



Communication pour le développement

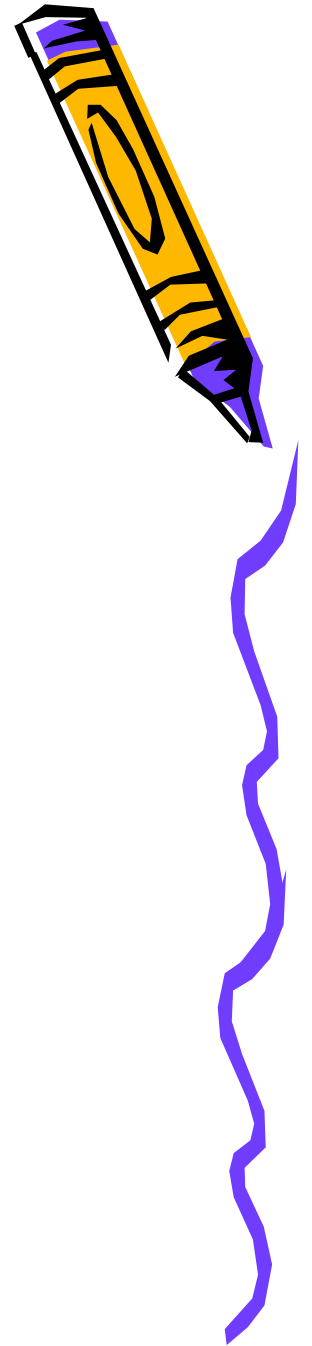
Le «Truc en plus » pour les programmes de développement



Par Serge BANYI MBE
Journaliste - Communicateur

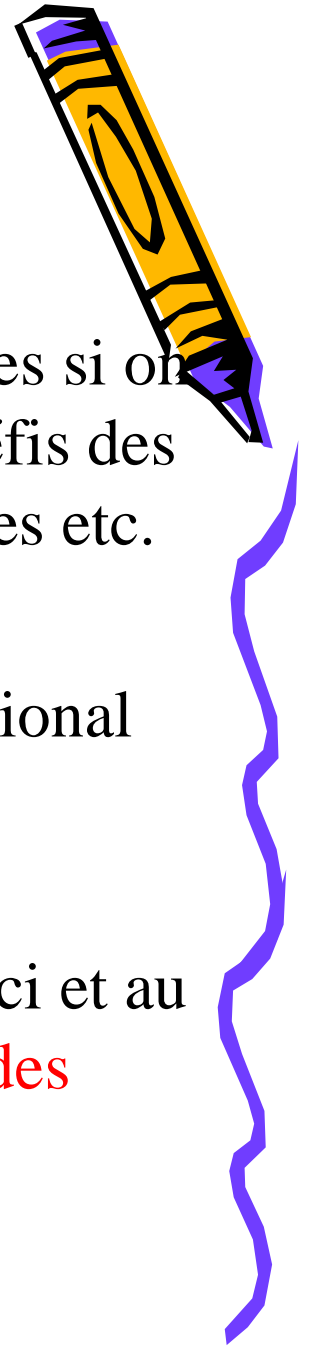
PLAN DE L'EXPOSE

- INTRODUCTION
- Définition
- Caractéristiques de la C4D
- Exemple: Elaboration d'un programme de C4D
 - But
 - Objectif
 - Choix des stratégies
 - Les stratégies
 - Définition du contenu d'une communication efficace
 - La conception des messages
 - Choix et conception des supports



Introduction

- Les informations et les connaissances sont essentielles si on veut apporter une réponse aux opportunités et aux défis des transformations sociales, économiques technologiques etc. auxquels le monde fait face au fil des temps.
- Le monde s'organise tant au niveau local qu'international en matière de programmes visant à transmettre ces informations et ces connaissances aux populations
- Ces programmes portent très peu de résultats jusqu'ici et au nombre des causes, l'inefficacité de **la transmission des informations et des connaissances aux populations**



Définition

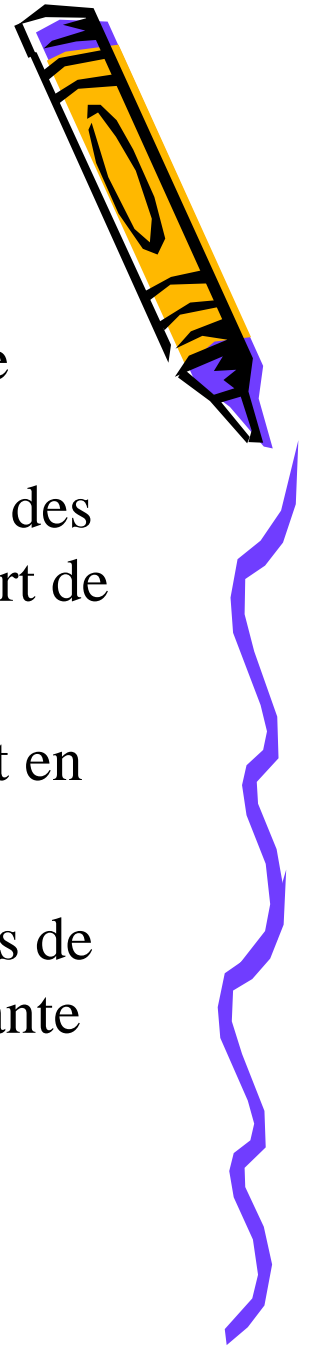
La communication pour le développement ou pour le changement est une technique de communication qui vient en appui aux programmes de développement durable dans le but de faciliter la compréhension et l'acceptation de ceux-ci par les populations cibles.



Caractéristiques de la C4D

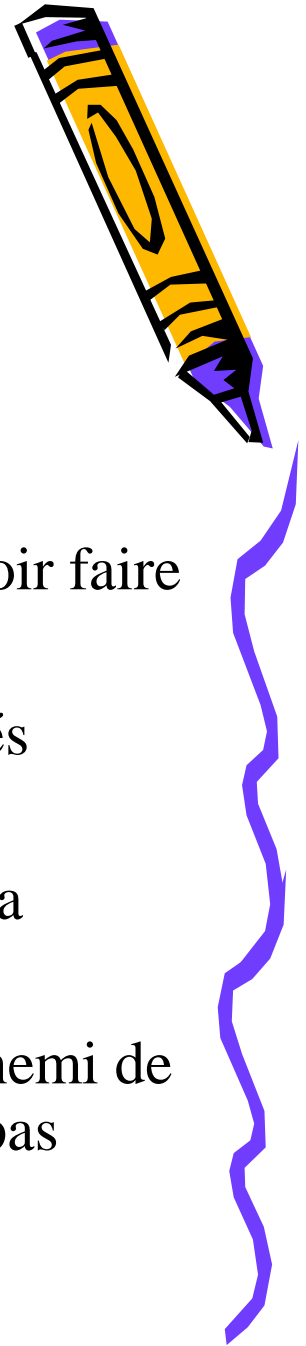
Elle se sert des facteurs, des démarches et des techniques de communication, traditionnelles ou modernes, permettant l'expression des logiques, des savoir-faire et des besoins des populations concernées et intègre l'échange et le transfert de méthodologies et de technologies:

- ✓ Elle exclut de ce fait la communication verticale (de haut en bas) systématique (Voilà ce qui est bon, oublie le reste)
- ✓ Elle suppose une démarche qui tient en compte les acquis de la population cible pour en faire une population participante



Caractéristiques de la C4D (suite)

- ✓ Elle tient en compte les raisonnements, et autres limites notamment culturelles qui empêcheraient l'évolution et l'efficacité des informations et des connaissances
- ✓ Elle s'approprie les canaux, les techniques, bref les savoir faire des populations.
- ✓ Elle évite les messages préconçus et éloignés des réalités locales
- ✓ Elle évite la conduite de combats qui n'intéressent pas la population ciblée
- ✓ Elle évite la stigmatisation par l'auteur du message (ennemi de nos valeurs, promoteurs des choses venues d'ailleurs et pas utiles pour nous)



Exemple d'action de C4D:

Elaboration d'un programme de C4D



But:

- Informer les populations sur les menaces qui pèsent **sur elles**
- Leur recommander des moyens d'éviter de tomber dans un piège
- solliciter la contribution de certains acteurs clé aux efforts de réduction de la menace

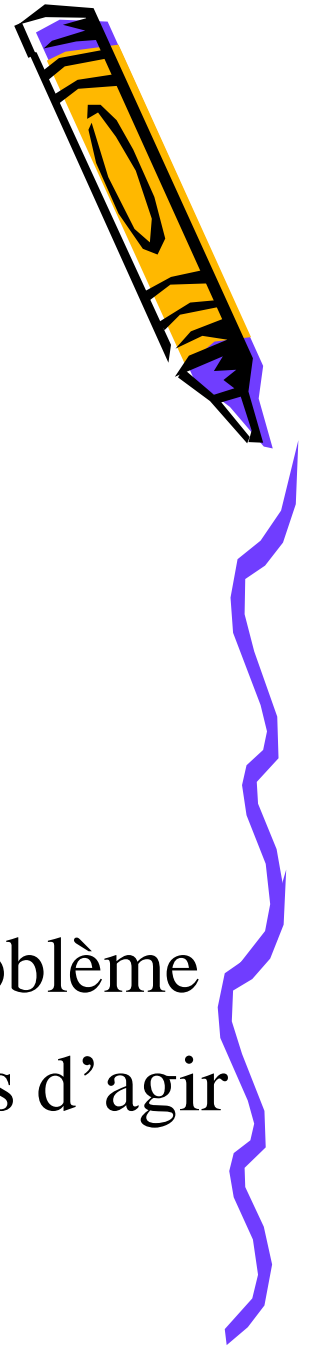


Elaboration d'un programme de C4D

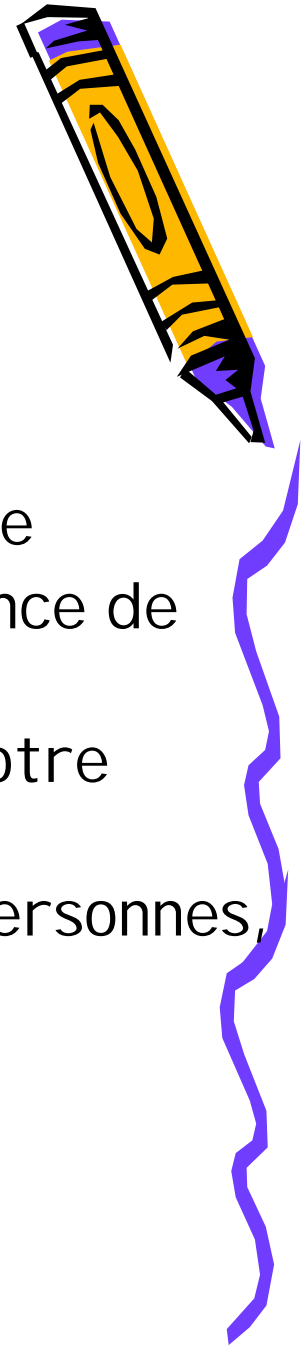
Objectifs:

Amener les population à :

- Changer certains de leurs comportements, d'habitudes en rapport avec le problème
- Agir d'une certaine façon (Différente)
- Unir ses forces avec d'autres personnes ou groupes de personnes pour faire face au problème
- Faire agir ou permettre à d'autres personnes d'agir



Elaboration d'un programme de C4D



Quelle Stratégie?

- Toucher le plus grand nombre
- Se faire comprendre par le plus grand nombre
- Convaincre le plus grand nombre de l'importance de votre démarche
- Susciter l'adhésion du plus grand nombre à votre démarche.
- Amener le plus grand nombre de mobilisés (personnes, groupe de personnes, organisations, services, personnalité, etc.) à s'engager à vos côtés



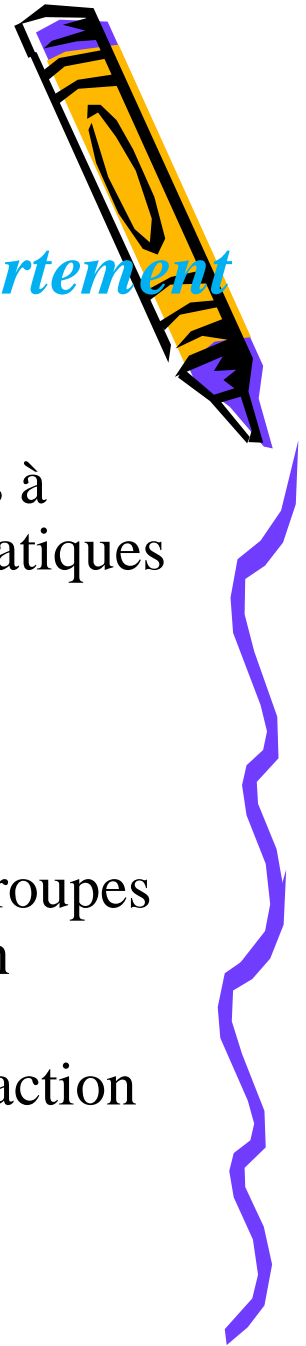
Les stratégies les plus utilisées

La Communication pour le Changement de Comportement (CCC)

- Inciter les différentes catégories de populations concernées à s'appropriier les nouveaux comportements, de nouvelles pratiques qui vont réduire leur vulnérabilité et les rendre plus forts

La mobilisation sociale (MobSoc)

- Faire participer toutes les familles, les communautés, les groupes associatifs/organisés aux efforts du programme en question
- Mettre n réseau des acteurs d'un domaine précis pour une action synchronisée à une échelle plus grande.



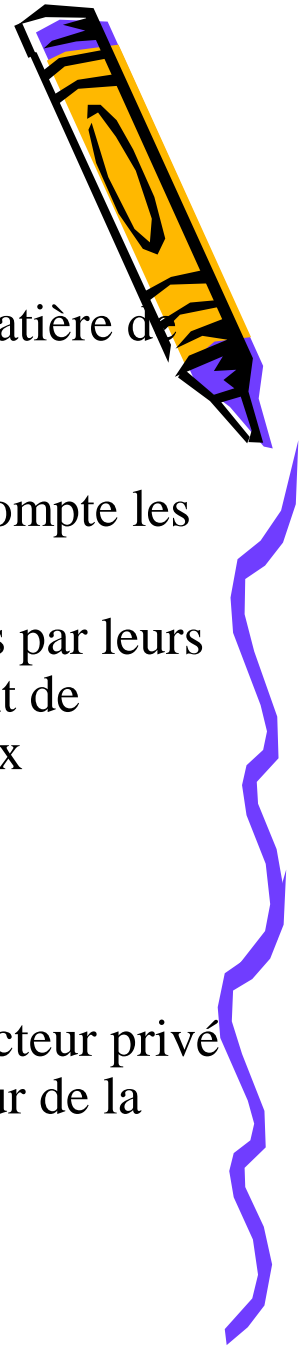
Les stratégies les plus utilisées

L'éducation parentale

- améliorer les connaissances et les compétences des parents en matière de prise en charge intégrale de l'enfant aux niveaux familial et communautaire.
- communication interpersonnelles et traditionnelles prenant en compte les réalités culturelles.
- implique au premier rang les acteurs de la communauté reconnus par leurs pairs comme catalyseur de la communication pour le changement de comportement. Cellules Locales de Communication (CLC) et aux animateurs communautaires

Le plaidoyer

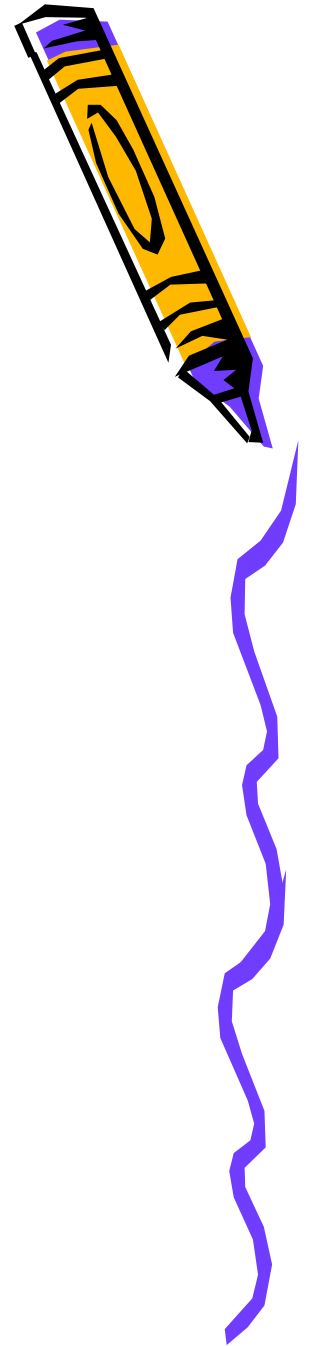
- Inciter les politiques, les décideurs et les leaders d'opinion, le secteur privé à user de leurs pouvoirs, leurs influences, leurs moyens en faveur de la mobilisation des ressources humaines, matérielles et financières indispensables à la création d'un cadre favorable au programme



Définition du contenu de la communication efficace

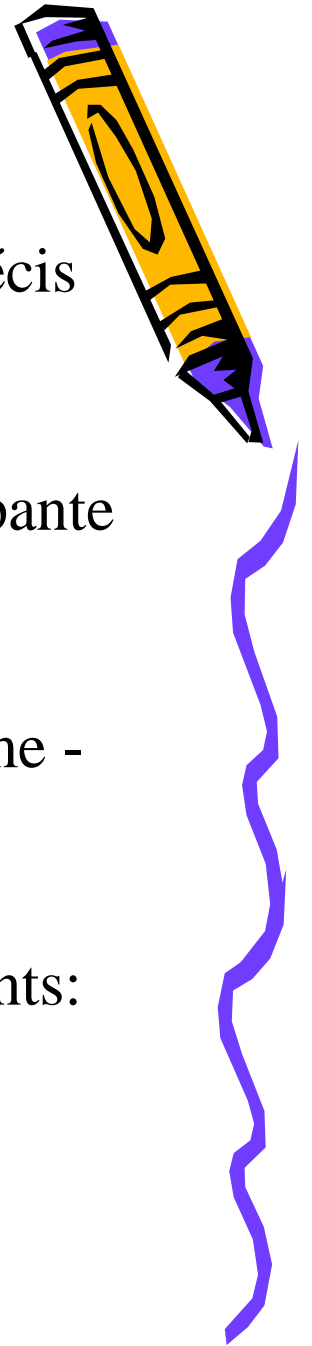
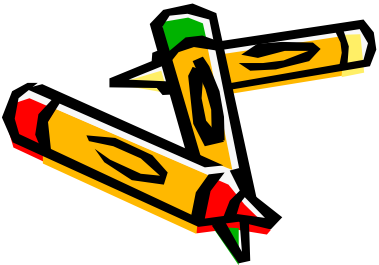
Fait un lien horizontal entre les éléments suivants :

- Comportement/situation à problème
- Comportement à promouvoir
- Objectif de communication et résultats attendus
- Méthodologie
- Population participante (cible)
- Activités
- Messages
- Canal
- Indicateurs de résultats



CONCEPTION DES MESSAGES

- Prendre le problème sous des angles différents et bien précis (ressortir des thématiques)
- Tenir compte de la segmentation de la population participante (tous les intervenants)
- Concevoir les messages en tenant compte du rapport thème - population participante
- Concevoir le message qui comprend les 3 éléments suivants:
 - ✓ L'interpellation à l'action
 - ✓ Le bénéfice
 - ✓ La cible



CONCEPTION DES SUPPORTS

- Le **support** est généralement utilisé dans le cadre d'une **activité** de sensibilisation et l'activité conçue en fonction de la **population participante** et du **thème**.
 - Le support porte un message sur un minimum de thème (de préférence un seul)
 - Le support se veut accessible à la population participante (langue, langage, exposition régulière, etc.)

