

Communication sur les risques et engagement communautaire

NOTE D'ORIENTATION POUR LES ÉQUIPES D'INTERVENTION DES SOCIÉTÉS NATIONALES ET DE LA FÉDÉRATION

APERÇU

Le présent document donne un rapide aperçu des principaux outils et orientations dont vous devez avoir connaissance lors de la planification des approches de communication sur les risques et d'engagement communautaire dans le cadre des opérations de préparation et de riposte à l'épidémie de nouveau coronavirus (2019-nCoV)¹.

Il est essentiel que les collègues des équipes Santé et Eau, assainissement et hygiène (WASH) menant les actions de préparation et de riposte travaillent en coordination avec les chargés de la communication et de l'engagement communautaire afin de lancer des initiatives efficaces de communication sur les risques et de mobilisation communautaire.

Qu'est-ce que la communication sur les risques et l'engagement communautaire ?

La communication sur les risques et l'engagement communautaire (RCCE) font référence aux processus et approches utilisés pour mobiliser les individus et les communautés, et communiquer de façon systématique avec eux afin de leur donner les moyens de promouvoir des comportements sains et de prévenir la propagation de maladies infectieuses dans les situations touchant la santé publique, comme l'épidémie actuelle de nCoV. Pour ce faire, nous :

- demandons aux communautés ce qu'elles savent, ce qu'elles veulent et ce dont elles ont besoin, et nous les associons à la conception et à la mise en œuvre des services et des approches liés au nCoV. Cela permet d'améliorer l'efficacité de nos interventions communautaires et d'assurer la pérennité des changements dont nous faisons la promotion. Il est important de donner aux individus et aux communautés la possibilité de poser des questions et de discuter de leurs sujets de préoccupation au moyen de canaux de communication ouverts ;
- utilisons un ensemble d'approches visant la mobilisation communautaire et de moyens de communication fiables pour atteindre, influencer, inclure et associer les communautés et leur donner des informations de santé exactes, fiables et faciles à comprendre sur le nCoV – notamment sur les risques et les modes de transmission, les causes et symptômes du virus, et les moyens de prévention et de traitement ;
- nous appuyons sur les capacités locales en écoutant et en utilisant les retours d'information et les idées de la communauté sur la manière de se préparer et de répondre à l'épidémie de nCoV – il est primordial de renforcer l'appropriation des mesures de prévention, de préparation et de riposte au nCoV.

¹ Ces orientations se fondent sur les Lignes directrices de l'OMS « Communication sur les risques et participation communautaire (RCCE) : préparation et riposte face au nouveau coronavirus 2019 (2019-nCoV) » et les complètent. Il s'agit d'orientations provisoires.

<p>Pourquoi la communication sur les risques et l'engagement communautaire sont importants pour la riposte au nCoV ?</p>	<p>Voici quelques enseignements tirés de précédentes flambées épidémiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quoi que nous fassions pour apporter des solutions, les individus et les communautés restent les principaux acteurs et décideurs dans les efforts de promotion des actions individuelles et collectives liées à la prévention et à la riposte au nCoV. • Il est essentiel d'instaurer un climat de confiance. Si les communautés considèrent la Croix-Rouge comme une source d'informations fiable, elles seront plus susceptibles d'accepter et de suivre les conseils des volontaires. • Si les individus et les communautés ne comprennent pas pleinement les recommandations de santé publique, il est possible qu'ils bloquent l'accès à la communauté ou même qu'ils rejettent les mesures de prévention, ce qui peut contribuer à la propagation de la maladie. • Lorsque les rumeurs se propagent plus vite que la réalité et entrent en contradiction avec les vraies informations de santé, elles peuvent inciter les communautés à arrêter de se protéger et ainsi mettre en péril notre communication sur les risques. • Nous devons vérifier comment les messages sont interprétés par les communautés. Par exemple, le message « Ebola tue » lors des épidémies d'Ebola a poussé les gens à croire que la maladie était incurable ; les gens ont alors choisi de mourir chez eux plutôt que de se rendre dans les centres de traitement, ce qui a contribué à la propagation de la maladie. De même, les messages concernant le nCoV doivent être testés pour s'assurer qu'ils sont clairs et ne provoquent pas de changements de comportements non désirés. • En associant les communautés et les principaux leaders d'opinion en qui elles ont confiance, nous pouvons mobiliser les communautés plus rapidement et plus efficacement que si nous nous reposons uniquement sur nos propres volontaires.
<p>Quelles activités de communication sur les risques et d'engagement communautaire devrait-on mener en priorité ?</p>	<p>Les communautés sont au cœur de toutes les interventions liées à l'épidémie de maladie à virus nCoV, et les approches d'engagement communautaire sont pleinement intégrées aux opérations de santé afin de soutenir et d'assurer que les interventions aident à prévenir la transmission du virus, protègent les populations vulnérables et permettent d'endiguer l'épidémie. Voir l'ANNEXE 3 : Astuces pour la planification de la communication sur les risques et de l'engagement communautaire pour des astuces sur la planification.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soyez prêt à diffuser des informations sur ce que vous savez et ce que vous ignorez à propos du nCoV en fonction des derniers éléments de preuve publiés par l'OMS et votre ministère de la Santé, en répondant aux préoccupations et aux questions de la population, tout en leur proposant des mesures à prendre pour protéger leur santé (voir les derniers outils de communication sur les risques). Communiquer sur les éléments que l'on ignore est toujours mieux que de ne rien dire, car le silence peut souvent être interprété comme de la rétention d'information, ou laisser le champ libre à des rumeurs qui se répandront rapidement. • Les évaluations doivent couvrir les besoins qui existent sur le plan du changement social et de comportement (p. ex. connaissances, attitudes, pratiques et croyances, mais aussi canaux de communication de confiance) et doivent être menées en

	<p>coordination avec d'autres partenaires afin de développer une approche coordonnée de la communication sur les risques, de l'engagement communautaire et de la mobilisation sociale.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Établissez un système qui vous permettra de connaître la perception du public, les rumeurs et les fausses informations, par exemple en suivant les médias et les réseaux sociaux, et en collectant les informations émanant des mécanismes communautaires existants ou émergents de retour d'information, du personnel soignant et des lignes téléphoniques spéciales (hotline) ; si nécessaire, établissez un système de réponse aux rumeurs, aux fausses informations et aux questions récurrentes. • Intégrez les approches de communication sur les risques et d'engagement communautaire aux plans relatifs aux activités de santé publique et d'eau, d'assainissement et d'hygiène afin de promouvoir le dialogue et de renforcer l'acceptation et la confiance au sein des communautés. • Établissez un dialogue avec le public par le biais de visites en porte-à-porte assurées par les volontaires, d'émissions de radio et/ou des réseaux sociaux afin de communiquer des informations de façon proactive, de prendre connaissance de toutes les questions, idées fausses et préoccupations et d'y répondre. • Utilisez des campagnes de communication ciblées et axées sur les approches de mobilisation locale et les principales mesures de prévention, l'accent étant mis sur les pratiques d'hygiène et l'éloignement social. • Formez les volontaires pour qu'ils soient mieux à même de nouer le dialogue, d'écouter et de communiquer au sujet du nCoV, notamment en ce qui concerne les éléments que l'on ignore. • Identifiez les principaux influenceurs (p. ex. personnes publiques de confiance, chefs communautaires ou religieux, agents de santé, guérisseurs traditionnels, prestataires de médecine alternative) et réseaux, notamment les médias locaux et les réseaux sociaux (p. ex. groupes de femmes, groupes de jeunes, groupes religieux, radios communautaires...) capables d'aider à informer et à mobiliser la population.
<p>Quelques points à ne pas oublier concernant la communication sur les risques et l'engagement communautaire :</p> <p>Consultez l'ANNEXE 1 pour des conseils généraux</p>	<ul style="list-style-type: none"> • S'adapter au contexte local : mettez l'accent sur certains points de dialogue en fonction des messages approuvés au niveau local, spécifiquement conçus pour le contexte (questions, perceptions, croyances et pratiques locales). Voir ANNEXE 4 : Conseils pour l'élaboration de messages et ANNEXE 5 : Répondre aux rumeurs et aux retours d'informations. • Modifier les points de dialogue pour s'adapter aux besoins en information et à la perception des populations à mesure que l'intervention évolue : adaptez votre discours pour répondre aux connaissances croissantes de la population et à ses retours d'information, mais aussi aux rumeurs et fausses informations répandues dans la zone.

	<ul style="list-style-type: none"> • Tester les messages : les informations et messages nouveaux doivent être testés auprès de la communauté cible avant d'être plus largement diffusées, afin de s'assurer qu'ils sont bien compris et qu'ils ne contribuent pas à créer la confusion, voire à causer des effets néfastes. • Se mettre en rapport avec des sources d'information fiables/des personnes influentes pour amplifier la diffusion d'informations clés. • Ecouter ! Recensez les besoins en information et analyser régulièrement les rumeurs et les retours d'informations : il s'agit d'éléments clés pour la conception de vos messages et communications (voir l'ANNEXE 2 : Réponses et informations à obtenir dans le cadre des évaluations pour favoriser la planification de la communication sur les risques et de l'engagement communautaire_ et l'ANNEXE 3 : Astuces pour la planification de la communication sur les risques et de l'engagement communautaire). • Former le personnel et les volontaires : tout le monde n'a pas la chance d'être un communicant né ; il est nécessaire d'aider les effectifs à renforcer leurs compétences en communication, en écoute et en collecte des retours d'informations (<i>feedbacks</i>).
<p>Qui dirige les activités de RCCE et avec qui devons-nous nous coordonner ?</p>	<p>Bien que chacun ait une responsabilité vis-à-vis d'une communication sur les risques et d'un engagement communautaire efficaces, ces approches sont dirigées par l'équipe Santé, plus particulièrement le personnel en charge de la promotion de la santé, de la communication et de l'engagement communautaire de votre organisation. Renseignez-vous pour savoir si votre ministère de la Santé et/ou l'OMS ou l'UNICEF ont activé un groupe de coordination RCCE/Promotion de la santé.</p> <p>Contacts Engagement communautaire et redevabilité de la Fédération :</p> <p>International : ombretta.baggio@ifrc.org; Asie-Pacifique : viviane.fluck@ifrc.org Afrique : Sharon.reader@ifrc.org; Amériques : diana.medina@ifrc.org; Europe : mark.south@ifrc.org</p>
<p>Où puis-je trouver de l'aide, des modèles, des orientations etc. ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les ressources de l'OMS pour la communication des risques et l'engagement communautaire : questions-réponses; orientations techniques provisoires en matière de communication sur les risques et d'engagement communautaire ; conseils au grand public et En finir avec les idées reçues. • Ressources pour la communication au public : messages clés (en anglais); « memes » pour les réseaux sociaux en différentes langues ; conseils de santé modifiables pour les réseaux sociaux (avec l'application gratuite Canva) • Fiches sur les rumeurs et les idées reçues ; questions-réponses à l'usage des volontaires – seront disponibles prochainement • Plateforme sur l'engagement communautaire et la redevabilité https://www.communityengagementhub.org/ : outils, modèles et conseils pour le lancement de programmes de mobilisation des communautés et de redevabilité à leur égard.

DOCUMENTS UTILES DANS CETTE NOTE D'ORIENTATION

APERÇU	1
ANNEXE 1 : Astuces clés pour l'engagement communautaire	6
ANNEXE 2 : Réponses et informations à obtenir dans le cadre des évaluations pour favoriser la planification de la communication sur les risques et de l'engagement communautaire	9
ANNEXE 3 : Astuces pour la planification de la communication sur les risques et de l'engagement communautaire	11
ANNEXE 4 : Conseils pour l'élaboration de messages	13
ANNEXE 5 : Répondre aux rumeurs et aux retours d'informations	14

ANNEXE 1 : Astuces clés pour l'engagement communautaire

Avec l'augmentation des cas d'infection à nCoV, la montée de la peur dans la population et la propagation de rumeurs, nous devons absolument engager le dialogue avec les individus et les communautés afin de définir des solutions et d'entreprendre des mesures efficaces pour protéger les personnes, leurs familles et leurs communautés.

1. **Ne vous contentez pas de dire aux gens quoi faire** : Il est essentiel de considérer **la communauté comme une experte pour lutter contre l'épidémie**. Dire quoi faire à la population, même s'il s'agit d'informations scientifiques, n'est pas toujours efficace. Il est préférable de mobiliser la communauté au moyen d'une communication à double sens. Il est essentiel de délaisser l'approche descendante de type « Ne faites pas cela » au profit d'un partenariat avec les communautés de type « Vous pouvez faire cela ».
2. **Laissez la parole aux pairs et aux chefs locaux** : la communauté sera plus encline à écouter les informations provenant de personnes qu'elle connaît déjà, en qui elle a confiance et dont elle sait qu'elles se préoccupent de son bien-être. Les populations vivent dans des contextes socio-culturels uniques, caractérisés par des dynamiques relationnelles, une certaine perception des risques et des sources dont les conseils sont considérés comme fiables. Tous ces éléments influencent la probabilité qu'elles acceptent, ou non, des conseils de santé. Ne vous contentez pas d'inviter des « experts de la capitale », trouvez plutôt des « experts locaux », par exemple une infirmière d'un hôpital local, qui pourra partager des informations utiles dans la langue locale et en apportant des détails pertinents pour la communauté.
3. **Établissez des approches participatives et favorisant les retours d'information (feedbacks)** : demandez aux individus ce qu'ils savent, ce qu'ils veulent et ce dont ils ont besoin, et associez-les à la conception et à la mise en œuvre des services liés au nCoV et des mesures de prévention. Cela permet d'améliorer l'efficacité de nos interventions communautaires et d'assurer la pérennité des changements dont nous faisons la promotion. Il est important de donner aux individus et aux communautés la possibilité de poser des questions et de discuter de leurs sujets de préoccupation au moyen de canaux de communication ouverts.
4. **Sollicitez les retours d'information** : les retours d'informations aident la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge à façonner leur communication et à concevoir leurs programmes. Par exemple, si les communautés posent beaucoup de questions sur les risques associés au nCoV chez les enfants, nous saurons qu'il est important que nous répondions à ces préoccupations dans l'ensemble de nos activités de communication sur les risques, d'engagement communautaire et de mobilisation sociale. Les retours d'information font office de système d'alerte précoce et nous permettent de résoudre certains problèmes rapidement, avant qu'ils ne s'aggravent. La Croix-Rouge et le Croissant Rouge ont également la responsabilité d'écouter les réclamations et d'y répondre. Même si nous ne sommes pas capables de répondre à toutes les doléances, la population apprécie que l'on soit à son écoute et qu'elle soit prise en compte.
5. **Diffusez immédiatement des informations exactes** (conformément aux recommandations du ministère de la Santé et de l'OMS) : la diffusion d'informations avant que des cas soient diagnostiqués aide à atténuer les préoccupations et à promouvoir des mesures de prévention qui faciliteront la prévention de la transmission du nCoV et encourageront les comportements de recherche de soins. Les informations évoluant rapidement, n'oubliez pas de dater tous les messages (vidéo, audio et texte) que vous partagez.

6. **Communiquez dans la langue que la population comprend le mieux.** Il est important d'utiliser la langue que la population utilise « à la maison » afin de s'assurer qu'elle comprend l'intégralité du message que nous partageons, et qu'elle sera à l'aise pour s'exprimer sans que la langue constitue un obstacle.
7. **Encouragez la prise de conscience et l'action :** les initiatives de communication sur les risques et d'engagement communautaire orientées vers l'action contiennent généralement des informations ciblant les communautés, notamment :
 - a. des instructions à suivre (p. ex. si vous tombez malade, allez vous faire soigner à l'hôpital xx),
 - b. des comportements à adopter (p. ex. lavez-vous régulièrement les mains pour vous protéger et protéger les autres des maladies) ; et
 - c. des informations à partager avec la famille et les proches (p. ex., où et quand solliciter les services de soins : le traitement est gratuit et disponible dans les centres de santé).
8. **Testez votre approche :** il est important de tester vos messages auprès des communautés afin de vous assurer qu'ils sont bien compréhensibles, acceptables, pertinents et convaincants. Cela permettra également d'éviter de diffuser des messages incohérents ou des informations potentiellement nuisibles. Notez également qu'un trop grand partage d'informations peut aussi avoir des effets négatifs.
9. **Redevabilité à l'égard des personnes que nous cherchons à aider :** pour atteindre une plus grande redevabilité à l'égard des communautés avec qui nous travaillons, nous devons adopter une approche systématique et coordonnée de la communication avec les communautés « à risque » et prendre en considération leurs retours d'information dans nos actions (p. ex. la population peut ne pas voir d'un bon œil et se plaindre du fait que les volontaires mènent une surveillance communautaire et recherchent les personnes avec qui les malades ont été en contact).
10. **Le changement des comportements prend du temps :** il ne suffit pas de dire à la population de chercher à se faire soigner en cas d'apparition de symptômes. Nous devons comprendre la raison de certains comportements et les obstacles à des pratiques plus sûres, et maintenir la communication en tenant compte de cette analyse. Il est donc essentiel d'analyser (s'il existe des recherches disponibles) ou de collecter des informations sur les connaissances, attitudes et pratiques des individus, et de proposer des outils innovants et accessibles pour soutenir la prévention et les programmes de lutte contre le nCoV.
11. **Montrez-vous ouverts, honnêtes et réactifs :** communiquez clairement et rapidement sur ce que vous savez et ce que vous ne savez pas sur la maladie, et orientez votre communication sur les mesures que les individus et communautés peuvent entreprendre pour réduire le risque de transmission de la maladie. Il s'agit là d'une marque de respect qui permettra de renforcer la confiance entre la Croix-Rouge/le Croissant-Rouge et les communautés.
12. **Restez informés des derniers développements et travaillez en collaboration :** les approches, recommandations et informations peuvent évoluer à mesure que de nouveaux éléments sont découverts sur la maladie. Vérifiez régulièrement les informations communiquées par votre ministère de la Santé ou autres organisations comme l'OMS et l'UNICEF. Il est également important de s'assurer que les informations partagées par la Croix-Rouge/le Croissant-Rouge n'entrent pas en contradiction avec celles du ministère de

la Santé ou de l'OMS, car cela ne ferait qu'aggraver la confusion et la méfiance au sein des communautés.

13. **La Croix-Rouge/le Croissant Rouge se soucie du bien-être des populations** : il est possible que les personnes touchées par une épidémie ou vivant dans des conditions de vulnérabilité pensent que la société les a oubliées. Des stratégies d'engagement communautaire peuvent apporter des bienfaits psychologiques importants.
14. **Utilisez des méthodes nouvelles et innovantes pour communiquer avec les individus et les communautés** : l'accès généralisé aux téléphones portables, à internet et aux réseaux sociaux a bouleversé la façon dont les populations communiquent. La dynamique de communication n'est plus forcément descendante - les gens peuvent s'exprimer publiquement et directement avec la Croix-Rouge/le Croissant-Rouge, et ils s'attendent à ce qu'on les écoute et les associe à toutes nos activités (voir [OUTIL 8](#) pour des astuces sur les canaux de communication à utiliser).

ANNEXE 2 : Réponses et informations à obtenir dans le cadre des évaluations pour favoriser la planification de la communication sur les risques et de l'engagement communautaire

Ces informations peuvent être collectées par le biais d'enquêtes d'évaluation, de discussions thématiques de groupe (*focus group*), d'entretiens avec des informateurs clés, mais aussi par le biais de données secondaires ou encore par simple observation. Voir [Outil 1 : Liste de contrôle pour l'évaluation des besoins et aperçu des méthodes de la Boîte à outils CEA](#) pour des orientations plus détaillées, ou consultez les outils d'enquêtes de nos partenaires.

Informations à obtenir pour planifier la communication sur les risques et l'engagement communautaire :

- Quels sont les groupes les plus à risque au sein des communautés ?
- Connaissances, attitudes et perceptions sur le nCoV,
 - Notamment les rumeurs, les descriptions locales de la maladie, la perception de la population sur les risques posés par le nCoV et les précédentes expériences d'épidémies de maladies respiratoires
- Sources, canaux et contextes d'information - voir des suggestions de questions ci-dessous
- Langue(s) privilégiée(s)
- Pratiques du ménage et de la communauté
 - Consentement de la population à se faire soigner, pratiques sanitaires (augmentent-elles ou réduisent-elles le risque d'infection ?), croyances et valeurs autour de ces pratiques, comment sont prises les décisions au niveau communautaire ?
- Contexte socio-culturel, économique et environnemental
 - Tensions sociales et politiques pouvant entraver l'adoption de bonnes pratiques d'hygiène ; accès aux ressources (comme l'argent, les services de santé ou les articles d'hygiène) ; croyances traditionnelles et normes sociales pouvant compromettre le recours aux pratiques proposées ; niveau de confiance dans l'intervention au sein de la communauté.

Vous pouvez trouver des questions spécifiques à poser, et d'autres questions accompagnées d'options de réponses dans l'Outil 2A [de la boîte à outils CEA : Modèles de questions pour les évaluations des besoins, les études de référence, le suivi et l'évaluation](#). Assurez-vous de bien utiliser le terme local pour nCoV.

1. Savez-vous lire et/ou écrire ?
2. Quelle langue parlez-vous à la maison ?
3. Rencontrez-vous des obstacles ou est-il difficile pour vous d'obtenir des informations sur le nCoV ?
4. En général, où trouvez-vous les informations concernant la santé ?
5. Où trouvez-vous les informations sur le nCoV ?
6. En quelles sources d'informations avez-vous le plus confiance concernant le nCoV ?
7. Quelles sont les informations les plus importantes pour vous dans le cadre de l'épidémie actuelle de nCoV ?
8. De quelles informations avez-vous déjà entendu parler à propos du nCoV ?
9. Avez-vous entendu certaines informations sur le nCoV sans être sûr qu'elles étaient correctes ? Qui vous en a parlé ?
10. Qu'avez-vous fait des informations entendues sur le nCoV ? En avez-vous parlé à d'autres ? À qui ?

11. Si vous n'avez pas tenu compte de certaines, ou de toutes les informations entendues, pour quelles raisons était-ce ?
12. Si vous vouliez poser des questions, faire des commentaires ou faire une réclamation à une organisation (comme la Croix-Rouge/Croissant-Rouge), quel moyen serait le plus pratique pour vous ?
13. Pensez-vous qu'il est possible actuellement de contracter le nCoV au sein de votre communauté/dans votre région ?
14. Pensez-vous que le nCoV est un problème important au sein de votre communauté ?
15. Si une personne était infectée par le nCoV, serait-elle discriminée ou stigmatisée ?
16. Quelles sont vos principales craintes ou préoccupations au sujet du nCoV ?
17. Si vous aviez une question au sujet du nCoV, à qui la poseriez-vous ?

ANNEXE 3 : Astuces pour la planification de la communication sur les risques et de l'engagement communautaire

Étape 1 : Définir des objectifs (en fonction de l'évaluation communautaire préalablement menée)

Que cherchez-vous à accomplir grâce à la communication sur les risques et l'engagement communautaire ?

- Communiquer sur les mesures de préparation et les conseils de santé publique pour votre pays, en indiquant bien les éléments inconnus et les incertitudes sur les éléments connus.
- Encourager la population à adopter les comportements recommandés afin de prévenir la propagation du nCoV (déterminez si un comportement donné est particulièrement important et difficile à faire adopter à la communauté, p. ex. signaler immédiatement les cas suspects à la clinique dès les premiers symptômes).
- Signaler les cas suspects de nCoV et se faire soigner immédiatement.
- Collecter des informations sur les perceptions de la communauté et les rumeurs, et y répondre.
- Associer les communautés à la recherche de solutions et contenir la propagation du nCoV.
- Autre

Étape 2 : Identifier votre public cible

- Population dans les quartiers touchés
- Population dans les zones à risque
- Voyageurs
- Ecoles et écoliers
- Commerces
- Aidants
- Autre

Étape 3 : Connaître les acteurs les plus influents

- Spécialistes de la santé
- Direction, employés et volontaires de la Croix-Rouge/du Croissant-Rouge
- Personnalités publiques (chanteurs, jeunes champions, etc.)
- Chefs communautaires - enseignants, maires, chefs religieux, chefs d'entreprise, chefs de comités communautaires...
- Personne qui a été infectée par le nCoV ou membre de la famille d'une personne qui a été infectée par le nCoV (réalité vécue)
- Membres de la famille
- Autre personne d'influence/personne suivie par la communauté

Étape 4 : Identifier les meilleurs canaux d'engagement communautaire pour atteindre la population

- Le face-à-face (très souvent le canal auquel les gens accordent le plus de confiance) - surtout les visites en porte-à-porte par les volontaires et les animateurs communautaires
- Réseaux sociaux
- Par le biais d'influenceurs clés en ligne/hors ligne - champions de football, chefs religieux, chefs d'entreprise, youtubeurs...
- Communautés religieuses/congrégations
- Réseaux sociaux, radio, TV, journaux
- Applications de messagerie
- Autre

Étape 5 : Assembler toutes ces étapes - choisir les canaux de communication pour atteindre quel public, avec quels messages. Il est toujours préférable d'utiliser un ensemble de canaux de communication afin d'atteindre des publics plus variés.

Etape 6 : Ecouter, suivre l'impact et apporter des corrections

- Etablir des systèmes pour la collecte d'informations, le retour d'informations et l'identification des rumeurs circulant dans la communauté - les communautés peuvent en effet repérer des problèmes, avoir des idées ou des solutions auxquelles vous n'aviez pas pensé.
- Adapter les messages et les activités menées dans tous les volets de l'intervention en fonction des informations collectées afin de rester crédibles, efficaces et pertinents.

ANNEXE 4 : Conseils pour l'élaboration de messages

Les éléments essentiels à la conception de messages efficaces incitant au changement de comportements face à des menaces immédiates tel que le nCoV sont les suivants :

1. **Rester simple.** La simplicité des messages est cruciale - trop de texte ou d'images peuvent noyer le message clé.
2. **Trouver un équilibre entre la communication du risque/de la menace et l'appel à l'action.** Dans une situation d'urgence comme une épidémie, il est possible de combiner mise en garde stricte et recommandations d'actions, comme par exemple « le nCoV peut causer des maladies graves, faites-vous soigner au plus tôt » afin de communiquer une menace immédiate. En général, ces mises en garde reposant sur une menace entraînent un changement de comportement sur le court terme (quelques semaines.) Une fois la menace passée, les vieilles habitudes ressurgissent. Pour garantir la réalisation de vos objectifs de santé à court et à long terme, assurez-vous de toujours mettre en évidence un bénéfice au changement de comportement.
3. **Lancer un appel à l'action.** Un appel à l'action indique aux membres de la communauté ce qu'ils peuvent faire pour atteindre le bénéfice énoncé. « Lavez vos mains », ou « faites-vous soigner si vous souffrez d'une maladie respiratoire » sont des exemples d'appels à l'action. Cet appel à l'action devrait être pertinent et réalisable pour la communauté (p. ex. si la population n'a pas accès au savon, ne lui répétez pas de toujours se laver les mains avec du savon).
4. **Vous DEVEZ toujours tester les messages fraîchement développés auprès d'un groupe-test,** sans quoi vous pourriez au contraire créer la panique et la confusion chez les membres de la communauté. Menez le test une fois le message complètement développé, c'est-à-dire avec les graphiques et la formulation finale, et présentez-le à un échantillon représentatif de la communauté (femmes et hommes d'âges différents, avec et sans handicap) afin de jauger leurs réactions. Utilisez leurs réactions pour réviser le message si nécessaire. La phase de test des messages auprès des communautés permet de garantir que les messages sont bien compréhensibles, acceptables, pertinents et convaincants. Cela permettra également d'éviter de diffuser des messages incohérents ou des informations potentiellement nuisibles.
5. **Contextualisez le message.** Utilisez la ou les langues de la population touchée et employez des mots qu'elle comprend ; cherchez à connaître et comprendre les croyances et pratiques culturelles de la communauté.
6. **Expliquez pourquoi.** Expliquez toujours pourquoi vous préconisez l'adoption d'un comportement donné. Si les personnes comprennent pourquoi il est important de suivre un comportement donné, elles seront davantage susceptibles de l'appliquer. Par exemple, si les personnes ont compris que se laver les mains avant de manger empêche les microbes de passer dans leur nourriture et dans leur bouche, elles seront davantage susceptibles de s'en rappeler plutôt que si elles savent uniquement qu'elles doivent se laver les mains avant de manger mais qu'elles ne savent pas pourquoi cette action est importante.

ANNEXE 5 : Répondre aux rumeurs et aux retours d'informations

Qu'est-ce qu'une rumeur ?

- Les rumeurs sont des informations non vérifiées qui peuvent se propager de façon intentionnelle, ou non intentionnelle.
- Elles peuvent contenir des informations correctes, incorrectes, ou encore un mélange des deux. Les rumeurs prospèrent lorsqu'il y a trop peu, ou trop d'informations disponibles, et que la population n'est pas capable de vérifier ce qui est exact et ce qui est faux.
- Les rumeurs peuvent refléter les souhaits, les peurs ou l'hostilité d'une personne ou d'une communauté.
- En général, les gens partagent les rumeurs car ils croient qu'elles sont au moins partiellement vraies.

Qu'est-ce qui cause les rumeurs ?

Derrière les rumeurs, on trouve souvent des peurs ou des espoirs ; les personnes qui propagent les rumeurs ne sont pas bêtes ; ce sont simplement des gens qui ont des questions, des espoirs et des craintes.

- Selon la règle de base des rumeurs (*basic law of rumours*), l'importance d'un problème et le niveau d'incertitude autour de celui-ci déterminent l'importance des rumeurs qui circuleront à son sujet.
- Une mauvaise compréhension ou des messages mal communiqués peuvent se transformer en rumeurs ; ces rumeurs peuvent aussi être alimentées lorsque différentes organisations diffusent des informations contradictoires.

Pourquoi devons-nous prêter attention aux rumeurs ?

Les communautés ont leurs propres réseaux de communication, dans lesquels les rumeurs se propagent vite et ont une forte influence. Dans le cas des maladies infectieuses, il existe généralement deux types de rumeurs : 1) sur les cas éventuels (alertes) et 2) sur les explications communautaires des causes de la maladie.

- Les rumeurs détournent, et entrent parfois en concurrence avec les messages de santé. Cela peut menacer des vies et favoriser la propagation de l'épidémie de nCoV. Nous ne pouvons donc pas nous permettre d'ignorer les rumeurs.
- Les rumeurs peuvent aussi entraîner de la méfiance vis-à-vis des services et de la Croix-Rouge/du Croissant-Rouge.
- Les rumeurs peuvent cependant apporter des retours d'informations honnêtes sur le travail de la Croix-Rouge/du Croissant-Rouge et sur ce que les communautés pensent de nous.

Comment recueille-t-on les rumeurs ?

Identifier les rumeurs n'est pas simple ; il ne suffit pas de demander aux gens s'ils ont entendu des rumeurs. Cela ne permet pas de dévoiler les rumeurs, notamment parce que la population peut croire qu'une rumeur est véridique, et donc la considérer comme une véritable information, ou parce que la population ne vous fait pas confiance et refuse d'aborder ce sujet avec vous. Ecouter va au-delà de simplement entendre ce qui est dit. Pour écouter efficacement les rumeurs, vous devez :

- baser votre écoute sur des relations de confiance existantes ;

- vous assurer que vous êtes capables d'écouter dans la langue la plus utilisée par la communauté ;
- mener des conversations ouvertes et non structurées avec la communauté ;
- évaluer le risque potentiel posé par la rumeur, afin de décider d'une réponse appropriée – et si cette réponse doit être immédiate, ou si elle peut attendre ;
- Pour identifier les rumeurs, il est notamment possible :
 - de demander aux volontaires et au personnel local ce qu'ils ont entendu – pendant leur travail ou en dehors ;
 - de mener des discussions thématiques de groupe (*focus group*) ;
 - d'établir un système de collecte des retours d'informations et des réclamations – voir le système dédié aux retours d'informations ([lien](#)) ;
 - de sonder les réseaux communautaires, par exemple les comités communautaires, et les groupes de femmes ou de jeunes ;
 - de suivre les médias locaux ;
 - de suivre les réseaux sociaux ;
 - etc.
- Vous devrez former les volontaires à rechercher, écouter et collecter les rumeurs et à les consigner dans un registre dédié aux retours d'informations et aux rumeurs – un modèle de registre est présentée ci-après.

Décider quand intervenir par rapport aux rumeurs

Il est important de considérer les rumeurs comme des orientations utiles ; tout comme la douleur, les rumeurs fournissent des informations certes désagréables, mais très utiles. Les rumeurs sont des indicateurs utiles permettant de comprendre où les efforts de communication ont échoué. Cette nouvelle interprétation de la rumeur pourrait permettre aux experts en santé de détecter des cas plus tôt et de mieux communiquer avec le public ; elle permet également d'encourager des échanges sur les maladies inhabituelles avec les communautés.

Toutes les rumeurs ne nécessitent pas d'intervention. Lorsque vous décidez quand intervenir, prenez en compte :

- le risque posé par la rumeur (voir exemples ci-dessous) ;
- la probabilité que ce risque se produise ;
- les dommages potentiels qu'elle peut avoir sur la confiance dans la Croix-Rouge/le Croissant-Rouge et sa réputation
- Pouvez-vous vérifier la rumeur en recherchant sa source dans la communauté ? Parlez à d'autres contacts de confiance de cette rumeur et vérifiez s'ils en ont également entendu parler. Mais attention à ne pas propager la rumeur pendant que vous menez vos vérifications !

Le tableau ci-dessous présente certains des risques posés par les rumeurs, avec des exemples de vraies rumeurs collectés sur les réseaux sociaux

Nuisance causées	« <i>Les stéroïdes et l'éthanol pourraient tuer le virus.</i> »
Détourne la population des services	« <i>Vous ne serez pas infecté si vous rincez votre bouche avec de l'eau salée.</i> »
Engendre conflit ou stigmatisation	« <i>Le coronavirus existe parce que les Chinois sont sales et mangent des serpents.</i> »
Entraîne des comportements dangereux	« <i>Un animal malade aura un comportement étrange. Il est donc facile de l'identifier.</i> »

Met en danger certains groupes	« <i>Tous les habitants de Wuhan (Chinois) sont infectés, ne les laissez pas entrer dans votre village/pays. »</i>
Met les équipes d'intervention en danger	« <i>Le gouvernement et ses partenaires cachent des médicaments pour traiter les patients atteints de 2019-nCoV. »</i>

Répondre aux rumeurs

- Le fait de comprendre ce qui a déclenché la rumeur peut vous aider à planifier une réponse et à éviter que celle-ci se répète. Par exemple, la rumeur a-t-elle débuté à cause de la mauvaise formulation d'un message ? Est-ce à cause des propos d'un volontaire ? D'une annonce gouvernementale ? Ou encore à cause de la façon dont sont menées certaines activités – par exemple les services de soins ?
- N'ignorez et ne niez pas les rumeurs. Cherchez plutôt à y répondre en partageant des informations factuelles par le biais de canaux de communication fiables et en utilisant des mots et une langue que la communauté comprend parfaitement.
- Vérifiez que les messages et les nouvelles explications ont bien été reçues, comprises et acceptées par la communauté.
- Assurez-vous que l'ensemble du personnel et des volontaires, surtout les animateurs communautaires, sont régulièrement informés des dernières rumeurs et de la façon dont ils doivent y répondre s'ils en entendent.
- Respectez les croyances locales ! Par exemple, une rumeur qui a beaucoup circulé pendant l'épidémie d'Ebola était que la maladie était causée par la sorcellerie ; la réponse conventionnelle était alors de parler du « virus » plutôt que d'Ebola. Toutefois, il aurait été plus utile d'accepter cette explication alternative et de créer des recommandations en cohérence avec le point de vue communautaire (p. ex. ne touchez pas les personnes malades sans protection, mais donnez-leur de la nourriture (et adressez-leur des prières) en signe d'empathie.

Ressources utiles

- [Boîte à outils pour la mise en place d'un système de retours d'information, Fédération internationale \(en anglais\)](#)
- [Méthodologie d'Internews sur le repérage des rumeurs, 3^e partie \(en anglais\)](#)