



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

transform
PHARE



IMPLICATION DES INFLUENCEURS ET DES ACTEURS NON TRADITIONNELS DANS LES PROCESSUS PARTICIPATIFS POUR LA CONCEPTION DE PROGRAMMES DE PLANIFICATION FAMILIALE

INTRODUCTION

Ce rapport de processus est destiné aux responsables de mise en œuvre de programme qui souhaitent utiliser une approche participative pour éclairer la conception de programmes de planification familiale (PF) et de santé reproductive (SR). Ce rapport s'inspire des expériences et des leçons apprises au cours du projet Transform/PHARE financé par l'USAID (ci-après dénommé PHARE). L'objectif de PHARE était de développer et de tester des approches et des solutions innovantes pour accroître l'acceptabilité de la PF et l'adoption volontaire en Afrique de l'Ouest francophone. À cette fin, au Niger et au Burkina Faso, PHARE a utilisé une approche de conception centrée sur l'humain (HCD) pour développer des approches et des solutions créatives appuyées par des données qualitatives et quantitatives existantes. L'approche HCD a souligné l'importance d'une planification et d'une gestion soigneuses du processus participatif. L'implication des publics cibles et des principaux influenceurs, en particulier, est apparue comme un domaine essentiel d'apprentissage. Ce rapport reflète l'implication des influenceurs par le projet PHARE pour la conception des programmes et propose des leçons et des recommandations pour un processus participatif réussi et significatif pour les futurs programmes de PF.

ÉTUDES DE CAS DE PHARE : IMPLIQUER LES INFLUENCEURS ET LES ACTEURS NON TRADITIONNELS DANS LE PROCESSUS PARTICIPATIF

Les études de cas suivantes donnent deux exemples de la manière dont PHARE a impliqué des influenceurs et des acteurs non traditionnels dans le processus participatif.

« PÈRE BURKINBILA » AU BURKINA FASO

L'action du « Père Burkinbila » visait à accroître l'adoption volontaire de la PF par les adolescentes et les jeunes femmes au Burkina Faso et à encourager un environnement plus favorable à l'utilisation de la PF. PHARE a interrogé des femmes en âge de procréer pour mieux comprendre leurs besoins, leurs défis et leurs désirs afin d'identifier les domaines d'intervention potentiels. Grâce à ces entretiens, l'équipe a identifié les hommes comme des influenceurs clés dans la prise de décision en matière de PF.

Le projet a également choisi d'impliquer des acteurs non traditionnels (par exemple des entrepreneurs, des musiciens, des comédiens, hommes et femmes). L'idée

de l'invitation des entrepreneurs et des artistes reposait sur leur capacité à innover et à créer des réponses qui trouvent un écho favorable auprès du public. Les acteurs non traditionnels ont apporté des idées sous plusieurs angles, ce qui a assuré un contenu et des approches plus riches, contribuant au succès du projet pilote. Par exemple, l'une des actions proposées a été conçue autour de la Saint-Valentin comme point de départ pour parler aux jeunes couples de la planification familiale.

La sélection des participants pour le processus de conception a pris en compte la représentation équilibrée des sexes et de l'âge, ainsi que les dynamiques de pouvoir et de genre anticipées qui pourraient potentiellement entraver le processus et étouffer les voix des jeunes garçons, des femmes et/ou des filles. Tout au long de chaque phase du processus, l'équipe de PHARE s'est alignée sur le Commitment to Ethics in Youth Powered Design (l'Engagement Éthique dans la Conception Impulsée par les Jeunes) de PSI pour garantir le consentement éclairé, la confidentialité, la rémunération des jeunes pour leur temps et leur travail dans les processus de conception, ainsi que la formation du personnel pour soutenir l'engagement des jeunes de manière appropriée.

L'intervention qui en a résulté, « Père Burkinbila », a consisté à organiser des clubs de pères pour former les pères sur les manières de parler à leurs fils adolescents de la sexualité, de l'égalité des sexes et de la contraception. L'accent mis sur la relation père-fils était une nouvelle approche de l'implication des hommes, basée sur des approches similaires utilisées avec les jeunes femmes et les mères. Après quatre mois de mise en œuvre, l'équipe opérationnelle du projet a noté que les pères ont commencé à parler de sexualité à leurs fils et savaient les référer à un centre de santé s'ils n'étaient pas en mesure de répondre à toutes leurs questions. Les parents ont également déclaré que certains de leurs fils ont commencé à participer aux tâches habituellement effectuées par les filles à la maison, comme faire la vaisselle.

« SARARI » DU NIGER

L'action « Sarari » visait à accroître l'adoption volontaire de la PF chez les femmes mariées et à favoriser le

soutien communautaire à la PF volontaire. L'équipe de PHARE a mené des entretiens avec des femmes en âge de procréer et des couples pour recueillir des informations qui ont conduit à l'identification de deux influenceurs clés : les jeunes hommes mariés et les leaders religieux. Les femmes ont cité leurs maris comme principaux déterminants de leur adoption volontaire de la PF, les hommes étant à leur tour fortement influencés par les leaders religieux. Les jeunes hommes respectent les leaders religieux, mais ne les considèrent pas nécessairement comme influents dans les questions de santé de la reproduction. Sur la base de ces informations, deux équipes de conception ont été formées au cours de la phase d'idéation (voir ci-dessous pour la description des phases du processus de HCD) : une équipe de six hommes influenceurs et une équipe de six femmes et filles pour susciter des idées d'intervention.

Les équipes de conception ont développé trois actions pour le prototypage : des leaders engagés, des débats de leaders et une activité de discussion et de budgétisation. Les débats de leaders, qui consistaient en des débats ouverts entre les leaders religieux et les jeunes, ont été populaires parmi les participants pendant la phase de prototypage/idéation. Cependant, lors de la mise en œuvre, l'activité a échoué en raison des défis liés aux dynamiques de pouvoir entre les leaders religieux (masculins) et les jeunes. Les jeunes ne se sentaient pas à l'aise de débattre avec un « aîné » en public, ce qui était perçu comme irrespectueux. Parallèlement, lors de la mise en œuvre de l'intervention des leaders engagés, l'équipe a réalisé que les leaders religieux féminins pouvaient tirer parti de leurs propres expériences en matière de santé reproductive et livrer des messages plus pratiques qui trouvaient écho auprès d'autres femmes.

L'expérience de PHARE au Niger illustre l'importance d'identifier des informations clés sur les dynamiques de pouvoir pendant toutes les phases du processus participatif. Malgré ces défis, les résultats de fin du projet ont progressé. À la fin de la phase de mise en œuvre de « Sarari », 82 % des leaders religieux ont déclaré qu'ils soutenaient l'utilisation des méthodes de PF par les femmes pour espacer les naissances, contre 68 % au départ.

LA VALEUR D'UN PROCESSUS PARTICIPATIF

Le processus participatif décrit ci-dessus met en évidence de nombreux avantages de l'implication des influenceurs dans la conception des programmes en général. Premièrement, la voix du public cible dans la phase de conception garantit que les actions font écho chez d'autres membres du groupe cible et accroît l'appropriation tout au long de la mise en œuvre du programme. Deuxièmement, des groupes de discussion très ciblés permettent une analyse plus approfondie des dynamiques sociales qui affectent le public cible et influencent l'équité entre les sexes, créant ainsi une conception de programme plus réactive. De même, la conception participative aide à identifier les défis et les dynamiques de pouvoir qui peuvent affecter négativement les résultats du programme. Ces défis peuvent être relevés par des ajustements au cours des phases suivantes, y compris pendant la mise en œuvre.

ÉTAPE 1 PROCESSUS RECOMMANDÉ POUR IMPLIQUER LES INFLUENCEURS

Sur la base des informations générées par la segmentation des données, l'observation, d'autres approches qualitatives et l'expérience antérieure, l'équipe de PHARE a affiné les publics cibles et identifié les influenceurs. Par exemple, dans l'action du « Père Burkinbila » au Burkina Faso, l'équipe de PHARE s'est fixé comme objectif de susciter des idées moins traditionnelles et a donc cherché à impliquer des acteurs non traditionnels pour proposer des perspectives uniques et moins biaisées.



QUI : Dirigé par l'équipe de programme en fonction des données qualitatives et quantitatives et de l'adhésion des parties prenantes (c'est-à-dire le Ministère de la Santé, les partenaires de mise en œuvre).



QUAND : Avant de commencer le processus participatif. Pour recueillir des informations, PHARE a contacté les membres de la population cible de même que les influenceurs potentiels,

qui à leur tour ont aidé à orienter et à recruter d'autres influenceurs. Dans le cas du projet « Sarari » au Niger, l'équipe a développé un archétype pour aider à déterminer les influenceurs dans la vie d'une femme, ainsi qu'à envisager sa vie et ses objectifs reproductifs. Les archétypes rendent une population cible ou un segment de population plus facile à comprendre, ce qui facilite le développement d'interventions efficaces adaptées à leurs besoins et préférences spécifiques. Les influenceurs ont été affinés au cours du processus grâce à des informations supplémentaires et à la segmentation des données.

ÉTAPE 2 PLANIFIER LES ATELIERS DE GROUPE PARTICIPATIFS

L'équipe de PHARE a entrepris un processus de planification en plusieurs étapes pour préparer les ateliers participatifs. Tout d'abord, l'équipe a décidé du nombre d'ateliers et de participants nécessaires, en fonction de l'effectif des publics cibles et des groupes d'influenceurs (voir la troisième étape pour le processus de sélection). Des considérations éthiques et des autorisations connexes ont été prises en compte à ce stade (par exemple, le consentement éclairé, la formation du personnel pour soutenir de manière appropriée l'implication des jeunes). Deuxièmement, l'équipe a budgétisé le temps entre les phases d'inspiration et d'idéation pour examiner et analyser soigneusement les informations collectées afin d'informer les prochaines étapes du processus. Enfin, les équipes ont identifié des approches pour gérer la participation aux ateliers afin de s'assurer que tous les participants soient engagés et entendus. Comme révélé par l'intervention « Sarari », il est important de prêter attention aux dynamiques de pouvoir éventuelles pendant les ateliers, qui pourrait affecter l'équité entre les sexes pendant la mise en œuvre et le succès global du programme (pour plus d'informations, reportez-vous au rapport de processus sur les dynamiques de pouvoir.)



QUI : Dirigé par l'équipe de programme.



QUAND : Après la phase d'inspiration.

ÉTAPE 3

SÉLECTIONNER LES PARTICIPANTS

Comme décrit ci-dessus, l'équipe de PHARE a principalement sélectionné des participants qui ont livré des informations pendant la phase d'inspiration. D'autres participants ont été recrutés par l'intermédiaire d'agents de communication interpersonnelle ou par sondage en boule de neige par les participants initialement sélectionnés et en fonction de critères spécifiques (c'est-à-dire le sexe, l'âge, la profession). L'objectif était d'avoir un groupe diversifié de participants représentatifs du public cible, des influenceurs et des acteurs non traditionnels. La plupart des participants ont été contactés par téléphone.

L'équipe a examiné la composition des groupes avant de finaliser la liste des participants pour s'assurer que les différents influenceurs et les publics visés étaient correctement représentés. Par exemple, pour les leaders religieux, l'équipe de PHARE a pris soin de recruter divers profils de leaders religieux (c'est-à-dire selon l'âge, le sexe, les points de vue sur la PF, les années d'expérience).



QUI : Dirigé par l'équipe du programme.



QUAND : Avant la phase d'idéation, de même que pendant l'idéation, mais avant le prototypage. Aux deux étapes du processus, les mêmes groupes de participants ont été sélectionnés pour le prototypage. Dans certains cas, il peut être nécessaire pour les équipes de sélectionner un groupe de participants différent si les prototypes peuvent bénéficier des feedbacks d'un sous-groupe différent de la population cible ou de groupes éventuellement sous-représentés dans l'atelier. Par exemple, dans un cas où la phase d'idéation évolue jusqu'au développement d'une idée liée aux interventions dans le secteur pharmaceutique, le prototypage devrait impliquer les pharmaciens et devrait atteindre les parties prenantes pharmaceutiques même si ces participants n'étaient pas initialement inclus dans les étapes précédentes.

ÉTAPE 4

DIRIGER LES ATELIERS

Il est important d'utiliser différentes méthodologies de brainstorming tout au long des ateliers pour permettre à tous les participants de partager leurs points de vue, surtout s'ils viennent d'horizons différents. PHARE a demandé aux participants de travailler en binôme et aussi en plénière pour réfléchir à des idées. Une méthodologie populaire consiste à considérer un sujet sous différents angles (par exemple, en posant la question « Comment impliqueriez-vous les hommes à soutenir les femmes qui participent à des ligues sportives nationales ? ») comme moyens de cultiver une réflexion « hors des sentiers battus » et de susciter des idées qui pourraient s'appliquer à l'objectif principal. Les ateliers ont été organisés dans de grandes salles pour permettre aux participants de se déplacer librement. Les suggestions d'aménagement de la salle assurent un espace ouvert suffisant pour favoriser le brainstorming créatif et éviter les dispositions traditionnelles de salle où les participants sont assis à des tables faisant face à l'avant ou au centre de la salle, car ceux-ci ont tendance à véhiculer une idée d'atelier didactique. Pour les petits groupes de moins de dix participants, il est préférable de retirer les tables et de faire asseoir les participants en cercle. Pour les groupes plus importants, les participants peuvent être divisés en groupes de 3 à 4 personnes assises autour d'une table, favorisant ainsi un sentiment de travail en équipe. Les animateurs peuvent choisir d'apporter du papier cartonné, des gadgets colorés, des fils cure-pipes ou d'autres outils interactifs pour favoriser la créativité et la vivacité d'esprit.

Les équipes de conception peuvent être tentées de séparer les hommes et les garçons des femmes et des filles ou de séparer les jeunes des adultes pour équilibrer les dynamiques de pouvoir dans des groupes plus larges. Cependant, cette séparation peut avoir pour conséquence imprévue de créer des dialogues distincts sans obtenir des informations à partir de perspectives différentes. Les animateurs doivent veiller à ce que les femmes et les hommes aient la possibilité de s'exprimer en petits groupes ainsi qu'en séances plénières.



QUI : animateur de l'atelier, avec le soutien de l'équipe du programme. Les animateurs encouragent la réflexion, comparé aux formateurs, qui encouragent l'apprentissage. Un animateur doit maintenir une position neutre dans les discussions et aider les participants à rester sur la bonne voie, sans imposer d'idées. Il est essentiel que le groupe se sente propriétaire des résultats sans qu'on lui ait dit ou proposé des solutions.



QUAND : Phase d'idéation, notamment le prototypage.

ÉTAPE 5 RETOURS D'EXPÉRIENCE

À la fin de l'atelier, il est utile que les participants fassent des retours d'expérience en personne ou au moyen d'un questionnaire sur tablette ou papier. Cela n'a été formellement fait dans le cadre de PHARE, mais cela aurait été utile pour recueillir des retours d'expérience de manière standardisée, car cela a été utile dans d'autres processus participatifs dirigés par PSI. Les questions doivent se focaliser sur les goûts des participants, les critiques, les suggestions d'amélioration et les questions sur le processus.



QUI : Si cela est fait en personne, il est préférable de demander à quelqu'un qui n'a pas participé aux ateliers de recueillir les retours d'expérience.



QUAND : À la fin de chaque atelier pendant la phase d'idéation.

ÉTAPE 6 ITÉRATION

Chaque phase du processus participatif est une opportunité d'apprentissage importante, où les publics cibles et les influenceurs doivent rester coproducteurs de la conception de l'intervention, au lieu d'être simplement « impliqués » dans le processus. Les informations recueillies auprès des participants et des communautés pendant les phases d'inspiration et d'idéation peuvent renforcer les normes et préjugés culturels. Les ateliers de conception offrent aux animateurs et aux participants un espace pour observer ces dynamiques et se demander si des adaptations sont nécessaires. En outre, l'équipe peut apprendre pendant la phase de mise en œuvre que des informations clés ont été manquées pendant les phases d'idéation et de prototypage. Les équipes doivent rester flexibles et permettre des modifications de la conception du programme tout au long des trois phases.

Compte tenu du temps et des fonds disponibles, les équipes de programme peuvent décider de revenir à la phase d'idéation et d'inclure des participants supplémentaires dans un atelier. Dans le cas de Sarari, avec plus de temps, l'équipe aurait pu inviter des leaders religieux des deux sexes pour discuter de leurs points de vue et pour apprendre les uns des autres afin d'améliorer encore l'intervention.



QUI :
Équipe de
programme



QUAND : Phases
d'idéation, de
prototypage et de
mise en œuvre.

PRINCIPALES CONCLUSIONS

En dehors du renforcement de la valeur des processus participatifs dans la conception des programmes, les projets « Sarari » du Niger et « Père Burkinbila » du Burkina Faso ont également abouti aux principales conclusions suivantes :

- L'approche participative étant une coproduction, il est nécessaire de construire une base solide au cours des étapes initiales en trouvant les bonnes personnes qui sont prêtes à s'impliquer dans un partenariat égal et réciproque dans le processus.
- Il se peut que les influenceurs clés ne soient identifiés que plus tard dans le processus (par exemple les leaders religieux féminins au Niger), mais ils devraient être inclus dans tous les ateliers de coproduction ultérieurs. Le processus doit être itératif et les équipes de programme doivent être réceptives à l'adaptation de leur intervention ainsi que de leur méthodologie tout au long du processus. Il est important de prévoir suffisamment de temps pour l'apprentissage et l'adaptation pour profiter pleinement de ce processus itératif.
- Les animateurs devraient chercher la manière dont le pouvoir et les dynamiques de genre agissent à chaque étape du processus. Une adaptation continue pour faire face à ces dynamiques est importante pour la réussite du projet.

- L'implication des acteurs non traditionnels, qui ne sont ni du public cible ni des influenceurs clés, peut apporter des perspectives uniques et nouvelles pour relever un défi. Un processus participatif qui implique uniquement les publics cibles et leurs principaux influenceurs offre une vision étroite du problème sur le plan cognitif ; cela rend difficile la destruction des préjugés établis. Ceci est particulièrement vrai lors de la conception avec ceux qui rencontrent le problème. L'introduction d'acteurs non traditionnels peut apporter de nouvelles idées et une diversité de perspectives.



RESSOURCES SUPPLÉMENTAIRES

- Informations sur Transform/PHARE
- Informations sur Sarari
- Informations sur le Père Burkinbila
- Le guide pratique du HCD
- Méthodes du HCD
- Rapport du processus sur les dynamiques de pouvoir par Transform/PHARE

Ce rapport a été rendu possible grâce au généreux soutien du peuple américain par l'intermédiaire de l'Agence des États-Unis pour le développement international (USAID). Ce rapport a été préparé par PSI pour l'USAID, sous le numéro de contrat AID-OAA-TO-15-00037. Le contenu de ce rapport relève de la seule responsabilité de PSI et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'USAID ou du gouvernement américain.