

## WISH: Dossier d'apprentissage concernant la COVID-19 #3

# Adaptations de la communication pour le changement social et comportemental

Septembre 2020

*En réponse aux restrictions liées à la COVID-19, les organisations adaptent leurs Communications pour le changement social et comportemental (SBCC) afin de garantir que les hommes et les femmes continuent à recevoir des informations précises et opportunes sur la santé et les droits sexuels et reproductifs (SDSR). Cette fiche d'apprentissage résume certaines des activités clés des partenaires de WISH (Women's Integrated Sexual Health) et d'autres organisations externes dans l'adaptation de leurs approches SBCC en réponse à la COVID-19. Cette synthèse est basée sur la littérature existante et sur des entretiens avec des informateurs clés. Elle a été rédigée par WISH4Results, l'équipe de contrôle des tiers pour le programme WISH (Women's Integrated Sexual Health) du FCDO (Foreign, Commonwealth & Development Office).*

## Principaux enseignements

1. Les messages sur la SDSR sont adaptés afin de souligner que les services sont toujours disponibles et que des procédures sont en place pour assurer la sécurité des clients;
2. Le message répond à l'anxiété des gens à propos de la COVID-19 en positionnant le planning familial comme un moyen d'éviter le stress supplémentaire d'une grossesse non planifiée;
3. La programmation radio a été adaptée pour inclure davantage de tribunes téléphoniques, de talk-shows et d'informations actualisées sur les services locaux;
4. Les services de télésanté (lignes directes et centres d'appel) sont en train d'être étendus avec succès et les gestionnaires d'appels sont formés pour fournir des informations sur les SDSR, la COVID-19 et la violence basée sur le genre;
5. Les plateformes de médias sociaux telles que Facebook et WhatsApp touchent efficacement les jeunes et les professionnels de la santé, grâce à des animations, des émissions en direct et des témoignages vidéo;
6. La mobilisation communautaire se poursuit avec des précautions supplémentaires, telles que le lavage des mains, l'éloignement social, la réduction de la charge de travail des clients, la fourniture de conseils en porte-à-porte et la diffusion d'informations par des systèmes de haut-parleurs montés sur les véhicules;
7. Les intermédiaires de confiance tels que les organisations de jeunesse, les organisations de personnes handicapées (OPH), les éducateurs pour les pairs, les volontaires de la santé communautaire, les chefs religieux et traditionnels atteignent efficacement des groupes spécifiques et des zones plus difficiles à atteindre;
8. Les preuves de l'efficacité des adaptations de la programmation du SBCC pendant la COVID-19 sont actuellement limitées ; cela pourrait constituer un axe utile pour les travaux futurs.

## Contenu de ce dossier d'apprentissage

Cette fiche d'apprentissage est basée sur une revue rapide de la littérature et des entretiens avec 20 parties prenantes, dont le personnel de Marie Stopes International (MSI), la Fédération internationale pour le planning familial (IPPF), les partenaires du consortium WISH (Leonard Cheshire Disability, l'International Rescue Committee, Humanity and Inclusion et Development Media International), les associations membres de l'IPPF et des experts externes de l'université John Hopkins et de Shujaaz Inc. Il rassemble les principaux enseignements tirés des adaptations apportées au SBCC sur la SDSR dans la programmation globale.

## Les défis au SBCC posés par la COVID-19

La COVID-19 pose des défis uniques au SBCC en matière de SDSR, notamment :

- Circulation d'informations inexactes et de rumeurs sur la COVID-19. Les gens peuvent ainsi se sentir moins confiants ou submergés d'informations sur la santé, ou croire que le planning familial n'est pas une priorité. Les communicateurs doivent s'assurer que leurs messages sont précis, crédibles et pertinents.
- Les informations et les politiques gouvernementales concernant la COVID-19, y compris les informations sur le taux d'infection, les restrictions de mouvement, les précautions requises et l'utilisation des transports publics, peuvent changer rapidement. Les communicateurs doivent s'assurer que leurs messages sont alignés, ou du moins qu'ils n'entrent pas en conflit avec la politique gouvernementale, et s'adapter rapidement à l'évolution du contexte
- Les services de planning familial et la disponibilité des contraceptifs peuvent changer rapidement, les stocks n'étant pas renouvelés, les établissements de santé étant fermés ou le personnel étant indisponible parce qu'il a été redirigé vers des tâches concernant la COVID-19, qu'il est malade ou qu'il doit s'isoler. Les communicateurs doivent maintenir des liens étroits avec les prestataires de services pour s'assurer qu'ils font la promotion des services disponibles.
- Les restrictions de mouvement empêchent les gens d'accéder aux soins de santé ou augmentent l'anxiété liée à la visite des centres de santé. Elles peuvent également rendre le travail de proximité difficile, car les travailleurs de la santé peuvent avoir du mal à se rendre dans leur zone de chalandise, et les communautés locales peuvent être hostiles à la visite d'étrangers. Les programmes doivent trouver de nouveaux moyens de communiquer avec les clients, par exemple en fournissant des conseils en ligne ou par le biais de services de télésanté. Les clients auront besoin d'informations sur toute la gamme des méthodes contraceptives en fonction de ce qui est disponible et des changements potentiels de leur situation.

## Adaptations au SBCC en réponse à la COVID-19

### Adapter et intégrer les messages

***Les programmes adaptent leurs messages pour rappeler aux clients leurs besoins en matière de planning familial, que les services de planning familial sont toujours disponibles, et pour orienter les clients vers les prestataires en ligne, de télésanté et communautaires.***

- En réponse au constat que les couples passent plus de temps à la maison et que les jeunes peuvent avoir plus de difficultés à accéder aux services de planning familial de manière discrète, Development Media International (DMI) multiplie les messages radio sur le rôle des hommes dans le soutien à l'accès aux SDSR, l'importance de la communication des couples sur le planning familial et les besoins des jeunes. Pour éviter d'orienter inutilement les gens vers les établissements de santé et pour reconnaître qu'il peut y avoir toute une série de points de prestation de services communautaires disponibles, la DMI a modifié l'appel à l'action pour ses spots radio, passant de "visitez votre centre de santé" à "parlez à un prestataire de confiance".

Cela vise à rappeler aux gens que malgré la pandémie de COVID-19, les services de santé reproductive sont toujours disponibles. La DMI a également travaillé en étroite collaboration avec les gouvernements pour aligner et adapter leurs messages, par exemple en participant à des groupes de travail techniques sur la communication dans les pays. Les messages ont été adaptés en fonction des différentes étapes de la pandémie, en ajustant les titres d'appel et le contenu pour soutenir les efforts des gouvernements des pays en matière de sensibilisation à la COVID-19.

- Les programmes nationaux de MSI ont mis à jour leurs sites web avec le message "Nous sommes toujours ouverts pendant la pandémie de COVID-19". MSI encourage également ses clients à penser à plus long terme et à se préparer à des circonstances incertaines, par exemple en leur conseillant de s'assurer qu'ils disposent de suffisamment de produits contraceptifs. Les données indiquent que davantage de clients contactent les services par des méthodes en ligne : globalement, la proportion de messages reçus par MSI via les plateformes de médias sociaux est passée d'environ 20 % en janvier 2020, à près de 30 % en avril, mai et juin, et a continué à augmenter en juillet et août.<sup>1</sup>

### Encadré 2 : Adapter les émissions de radio pour répondre à la pandémie de COVID-19

Les parties prenantes consultées pour ce dossier d'information ont déclaré que l'écoute de la radio a augmenté pendant la pandémie. Pour en tirer parti, les activités du SBCC se sont concentrées davantage sur les émissions téléphoniques et les discussions avec les professionnels de la santé, par exemple :

- Au Sud-Soudan, le Comité international de secours (IRC) s'est associé à des stations de radio locales pour développer des programmes radio hebdomadaires, des jingles et des talk-shows en direct. Des messages sur le planning familial et la prévention de la COVID-19 ont été intégrés aux émissions, et les informations erronées et les questions ont été traitées lors des appels téléphoniques. Il s'agissait notamment de rappeler que les établissements de santé ont mis en place des procédures pour assurer la sécurité des personnes pendant la pandémie de COVID-19 ; de rappeler aux gens l'hygiène des mains, la distanciation sociale et les symptômes de la COVID-19 ; et de lutter contre la désinformation, comme le fait qu'il n'est pas sûr d'utiliser un moyen de contraception pendant la pandémie de COVID-19, que la chaleur peut protéger les gens contre le virus ou que la COVID-19 est une "maladie de la personne blanche".
- En Ouganda, la DMI a travaillé avec des partenaires de prestation de services pour inviter des prestataires de santé à des émissions de radio afin de fournir des informations détaillées sur les services disponibles et de répondre aux questions des auditeurs. Ils ont également fait en sorte que des DJ fournissent des informations sur les services disponibles pendant les émissions de radio.

---

<sup>1</sup> Cette augmentation est notable pour le programme WISH, car en 2019 (c'est-à-dire avant la COVID-19), moins de 1 % des clients de WISH ont découvert les services par le biais de sources en ligne (données des entretiens de sortie des clients, 2019)

### Encadré 3 : Utilisation de systèmes de haut-parleurs mobiles pour transmettre des informations

En Ouganda et en Éthiopie, l'IRC a utilisé des camionnettes équipées de haut-parleurs pour promouvoir les messages de planning familial dans les communautés locales, en utilisant des spots et du contenu créés par le DMI. Cette méthode avait déjà été utilisée auparavant et a été adaptée pour fournir des informations spécifiques à la COVID-19. L'IRC a identifié les informations qui pouvaient être transmises facilement et rapidement, telles que : les services disponibles, les endroits où obtenir plus d'informations, les conseils de prévention de base de la COVID-19 et les questions fréquemment posées. Il était prévu que les camionnettes traversent les villages en répétant les messages clés. Les mobilisateurs communautaires étaient formés pour transmettre les messages et pour entamer des conversations sur la planification familiale. Humanity and Inclusion a également utilisé des haut-parleurs montés sur des véhicules en Éthiopie et au Sud-Soudan, fournissant des informations sur les services et les messages concernant la COVID-19. MSI a développé quatre scripts pour des annonces sur le planning familial et la COVID-19, adaptés aux radios locales, aux systèmes de sonorisation et aux crieurs de ville.

### Développer la télésanté

***Les services de télésanté sont en train d'être étendus et les opérateurs téléphoniques sont formés pour fournir des informations sur le planning familial, la violence basée sur le genre (GBV) et la COVID-19.***

Compte tenu des restrictions de mouvement et d'interaction, il est devenu plus important de fournir des informations par téléphone pendant la pandémie de COVID-19. Les services de télésanté sont en train d'être étendus et les opérateurs téléphoniques sont formés pour fournir des informations sur le planning familial, la violence basée sur le genre et la COVID-19. Les services existants sont renforcés et de nouveaux services sont développés, par exemple:

- L'association membre de l'IPPF au Soudan (SFPA) a créé un centre d'appel en étroite collaboration avec le ministère de la santé et la Société soudanaise d'obstétrique et de gynécologie, suite à la fermeture des installations fixes et des services de proximité au début de la pandémie. La promotion du centre d'appel a été assurée par des envois de SMS aux clients des principaux fournisseurs de téléphonie mobile au Soudan, ainsi que par des spots radio et télévisés. Le personnel a été formé pour fournir des services de télé-conseil et les clients ont reçu chez eux des méthodes à action rapide par le réseau de distributeurs communautaires de la SFPA. Les clients à la recherche de contraception réversible à longue durée d'action (LARC) ont obtenu des rendez-vous auprès de cliniciens de garde dans des installations fixes. Le personnel a indiqué qu'au cours des trois premiers mois d'ouverture du centre d'appel (avril-juillet 2020), 70 000 appels ont été reçus.
- L'association membre de l'IPPF au Pakistan (Rahnuma FPAP), a élargi les attributions des centres d'appel existants qui fournissent des informations sur les SDSR aux jeunes. Le service fournit désormais des informations sur la COVID-19, propose des consultations téléphoniques et des orientations vers des établissements de santé et offre des services de conseil aux jeunes. Les appels vers les centres auraient augmenté.

- MSI a des centres de contact (centres d'appel où les gens peuvent recevoir des conseils et des références en matière de SDR) dans 28 pays et a modifié sa stratégie de marketing afin de d'amener les gens à d'abord appeler les centres, qui peuvent ensuite renvoyer les clients vers les services locaux. Un modèle avec des questions fréquemment posées sur la COVID-19 a été développé au niveau mondial, et les équipes nationales les ont adaptées pour refléter les conseils et les réglementations locales. À Madagascar, une campagne de médias sociaux et de masse a été développée pour diriger les clients vers le centre de contact. En Ouganda, le centre de contact de MSI a établi un partenariat avec le gouvernement pour répondre aux questions sur la COVID-19. Dans l'ensemble, les centres de contact de MSI ont servi plus d'un million de clients depuis le début de l'année. Notamment, entre mars et avril 2020, les centres de contact de MSI ont vu une augmentation de 50 % du nombre de clients interagissant via des messages sur les médias sociaux.
- Breakthrough Action s'est associée à Viamo, une société qui fournit des informations, des services vocaux interactifs et des recherches par téléphone grâce à son service "3-2-1", dans divers pays d'Afrique subsaharienne et d'Asie. Ils ont mis à jour leurs plates-formes de télésanté avec des informations COVID-19 et les ont intégrées à des messages sur la planification familiale et la violence basée sur le genre.
- Au Sud-Soudan, l'IRC envisage d'utiliser des SMS pour diffuser des informations sur la santé et les droits sexuels et reproductifs et mettre les clients en contact avec des points de référence, tandis qu'en Somalie, un service d'assistance téléphonique est envisagé en consultation avec le ministère de la santé.

### Canaux de communication en ligne et médias sociaux pour les clients et les professionnels de la santé

***Les canaux de communication en ligne tels que Facebook et WhatsApp peuvent mobiliser efficacement les jeunes et les professionnels de la santé, grâce à des animations, des émissions en direct et des témoignages vidéo.***

#### **Informers et impliquer les clients:**

- MSI a créé un ensemble de ressources numériques pour ses programmes nationaux. Ces ressources comprennent : Foire aux questions sur la COVID-19 ; une aide à l'emploi avec des conseils sur la communication, la lutte contre les mythes et les messages clés ; et des messages visuels et textes d'accompagnement ciblant les jeunes sur les médias sociaux. Les sites web des programmes nationaux de MSI ont été mis à jour avec des informations sur la COVID-19 et le planning familial, les numéros de téléphone des centres de contact, les détails des services locaux et la possibilité de prendre rendez-vous ou de demander des rappels en ligne.
- MSI a également tiré parti des animations existantes sur les méthodes de planification familiale et les a partagées avec les clients de ses centres de contact en utilisant WhatsApp et Facebook Messenger et sur les pages Facebook des pays. MSI Ouganda a spécifiquement créé une courte vidéo Facebook sur la manière de

planifier et de se protéger contre les grossesses non planifiées dans le cadre de la COVID-19.<sup>2</sup>

- L'association membre de l'IPPF au Malawi (FPAM), a également eu du succès sur WhatsApp et Facebook, avec des jeunes leaders et des volontaires de santé communautaire partageant des informations pour remettre en question les mythes et les idées fausses.
- Shujaaz Inc au Kenya a utilisé WhatsApp pour mener des groupes de discussion parmi les jeunes, obtenant ainsi des informations en temps réel sur la façon dont la pandémie de COVID-19 affecte leur vie. Cela a permis de mettre en évidence les problèmes de solitude et de soucis financiers des jeunes, qui ne peuvent pas mener leurs activités lucratives.
- Breakthrough Action en Afrique de l'Ouest a créé la campagne Merci Mon Héros en utilisant Facebook. La campagne comprend des témoignages vidéo dans lesquels des jeunes remercient leurs amis, parents ou proches qui les ont aidés à surmonter les difficultés qu'ils ont rencontrées dans le domaine de la santé reproductive. L'intention est de remettre en question les tabous qui entourent les jeunes qui discutent de planification familiale avec des adultes.<sup>3</sup>
- Shujaaz Inc. utilise également WhatsApp pour collecter des données en temps réel dans le cadre de groupes de discussion numériques au Kenya ; et DMI a utilisé WhatsApp et les téléphones portables pour "pré-tester" des spots d'information auprès de publics clés plutôt que de mener des recherches en personne.

#### Personnel d'appui:

- MSI à Madagascar a créé une communauté de pratique en ligne pour les mobilisateurs communautaires sur Facebook afin de partager des expériences, d'apporter un soutien et d'aider à combattre le sentiment d'isolement. Le groupe a été soutenu par des superviseurs qui ont fourni des informations sur les restrictions, la conformité et la manière de faire leur travail en toute sécurité. Au Sahel, MSI a utilisé et élargi les groupes WhatsApp existants pour communiquer plus fréquemment avec ses mobilisateurs afin de s'assurer qu'ils étaient à jour sur les changements, les réponses requises et les meilleures pratiques de mobilisation pendant la pandémie de COVID-19. On trouve des exemples similaires ailleurs, par exemple, l'association membre de l'IPPF en Zambie (PPAZ) a utilisé WhatsApp pour les travailleurs de proximité afin de planifier leurs activités.

### Travailler avec les organisations communautaires

***Travailler via des organisations locales peut permettre de surmonter les restrictions de mouvement et les préoccupations des populations locales concernant l'entrée d'étrangers dans leurs communautés.***

Le travail par l'intermédiaire de membres de la communauté de confiance faisait partie d'un certain nombre de stratégies d'engagement communautaire avant la pandémie de COVID-

<sup>2</sup> <https://www.facebook.com/watch/?v=280413983139851>

<sup>3</sup> [https://www.facebook.com/mercimonheros/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/mercimonheros/?ref=page_internal)

19. Il pouvait s'agir de chefs religieux ou traditionnels, de membres de groupes de femmes ou d'organisations de jeunes, de volontaires de la santé communautaire ou de personnes respectées qui pouvaient influencer leur groupe de pairs. Les parties prenantes ont indiqué que ces intermédiaires sont encore plus importants aujourd'hui, dans le contexte de la COVID-19. Ils sont déjà présents au sein des communautés, de sorte que les restrictions de mouvement n'affectent pas leur travail de manière aussi importante ; ils sont connus localement, de sorte qu'ils peuvent surmonter la suspicion de l'étranger ; et on leur fait confiance, de sorte qu'ils peuvent s'attaquer aux rumeurs et aux mythes concernant le virus, par exemple:

- Les associations membres de l'IPPF ont renforcé le rôle des agents de santé communautaires en fournissant des informations sur le planning familial et en distribuant des contraceptifs de courte durée. L'association membre de l'IPPF en Zambie (PPAZ) a étendu le travail de ses distributeurs communautaires (agents de santé locaux), qui fournissent une éducation sanitaire et distribuent des contraceptifs. Comme ces personnes vivent au sein de la communauté, elles peuvent continuer à faire du porte-à-porte, combinant l'éducation à la santé et la distribution de contraceptifs.
- L'IPPF et le MSI sont passés de l'organisation de grands dialogues communautaires à des réunions plus petites en extérieur ou au porte-à-porte. L'association membre de l'IPPF au Pakistan (Rahnuma FPAP) organise des sessions pour quatre ou cinq personnes à la fois, en ciblant des groupes spécifiques tels que les maris, les belles-mères et les jeunes. Ces sessions relient les informations sur la COVID-19 à la santé et aux droits sexuels et reproductifs. L'association membre de l'IPPF au Mozambique (AMODEFA) travaille avec de petits groupes d'influenceurs clés qui peuvent ensuite diffuser le message au sein de leurs communautés. Bien que cela limite le nombre de personnes qui peuvent accéder à l'information, cela garantit que les conseils en face à face sont toujours disponibles.

### Atteindre les groupes vulnérables lors de la pandémie de COVID-19

***Les approches efficaces pour accéder aux jeunes incluent le travail avec les organisations de jeunesse et les éducateurs pairs, et l'utilisation de Facebook et de WhatsApp. Le partenariat avec les organisations de personnes handicapées (OPH) offre un grand potentiel pour fournir des informations et des services accessibles.***

Lorsqu'on répond à une crise comme la pandémie de COVID-19, il y a un risque que la programmation puisse concentrer les efforts immédiats sur le soutien à la population en général. Des groupes difficiles à atteindre, tels que les jeunes et les personnes handicapées, peuvent être exclus par inadvertance. Les exemples ci-dessous partagent quelques approches utilisées par les partenaires de mise en œuvre de WISH et d'autres pour garantir que le SBCC inclut ces groupes pendant la pandémie de COVID-19:

#### **L'accès aux jeunes :**

- Les programmes ont identifié les messages les plus pertinents pour les jeunes et les ont classés par ordre de priorité dans leurs médias sociaux et leurs communications mobiles. Par exemple, Shujaaz Inc. au Kenya a mis l'accent sur les risques de grossesses non planifiées pendant la pandémie de COVID-19, ainsi que sur les défis liés à la séparation des partenaires intimes (qui constituent souvent une partie importante des réseaux de soutien des jeunes).

- La collaboration avec les organisations de jeunesse et les éducateurs pairs permet d'accroître l'accès aux jeunes. L'IPPF a établi de longue date des mouvements d'action de la jeunesse (YAM), qui sont des réseaux d'adolescents qui partagent des informations sur la SDSR avec leurs pairs. L'association membre de l'IPPF en Tanzanie (UMATI) organise des événements de week-end pour les jeunes, qui comprennent de l'éducation, du divertissement et des matchs de football. Ces activités ont été adaptées lors de la pandémie de COVID-19 en limitant le nombre de participants aux activités. En outre, lors de l'accès à la clinique, les jeunes sont priés d'attendre à l'entrée que le membre du YAM soit disponible pour les rencontrer individuellement.
- Shujaaz Inc a introduit les "événements" Konnect, qui comprennent des panels d'experts sur la SDSR qui sont diffusés sur Facebook Live, en remplacement des événements en direct. Une discussion a lieu via Zoom avec un groupe de jeunes et de prestataires de services ayant une expérience de la question. Des contenus supplémentaires sont fournis par des jeunes qui téléchargent leurs propres vox pops exprimant leur point de vue sur le sujet, qui sont utilisés pour susciter la discussion. Les jeunes peuvent poser des questions et interagir via Facebook et WhatsApp ; l'anonymat de ces médias a été signalé pour faciliter la prise en compte de questions sensibles.

### Accès aux personnes handicapées

Le partenariat avec DPO offre un grand potentiel pour fournir des informations et des services accessibles. La stratégie d'Humanité et Inclusion (HI) pour l'accès aux personnes handicapées repose sur le renforcement des collaborations et des liens avec DPO qui peut fournir des conseils importants et des aperçus sur les obstacles à l'accès à l'information sur la COVID-19 dans de multiples formats et interventions, par exemple:

- Des spots télévisés ont été créés par le ministère de la santé en Ouganda pour fournir des informations sur la prévention de la COVID-19 dans le cadre de la campagne "Tonseemberera" ("gardez vos distances"). HI, en partenariat avec l'Union nationale des femmes handicapées d'Ouganda (NUWODA), a traduit les informations en langue des signes.
- Les émissions de radio régulières ont bénéficié de la contribution de DPO, afin de garantir que les messages concernant la COVID-19 et la SDSR tiennent compte des besoins spécifiques. Au Sud-Soudan et au Pakistan, HI a facilité des émissions de radio incluant des organisations de personnes handicapées et portant sur la COVID-19, la SDSR et l'intégration des personnes handicapées.
- HI a soutenu les employés du centre d'appel de MSI Madagascar pour les sensibiliser aux questions de handicap, notamment par des jeux de rôle simulant des appels de personnes souffrant de problèmes de santé mentale.
- Au Bangladesh, HI s'est associé à des organisations locales afin de surmonter les difficultés liées à la rencontre des clients en face à face. Afin de fournir des informations sur la SDSR et la prévention de la COVID-19, ainsi que d'écouter les défis et les préoccupations des gens, ils se sont associés avec des DPO locales, pour atteindre leurs bénéficiaires avec des informations et des services par téléphone mobile. Une liste de contrôle a été élaborée pour guider les appels téléphoniques, avec des informations sur la SDSR, la COVID-19 et la GBV. Les

médecins et les agents de santé communautaire qui passaient les appels ont été formés à l'intégration des personnes handicapées. Grâce à cette approche, plus de 4 000 bénéficiaires ont reçu des informations sur la SDSR et la COVID-19.

## Ressources en ligne

Les ressources et plates-formes en ligne suivantes peuvent contribuer à l'élaboration et à la conception des campagnes de SBCC pendant la pandémie de COVID-19:

- John Hopkins University Centre for Communication Programs – COVID-19 Resources. <https://ccp.jhu.edu/resources-3/covid-19-resources/> Une ressource en ligne avec des conseils sur les messages, l'accès aux groupes cibles, la formation aux médias, les webinaires, ainsi qu'une base de données de vidéos, de chansons et de messages d'intérêt public.
- COVID-19 Communication Network - <https://covid19communicationnetwork.org> . Ressources classées par type de ressource, par public et par sujet.
- Compass for Social and Behaviour Change - <https://www.thecompassforsbc.org> . Une série de guides pratiques sur tous les aspects de l'élaboration de programmes de communication visant à modifier les comportements.
- BBC Media Action - <https://www.bbc.co.uk/mediaaction/support-us-new/covid19> . Manuel des médias pour la COVID-19, conseils sur la recherche et accès à une gamme de matériel vidéo.
- Family Planning 2020 webinar: Maintaining momentum in family planning: How can social and behaviour change programmes adapt to the new reality of COVID-19? <https://www.youtube.com/watch?v=FPu1NKuNBbw> . Webinaire couvrant les principaux défis et les voies à suivre pour les activités du SBCC et de la SDSR pendant la pandémie de COVID-19.

## Liste de référence

Les sources suivantes ont été utilisées pour alimenter ce dossier d'apprentissage et fournir un contenu utile sur certaines des approches décrites:

- Breakthrough Action. (April, 2020). *Guidance on Social and Behaviour Change for Family Planning during COVID-19*. Breakthrough Action.
- Breakthrough Action. (July, 2020). *Virtual Pre-Testing during COVID-19*. Breakthrough Action.
- Desmon, S. (2020, May 18). *When face to face is no longer the norm*. Retrieved August 12, 2020, from <https://ccp.jhu.edu/2020/05/18/covid-19-pivot-digital/>
- Development Media International. (May 2020). *Adapting WISH Messages to COVID-19*.
- Hutchinson, G., & Dalton, J. (May 2020). *Handbook for media: the new coronavirus and COVID-19*. BBC Media Action.
- International Disability Alliance. (March, 2020). *Toward a Disability-Inclusive COVID-19 Response: 10 recommendations from the International Disability Alliance*.
- International Planned Parenthood Federation. (April, 2020). *COVID-19: Guidance on community engagement and communications*. IPPF.
- Internews. (n.d.). *Local media and community engagement in humanitarian settings*.
- Leonard Cheshire Disability. (n.d.). *Research briefing on the Impact of the 2013-2016 Western African Ebola epidemic on people with disabilities*.
- Mutesi, S. (June 2020). *Examples of SBCC approaches undertaken to reach persons with disabilities during COVID 19 crisis*. Humanity and Inclusion.
- Nanda, K., Lebetkin, E., Steiner, M. J., Yacobson, I., & Dorflingera, L. J. (2020). Contraception in the Era of COVID-19. *Global Health: Science and Practice*, 8(2), 1-3.
- Whitehead, S. (2020, April 17). *Audience research in the time of COVID-19*. Retrieved August 11, 2020, from <https://www.bbc.co.uk/blogs/bbcmediaaction/entries/dfb55ee3-2485-48a4-a472-838de642ff8e>
- Wilkinson, S. (June 2016). *Using media and communication to respond to public health emergencies: lessons learned from Ebola*. BBC Media Action.

## Informations complémentaires

### À propos du programme WISH

Le programme WISH est le programme phare et le plus important du Royaume-Uni en matière de santé et de droits sexuels et reproductifs (SDSR). Il réalise jusqu'à 20 % de l'engagement global du Royaume-Uni en faveur de l'amélioration des SDSR dans le monde. Le programme WISH, mis en œuvre en deux lots dirigés par des consortiums différents, opère dans 27 pays en Asie et en Afrique et devrait contribuer à éviter plus de 29 000 décès maternels d'ici décembre 2021.

L'équipe WISH4Results, composée de membres du personnel du consortium e-Pact - Itad et Oxford Policy Management - agit en tant que tiers contrôleur pour le programme WISH, en fournissant des vérifications, des preuves et des enseignements pour le FCDO, les partenaires de mise en œuvre de WISH et les parties prenantes au sens large.

### A propos de WISH : Dossier d'apprentissage concernant la COVID-19

La COVID-19 aura très probablement de graves répercussions sur l'accès aux services de santé sexuelle et reproductive (SSR) pour tout le monde, mais surtout pour les femmes et les filles. Les partenaires de mise en œuvre du programme WISH, WISH4Results et les partenaires mondiaux de la santé collaborent pour saisir les adaptations rapides à la prestation de services de SSR afin de maintenir l'accès vital à des soins de qualité fondés sur les droits.

Cette publication fait partie d'une série de Learning Briefs produite par WISH4Results qui se concentre sur les adaptations de la prestation de services de santé sexuelle en raison de la pandémie de COVID-19. Le contenu a été compilé à partir d'une série d'entretiens semi-structurés et de courriels de suivi avec des représentants des organisations énumérées ci-dessous. La rédaction et l'édition ont été dirigées par Philly Desai, avec le soutien d'autres membres de l'équipe de WISH4Results. Nous sommes particulièrement reconnaissants aux organisations qui ont fourni des informations pour ce dossier.

Veuillez nous faire part de vos réactions et commentaires sur les matières abordées dans ce dossier, contribuer à des ressources connexes et discuter d'autres adaptations de la formation à distance en matière de SDSR en envoyant un courrier électronique [WISH4results@itad.com](mailto:WISH4results@itad.com).

