

## 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 : [wesdecn@gmail.com](mailto:wesdecn@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: [wesdecn@gmail.com](mailto:wesdecn@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 13 au 21 Janvier 2011**



**SITE DE :**

# WAZA

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 WAZA, arrondissement de WAZA, 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 WAZA.

## **III. Objectifs spécifiques**

- Organiser des séances de causeries éducatives de masse avec les populations de l'arrondissement de WAZA 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 counselling 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 14 janvier 2011 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 Waza le 12 Janvier 2011. Le 13 Janvier 2011, les prises de contact ci-après ont eu lieu :

- Rencontre avec le Sous-préfet de Waza à qui nous avons remis une chemise contenant le modèle de lettre d'invitation distribué aux invités à la réunion de Plaidoyer du 13 Janvier 2011, 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 Waza (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 le responsable de l'OBC MALINGO dans le cadre de cette campagne de marketing social en la personne de M. Abdoulaye Boukar. L'intéressé a reçu un planning opérationnel des activités et les points à figurer à l'ordre du jour de la réunion de plaidoyer du 14 Janvier 2011.

#### **b. Réunion de Plaidoyer**

Dirigée par le Sous-préfet et facilitée par le Responsable de WESDE la réunion de Plaidoyer s'est tenue le vendredi 14 Janvier 2011 dans la salle de conférence de la Mairie de Waza. Au moins 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 Waza, les Pairs éducateurs ont été répartis comme suit :

N° de zone	Nom de zone	Quartiers couverts	ONG/OBC responsable
1	WAZA Centre	Guam-Guam II et III, Awaran, Bakié, Alapitari, Gougoulou zivini, et environs	MALINGO et WESDE
2	WAZA Est	Amtalia I et II, Tehoumkoul I et II, Kidjimatarin, et environs,	MALINGO et WESDE
3	WAZA Ouest	Ambassatma, Nguam guam I et II, Ndjamena et environs,	MALINGO et WESDE
4	BILE	Bilé I(Ndiguina, Goulou, Gargar, Mallia, Samke, Bladoré) et environs Bilé II (Ndouvoul, mada I, Mada II, Lagouna, Salé) et environs	MALINGO et WESDE
5	ZIGAGUE	Michédiré, Oulzoumé, Ngamé et environs	MALINGO et WESDE

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

N° de site	Désignation du site	Date de dépistage
I	WAZA CENTRE	17/01/2011
II	ZIGAGUE	18/01/2011
III	BILE	19/01/2011

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 boîtes à images du PAIBLT

Compte tenu du nombre réduits (quatre) des boîtes à images, nous avons préféré les faire roter entre les cinq groupes constitués et les récupérer à la fin de la campagne pour ne pas

créer de mécontentement. Néanmoins, l'OBC MALINGO a 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 distribués de manière suivante, aux personnes ressources :

<b>bénéficiaires</b>	<b>Quantité reçue</b>
Représentant Communauté Catholique de Waza	2
Marabou pour les 2 mosquées de Waza	4
Chef de canton de Waza	2
Délégué GIC Malingo	2
Responsable église Adventiste	2
Chef de Centre Social de Waza	2
Adjoint au Chef de Brigade de Waza	2
Sous-préfet de Waza	2
Présidente OBC des femmes de Waza	2

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

Conformément au programme, la réunion de compte rendu aux autorités s'est tenue le dimanche 20 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 Waza

→ **Période :** du 15 au 19 Janvier 2011

→ **Responsables de mise en œuvre :** les Pairs éducateurs des OBC MALINGO 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 sensibilisations de masse, l'incitation au dépistage volontaire.

→ **Les sites de campagne couverts** : Waza centre et environs, Waza est, Waza Ouest, Bilé, Zigagué.

→ **Résultats obtenus** :

○ **Domaine prévention** :

- 389 dépliants distribués
- 114 affiches distribués et posées
- 612 entretiens individuels réalisés
- 6 975 personnes touchées par la sensibilisation

○ **Domaine dépistage volontaire** :

- 471 personnes orientées pour le conseil et dépistage volontaires du VIH vers l'Unité Mobile de Dépistage
- 189 personnes effectivement dépistées soit un taux de 13,36%
- 189 personnes ont retirées leurs résultats
- 1 personne sont dépistées séropositives et référées vers une UPEC soit **un taux de prévalence de 0,53%**

○ **Domaine promotion et utilisation des préservatifs**

- 1 840 condoms masculins distribués
- 1 030 condoms féminins distribués

○ **Suivi** :

- 11 séances d'auto-évaluation termes par les pairs éducateurs lors de vos descentes sur le terrain lors de cette campagne à Waza

→ **Sites de dépistage**

- **Waza** : Esplanade du Lamidat de Waza (112 personnes dépistées)
- **Zigagué** : Esplanade du chef de Canton de Zigagué (77 personnes dépistées).

RUBRIQUE	INDICATEURS	WAZA CENTRE					BILE				ZIGAGUE				Total
Domaine	<i>Pairs éducateur</i>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	
	nombre de dépliants distribués	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	29	30	389
	nombre d'affiches distribuées	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	7	8	114
	nombre d'entretiens individuels	65	19	47	33	25	26	59	42	60	45	21	136	34	612
	nombre de personnes touchées par la sensibilisation	1605	289	710	1011	350	176	212	188	275	762	725	393	280	6976
Dépistage Volontaire	nombre de personnes orientées par le conseil et dépistage volontaire du VIH vers l'Unité Mobile	40	155	45	60	54	0	0	0	0	19	39	34	25	471
	nombre de personnes ayant fait le dépistage	27	24	24	24	13	0	0	0	0	18	23	20	16	189
	nombre de personnes ayant retiré leurs résultats	27	24	24	24	13	0	0	0	0	18	23	20	16	189
	nombre de séropositifs	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	% de seroprévalence														<b>0,53%</b>
promotion de l'utilisation des préservatifs	nombre de condoms masculins distribués	144	144	144	144	144	140	120	144	144	144	144	140	144	1840
	nombre de condoms féminins distribués	80	80	80	80	80	75	80	80	80	80	80	75	80	1030
Suivi	nombre de séance d'auto évaluation tenues	5					5						1		11



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

- ✓ Forte résistance au dépistage en public à Waza car sur les 471 personnes orientées vers l'Unité Mobile de Dépistage, seules 189 se sont fait dépister. 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 3 grands sites identifiés, seules deux ont été effectivement couverts, le site de Bilé n'ayant pas été couvert. 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 se faire dépister.
- ✓ Le fait de remettre les résultats séance tenante augmente sensiblement le taux de retrait des résultats et par conséquent, 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.
- ✓ Le respect du rendez-vous (date et heure) par l'Unité Mobile de Dépistage avec les populations sensibilisées peut accroître le nombre de personnes désireuses de savoir leurs statuts sérologiques.

## **VIII. Conclusions et recommandations**

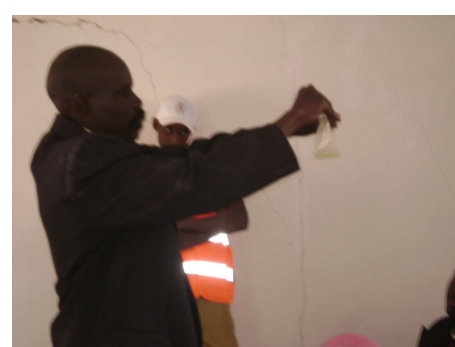
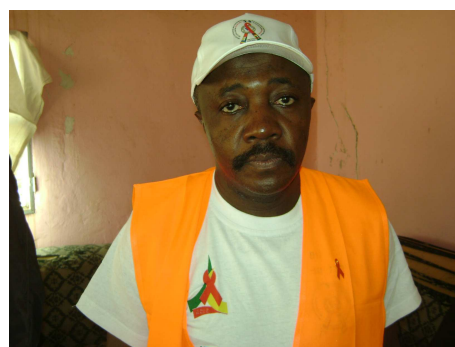
A l'inverse de la stratégie qui consiste à sensibiliser et à orienter les populations dans les centres de santé appropriés, l'approche Campagne de Marketing Social est à encourager et à vulgariser car, elle permet un dépistage de masse en un temps très court, grâce à l'Unité Mobile. De plus ; l'Unité mobile a 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 ; les 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 enclavés.
- 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.
- Traduire les messages de sensibilisation en Bornoi/Kanouri aux autorités traditionnelles nécessiteuses,
- Lors du retrait des résultats, le Conseiller Psychosocial doit prendre toutes les dispositions pour ne pas être vu du reste du public/-

## **PLANCHE 1 : CAMPAGNE DE MARKETING SOCIAL A WAZA**





## **PLANCHE 1 : CAMPAGNE DE MARKETING SOCIAL A WAZA**



# ANNEXES