



Promouvoir la santé - Ajuster l'environnement reproductif

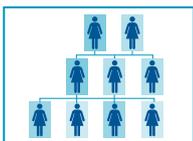
Transform/PHARE, un projet quinquennal financé par l'USAID, introduit des pratiques innovantes issues du marketing, de la publicité, de la conception centrée sur l'homme et de l'économie comportementale pour renforcer la programmation du changement social et de comportement (CSC) lié à la santé.

L'innovation n'est pas nécessairement une invention entièrement nouvelle, elle peut s'appuyer sur une approche différente ou combiner deux ou plusieurs approches existantes.

Nos objectifs sont:

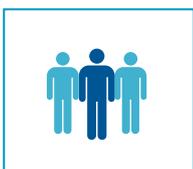
- Augmenter la demande de produits et de services de planification familiale
- Renforcer le soutien actif à la planification familiale parmi les publics secondaires clés
- Aborder les normes sociales créant ainsi un environnement favorable à la planification familiale

Nous travaillons dans quatre domaines thématiques :



SEGMENTATION D'AUDIENCE

Identifier les sous-groupes de la population les plus susceptibles de changer leur comportement en fonction de leurs attitudes et comportements actuels.



ENGAGEMENT DES HOMMES

Recueillir des informations sur les hommes et développer des programmes pour l'implication des hommes dans la planification familiale, qu'ils soient utilisateurs, partenaires ou influenceurs.



CHANGEMENT DE COMPORTEMENT DES PRESTATAIRES

Mettre l'accent sur les valeurs, les attitudes et les croyances des prestataires de santé afin de promouvoir une meilleure prestation de services de planification familiale.



CSC INTERSECTORIELLE

Communiquer avec les populations mal desservies dans des milieux de santé non traditionnels, tels que l'agriculture, l'éducation et le développement économique.

Transform/PHARE cherche à habilitier les individus - hommes et femmes - et les couples à faire des choix éclairés et soutenus concernant le nombre, le calendrier et l'espacement des naissances de leurs enfants, ce qui aura des répercussions sur la vie des femmes et des filles.

Le projet est aligné sur la politique de l'USAID sur l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes. En particulier, le projet est conçu pour atteindre le troisième résultat global, à savoir:

- Accroître la capacité des femmes et des filles à réaliser leurs droits, à déterminer leurs résultats dans la vie et à influencer la prise de décisions dans les ménages, les communautés et les sociétés.

Le projet est conçu pour fonctionner dans les 9 pays francophones du partenariat de Ouagadougou et de la RDC. Nous avons commencé à travailler avec quatre :

Benin



Burkina Faso



Côte d'Ivoire



Niger



La direction générale de notre travail



BENIN:

- ◆ Aider les jeunes filles non scolarisées de la commune de Dassa à prendre en main leur vie reproductive et elles-mêmes, en utilisant une conception centrée sur l'humain (Human Centered Design)



BURKINA FASO:

- ◆ Réalisation d'un laboratoire d'innovation pour identifier de manière anticipée des idées et concevoir des interventions plausibles pour impliquer les hommes dans la planification familiale, piloter une idée pour itérer l'approche et formuler des recommandations pour la mise en œuvre à grande échelle.



CÔTE D'IVOIRE:

- ◆ Analyse des obstacles rencontrés par les prestataires de soins de santé qui entravent la qualité des services de planification familiale et l'identification des déviants positifs. Outils de test pour améliorer la prestation de services
- ◆ Aménagement paysager des outils et matériels d'intervention de la CSC, en utilisant l'approche du marché total (AMT)
- ◆ Analyse de la demande nationale de la planification familiale en utilisant une approche de segmentation des attitudes et des comportements afin d'améliorer les stratégies de création de la demande de PF et de hiérarchiser les opportunités pour augmenter les taux de prévalence contraceptive.
- ◆ Engager des jeunes hommes de 15 à 24 ans travaillant dans le secteur informel à Abidjan, en utilisant la conception centrée sur l'humain



NIGER

- ◆ Appliquer des stratégies de segmentation comportementale et comportementale pour concevoir et tester des messages innovants au Niger via des systèmes de messagerie vocale interactive ciblant les femmes appartenant à un segment spécifique, à savoir les proactives saines.
- ◆ Effectuer une analyse de réseau social pour déterminer comment les réseaux sociaux influencent les comportements individuels et peuvent déclencher l'adoption de comportements positifs des femmes d'un segment spécifique, à savoir les sceptiques abrités, dans les environs de Dosso African Garden Markets (Marchés Africains)
- ◆ Analyse de la demande et de la segmentation de la planification familiale masculine dans le but d'identifier les hommes qui sont disposés à modifier leur comportement en matière de PF ainsi que les activités clés requises pour faciliter leur changement de comportement
- ◆ Engagement du chef religieux dans la planification familiale en utilisant une approche participative de conception centrée sur l'humain