

FICHE DE TRAVAIL N° 12 : PLAN DE TRAVAIL CRÉATIF

l'Exemple de Zanbe

Cet exemple est basé sur le programme « Parlons-en ! » de Zanbe présenté dans la Partie 1 du Manuel. Les responsables du programme ont écrit ce plan de travail créatif pour le développement de la campagne dans les médias de masse visant à accroître l'utilisation des méthodes de contraception modernes et des services dispensés dans les Cliniques Étoile de Zanbe. Ils ont utilisé Nadia comme leur cible principale pour les aider à développer le plan de travail. Des indications supplémentaires sont fournies dans les bulles de texte.

1. **La cible.** Décrivez qui vous voulez toucher avec votre message de communication en étant aussi précis que possible.

Les adolescentes, âgées de 10 à 19 ans, qui :

- Vivent à Zanbe.*
- Ont un revenu faible.*
- Sont déscolarisées.*
- Sont sexuellement actives et cherchent à prévenir ou reporter la première ou la deuxième grossesse.*
- Ne sont pas des utilisatrices régulières de méthodes de contraception modernes.*
- Sont intéressées à obtenir une contraception et des services de SSR GRATUITEMENT ou à bas coût au cours des six prochains mois, peut-être sans que le partenaire/la famille le sachent.*

2. **Appel à l'action.** Que souhaitez-vous que votre cible fasse après avoir entendu, regardé ou été confrontée à cette communication ?

- Se rendre à la Clinique Étoile pour discuter avec un conseiller des méthodes de contraception disponibles.*

Tous vos messages de CCSC devraient inclure un appel à l'action et cette action doit être réalisable pour la cible. Indiquer à la cible de visiter un service de santé local est un appel à l'action très important et tangible.

3. **Obstacles.** Quelles sont les croyances, les pratiques culturelles, les pressions et les fausses informations qui s'interposent entre votre cible et l'appel à l'action ?

Nadia est inquiète des effets secondaires parce que ses amis disent que les contraceptifs peuvent faire grossir, rendre stérile, ou amener le cancer.

Ici, examinez comment Nadia perçoit les obstacles à la contraception, pas comment vous les percevez. Il est important de comprendre sa pensée et sa mentalité, de telle sorte que vous puissiez concevoir des messages qui auront sens pour elle.

4. **Avantages.** Ce que la cible perçoit comme étant l'avantage du comportement.

Éviter une grossesse l'aidera à retourner à l'école dans le but d'obtenir un meilleur emploi et de pourvoir aux besoins de sa fille.

Ici, il est important d'examiner comment Nadia perçoit les avantages de la contraception (et non pas comment vous les percevez). Nadia accorde de la valeur à l'école et veut obtenir un bon emploi un jour. L'avantage de la contraception, pour elle, réside dans la capacité de réaliser ces rêves.

l'Exemple de Zanbe

5. **Messages clés.** Ce sont les raisons pour lesquelles les avantages l'emportent sur les obstacles ; les raisons pour lesquelles ce que vous « promettez » ou encouragez est bénéfique pour la cible.

Prévenir maintenant une grossesse non désirée en utilisant une méthode de contraception moderne garantira que vous pouvez réaliser vos rêves. Allez à la Clinique Étoile pour discuter avec un conseiller de la méthode de contraception qui vous convient.

Appel à l'action

Avantage

6. **Ton.** Quel feeling ou quelle personnalité votre communication doit-elle véhiculer ? Faut-il qu'elle soit autoritaire, légère ou émouvante... ? Choisissez un ton ou des tons qui seraient appropriés.

Amical, informatif, distrayant, contemporain et encourageant

7. **Médias.** Quels canaux ou quelles formes les communications prendront-elles ? Par exemple, la télévision, la radio, la presse écrite, l'affiche ou le prospectus, ou la totalité de ceux-ci ? D'autres canaux ? Choisissez les canaux qui sont plus appropriés pour votre programme

- *Radio : feuilleton dramatique, talk-shows et groupes de discussion*
- *Séances de CIP avec les pairs éducateurs*
- *Sensibilisation des adultes d'influence*
- *Activités communautaires (par exemple, théâtre participatif sur la place du marché)*
- *Envoi de messages sur le téléphone portable*
- *Panneaux d'affichage extérieurs et publicités mobiles*

8. **Ouvertures.** Quelles sont les opportunités (en termes d'horaires et de places) qui existent pour toucher votre cible ?

Les jeunes femmes déscolarisées peuvent travailler à domicile ou être employées dans des emplois à faibles revenus de domestiques, serveuses et vendeuses de nourriture, d'où le besoin d'identifier des moyens appropriés pour les toucher, telles que la sensibilisation en porte-à-porte, la communication entre pairs ou la radio. Leurs horaires de travail peuvent être tôt le matin et tard le soir, de sorte qu'elles pourraient avoir plus de temps libre en milieu de journée.

9. **Points à prendre en considération sur le plan créatif.** Y a-t-il autre chose que l'équipe créative devrait savoir ? Le document sera-t-il en plus d'une langue ? Doivent-ils faire en sorte que toutes les nationalités soient représentées ? Etc.

- *Langue : Anglais, Tokonan*
- *Faibles niveaux d'instruction*
- *Les messages doivent plaire à la cible, et être sensibles aux valeurs conservatrices de la collectivité dans son ensemble (c'est-à-dire ne pas apparaître comme encourageant les relations sexuelles).*
- *Tous les matériels doivent arborer le nom ou le logo de la Clinique Étoile de la ville.*
- *Il y a un tabou culturel sur les discussions de SSR et cela doit être pris en considération lors de l'élaboration de messages et du choix d'un langage approprié.*

FICHE DE TRAVAIL N° 12 : PLAN DE TRAVAIL CRÉATIF (SUITE)

l'Exemple de Zanbe

UN TEMPS DE RÉFLEXION

Avant de passer à la suite, prenez un moment pour réfléchir à votre expérience avec cette fiche de travail.

Quels sont les trois principaux éléments d'information que vous avez appris en remplissant cette fiche de travail ?

- 1. Si Nadia est inquiète sur les effets secondaires, les messages devraient-ils se concentrer sur cela ou devraient-ils se concentrer sur les avantages de ce qu'elle peut accomplir si elle retarde la grossesse grâce à la contraception ?*
- 2. Comment pouvons-nous traiter le tabou culturel qui pèse sur les discussions de SSR avec les jeunes ?*
- 3. Atteindre les jeunes femmes déscolarisées représente un défi. La radio semble prometteuse pour toucher à la fois les jeunes scolarisés et les jeunes déscolarisés.*