



Chaque enfant, y compris chaque adolescent, a accès à des services et des fournitures EAH sûrs et équitables, et vit dans des conditions climatiques et environnementales sûres et durables

Recueil des meilleures pratiques CSC



Principales stratégies visant à favoriser le changement social et comportemental (CSC), réalisations et enseignements tirés de l'expérience

Accédez aux études de cas individuelles en cliquant sur chaque élément ci-dessous :



Les relations entre les migrants et les communautés d'accueil à Tapachula sont améliorées par l'UNICEF Mexique

Principales stratégies visant à favoriser le changement social et comportemental (CSC), réalisations et enseignements tirés de l'expérience

Résumé



Dates de l'activité
Depuis 2022



Durée de l'activité
8 mois (investissement initial)



Budget
200 000 dollars US

La campagne *Voces en el Camino* (Voix sur la route) a été soutenue par l'UNICEF Mexique entre août 2022 et mars 2023 dans le but d'augmenter la tolérance et la compréhension parmi les immigrants et leurs communautés d'accueil à Tapachula, Tijuana et Ciudad Juárez, au Mexique. Des activités ludo-éducatives ont été mises en place afin d'assister les immigrants et les membres de la communauté dans la compréhension des problématiques essentielles concernant les droits des enfants et des adolescents immigrants. Les activités comprenaient des peintures murales participatives, des ateliers de narration, une mini-série animée numérique interactive de dix épisodes et un service de discussion en ligne automatisés ; leur objectif était de faciliter l'accès des adolescents aux soins et aux services de santé mentale, et de fournir des informations sur l'accès à l'éducation, la préparation des documents, les mesures de protection, la santé et la nutrition. Chacune des activités a touché un grand nombre de personnes du public cible.



Contexte

Le nombre de personnes arrivant au Mexique a augmenté entre janvier et mars 2022, principalement provenant d'Amérique centrale, d'Haïti, du Venezuela, du Brésil, de l'Équateur, du Nicaragua, de Cuba, du Congo, du Nigeria et de l'Ukraine. Le 15 mars, 4 000 personnes sont arrivées à Tapachula (une ville et une municipalité située dans le sud-est de l'État du Chiapas au Mexique) dans le but de solliciter l'asile au Mexique. Quelque 30 000 personnes étaient en attente de leur statut de réfugié dans la ville de Tapachula. À la fin de février, 16 309 personnes avaient formellement fait une demande d'asile au Mexique. Les centres d'hébergement étaient débordés, et certains ont été contraints de fermer en raison d'un manque de personnel due à une augmentation des cas d'infection à la COVID-19.

Lorsqu'ils arrivent dans une nouvelle ville ou un nouveau pays, les migrants ne connaissent pas souvent la législation, ce qui expose à de nombreuses violations des droits humains. Il est difficile de garantir la protection des enfants (notamment des enfants non accompagnés) et des adolescents à Tapachula en raison du manque d'espace pour des soins appropriés. Les agents de sécurité ont utilisé la force de manière excessive contre des familles avec de jeunes enfants. Outre les dommages physiques, les employés de l'UNICEF à Tapachula ont constaté une déshydratation et une malnutrition graves chez les jeunes enfants migrants. En plus des contraintes physiologiques, physiques et mentales liées à l'immigration, il y avait également un stress émotionnel considérable et des cas de xénophobie.¹ Les migrants étaient désorientés et ne savaient pas où aller pour se mettre en sécurité et bénéficier de soins de santé et d'autres services indispensables.

Approche stratégique

L'UNICEF a apporté son soutien au gouvernement de Tapachula, au Mexique, aux organisations de la société civile (Adra et Cadena), à une agence créative (*Lorogradana*) et aux autorités de Tapachula afin de mettre en place une campagne de changement de comportement et social (CSC) fondée sur des preuves. Cette campagne vise à assurer le respect des droits des enfants et adolescents migrants par les communautés d'accueil à Tapachula. L'objectif de la campagne était d'intégrer les jeunes immigrants dans les communautés d'accueil grâce à l'art et à l'accès à l'éducation, tout en sensibilisant les communautés d'accueil aux raisons qui ont conduit à leur migration. Les résultats escomptés étaient de susciter davantage d'empathie envers les immigrants, tant au niveau individuel que communautaire, afin de réduire la xénophobie et la violence, et de renforcer la tolérance et l'interculturalité.



La première phase de l'intervention a été lancée en août 2022 et s'est achevée en mars 2023. Les différentes activités de la campagne incluait :

- **La peinture murale participative** : Seize peintures murales ont été réalisées par des artistes locaux et des artistes associés aux ONG collaboratrices, dans le cadre d'une approche participative à laquelle ont participé des enfants en déplacement et provenant de communautés d'accueil.
- **Atelier de récit** : Une exposition immersive a été mise en place au Musée Tapachula, avec un atelier intitulé *Me Llamam Migrante* (« Ils me nomment migrant »). L'atelier a encouragé les discussions sur les raisons de la migration, la vulnérabilité des migrants et les risques auxquels ils sont confrontés.
- **Mini-séries interactives** : Les mini-séries se composaient de dix épisodes conçus pour Internet par un groupe d'artistes numériques. Les épisodes mettaient l'accent sur l'amélioration des connaissances, les attitudes et les soins personnels chez les migrants qui vivent dans les centres d'hébergement de Tapachula ; ils abordaient un éventail de sujets tels que la nutrition, l'éducation, la protection, l'identité, le bien-être émotionnel et les problèmes de santé (notamment la prévention de la COVID-19).
- **Le service discussion en ligne Uniendo Voces (Joining Voices) sur U-Report** :² Grâce au volet U-Report, les enfants et adolescents migrants ont pu obtenir des renseignements fiables, fiables et actualisés sur leurs droits et les services dont ils peuvent bénéficier, tels que la santé mentale, l'accès à l'éducation, les processus migratoires et les services de santé.
- **Ateliers** : La *Fondation Jorge Marin* a mis en place trois ateliers visant à favoriser la reconnaissance et la validation de l'identité



des migrants et de leur droit à exercer leurs droits, notamment ceux des enfants : *Cuéntame tus alas* (« Parle-moi de tes ailes »); *El ruido generado por el choque de los cuerpos* (« Le bruit produit par le choc des corps »); et *Mi compañero de viaje* (« Mon compagnon de voyage »). Les ateliers avaient pour but de consolider les messages d'autoprotection.

- **Théâtre pour le développement** : Avec des marionnettes, cinq pièces ont été créées et interprétées par des enfants âgés de 4 à 7 ans. Les représentations théâtrales ont abordé les principales problématiques liées à la migration, telles que la protection, la nutrition, la santé mentale, l'éducation et WASH, dans le but d'aider les enfants à trouver des moyens appropriés de régler ces questions. Chaque représentation a été accompagnée d'une activité personnalisée afin de renforcer les sujets clés.
- **Suivi et Évaluation** : La campagne impliquait des activités de suivi, d'écoute sociale et d'évaluation utilisant une variété de méthodes telles que l'observation directe et la collecte de données, des sondages via Kobo, la systématisation des données qualitatives sur le terrain, ainsi que des évaluations écrites menées par les partenaires de mise en œuvre.



Principales réalisations

- Environ 800 visiteurs par semaine (environ 600 personnes en déplacement et 200 résidents locaux) ont été exposés à la fresque murale au CEDECO, un centre de développement communautaire qui offre des services aux résidents locaux et aux migrants. Les récits et les opinions concernant les œuvres d'art ont été collectés et enregistrés. D'ici mars 2023, les fresques murales auront touché environ 20 000 personnes.
- Plus de 9000 personnes ont participé à l'atelier de narration et ont laissé environ 700 lettres destinées aux enfants en déplacement.
- Environ 3000 enfants dans des centres d'hébergement ont bénéficié des mini-séries interactives dans le cadre du programme d'exécution directe, et environ 10 000 dans le cadre du programme de diffusion, grâce à un accord signé avec *Télécom Sans Frontières* (TSF).
- Environ 20 000 migrants ont accédé à la discussion en ligne *Uniendo Voces* ; au moins 1100 personnes ont bénéficié d'une assistance directe de la part de U-Report, selon les données fournies par HIAS, le partenaire de mise en place qui a fourni le service de santé mentale et les mesures d'engagement rapide.
- Les trois ateliers mis en place par la *Fondation Jorge Marín* ont touché environ 3 000 enfants déplacés dans des écoles et des centres d'hébergement.
- Cette intervention transversale et longitudinale a porté sur plus de cinq indicateurs de l'Aide humanitaire pour les enfants (AHA).³
- L'intervention a également modifié les indicateurs utilisés pour mesurer son impact.

20,000
PERSONNES

Ont visité les peintures murales

20,000
MIGRANTS

ont accédé à la discussion
en ligne *Uniendo Voces*

3,000
ENFANTS

personnes dans les
centres d'hébergement
ont été atteintes grâce aux
mini-séries interactives.

1,100
INDIVIDUS

ont reçu une
assistance directe
grâce à l'outil
U-Report.



Enseignements tirés

- 1** La création et la diffusion d'interventions engageantes basées sur l'art et l'expression est un bon moyen de recueillir des informations sur les perceptions, les sentiments et les témoignages.
- 2** L'art et le divertissement éducatif peuvent entraîner des transformations sociales tout en encourageant l'écoute active et en répondant à l'objectif de responsabilité envers les personnes affectées (AAP) de l'UNICEF.
- 3** L'inclusion et la participation ont démontré leur rôle crucial dans la diminution des taux de discrimination, facilitant ainsi les procédures d'intervention et les rendant plus adaptées à la communauté.
- 4** L'appui du gouvernement local est indispensable si l'on veut garantir la participation de la communauté d'accueil.
- 5** L'intégration d'un élément d'« appropriation » dans un projet garantit que les différentes parties impliquées soutiendront les actions.



Recommandations

- 1 Utiliser le numérique** : Il serait bénéfique d'élargir les activités aux plateformes en ligne afin de rendre les messages plus accessibles à un plus large public.
- 2 Optimiser** : La création d'un réseau de partenaires plus solide permettrait d'étendre la campagne à l'échelle nationale, tout en obtenant l'approbation du gouvernement afin de diminuer les dépenses liées à sa mise en œuvre.
- 3 Expansion du programme à d'autres pays** : En rendant le programme accessible à tous les pays le long des voies migratoires (comme la Colombie, le Venezuela, l'Amérique centrale), les messages pourraient s'étendre et encourager la compréhension au sein des cultures et entre elles.
- 4 Traduire les messages et les documents** : Les messages et le matériel devraient être traduits et/ou adaptés pour les différentes interventions (par exemple, voix off sur la mini-série, scripts en plusieurs langues), ce qui constituerait un moyen rentable d'étendre la portée du programme dans d'autres pays de l'ALC.
- 5 Gestion des connaissances** : Il est essentiel de documenter et de partager les activités et les résultats du programme avec un public toujours plus vaste afin de sensibiliser et de stimuler le plaidoyer en faveur de la programmation sociale et/ou du financement participatif.

Notes de fin

- 1 UNICEF, « Mexique-migration Tapachula: Rapport N° 1 », mars 2022, <[https://www.unicef.org/media/117641/file/Mexico-\(Tapachula\)-Humanitarian-SitRep-18-March-2022.pdf](https://www.unicef.org/media/117641/file/Mexico-(Tapachula)-Humanitarian-SitRep-18-March-2022.pdf)>.
- 2 U-Report est une plateforme de messagerie mondiale qui permet aux jeunes du monde entier de s'engager et de s'exprimer sur des sujets qui les touchent.
- 3 Les indicateurs HAC sont les suivants : Personnes engagées dans des actions de RCCE ; nombre de personnes ayant accès à des mécanismes de responsabilité établis ; nombre de personnes touchées par des messages sur la prévention et l'accès aux services ; nombre de personnes dans les communautés d'accueil participant à des activités communautaires sur la prévention de la xénophobie, la promotion du dialogue interculturel ou l'inclusion dans les zones touchées par la crise ; nombre de personnes participant à des actions d'engagement (pour un changement social et comportemental).



L'UNICEF Viet Nam améliore la tolérance parmi les jeunes et leur inclusion pendant la pandémie de COVID-19 grâce à la campagne « La gentillesse est contagieuse »

Principales stratégies de changement social et
comportemental (CSC), réalisations et enseignements tirés de
l'expérience

Résumé



Dates de l'activité
De mai à juin 2020



Durée de l'activité
Trois mois



Budget
50 000 USD

En mai 2020, l'UNICEF Viet Nam et le ministère de la Santé ont lancé une campagne de trois mois dans les médias et sur les réseaux sociaux, baptisée « La gentillesse est contagieuse », appelant les jeunes à manifester leur soutien à leur communauté en œuvrant à la compréhension mutuelle, à la tolérance et à l'inclusion pendant la pandémie de COVID-19. La campagne mettait l'accent sur trois messages clés : être gentil, être tolérant et être optimiste. Les jeunes ont été invités à partager des dessins, des vidéos et d'autres solutions innovantes et créatives pour faire face à l'anxiété liée à la pandémie par le biais des plateformes numériques de l'UNICEF et du ministère de la Santé. La campagne visait à faire découvrir aux jeunes ce qu'ils peuvent faire différemment pour atténuer leur anxiété d'abord pendant la période de COVID-19, puis après le retour à la normale de la situation.¹ En trois mois de campagne, de mai à juillet 2020, les messages ont atteint plus de 65 millions d'utilisateurs de réseaux sociaux dans tout le pays, dont deux millions ont interagi en affichant des réactions très positives.



Contexte

Au moins 55 % de la population vietnamienne a moins de 35 ans.² La pandémie de COVID-19 a imposé une distanciation physique et a fortement limité la capacité des jeunes vietnamiens à se livrer aux activités qui les reliaient à leurs pairs. La solitude, la peur de l'infection, la crainte de mourir ou de voir mourir ses proches, le chagrin après un deuil et les soucis financiers ont été les principaux facteurs de stress à l'origine de l'anxiété et de la dépression. L'isolement qui s'en est suivi a contribué à l'augmentation des cas de problème de santé mentale dans l'ensemble de la population, en particulier chez les jeunes. La pandémie a créé un risque accru et disproportionné de suicide et de comportements autodestructeurs chez les jeunes.³

En 2021, les mesures de confinement et de distanciation physique ont aggravé les problèmes de santé mentale et les problèmes psychosociaux chez les enfants et les familles au cours de la quatrième vague de la pandémie. En juillet 2021, plus de 66 % des ménages se disaient inquiètes des conséquences de la COVID-19, notamment la dépression et l'anxiété irrégulière. Les ménages dirigés par des femmes et les migrants vivant dans des conditions de promiscuité ont été confrontés de manière disproportionnée à des problèmes de santé

mentale. Les aidants naturels et leurs enfants ont déclaré avoir vécu des situations de stress, de peur, d'inquiétude, de solitude, de frustration et de mauvais sommeil par crainte des infections et par suite de longues périodes d'apprentissage à distance, de la distanciation physique et du confinement. Ces expériences ont été exacerbées par le manque d'exercice physique, ainsi que par des facteurs de stress tels que la baisse des revenus, le chômage et les tâches supplémentaires dans leur rôle d'aidant.⁴



Approche stratégique

La mise en œuvre de la campagne « La gentillesse est contagieuse » a eu lieu de mai à juillet 2020. L'objectif de la campagne était de promouvoir la compréhension mutuelle, la tolérance, l'inclusion et les messages préventifs positifs en lien avec la COVID-19 parmi les adolescents et les jeunes, afin de soutenir leurs communautés. La deuxième cible de cette campagne secondaire était le grand public, y compris les décideurs. Les messages clés envoyés étaient les suivants : « Prenez des nouvelles de vos proches » « Diffusez des informations exactes sur les réseaux sociaux », « Envoyez des messages bienveillants aux personnes qui traversent une mauvaise passe » et « Écoutez de la musique, lisez un livre ou jouez à un jeu ». Les activités de la campagne visaient à :



1. Favoriser le dialogue avec les décideurs, les personnes influentes, les adolescents et les jeunes par le biais des médias (débat radiophoniques et télévisés) ;
2. Promouvoir la prise en compte des opinions des jeunes par le biais de la plateforme créative de l'UNICEF et du ministère de la Santé sur les réseaux sociaux, impliquant des artistes et des jeunes pour stimuler la pensée créative et la résolution de problèmes (#long_tot_de_lay Instagram, Facebook) ;
3. Interagir avec des personnes influentes, des artistes par le biais de plateformes de réseaux sociaux et promouvoir des messages positifs (#long_tot_de_lay Zalo, TikTok⁵) ; et
4. Donner plus de résonance aux opinions des adolescents et des jeunes champions et promouvoir le partage et l'attention aux autres par le biais des médias et des réseaux sociaux (histoire vécue, série de photos, courte vidéo).⁶



L'UNICEF Viet Nam et le ministère de la Santé se sont associés à la plateforme de réseaux sociaux Zalo, TikTok pour fournir à la population vietnamienne des informations exactes sur la COVID-19. L'UNICEF Vietnam a adapté un guide de conseils pratiques sur les mesures à prendre pour lutter contre la COVID-19, provenant du siège de l'UNICEF, afin de créer le tableau de contrôle graphique des mesures prises par les jeunes pour lutter contre la COVID-19 et de le diffuser par le biais des réseaux sociaux (Facebook, YouTube, Zalo, Tik Tok). L'objectif de ce tableau était d'inciter les jeunes à garder une trace des mesures qu'ils ont prises pour lutter contre le coronavirus. Une plateforme de réseaux sociaux avec deux hashtags (#long_tot_de_lay et #CompassionisContagious) a été créée pour que les jeunes personnes et créateurs puissent partager leurs idées sur la manière de surmonter les difficultés liées à la pandémie.

De jeunes artistes et organisations vietnamiens, dont le chanteur Min, le groupe de musique Ngot, le rappeur/auteur de chansons Suboi, la fashionista Chau Bui, l'actrice Ninh Duong Lan Ngoc, le peintre Tamypu et la Nha Nam Publishing and Communication Company ont collaboré avec l'UNICEF et le ministère de la Santé pour donner un élan à la campagne.⁷ Le bureau de pays, en collaboration avec le ministère de la Santé, a appuyé la création et la diffusion de clips vidéo avec des personnalités influentes pour lancer la campagne et la faire connaître au grand public. Deux débats à la radio et deux débats télévisés

ont été diffusés sur les chaînes de radio et de télévision nationales afin de stimuler le dialogue avec les décideurs, les personnes influentes, les adolescents et les jeunes.

Un livre contenant 106 des 500 dessins transmis sur les plateformes en ligne par des jeunes de tout le Vietnam a été publié. Chaque dessin était considéré comme un acte de gentillesse, une pensée optimiste ou une solution créative au fardeau mental de la pandémie.⁸ Un millier d'exemplaires du livre ont été distribués à divers ministères, à cinq provinces de projets de l'UNICEF, à l'USAID, à des personnalités influentes et aux participants à l'événement de clôture de la campagne sur la gentillesse.





Principales réalisations

En trois mois de campagne, de mai à juillet 2020, les messages ont atteint plus de 65 millions d'utilisateurs de réseaux sociaux au Vietnam, dont deux millions ont interagi en affichant des réactions très positives. Le clip vidéo de lancement de la campagne a été vu par 3,4 millions de personnes. La campagne a généré 80 articles en ligne et dans la presse écrite. Sept mille personnes ont manifesté leur intérêt pour la page Facebook de la campagne et 500

d'entre elles ont publié des dessins qui ont été partagés avec d'autres. Les réactions reçues par le biais des médias et des réseaux sociaux ont été largement positives. De nombreux étudiants ayant visionné la campagne ont demandé à apprendre à concevoir des campagnes similaires. Un certain nombre d'entreprises privées ont également proposé de soutenir l'UNICEF dans la mise en œuvre de la campagne.

65

MILLION +

utilisateurs des réseaux sociaux atteints

3.4 M

ont visionné le clip vidéo de lancement de la campagne

80

articles publiés dans les médias en ligne et dans la presse écrite

500

dessins publiés ont été partagés avec d'autres sur Facebook





Enseignements tirés

- 1 Le fait d'attribuer une connotation positive au mot « contagieux » a permis de réduire la peur qu'il suscite.** L'assimilation du concept de gentillesse à une contagion a permis de convertir les sentiments négatifs à l'égard de la COVID-19 en sentiments positifs à l'égard de l'aide apportée aux autres pendant la pandémie et de s'adapter au contexte culturel du VietNam.
- 2 L'utilisation de messages personnalisés et de canaux de communication appropriés pour atteindre les publics visés a été essentielle pour vulgariser la prévention de la COVID-19 et la campagne « La gentillesse est contagieuse ».** Les messages de la campagne ont été adaptés au contexte vietnamien à partir du document [UNICEF COVID-19 Toolkit to Take Action and Spread Awareness on COVID-19](#). Un jeune artiste en arts visuels, Nguyen Duc Phuong, a été recruté pour créer des dessins adaptés au contexte vietnamien à partir du guide.
- 3 Le passage des supports imprimés au contenu numérique était essentiel pour atteindre les publics visés.** Les restrictions imposées par la pandémie ont justifié le délaissement de la presse écrite (couramment utilisée pour les campagnes au Viêt Nam) au profit de la diffusion de contenus numériques via Facebook, Instagram, YouTube, Zalo et TikTok. Les cartes postales « Gentillesse » et d'autres activités créatives diffusées sur les réseaux sociaux ont contribué à la diffusion des messages positifs de la campagne.
- 4 La mobilisation d'artistes et de personnes influentes a permis d'impliquer les jeunes et de multiplier les messages de la campagne.** Les jeunes artistes vietnamiens qui ont collaboré avec l'UNICEF et le ministère de la Santé ont renforcé l'impact et le sérieux des messages de la campagne.
- 5 L'appui du gouvernement, en particulier du ministère de la Santé, a été essentiel à la création et à la mise en œuvre de la campagne.** Le gouvernement vietnamien gère les principales chaînes nationales de médias, notamment la télévision et la radio, ainsi que Zalo, l'application de messagerie sociale la plus populaire, qui compte 74 millions d'utilisateurs réguliers. Le gouvernement vietnamien a décidé de concentrer ses efforts sur les messages positifs adressés aux jeunes pour les aider à faire face à la pandémie de COVID-19. L'appui du gouvernement a permis à toutes les personnes impliquées dans la campagne d'agir promptement et de fournir des informations fiables au public.





Recommandations

- 1 Impliquer le public visé (en l'occurrence, les jeunes) dans la co-création de la campagne.** Les jeunes sont une source inépuisable d'idées et de créativité qui peuvent faire appel à leurs pairs pour produire un changement social et comportemental. Il est important d'impliquer le public visé dans la résolution créative de problèmes.
- 2 Adapter les messages de la campagne à des situations réelles.** La pandémie de COVID-19 a nécessité la diffusion immédiate d'appels à l'action spécifiques. Il était important de choisir le bon moment pour lancer la campagne sur la « gentillesse » afin de répondre au sentiment de la population et de favoriser les comportements souhaités.
- 3 Veiller à ce que les messages de la campagne soient accessibles aux publics visés, en particulier aux publics difficiles à atteindre.** L'utilisation de plusieurs langues (y compris la langue des signes, le cas échéant) permet de s'assurer que tous les publics visés sont exposés aux messages de la campagne.
- 4 Évaluer chaque campagne pour en comprendre les cas de réussite et d'échec, afin que les enseignements tirés puissent être appliqués pour élaborer des campagnes plus efficaces et efficientes à l'avenir.** Les enseignements tirés de la campagne « La gentillesse est contagieuse » ont servi à l'élaboration des campagnes de prévention et de vaccination contre la COVID-19 ultérieures.

Notes de fin

- 1 UNICEF, « UNICEF and the Ministry of Health launch the « Kindness is Contagious » campaign in Viet Nam, mai 2020 <<https://www.unicef.org/vietnam/stories/unicef-and-ministry-health-launch-kindness-contagious-campaign-viet-nam>>.
- 2 Office statistique général du Viet Nam, « Completed results of the 2019 Viet Nam population and housing census », 2019, <<https://www.gso.gov.vn/en/data-and-statistics/2020/11/completed-results-of-the-2019-viet-nam-population-and-housing-census/>>.
- 3 OMS, « Les cas d'anxiété et de dépression sont en hausse de 25 % dans le monde en raison de la pandémie de COVID-19 », 2 mars 2022, <<https://www.who.int/news/item/02-03-2022-covid-19-pandemic-triggers-25-increase-in-prevalence-of-anxiety-and-depression-worldwide>>.
- 4 UNICEF, The socio-economic impacts of COVID-19 on children and families in Viet Nam. Ha Noi, Ho Chi Minh City, Da Nang, and Bac Giang provinces in focus, Octobre 2022, <<https://www.unicef.org/vietnam/media/11181/file/Final%20designed%20policy%20brief-follow%20up%20study%20on%20covid%20impacts-En.pdf>>.
- 5 Zalo, Tiktok est l'application de messagerie la plus populaire au Viêt Nam.
- 6 UNICEF, « UNICEF and the Ministry of Health launch the "Kindness is Contagious" campaign in Viet Nam », mai 2020, <<https://www.unicef.org/vietnam/stories/unicef-and-ministry-health-launch-kindness-contagious-campaign-viet-nam>>.
- 7 Ibid.
- 8 Le livre a été publié conjointement par l'UNICEF et Nha Nam Publishing and Communication Company.v.



L'UNICEF Bulgarie teste la mise en place d'un nouveau modèle de prise en charge des enfants handicapés

Principales stratégies de changement social et comportemental (CSC), réalisations et enseignements tirés de l'expérience

© UNICEF/Bulgarie

Résumé



Dates de l'activité
2017 à 2025



Durée de l'activité
Huit ans



Budget
536 400 USD

L'UNICEF Bulgarie, en collaboration avec la Fondation H&M et d'autres partenaires, soutient des initiatives visant à améliorer la détection précoce des retards de développement et des handicaps et à réduire la stigmatisation et la discrimination dont sont victimes les enfants souffrant d'un handicap.¹ Un nouveau modèle de prise en charge fondé sur une approche systémique est actuellement mise en place dans deux municipalités, à savoir Nova Zagora et Haskovo. Grâce à ce modèle, les parents ont accès à des services leur permettant de

détecter les retards de développement et les handicaps par le biais d'un dépistage auditif et visuel régulier chez les bébés et les jeunes enfants, ce qui améliore leurs perspectives de faire bénéficier à leurs enfants des soins et des services spécialisés le plus tôt possible, et leur fournit un système de prise en charge inclusif. La campagne baptisée « Be Inclusive » est mise en œuvre pour enrayer la culture de la stigmatisation et de la honte dont sont victimes les enfants souffrant de retards de développement et de handicaps.



Contexte

La Bulgarie compte au moins 32 000 enfants handicapés.² Une enquête nationale innovante financée par l'UNICEF portant sur les attitudes et les normes sociales à l'égard des enfants handicapés et présentant des troubles du développement en Bulgarie a révélé que « les enfants présentant des difficultés sont souvent isolés, voire insultés ».³ La plupart des parents d'enfants handicapés (physiques ou intellectuels) ont déclaré que leur enfant souffrait des attitudes hostiles à leur égard. Deux tiers des parents d'enfants handicapés estiment que les gens se lamentent généralement sur le sort de leurs familles.⁴

En Bulgarie, les services de détection précoce et d'intervention auprès de la petite enfance, qui appuient les aidants familiaux dans la fourniture de soins bienveillants aux enfants handicapés et présentant des troubles du développement

au cours des trois premières années de leur vie, ne sont pas suffisamment développés, ce qui limite les perspectives de croissance et d'épanouissement des enfants. Les enseignants ne bénéficient pas non plus d'un appui suffisant pour renforcer leur capacité à aider les élèves handicapés. Au cours de l'année scolaire 2018-2019, près de 22 035 enfants handicapés et ayant des besoins spéciaux ont fréquenté des écoles ordinaires et des jardins d'enfants. En dépit de l'adoption en 2015 par la Bulgarie de la Loi sur l'éducation préscolaire et scolaire qui a établi les conditions d'inclusion des enfants handicapés dans le système éducatif ordinaire, l'étude de l'UNICEF a révélé que, bien que ces enfants soient présents dans les salles de classe, ils ne sont pas véritablement inclus comme des élèves à part entière, et se sentent souvent seuls et rejetés.⁵



Approche stratégique

Dans le cadre d'un projet pilote du siège mis en œuvre en Ouganda, au Pérou et en Bulgarie, l'UNICEF Bulgarie a mis au point un modèle de prestation de services à plusieurs niveaux en vue de la prise en charge et du soutien des enfants handicapés. Ce modèle est actuellement mise en place dans deux municipalités sélectionnées, à savoir Nova Zagora et Haskovo. Le modèle intègre l'identification précoce par les parents des troubles du développement (par exemple, des dépistages auditifs et visuels réguliers chez les bébés et les jeunes enfants), la fourniture de services d'intervention auprès de la petite enfance au niveau communautaire, l'appui à la transition vers une éducation et des soins précoces inclusifs, et la diffusion de messages visant à promouvoir l'inclusion sociale des enfants handicapés.

Le questionnaire sur les étapes du développement (ASQ) a été adopté pour faire dépister les troubles du développement chez les enfants par des professionnels de la santé formés à cet effet. Le processus d'adoption

et d'intégration du dépistage des troubles du développement au sein de la population dans le système de santé bulgare a été lancé ; les médecins de soins primaires de Nova Zagora et de Haskovo ont été formés par l'association bulgare de pédiatrie pour effectuer des dépistages chez les enfants de 9 et à 18 mois. L'intégration de l'ensemble des services dans le modèle systémique se poursuivra dans le cadre de la garantie européenne pour l'enfance en Bulgarie, et le dépistage des troubles du développement par le biais des services de visites à domicile a été mis en place avec l'appui de l'UNICEF dans les deux districts pilotes.⁶

En complément d'une approche plus holistique des programmes en faveur des personnes handicapées, l'UNICEF Bulgarie a également adopté des technologies d'aide à la communication alternative et améliorée (CAA) dans des jardins d'enfants et des écoles pilotes, afin que les enfants handicapés puissent apprendre et communiquer avec leurs

camarades. Le programme vise à améliorer les capacités des parties prenantes à utiliser les technologies de communication alternative et améliorée au service des enfants non verbaux pas (en promouvant en particulier le C-Board soutenu par l'UNICEF ECARO). L'UNICEF Bulgarie, en partenariat avec le ministère de l'Éducation et de la Science (MES) et le Centre régional de soutien aux processus d'éducation inclusive, situé dans la ville de Sofia, a également lancé la première plateforme éducative en ligne (en Bulgarie) appelée Help Me Thrive, qui a été une innovation révolutionnaire pour les cours à distance pendant la période de COVID-19. Cette plateforme, accessible à tous les enfants, parents, enseignants et professionnels, comporte une bibliothèque de ressources éducatives et thérapeutiques gratuites visant à soutenir les enfants ayant des besoins éducatifs particuliers (<http://podkrepime.mon.bg>).

Grâce au nouveau modèle, les enfants présentant des retards et des risques bénéficient d'un soutien communautaire et familial dans les centres communautaires d'intervention précoce pour la



petite enfance (IPE) ; par ailleurs, des interventions précoces plus intenses et plus spécifiques sont proposées aux enfants qui en ont besoin. À ce jour, les équipes IPE des deux municipalités ont achevé leur formation de base et ont commencé à travailler sur des cas d'intervention précoce auprès des enfants et des familles. Des unités de coordination municipales ont été créées dans les deux districts pilotes afin de faciliter l'adoption d'une approche systémique des IPE. Les équipes sont composées des représentants de la municipalité, des services de santé, d'éducation et des services sociaux, ainsi que des autorités locales. Deux vidéos et un ensemble de supports de communication promotionnels (brochures, dépliants et affiches) ont été élaborés pour promouvoir les services des IPE. L'une des vidéos met l'accent sur les avantages de l'intervention précoce pour la petite enfance, et l'autre sur deux histoires de familles dont les enfants présentent des problèmes médicaux similaires et qui ont bénéficié de différents types de prise en charge. La seconde vidéo est en substance un reportage éthique sur les cas de familles vulnérables ayant des enfants souffrant de troubles du développement. Le service de Haskovo a également mené des campagnes en utilisant les organes de presse locaux, qui visent à sensibiliser les parents et les autres parties prenantes à l'approche systémique des IPE.

En février 2022, l'UNICEF et la Fondation H&M ont également lancé la campagne « Be Inclusive » visant à sensibiliser le public aux enfants vivant avec un handicap et aux défis auxquels ils sont confrontés. La campagne était destinée au grand public, et les messages, qui ont touché plus de 20 000 personnes, donnaient des conseils utiles sur la façon d'être un ami plus inclusif pour toute personne vivant avec un handicap. La campagne a été diffusée sur les canaux de médias sociaux de la Fondation H&M et de l'UNICEF tout au long de l'année 2022.

Des évaluations visant à mesurer les résultats au niveau de l'enfant, de la famille et de la communauté auront lieu sur les deux sites pilotes, en utilisant une cohorte d'au moins 1 000 enfants sur chaque site, qui feront l'objet d'un suivi pendant un an et demi. Le volet plaidoyer du programme prônera l'élaboration d'une solide base juridique pour les services d'intervention précoce et pour la mise en place d'un système en ligne de collecte de données sur le développement de l'enfant dans le système ECEC.



Principales réalisations (à ce jour)

- L'enquête nationale sur les normes sociales relatives aux handicaps en Bulgarie, financée par l'UNICEF, était la première du genre dans le pays.
- À ce jour, 217 enfants de moins de trois ans ont bénéficié du programme d'intervention précoce de l'UNICEF en Bulgarie, mené par des médecins généralistes et appuyé par des infirmières à domicile et des centres de soutien communautaire.
- À ce jour, 162 enfants ont bénéficié d'un accompagnement direct, notamment par la fourniture d'appareils de communication, et 806 professionnels ont participé à des activités de formation à l'utilisation de la technologie d'aide à la CAA pour les enfants non verbaux en Bulgarie (C-Board), promue par l'UNICEF.
- Vingt-et-un praticiens des IPE issus de cinq municipalités ont été formés pour dispensés des services axés sur la famille et un accompagnement en ligne aux parents d'enfants handicapés âgés de 0 à 7 ans.
- Soixante enfants souffrant de handicaps et de retards de développement ont reçu des services d'IPE de la part des praticiens formés.
- Quarante-huit professionnels du système éducatif et spécialistes des IPE ont recours aux méthodes de communication alternative et améliorée (CAA) dans leur travail.
- À ce jour, deux centres communautaires pour les IPE ont été créés dans les deux régions pilotes pour servir de réseaux de soutien entre les parents et les médecins.

217
ENFANTS

offre du programme
d'intervention précoce
aux enfants de moins de
trois ans

806
PROFESSIONNELS

participation à
des séances de
formation

2 IPE

création
des centres
communautaires



Enseignements tirés

- 1** Une approche communautaire globale est nécessaire pour passer d'une approche médicale (centrée sur le diagnostic) à une approche sociale (centrée sur les droits de l'homme) pour traiter les handicaps et les retards de développement.
- 2** Une approche systématique (mise en place d'un système d'IPE au niveau national et régional) est importante pour étendre et pérenniser les interventions d'IPE.
- 3** Les partenariats et la coordination entre les parties prenantes sont essentiels pour la conception et le fonctionnement des services d'IPE.
- 4** Le renforcement des capacités des professionnels en matière de communication interpersonnelle et de respect de la diversité est fondamental pour créer un environnement plus favorable à la survie et à l'épanouissement des enfants handicapés et présentant des troubles du développement.
- 5** Il est essentiel d'intégrer les programmes/groupes et individus de soutien à l'éducation parentale pour renforcer l'efficacité personnelle et l'autonomie des prestataires de soins, prévenir l'abandon des enfants, augmenter la demande de services d'IPE et transformer la culture de la honte en soins bienveillants fondés sur les points forts.
- 6** L'application d'approches d'intervention visant à induire un changement social et comportemental (par exemple, la sensibilisation, le renforcement des systèmes, la prestation de services, la communication dans les médias/les médias sociaux/la presse écrite) contribue à donner plus de résonance aux messages sur les services destinés aux enfants handicapés et à inciter l'adoption de normes sociales positives concernant les handicaps.



© UNISE-UN0059127Milkove



Recommandations

- 1** Intégrer pleinement l'IPE dans le système de santé bulgare (c'est-à-dire dans les protocoles de dépistage, les voies d'orientation), les services communautaires et les programmes de soutien aux familles ;
- 2** Incorporer le modèle d'IPE dans la stratégie nationale de santé ;
- 3** Créer des groupes de travail/conseils consultatifs pour veiller à ce que le modèle soit intégré dans le système de santé comme prévu ;
- 4** Recueillir des données (issues de sources éthiques) pour déterminer l'impact du modèle sur certains résultats intermédiaires (pour les enfants handicapés, leurs parents, les personnes non handicapées, les professionnels de la santé et d'autres) ;
- 5** Continuer à avoir recours au CSC (par exemple, campagnes, contenu en ligne) pour diffuser des messages clés liés à l'amélioration de la vie des enfants vivant avec un handicap et de leurs parents/aidants ;
- 6** Former les enfants handicapés et leurs parents/aidants à la défense de leurs droits et des services ;
- 7** Offrir aux parents/aidants des espaces sûrs pour partager leurs expériences et se sentir soutenus ;
- 8** Mettre en place un mécanisme de retour d'information/recours pour comprendre les échecs du modèle/programme fonctionnent et les aspects à améliorer.



Notes de fin

- 1 La Fondation H&M est une fondation mondiale indépendante à but non lucratif, dont le siège se trouve à Stockholm, en Suède. Elle est financée par la famille Stefan Persson.
- 2 UNICEF Bulgarie, « Data on the children with disabilities in Bulgaria and around the world: How to overcome the challenges », p. 24, <<https://www.unicef.org/bulgaria/en/data-children-disabilities-bulgaria-and-around-world>>.
- 3 UNICEF, « National survey of attitudes and social norms toward children with disabilities and developmental difficulties in Bulgaria: Summary of data », <<https://www.unicef.org/bulgaria/en/media/15211/file>>.
- 4 UNICEF Bulgarie, « Data on the children with disabilities in Bulgaria and around the world: How to overcome the challenges », p. 6, <<https://www.unicef.org/bulgaria/en/data-children-disabilities-bulgaria-and-around-world>>.
- 5 UNICEF Bulgarie, « Data on the children with disabilities in Bulgaria and around the world: How to overcome the challenges », p. 24. <<https://www.unicef.org/bulgaria/en/data-children-disabilities-bulgaria-and-around-world>>.
- 6 La garantie européenne pour l'enfance est une résolution qui permet pour chaque enfant en situation de pauvreté d'avoir accès à des soins de santé gratuits, à une éducation gratuite, à des services de garde d'enfants gratuits, à un logement décent et à une alimentation adéquate, dans le cadre d'un plan européen intégré de lutte contre la pauvreté infantile ; elle recommande en outre pour tous les enfants, un accès à des services de bonne qualité à cette étape cruciale de leur développement (<https://www.unicef.org/bulgaria/en/pilot-testing-eu-child-guarantee-bulgaria>).



L'UNICEF Géorgie apporte son appui à la campagne de lutte contre la stigmatisation des enfants handicapés « See Every Colour »

Principales stratégies de changement social et comportemental (CSC), réalisations et enseignements tirés de l'expérience

Résumé

Entre 2017 et 2020, l'UNICEF Géorgie, en collaboration avec l'USAID et l'UE, a soutenu l'initiative See Every Colour, une intervention sociale et comportementale à l'échelle nationale visant à modifier les attitudes et les croyances néfastes à l'égard des enfants handicapés et à favoriser l'inclusion sociale. Le projet « See Every Colour » a impliqué la participation des communautés à travers des activités telles que la sensibilisation communautaire, une campagne de hashtag et l'engagement d'influenceurs célèbres, des discussions et des débats avec les élèves dans les écoles, et le renforcement de la capacité des enseignants et des agents de santé à répondre aux besoins des enfants handicapés.

Cette campagne #SeeEveryColour a touché plus de 1,4 million de personnes, et a fait évoluer la perception du public et les politiques destinées à aider les enfants en situation de handicap. La capacité de près de 5 000 enseignants, agents de santé, membres de la communauté des jeunes a été renforcée pour promouvoir et soutenir l'inclusion des enfants handicapés. Le bureau de l'UNICEF en Géorgie a fait état d'une réduction à grande échelle de la stigmatisation et de la discrimination à l'égard des personnes handicapées, et d'une meilleure compréhension par le public de l'importance de l'intégration des personnes handicapées.



Contexte

Selon les données de 2022, 128 144 personnes handicapées ont été enregistrées en Géorgie, dont 12 725 enfants. En Géorgie, la prévalence des enfants handicapés est d'environ 1,5 %. Selon les données de l'enquête en grappes à indicateurs multiples (MICS) de 2018, seuls 8 % des enfants du pays présentent des limitations fonctionnelles. En raison d'erreurs de déclaration et de sous-déclaration, ces estimations sont bien inférieures aux estimations mondiales et ne reflètent pas fidèlement la situation des enfants handicapés en Géorgie. Le manque de précision des données rend les enfants handicapés invisibles dans la législation, les politiques et les services nationaux de la Géorgie.^{1,2}

La population géorgienne a tendance à stigmatiser les enfants handicapés. Les résultats de l'enquête quantitative sur le suivi de la protection sociale ont montré qu'en 2015, plus de 40 % de la population stigmatisait les enfants handicapés. Cette discrimination est la conséquence d'un manque de connaissances sur les handicaps, de la peur de la différence, de préjugés culturels négatifs et de stéréotypes liés au handicap. En 2016, une étude sur la stigmatisation des enfants handicapés a montré que la stigmatisation et la discrimination à l'égard des enfants handicapés en Géorgie ont conduit à l'isolement institutionnel, culturel et social de ces enfants, et ont constitué un obstacle majeur à la création d'un environnement favorable dans la société.³ Il est essentiel de lutter contre la stigmatisation et la discrimination pour promouvoir l'abandon des attitudes et pratiques discriminatoires et de promouvoir la création de normes sociales positives afin d'accroître la demande de services de qualité et inclusifs pour les enfants.





Approche stratégique

L'étude de suivi du bien-être de 2015 et l'étude de 2016 sur la stigmatisation ont servi de référence à l'initiative « See Every Colour », une intervention de changement social et comportemental à l'échelle nationale visant à modifier les attitudes et les croyances néfastes et à favoriser l'inclusion sociale des enfants handicapés. Sur la période 2017-2020, l'UNICEF Géorgie, en collaboration avec l'USAID et l'UE, a soutenu des activités au niveau des individus, des familles/pairs, des communautés, des institutions (enseignants, médecins, médias) et des politiques/systèmes (municipalités). Le but était d'éduquer la population sur les handicaps et de dissiper les mythes et les préjugés associés aux enfants handicapés en modélisant des attitudes positives et en créant de l'empathie. Le projet visait également à renforcer l'autonomie des enfants handicapés et de leurs parents en leur offrant une plateforme de mobilisation, à initier des discussions politiques et communautaires et à renforcer les mécanismes des gouvernements locaux et les réseaux communautaires. Les groupes cibles étaient les enfants handicapés et leurs pairs non handicapés, les parents d'enfants handicapés et non handicapés, les groupes professionnels (enseignants et médecins), le grand public et les plateformes médiatiques. Ces personnes ont été engagées en tant qu'agents du changement et ont participé à la planification et à la mise en œuvre de l'initiative.

Le programme « See Every Colour » a impliqué la participation des communautés par les moyens suivants :

- Mobilisation des parents d'enfants handicapés en tant que défenseurs grâce aux opportunités liées à l'initiative de parler aux médias des défis auxquels ils sont confrontés et de discuter de questions connexes via une plateforme en ligne (Parents for Change) ;
- Organisation d'activités de sensibilisation (par exemple, des célébrations dans les villes, des matchs de rugby, des journées de l'UE ou des manifestations sportives) ;
- Organisation de débats et de discussions sur les besoins des personnes handicapées avec des étudiants dans les écoles et les universités ;
- Création et diffusion d'une brochure déconstruisant les mythes et les préjugés

associés aux personnes handicapées, ainsi qu'une bande dessinée illustrant les attitudes positives à l'égard des enfants handicapés ;

- Engagement d'influenceurs célèbres dans une campagne de hashtag en ligne, #SeeEveryColour, comprenant une série d'affiches présentant des célébrités et des influenceurs partageant leurs histoires personnelles sur leurs relations avec les personnes handicapées et leur engagement en faveur de l'inclusion. Par ailleurs, les participants à cette campagne ont organisé des activités sur les médias sociaux et en plein air, ont réalisé des installations artistiques, ont prononcé des discours publics et ont organisé des débats et des concours au niveau municipal ;
- Renforcement de la capacité des professionnels travaillant avec les enfants (par exemple, les enseignants, les professionnels de la santé) à mieux comprendre les besoins des enfants handicapés et à y répondre ;
- Collaboration avec les médias pour partager des histoires positives mettant en valeur les talents des personnes handicapées par le biais d'émissions-débats sur les chaînes de médias nationales et régionales, et dans la presse écrite.





Principales réalisations

- La campagne #SeeEveryColour a permis de toucher plus de 1,4 million de personnes ; elle a ainsi modifié la perception du public et contribué à de réels changements dans les politiques visant à aider les enfants handicapés.
- La capacité de près de 5 000 enseignants, agents de santé, membres de la communauté des jeunes a été renforcée pour promouvoir et soutenir l'inclusion des enfants handicapés.
- Une réduction à grande échelle de la stigmatisation et de la discrimination à l'égard des personnes handicapées.
- Une meilleure compréhension du public et une meilleure pratique de l'importance de l'intégration des personnes handicapées.
- Amélioration de la confiance et de la visibilité des enfants handicapés et de leurs parents.
- Création d'un environnement favorable au niveau municipal pour les services destinés aux personnes handicapées.
- Renforcement de la capacité des professionnels (enseignants et professionnels de santé) à répondre aux besoins des enfants handicapés.
- Création d'un mécanisme institutionnel durable pour défendre les questions liées au handicap.

5,000
ENSEIGNANTS

personnels de santé, membres de la communauté et capacités des jeunes ont été renforcées

#SeeEveryColour
CAMPAGNE

a atteint plus de

1.4 MILLIONS DE
PERSONNES



Enseignements tirés

- 1 L'implication des enfants, des adolescents et des membres de leur famille en tant que « créateurs » de campagnes** et de matériel de communication, plutôt que comme bénéficiaires passifs, permet de garantir le développement de matériel et d'activités pertinents et ciblés, et de leur donner une voix afin qu'ils puissent exiger une plus grande responsabilité de la part des décideurs et des prestataires de services.
- 2 Appliquer une série de stratégies de changement social** pour motiver des changements positifs dans les connaissances, les attitudes et les comportements au niveau des individus, des ménages, des communautés, des institutions et des politiques permet de renforcer les messages clés visant une moindre stigmatisation et l'inclusion des enfants handicapés.
- 3 Fournir une plateforme aux individus et aux groupes pour qu'ils racontent leur histoire est significatif pour le conteur et les auditeurs.** Le programme #SeeEveryColour a donné aux gens l'occasion de partager leur histoire et de motiver les autres à ne pas porter de jugement et à être plus inclusifs.
- 4 Modifier les attitudes négatives demande du temps et de l'investissement.** Un grand nombre de prestataires de services partageaient les mêmes attitudes et croyances négatives à l'égard des enfants handicapés que les communautés locales. Un effort supplémentaire a été nécessaire pour leur faire prendre conscience de leurs propres préjugés et attitudes.
- 5 La collaboration avec les institutions gouvernementales aux niveaux national et local est essentielle pour garantir l'appropriation, la responsabilité et la durabilité des activités et des résultats.** Les politiques, les stratégies et les budgets gouvernementaux doivent tenir compte des changements de comportement individuels et collectifs à l'égard des enfants handicapés.
- 6 La durabilité du changement est assurée au niveau de la communauté.** Il est indispensable de reconnaître que le changement est plus durable s'il est mené par les communautés ; l'investissement dans les communautés devrait être au centre de toute nouvelle initiative axée sur l'intégration des enfants handicapés.



Recommandations

- 1** L'UNICEF poursuit ses efforts de changement social et comportemental « See Every Colour » en mettant l'accent sur la réduction de la stigmatisation des enfants à besoins éducatifs spéciaux et en veillant à offrir à tous les enfants un accès libre et égal à l'éducation formelle et informelle, quels que soient leurs besoins.
- 2** L'UNICEF et des partenaires va continuer à sensibiliser l'opinion quant à l'importance de l'éducation inclusive et à accroître la participation des enfants ayant des besoins spéciaux dans le système éducatif.

Notes de fin

- 1 Fonds des Nations unies pour l'enfance, « Applying social and behaviour change approaches to support the inclusion of children with disabilities: Cases from UNICEF Europe and Central Asia », UNICEF, février 2022, <www.unicef.org/kazakhstan/media/7946/file/Case%20studies%20from%20UNICEF%20Europe%20and%20Central%20Asia:%20Social%20And%20Behaviour%20Change%20Approaches.pdf>.
- 2 Au niveau mondial, l'UNICEF a estimé qu'en septembre 2022, 4,3 % des enfants âgés de 0 à 4 ans, 12,5 % des enfants âgés de 5 à 17 ans et 10,1 % des enfants âgés de 0 à 17 ans souffraient de handicaps modérés à graves, à partir des enquêtes réalisées auprès des ménages concernant l'état fonctionnel des enfants (<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9554924/>).
- 3 Fonds des Nations unies pour l'enfance, « Applying social and behaviour change approaches to support the inclusion of children with disabilities: Cases from UNICEF Europe and Central Asia », UNICEF, février 2022, <www.unicef.org/kazakhstan/media/7946/file/Case%20studies%20from%20UNICEF%20Europe%20and%20Central%20Asia:%20Social%20And%20Behaviour%20Change%20Approaches.pdf>.



La campagne OPS! de l'antenne nationale de l'UNICEF ECARO Italie vise à changer le narratif des préjugés raciaux à l'encontre des migrants et des réfugiés

Principales stratégies de changement social et comportemental (CSC), réalisations et enseignements tirés de l'expérience

Résumé



Dates de l'activité

Juillet 2021 à mars 2022 (Phase 1)

Juillet 2022 à mars 2023 (Phase 2)



Durée de l'activité

Neuf mois

Neuf mois



Budget

47 000 USD

63 000 USD

En juillet 2021, l'antenne nationale ECARO de l'UNICEF en Italie a démarré la campagne « OPS! Your Opinion, Beyond Any Prejudice, Against Stereotypes » (Votre opinion, au-delà de tout préjugé, contre les stéréotypes) pour encourager les jeunes à lutter contre les préjugés raciaux inconscients et à changer le discours sur la migration en Italie. Cette campagne avait pour but d'aider à identifier, déconstruire et corriger les préjugés et stéréotypes inconscients qui créent des tensions dans les communautés d'accueil italiennes. Pendant la première phase de la campagne, jusqu'en mars 2022, la créativité numérique, l'engagement dans les médias

sociaux, la plateforme « U-Report on the Move » et l'intelligence artificielle (IA) ont favorisé la compréhension mutuelle, la connexion et le soutien entre les jeunes réfugiés et migrants en Italie et leur population d'accueil. Lors de la deuxième phase de la campagne, un cours de renforcement des compétences pour les jeunes activistes (OPS! Academy) et d'autres activités de sensibilisation ont été ajoutés. Les deux phases de la campagne ont permis de toucher plus de 2,25 millions de jeunes par des opinions, des messages et des propositions visant à démystifier les préjugés raciaux, formulés par et pour les jeunes.

Pendant de nombreuses années, la route de la Méditerranée centrale, qui relie les pays de la rive sud à l'Italie, et la route des Balkans occidentaux ont été les principales voies de migration vers l'Europe. Depuis 2014, on estime que plus de 100 000 enfants non accompagnés et séparés de leur famille sont arrivés en Italie par la mer. Après la guerre en Ukraine, plus de 170 000 réfugiés sont arrivés en Italie, dont plus de 50 000 enfants.¹ Au cours de l'année 2016, l'UNICEF, en collaboration avec le gouvernement italien et les parties prenantes nationales concernées, a commencé à mettre en œuvre en Italie un programme visant à assurer la protection et l'inclusion sociale des enfants et des familles de migrants et de réfugiés.

En réponse à la crise des migrants et des réfugiés en Italie, l'UNICEF a notamment soutenu les opérations de recherche et de sauvetage des garde-côtes, veillé au respect de normes minimales dans les centres d'accueil et créé un pool de tuteurs et de familles d'accueil afin d'organiser une prise en charge alternative des enfants. La plate-forme en ligne « U-Report on The Move » a été lancée en avril 2017 en Sicile dans le cadre du soutien de la réponse ONE UNICEF à la protection, aux soins, au développement et à l'inclusion sociale des enfants migrants et réfugiés en Italie.² Selon un sondage réalisé par l'UNICEF sur la plateforme « U-Report on the Move » en juin 2021, environ 80 % des jeunes migrants et réfugiés en Italie ont subi des préjugés ou en ont été témoins. Pas moins de 42 % pensent que les ressortissants italiens considèrent les migrants ou les réfugiés

comme des criminels ; certains jeunes interrogés pensent que les Italiens croient que les migrants et les réfugiés ont un faible niveau d'éducation. Parmi les personnes interrogées, 62 % ont déclaré que les préjugés qu'elles subissaient étaient dus à la couleur de leur peau, 12 % à la langue et 10 % à leur pauvreté. En réponse au sondage, les jeunes ont déclaré qu'ils se sentaient tristes, en colère, seuls ou effrayés à cause des préjugés dont ils ont été victimes.³

Par ailleurs, une analyse des sentiments sur les médias sociaux concernant les attitudes des jeunes Italiens à l'égard de la migration et du racisme, commandée par l'UNICEF au cours de la même période, a montré que la plupart des jeunes vivant en Italie ont une perception différente de la situation et peinent à reconnaître l'existence du racisme.

Dès le début de l'année 2023, l'UNICEF a coopéré avec le Département des migrations et des affaires intérieures (HOME) de la Commission européenne dans le cadre du projet PROTECT, un programme de deux ans visant à renforcer la protection des enfants migrants et réfugiés en Italie. Le projet a pour objectif de fournir un accès à l'information, de renforcer les compétences et de favoriser les interventions d'inclusion en faveur des enfants migrants et réfugiés, des jeunes en transition vers l'âge adulte, des femmes et des familles dès leur arrivée en Italie. Les régions géographiques spécifiques pour l'intervention d'urgence sont la Sicile (y compris Lampedusa), la Calabre, les Pouilles, le Latium et le Frioul-Vénétie Julienne.





Approche stratégique

En juillet 2021, l'antenne nationale ECARO de l'UNICEF en Italie a démarré la campagne « OPS! Your Opinion, Beyond Any Prejudice, Against Stereotypes » (Votre opinion, au-delà de tout préjugé, contre les stéréotypes) pour encourager les jeunes à lutter contre les préjugés raciaux inconscients et à changer le discours sur la migration en Italie.⁴ Cette campagne porte le nom de « OPS! », qui a une double signification : il s'agit à la fois d'un acronyme et du mot que les gens prononcent lorsqu'ils reconnaissent avoir commis une erreur. Elle a été conçue par des jeunes pour des jeunes. Elle avait pour but d'aider à identifier, déconstruire et corriger les préjugés et stéréotypes inconscients qui créent des tensions au sein des communautés d'accueil italiennes.

Pendant la première phase de la campagne, (jusqu'en mars 2022) la créativité numérique, l'engagement dans les médias sociaux, la plateforme U-Report on the Move et l'intelligence artificielle (IA) ont été utilisés pour favoriser la compréhension mutuelle, la connexion et le soutien entre les jeunes réfugiés et migrants en Italie et leur population d'accueil. Un concours en ligne a été organisé pour encourager les jeunes qui étaient réfugiés et ceux issus de l'immigration à partager leurs expériences de migrants et de réfugiés par le biais de photos, de vidéos, d'illustrations, de chansons et/ou d'articles. Parmi les participants, douze ont été sélectionnés pour s'inscrire à une série de cours de renforcement des compétences entre pairs afin de les aider à peaufiner leur travail artistique. La formation a été créée en partenariat avec des entités du secteur privé reconnues au niveau national, telles que l'Institut européen de design (European Institute of Design, IED), la maison d'édition People Pub et le Saint Louis College of Music. Un événement public a été organisé avec le soutien de l'UNICEF pour présenter les créations finales et remettre les prix aux gagnants du concours.

Parallèlement au concours et aux cours, 68 lycéens et leurs enseignants ont participé à l'essai et à la diffusion d'une application en ligne créée en collaboration avec la société privée AmmaGamma. Cette application utilise l'intelligence artificielle pour offrir aux classes une expérience de jeu en groupe où ils apprennent

à connaître leurs préjugés inconscients et à les surmonter.

La deuxième phase de la campagne, « OPS! We Did it Again », a démarré en juillet 2022 et a adopté une approche intersectionnelle, en mettant l'accent sur la race, le genre et l'orientation sexuelle. Les activités comprennent un cours de renforcement des compétences pour les jeunes militants (OPS! Academy), une formation sur la maîtrise des médias sociaux et d'autres activités de sensibilisation aux préjugés inconscients. La formation a été créée en partenariat avec des représentants de huit organisations de la société civile. L'application en ligne développée conjointement avec AmmaGamma a été mise à jour pour tenir compte des préjugés sexistes et a été testée auprès de lycéens dans trois villes italiennes : Naples, Pistoia et Milan. La création et la publication de contenus de sensibilisation aux préjugés inconscients et à la discrimination intersectionnelle sur Instagram et TikTok ont été confiées à de jeunes influenceurs des médias sociaux. Le point culminant de la deuxième phase a été l'Activate Talk OPS!, un panel virtuel sur la discrimination sur la chaîne U-Report On-the-Move, organisé à l'occasion de la Journée internationale pour l'élimination de la discrimination raciale. Cette table ronde, à laquelle participaient de jeunes influenceurs, des experts de l'UNICEF et des décideurs politiques, a été organisée en partenariat avec l'Office national de lutte contre la discrimination raciale (UNAR).



© UNICEF/UN63413

Pour améliorer la composante en ligne de la campagne OPS!, l'équipe U-Report On-the-Move a répertorié et contacté les centres d'accueil italiens afin de promouvoir les activités OPS! pour les enfants demandeurs d'asile non accompagnés (UASC), les migrants et les réfugiés. Deux agents de mobilisation sociale ont mené des activités en personne dans les centres pour promouvoir OPS! Un coordinateur a été désigné dans chaque centre d'accueil et relié au bureau de l'UNICEF en Italie afin d'assurer la

communication entre toutes les parties travaillant directement avec cette population d'adolescents et de jeunes et la campagne OPS!

Pour améliorer la communication avec le personnel des centres d'accueil, une section spéciale a été créée sur la plateforme U-Report, où les employés ont pu recevoir des informations et faire des suggestions pour améliorer OPS! et contribuer à des enquêtes ad hoc.



Principales réalisations

- Durant la première phase de la campagne OPS!, 1,17 million de jeunes ont fait part de leurs opinions, messages et propositions pour lutter contre la discrimination raciale, avec un taux d'engagement d'environ 180 000 jeunes utilisateurs. Au cours de la deuxième phase, 1,09 million de jeunes ont formulé des avis, des messages et des propositions pour lutter contre la discrimination fondée sur la race, le sexe et/ou l'orientation sexuelle, en participant aux activités de la campagne, avec un taux d'engagement de 60 000 jeunes.
- Grâce à l'application web de l'IA, plus de 200 lycéens et neuf enseignants ont été formés à l'identification des préjugés inconscients et des récits de discrimination, et 170 étudiants ont pris part à l'organisation de deux expositions sur le sujet.
- Au cours des deux phases de la campagne, 44 jeunes, dont 16 issus de l'immigration, ont été formés et soutenus pour utiliser leurs compétences créatives et divers canaux de communication afin de sensibiliser le public aux préjugés inconscients et aux récits de discrimination. La formation a été rendue possible par une collaboration avec neuf OSC, quatre entités du secteur privé et neuf influenceurs professionnels des médias sociaux.

200
LYCÉENS

formé par l'IA
application web

170
ÉTUDIANTS

a participé à
l'organisation de deux
expositions

1,09 MILLION
DE JEUNES

sensibilisé dans le cadre de la
deuxième phase



Enseignements tirés et recommandations

- 1 Il est essentiel de disposer de données ventilées par âge tirées de la littérature pour établir et suivre les données comportementales axées sur les jeunes.** Au moment de la planification de la campagne OPS!, la plupart des recherches sur les attitudes des Italiens à l'égard des migrants et des réfugiés ne contenaient pas de données ventilées par âge permettant d'appréhender les attitudes des enfants et des jeunes. Pour remédier à ce problème, l'antenne nationale ECARO de l'UNICEF en Italie a commandé une analyse des sentiments sur le sujet dans les médias sociaux et a lancé une enquête par le biais de la plateforme U-Report on the Move spécifiquement pour les jeunes issus de l'immigration ou qui étaient à l'origine des réfugiés. L'antenne de l'UNICEF en Italie réalisera une étude plus complète sur les attitudes des jeunes à l'égard des migrants et des réfugiés en s'appuyant sur les outils et le réseau mis en place au cours des phases précédentes de la campagne OPS!
- 2 Toujours prendre en compte la nécessité de former et de guider les partenaires potentiels.** En Italie, la campagne OPS! a été menée en partenariat avec diverses entreprises du secteur privé, des agences de communication et des établissements d'enseignement. Parmi ces partenaires, certains n'avaient reçu aucune formation préalable sur la diversité et l'inclusion, ce qui a obligé l'équipe de l'UNICEF à dispenser une formation intensive pour garantir la bonne mise en œuvre des activités de la campagne. Pour sélectionner les partenaires, il convient de tenir compte de leurs connaissances et de leur expérience en matière de diversité et d'inclusion, et de prévoir des activités visant à combler les éventuelles lacunes en matière de connaissances.
- 3 Sélectionner les bons témoignages en donnant la priorité à la qualité des messages et à l'image de marque de l'influenceur.** Les principaux publics cibles de la campagne OPS! étant les adolescents et les jeunes, la collaboration avec les influenceurs italiens des médias sociaux a été jugée essentielle pour assurer une diffusion maximale auprès de ces publics. Une analyse des sentiments a révélé que les adolescents et les jeunes utilisateurs d'Instagram accordent une grande importance au message clé de tout contenu Instagram, ainsi qu'à l'identité et à la marque de son auteur. Les jeunes sont ainsi prédisposés aux messages et aux marques, ce qui suggère que la sélection des influenceurs devrait être basée sur l'historique des contenus publiés, plutôt que sur le seul nombre d'adeptes.
- 4 Pour optimiser la participation, les initiatives en ligne doivent être intégrées aux activités en face à face, en particulier dans le travail avec des enfants demandeurs d'asile non accompagnés (UASC) et des jeunes issus de lieux et de milieux différents.** U-Report On-the-Move est une plateforme qui cible spécifiquement les enfants non accompagnés et séparés, les adolescents, les jeunes migrants et les réfugiés vivant en Italie. Grâce à cette plateforme, l'équipe de l'antenne nationale ECARO de l'UNICEF en Italie peut mobiliser à distance le groupe cible, recueillir des opinions sur différents sujets et promouvoir les initiatives OPS! Pour une meilleure optimisation, cette mobilisation doit être associée à des initiatives en face-à-face. Les deux agents de mobilisation sociale qui se sont rendus en personne dans les centres d'accueil ont joué un rôle clé dans la participation directe avec le personnel des centres et les visiteurs et dans la promotion des activités d'OPS!.
- 5 La participation du groupe cible doit être entretenue et maintenue dans le temps afin d'éviter les abandons.** Les UASC et les jeunes migrants et réfugiés prenant part aux activités de la campagne OPS! vivent dans différentes régions d'Italie, ce qui accroît le risque de désengagement des activités pendant la durée de vie du programme. Des activités de renforcement de l'esprit d'équipe doivent être intégrées de manière cohérente et une communication régulière avec les participants doit être assurée.
- 6 La participation de jeunes nés dans le pays en tant que co-animateurs des activités est un clé du succès.** Les adolescents italiens co-animateurs des activités OPS! ont contribué à améliorer les liens avec les adolescents et les jeunes migrants et réfugiés. Les échanges d'expériences et d'idées ont permis de faire évoluer les mentalités des Italiens et des nouveaux arrivants en Italie sur la place des enfants non accompagnés, des migrants et des réfugiés en Italie.

Notes de fin

- 1 UNICEF Europe et Asie centrale, « UNICEF Emergency response in Italy: Italy supporting refugee and migrant families and children », <www.unicef.org/eca/unicef-emergency-response-italy>.
- 2 U-Report on the Move est une communauté numérique de l'UNICEF qui permet aux jeunes migrants et réfugiés de s'exprimer sur les enjeux qui les touchent, de répondre à des sondages, de participer à des concours et de prendre part à des manifestations locales, nationales et internationales. Pour s'inscrire, ils envoient un message sur Facebook Messenger, Telegram ou WhatsApp.
- 3 ANSA, « UNICEF: Eight out of ten migrants in Italy victims of prejudice », 23 juin 2021, <www.infomigrants.net/fr/post/33150/unicef-eight-out-of-ten-migrants-in-italy-victims-of-prejudice>.
- 4 Pour plus d'informations, voir : <https://www.unicef.it/minori-migranti-rifugiati/inclusione-partecipazione/campagna-ops/>.



L'UNICEF Niger contribue à renforcer l'engagement communautaire en utilisant l'approche *Niyya Da Alkawali*

Principales stratégies de changement social et comportemental (CSC), réalisations et enseignements tirés de l'expérience

Résumé



Dates de l'activité

De mars 2021 à
décembre 2022



Durée de l'activité

22 mois



Budget

1 744 797 USD

Niyya Da Alkawali (également appelé INDA) est une approche participative communautaire intégrée reposant sur 16 normes d'engagement communautaire de qualité. Cette approche a été appliquée dans quatre régions du Niger pour renforcer les capacités des communautés dans l'élaboration des plans d'action, en vue d'améliorer la qualité et la durabilité des efforts d'engagement communautaire. L'objectif général de la mise en œuvre de l'INDA était de renforcer la résilience des ménages et des communautés. Environ 2 228 membres de la communauté ont été formés à l'utilisation des outils INDA pour l'élaboration de plans d'action communautaires participatifs. Près de 300

plans d'action communautaires multisectoriels ont été élaborés et mis en œuvre dans les villages. Les villages appuyés par l'INDA ont pu démontrer leur capacité à gérer des projets, ce qui leur a permis d'organiser des activités telles que la lutte contre l'ensablement par pulvérisation dans les villages de la commune de Mainé Soroa et la construction de salles de classe dans le village de Guidan Oumarou dans la commune de Kornaka. Plusieurs séances de sensibilisation ont été organisées en vue de promouvoir la cohésion sociale et la cohabitation pacifique dans les villages de Baderi, Kateillari et Soukoudou dans la commune de Mainé Soroa.



Contexte

Le Niger possède l'une des populations les plus jeunes et à la croissance la plus rapide au monde. Le pays est touché par des situations d'urgence chroniques, récurrentes et soudaines, que viennent aggraver des vulnérabilités multidimensionnelles, des chocs climatiques et des déplacements de population. En 2010, le gouvernement du Niger a accordé la priorité à l'auto-gouvernance locale pour soutenir la fourniture de bons services de base, favoriser la cohésion sociale et promouvoir le développement socio-économique. La décentralisation en tant que principe d'organisation a été inscrite dans la constitution du pays. Cependant, de nombreuses autorités locales ne disposaient pas des ressources financières, des ressources humaines ou des compétences en gestion nécessaires pour gérer correctement les activités de développement (par exemple, les projets WASH, de nutrition ou d'éducation, les services de santé). Ainsi, les villages et les régions ne sont souvent pas en mesure d'assurer la fourniture de services publics efficaces et efficients, ce qui entraîne la méfiance des citoyens à l'égard des représentants locaux.

© UNICEF/UNI329723/Haro





Approche stratégique

L'UNICEF Niger a mis l'accent sur le renforcement des capacités des autorités locales dans le cadre des efforts de décentralisation et des approches communautaires intégrées. L'INDA a été mise en œuvre dans 13 communes de quatre régions (Tahoua, Zinder, Diffa et Maradi), et facilitée par 52 ONG nationales sous la direction des autorités administratives et municipales locales. Cette approche a été employée pour créer des réseaux de groupes communautaires au sein d'un village. Les porte-parole des groupes communautaires ont été réunis pour former un *Wakilan Gari* (« comité de village »), qui a servi de passerelle pour toutes les actions de développement et d'urgence du village. Les membres du *Wakilan Gari* ont travaillé bénévolement.

Chaque municipalité a collaboré avec une ONG locale pour organiser des ateliers visant à renforcer les capacités de 2 228 membres du *Wakilan Gari* dans le leadership du cycle de développement des projets locaux et le transfert de leurs connaissances et leur expertise aux bénévoles de leurs villages. Quinze chefs traditionnels ont également été formés pour accompagner la mise en œuvre de l'INDA. Deux mille cent quarante-huit jeunes faisant partie du *Wakilan Gari* ont également été formés aux approches d'engagement communautaire. L'UNICEF Niger a soutenu le développement de modules de formation et de documentation pour l'initiative Niyya Da Alkawali (par exemple, des outils pour la planification participative).

Soixante-cinq membres du personnel de 52 ONG locales ont bénéficié d'un renforcement des capacités en matière d'approches participatives communautaires. Le guide de formation sur l'INDA utilisé par les animateurs pour renforcer les capacités de gestion et de maintien des opérations communautaires a été adapté au contexte nigérien, par exemple en incluant des proverbes locaux pour aider à expliquer les normes d'engagement communautaire. Les ONG ont organisé des visites de contrôle sur le terrain pour soutenir les communautés.

Les membres *Wakilan Gari* ont réalisé des diagnostics communautaires, une planification participative inclusive et ont soutenu le cycle de développement local pour le projet communautaire. Les opérations communautaires ont été adaptées pour répondre aux besoins des communautés dans les zones de conflit qui sont sujettes aux attaques (par exemple Diffa).

En décembre 2022, un module de formation en ligne comprenant les étapes de la mise en œuvre de l'approche communautaire intégrée et les normes fondamentales d'un engagement communautaire de qualité pour les membres des comités de village et les plateformes d'engagement communautaire a été développé en six langues (français, haoussa, kanouri, tamashek, peul et toubou) et diffusé à l'aide de la technologie de réponse vocale interactive (RVI).





Principales réalisations

- Depuis 2021, le programme de renforcement de l'engagement communautaire Niyya Da Alkawali a été mis en œuvre dans le cadre d'un partenariat avec 13 ONG sélectionnées (encadrées par une ONG nationale) et de 13 accords tripartites conclus entre des ONG et des municipalités. Les partenariats ont permis la mise en place et la formation de 942 plateformes villageoises et de 948 comités de village (*Wakilan gari*).
- Tous les 948 comités de village ont élaboré des plans d'action. Les plans d'action mis en œuvre comprennent l'aspersion pour lutter contre l'ensablement dans plusieurs villages de la commune de Mainé Soroa (Doumawa, Konkondou, N'gabidare, Chankol, Bacha, Baderi et Katiellari), et la construction de salles de classe dans le village de Guidan Oumarou (commune de Kornaka). Plusieurs séances de sensibilisation ont été organisées pour promouvoir la cohésion sociale et la cohabitation pacifique dans les villages de Baderi, Kateillari et Soukoudou dans la commune de Mainé Soroa.
- Quarante-deux missions de suivi des ONG locales et des comités de villages ont été effectuées par les ONG afin de galvaniser ces groupes communautaires de base

pour qu'ils coordonnent et mènent des activités. Cette approche a permis aux municipalités de bénéficier d'un programme participatif pertinent et de s'approprier réellement les responsabilités en matière de développement communautaire qui leur ont été confiées dans le cadre de la réforme de la décentralisation au Niger.

948 COMITÉS DE VILLAGES

ont élaboré des plans d'action

42 MISSIONS DE SUIVI

des ONG locales et des comités de village ont été réalisées

65 PERSONNEL

de

52 ONG LOCALES

ont bénéficié d'un renforcement des capacités en matière d'approches participatives communautaires





Enseignements tirés

- 1 Il est essentiel de donner une voix aux personnes vulnérables :** L'INDA a contribué au renforcement de la résilience en rendant disponible des ressources humaines et sociales et des structures communautaires. L'application de normes et de règles d'engagement communautaire a permis de faire entendre la voix des plus vulnérables. La légitimité, la représentativité et l'efficacité du leadership communautaire ont permis d'obtenir des résultats au cours de cette première phase du projet pilote Niyya Da Alkawali. INDA/ACPI a permis de sensibiliser les communautés à l'importance de l'analyse collective de leur propre situation et de leur capacité à résoudre nombre de leurs problèmes par la mise en œuvre d'initiatives endogènes.
- 2 L'amélioration de l'estime de soi au sein de la communauté est essentielle à la réussite :** Cette approche a favorisé l'estime de soi et la confiance en soi pour permettre aux communautés d'avoir la maîtrise de leur propre vie. Les dialogues, l'accompagnement et le soutien par les pairs ont permis aux communautés locales de mieux diagnostiquer et hiérarchiser leurs problèmes, et de planifier le changement.
- 3 L'adaptation des normes fondamentales aux cultures locales motive l'appropriation :** L'adaptation des normes fondamentales pour un engagement communautaire de qualité aux cultures locales (par exemple, en utilisant des proverbes locaux) a facilité l'appropriation par la communauté.
- 4 L'engagement des dirigeants est essentiel :** L'engagement de certains maires des 13 communes sélectionnées, qui ont reconnu la valeur ajoutée de l'approche, a permis une planification en partant de la base et une meilleure représentation des villages.
- 5 La coordination et le partage des informations permettent une mise en œuvre plus efficace :** La mise en place d'un système régional de coordination et d'échange d'informations avec les ONG chargées de la mise en œuvre et les acteurs du développement et des situations d'urgence a été essentielle pour la réalisation des activités.
- 6 Améliorer l'intégration des activités communautaires :** La meilleure intégration des systèmes communautaires d'alerte précoce et de réponse aux urgences, des comités de sécurité alimentaire, des comités de nutrition, des comités d'éducation et des comités de protection de l'enfance à la liste des membres des comités de village a permis de répondre aux intérêts de la communauté de façon plus adéquate et globale, grâce à une programmation intersectorielle et à des liens avec les systèmes, les programmes et les politiques nationaux et le gouvernement.

© UNICEF/UN07374/Tremeau





Recommandations

- 1** Soutenir le développement du programme national de renforcement de l'engagement communautaire et des citoyens (PRCC) par le ministère de l'Aménagement du Territoire et du Développement Communautaire.
- 2** Intégrer le modèle communautaire *Niya Da Alkawali* (y compris les plans de développement communaux) dans le schéma de décentralisation (systèmes, programmes et gouvernance) à l'échelle nationale, régionale et locale.
- 3** Établir un cadre institutionnel et des plateformes de coordination aux niveaux national, régional et communal du PRCC.
- 4** Créer un partenariat avec l'Association nationale des chefs traditionnels afin de soutenir la diffusion coordonnée d'un mouvement social pour le changement des normes sociales et de genre.
- 5** Renforcer les systèmes communautaires et la mise en œuvre de politiques publiques favorables à l'engagement communautaire à travers l'Agence Nationale des Volontaires du Développement (ANVD) du Niger.
- 6** Organiser des réunions communautaires quadripartites entre les différents acteurs impliqués dans la mise en œuvre de l'INDA (par exemple le *Wakilan Gari*, les ONG, les agents et relais de santé communautaires, les représentants des services techniques au niveau local) pour suivre l'avancement du plan d'action.
- 7** Renforcer les capacités des comités de village afin d'améliorer leurs techniques de communication et de mettre en place un cadre de responsabilité inclusif pour les réunions organisées par les municipalités afin de recueillir les plaintes, de fournir des commentaires et de mettre à profit les enseignements tirés de l'expérience.



© UNICEF/UNI329721/Haro

L'UNICEF Liban lutte contre la stigmatisation des personnes handicapées

Principales stratégies de changement social et comportemental (CSC), réalisations et enseignements tirés de l'expérience

Résumé



Dates de l'activité
2019 à présent



Durée de l'activité
3,5 ans



Budget
2,5 millions de dollars US

En 2021, le bureau de pays de l'UNICEF Liban a soutenu une approche révisée de l'inclusion du handicap qui encourageait les organisations spécialisées dans le handicap à établir des réseaux avec les écoles publiques et privées et les organisations consacrés à l'éducation non formelle. Cette approche a permis aux enfants qui présentent des handicaps modérés d'être partiellement ou totalement intégrés dans l'apprentissage inclusif, tout en continuant à bénéficier de services de réadaptation au sein de l'organisation spécialisée dans les handicaps. L'un des effets immédiats de la nouvelle stratégie adaptée en matière de handicap est qu'en janvier 2022, au moins 53 des 486 enfants handicapés (EH) ayant des handicaps sévères ou modérés étaient pleinement intégrés dans l'éducation inclusive formelle et non formelle, tout en continuant à bénéficier des services de

réadaptation de la part d'organismes spécialisés. Environ 250 000 personnes ont reçu des messages sur l'inclusion grâce à des activités de changement social et comportemental soutenues par l'UNICEF Liban et mises en œuvre par des organisations partenaires.

En 2017, 75 % des personnes interrogées au Liban pensaient que les enfants atteints de déficience intellectuelle ne devraient pas être intégrés dans la société (25 % pour les déficiences physiques). Le changement de comportement et d'attitude sous-jacent a donc été considéré comme une étape nécessaire pour créer un environnement favorable aux personnes handicapées. En 2018, l'UNICEF a élaboré une stratégie de communication pour le changement social et comportemental (CCSC) qui repose sur le modèle socio-écologique et

qui dote les principales parties prenantes d'outils essentiels pour promouvoir des attitudes et des comportements positifs en matière d'inclusion. Chaque partenariat en matière d'éducation qui fournit des services aux enfants handicapés (EH) dispose d'une composante de changement social et comportemental (CSC). Depuis 2019, les partenaires du milieu éducatif élaborent et mettent en œuvre des plans de CSC, ce qui a permis de transformer la stratégie CCSC en un CSC grâce à l'ajout d'un cadre conceptuel. En 2022, plus de 100 initiatives de CSC ont été menées dans tout le pays en collaboration avec 132 entités locales, impliquant plus de 9 000 personnes à l'inclusion des personnes

handicapées. Les initiatives du CSC sont de nature diverse et s'adressent à tous les niveaux du modèle socio-écologique (MSE), impliquant les enfants handicapés eux-mêmes, leurs parents et leurs pairs, les prestataires de services, les communautés, les autorités locales, etc. Une évaluation quantitative avant et après des initiatives de CSC a montré une augmentation des attitudes positives à l'égard de l'inclusion chez les enfants non handicapés et les aidants familiaux d'enfants handicapés et non handicapés. Les outils d'évaluation qualitative ont également permis d'observer des changements dans les connaissances, les attitudes et les comportements.



Contexte

L'UNICEF est convaincu que les enfants handicapés ont le droit d'être intégrés dans la société et de bénéficier d'une éducation inclusive de qualité. Le bureau de pays de l'UNICEF Liban (LCO) s'est engagé dans son document de programme de pays à intégrer les besoins des enfants et des jeunes handicapés (EH) dans les résultats du programme. L'objectif principal était de s'assurer que les obstacles à l'inclusion des EH dans la société étaient levés et que les EH bénéficiaient d'un accès équitable aux services et besoins de base. En 2017, le LCO a établi un partenariat avec cinq organisations spécialisées dans le handicap qui fournissent des services de réadaptation, d'éducation spécialisée et d'engagement parental à 400 enfants réfugiés présentant des handicaps modérés ou sévères. Pour les enfants ayant des handicaps plus légers, le bureau de l'UNICEF Liban a travaillé avec des partenaires de l'éducation non formelle pour garantir l'inclusion des EH dans l'éducation non formelle, et avec le ministère de l'éducation et de l'enseignement supérieur (MEES) pour accroître l'accessibilité des EH dans les écoles publiques par le biais des écoles pilotes inclusives du MEES.¹ En 2021, l'UNICEF a modifié son approche de l'inclusion du handicap avec le concours des organisations spécialisées dans le handicap en mettant en œuvre des modalités plus inclusives. L'objectif de la nouvelle stratégie est d'améliorer l'accès à l'apprentissage inclusif pour les enfants présentant des handicaps modérés. Tout au long du processus, le changement de comportement

et d'attitude a été considéré comme une étape nécessaire pour créer un environnement favorable pour les personnes handicapées. Par conséquent, chaque partenariat sur l'inclusion des personnes handicapées comportait une composante CSC.



© UNICEF2023/Fouad-Choufany/Liban



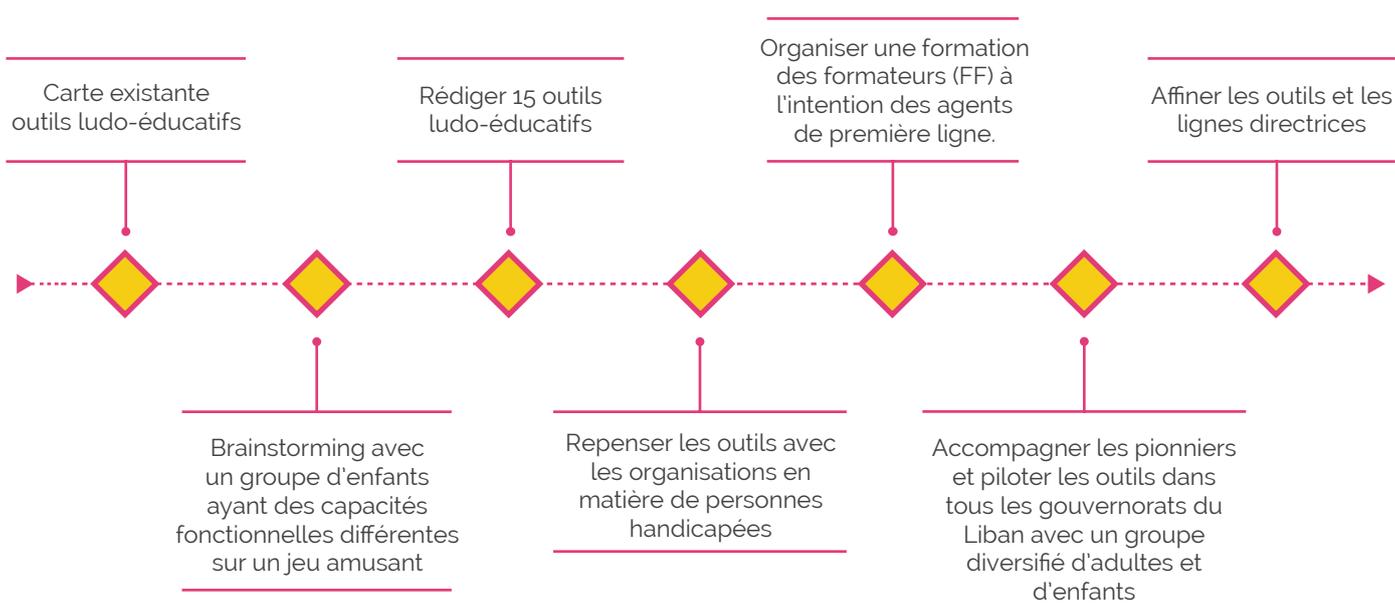
Approche stratégique

L'engagement communautaire : En 2022, tous les partenaires ont été formés au programme d'engagement communautaire (EC) et ont été accompagnés dans l'élaboration de plans communautaires. Les partenaires ont ensuite impliqué les membres de la communauté dans l'identification des problèmes et dans l'utilisation des ressources disponibles pour planifier et mettre en œuvre des solutions sur l'inclusion des personnes handicapées. Les initiatives menées comprennent l'aménagement d'un jardin inclusif et la construction d'un chemin menant à l'une des plus grandes plages publiques du Liban. Les partenaires commencent généralement par l'EC et utilisent les plans communautaires comme feuille de route pour concevoir et mettre en œuvre le renforcement des capacités, la mobilisation sociale et l'éducation. Plusieurs des problèmes identifiés par les membres de la communauté et mis en évidence dans l'engagement communautaire comprennent le manque de capacité des institutions locales à inclure les EH, ce qui limite l'inclusion sociale de ces derniers. Par conséquent, en employant une approche ascendante, les partenaires assurent le renforcement des capacités des institutions locales telles que les centres de développement social, les centres de loisirs, les clubs de sport et d'été, les clubs de théâtre, les scouts, etc. afin qu'elles soient en mesure d'être

inclusives dans le service qu'elles offrent. Les partenaires orientent les enfants handicapés vers ces services et accompagnent les prestataires de services. Il en résulte une inclusion sociale positive continue et à long terme de des enfants handicapés.

Mobilisation sociale : Faire de l'inclusion l'affaire de tous est essentiel pour le CSC. C'est pourquoi les partenaires mènent différentes initiatives de mobilisation sociale, par exemple en rassemblant les gens pour organiser une parade dans les rues, en organisant un concours inter-universitaire sur la meilleure vidéo pour l'inclusion et en formant des bénévoles de la communauté et des universités à la mise en œuvre conjointe d'activités au sein de la communauté.

Ludo-éducatif : Pour s'écarter des séances de sensibilisation traditionnelles, des formats d'éducation et de divertissement sont utilisés pour impliquer la communauté dans des activités d'intégration créatives et amusantes, augmentant la sensibilisation et les interactions d'intégration d'une manière progressive, naturelle et subtile. Ces types d'activités sont rares, c'est pourquoi l'UNICEF a mis au point 15 outils ludo-éducatifs à l'usage des agents de première ligne. Un guide est en cours de finalisation et le processus participatif s'est déroulé comme suit :





Principales réalisations²

Une évaluation quantitative avant et après des initiatives de CSC a montré une augmentation des attitudes positives à l'égard de l'inclusion chez les enfants non handicapés et les aidants familiaux d'enfants handicapés et non handicapés. C'est devenu un outil de suivi standard sous la forme d'un test avant et après sur KOBO que tous les partenaires utilisent dans chacune de leurs activités. Ces données sont directement intégrées à deux indicateurs d'attitude dans le plan de suivi du programme régional de lutte contre la pauvreté. Seize outils ludo-éducatifs innovants et inclusifs ont été mis au point et peuvent être utilisés par les agents de première ligne pour promouvoir des attitudes positives à l'égard de l'inclusion des personnes handicapées. L'outil de suivi et d'évaluation des changements les plus significatifs a été testé et permet de cerner les changements importants en matière de connaissances, d'attitudes et de pratiques. Le troisième niveau de sélection se situe au niveau de la communauté, et ce n'est qu'à la fin du programme que toutes les histoires sélectionnées par le deuxième niveau sont renvoyées à la communauté pour qu'elle choisisse le récit qu'elle a jugé le plus marquant.



© UNICEF2023/Fouad-Choufany/Liban

250,000

Personnes ayant reçu des messages sur l'inclusion



Enfin, j'ai vu mon fils heureux grâce à cette activité qui lui a offert une opportunité de se sentir valorisé et de jouer un rôle crucial dans sa vie.



- Mère libanaise de Beddawi



Les séances et les conseils que nous avons reçus m'ont donné la force nécessaire pour mettre un terme aux brimades.



-Femme palestinienne de 44 ans vivant à Saïda



Enseignements tirés

- 1** Tous les partenaires ne sont pas prêts à mettre en œuvre le CSC pour l'inclusion des personnes handicapées. Ils doivent montrer leur engagement et leur intérêt pour le CSC. Ensuite, une formation est nécessaire.
- 2** Des ressources et des conseils sont nécessaires. Le programme d'EC et la formation ont été très utiles car ils ont rendu uniforme notre compréhension du processus d'EC. Le modèle uniformisé a également été très utile.
- 3** Des directives uniformisées pour les opérations clés étaient nécessaires et ont fourni aux partenaires des options pour les activités de CSC. Toutefois, nous devons laisser aux partenaires la possibilité d'innover et de procéder à des essais pilotes.
- 4** Les essais et les erreurs à petite échelle sont acceptables.



Recommandations

- 1** Poursuivre la mise en œuvre et le renforcement du CSC pour l'inclusion des personnes handicapées.
- 2** Veiller à ce que le réseau de partenaires spécialisés dans le handicap continue à travailler efficacement avec les écoles formelles et les organisations d'éducation non formelle, ainsi qu'avec l'ensemble de la communauté, afin d'intégrer les enfants qui présentent des handicaps modérés dans une éducation inclusive.
- 3** Incorporer une composante du CSC pour les organisations partenaires afin de compléter les services spéciaux et de créer un environnement favorable à l'inclusion des EH dans les communautés.
- 4** S'attaquer spécifiquement aux obstacles et aux besoins des filles handicapées qui sont plus vulnérables à la violence et au mariage des enfants.

Notes de fin

- 1** Fonds des Nations unies pour l'enfance, UNICEF Liban : Specialized Disability Organizations, UNICEF Lebanon, <www.unicef.org/lebanon/media/8486/file>.
- 2** Ibid.



L'UNICEF Palestine soutient le développement d'une stratégie de CSC pour les enfants souffrant de retards de développement et de handicaps

Principales stratégies de changement social
et comportemental (CSC), réalisations et
enseignements tirés de l'expérience

© UNICEF-SoP/2022/Anas alBaba

Résumé



Dates de l'activité
2019 à 2022



Durée de l'activité
2 mois pour mettre la
stratégie sur pied



Budget
Inconnu

En Palestine, les enfants présentant des retards de développement et des handicaps sont fréquemment marginalisés et victimes de stigmatisation et de discrimination de la part de leur entourage. Une étude mixte a été réalisée par l'UNICEF Palestine sur les connaissances de base, les attitudes, les croyances et les pratiques (KABP) des enfants atteints de retards de développement et de handicaps, ainsi que sur leurs parents/aidants familiaux, les membres de la communauté et les prestataires de services. Les conclusions de l'étude ont servi

à guider la création d'une stratégie de CSC à long terme pour l'État de Palestine. La stratégie visait à soutenir les comportements en faveur du développement de la petite enfance, d'accroître la demande de services chez les parents et les prestataires de soins pour les enfants présentant des retards de développement et des handicaps ; cette stratégie visait également à donner aux parents et aux prestataires de soins les connaissances et les compétences nécessaires pour combattre la stigmatisation et la discrimination.



Contexte

Selon une étude menée sur les personnes en situation de handicap en Palestine, Jénine (en Cisjordanie) présentait le pourcentage le plus élevé (4,1%), suivi du district de Hébron dans le sud de la Cisjordanie (3,6%). Selon le gouvernorat de Gaza dans la bande de Gaza, 2,3 % de ses enfants présentaient un handicap. Au moins la moitié des personnes handicapées en Palestine était confrontée à des problèmes de mobilité. En règle générale, les services de santé à Gaza et en Cisjordanie ne suffisent pas à répondre aux besoins de la population, notamment ceux des enfants handicapés.¹

De nombreux défis se présentent aux parents palestiniens et aux aidants familiaux d'enfants présentant des retards de développement et des handicaps, lorsqu'ils cherchent à obtenir des services pour leur enfant. À Gaza et en Cisjordanie, de nombreux résidents sont sans emploi et ont un faible niveau d'éducation. Ils font souvent face à des difficultés pour transporter leurs enfants afin qu'ils bénéficient de service,

en raison d'un manque de financement pour les appareils fonctionnels tels que les fauteuils roulants ou d'une incapacité à payer les services de transport. Lorsqu'un parent arrive avec son enfant dans un établissement, il se rend compte que ces services ne sont pas accessibles ou qu'ils sont trop onéreux pour le parent. Souvent, de nombreux parents et prestataires de soins ne savent souvent pas où s'adresser pour obtenir des informations et des services pour leur enfant. La stigmatisation et la discrimination à l'égard des enfants et des parents d'enfants présentant des retards de développement et des handicaps, l'auto-stigmatisation et les croyances religieuses et/ou culturelles qui associent les handicaps à un manque de foi peuvent également expliquer pourquoi ils ne recherchent pas d'aide ou de services.² En 2016, une étude sur la situation et les prestations pour les personnes handicapées en Palestine a souligné l'importance de réduire la stigmatisation et la discrimination pour améliorer l'accès aux services.³



Approche stratégique

L'étude KABP visait à comprendre la manière dont les enfants ayant des retards de développement et des handicaps, leurs parents, leurs prestataires de soins, leurs fournisseurs de services et les membres de la communauté percevaient le problème de la stigmatisation envers ces enfants. L'étude a également évalué la compréhension des pratiques parentales positives chez les parents, les aidants familiaux et les professionnels de santé, ainsi que la manière dont ces connaissances et attitudes sont mises en pratique dans la prestation de soins, le rôle des parents et les interactions quotidiennes avec les enfants handicapés.

L'étude incluait (1) une étude quantitative représentative de l'ensemble de la population de Gaza ainsi que des trois gouvernorats de Hébron, Jéricho et Naplouse en Cisjordanie; (2) une étude qualitative qui impliquait des échanges en groupes de discussion (GDF) et

des entretiens avec des informateurs clés (KII) tels que des parents, des aidants familiaux/tuteurs, des membres de la famille élargie, des membres de la communauté, des dirigeants, des prestataires de services et des décideurs à Gaza et en Cisjordanie; (3) des activités participatives réalisées auprès de jeunes âgés de 10 à 15 ans présentant des retards de développement et des handicaps à Gaza et en Cisjordanie, ainsi que des parents/aidants familiaux dans chaque région. La conception de l'étude se basait sur une analyse de la littérature, y compris des rapports importants sur la situation des enfants souffrant de retards de développement et de handicaps en Palestine. La conception de l'instrument d'enquête quantitative et qualitative a été orientée par trois concepts essentiels de la théorie du comportement planifié : les attitudes, les attentes normatives et l'efficacité personnelle. Les conclusions de l'étude ont été utilisées pour développer une stratégie CSC.⁴



Principales réalisations

- Les conclusions de l'étude ont été utilisés pour mettre place une approche intersectorielle et novatrice du travail avec les enfants, les familles et les prestataires, et pour soutenir les politiques et les programmes en Palestine.
- L'étude KABP sur la Palestine a reçu le prix « [Best of UNICEF Research 2021](#) » pour son haut potentiel d'impact sur les enfants.

L'étude KABP sur la Palestine a reçu un

« **Best of UNICEF Research 2021** »

Des activités participatives réalisées auprès de jeunes âgés de 10 à 15 ans présentant des retards de développement



© UNICEF-Sop/2022/Anas alBaba



© UNICEF-Sop/2022/Anas alBaba



Enseignements tirés et recommandations

- 1** Lors de l'utilisation de la méthode d'enquête participative, il importe de vérifier que les infrastructures utilisées pour les activités sont adaptées à différents profils de handicap.
- 2** Inclure une question ou un ensemble de questions spécifiques sur l'intention comportementale réelle de lutter contre la stigmatisation et la discrimination dans l'outil de recherche quantitative. Bien que l'intention ait été évaluée, en partie, à l'aide d'une enquête qualitative, il peut être bénéfique de développer une catégorie de questions d'enquête spécifique pour l'intention.
- 3** Il importe de vérifier que les registres utilisés pour la sélection de l'échantillon incluent toutes les communautés possibles, en particulier les petites communautés. Certaines communautés de Cisjordanie et de Gaza n'ont pas été bien représentées dans l'étude KABP car elles n'étaient pas incluses dans la base de données de l'étude. Les résultats pour les communautés exclues peuvent être différents de ceux des villages voisins, des camps de réfugiés ou des villes.
- 4** Les outils de recherche étaient complexes et principalement conçues pour les parents plutôt que pour les enfants. Même si des difficultés peuvent survenir lorsqu'on mène des recherches avec des enfants, il est important de comprendre leur point de vue. Les activités participatives ont permis de saisir le point de vue des enfants et leurs parents ou aides familiales.
- 5** Limiter les discussions de groupe à une durée respectueuse et gérable. Dans le cadre de l'étude KABP, les groupes de discussion ont intégré des questions relatives à l'analyse des réseaux sociaux. Bien que les discussions sur les réseaux sociaux aient permis d'obtenir des informations utiles sur les perceptions des parents et des aidants familiaux concernant leurs systèmes de soutien, tous les animateurs des groupes de discussion n'ont pas tous pu répondre à ces questions en raison des limitations de temps.



© UNICEF-Sop/2022/Anas alBaba

Notes de fin

- 1 Carlson A., Lungu C., *Report: Baseline knowledge, attitudes, beliefs and practices (KABP) study in support of a C4D strategy for early childhood development and children with developmental delays and disabilities for Palestine*, UNICEF Palestine, Jérusalem, 18 septembre 2019.
- 2 Ibid.
- 3 Jones N., Abu Hamad B., Kifah Odeh K., Perezniето P., Al Ghaib OA., Georgia Plank G., Presler-Marshall E., Shaheen M., *Every child counts: Understanding the needs and perspectives of children with disabilities in the State of Palestine*, UNICEF Palestine, Jérusalem, 2016.
- 4 Le rapport final de cette étude est disponible à l'adresse suivante : www.unicef.org/sop/media/1666/file/KAP%20REPORT%20FINAL.pdf.



L'UNICEF Oman met en place une stratégie de changement social et comportemental pour prendre en considération le développement de la petite enfance, l'inclusion des enfants handicapés et la violence à l'encontre des enfants

Principales stratégies de changement social et comportemental (CSC), réalisations et enseignements tirés de l'expérience

Résumé



Dates de l'activité
2020 à 2021



Durée de l'activité
18 mois



Budget
Inconnu

L'UNICEF Oman, de concert avec les ministères de l'éducation, de la santé et du développement social du Sultanat d'Oman, a soutenu la recherche formative afin d'éclairer le développement d'une stratégie de communication sur le changement social et comportemental pour trois domaines de programme : Développement intégré de la petite enfance (DPE), inclusion des enfants handicapés (EH) et violence contre les enfants (VCE). Une analyse documentaire complète a été réalisée pour fournir des informations sur ce qui est déjà connu dans ces domaines dans le contexte omanais. Avant d'élaborer la stratégie, des études qualitatives ont été

menées pour identifier les perceptions et les attitudes à l'égard du développement du jeune enfant, des enfants handicapés et de la violence à l'égard des enfants. L'UNICEF Oman propose au gouvernement d'Oman une stratégie intersectorielle de CSC et a formé un groupe de travail sur la CSC pour superviser et réaliser les activités de CSC prévues dans le plan de travail de la stratégie. Dans trois ministères, des indicateurs de changement social et comportemental ont été intégrés dans les systèmes de données administratives. L'UNICEF Oman soutient également le lancement de campagnes de masse avec le gouvernement d'Oman.

La mise en place de programmes de développement de la petite enfance est l'un des moyens les plus rentables de jeter les bases de la santé et de l'éducation des enfants afin d'accroître leurs compétences, leurs aptitudes et leur productivité. Le Développement Intégré de la Petite Enfance (DIPE) est essentiel pour que tous les enfants puissent réaliser leur plein potentiel. Les enfants privés de « soins nourriciers » adéquats (santé, nutrition, développement précoce, possibilités d'apprentissage, soins et protection) ont tendance à avoir des résultats cognitifs, linguistiques et psychosociaux plus faibles, ce qui se traduit par une baisse des résultats scolaires à l'école primaire. L'enquête en grappes à indicateurs multiples (MICS) effectuée en 2014 à Oman a montré que seuls 25 % des enfants de moins de cinq ans possèdent au moins trois livres pour enfants. Les enfants âgés de 36 à 59 mois dont le développement est en bonne voie dans au moins trois des quatre domaines (alphabétisation et calcul, physique, social et affectif, et apprentissage) représentent 68 % de la population.¹ Même si les services d'éducation de la petite enfance se sont rapidement développés à Oman ces dernières années, la participation aux programmes de développement de la petite enfance, en particulier dans les crèches et les garderies, reste relativement faible, malgré un engagement public fort et une reconnaissance généralisée de l'importance d'un bon départ dans la vie pour le développement social et économique. La majorité des services de

développement de la petite enfance, tels que les jardins d'enfants et les crèches, sont fournis par le secteur privé et tendent à être limités dans les zones reculées. Le taux d'inscription à l'EPE pour les enfants de 3 à 5 ans était de 50 % au cours de l'année scolaire 2017/2018.²

L'intégration des enfants handicapés dans les écoles maternelles est limitée.³ Conformément à une étude de recherche formative menée en 2019 sur les perceptions autour de l'inclusion, les parents d'enfants handicapés étaient préoccupés par le bien-être de leurs enfants à l'école, compte tenu de la stigmatisation et de la discrimination auxquelles leurs enfants pourraient être confrontés. Les parents en charge d'enfants non handicapés et les jeunes eux-mêmes ont exprimé des réserves quant aux avantages de l'intégration et ont décrit leur interaction avec les EH comme suscitant de la pitié ou de la gêne, certains allant même jusqu'à dire que les EH n'étaient « pas normaux ». Certains parents n'ont pas voulu que leurs enfants participent à des classes d'intégration avec des enfants atteints d'un handicap.⁴

La loi sur l'enfance de 2014 interdit la violence à l'égard des enfants dans tous les contextes, y compris à l'école. Toutefois, une proportion importante d'enfants et de jeunes sont exposés à la violence dans les écoles, les communautés et les familles. Les données récentes sur la prévalence étant limitées, il est difficile de mieux comprendre les nombreuses dimensions et l'étendue de ce problème.





Approche stratégique

L'UNICEF Oman collabore avec le groupe de gestion du programme (GGP) et le groupe de travail sur la communication pour le changement social et comportemental (CCSC), composé de fonctionnaires des ministères de l'information, de l'éducation, de la santé, du développement social ainsi que du Centre national pour les statistiques et l'information, à l'élaboration d'une stratégie visant à traiter le développement de la petite enfance, y compris les EH et la violence à l'égard des enfants. Un travail de recherche formative a été mené pour informer et guider la conception et la mise en œuvre de la stratégie, en commençant par une étude documentaire complète pour fournir des informations sur ce que l'on sait déjà de ces domaines dans le contexte omanais. Cette étude a mis en évidence d'autres domaines dans lesquels des informations manquaient, et ces lacunes ont également informé et guidé la recherche et l'élaboration d'un protocole de recherche qualitatif qui a mis l'accent sur les points suivants :

1. Mieux comprendre les connaissances et les pratiques liées au développement de la petite enfance et à l'éducation des enfants, à l'intégration des enfants handicapés et à la violence contre les enfants, et identifier les mythes et les croyances culturelles qui influencent les comportements des aidants familiaux.
2. Recenser les pratiques courantes associées au développement, à l'éducation et aux soins des enfants dans les premières années de leur vie et explorer les raisons des faibles taux d'allaitement maternel exclusif et de l'initiation précoce à l'alimentation complémentaire, ainsi que les facteurs qui contribuent à la résistance à l'allaitement maternel exclusif.
3. Examiner les perceptions de la communauté sur le DPE et obtenir une meilleure compréhension des perceptions de la scolarisation précoce.
4. Examiner les défis infrastructurels, sociaux et culturels liés à l'intégration des enfants handicapés.

Étudier les connaissances et les attitudes en matière de mesures disciplinaires positives, identifier les points d'entrée et les plateformes potentiels pour la mise en œuvre d'un programme de formation à l'intention des parents, et explorer les sources d'information crédibles en matière de développement de la petite enfance, d'intégration et de discipline positive.⁵

Un document stratégique a été mis au point sur la base des résultats de la recherche formative. Les objectifs principaux de la stratégie en matière de communication étaient les suivants :

1. Favoriser l'extension et le renforcement des interventions de DIPE et de l'éducation parentale positive à Oman.
2. Participer à l'acceptation, à l'extension et au renforcement de l'intégration des enfants handicapés dans le système éducatif.
3. Améliorer la sensibilisation des parents/ responsables d'enfants, des enseignants et des communautés et favoriser un environnement permettant d'éliminer et d'arrêter la violence à l'encontre des enfants dans les foyers et les écoles.



© UNICEF/Al Farsi



Approche stratégique

La planification des activités s'est faite à trois niveaux : politique, prestation de services et relations interpersonnelles. Les activités de plaidoyer et d'engagement de haut niveau ont été planifiées avec les hauts fonctionnaires, les décideurs et les médias. En ce qui concerne la prestation de services, les activités visaient à renforcer les capacités des prestataires de santé et des éducateurs en matière de développement intégré du jeune enfant, de communication interpersonnelle, de nutrition, d'éducation de la petite enfance et d'éveil précoce. De nombreuses activités au niveau interpersonnel ont été planifiées, notamment :

- La campagne nationale de communication sur le développement intégré du jeune enfant ciblant les personnes s'occupant d'enfants âgés de 0 à 8 ans, l'EVAC, et l'inclusion des EH ciblant les personnes s'occupant d'enfants âgés de 0 à 18 ans et les personnes d'influence.

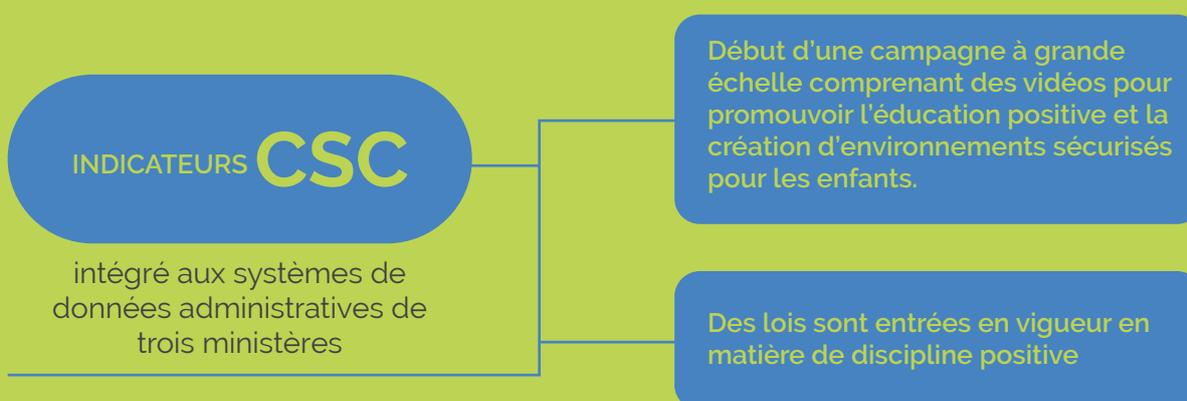
- La mobilisation sociale dans les zones prioritaires par l'identification et le renforcement des capacités des partenaires locaux et des ONG.
- Des activités de sensibilisation dans les écoles maternelles et les écoles.
- Célébration des journées internationales en rapport avec les DIPE, l'EVAC et les enfants handicapés.
- Engager les institutions religieuses dans la promotion du développement intégré du petit enfant, de la nutrition et de l'éducation préscolaire.
- Recherche, suivi et évaluation.
- Gestion et coordination.





Principales réalisations

- L'UNICEF Oman a mis en place une stratégie intersectorielle de CSC pour le gouvernement d'Oman.
- L'UNICEF Oman a constitué un groupe de travail CSC pour superviser et réaliser les activités CSC prévues dans le plan de travail de la stratégie.
- Dans trois ministères, des indicateurs de changement social et comportemental ont été intégrés dans les systèmes de données administratives.
- L'UNICEF Oman a conçu un programme de formation des formateurs sur la manière de conseiller les aidants familiaux en matière de développement intégré du jeune enfant et de nutrition, et a mis au point des aides à l'emploi et des outils numériques pour les prestataires de soins de santé.
- L'UNICEF Oman a apporté son soutien au lancement d'une campagne de masse (*Nos enfants, notre priorité*) avec le gouvernement d'Oman, comprenant des vidéos sur la parentalité positive et la création d'environnements sûrs pour les enfants.
- Des protocoles de nutrition et des pratiques en matière d'alimentation des enfants ont été élaborés et/ou mis à jour.
- Les manuels relatifs au traitement des cas de violence, de brimades et de cyber-intimidation signalés ont été mis à jour.
- Des actions de plaidoyer ont été organisées pour garantir l'ouverture de nouveaux établissements préscolaires inclusifs et pour assurer un enseignement préscolaire de qualité.
- Les lois relatives à la discipline positive ont été appliquées.
- Une action de formation a été menée auprès des médias pour souligner l'importance du DIPE et de la discipline positive pour l'avenir des enfants omanais.
- Des séances de renforcement des capacités ont été organisées pour former les coordonnateurs des ministères de la santé, de l'éducation et du développement social à communiquer avec les médias au sujet du DIPE, de l'EVAC et de l'inclusion.



Enseignements tirés

- 1 L'un des principaux défis a été de parvenir à ce que le groupe de travail CSC mette en œuvre les activités de la stratégie CSC. Une structure de gouvernance de plus haut niveau pourrait s'avérer nécessaire pour renforcer le mécanisme de mise en œuvre.

Recommandations

- 1 Recueillir davantage de données afin d'améliorer la stratégie.
- 2 Plaider pour que les différents secteurs ministériels intègrent davantage d'indicateurs sociaux dans leurs systèmes de données administratives.
- 3 Compléter la stratégie en y ajoutant des éléments relatifs à l'engagement et à la mobilisation des communautés (ces éléments étaient absents de la stratégie initiale).

Notes de fin

- 1 M&D Consulting, *Oman Social and Behaviour Change Communication Strategy 2021-2024*, UNICEF Oman, 2021.
- 2 Ibid.
- 3 Ibid.
- 4 M&D Consulting, « Formative Research to Support Development of a C4D Programme with the Aim of Enhancing Practices in IIECD, Protection from Violence and Inclusion of Children with Disabilities », 2019.
- 5 Ibid.

L'UNICEF Afghanistan développe une nouvelle stratégie intégrée de changement social et comportemental

Principales stratégies de changement social
et comportemental (CSC), réalisations et
enseignements tirés de l'expérience

Résumé



Dates de l'activité
2022-23



Durée de l'activité
D'août 2022 à
avril 2023



Budget
91 000 dollars US
(Siège)
150 000 dollars US
(Bureau de pays)



Contexte

L'Afghanistan demeure l'une des interventions les plus complexes réalisées dans la région de l'Asie du Sud. Avant août 2021, le conflit qui dure depuis des décennies en Afghanistan, combiné aux faiblesses institutionnelles et aux normes socioculturelles, a rendu la situation assez difficile pour faire valoir les droits et la santé des enfants. Après août 2021, la mise en œuvre des programmes de soins de santé et le travail humanitaire est devenue de plus en plus difficile. Le bureau de l'UNICEF Afghanistan n'a pas été épargné par le phénomène de la fuite des cerveaux qui touche le pays : il a dû composer avec le départ de plusieurs employés tout comme la section CSC qui a perdu à elle seule quatre membres sur cinq ; en outre, le bureau n'avait pas de chef ni de spécialiste CSC jusqu'en avril 2022. D'autres situations d'urgence (par exemple, les

épidémies de choléra et de rougeole, la diarrhée aqueuse aiguë) et les catastrophes naturelles (par exemple, les tremblements de terre et les inondations) ont rendu les enfants et les femmes davantage vulnérables et ont exercé une pression supplémentaire sur l'intervention globale du bureau de pays.

En août 2022, l'UNICEF Afghanistan a élaboré une stratégie nationale intégrée de changement social et comportemental (CSC). Le bureau de pays s'est inspiré des documents d'orientation et des cadres CSC fournis par le siège de l'UNICEF, et a bénéficié du soutien technique du bureau régional de l'UNICEF en Asie du Sud et des équipes du siège de l'UNICEF. La stratégie a permis de renforcer les capacités en matière de CSC au sein du bureau de pays et des partenaires.



© UNICEF/UNI446334/NeKrawa



Approche stratégique

L'équipe CSC de l'UNICEF Afghanistan s'est attachée les services d'un cabinet international au travers d'un accord à long terme mondial pour aider à mettre au point la stratégie. La stratégie a été élaborée en concertation avec toutes les sections du programme de l'UNICEF et un certain nombre de participants issus des principales ONG partenaires. Des représentants de chaque section de l'UNICEF et des partenaires ont participé à un atelier de cinq jours pour finaliser les détails de la stratégie et élaborer une théorie du changement pour la période 2023-2025. Le processus d'élaboration de la stratégie CSC a commencé par la création de documents d'orientation intersectoriels sur la production de données factuelles CSC, l'engagement communautaire et la responsabilité envers les populations affectées, et une boîte à outils CSC dans les contextes d'urgence assortie de modules spéciaux (par exemple, comment mener des évaluations rapides ; recueillir des réponses CSC) à utiliser dans les situations d'urgence. L'UNICEF Afghanistan a alloué une partie de ses propres ressources au déploiement de la stratégie en organisant des formations en cascade au niveau sous-national ; le personnel de 15 organisations non gouvernementales (ONG) internationales et nationales et les Afghans de diverses structures communautaires (par exemple, les agents de santé communautaires, les membres de la Shura de gestion des écoles, les chefs religieux) qui travaillent avec l'UNICEF sur les activités d'engagement communautaire ont été formés au CSC et à la responsabilité. La stratégie a permis de renforcer les capacités du personnel de l'UNICEF chargé du CSC et d'autres secteurs (par exemple, eau, assainissement et hygiène ; nutrition), des partenaires d'exécution de l'UNICEF (ONG internationales et nationales) et des parties prenantes des principaux départements des ministères des Affaires étrangères.

La stratégie nouvellement mise au point a aidé à la planification et la mise en œuvre du programme CSC en Afghanistan. L'équipe du CSC a adopté une approche intégrée pour assurer l'engagement des communautés, répondre aux situations d'urgence et améliorer la responsabilité envers les populations affectées (AAP, Accountability to Affected People), et a



© UNICEF/UNI1446338/Neikrawa

mis en place des mécanismes de réclamation et de retour d'informations dans l'ensemble du pays. L'équipe CSC a collaboré avec les sections du programme pour identifier les principales priorités et a ensuite mis au point des stratégies sectorielles ciblées pour répondre à ces priorités. Les activités CSC ont été mises en œuvre par les partenaires locaux et amplifiées par les membres de la communauté grâce à diverses structures communautaires, notamment des espaces sûrs où les femmes et les adolescentes peuvent faire part de leurs commentaires, de leurs préoccupations et de leurs plaintes. La boîte à outils CSC pour les situations d'urgence a permis d'assurer des interventions opportunes et appropriées lors des récents tremblements de terre et des épidémies de choléra/diarrhée aqueuse aiguë, et de gérer l'afflux de rapatriés afghans.

UNICEF Afghanistan a eu recours à l'approche CSC pour appuyer le renforcement des systèmes communautaires, les nouvelles

activités d'engagement communautaire et l'intensification des initiatives en cours. Des investissements ont été engagés en vue de tirer parti de partenariats avec des structures communautaires, par exemple le TAAVON (un réseau de chefs religieux qui est passé de 500 membres en 2022 à environ 7 000 membres en 2023). Un module de formation sur les droits de l'enfant dans l'islam a été élaboré pour aider les chefs religieux à comprendre les droits de l'enfant en s'appuyant sur des exemples religieux. Les chefs religieux ont depuis aidé à accéder à des districts auparavant difficiles d'accès et ont facilité l'interaction avec les communautés. Un partenariat a également été établi avec QAHRAMANAN (un réseau de jeunes comptant environ 5 000 membres) afin de soutenir leur engagement citoyen et, en même temps, de tirer parti de leur soutien dans des domaines d'activité

plus vastes du CSC. Un montant limité des 7 % de fonds d'affectation spéciale a été utilisé pour renforcer les groupes de grands-mères (GMG). Les grands-mères sont influentes au niveau des ménages et respectées dans tout le pays. Elles peuvent se déplacer librement et sont en mesure d'aider les femmes à surmonter les restrictions qui leur sont imposées. Les grands-mères ont contribué non seulement à exercer une influence sur les pratiques recommandées au niveau des ménages, mais aussi à surmonter les problèmes liés aux restrictions imposées aux femmes et au coût du Maharam. En collaboration avec les sections du programme, l'équipe CSC a contribué au renforcement des capacités des agents de santé communautaires, des Shuras de gestion scolaire et des conseils de développement communautaire.



© UNICEF/UNI1453751/Naftalin



Principales réalisations

- L'élaboration et l'approbation de la stratégie intégrée de CSC et des documents du système intégré (production de données factuelles, engagement communautaire et boîte à outils CSC en situation d'urgence).
- Formation des principaux partenaires à la stratégie. Au total, 82 participants de l'UNICEF et de ses partenaires ont été formés à l'approche intégrée du CSC. Certains de ces partenaires ont transposé la formation au niveau infranational, en touchant davantage de groupes et en investissant dans les structures communautaires.
- L'UNICEF Afghanistan a mobilisé des ressources complémentaires pour déployer la stratégie CSC aux niveaux national et infranational. L'équipe CSC a également mis en pratique certains des moyens développés dans le cadre de cette stratégie, par exemple en mettant en œuvre la boîte à outils CSC dans les contextes d'urgence lors des tremblements de terre et des épidémies de choléra et de rougeole.

82

PARTENAIRES FORMÉS

à l'approche intégrée du CSC

Formations transposées au
niveau infranational





Enseignements tirés

- 1** L'élaboration d'une stratégie intégrée de CSC pour l'engagement communautaire et la responsabilité nécessite une analyse solide de la situation afin de comprendre les principaux problèmes à résoudre.
- 2** La mobilisation de plusieurs secteurs de l'UNICEF et de partenaires sélectionnés dans l'élaboration conjointe d'une stratégie intégrée de CSC constitue un défi (de temps), mais elle est essentielle pour s'assurer que toutes les parties comprennent la valeur ajoutée du CSC.
- 3** Disposer d'une équipe CSC nouvellement formée et talentueuse dans l'Afghanistan d'après 2021 a facilité le passage de la C4D au CSC et l'adoption d'une stratégie intégrée de CSC.
- 4** Expliquer le « CSC intégré » au personnel, aux partenaires et aux parties prenantes ayant des spécialités différentes et des connaissances de base en matière de CSC nécessite des efforts constants et répétés. Faire comprendre la « valeur ajoutée » du CSC intégré, en particulier pour les activités d'engagement et de responsabilisation des communautés, et surtout dans des environnements difficiles, a nécessité des efforts considérables.
- 5** Travailler dans un environnement contraignant, complexe et imprévisible (par exemple, les restrictions de mouvement des femmes, l'interdiction de l'éducation des femmes et de l'emploi des femmes, le rétrécissement des espaces physiques dans lesquels travailler), exige du personnel qu'il fasse preuve de flexibilité et d'agilité dans la manière dont les programmes CSC sont mis en œuvre. Compte tenu des capacités limitées en matière de CSC des organismes de services communautaires (OSC) en Afghanistan, l'équipe CSC a dû fournir plus d'efforts pour assurer une programmation de qualité. L'agence externe responsable de l'élaboration de la stratégie CSC n'a pas pu se rendre en Afghanistan pour dispenser la formation sur la stratégie en raison de sa position sur l'interdiction des travailleuses humanitaires, ce qui a eu un impact négatif sur la qualité de la formation.
- 6** L'équipe de l'UNICEF Afghanistan gère un vaste programme qui, outre le CSC, couvre la responsabilité envers les populations affectées (AAP), l'engagement des jeunes et des adolescents et le renforcement des systèmes communautaires. L'intégration de la question du CSC dans toutes les sections de l'UNICEF a permis d'éviter que cet aspect soit omis dans l'élaboration et la mise en œuvre des programmes dans les différents secteurs.
- 7** Le bureau de l'UNICEF Afghanistan a pu tirer parti des 7 % de fonds d'affectation spéciale pour investir dans les structures communautaires existantes et établies, une stratégie qui s'est avérée très efficace pour la planification, la mise en œuvre et le suivi de l'ensemble du programme.



Recommandations

- 1** Continuer à intensifier la mise en œuvre de la stratégie en 2024 et au-delà.
- 2** Former davantage de partenaires à la stratégie CSC.

L'UNICEF Niger soutient l'autonomisation des filles et des jeunes par le biais d'une plateforme de renforcement des compétences et de centres communautaires

Principales stratégies de changement social et comportemental (CSC), réalisations et enseignements tirés de l'expérience

Résumé



Dates de l'activité

De janvier à
décembre 2022



Durée de l'activité

12 mois



Budget

655 327 USD

Dans le cadre du programme de pays 2019 - 2021 de l'UNICEF, l'UNICEF Niger a soutenu des opérations de changement social et comportemental pour les jeunes et les adolescents, notamment les activités visant à modifier les normes sociales préjudiciables aux filles et aux jeunes mères (par exemple, les mariages arrangés). L'UNICEF Niger a développé une plateforme de cartographie numérique, installée sur le serveur du ministère de la Jeunesse et des Sports, qui a facilité l'enregistrement de 5 315 associations de jeunes dans huit régions. L'équipe de l'UNICEF Niger a mis en place 11 centres de connectivité équipés de 21 ordinateurs portables et de 22 ordinateurs de bureau, ce qui a permis aux adolescents et aux jeunes de renforcer leurs capacités et leurs compétences et

de créer ensemble des innovations sociales afin de renforcer l'auto-efficacité, de modifier les normes sociales et de genre négatives et de contribuer à un changement positif dans leurs communautés. Une approche communautaire nationale, appelée « Niya Da Alkaweli » (Amour et promesse), basée sur 16 normes et standards d'engagement communautaire de qualité, a également été mise en œuvre dans quatre régions. Environ 2 200 adolescents et jeunes (986 filles et femmes) issus de 948 villages des quatre régions ont été formés à la réalisation de profils communautaires, à l'analyse des causes, à la résolution de problèmes en groupe et à l'animation d'évaluations communautaires, ainsi qu'aux dialogues et à la planification de projets d'engagement communautaire menées par des jeunes.

En 2022, le Niger comptait 26,2 millions d'habitants, dont 47 % avaient moins de 14 ans.¹ Une majorité (83 %) de la population vit dans des zones rurales.² Les relations patriarcales et hiérarchiques entre les sexes sont la norme dans les sept régions du pays. Les femmes et les jeunes sont peu impliqués dans les décisions familiales, ce qui limite leur accès aux services sociaux et économiques, nuit à leur survie et à leur développement et affecte leur capacité à s'adapter aux crises et aux chocs.³

Le Niger affiche l'un des plus forts taux de mariages d'enfants au monde. Au moins 85 % des femmes âgées de 20 à 24 ans dans les zones rurales étaient mariées avant l'âge de 18 ans, contre 43 % dans les zones urbaines.^{4,5} D'après les estimations, 28 % des filles sont mariées avant l'âge de 15 ans. Le mariage des enfants s'explique par l'inégalité entre les sexes et la croyance que les femmes et les filles sont inférieures aux hommes et aux garçons. Les normes culturelles confèrent aux filles mariées un certain niveau de respect au sein de la société, qu'elles ne pourraient pas obtenir si elles n'étaient pas mariées.⁶ Dans le cadre du programme de pays de l'UNICEF pour la période 2019 - 2021, l'UNICEF Niger, a soutenu des opérations de

changement social et comportemental pour les jeunes et les adolescents, y compris des activités visant à modifier les normes sociales préjudiciables aux filles et aux jeunes mères, par exemple, les mariages arrangés. L'UNICEF a soutenu l'engagement civique des jeunes et des adolescents par l'autonomisation et la participation dans des espaces inclusifs et accessibles garantissant la prise en compte et l'écoute des adolescents et des jeunes (notamment des plus vulnérables).

Depuis 2021, les problèmes de sécurité au Niger ont provoqué le déplacement de plus de 3,7 millions de personnes (dont deux millions d'enfants), aggravé la pauvreté, augmenté l'insécurité alimentaire et créé une baisse d'opportunités pour les jeunes. En mai 2022, 759 écoles primaires et 34 écoles secondaires ont été fermées dans tout le pays en raison de la situation sécuritaire, affectant plus de 68 000 enfants, dont 48 % de filles.⁷ Seules 27 % des femmes de 15 à 19 ans sont alphabétisées, contre 50 % des garçons de la même tranche d'âge.⁸ De nombreuses filles abandonnent l'école ou en sont exclues en raison de l'insécurité du milieu scolaire, ce qui les expose davantage au risque d'un mariage précoce en raison d'options alternatives limitées.⁹





Approche stratégique

En 2022, l'UNICEF Niger a lancé un mouvement de jeunesse inclusif pour soutenir les priorités programmatiques, notamment la promotion de normes sociales et de genre positives, l'action climatique, la promotion de la paix et de la cohésion sociale, et la création d'une demande pour les services sociaux de base (par exemple, la vaccination, l'entrepreneuriat). Pour soutenir ce mouvement de jeunes, l'UNICEF Niger a développé une plateforme de cartographie numérique, installée sur le serveur du ministère de la Jeunesse et des Sports, qui a facilité l'enregistrement de 5 315 associations de jeunes dans huit régions.

L'équipe de l'UNICEF Niger a mis en place 11 centres de connectivité équipés de 21 ordinateurs portables et de 22 ordinateurs de bureau. Les centres de connectivité sont des espaces où les adolescents et les jeunes peuvent renforcer leurs capacités et leurs compétences (par exemple, l'entrepreneuriat, le plaidoyer, le leadership, la gestion non violente des conflits), réfléchir à des questions pertinentes, s'engager dans la prise de décision avec d'autres, et créant ensemble des innovations sociales pour améliorer l'auto-efficacité, modifier les normes sociales et de genre négatives et contribuer à un changement positif dans leurs communautés. En 2022, une approche communautaire nationale, *Niya Da Alkaweli* (Amour et promesse), basée sur 16 normes et standards d'engagement communautaire de qualité, a également été mise en œuvre dans quatre régions (Maradi, Zinder, Diffa et Tahoua). Près de 2 200 adolescents et jeunes (986 filles et femmes) issus de 948 villages des quatre régions ont été formés à la réalisation de profils communautaires, à l'analyse des causes, à la résolution de problèmes en groupe et à l'animation d'évaluations communautaires, ainsi qu'aux dialogues et à la planification de projets d'engagement communautaire menés par des jeunes.

Depuis 2017, le Niger organise une conférence de cinq jours appelée « Forum national pour l'autonomisation des femmes et des jeunes » (FONAF), une plateforme permettant de présenter et d'étendre l'expérience et les compétences des filles. Les autorités régionales, les représentants

d'ONU Femmes, les jeunes entrepreneurs de toutes les régions du Niger et plus de 500 exposants (par exemple, une entreprise de teinture végétale, une entreprise de purée de tomates et un vendeur d'épices local) participent à ce forum. En 2022, l'UNICEF a soutenu l'autonomisation des jeunes filles par le renforcement de leurs capacités dans le domaine de la transformation agroalimentaire, pour leur permettre de développer leur entreprise et de former leurs pairs. Lors du 6ème FONAF en 2022, des jeunes filles ayant reçu une formation lors du 5ème forum en 2021 ont partagé leur parcours de transformation. Les femmes ont fait part de leurs difficultés à commercialiser les produits locaux et ont pu discuter des solutions et des stratégies avec les décideurs. Elles ont également reçu le soutien et les conseils des filles de la cohorte de 2021. Par exemple, dans les zones rurales, les ménages disposent de jardins potagers utilisés pour leur subsistance quotidienne, mais la plupart des gens ne possèdent pas de réfrigérateur. Les jeunes ayant reçu une formation ont eu l'idée d'apprendre aux jeunes filles à transformer et à conserver les tomates en purée ou pelées afin d'éviter le gaspillage et de leur permettre de conserver leurs produits pendant 20 mois sans avoir besoin de réfrigérateur, d'économiser de l'argent et de préserver l'environnement en même temps.

Au niveau national, l'UNICEF Niger a soutenu le développement participatif et la validation de la politique nationale de la jeunesse et du plan opérationnel à travers un atelier de validation. Au niveau institutionnel, le bureau national de l'UNICEF a soutenu la création et l'opérationnalisation de 13 cadres pour guider la coordination des activités pour et avec les jeunes et les adolescents (y compris les handicapés) et le suivi mis en œuvre par les mouvements de jeunesse. Le Niger a également soutenu le renforcement des capacités des autorités locales et des communautés (y compris les chefs religieux, les médias locaux et les ONG locales) afin de créer un environnement propice au dialogue intergénérationnel, à la participation et à l'engagement des adolescents et des jeunes dans la vie communautaire, et d'accroître la responsabilité sociale et la cohésion sociale.



Principales réalisations

- Au moins 5 315 associations de jeunesse et de sport ont été enregistrées sur la plateforme de cartographie numérique qui reste fonctionnelle sur le serveur du ministère de la Jeunesse.
- L'UNICEF a soutenu 303 associations œuvrant à la promotion de la citoyenneté, de la culture de la paix et de leadership chez les jeunes.
- Grâce au soutien de l'UNICEF, 15 586 filles et garçons ont participé au développement des compétences, à l'autonomisation, à l'engagement civique et/ou à la formation à l'emploi menés par le ministère de la Jeunesse avec le soutien de l'UNICEF. Au moins 6 395 jeunes (dont 35 % de filles) ont été formés aux techniques de sensibilisation, au leadership, à la vie associative ainsi qu'à la prévention et à la gestion des conflits par le biais des associations.
- Plus de 7 000 jeunes et adolescents (dont 30 % de filles) ont acquis diverses compétences sous la direction du ministère de la Jeunesse.
- 360 personnes (femmes, jeunes, chefs religieux et traditionnels, représentants élus, réfugiés et personnes handicapées) ont déclaré avoir développé la capacité d'organiser des débats et des dialogues communautaires.
- Le soutien de l'UNICEF au FONAF a contribué à l'autonomisation des jeunes femmes et des filles, à la reconnaissance de leur valeur au sein des communautés et à la promotion de l'autonomie et de l'auto-efficacité des femmes et des filles. 237 jeunes filles ont été formées spécifiquement à l'agro-industrie et à la teinture végétale.
- L'UNICEF a soutenu 32 sessions de formation pour les jeunes et les adolescents dans le domaine de la comptabilité simplifiée et de l'alphabétisation en collaboration avec les directions régionales de la jeunesse. 47 filles ont suivi avec succès les cours d'alphabétisation et de comptabilité de base. Sur les 47 filles, 30 des villages de Gaffati, Koleram, Jirataoua et Doguerawa ont activement commercialisé leurs produits.
- Le modèle d'entrepreneuriat des jeunes a renforcé l'engagement citoyen et motivé les décideurs à soutenir le financement des micro, petites et moyennes entreprises au Niger.
- 13 cadres de coordination et de responsabilité ont été élaborés conjointement avec les jeunes au niveau municipal, ce qui renforce la culture d'intégration de la voix des jeunes et des adolescents dans la gouvernance locale.
- L'UNICEF a soutenu l'élaboration et la validation de la politique nationale de la jeunesse et du plan d'action par le biais d'un atelier de validation.

5,315

associations de jeunesse et de sport ont été enregistrées sur la plateforme de cartographie numérique

7,000+

jeunes et adolescents ont participé à des formations de développement des compétences

237

jeunes filles ont été formées spécifiquement à l'agro-industrie



Enseignements tirés

- 1** L'entrepreneuriat des jeunes peut être un levier important pour le changement, notamment chez les jeunes femmes.
- 2** Grâce au soutien de l'UNICEF au FONAF, l'intérêt des filles pour l'entrepreneuriat s'est accru, nombre d'entre elles créent et gèrent avec succès des micro-entreprises au Niger et changent la dynamique du pouvoir au sein de leur famille et de la communauté.
- 3** Les filles qui participent à des activités entrepreneuriales sont considérées comme des modèles par leurs pairs et peuvent partager leur expérience avec les communautés voisines.
- 4** L'autonomisation économique des filles peut constituer un levier pour l'abandon des pratiques néfastes telles que le mariage des enfants et la violence basée sur le genre, les parents qui valorisent la productivité d'une fille lui permettront de retarder son mariage.
- 5** Les formations ont permis de créer une masse critique de jeunes et d'adolescents ayant la capacité d'agir en tant que leaders et de contribuer à la transformation des normes sociales et de genre dans leurs communautés.
- 6** L'établissement de cadres de coordination au niveau municipal, conçus avec et pour les jeunes, a renforcé la culture d'inclusion des voix des adolescents et des jeunes dans la prise de décision et le développement communautaire.



© UNICEF/Islamane



Recommandations

- 1** Le Ministère de la Jeunesse devrait accorder la priorité à la mise en application de la politique nationale de la jeunesse et du plan d'action.
- 2** Le Ministère de la Jeunesse devrait promouvoir la plateforme de cartographie numérique pour augmenter le nombre de jeunes et d'associations de jeunes enregistrés afin d'accélérer le développement d'un mouvement social mené par les jeunes pour un changement social et comportemental.
- 3** Le Ministère de la Jeunesse devrait renforcer les initiatives ou les politiques axées sur la fourniture aux jeunes femmes entrepreneurs des communautés rurales d'un accès au crédit, à la formation professionnelle et à l'alphabétisation, en collaboration avec d'autres secteurs concernés.
- 4** Le Ministère du Commerce et de l'Industrie devrait promouvoir la consommation locale afin de stimuler les ventes et la rentabilité des jeunes femmes entrepreneurs.
- 5** Le ministère du Commerce et de l'Industrie doit faciliter les opportunités de financement pour les start-ups et les petites et moyennes entreprises et les rendre accessibles aux jeunes femmes entrepreneurs.
- 6** Le Ministère du Commerce et de l'Industrie devrait soutenir davantage les jeunes femmes entrepreneures à travers des politiques publiques agricoles et entrepreneuriales au niveau institutionnel (par exemple, la suppression ou la réduction de la taxe professionnelle pour les cinq premières années d'activité), et par la création de voies d'accès pour les jeunes entrepreneurs à l'expertise, aux ressources et à l'aide locales appropriées.
- 7** Le Ministère du Commerce et de l'Industrie devrait intégrer l'utilisation de plateformes numériques/de TIC et privilégier la transformation numérique dans la stratégie et le développement des entreprises. Une cartographie numérique des initiatives peut contribuer à l'amélioration de la visibilité et l'influence des politiques publiques en faveur de l'entrepreneuriat des filles.



Notes de fin

- 1 Département des affaires économiques et sociales des Nations unies, Perspectives de la population mondiale 2019, <<https://population.un.org/wpp>>
- 2 Banque mondiale, Indicateurs de développement dans le monde.
- 3 Fonds des Nations unies pour l'enfance (UNICEF) Niger, Revue programmatique sur le genre, 2021.
- 4 Banque mondiale (2023). Niger : Données, <<https://data.worldbank.org/country/NE>>
- 5 Filles pas épouses, Niger, <<https://www.girlsnotbrides.org/learning-resources/child-marriage-atlas/regions-and-countries/niger/>>
- 6 Filles pas épouses, Niger, <<https://www.girlsnotbrides.org/learning-resources/child-marriage-atlas/regions-and-countries/niger/>>
- 7 UNICEF Niger, Niger : Rapport de situation, 5 août 2022, <<https://www.unicef.org/media/125581/file/Niger-Humanitarian-SitRep-June-2022.pdf>>
- 8 Direction Générale de la Statistique et de la Prospective (DGSP) et ICF International (2012) : Enquête démographique et de santé et à indicateurs multiples (EDS-MICS) 2012.
- 9 Filles pas épouses, Niger, <<https://www.girlsnotbrides.org/learning-resources/child-marriage-atlas/regions-and-countries/niger/>>





SOCIAL + BEHAVIOUR CHANGE

Le Compendium des meilleures pratiques SBC a été élaboré conjointement par les bureaux nationaux, le bureau régional, l'équipe SBC du siège et PCI Media.

Nous remercions les équipes SBC et les équipes des programmes nationaux pour leurs contributions.

Le compendium est disponible sous forme électronique et peut être et peut être téléchargé à partir de <https://www.sbcguidance.org> et <https://unicef.sharepoint.com/sites/PG-SBC>

Pour plus d'informations, veuillez contacter : sbc@unicef.org