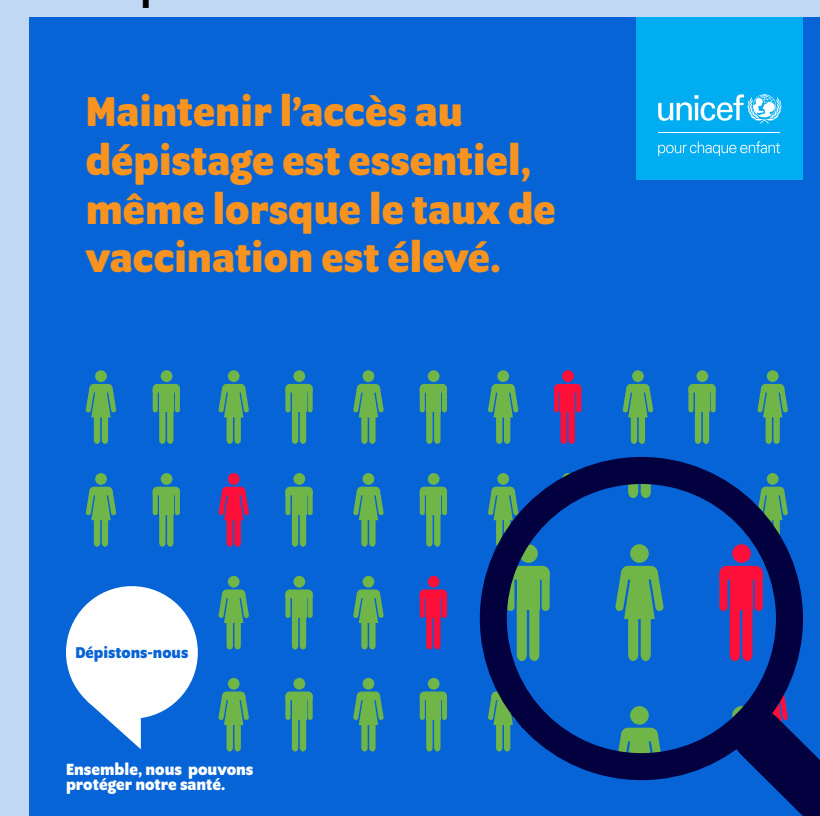
Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 2

Idée selon laquelle la couverture vaccinale rend le dépistage inutile

Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 3

Idée selon laquelle les cas bénins de COVID-19 ne requièrent pas de dépistage

Exemple de ressource :



## OBSTACLE LIÉ AUX DÉCIDEURS 7

# Pourquoi et comment nouer le dialogue avec le secteur privé ?

**Souvent considérés avec scepticisme, les prestataires privés** tels que les cliniciens, le personnel de pharmacie et les guérisseurs traditionnels **ne sont pas toujours inclus** dans les programmes nationaux de formation et les systèmes d'établissement de rapports. Ces ressources vous permettront de montrer que le dialogue avec le secteur privé permet de rencontrer les membres des communautés qui souhaitent recourir à des soins, et qu'il est possible de le contrôler par l'intermédiaire de dispositifs de supervision et de cadres réglementaires.

Télécharger les ressources

### Sous-obstacle 1

Méfiance à l'égard des intérêts du secteur privé dans les situations d'urgence

Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 2

Scepticisme concernant la mobilisation du secteur privé auprès des communautés

Exemple de ressource :



## OBSTACLE LIÉ AUX DÉCIDEURS 8

# Si nous dépistons trop, ne sera-t-il pas nécessaire de multiplier les confinements et les fermetures ?

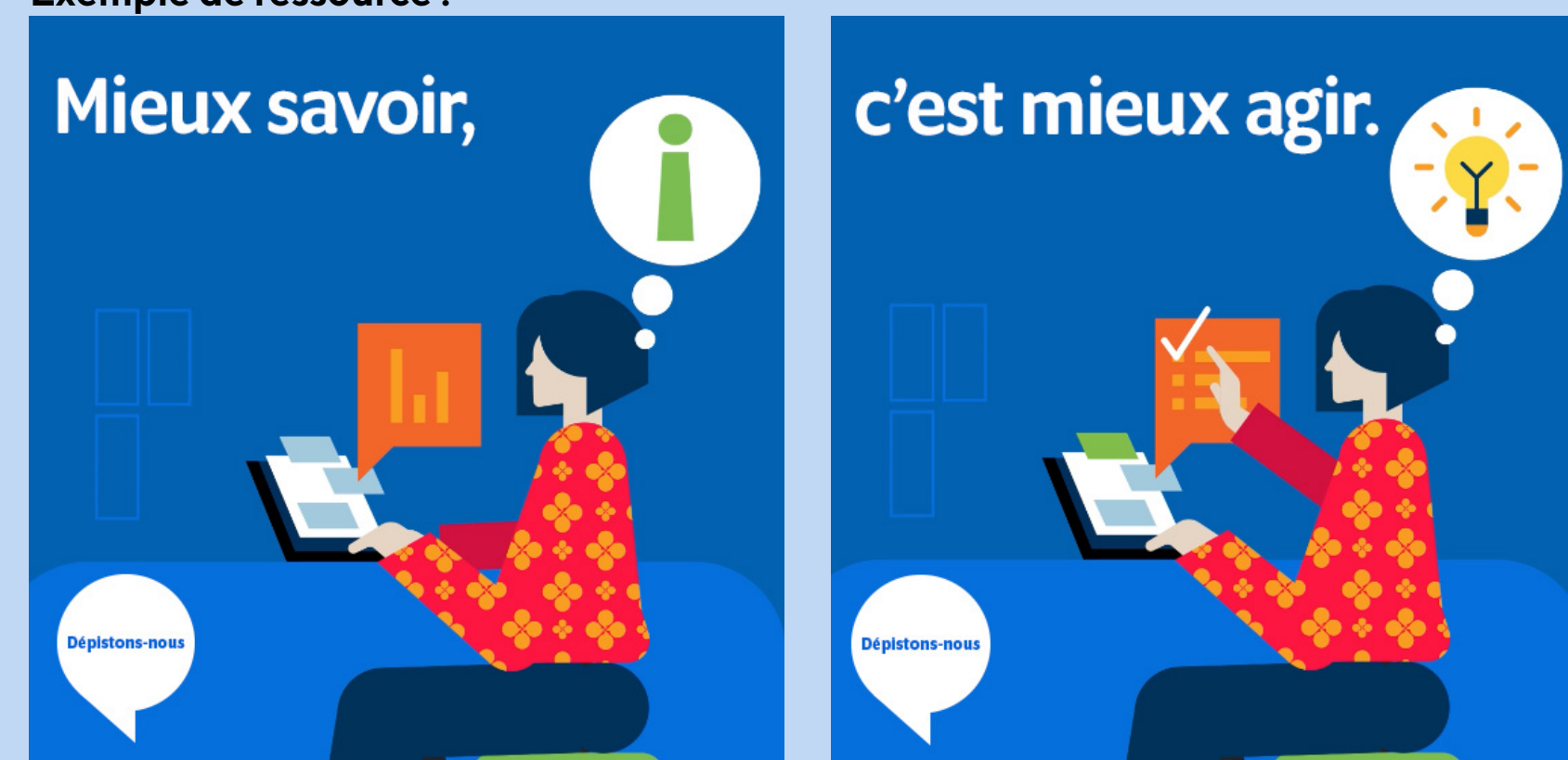
Pendant la pandémie, **certain**s craignent que les dépistages ne révèlent des données susceptibles d'avoir des conséquences négatives telles que des confinements, une réduction des investissements et de la croissance économiques et des fermetures d'écoles. Ces ressources vous permettront de montrer que les dépistages sont la clé d'une détection précoce et d'une gestion efficace des pandémies, et qu'ils peuvent réduire le risque de voir telles conséquences négatives se concrétiser.

Télécharger les ressources

### Sous-obstacle 1

Croyance selon laquelle l'intensification des activités de dépistage pourrait avoir des conséquences négatives pour le pays

Exemple de ressource :





## OBSTACLE LIÉ AUX DÉCIDEURS 9

# Comment rendre le dépistage plus abordable ?

Les gouvernements et les décideurs disposent d'un **large éventail de mesures pour réduire le prix des tests**, par exemple plafonner les prix, accorder des subventions, garantir une prise en charge par l'assurance. En raison de l'existence d'enjeux de santé publique concurrents, les budgets nationaux doivent satisfaire à de nombreux besoins. Rappelez aux décideurs l'importance d'**affecter les ressources en priorité aux activités de dépistage** en évoquant la résolution de l'Assemblée mondiale de la Santé sur les outils de diagnostic de mai 2023. Ces ressources vous permettront de démontrer qu'il est impossible de garantir l'accessibilité du dépistage sans le rendre abordable et de faire valoir que des subventions ciblées en faveur du dépistage peuvent faire une différence.

Télécharger les ressources

### Sous-obstacle 1

Le faible besoin perçu de plafonnement des prix ou de subventions entraîne une pénurie de tests abordables et de qualité

Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 2

Méconnaissance des coûts d'accès au dépistage pour les communautés, qui ne se limitent pas au prix du test (temps, transport, traitement potentiel, stress)

Exemple de ressource :



## OBSTACLE LIÉ AUX DÉCIDEURS 10

# Comment s'assurer de la qualité et de la fiabilité des tests ?

Le manque de transparence des examens réglementaires accélérés et les difficultés associées à de telles demandes constituent un obstacle majeur dans de nombreux pays à revenu faible ou intermédiaire. **L'enregistrement local de nouveaux tests** est généralement trop lent pour les décideurs, en particulier lorsqu'ils tentent d'améliorer l'accès au dépistage pendant une épidémie ou une pandémie. Ces ressources vous permettront de montrer la valeur des tests approuvés par une autorité de réglementation rigoureuse.

[Télécharger les ressources](#)

## Sous-obstacle 1

Compréhension limitée de l'importance, pour les décideurs du secteur de la santé, de plaider en faveur de l'accélération de l'examen réglementaire des tests prioritaires approuvés par des autorités de réglementation rigoureuses

### Exemple de ressource :





# Les obstacles liés à la communauté

Cette section traite des **obstacles qui entravent généralement le recours au dépistage de la COVID-19** au sein des communautés. Ces obstacles incluent une mauvaise compréhension de la proposition de valeur du dépistage et les nombreuses idées fausses à ce sujet. Pour remédier à une accessibilité insuffisante, reportez-vous à la section intitulée « **Les obstacles liés aux décideurs** ».

La nature des obstacles dépend principalement du contexte, et **chaque contexte peut présenter plusieurs obstacles**. Accordez la priorité aux obstacles les plus sérieux, qui ont de profondes répercussions et qui peuvent être éliminés. Pour hiérarchiser les priorités, il convient de tenir compte des croyances concernant le dépistage et la santé dans le contexte concerné, des émotions et motivations associées à la santé et au bien-être, et de l'environnement dans lequel les membres de la communauté se font dépister. **Sélectionnez les éléments pertinents** dans votre contexte.

N'oubliez pas que **l'adaptation au contexte est une composante essentielle d'une communication efficace**, pertinente et fondée sur les motivations de votre public cible. Vous devez donc revoir vos objectifs de communication et modifier les ressources et les messages en conséquence.

Pour afficher tous les obstacles, sous-obstacles, objectifs de communication et messages, accédez à la **matrice de messagerie**.

**Les ressources incluent** : des images numériques, des GIF, des vidéos, des ressources et jeux utilisables en présentiel.

Cliquez ci-dessous pour consulter les ressources finales et modifiables destinées au plaidoyer auprès des communautés.



Télécharger les ressources

## LES OBSTACLES LIÉS À LA COMMUNAUTÉ

# Proposition de valeur

Le faible taux de dépistage dans les communautés s'explique en grande partie par le fait que leurs membres ne savent pas pourquoi ils doivent se faire dépister. Dans de nombreux contextes, lorsqu'une personne présente des symptômes bénins, elle ne ressent pas le besoin de se faire dépister. De surcroît, le traitement est souvent plus accessible que le dépistage, ce qui pousse de nombreuses personnes à suivre un traitement sans que le diagnostic ait été confirmé. Ces ressources vous permettront de convaincre les membres des communautés de l'utilité du dépistage.

Télécharger les ressources

### Sous-obstacle 1

Manque de compréhension des avantages du dépistage

Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 2

Faible besoin perçu du dépistage

Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 3

Scepticisme quant à la gravité de la COVID-19

Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 4

Idée fausse selon laquelle « je connais bien mon corps et je n'ai pas besoin d'un test pour savoir si j'ai la COVID-19 »

Exemple de ressource :



### Sous-obstacle 5

Préférence pour l'automédication

Exemple de ressource :





## LES OBSTACLES LIÉS À LA COMMUNAUTÉ

# Idées fausses

De nombreuses idées fausses circulent dans le monde au sujet du dépistage de la COVID-19. Les idées fausses constituent un obstacle car elles se diffusent rapidement au sein des communautés et deviennent des croyances répandues qui entravent le recours au dépistage. Comme elles varient considérablement d'un endroit à l'autre, vous devez les étudier dans votre contexte. Référez-vous toujours aux faits avérés. Ces ressources vous permettront de réfuter les idées fausses plus courantes sur la COVID-19 et le dépistage de la maladie.

Télécharger les ressources

### Idées fausses abordées

- Le dépistage est douloureux
- Les résultats des tests (rapides) ne sont pas précis
- Je serai stigmatisé si je me fais tester
- Je connais mon corps et je n'ai pas besoin d'un test pour savoir si j'ai la COVID-19
- Si le résultat est négatif, alors j'aurai perdu du temps et de l'argent
- Seules les personnes qui se déplacent hors de leur communauté doivent se faire tester
- Si je suis vacciné(e), je n'ai pas besoin de me faire tester
- Connaître mes résultats ne changera rien
- Les personnes jeunes et en bonne santé n'ont pas besoin de passer des tests de dépistage de la COVID-19
- Je peux me soigner correctement sans avoir été testé
- Le dépistage ne concerne que ma santé

### Exemples de ressources :

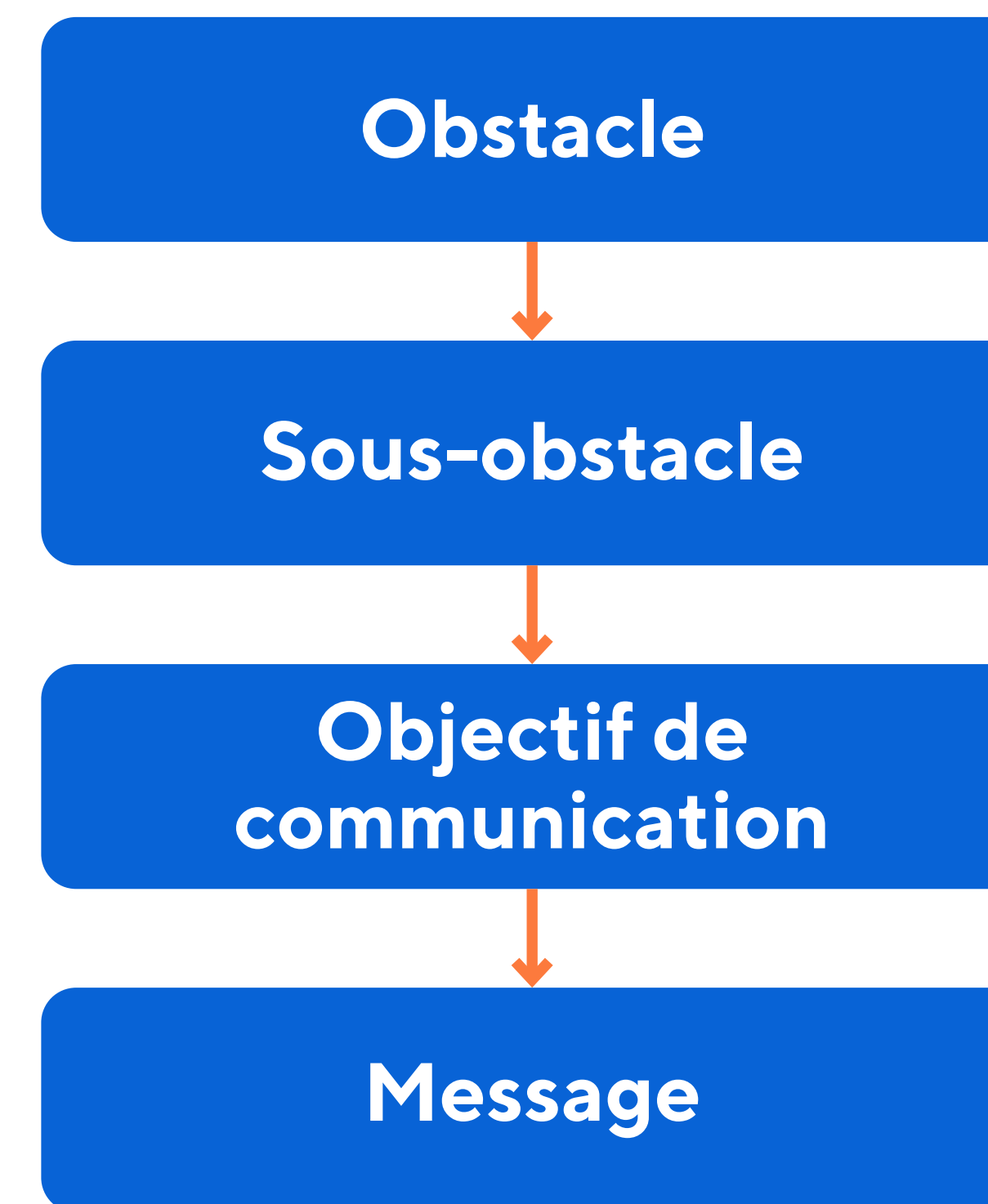


# Synthèse des ressources

## Matrice de messagerie

La boîte à outils comprend un résumé des facteurs et des sous-facteurs liés au dépistage de la COVID-19 et d'autres maladies infectieuses, ainsi que leurs objectifs de communication et les messages clés associés dans une matrice de messagerie. Cet outil est conçu pour **vous aider à sélectionner des ressources appropriées en matière de plaidoyer et de communication pour le changement social et comportemental et à concevoir un contenu convaincant** adapté aux comportements, contextes et publics visés en matière de dépistage. La matrice de messagerie peut non seulement vous aider à hiérarchiser vos objectifs en matière de plaidoyer et de communication, mais aussi à identifier les ressources qui doivent être adaptées afin d'optimiser les résultats dans votre contexte. [Accédez à la matrice de messagerie en cliquant ici.](#)

Remarque : dans la matrice de messagerie, les messages qui apparaissent en gras figurent dans les ressources de la boîte à outils. Elle contient en outre des textes qu'il est recommandé d'utiliser comme contenu d'appui ou comme légende.





## Ressources destinées au plaidoyer auprès des décideurs

Les ressources destinées au plaidoyer auprès des décideurs sont conçues pour être utilisées dans le cadre de conversations en face à face, d'interactions numériques et de discussions techniques approfondies avec les décideurs et toute autre partie prenante intervenant dans les processus décisionnels relatifs aux politiques et programmes d'accès au dépistage.

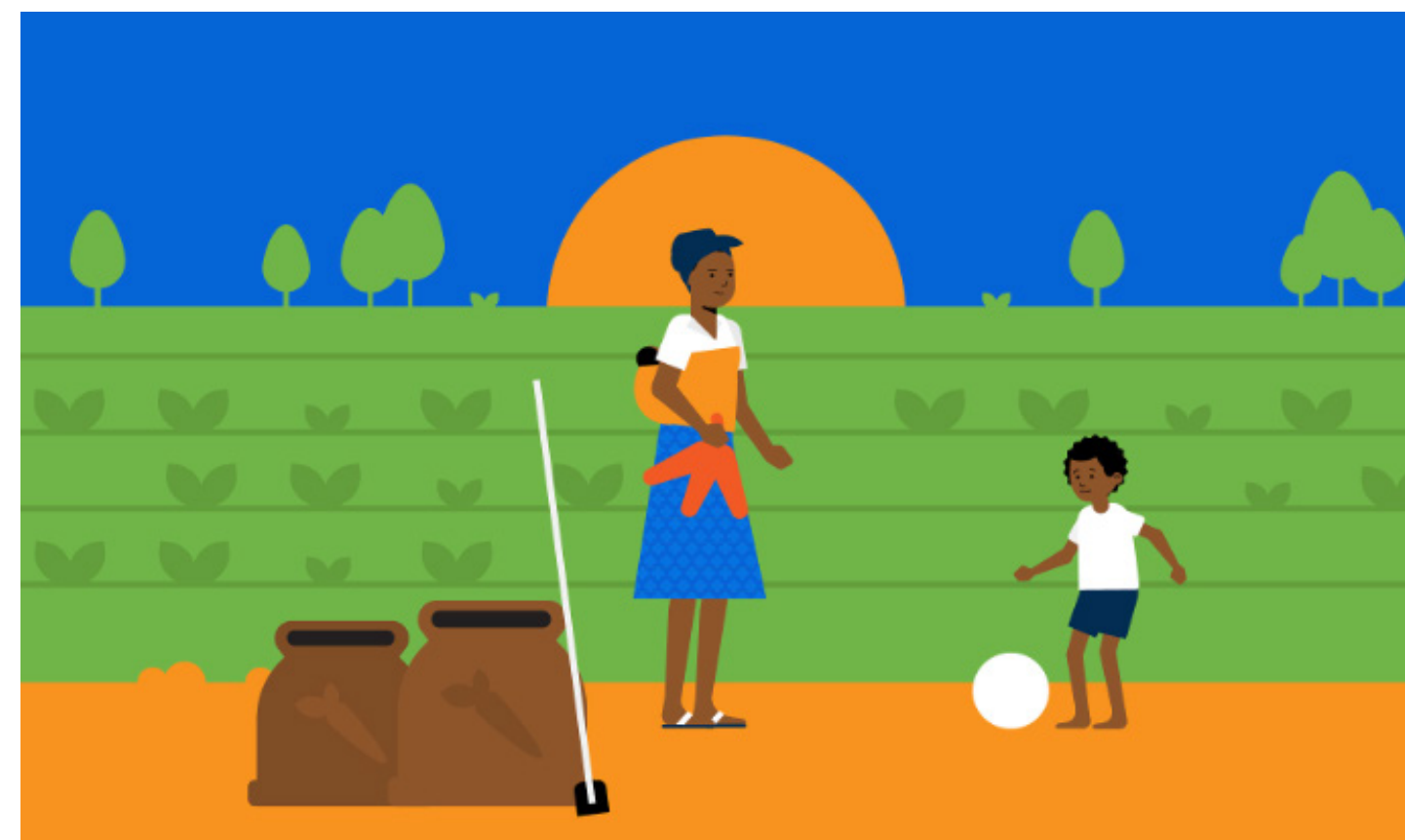
### CONTENU NUMÉRIQUE

Publiées sur des plateformes de médias sociaux ou des plateformes et groupes de messagerie, les ressources numériques permettent **d'interagir rapidement avec un grand nombre de décideurs et de parties prenantes influentes**. [Accédez au contenu numérique en cliquant ici.](#)

**Vidéo principale :** Cette animation vidéo de deux minutes explique l'**importance vitale du dépistage** aux décideurs en analysant le sujet et en soulignant que les activités de dépistage contribuent à éclairer les processus décisionnels relatifs aux politiques et programmes de santé nationaux. Vous pouvez la publier sur des médias numériques et sociaux, la présenter lors de réunions et la diffuser par l'intermédiaire de plateformes de messagerie et de conversations de groupe. [Accédez à la vidéo en cliquant ici.](#)



**Courtes vidéos :** Les vidéos de 30 secondes expliquent les messages clés relatifs au dépistage de manière plus engageante. Elles détaillent davantage les solutions et approfondissent les explications des contenus plus techniques.



**Images numériques :** Les images numériques contenant de brefs messages et explications sont conçues pour aider les décideurs à comprendre les avantages d'un meilleur accès au dépistage. La boîte à outils propose également des panneaux composés de trois à quatre images numériques téléchargées ensemble afin de transmettre des informations plus détaillées.



**GIF :** Les GIF animés simples accrochent le regard et se démarquent des autres publications sur les fils des médias sociaux ou des canaux de messagerie très fréquentés. Les messages GIF sont courts et l'animation permet de mettre en valeur les histoires.



Les images numériques sont **modifiables : vous pouvez aisément les adapter à votre contexte et les traduire**. Votre équipe peut reprendre les GIF et les vidéos en l'état ou s'en inspirer pour créer des versions spécifiques à votre contexte, car ils ne sont pas modifiables.

Lorsque vous utilisez des ressources numériques, déterminez si le contenu correspond à vos **objectifs de communication** et **s'il est compatible avec la connexion Internet du public cible et les plateformes de messagerie** qu'il utilise.





## AMORCES DE CONVERSATION

De nombreuses possibilités de plaider naissent au détour d'une conversation rapide et informelle lors d'un événement ou d'une réunion. Les amorces de conversation de la boîte à outils permettent **de trouver des idées lors de ces interactions en face à face et de recadrer les problèmes** au cœur des préoccupations des décideurs. Les principaux messages de plaider et les documents de référence sont organisés autour des obstacles et présentés dans un style visuel simple. Fournies au format PDF, les amorces de conversation peuvent être aisément utilisées sur un appareil mobile ou imprimées. **Accédez aux amorces de conversation en cliquant ici.**

**?** Le dépistage fait-il partie des priorités nationales de mon pays ?

**L'universalité du dépistage est une étape essentielle vers la couverture sanitaire universelle**

Dans le cadre de la poursuite des objectifs nationaux en matière de soins de santé primaires et de couverture sanitaire universelle, le dépistage est un élément clé du parcours de soins. Les soins de santé primaires et la couverture sanitaire universelle sont indissociables de l'accès au dépistage.

**« La couverture sanitaire universelle signifie que chaque personne a accès à tout l'éventail des services de santé de qualité dont elle a besoin, au moment et à l'endroit où elle en a besoin. » - OMS**



**?** Pourquoi dépister ?

**Le dépistage sauve des vies et aide les pays à atteindre leurs principaux objectifs.**

Le dépistage garantit la santé des communautés en aidant les individus à se protéger mutuellement. On l'utilise déjà pour la détection, la prise en charge, les mesures de riposte aux épidémies et la surveillance des maladies.

**« Le dépistage est au cœur des soins de santé de qualité. »**  
- The Lancet, 2021



## MODÈLE POWERPOINT MODULAIRE

Recherches, ressources techniques, mise en page efficace, etc. : l'élaboration de supports de présentation complets et engageants pour plaider en faveur d'un meilleur accès à des services de dépistage de qualité et abordables peut prendre du temps. Le modèle Powerpoint modulaire contient des **informations techniques présentées de manière claire et engageante** pour vous aider à vous préparer aux réunions techniques avec les décideurs et d'autres parties prenantes influentes. Il est organisé de manière à ce que vous puissiez **extraire et adapter** ses sections les plus pertinentes afin d'accroître l'impact de votre plaider en vue de réunions ou de discussions spécifiques avec les décideurs dans votre contexte. Les diapositives sont organisées autour des obstacles. Une fois que vous aurez hiérarchisé les obstacles pertinents pour un type de test et un contexte donnés, vous pourrez facilement trouver les diapositives associées. **Accédez au modèle PowerPoint modulaire en cliquant ici.**

**DÉPISTAGE COMMUNAUTAIRE**

**Le dépistage avant traitement permet aux communautés de gagner du temps et aux systèmes de santé de réaliser des économies**

Les membres des communautés qui présentent des symptômes recherchent souvent un traitement sans s'être fait dépister, car **le traitement est accessible.**

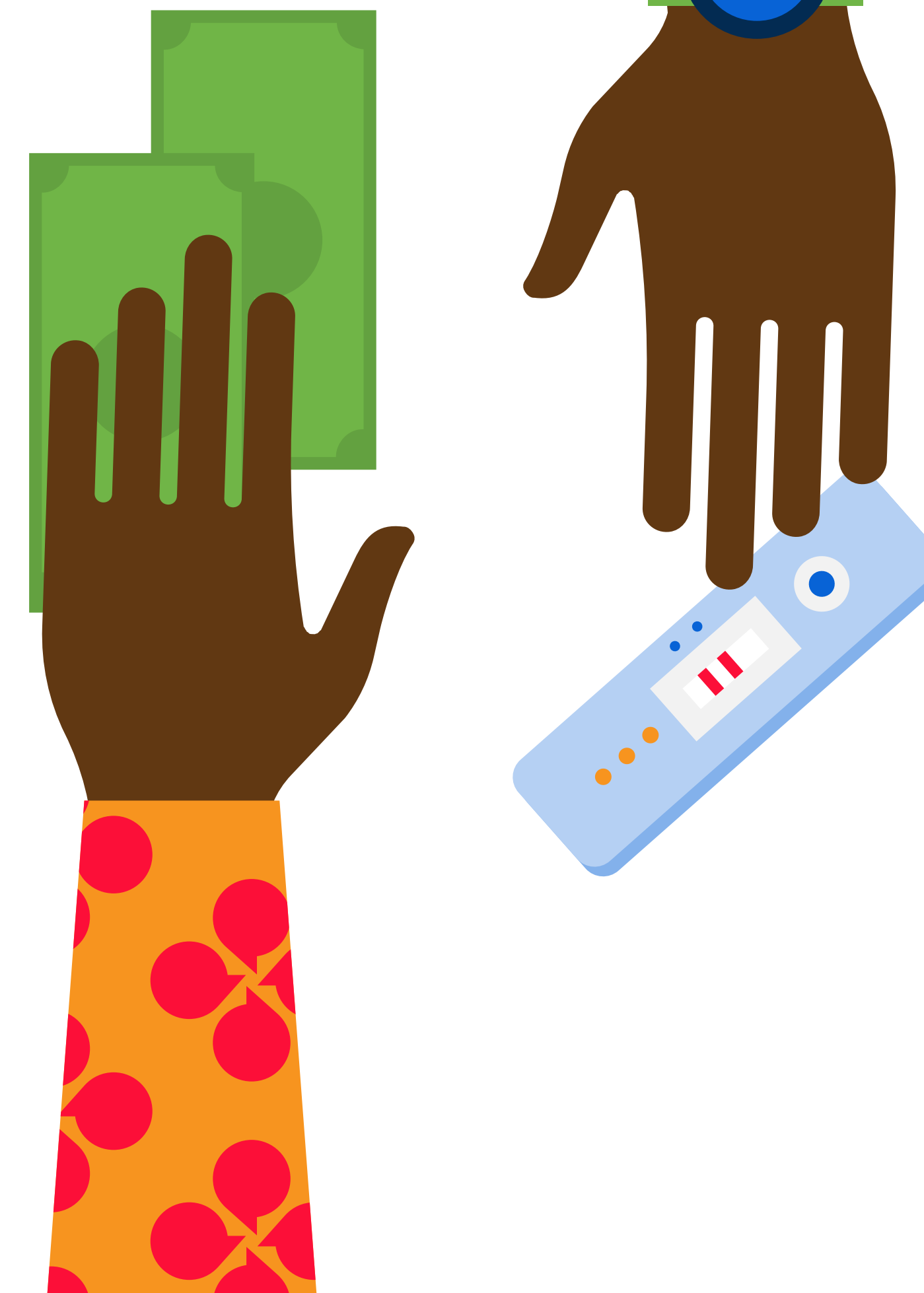
**Un traitement inadapté ou injustifié présente néanmoins des risques,** tels qu'une absence d'atténuation des symptômes, le développement d'une pharmacorésistance, des effets secondaires indésirables, une augmentation des dépenses pour des pathologies plus graves.

Plus généralement, **lorsque des communautés le dépistage est négligé au sein, des épidémies sont susceptibles de se propager** à bas bruit et entraîner une réduction de la main-d'œuvre disponible, des fermetures d'écoles et une augmentation des coûts des soins.

Les épidémies peuvent alors prendre une envergure nationale, et **les autorités se trouvent contraintes de réorienter leurs ressources** pour gérer leur évolution.

*« La principale lacune réside dans la fourniture d'équipement de diagnostic au niveau des soins de santé primaires, où débute la cascade de soins. »*

- The Lancet, 2021



## Ressources destinées au plaidoyer auprès des communautés

Les ressources destinées au plaidoyer auprès des communautés **exposent les avantages du dépistage et réfutent les idées fausses les plus courantes** qui réduisent la demande informée de tests parmi les membres des communautés qui ont besoin de se faire dépister. Ces ressources se concentrent par ailleurs sur des faits avérés afin d'éviter que la remise en cause des idées fausses n'aggrave la désinformation et la confusion au niveau communautaire. Les déterminants de la demande de dépistage variant d'une communauté à l'autre, les ressources proposées à ce niveau se distinguent par leur diversité. Des données probantes recueillies à l'échelle mondiale indiquent que le changement social et comportemental requiert une **exposition et un engagement, dans le temps, sur plusieurs canaux de communication**.

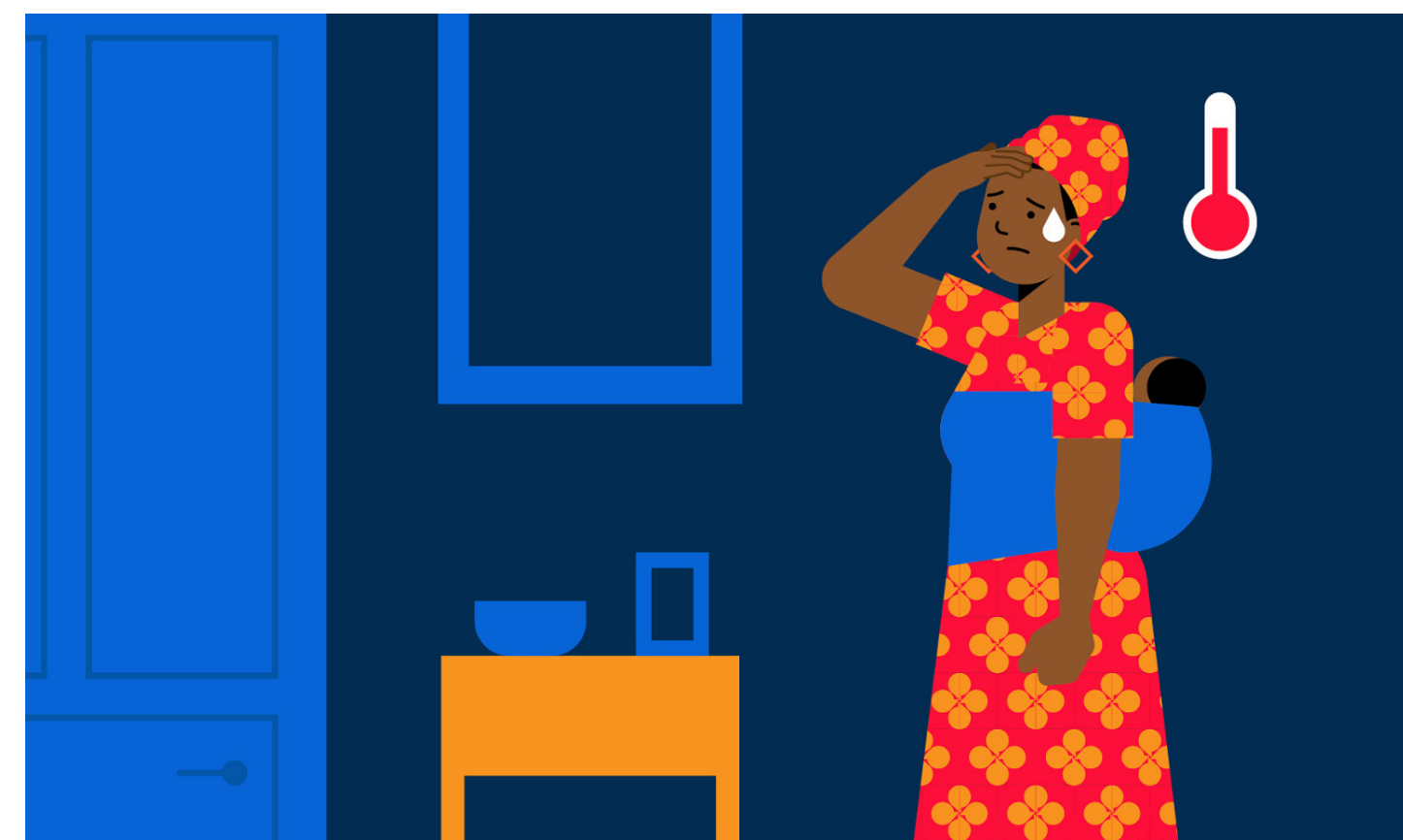
Les ressources destinées au plaidoyer auprès des communautés conviennent à des canaux numériques tels que Facebook, WhatsApp et Telegram, ainsi qu'à des canaux hors ligne tels que des réunions, des événements et d'autres activités de sensibilisation communautaires. Lors de la sélection des ressources, **tenez compte de la variabilité de la connexion Internet au sein des communautés et de la nature hors ligne** de certaines composantes de la sensibilisation communautaire.

Veillez à adapter ces ressources globales aux idées fausses locales.

### CONTENU NUMÉRIQUE

Afin de favoriser une demande informée de dépistages, la boîte à outils contient un éventail de messages choisis pour souligner la proposition de valeur du dépistage et réfuter les idées fausses sous forme de publications numériques. **Accédez au contenu numérique en cliquant ici.**

**Vidéo principale :** Cette animation vidéo de deux minutes expose l'intérêt du dépistage aux membres des communautés en mettant l'accent sur ses avantages et sur la protection des membres les plus vulnérables des familles et des communautés. Conçue pour les plateformes numériques telles que les médias sociaux, cette vidéo peut aussi servir lors de réunions, d'événements et d'autres activités de sensibilisation communautaires. **Accédez à la vidéo en cliquant ici.**

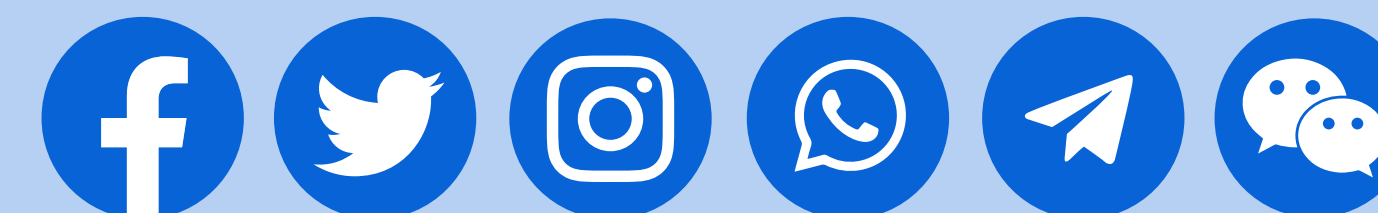


**GIF :** À l'aide de visuels animés, les GIF simples donnent vie à des messages brefs et leur permettent de se distinguer des autres publications.



**Questionnaire numérique :** Ce questionnaire numérique, composé d'un script et de graphiques accessibles, permet aux membres des communautés de réfléchir dans le cadre d'une activité interactive qui les amène à vérifier leurs connaissances concernant le dépistage.

Les ressources numériques destinées au plaidoyer auprès des communautés sont toutes compatibles avec les plateformes de médias sociaux et les canaux numériques.



**Images numériques :** Les images numériques assorties d'explications et de brefs messages aident les communautés à comprendre l'importance du dépistage.



### RESSOURCES DE COMMUNICATION INTERPERSONNELLE

Tous les membres de la communauté ne sont pas en mesure d'accéder aux plateformes en ligne. Afin d'atteindre ces personnes, les messages et les visuels des outils numériques ont été adaptés aux séances de communication interpersonnelle. Accédez au contenu relatif à la communication interpersonnelle en cliquant [ici](#). **Accédez au contenu relatif à la communication interpersonnelle en cliquant ici.**

**Séance de communication interpersonnelle « Et si » :** L'importance du dépistage est mise en évidence par l'intermédiaire d'une série d'histoires courtes, dans lesquelles cinq personnages ressentant des symptômes se demandent s'ils doivent se faire dépister. L'animateur livre le récit au moyen d'un folioscope ou d'un jeu de rôle interactif conduisant à la prise d'une décision avec les participants. À la fin de l'exercice, une discussion de groupe promeut les bons comportements en matière de dépistage tandis que des affiches mettent en évidence les messages clés.



**Séance de communication interpersonnelle visant à réfuter les idées fausses :** Les idées fausses les plus répandues sur le dépistage peuvent être réfutées au moyen d'un quiz interactif. Les participants votent à l'aide de panneaux « vrai/faux », puis l'animateur annonce et explique la bonne réponse. Un ensemble d'affiches met en évidence les messages importants.





# Utiliser la boîte à outils et les ressources

Les ressources de plaidoyer et de communication pour le changement social et comportemental de la boîte à outils se fondent sur des recherches axées sur les obstacles entravant l'accès au dépistage de la COVID-19 dans les pays à revenu faible ou intermédiaire pendant la pandémie. Ces ressources étant susceptibles d'être utilisées pour différentes maladies, leur contextualisation constitue un volet critique du plaidoyer et de la communication pour le changement social et comportemental, car elle permet de s'assurer que les messages finaux trouveront un écho auprès des publics cibles et entraîneront des changements stratégiques et comportementaux.

## Alors, comment utiliser la boîte à outils et adapter les ressources ?

- 1. Identifiez la maladie et le type de test** concernés. Par exemple, le plaidoyer et la communication pour le changement social et comportemental peuvent fortement varier selon qu'ils promeuvent le dépistage de la COVID-19 dans les établissements de soins de santé primaires ou l'autodépistage du VIH.
- 2. Identifiez votre public cible.** Rappelez-vous qu'il est préférable de cibler un public très précis, souvent désigné par le terme « segment », afin de savoir exactement quoi lui demander et les raisons pour lesquelles il devrait s'exécuter, ainsi que toute autre information susceptible de l'inciter à passer à l'action. Par exemple, les obstacles qui empêchent les femmes urbaines âgées de 25 à 29 ans travaillant dans des usines d'un centre urbain de passer un test de dépistage de la COVID-19 ne sont probablement pas les mêmes que ceux qui empêchent les agriculteurs ruraux de sexe masculin âgés de 40 à 55 ans de le faire. De même, les décideurs qui se concentrent essentiellement sur la lutte contre le VIH n'ont pas les mêmes préoccupations que les décideurs qui se consacrent aux maladies non transmissibles.
- 3. Identifiez les obstacles prioritaires** qui restreignent l'accès au dépistage dans votre contexte. Un même segment pouvant se heurter à plusieurs obstacles, accordez la priorité aux obstacles les plus sérieux, qui ont de profondes répercussions et qui peuvent être éliminés.
- 4. Passez en revue les objectifs de communication** et assurez-vous qu'ils correspondent aux objectifs que vous avez fixés. Si ce n'est pas le cas, il convient de les ajuster afin que les messages finaux soient cohérents avec vos objectifs de communication.
- 5. Sélectionnez et adaptez les messages** à l'objectif de la communication, aux obstacles, au public cible et au type de test. Lors de l'élaboration des messages, faites appel à un rédacteur pour vous assurer qu'ils sont simples, précis et conformes à votre objectif de communication.
- 6. Sélectionnez les ressources pertinentes** pour votre public cible et adaptées à votre mode de communication préféré.
- 7. Modifiez** les autres éléments de la ressource à l'aide de la liste de contrôle ci-dessous.



## LISTE DE CONTRÔLE POUR L'ADAPTATION DES RESSOURCES

Utilisez cette liste de contrôle pour vous assurer que vos ressources sont correctement adaptées :



**Contenu du message :** L'objectif de communication et le message de la ressource sont-ils adaptés à votre objectif et à votre contexte ?



**Langue du message :** Le message est-il écrit dans une langue que votre public cible comprend facilement ?



**Contenu visuel :** Les personnages des illustrations et des photos sont-ils adaptés au public cible ? Leur style vestimentaire correspond-il à celui du public cible ? Leur couleur de peau, de cheveux et d'yeux correspond-elle à celle du public cible ? Leur expression est-elle cohérente avec le contexte ?



**Arrière-plan visuel :** L'arrière-plan correspond-il à l'environnement visé ? Pouvez-vous ajouter ou modifier certains éléments pour mieux adapter l'arrière-plan au contexte ?





# Réaliser une étude formative

Le processus d'adaptation suppose de mener des entretiens qualitatifs avec le public cible et les acteurs qui l'influencent, afin de **comprendre leur profil, leurs motivations et les obstacles qui les empêchent** d'adopter le comportement visé.

Dans cette section, vous trouverez des informations générales sur les méthodes de recherche qualitative. Vous pouvez envisager de mener des entretiens approfondis, ou bien des discussions de groupe si des raisons logistiques ou autres vous amènent à préférer cette dernière méthode. La taille et la composition de l'échantillon dépendront de votre public cible et de considérations pratiques telles que le budget et le temps à votre disposition.

Bien que la recherche qualitative ne vise pas la production de résultats représentatifs, il est recommandé d'interroger des profils démographiques variés (sexe, âge, origine ethnique, origine urbaine ou rurale) en fonction du public cible. Par exemple, si vous souhaitez étudier les obstacles et les facteurs influençant le recours au dépistage du VIH chez les adolescents dans les zones urbaines sensibles, vous devez interroger un échantillon composé de jeunes âgés de 15 à 19 ans présentant un éventail de genres, d'origines ethniques et de situations de handicap.

## Recherche auprès des décideurs

Les entretiens qualitatifs approfondis avec les décideurs du secteur de la santé des pays à revenu faible ou intermédiaire et d'autres parties prenantes qui collaborent étroitement avec eux doivent permettre de comprendre les obstacles et les facteurs influençant l'accès au dépistage d'une maladie donnée.

Il s'agit notamment :

- des étapes de l'élaboration des politiques, de la définition des priorités à leur traduction en politiques ;
- du profil psychologique d'un public cible précis, à savoir les avantages émotionnels et fonctionnels perçus du dépistage (attitudes, aspirations et autres critères psychologiques) ;
- les canaux et influenceurs clés.

Les entretiens avec les décideurs du secteur de la santé ciblent toute personne qui influence ou connaît les décisions politiques et programmatiques nationales ou infranationales liées à l'accès au dépistage des maladies prioritaires. Si vous comprenez les obstacles et les facteurs liés aux décideurs qui influencent l'accès au dépistage, votre programme pourra mettre au point des supports de plaidoyer fondés sur des données probantes en vue d'accroître le recours au dépistage.

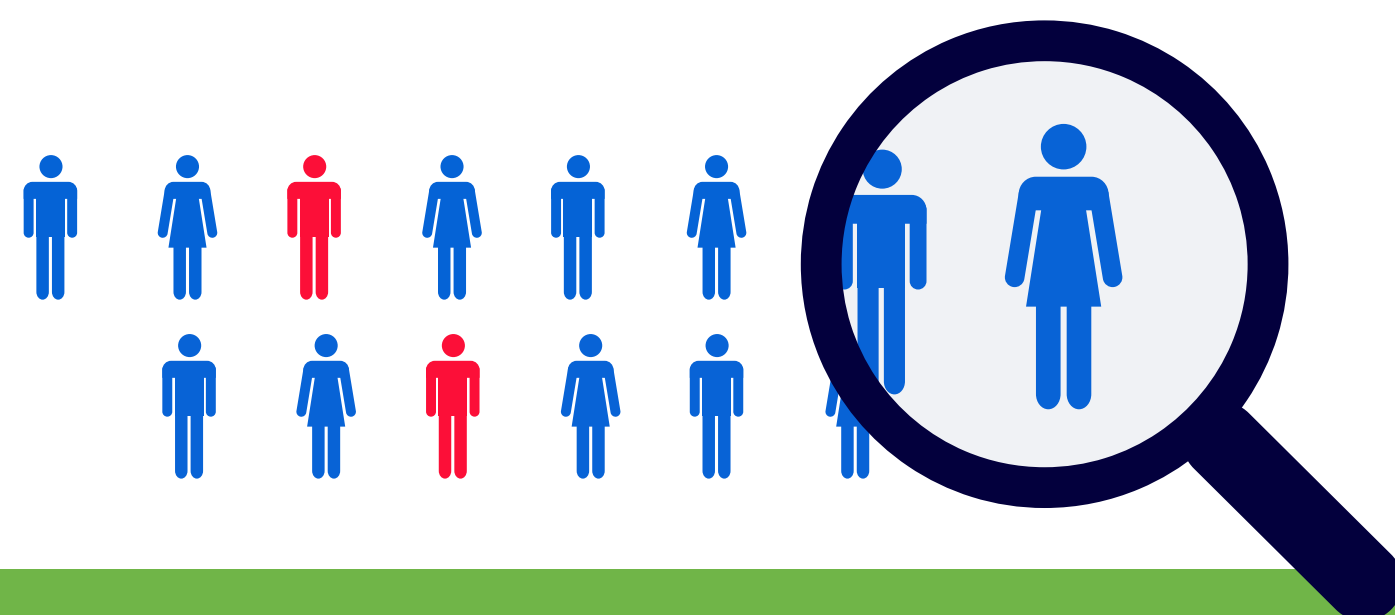
## Recherche auprès des communautés

Les entretiens qualitatifs approfondis avec les membres des communautés visent à recueillir des informations qualitatives qui vous aident à comprendre les obstacles et les facteurs influençant le recours au dépistage d'une maladie donnée.

Il s'agit notamment :

- du parcours de dépistage, à savoir les raisons du recours à un dépistage, les difficultés rencontrées pour accéder au test adéquat au moment opportun, le traitement, le rétablissement et la prise en charge ou le processus de transmission aux paliers supérieurs ;
- du profil psychologique d'un public cible précis, à savoir les avantages émotionnels et fonctionnels perçus du dépistage (attitudes, aspirations et autres critères psychologiques) ;
- Obstacles au dépistage prioritaires.

Les entretiens menés auprès des communautés ciblent les mêmes personnes que votre programme de santé communautaire. Vous devez mener des entretiens approfondis avec les personnes i) particulièrement exposées aux maladies cibles et ii) peu susceptibles de se faire dépister avant de suivre un traitement. Si vous comprenez les obstacles et les facteurs influençant le recours au dépistage au sein du groupe à risque sous-testé, votre programme pourra mettre au point des supports de communication pour le changement social et comportemental fondés sur des données probantes en vue d'accroître le recours au dépistage.





# Cadres comportementaux

## Le cadre « Éléphant, cornac, chemin »

### Qu'est-ce que le cadre « Éléphant, cornac, chemin » ?

#### Comment favoriser le changement de comportement ?

Les psychologues ont établi que nos décisions et actions comportementales sont régies par deux systèmes concurrents : la raison et les émotions. La raison sait que nous devrions passer un test de dépistage de la COVID-19, tandis que nos émotions nous suggèrent de ne pas nous exposer à une situation inconfortable.

Le psychologue Jonathan Haidt compare les émotions à un éléphant et la raison à son cornac. L'éléphant suit son instinct et ses émotions. Il évite les désagréments et aime la routine. Le cornac, quant à lui, réfléchit et planifie. Chaque personne a un côté *éléphant* (émotionnel) et un côté *cornac* (rationnel). Pour obtenir un changement, vous devez vous adresser à ces deux facettes, avant de tracer le chemin qui les réunit.

Ce **cadre de changement comportemental vise à aider les partenaires à concevoir des solutions en la matière**, à identifier les principaux obstacles et facteurs liés à un comportement donné, et à les influencer.

La présente boîte à outils et les ressources associées s'appuient sur ce cadre.

### Pourquoi utiliser le cadre « Éléphant, cornac, chemin » ?

On pense souvent qu'il suffit qu'une personne connaisse un comportement ou ses avantages pour l'adopter. En réalité, lorsque l'éléphant et le cornac ne s'accordent pas sur leur destination, c'est généralement l'éléphant qui a le dernier mot.

Lors de l'élaboration d'une solution, vous devez aller au-delà des connaissances qui pourraient justifier un comportement donné et vous intéresser à des facteurs tels que la motivation émotionnelle et l'environnement.

L'utilisation d'un cadre pour le changement comportemental constitue une étape importante de l'élaboration d'une stratégie réactive adaptée à la fois au plaidoyer et à la communication pour le changement social et comportemental. Un tel cadre aide les professionnels à organiser leur réflexion, à mener des analyses cohérentes, à déterminer les facteurs prioritaires et à élaborer des solutions réactives. Les stratégies de changement comportemental dépourvues de cadre ont peu de chances de porter leurs fruits. Simple et direct, le cadre « Éléphant, cornac, chemin » contribue à la réussite de vos campagnes de plaidoyer et de communication pour le changement social et comportemental.

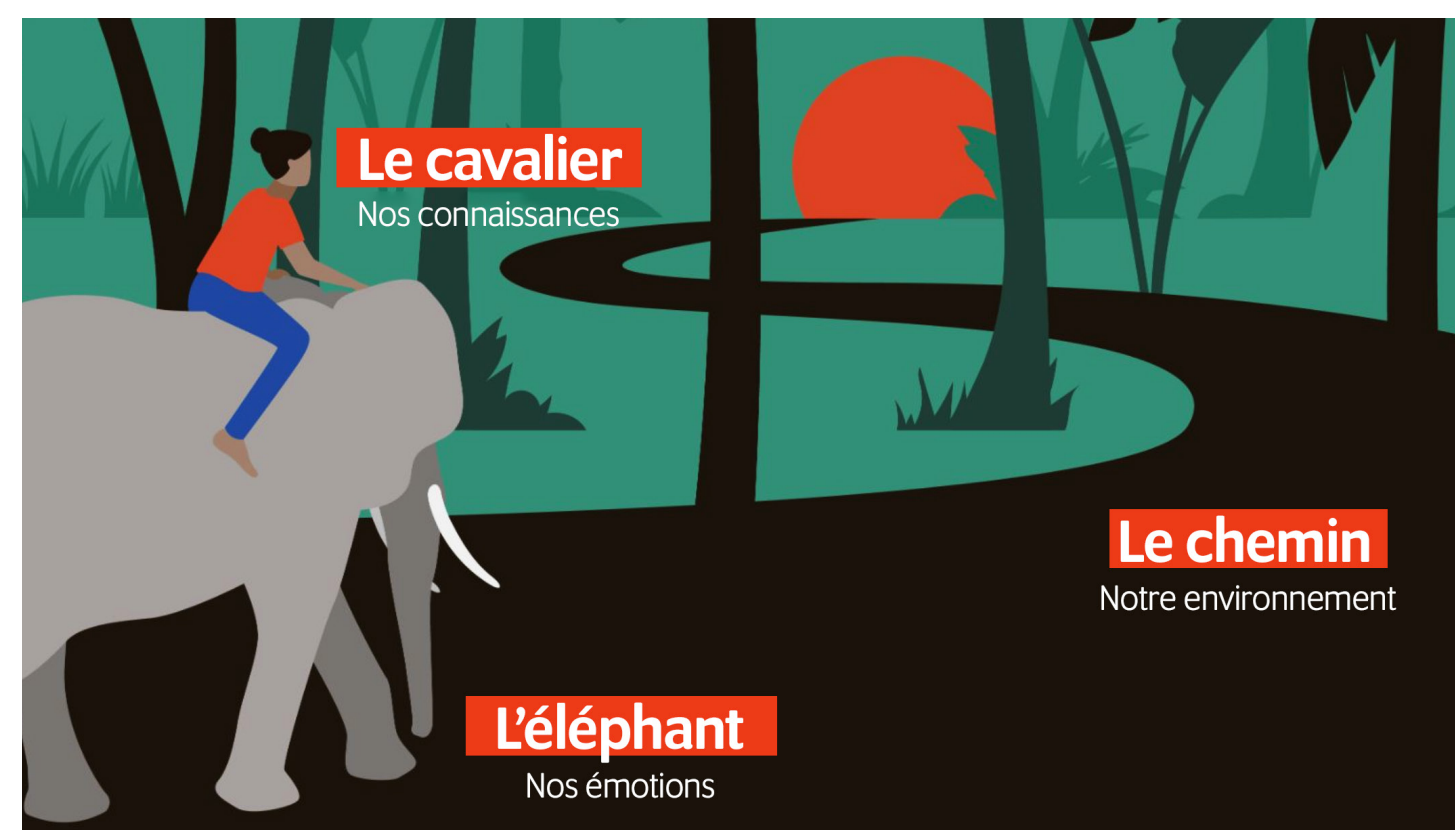


## Comment utiliser le cadre « Éléphant, cornac, chemin » ?

Pratique et facile d'utilisation, le cadre « Éléphant, cornac, chemin » permet d'identifier les obstacles et les catalyseurs sur lesquels vous devez vous concentrer afin d'obtenir un changement. Vous trouverez diverses stratégies pour diriger le cornac, motiver l'éléphant et tracer le chemin dans la ressource [The Switch Framework](#).

### Les étapes de l'utilisation du cadre « Éléphant, cornac, chemin » :

- 1. Énumérez les hypothèses** : avant la recherche, dressez la liste des facteurs susceptibles de favoriser ou d'empêcher l'adoption du comportement souhaité par le public cible, en vous appuyant sur vos connaissances et des recherches documentaires.
- 2. Organisez les facteurs dans un tableau d'hypothèses** : déterminez quels facteurs sont liés aux émotions, aux connaissances et à l'environnement, et classez-les dans trois colonnes - « Éléphant », « Cornac » et « Chemin ».
- 3. Incorporez ces hypothèses dans vos guides de recherche** : incluez-y des questions qui vous permettent d'approfondir et de valider vos hypothèses pendant la recherche.
- 4. Appliquez le cadre « Éléphant, cornac, chemin » à votre analyse** : lors de l'examen des données formatives et de la synthèse des résultats, vérifiez que les hypothèses fondées sur les facteurs étaient exactes en fonction de vos recherches et révissez les facteurs initiaux en conséquence.
- 5. Hiérarchisez les facteurs selon le cadre « Éléphant, cornac, chemin »** : lorsque vous avez identifié les facteurs qui limitent ou favorisent l'adoption du comportement souhaité par le public cible, choisissez à l'aide du cadre le facteur à cibler en vue d'obtenir les meilleurs résultats possibles. Le principal obstacle est-il lié à l'éléphant, au cornac ou au chemin ?
- 6. Associez aux facteurs prioritaires des messages de plaidoyer ou de communication pour le changement social et comportemental cohérents**, ainsi que d'autres informations issues des études formatives menées auprès de votre public cible.



# Comprendre le recours aux soins grâce à la cartographie des parcours

## Pourquoi la cartographie des parcours nous permet-elle de comprendre les comportements en matière de santé ?

Pour étudier la demande de dépistage, il est important de comprendre la manière dont votre public cible se procure des soins de santé, c'est-à-dire son comportement de recours aux soins. Cela vous permettra de mieux définir les facteurs qui empêchent les populations de se faire dépister. Par exemple, si l'automédication sans dépistage est courante dans votre contexte, vous pouvez choisir de transmettre des messages portant sur les avantages liés au dépistage avant tout traitement approuvé par un professionnel de santé.

## Une cartographie pour comprendre les parcours de recherche de soins

Pour comprendre les différents parcours de recherche de soins de santé, vous pouvez utiliser les résultats de la recherche formative pour cartographier l'expérience vécue par la population cible lorsqu'elle cherche à se faire dépister. Lorsque vous interrogez une personne sur son parcours de soins, vous pouvez schématiser chaque étape et obtenir plus d'informations sur les obstacles et les catalyseurs qui interviennent tout au long de ce parcours. Vous pouvez mettre en évidence les moments clés au cours desquels la personne interrogée rencontre des obstacles l'empêchant de se faire dépister et tâcher de définir ce qui pourrait l'aider à surmonter ces difficultés.

Ainsi, vous comprendrez mieux les comportements du public cible en matière de recherche de soins, notamment en ce qui concerne les aspects suivants : reconnaissance des symptômes, automédication, recours aux guérisseurs, influence du secteur privé, canaux d'information utilisés, etc. Si vous concevez des supports visuels pour les entretiens avec le public cible, vous pouvez les assembler et mettre en évidence les moments clés dans un graphique simple que vous pourrez utiliser, de même que d'autres parties prenantes.

Les cartes sont des aides visuelles faciles à utiliser qui permettent de présenter les facteurs prioritaires à aborder dans votre campagne lors des présentations ou des réunions de parties prenantes.

## Avantages liés à l'utilisation d'une cartographie pour comprendre les parcours de santé

- La cartographie permet de faire participer les personnes interrogées au cours de la recherche.
- Elle aide les chercheurs et les concepteurs à comprendre les parcours de santé dans leur contexte et à déterminer les facteurs susceptibles d'influencer la capacité de dépistage.
- Analyser les parcours en tenant compte des obstacles et des catalyseurs peut être fait rapidement.



## Questions tirées d'un guide de recherche formatif à poser pour établir une cartographie des parcours :

*Q : Pouvez-vous décrire le « parcours » typique d'une personne de votre communauté présentant des symptômes de \_\_\_\_ ?*

*Questions d'approfondissement :*

- *Cette personne est-elle mesurée de reconnaître que ses symptômes indiquent qu'elle a peut-être contracté la maladie en question ? Pourquoi ?*
- *Où une personne présentant ces symptômes pourrait-elle demander conseil ? Auprès de qui ? Qu'est-ce qui pourrait motiver une telle personne à se faire dépister ?*
- *Où irait-elle se faire dépister ? Approfondir : établissement de santé public ou privé, pharmacie, agent de santé communautaire. Locaux, provinciaux ou nationaux ?*
- *Quel type de dépistage souhaite-t-elle obtenir ? Pourquoi ?*
- *Quelle est son expérience du dépistage ?*
- *Quelles difficultés a-t-elle rencontrées lorsqu'elle a cherché à se faire dépister ? Question d'approfondissement : combien lui coûtent le dépistage ? Le lieu du test est-il éloigné de son domicile ? Ya-t-il de l'attente ? Reçoit-elle de bons conseils pendant et après le dépistage ?*
- *Que se passe-t-il en cas de résultat positif ?*
- *Comment faciliter le parcours de dépistage de cette catégorie de personnes dans votre communauté ?*



# Ressources relatives aux tests préliminaires

## Finalité des tests préliminaires

Pour vous assurer que le plaidoyer et les ressources que vous utilisez dans le cadre de la communication pour le changement social et comportemental sont adaptés à votre public cible et à votre contexte, il est important d'organiser une phase de test préliminaire afin de recueillir les commentaires des utilisateurs au cours de la conception.

Cette section se fonde sur **Compass for SBC**<sup>5</sup>, une ressource très utile qui comprend de courts guides pratiques donnant des instructions étape par étape pour les tâches essentielles liées au changement social et comportemental. Vous trouverez dans cette section une version adaptée du **guide des tests préliminaires**<sup>6</sup>.

## Objectifs des tests préliminaires

Parce qu'ils permettent de vérifier que les ressources sont adaptées au public cible, les tests préliminaires font économiser de l'argent, du temps et de l'énergie. Dès lors, le plaidoyer et les ressources en matière de communication pour le changement social et comportemental produisent de meilleurs résultats et obtiennent un plus fort impact.

L'objectif des tests préliminaires est de recueillir les commentaires du public cible sur les aspects suivants :

- **Compréhension** : Le public prioritaire comprend-il les messages et supports ? Perçoit-il les avantages liés au fait d'agir ?
- **Attractivité** : Les supports captent-ils l'attention du public ?
- **Acceptation** : Les supports contiennent-ils des éléments offensants ou inappropriés ?
- **Crédibilité** : Selon le public, les supports sont-ils crédibles et réalistes ?
- **Implication** : Le public se sent-il concerné par le contenu des supports ? Les supports lui semblent-ils adaptés ?
- **Pertinence** : Les supports ont-ils un lien avec les problèmes rencontrés par le public ?
- **Motivation et persuasion** : Le public comprend-il l'appel à l'action ? Est-il incité à agir ?
- **Amélioration** : Comment les supports pourraient-ils être améliorés ? Que suggère le public prioritaire ?

<sup>5</sup> <https://thecompassforsbc.org/how-to-guides>

<sup>6</sup> <https://thecompassforsbc.org/how-to-guide/how-conduct-pretest>

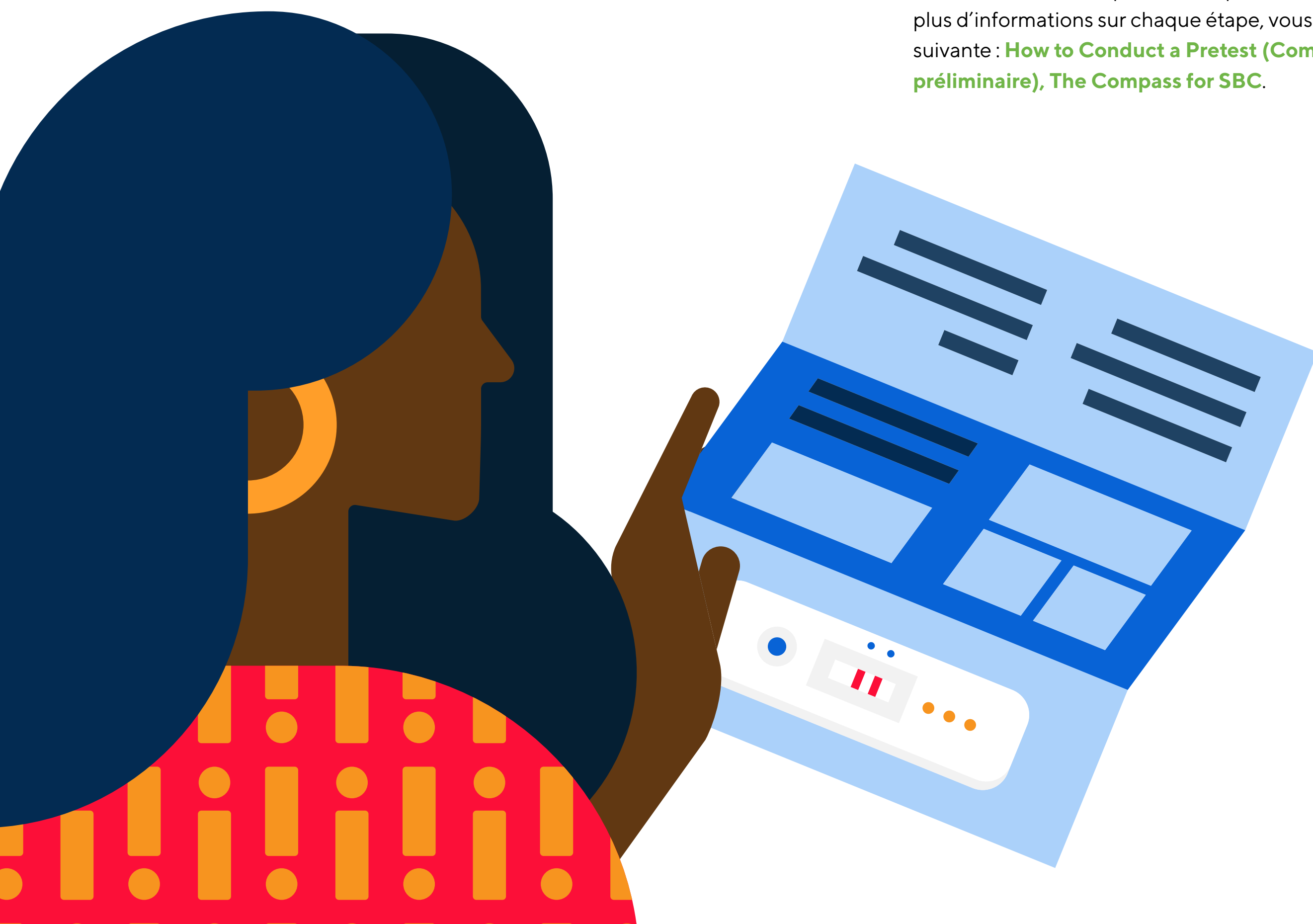
## Méthodes de test préliminaire

Menez les tests préliminaires après la recherche formative, l'analyse comportementale, le classement des facteurs par ordre de priorité et l'élaboration des messages et des projets de ressources ; et avant d'achever, de produire et de diffuser les différents éléments de la campagne de communication.

Le test préliminaire a souvent lieu dans le cadre d'entretiens qualitatifs avec des participants de votre public cible. Les échantillons comprennent 10 à 20 personnes.

Remarque : Le test préliminaire dure entre deux semaines et deux mois. Sa durée varie en fonction du nombre de ressources testées et de révisions nécessaires.

Voici une liste des étapes à suivre pour réaliser un test préliminaire. Pour plus d'informations sur chaque étape, vous pouvez consulter la ressource suivante : [How to Conduct a Pretest \(Comment réaliser un test préliminaire\), The Compass for SBC.](#)



- 1. Définir les objectifs du test préliminaire** – détaillez les objectifs du test préliminaire et les informations à recueillir
- 2. Choisir une méthode de test préliminaire** – ce choix dépendra de vos besoins. Tenez compte des objectifs que vous avez définis pour déterminer quelles méthodes utiliser pour votre test préliminaire.
- 3. Planifier le test préliminaire** – planifiez les aspects logistiques, notamment en choisissant le lieu de réunion, en recrutant des participants, en désignant des animateurs et des enquêteurs, en mettant en place des mesures incitatives et en élaborant des questionnaires d'enquête ou des guides destinés aux groupes de discussion, le cas échéant.
- 4. Rédiger un guide de test préliminaire** – celui-ci servira de référence afin de garantir que l'activité reste cohérente.
- 5. Préparer les questions** – les questions du test préliminaire doivent permettre d'évaluer la valeur des supports et de recueillir des commentaires sur leur efficacité. Astuce : optez pour des questions ouvertes plutôt que fermées (oui/non) afin d'obtenir des informations de qualité.
- 6. Réaliser le test préliminaire** – lors de la mise en œuvre du test préliminaire, n'oubliez pas de faire remplir aux participants un formulaire de consentement et de recueillir des remarques positives.
- 7. Analyser les données et interpréter les résultats** – recherchez les tendances qui se dessinent dans les réponses et déterminez les modifications à apporter aux ressources.
- 8. Synthétiser les résultats** – communiquez les résultats du test préliminaire à l'ensemble de l'équipe avant de poursuivre les révisions.
- 9. Réviser les documents et effectuer un nouveau test** – si le budget et le calendrier le permettent, soumettez également la version révisée des ressources à un test préliminaire.

# Cahier des charges pour la création des ressources

L'objectif d'un cahier des charges est de garantir l'adéquation entre l'orientation stratégique et l'exécution créative. En d'autres termes, votre exécution créative doit tenir compte de votre public cible, des comportements clés, des facteurs déterminant ces comportements et de tout autre enseignement important tiré de la recherche formative. Il s'agit d'un document simple visant à aider les équipes créatives, les organismes et les autres partenaires à élaborer une communication pour le changement social et comportemental adaptée au public cible et efficace.

## Expliquer le défi

Décrivez brièvement le problème global que vous tâchez de résoudre et les comportements clés que votre public cible devrait adopter.

## Informations générales clés

Donnez aux partenaires créatifs les informations générales dont ils ont besoin pour relever le défi. Fournissez-leur un minimum d'éléments de contexte (notamment les principaux facteurs influençant les comportements, les canaux de communication importants et les autres messages auxquels le public cible est exposé) afin que vos solutions soient complémentaires et non redondantes.

## Public cible

Définissez le public visé par vos ressources, notamment en ce qui concerne les aspects suivants :

- Données sociodémographiques – âge, situation géographique, genre, éducation ;
- Habitudes médiatiques – canaux préférés en matière de communication pour le changement social et comportemental ;
- Psychologie – espoirs, rêves, objectifs, priorités et influences (personnes et entités).

Vous pouvez analyser de manière similaire les personnes ou entités qui influencent le public cible.

## Résumé des résultats de la recherche

Transmettez des données complémentaires pour éclairer la campagne et le contenu. Résumez les résultats qualitatifs et quantitatifs de la recherche à l'aide du cadre et de l'analyse des comportements. Plus précisément, répertoriez les obstacles et les catalyseurs associés au comportement visé qui pourraient influencer la population cible.

## Objectifs de communication

- Faites savoir ce que vous souhaitez communiquer aux personnes exposées à cette campagne ;
- Reliez les facteurs comportementaux que vous souhaitez traiter en priorité aux objectifs de communication ;
- Si possible, ne vous limitez pas à la simple sensibilisation.

## Positionnement de la campagne

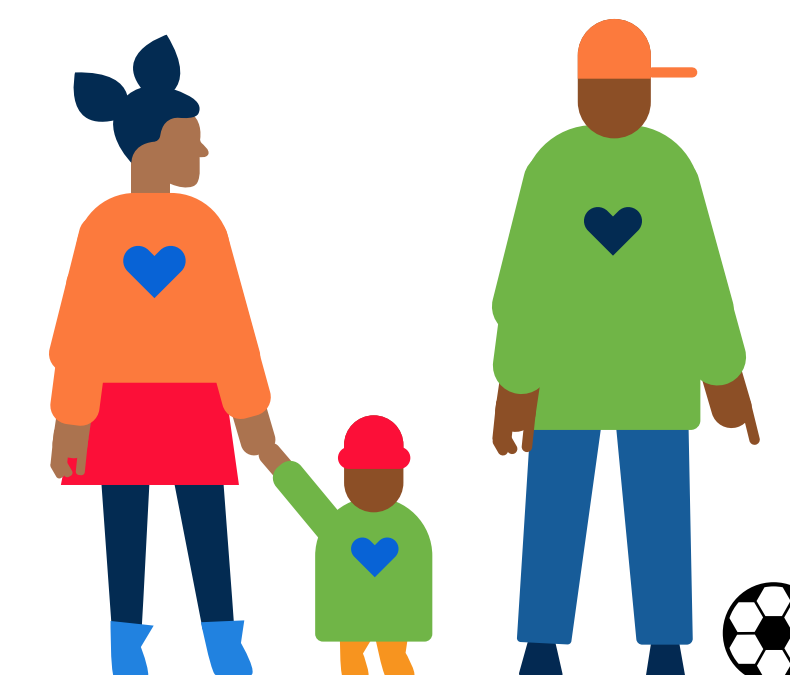
Exprimez en une phrase claire et crédible les avantages liés au comportement en question, d'une manière qui trouve écho auprès du public cible. Dans l'idéal, le positionnement doit être réel, mais pas évident, et doit faire appel aux émotions du public. Essayez de vous démarquer du positionnement des autres campagnes pour attirer l'attention. Essayez de relier votre campagne aux concepts qui parlent à votre public cible.

## Autres conseils créatifs

Fournissez tout autre conseil dont votre équipe créative pourrait avoir besoin. Indiquez-lui quel ton adopter, quel contenu il convient de traiter, dans quels formats, etc.

## Calendrier et responsabilités

Élaborez un calendrier et déterminez les responsabilités pour les étapes majeures du processus de création en tenant compte de vos engagements envers vos bailleurs de fonds, les ministères de la santé et les autres partenaires, ainsi que du temps nécessaire pour le travail créatif, les tests préliminaires, la finalisation et l'obtention des approbations requises avant votre campagne. Précisez les rôles des équipes nationales et mondiales et de l'organisme de création, de production ou de conseil, notamment les rôles de direction et d'accompagnement tout au long des principales étapes du processus.









# Mettre en œuvre la boîte à outils

À droite figure un exemple de calendrier de mise en œuvre de la boîte à outils « Dépistons-nous ». Comme expliqué précédemment, les ressources de plaidoyer et de communication pour le changement social et comportemental ont été conçues pour être associées dans n'importe quel ordre en fonction du type de dépistage, du public cible et du contexte. Ce calendrier indique les principales étapes du processus d'adaptation des ressources mondiales de plaidoyer ou de communication pour le changement social et comportemental aux contextes locaux. Lorsqu'il n'est pas nécessaire d'ajouter des étapes de recherche formative, de test ou de conception créative pour adapter les ressources mondiales au contexte local, vous pouvez raccourcir ce calendrier en passant directement à la mise en œuvre (voir les lignes en gras).




L'exemple de calendrier à droite illustre la stratégie consistant à traiter les obstacles relatifs à l'offre avant de générer une demande éclairée pour améliorer le recours au dépistage. La fréquence et l'ordre d'utilisation des ressources de plaidoyer et de communication pour le changement social et comportemental varieront néanmoins selon le contexte, comme expliqué ci-dessus, et dépendront des délais et des ressources disponibles, notamment de l'appui et des capacités budgétaires. Pour de meilleurs résultats, nous recommandons d'entretenir un dialogue continu et prolongé avec les décideurs et les membres de la communauté par l'intermédiaire de divers canaux et ressources. Les deux tableaux de la page suivante contiennent des conseils sur l'utilisation simultanée de plusieurs ressources.

ACTIVITÉ	CALENDRIER (mois)							
	Conception initiale facultative	1	2	3	4	5	6	7
<b>RECHERCHE ET ADAPTATION DU PROJET</b>								
Définir le type de dépistage et le public cible prioritaires								
Examiner les données disponibles pour déterminer les facteurs à traiter en priorité dans le contexte concerné ou les lacunes en matière de recherche								
Mener des recherches formatives pour combler ces lacunes								
Analyser les résultats des recherches à l'aune du cadre « Éléphant, cornac, chemin » ou d'un autre cadre de changement comportemental pour identifier les facteurs prioritaires								
Définir des objectifs de plaidoyer et de communication ainsi que des messages clés adaptés aux facteurs prioritaires et au contexte								
Sélectionner et adapter les ressources pertinentes ou élaborer de nouvelles ressources adaptées au contexte local								
Soumettre les ressources à des tests préliminaires et les finaliser à la lumière des retours d'informations du public cible								
<b>MENER DES ACTIVITÉS DE PLAIDOYER AUPRÈS DES DÉCIDEURS</b>								
Appeler à l'action en diffusant la vidéo principale								
Lancer des discussions autour du plaidoyer à l'aide des cartes d'amorces de conversation								
Renforcer les principaux arguments de plaidoyer à l'aide des ressources numériques (courriels ciblés, campagnes de communication, etc.)								
Plaider en faveur d'un changement politique à l'aide du modèle de présentation Powerpoint (dans les groupes de travail techniques, etc.)								
<b>METTRE EN ŒUVRE DES ACTIVITÉS COMMUNAUTAIRES DE COMMUNICATION POUR LE CHANGEMENT SOCIAL ET COMPORTEMENTAL</b>								
Lancer la communication pour le changement social et comportemental en s'appuyant sur une courte vidéo et d'autres ressources								
Utiliser les ressources numériques pour mobiliser les membres de la communauté en vue de promouvoir la valeur du dépistage								
En utilisant des ressources interpersonnelles, nouer le dialogue avec les communautés, leur expliquer l'utilité des dépistages et leur fournir des informations vérifiées								
Suivre les résultats et définir les priorités de la deuxième année								

Comment utiliser simultanément plusieurs ressources de communication pour le changement social et comportemental par l'intermédiaire de différents canaux de mobilisation des décideurs :

	 Réunion en petit comité	 Messagerie	 Réunion technique de grande ampleur	 Sur Internet
Amorces de conversation	✓			
Vidéo principale			✓	
Courtes vidéos		✓		✓
GIF animés		✓		✓
Images		✓		✓
Présentation Powerpoint			✓	

Comment utiliser simultanément plusieurs ressources de communication pour le changement social et comportemental par l'intermédiaire de différents canaux de participation communautaire afin de stimuler la demande de dépistage :

	 Lancement	 Sensibilisation communautaire	 Campagne numérique
Vidéo principale	✓		✓
GIF animés			✓
Images			✓
Affiches	✓	✓	
Histoires et jeux de rôle		✓	
Questionnaire numérique		✓	✓
Questionnaire sur les idées reçues		✓	

# Suivi

Le suivi et l'évaluation du plaidoyer et de la communication pour le changement social et comportemental visant à promouvoir le dépistage permettent d'établir si les interventions produisent les effets souhaités et de déterminer les changements à apporter pour améliorer davantage l'accès au dépistage. Dans l'idéal, le plan global de suivi et d'évaluation doit être élaboré au début d'un programme et doit préciser les indicateurs à suivre ainsi que les méthodes d'évaluation des progrès obtenus. Mettre à jour les plans de suivi et d'évaluation en fonction des besoins est essentiel, en particulier dans le cas des initiatives pluriannuelles de plaidoyer et de communication pour le changement social et comportemental.

Le plan de suivi et d'évaluation d'un programme de plaidoyer et de communication pour le changement social et comportemental repose principalement sur les documents suivants :

- La théorie du changement qui a orienté la définition des objectifs de plaidoyer et de communication, ainsi que des messages clés ;
- Les valeurs de référence des indicateurs liés à l'accès, à la demande et au recours au dépistage ;
- Les principaux objectifs de suivi ou d'évaluation convenus avec les parties prenantes soutenant le plaidoyer et la communication pour le changement social et comportemental en faveur du dépistage.

## Utilisation des données de suivi et d'évaluation

Les données de suivi et d'évaluation ne sont pertinentes que si on les utilise. Il est essentiel de planifier des examens réguliers des données issues du suivi et de l'évaluation avec les membres de l'équipe responsables de la conception et de la diffusion des ressources de plaidoyer et de communication pour le changement social et comportemental, afin d'identifier les domaines en progrès et de convenir de tout changement nécessaire pour intensifier ces progrès. Pour utiliser de manière optimale les données de suivi et d'évaluation, il faut adopter une approche consultative pour analyser et interpréter les données, et faire appel à la fois aux membres de l'équipe de recherche et de suivi et d'évaluation et au personnel chargé de la conception et de la mise en œuvre du programme de plaidoyer et de communication pour le changement social et comportemental.

## Ressources pour le suivi et l'évaluation

Cliquez sur les liens suivants pour obtenir des conseils plus détaillés sur les [outils de suivi et d'évaluation du plaidoyer](#)<sup>7</sup> et la [planification du suivi et de l'évaluation de la communication pour le changement social et comportemental](#)<sup>8</sup>.



<sup>7</sup>[https://www.betterevaluation.org/sites/default/files/Advocacy\\_Toolkit\\_Companion\\_%25281%2529.pdf](https://www.betterevaluation.org/sites/default/files/Advocacy_Toolkit_Companion_%25281%2529.pdf)

<sup>8</sup><https://thecompassforsbc.org/how-to-guide/how-develop-monitoring-and-evaluation-plan>



Ensemble, nous pouvons améliorer l'accès aux tests pour tous.

**Ensemble, nous pouvons  
protéger notre santé.**

[www.lets-test.org](http://www.lets-test.org)