

**Centre de Gestion de l'Environnement**

Domayo, immeuble CNPS, 2<sup>e</sup> étage, Appart. A2-6

BP : 599 Maroua, Cameroun

Tél. : +237 22 29 31 95 – 96 48 76 39

Fax : +237 22 29 29 22

Courriel : [wesdecm@gmail.com](mailto:wesdecm@gmail.com)



**Environment Management Centre**

Domayo, CNPS building, 2<sup>nd</sup> floor, appart. A2-6

PO Box : 599 Maroua, Cameroon

Phone: +237 22 29 31 95 – 96 48 76 39

Fax: +237 22 29 31 95

Email: [wesdecm@gmail.com](mailto:wesdecm@gmail.com)

**Valoriser les opportunités et les potentialités locales pour s'auto développer durablement**

**Projet d'Appui à l'Initiative du Bassin du Lac Tchad pour la réduction de la Vulnérabilité et du risque lié aux IST/VIH/SIDA/ (PAIBLT/IST/VIH/SIDA)**

## **RAPPORT NARRATIF CAMPAGNE DE MARKETING SOCIAL**

**Période : du 26 Décembre 2010- 03 Janvier 2011**



**SITE DE :**

## **MAKARY**

Présenté par :

**WESDE**

*(Water Energy and Sanitation for Development)*

Février 2011

## **I. Contexte et justification**

De nos jours, le marketing social est considéré comme un outil efficace pour la lutte contre la propagation du VIH/SIDA dans nos pays. Il contribue à la prévention et au ralentissement de la propagation du VIH SIDA. Dans la lutte contre la pandémie, c'est par des programmes de marketing social que l'on a réussi à assurer l'acceptabilité sociale des préservatifs et leur accessibilité dans le commerce à des prix abordables pour des populations à faible revenus et des groupes à risques élevé dans le nombre de pays en développement.

Dans le souci de rendre efficace des activités de sensibilisation des populations dans la zone du projet menée par les OBC, il est nécessaire d'organiser des campagnes de Marketing Social tout en sachant qu'il s'agit là d'un outil performant et rentable pour entraver la propagation. C'est dans ce contexte que suite à l'avis d'appel à candidatures pour le recrutement des ONG/Associations que WESDE a été retenu pour la mise en œuvre de la campagne de marketing social dans le cadre du PAIBLT/IST/SIDA/CAMEROUN, dans le site de MAKARY, arrondissement de MAKARY, département du Logone et Chari, région de l'Extrême Nord du Cameroun.

## **II. Objectif général**

Réduire la propagation du VIH SIDA au sein des populations de MAKARY.

## **III. Objectifs spécifiques**

- Organiser des séances de causeries éducatives de masse avec les populations de l'arrondissement de MAKARY dont il sera question de :
- Présenter les modes de transmission du VIH et les différents moyens de prévention ;
- Aider les populations à surmonter la résistance sociale et culturelle aux pratiques efficaces de prévention du VIH/SIDA
- Contribuer à assurer la réussite de l'acceptabilité sociale des préservatifs (féminin et masculin) et leur accessibilité dans le commerce ;
- Effectuer les démonstrations de port de port correct du préservatif féminin et masculin ;

- Distribuer les préservatifs tout en ciblant les populations à haut risque ou marginalisée pour d'autres raisons ;
- Effectuer les activités de communication tout en faisant le lien avec la distribution des préservatifs ;
- Vulgariser et promouvoir l'utilisation du préservatif féminin à travers les différents matériels de communication ;
- Promouvoir le changement de comportement des groupes jugés à risque élevé ;
- Contribuer à assurer l'accessibilité des sources d'approvisionnement des préservatifs ainsi que leur disponibilité par la création des points de vente,
- Evaluer les succès des activités des OBC à travers les ventes des préservatifs ;
- Amener les populations à faire leur test de dépistage et à retirer les résultats.

#### **IV. Déroulement de la campagne/Activités menées**

- Prise de contact de l'autorité administrative et les responsables des OBC,
- Réunion de Plaidoyer avec les autorités administratives, traditionnelles, politiques, religieuses, leaders d'opinion et les Responsables des OBC, et dirigée par le Sous-préfet, mais facilitée par le Responsable de WESDE,
- Clarification des rôles ainsi que les activités à réaliser par chaque acteur ;
- Réalisation de la campagne de sensibilisation et d'incitation au dépistage volontaire
- Faire de porte à porte ;
- Organisation des causeries éducatives dans des endroits de regroupements ;
- Référer vers les unités mobiles pour councelling et dépistage.
- Réunion de compte rendu aux autorités (administratives, traditionnelles, politiques, religieuses, etc.) ;
- Rédaction des différents rapports d'activités (narratifs et financiers)

#### **V. Résultats obtenus**

##### **a. *Prise de contact de l'autorité administrative et les responsables des OBC,***

En vue de permettre le démarrage effectif de la campagne le 26 décembre 2010 comme initialement décidé au cours d'une rencontre de programmation entre les OSCs retenus et l'équipe du PAIBLT

Cameroun, l'équipe de WESDE est arrivé à Makary le 25 décembre 2010. Le 26 Décembre 2010, les prises de contact ci-après ont eu lieu :

- Rencontre avec le Sous-préfet de Makary à qui nous avons remis une chemise contenant le modèle de lettre d'invitation distribué aux invités à la réunion de Plaidoyer du 27 décembre 2010, un dépliant et deux affiches de sensibilisation et incitation au dépistage du VIH SIDA, les termes de référence de la réunion de plaidoyer, le planning opérationnel de la campagne à Makary (voir annexe). Il a également reçu un sachet contenant les échantillons de gadgets de la campagne à savoir : une casquette, un pins, et un tricot.
- Rencontre avec les responsables des OBC retenus dans le cadre de cette campagne de marketing social : Nana Faraye, présidente de FEMA ; Abani Minata, Délégué DJIRAPTE, Etongue Emilia, Secrétaire/Trésorière de Femmes Débrouillardes de Mada. Bien que avisé longtemps à l'avance, le responsable de AS SAO de Maltam n'a pas pu effectuer le déplacement. Pour ne pas paralyser les activités dans cette zone, AS SAO a été remplacée par GIC PERMAK de Makary. Chaque responsable d'OBC a reçu un planning opérationnel des activités et les points à figurer à l'ordre du jour de la réunion de plaidoyer.

**b. Réunion de Plaidoyer**

Dirigée par le Sous-préfet et facilitée par le Responsable de WESDE la réunion de Plaidoyer s'est tenue le lundi 27 décembre 2010 dans la salle de conférence de la Mairie de Makary. 30 participants y ont pris part. Ils étaient essentiellement constitués par les autorités administratives, traditionnelles, politiques, religieuses, leaders d'opinion et les Responsables des OBC. L'ordre du jour portait sur :

- l'ouverture officielle de la campagne : Cette ouverture a effectivement eu lieu par le Sous-préfet en présence de toutes les autorités invitées pour la circonstance. Il a tout d'abord rappelé le contexte de projet PAIBLT avant de préciser que cette campagne va en droite ligne de la politique gouvernementale en matière de santé publique. Par conséquent, il a exhorté toutes les autorités présentes à faire passer le message auprès de leurs collaborateurs et population respectives.
- Clarification des rôles ainsi que les activités à réaliser par chaque acteur : les autorités administratives, traditionnelles, religieuses, les responsables des OBC sont chargés de sensibiliser leurs cibles afin de les inciter au dépistage volontaire. les Pairs éducateurs ont quatre domaines d'interventions à savoir la prévention, le dépistage volontaire, la promotion de l'utilisation des préservatifs et le suivi. Ainsi donc ils sont chargés de faire le porte à porte, de réaliser des causeries éducatives dans des endroits de regroupements, des entretiens individuels et à l'arrivée de la caravane mobile, référer les personnes sensibilisés, après la

phase pré test, vers cette caravane. Comme matériels utilisés par les Pairs éducateurs, il y'a le mégaphone, les affiches ou posters, les dépliants, les condoms masculins et condoms féminins. (voir tableaux en annexe pour la récapitulation des résultats selon les quatre domaines d'intervention des Pairs éducateurs).

En vue d'assurer une couverture géographique de l'arrondissement de Makary, les Pairs éducateurs ont été répartis comme suit :

| N° de zone | Nom de zone               | Nombre d'habitants | ONG/OBC responsable |
|------------|---------------------------|--------------------|---------------------|
| 1          | MAKARY CENTRE et environs | 26.700             | FEMAK<br>WESDE      |
| 2          | MADA                      | 19.000             | FEM'DEBROU DE MADA  |
| 3          | BOMBOYO – WOULKY          | 32.000             | FEMAK               |
| 4          | AMCHILGA – NGOUMA         | 34.900             | DJIRAPTE            |
| 5          | BODO – BIAMO              | 34.800             | DJIRAPTE            |
| 6          | AFADE – MALTAM            | 37.000             | AS SAO DE MALTAM    |

Afin de faciliter la tache à la caravane mobile de dépistage, les sites ci-après ont été retenus :

| N° de site | Désignation du site           | Date de dépistage |
|------------|-------------------------------|-------------------|
| I          | MADA                          | 29/12/2010        |
| II         | MAKARY CENTRE                 | 30/12/2010        |
| III        | BOMBOYO, WOULKY               | 31/12/2010        |
| IV         | AMCHILGA, BIAMO, BODO, MALTAM | 01/01/2011        |

Pour mener à bien leur activités sur le terrain chacun des 13 Pairs éducateurs a reçu, au terme de cette rencontre de plaidoyer le matériel ci-après :

| Désignation                              | Quantité en pièces |
|--|--------------------|
| DEPLIANTS                                | 30                 |
| AFFICHES                                 | 09                 |
| PINS                                     | 01                 |
| CONDOMS MASCULINS                        | 144                |
| CONDOMS FEMININS                         | 80                 |
| SAC                                      | 01                 |
| CASQUETTES                               | 01                 |
| CHASUBLE                                 | 01                 |
| PENIS ARTIFICIEL                         | 01                 |
| FICHE DE SYNTHESE DE SUIVI DES ACTIVITES | 01                 |

#### Gestion des boites à images du PAIBLT

Compte tenu du nombre réduits (quatre) des boîtes à images, nous avons préféré les faire roter entre les cinq OBC/ONG et les récupérer à la fin de la campagne pour ne pas créer de mécontentement. Néanmoins, certaines OBC ont opté pour la reprographie afin de conserver une copie pour les séances de campagne permanente.

#### **Gestion des tricots, casquettes et pins restants**

Après avoir équipé les Pairs éducateurs, les 30 participants régulièrement invités à la réunion de plaidoyer ont reçu chacun un tricot et une casquette. Le nombre de pins restant (seize) ne pouvant couvrir les besoins de ces 30 participants, nous avons procédé à une distribution ciblée.

#### **Gestion des affiches restantes**

Lors de la rencontre de plaidoyer, les deux types d'affiches grand format ont été distribué de manière suivante, aux personnes ressources :

| <b>bénéficiaires</b>           | <b>Quantité reçue</b> |
|--------------------------------|-----------------------|
| Eglise fraternelle             | 2                     |
| Eglise Evangélique du Cameroun | 2                     |
| Grande et petite mosquées      | 4                     |
| Eglise catholique              | 2                     |
| Mairie                         | 2                     |
| Sous-préfecture                | 2                     |
| Lycée Mixte                    | 2                     |
| Sultanat                       | 2                     |
| Hôpital de District            | 2                     |
| Brigade de gendarmerie         | 2                     |

#### **C. Réunion de compte rendu aux autorités**

Conformément au programme, la réunion de compte rendu aux autorités s'est tenue le dimanche 02 Janvier 2011 dans la salle de conférence de la Mairie. Les 30 participants étaient essentiellement constitués des autorités administratives, traditionnelles, politiques, religieuses, leaders d'opinion et des Responsables des OBC. L'essentiel de cette rencontre se résume de la manière suivante :

- ➔ **Lieu :** Arrondissement de Makary
- ➔ **Période :** du 27 décembre au 1<sup>er</sup> Janvier 2011
- ➔ **Responsables de mise en œuvre :** les Pairs éducateurs des OBC FEMAK, DJIRAPTE, FEMMES DEBROUILLARDES DE MADA, AS SAO DE MALTAM, et de l'ONG WESDE. Les autorités

administratives, traditionnelles, religieuses, politiques, les responsables des associations féminines et des affaires sociales. La caravane mobile de dépistage du PAIBLT.

→ **Domaines de campagne** : Prévention, Dépistage volontaire, promotion de l'utilisation des préservatifs, séances de suivi ou d'auto évaluation.

→ **Stratégie de mise en œuvre** : le porte à porte, les causeries éducatives, les entretiens individuels, les sensibilisation de masse, l'incitation au dépistage volontaire.

→ **Les sites de campagne couverts** : Makary centre et environs, Mada, Bomboyo, Woulky, Amchilga, ngouma, Bodo, Biamo, Afade et Maltam.

→ **Résultats obtenus** :

- **Domaine prévention** :

- 389 dépliants distribués
- 111 affiches distribués et posées
- 1 613 entretiens individuels réalisés
- 66 720 personnes touchées par la sensibilisation

- **Domaine dépistage volontaire** :

- 2 985 personnes orientées pour le conseil et dépistage volontaires du VIH vers l'Unité Mobile de Dépistage
- 399 personnes effectivement dépistées soit un taux de 13,36%
- 398 personnes ont retirées leurs résultats
- 7 personnes sont dépistées séropositives et référées vers une UPEC soit **un taux de prévalence de 1,75%**

- **Domaine promotion et utilisation des préservatifs**

- 1 656 condoms masculins distribués
- 764 condoms féminins distribués

→ **Sites de dépistage**

- **Mada** : Marché (160 personnes dépistées)
- **Makary** : Marché (140), Prison secondaire (49), Hôpital de district (50).



## **VI. Difficultés rencontrées et solutions proposées**

- ✓ Forte résistance au dépistage en public à Makary car sur les 2 985 personnes orientées vers l'Unité Mobile de Dépistage, seules 399 se sont faits dépistées. Il serait plus avantageux que lors des prochaines phases, l'Unité Mobile de Dépistage aille de plus en plus vers les populations.
- ✓ Insuffisance des tests de dépistage au niveau de l'Unité Mobile. En effet, sur les 4 grands sites identifiés, seules deux ont été effectivement couverts. La sensibilisation des populations doit tenir compte des paramètres réels, de peur de se voir refouler par ces populations lors des prochaines campagnes.

## **VII. Leçons apprises et opportunités**

- ✓ Le déplacement de l'Unité Mobile de dépistage vers les populations encourage ces derniers à ce faire dépister.
- ✓ Le fait de remettre les résultats séance tenante augmente sensiblement le taux de retrait des résultats et par conséquence, la connaissance de son statut sérologique, ce qui conditionne son futur comportement.
- ✓ La nature du résultat obtenu (séronégatif) peut accroître considérablement le nombre de personnes désireuses de se faire dépister.

## **VIII. Conclusions et recommandations**

A l'inverse de la stratégie qui consiste à sensibiliser et à orienter les populations dans les centres de santé appropriées, l'approche Campagne de Marketing Social est à encourager et à vulgariser car, elle permet un dépistage de masse en un temps très court, grâce à l'Unité Mobile. De plus ; l'Unité mobile à aussi l'avantage de s'adapter facilement aux exigences des populations (dépistage à domicile et dans les lieux de service), ce qui préserve l'intimité des uns et des autres tout en réduisant les risques de stigmatisation.

Les populations rencontrées sur le terrain ainsi que les participants à la réunion de compte rendu aux autorités, ont également proposé quelques recommandations afin d'améliorer le rendement des prochaines campagnes. Il s'agit :

- Associer la prise de tension au dépistage volontaire afin d'accroître le taux de dépistage volontaire,
- Renforcer l'équipe de prélèvement de sang lors de dépistage volontaire afin d'éviter de longue file d'attente qui souvent finit par se disloquer ; las d'attendre et souvent sous un soleil ardent,
- Renforcer les moyens de déplacements des pairs éducateurs sur le terrain par l'octroi par exemple des vélos ou des motos afin de leur permettre d'aller dans les endroits les plus enclavées.
- D'encourager les responsables du PAIBLT, lors de leur descente sur le terrain, de ne pas se limiter seulement aux endroits faciles d'accès.
- D'encourager les responsables du PAIBLT à respecter les engagements pris afin d'éviter des éventuelles confrontations entre les populations et les pairs éducateurs des OBC pour paroles non tenues./-

## **PLANCHE 1: CAMPAGNE DE MARKETING SOCIAL A MAKARY EN IMAGES**



## PLANCHE 2 : CAMPAGNE DE MARKETING SOCIAL A MAKARY EN IMAGES



# ANNEXES