

Crédit Photo: Gavi 2016 - Randrianarivony Voara

Conseils de communication

Publier des récits de progrès, d'impact et de changement.

CONTENU

1

2

1

Introduction



Pourquoi les récits sont importants
Des récits, pour quoi faire
Comment partager des récits

2

Planifier le recueil et la publication de récits



Planifier. Développer. Parler. Vérifier.
Partager. Suivre. Anticiper.

3

Soyez franc·che et honnête



Consentement - un contrôle de bon sens

4

Des conseils supplémentaires sont disponibles



Qui contacter

INTRODUCTION

Pourquoi les récits sont importants
Des récits, pour quoi faire
Comment partager des récits



①

INTRODUCTION

Il est demandé à tou·tes les bénéficiaires du mécanisme Gavi de financement des OSC de communiquer sur l'impact de leur projet subventionné **au lancement et à la clôture du projet**, mais aussi de partager des récits de progrès, d'impact et de changement lors de chaque **rapport descriptif semestriel**.

Ce document a pour but de conseiller les OSC pour élaborer et diffuser des récits positifs sur les progrès, l'impact et les changements dont peut se prévaloir leur projet. Il accompagne et complète le **Guide des Communications principal**.



INTRODUCTION

Pourquoi les récits sont importants

Des récits, pour quoi faire

Comment partager des récits



①

INTRODUCTION

Pourquoi les récits sont importants

Votre organisation a peut-être déjà de bonnes raisons de faire connaître son travail sous forme de récits de progrès, d'impact et de changement. **Voici nos cinq raisons principales** (sans ordre particulier) :

- Attirer l'attention ou galvaniser le soutien du public, et inciter les décideurs (comme Gavi ou le PEV) à intervenir
- Susciter la curiosité ou des émotions positives
- Démontrer un impact tangible
- Démontrer les changements
- Donner de nouvelles perspectives.



INTRODUCTION

Pourquoi les récits sont importants

Des récits, pour quoi faire

Comment partager des récits



①

INTRODUCTION

Des récits, pour quoi faire ?

Discutez-en avec vos équipes et voyez si ces raisons trouvent un écho chez elles. **Dans quel ordre les classeraient-elles** - s'il le fallait - en termes de priorité pour votre projet ?

Pensez-vous à d'autres raisons de partager les récits de votre projet ?

Déterminez qui vous voulez influencer et pourquoi.



INTRODUCTION

Pourquoi les récits sont importants
Des récits, pour quoi faire
Comment partager des récits



Vos récits peuvent être partagés sous différents formats

①

INTRODUCTION

Comment partager des récits



Les mini-récits et les brèves

ils permettent d'éveiller l'intérêt pour une recherche ou un sujet de fond, et de diriger les lecteurs vers le site web de votre organisation où un rapport plus complet sur votre projet peut être hébergé.



Les insertions médiatiques

qui comportent souvent un angle humain et des commentaires appuyés par des données de preuves. Les médias peuvent servir de canal pour atteindre de nouveaux publics.



INTRODUCTION

Pourquoi les récits sont importants

Des récits, pour quoi faire

Comment partager des récits



①

INTRODUCTION

Comment partager des récits



Des histoires courtes

au fur et à mesure que l'occasion se présente. Parfois, lorsque vous ne disposez pas encore de tous les résultats de votre projet, des récits de ce type vous permettent de démontrer l'existence d'un changement progressif mais crucial.



Les communiqués de presse

ce sont de brefs résumés factuels axés sur une nouvelle publication, une campagne ou un moment particulier, principalement destinés aux journalistes de la presse écrite, de la télévision, de la radio et des médias numériques.



INTRODUCTION

Pourquoi les récits sont importants
Des récits, pour quoi faire
Comment partager des récits



①

INTRODUCTION

Comment partager des récits



Les Blogs

Ils peuvent être utilisés pour partager une opinion ou des témoignages et n'ont pas besoin d'être liés à des résultats de recherche ou à un projet particulier. En interne ou en externe, ils peuvent être l'occasion de construire un récit et d'intéresser un public à un débat ou une question clé liée à la recherche.



Récits visuels

Les récits visuels sous forme de vidéos, d'infographies, de résumés graphiques ou de podcasts (pour les supports numériques), ou encore les peintures murales et les affiches (pour les supports physiques) sont des outils puissants. La plupart des gens réagissent à un contenu très visuel ou multimédia.

Les récits visuels sont également particulièrement efficaces pour rendre vos contenus plus accessibles. S'ils sont tout-public et proposés sous forme numérique, ils peuvent être partagés sur les réseaux sociaux et sont considérés comme des contenus « accrocheurs » au sens où les gens sont susceptibles de les partager, ce qui est utile pour influencer les décisions politiques et orienter le dialogue.



INTRODUCTION

Pourquoi les récits sont importants
Des récits, pour quoi faire
Comment partager des récits



①

INTRODUCTION

Comment partager des récits

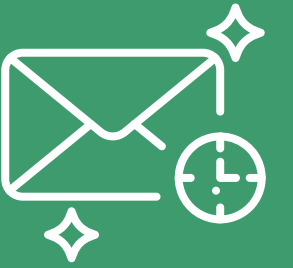


Les pages web ou sites web des projets ou programmes de l'organisation

généralement utilisés pour centraliser tout le contenu relatif à un projet ou à un programme. Ils offrent un support idéal pour publier vos récits une fois finalisés : cela vous permettra de partager facilement vos contenus avec des publics clés, de rassembler tout le contenu lié au projet en un seul endroit, et de soutenir l'interaction plus large sur le site web.



PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS



Introduction à l'approche en sept étapes

Planifier. Développer. Parler. Vérifier. Partager. Suivre. Anticiper.

2

PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS

Introduction à l'approche en sept étapes

L'approche suivante en sept étapes a été développée pour aider les bénéficiaires du mécanisme Gavi de financement des OSC à produire des récits de progrès, d'impact et de changement :

1. Planifier
2. Développer
3. Parler
4. Vérifier
5. Partager
6. Suivre
7. Anticiper.



PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS



Introduction à l'approche en sept étapes

Planifier. Développer. Parler. Vérifier. Partager. Suivre. Anticiper.

2

PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS

Planifier (Partie 1)

Le recueil de récits peut être planifié à l'avance.

Les OSC savent qu'elles auront probablement des récits qui peuvent attirer l'attention sur leur travail à des moments précis de leur projet : il est donc utile de réfléchir en amont à la manière la plus efficace de recueillir ces témoignages.

Le recueil de récits peut également se faire de manière spontanée.

Par exemple, lorsqu'un·e collègue remarque qu'il se passe quelque chose de spécial, de différent ou même de quotidien qui mérite d'être capturé et partagé plus largement, soit le jour même, soit à un moment particulier après l'événement.



PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS



Introduction à l'approche en sept étapes

Planifier. Développer. Parler. Vérifier. Partager. Suivre. Anticiper.

2

PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS

Planifier (Partie 2)

Avant de commencer à collecter des récits, nous recommandons aux OSC de réfléchir en amont aux approches et aux méthodes à mettre en place.

Décidez, par exemple, qui recueillera les témoignages?

Comment seront-ils transformés en récits publiables ?

Où seront-ils stockés ?

Où les autorisations correspondantes seront-elles conservées ? Quels moyens seront utilisés pour les diffuser



PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS



Introduction à l'approche en sept étapes

Planifier. **Développer**. Parler. Vérifier. Partager. Suivre. Anticiper.

2

PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS

Développer (Partie 1)

Pour les récits planifiés à l'avance, tenez compte des points suivants :

- **Quel** est le public visé ? Par exemple, l'idée/le récit/les récits pourraient-ils être adaptés à l'attention de l'équipe nationale du PEV, du gouvernement local, des communautés locales, des sympathisants de l'organisation, des investisseurs et des bailleurs de fonds, et des partenaires stratégiques ? S'il existe de multiples publics potentiels, réfléchissez à ce qui doit être modifié pour chaque public et comment.
- **Sous quelle forme** l'histoire doit-elle être racontée ? Dans un reportage radio, sur les réseaux sociaux, à la télévision, dans une fresque publique, dans une infographie, etc. ? Cette question trouve parfois plus facilement sa réponse après avoir enregistré le récit avec le(s) sujet(s).



PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS



Introduction à l'approche en sept étapes

Planifier. **Développer**. Parler. Vérifier. Partager. Suivre. Anticiper.

2

PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS

Développer (Partie 2)

Pour les récits planifiés à l'avance, tenez compte des points suivants :

- **Le(s) résultat(s)** (que l'on espère atteindre) est-il(sont-ils) évident(s) ?
- **Quel degré d'attention** ce récit mérite-t-il ? Demandez-vous s'il devrait être intégré à un ensemble, ou s'il se prête à une attention individuelle. Il est possible que ce point ne puisse être tranché qu'après l'enregistrement avec le ou les sujet(s).



PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS



Introduction à l'approche en sept étapes

Planifier. **Développer**. Parler. Vérifier. Partager. Suivre. Anticiper.

2

PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS

Développer (Partie 3)

Pour les récits planifiés à l'avance, tenez compte des points suivants :

- **Quand** doit-il être partagé ? Réfléchissez au moment le plus opportun et demandez-vous si le récit se prête à une diffusion unique ou s'il serait utile de le partager plusieurs fois (c'est souvent le cas, surtout pour les diffusions sur les réseaux sociaux, par exemple). A ce stade, il n'est pas toujours évident d'arrêter un calendrier définitif, mais cela se dessine en général plus nettement après l'entretien avec le sujet.



PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS



Introduction à l'approche en sept étapes

Planifier. Développer. **Parler**. Vérifier. Partager. Suivre. Anticiper.

2

PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS

Parler

Interviewez le(s) sujet(s) du récit. Assurez-vous qu'il(s) ou elle(s) se sente(nt) à l'aise pour répondre aux questions.

- Assurez-vous qu'ils ou **elles acceptent** d'être nommé·es ou confirmez-leur que l'OSC partagera leur histoire de manière anonyme si c'est leur souhait. Prenez les mesures nécessaires pour conserver la preuve des autorisations données.
- Les sujets sont-ils **d'accord** pour que leur témoignage soit diffusé sur les réseaux sociaux, par exemple ? Ou souhaitent-ils/elles simplement que leur histoire soit partagée directement avec le bailleur (en l'occurrence, Gavi) ?
- **Enregistrez la conversation** ou leurs réponses aux questions, soit par écrit, soit à l'aide d'un enregistreur vocal ou d'un téléphone portable.



PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS



Introduction à l'approche en sept étapes

Planifier. Développer. Parler. **Vérifier**. Partager. Suivre. Anticiper.

2

PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS

Vérifier (partie 1)

Avant de diffuser publiquement un récit, n'oubliez pas de vérifier les points suivants :

- **Les faits et les chiffres** - y compris les statistiques générales -, sont souvent des apports intéressants pour les publics locaux, régionaux et nationaux. Des statistiques plus détaillées peuvent également être utiles pour le secteur et les bailleurs. Néanmoins, avant de les utiliser, assurez-vous systématiquement que tous les chiffres ont été vérifiés par le ou la gestionnaire de subvention de l'OSC. Pour tout projet subventionné par Gavi, les statistiques d'impact ne peuvent être utilisées dans les communications qu'après vérification préalable par le ou la gestionnaire de subvention du projet.
- **Les autorisations** nécessaires ont-elles été données par le sujet de l'histoire ? Voir ci-dessous pour plus d'informations à ce sujet.



PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS



Introduction à l'approche en sept étapes

Planifier. Développer. Parler. **Vérifier**. Partager. Suivre. Anticiper.

2

PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS

Vérifier (partie 2)

Avant de diffuser publiquement un récit, n'oubliez pas de vérifier les points suivants :

- Une **source** est-elle indiquée pour toutes les citations ? Assurez-vous que la personne citée a donné son accord pour figurer dans la publication, surtout si son visage y apparaît.
- Si quelqu'un préfère rester **anonyme**, changez son nom pour protéger son identité et traitez de la même manière toute photographie le concernant.
- L'histoire est-elle solide et s'appuie-t-elle sur une **participation/représentation** qui inspire et évite les stéréotypes ? Passez en revue l'approche narrative du projet.



PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS



Introduction à l'approche en sept étapes

Planifier. Développer. Parler. **Vérifier**. Partager. Suivre. Anticiper.

2

PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS

Vérifier (partie 3)

Avant de diffuser publiquement un récit, n'oubliez pas de vérifier les points suivants :

- Le récit démontre-t-il **une bonne compréhension** des différents besoins et des obstacles à l'engagement, ou une prise de conscience d'un problème particulier ?
- Demandez-vous si votre récit est **évocateur, convaincant et étayé par des preuves**. Donne-t-il une image complète de la situation que vous voulez illustrer, ou serait-il intéressant d'élargir et de créer des contenus connexes ?



PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS



Introduction à l'approche en sept étapes

Planifier. Développer. Parler. Vérifier. **Partager. Suivre.** Anticiper.

2

PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS

Partager.... Suivre....

Réfléchissez aux canaux de diffusion du ou des récits et à la manière de maximiser l'interaction qu'ils vont susciter. Un guide de communication a été élaboré pour aider les OSC dans cette tâche.

N'oubliez pas de prendre le temps d'examiner et de comptabiliser les réactions que vous recevez suite à vos publications, afin de mieux comprendre qui (interagit), ce qui (les fait réagir) et d'où (viennent les réactions), par exemple. Faites part des réactions que vous recevez à votre gestionnaire de subvention par courriel, ou à l'équipe dédiée à Gavi (communications-gavi-cso@mansiondaniels.com), idéalement dans les quatre semaines qui suivent la publication d'un article ou d'une campagne.



PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS



Introduction à l'approche en sept étapes

Planifier. Développer. Parler. Vérifier. Partager. Suivre. **Anticiper.**

2

PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS

Anticiper les scénarios probables

Lorsqu'il s'agit de recueillir des récits et de démontrer les progrès et les changements attribuables à votre projet, c'est souvent le début qui est le plus difficile.

Pourquoi ne pas commencer par réunir votre équipe et envisager quelques scénarios probables que vous pourriez rencontrer dans le cadre de votre projet. Pensez à l'avance à ce que vous pourriez observer et préparez quelques questions.

En voici quelques-uns pour vous aider à vous lancer :



PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS



Introduction à l'approche en sept étapes

Planifier. Développer. Parler. Vérifier. Partager. Suivre. **Anticiper.**

2

PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS

Anticiper les scénarios probables

Scénario un: Vous allez diriger une clinique mobile de vaccination dans une communauté rurale difficile à atteindre.

Vous pourriez voir une femme portant un bébé dans ses bras et deux jeunes enfants de moins de cinq ans se tenant à ses côtés. Ils ont l'air fatigués et les enfants sont curieux. Parlez à la femme et demandez-lui ce qui l'a amenée à votre clinique. D'où vient-elle ? Comment a-t-elle appris l'existence de ce dispositif ? Ses enfants ont-ils déjà été vaccinés ? Qu'en pense sa famille ? A-t-elle connu quelqu'un qui a contracté l'une des maladies contre lesquelles ils sont vaccinés aujourd'hui ? Parlera-t-elle de son expérience d'aujourd'hui à ses amis et à sa famille ? Rédigez une liste de questions.



N'oubliez pas de faire preuve de tact et de sensibilité. Demandez la permission avant de poser des questions et soyez clair·e sur vos intentions.



PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS



Introduction à l'approche en sept étapes

Planifier. Développer. Parler. Vérifier. Partager. Suivre. **Anticiper.**

2

PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS

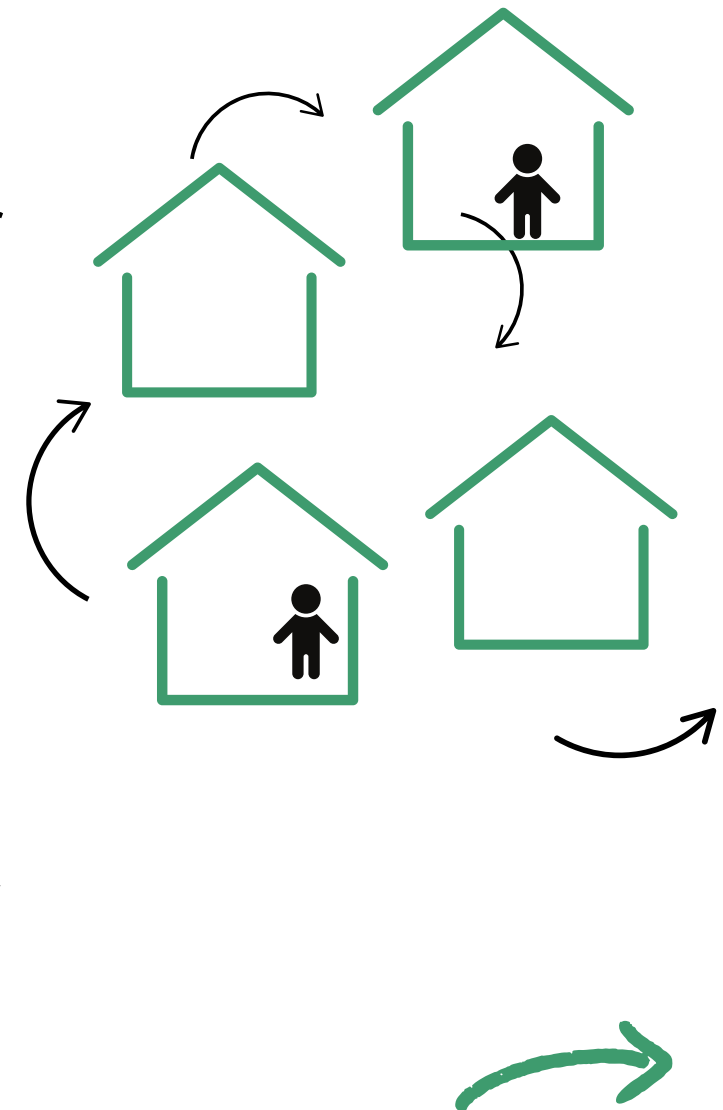
Anticiper les scénarios probables

Scénario deux: Une intervention en porte-à-porte est prévue pour identifier les jeunes enfants et les bébés qui pourraient avoir besoin d'être vaccinés.

Par exemple, vous pourriez vous trouver face à des parents qui ont de jeunes enfants et des bébés à la maison : quelles questions leur poseriez-vous ? Par exemple, leurs enfants ont-ils déjà été vaccinés ? Ont-ils des inquiétudes ? Pensent-ils faire figure d'exception dans leur communauté parce qu'ils ne sont pas vaccinés ? Votre équipe fait part de ses conseils et les parents consentent aux vaccinations.



N'oubliez pas de faire preuve de tact et de sensibilité. Demandez la permission avant de poser des questions et soyez clair·e sur vos intentions.



PLANNING FOR STORY OPPORTUNITIES

Introduction to the seven-step approach
Plan. Develop. Talk. Verify. Share. Track. **Consider.**



2

PLANIFIER LE RECUEIL ET LA PUBLICATION DE RÉCITS

**Anticiper les scénarios
probables**

Scénario trois: Vous souhaitez informer une communauté locale de la venue prochaine d'une clinique de vaccination.

Pour intéresser la population locale à votre projet de vaccination, des histoires vécues concises avec un appel à l'action clair sont probablement un bon moyen.

Réfléchissez à la manière dont chaque communauté comprend ou connaît la vaccination et aux réticences qui peuvent l'empêcher de franchir le pas. Si vous ciblez les mères pour qu'elles fassent vacciner leurs bébés, envisagez de partager l'histoire d'une femme d'une communauté similaire avec un récit qui exprime pourquoi elle se réjouit d'avoir fait vacciner son bébé (malgré, peut-être, l'opposition de sa communauté / ou de son mari, par exemple). Si vous n'avez pas encore de récit de ce type à partager, envisagez d'en recueillir un à partir des opportunités qui se présenteront, par exemple, dans le cadre de votre projet.



SOYEZ FRANC-CHE ET HONNÊTE DANS VOS COMMUNICATIONS



Consentement - un contrôle de bon sens

3

SOYEZ FRANC-CHE ET HONNÊTE DANS VOS COMMUNICATIONS

Consentement - un
contrôle de bon sens

En amont

Les récits ont le pouvoir de marquer et de laisser une impression durable. Mais vous devez être certain·e que ce pouvoir n'est pas utilisé contre le gré du narrateur ou de la narratrice.

Il convient donc d'obtenir le consentement éclairé de tous les individus, dans la mesure du possible, **avant de recueillir des récits**. Les participant·es doivent comprendre :

- Ce **à quoi** ils participent
- **A quel endroit** leurs paroles et leurs images seront publiées
- Et surtout, ils et elles doivent **avoir le temps et l'espace** de réflexion nécessaire pour prendre une décision en confiance, ce qui implique la possibilité de refuser.



SOYEZ FRANC-CHE ET HONNÊTE DANS VOS COMMUNICATIONS



Consentement - un contrôle de bon sens

3

SOYEZ FRANC-CHE ET HONNÊTE DANS VOS COMMUNICATIONS

Consentement - un contrôle de bon sens

En aval

Réfléchissez aux cinq points ci-dessous :

- Le sujet a donné son consentement à ce que son récit soit retranscrit : **Oui / Non / *Sans objet**
- Les sujets figurant sur les photographies ont donné leur consentement à leur utilisation : **Oui / Non / *Sans objet**
- Toutes les photographies concernées ont été sauvegardées dans un endroit central et sûr **Oui / Non / *Sans objet**
- Toutes les photographies ont été supprimées des appareils portables le cas échéant : **Oui / Non / *Sans objet**
- Les sujets ont donné leur consentement à ce que le récit soit partagé sous le format envisagé, par exemple sur les réseaux sociaux, sur un site internet, dans les actualités etc. **Oui / Non / *Sans objet**

*Si vous choisissez « **Sans objet** », détaillez pourquoi. Un consentement verbal est acceptable.



DES CONSEILS DE COMMUNICATION PLUS
COMPLETS SONT DISPONIBLES

Qui contacter



4

DES CONSEILS DE COMMUNICATION PLUS COMPLETS SONT DISPONIBLES

Qui contacter

Un [Guide de communication](#) complet vous est proposé.
Contactez votre Gestionnaire de subvention à ce sujet.

Qui contacter ?

Pour toute question ou demande d'assistance en matière de communications, les bénéficiaires peuvent contacter dans un premier temps leur gestionnaire de subvention ou écrire à communications-gavi-cso@manniondaniels.com.



Photo Credit: Gavi