

Printed April 2013

5 key words:

Tunisia
PLHIV
Tools
Materials
MSM

This report was made possible through support provided by the US Agency for International Development, under the terms of Contract Number **GHH-1-00-07-00068-01**. The opinions expressed herein are those of the author(s) and do not necessarily reflect the views of the US Agency for International Development.

AIDSTAR-Two
Management Sciences for Health
4301 N. Fairfax Drive
Arlington, VA 22203
Telephone: (703) 524-6575
www.msh.org

AIDSTAR-Two Project Trip Report

1. Scope of Work: Technical support to PLHIV organizations in the MENA region

Destination and Client(s)/ Partner(s)	Tunis (Tunisia) RAHMA et Group de Soutien++/ATL
Traveler(s) Name, Role	Juan Hernandez, consultant
Date of travel on Trip	25-30 May, 2013
Purpose of trip	To provide technical support to PLHIV organizations in Tunisia.
Objectives/Activities/ Deliverables	<p>1. To review and finalize the tools and materials developed and tested on ARV adherence, co-infections, stigma and discrimination against positive MSM and women with HIV (before going to the regional workshop to present them to other PLHIV groups in the region). The review will include the facilitation of a focus group with PLHIV not involved in the development of the materials. At the end of the mission, templates ready for formatting and production will be ready.</p> <p><u>Main deliverables</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prior to the mission, a detailed agenda of the mission was prepared in liaison with RAHMA/GS++. ➤ Support mission conducted and working meetings facilitated with the core group of RAHMA/GS++ who have developed the above materials. ➤ After the mission: trip report in English using AIDSTAR-Two template; mission report in French to RAHMA/GS++ including recommendations for next steps; copy of the materials/templates ready for formatting and production.
Background/Context, if appropriate.	This workshop was the last technical support activity provided to RAHMA/GS++ during the initial phase of small projects, previous to the regional horizontal exchange workshop in Beirut.

2. Major Trip Accomplishments: Should include the major programmatic goals realized, relevant metrics, and stories of impact from the trip.

Capacity building of PLHIV in communication strategies and materials.

A capacity building workshop to improve communications skills of PLHIV took place in the ATL facilities in Tunis on 27-29 May, with the attendance of six PLHIV, 3 from RAHMA and 3 from GS++ -five women and one man (MSM). The purpose of the workshop was to take stock of newly acquired knowledge and of the activities undertaken by RAHMA/GS++ to engage in a materials development process since the last TS visit in January.

The first draft agenda previously discussed with Souhaila Bensaid and other colleagues included time to review with workshop attendants how to strengthen their volunteer base, and to practice using some IEC formats such

The contents of this report are for the use of AIDSTAR-Two staff only and should not be shared without permission from the individual who completed the report.

AIDSTAR-Two Project Trip Report

as posters, leaflets, games, etc. (see Annex 1). However, upon arrival, during the expectations exercise, participants acknowledged being very uneasy given the enormous responsibility they had, and requested to spend more time reviewing the materials and preparing their presentation speeches, formats, etc. Thus the agenda was adapted to give enough time for the team to settle down and regain their confidence. The first examples of the draft materials sent were quite impressive since the team did not request help from other ATL staff who had offered to help them if they should need it. Beyond the quality or accurateness in the information they have prepared for their peers, deciding to undertake the whole process in their own hands was a very positive thing to do since it gave them self-confidence and a regained trust in themselves.

The first activity during day 1 was a recollection of the capacity building process focusing on the tools they used to produce IEC materials for their peers. A rich description of the topics addressed, using simple and clear language, was followed by the listing of the topics they were addressing, and a description of how they decided to use one format or another, what language and illustrations to use, etc. A remarkable thing I noticed was that all team members knew exactly what they were talking about and any one of them could explain or respond to or complement a response to a question regarding tools, language, illustrations, content, style... This should be considered as a highlight in this process, the importance of such a visible transformation of the dynamics previously prevalent among PLHIV: dissent, infighting, lack of focus, poor engagement, confusion of roles and responsibilities, few voices speaking out, etc., were apparently being reduced or on their way out, and the energy of team work was also quite noticeable; this appreciation is reinforced by the production of documents evidencing how one can progress just by using simple documenting tools such as reporting. (see Annex 2)

The rest of day 1 and almost all day 2 were used to do a detailed review of each of the draft materials they had prepared and to organize a focus group with PLHIV who had not participated in their draft. The team informed that the validation had already taken place in Tunis and in several localities out of Tunis: Sousse and Monastir with small groups of PLHIV who had given them their input and suggestions for adapting or changing the language, style, color, image or illustration, etc. Questions asked by some of these peers were a good opportunity for team members to better appreciate the levels of knowledge, information or understanding they had regarding the topics and gave them the opportunity as well to review the formats they developed to present them.

Even though the validation process among their peers had already occurred, consultant suggested team members to consider an external review by PLHIV with knowledge and expertise both on the topics addressed in the IEC materials and on state-of-the-art knowledge on HIV, ARVs, co-infections, stigma and discrimination, etc. The suggestion was accepted with the condition that reviewers must be PLHIV and that suggested changes would not mean doing a total reformulation of their drafts. The peer review will also be presented to Amel and Vivre Positif during the regional workshop. Peer review should be ready the first week of July. Among PLHIV experts who have accepted to review the materials are Shaun Mellors, from the Alliance, and Anuar Luna from GNP+. Two women from ICW have been contacted, Philippa Lawson has agreed to be on the review panel and a response from Martina Clark is expected soon.

The materials

The format RAHMA/GS++ chose was a set of quiz cards with questions to address basic information on HIV, ARVs and adherence, co-infections (STI and HIV) and stigma and discrimination. In general, the information provided in the response side of the card is clear, simple and accurate; nonetheless an expert external review is necessary. Translation into local Arabic dialects is a challenge to consider as is the uncertainty of the project's

AIDSTAR-Two Project Trip Report

future especially since graphic design seems well advanced (see Annex 3) and the team is waiting for feedback to produce the finalized and agreed upon versions of the materials.

Having reviewed the whole set of cards, the rest of the afternoon of day 2 was for starting preparations for the team's presentation. While running through a set of basic questions, the conversation gradually became into an interview with team members on the process they had followed since the beginning of the project and the idea of preparing a case study describing this process and sharing some lessons learned came out with a plus: it could also be one of the IEC products of the project.

Day 3 team members with support of consultant (see Annex 4) had the first draft of a case study: "Notre premier success collectif..." ("Our first collective success...") and a preliminary PPT which would serve as audiovisual support for their presentation in Beirut (see Annex 5). Team members rehearsed their presentation, what comes first, who will say it, how long should the presentation be, etc. after which the workshop finalized.

3. Next steps: Key actions to continue and/or complete work from trip.

Description of task	Responsible staff	Due date
Send report to RAHMA/GS++ in French	JJH	05/07/2013
Send texts and IEC materials to external reviewers	JJH	26/06/2013
Collect materials	JJH	08/07/2013
Introduce changes/adaptations	JJH/Souhaila/Rita/Nacera	19/07/2013

4. Contacts: List key individuals contacted during your trip, including the contacts' organization, all contact information, and brief notes on interactions with the person.

Name	Contact info	Home organization	Notes
Souhaila Bensaid	soubensaid@yahoo.fr	ATL/GS++	
Wissal Laajili		RAHMA	
Hela Hammouda	hela_hammouda@yahoo.fr	RAHMA	
Aymen Mahfoud	mahfoudh_aymen_it@yahoo.fr	GS++	
Wafa Jlassi	etoile.tunisie@hotmail.fr	GS++	
Neziha Ben Belgacem		RAHMA	

5. Description of Relevant Documents / Addendums: Give the document's file name, a brief description of the relevant document's value to other staff, as well as the document's location in eRooms or the MSH network. Examples could include finalized products and/or formal presentations, TraiNet Participant List, Participant Contact sheet, and Meeting/Workshop Participant Evaluation form are examples of relevant documents.

File name	Description of file	Location of file
Annex 1 - Agenda workshop 27-29 May	Agenda – PDF document	Attached

The contents of this report are for the use of AIDSTAR-Two staff only and should not be shared without permission from the individual who completed the report.

AIDSTAR-Two Project Trip Report

Annex 2 - Alliance Toolkit Documentation French	Toolkit – PDF document	Attached
Annex 3 - Draft graphic design of the IEC cards	IEC card – JPG document	Attached
Annex 4 – Guide for writing a case study	Guide - PDF document	Attached
Annex 5 - Power Point presentation	Presentation - PDF document	Attached

Technical support to PLHIV organizations in the MENA region
Association Tunisienne de Lutte contre le VIH/SIDA et les MST / Alliance Internationale contre le VIH/SIDA

27 – 29 Mai 2003

Tunis

Agenda préliminaire

Atelier de renforcement des capacités des PVVIH en matière de communication Jour 1

Mise en commun du parcours du petit projet:

Type de matériel choisi, thématiques abordées, maquettes des matériels, contenu, langage, illustrations, etc.

Révision détaillée de chaque matériel (inclusion des changements accordés lors de la révision)

Jour 2

Renforcement pratique des capacités de communication des PVVIH

Étude de cas Dépliant

Affiche Présentation en power point

Rapport d'atelier Exposé

Définition, caractéristiques et questions clé, structure, contenu, style

Jour 3

Conseils pratiques pour renforcer le volet volontariat

Préparation des présentations pour l'atelier régional :

Présentation de RAHMA et GS++/ATL

Historique du petit projet

Présentation des matériels

Remerciements et clôture



La documentation et la communication du travail sur le VIH/SIDA

Module 5

**Fiches techniques pour l'élaboration de produits de
documentation et de communication**

**Atelier de Renforcement de Capacités des PVVIH en Tunisie
27-29 mai, 2013. Tunis
Projet MENA**

Module 5

Fiches d'Informations – pour l'élaboration de produits de documentation et de communication.

Table des matières

Fiche d'information 1:	Etude de cas
Fiche d'information 2:	Bulletin d'information
Fiche d'information 3:	Dépliant
Fiche d'information 4:	Rapport d'atelier
Fiche d'information 5:	Abstrait
Fiche d'information 6:	Rapport annuel
Fiche d'information 7:	Exposé
Fiche d'information 8:	Rapport stratégique
Fiche d'information 9:	Livre illustré
Fiche d'information 10:	Vidéo
Fiche d'information 11:	Site Web
Fiche d'information 12:	Emission à la radio

Résumé du module 5

Le module 5 est formé de fiches d'informations pour appuyer les participants à élaborer des produits spécifiques de documentation et de communication.

Chaque fiche d'information est constituée de quatre pages. La première page est une introduction au produit et contient les questions clés à se poser avant de commencer son élaboration. Les pages du milieu fournissent des exemples pratiques pour mettre en évidence les consignes à suivre en ce qui concerne la structure et le contenu du produit. Finalement, la dernière page se concentre sur les questions de style.

Ce module est important car il aide les participants à se concentrer sur les produits spécifiques de documentation et de communication qu'ils veulent élaborer, notamment à réfléchir sur les raisons pour et contre l'élaboration de produits particuliers, ainsi que les questions techniques s'y rapportant. Ce module les aidera à planifier et à produire des produits qui seront aussi créatifs et efficaces que possible.

Fiche d'information 1

Qu'est-ce qu'une étude de cas?

Une étude de cas est un produit de documentation et de communication qui décrit et résume soit une personne, un projet ou une organisation. Une étude de cas:

- Peut être utilisée seule ou comme supplément à d'autres documents – pour les rendre plus intéressants et les rendre plus réelles.
- Peut servir de lien entre une idée et une action. Par exemple, pour montrer comment la politique d'une ONG/OBC a été mise en vigueur.
- Est brève et concise, en général elle est formée de deux à trois pages au maximum ou de deux ou trois minutes d'une vidéo ou d'une émission à la radio.
- Combine des informations détaillées basées sur des faits avec d'autres informations - citations, anecdotes, etc. - qui facilitent la compréhension du sujet.
- Exploite plusieurs sources d'informations: y compris, les informations qui existent déjà (par ex. les rapports trimestriels et de nouvelles informations (par exemple, des interviews avec des membres de la communauté).

Questions clés ?????

Avant de développer une étude de cas, on s'arrêtera aux questions suivantes:

- Les personnes ou les organisations décrites dans votre étude de cas, sont-elles au courant de l'utilisation qui va en être faite et des conséquences éventuelles? Si elles le réclament, pouvez-vous leur garantir l'anonymat?
- Le sujet de votre étude de cas, peut-il servir d'illustration appropriée des messages clés que vous souhaitez communiquer? Convaincra-t-il votre public?
- Avez-vous aisément accès aux informations nécessaires pour votre étude de cas? Sinon, que comptez-vous faire pour obtenir les informations désirées?

Structure et contenu

On trouvera sur ces pages un exemple de plan pour la rédaction d'une étude de cas au sujet d'une ONG/OBC engagée dans la prévention du VIH. Le plan montre le contenu du produit et l'ordre dans lequel apparaîtront les informations. Les boîtes autour du plan fournissent des consignes pour rendre l'étude de cas aussi intéressante et efficace que possible.

Oui!

Choisissez un titre qui attire l'attention.

Oui!

Dans votre introduction, mettez en valeur les deux ou trois messages clés.

Oui!

Soyez honnêtes concernant les difficultés et les points faibles, mais évitez de nommer les personnes concernées dans un contexte négatif à moins d'avoir obtenu leur permission au préalable.

Non!

Ne tirez pas de conclusions si les informations présentées dans l'étude de cas ne les justifient pas.

Oui!

Encouragez un retour critique de vos lecteurs et veillez à leur fournir vos coordonnées.

Plan:

1. **Titre de l'étude de cas**
2. (Définition du sujet de l'étude de cas)
3. **Introduction à l'étude de cas** (Les objectifs et les thèmes de l'étude de cas/ La date de rédaction et l'auteur)
4. **Introduction à l'ONG/OBC** (Le nom et la mission de l'ONG/OBC. Lieu d'implantation et les personnes concernées par son action)
5. **Esquisse des projets de prévention du VIH** (Les secteurs principaux du travail de prévention de l'ONG/OBC)
6. **Réalizations principales** (Les réalisations les plus marquantes de l'ONG/OBC et les résultats accomplis)
7. **Difficultés principales** (Ce que l'ONG/OBC a trouvé difficile à faire et ce qu'elle n'a pas réussi à faire)
8. **Enseignements** (Ce que l'ONG/OBC ferait désormais différemment ou de la même façon)
9. **Conclusions/ plans pour l'avenir** Conclusions/ orientations pour le travail futur sur le VIH/SIDA)
10. **Soutien reçu** (Bailleurs de fonds et autres personnes ayant fourni un soutien)
11. **Coordonnées de l'association** (où/ comment obtenir des informations supplémentaires)

Non!

Ne publiez pas d'informations sur des personnes sans avoir préalablement demandé leur permission. Respectez leur confidentialité si elles vous demandent de changer certains détails de façon à protéger leur anonymat.

Oui!

Préparez des questions claires si vous comptez mener des entretiens pour obtenir vos informations. Posez des questions ouvertes (pour obtenir une réponse descriptive) plutôt que des questions fermées (appelant un simple oui ou non).

Oui!

Exprimez vos intentions de façon positive en faisant ressortir le lien entre vos plans d'avenir et vos expériences passées.

Oui!

Remerciez tous ceux qui ont contribué au travail en fournissant un appui financier, technique, politique ou «en nature».

Style

Cette page fournit quelques exemples des styles possibles pour l'élaboration des études de cas – c'est à dire la mise en page. Ceci comprend des suggestions pour les rendre aussi intéressants et attrayants que possible.

Utilisez un style sympa – qui inclut des citations et des anecdotes – à moins que le public visé représente un groupe très formel.

Incluez des photos et/ou des dessins dans votre étude de cas – pour aider le lecteur à visualiser la situation que vous décrivez.

Faites en sorte de fournir les informations de façon concise et d'éviter les informations non pertinentes. Eliminez ce genre d'informations jusqu'à ce que le texte soit aussi court que possible.

Maintenez un langage simple. Evitez les abréviations (par ex. CDV) et le jargon.

Utilisez des supports visuels – comme des dessins – pour ajouter une dimension humaine à votre étude de cas. Par exemple, l'Alliance internationale contre le VIH/SIDA a utilisé cette photo dans l'étude de cas qui était comprise dans le rapport stratégique intitulé: "La Prise en charge, la participation et les actions entreprises pour : mobiliser et appuyer les réponses communautaires dans le domaine de la prise en charge du VIH/SIDA dans les pays en voie de développement, juillet 2010.

PHOTO

Fiche d'information 2

Qu'est-ce qu'un bulletin d'information?

Un bulletin d'information est un produit de documentation et de communication qui présente régulièrement les nouvelles d'une organisation ou d'un projet.

Un bulletin d'information:

- Est un outil destiné à rehausser le profil d'une ONG/OBC et à faire connaître son travail et sa position sur des questions d'actualité.
- Inclut des informations basées sur des faits et des anecdotes sur des projets, personnes, politiques, partenariats, points de vue, ressources ou événements futurs;
- Peut être utilisé pour communiquer des informations au sein d'une ONG/OBC ou en dehors
- Suit un format standardisé à chaque édition
- Paraît périodiquement – mensuellement ou trimestriellement par exemple
- Peut compter entre une et douze pages, mais doit être aussi concis que possible, compte tenu à la fois des informations à communiquer et des ressources de l'ONG/OBC

Questions clés ?????

Avant développer un bulletin d'information, on s'arrêtera aux questions suivantes:

- Combien de pages le bulletin d'information comptera-t-il et avec quelle fréquence paraîtra-t-il? Avez-vous assez de temps, d'informations et de ressources pour soutenir cette fréquence à l'avenir?
- Qui prendra les décisions concernant le bulletin d'information – comme par exemple, les informations à inclure et les idées à promouvoir? Comment les informations et les idées seront-ils rassemblés et comment parviendra-t-on à un accord en commun?
- A qui le bulletin s'adresse-t-il en premier? Quelle influence cela aura-t-il sur le style et le contenu du bulletin?

Structure et contenu

On trouvera sur ces pages un exemple de plan pour la rédaction d'un bulletin d'information au sujet d'une ONG/OBC engagée dans la lutte contre le VIH/SIDA. Le plan montre le contenu du produit et l'ordre dans lequel apparaîtront les informations. Les boîtes autour du plan fournissent des consignes pour rendre le bulletin d'information aussi intéressant et efficace que possible.

Oui!

Choisissez pour votre article de fond, un thème d'actualité, en rapport avec votre travail et qui intéressera le lecteur.

Oui!

Veillez à ce que votre bulletin contienne des nouvelles ! Les « dernières nouvelles » doivent rester brèves et pertinentes.

Oui!

Utilisez des études de cas solides pour bien illustrer votre thème (NB : voir la fiche d'information sur les études de cas)

Oui!

Donnez aux membres de la communauté, aux dirigeants locaux, et autres parties concernées l'occasion de collaborer en partageant leurs suggestions et des informations.

Non!

Ne publiez pas uniquement les lettres et les commentaires positifs.

Oui!

Indiquez vos coordonnées pour que les lecteurs puissent vous faire part de leurs commentaires ou pour obtenir d'autres exemplaires du bulletin.

Page 1

Nom du bulletin, date, numéro, logo.

Introduction à l'ONG/OBC.

Article de fond – exposant les expériences et la position de l'ONG/OBC sur le thème choisi; un titre clair; une photo représentant une activité principale encadrée contenant des données factuelles.

Page 2

4 à 6 "dernières nouvelles" brèves sur l'ONG/OBC et ses activités

Page 3

Etude de cas sur un projet ou un membre de la communauté montrant ce que le thème choisi signifie dans la pratique; photo.

Page 4-5

Entretien avec un intervenant local: échange de vues sur le thème choisi.

Page 6

4 à 6 nouvelles brèves sur d'autres projets de l'ONG/OBC au niveau national ou international.

Page 7

Lettres de lecteurs

Listes de ressources disponibles – matériels didactiques (formation) et mise à jour des données.

Page 8

Calendrier des événements

Coordonnées de l'ONG/OBC et coordonnées spécifiques pour le bulletin d'information

Non!

Veillez à ce que les articles ne soient pas trop long. Concentrez-vous sur 2-3 messages clés et employez des paragraphes courts, des photos et des encadrements pour rendre le texte attractif et facile à lire.

Oui!

Prenez une décision concernant le prix de vente ou la gratuité du bulletin.

Oui!

Utilisez un langage simple et encouragez les personnes interrogées à faire de même. Évitez les acronymes et le jargon.

Non!

N'incluez pas les ressources qui ne concernent pas vos lecteurs. Indiquez où/comment se procurer des exemplaires du bulletin.

Style

Cette page fournit quelques exemples de styles possibles pour l'élaboration des bulletins d'informations – c'est à dire la mise en page. Ceci comprend des suggestions pour les rendre aussi intéressants et attrayants que possible.

Rendez votre bulletin d'information facile à utiliser et structurez-le de façon à ce que le public puisse s'en servir facilement. Par exemple, numérotez les pages et fournissez une table des matières.

Assurez-vous que le style de votre bulletin d'information et celui des autres matériaux produits par votre ONG/OBC se complètent, comme par exemple, les dépliants et les rapports annuels.

Utilisez des supports visuels pour animer votre bulletin d'information. Assurez-vous que chaque support visuel illustre un point spécifique et contient une légende qui explique de quoi il s'agit.

Accordez à une seule personne la responsabilité de mettre au point le bulletin d'information – pour assurer un style uniforme.

Pensez à donner un nom au bulletin d'information qui se rapporte à votre ONG/OBC, dont on peut se rappeler facilement et qui n'est pas utilisé par un autre groupe. Par exemple, pour le réseau zambien de personnes vivant avec le VIH/SIDA (NZIP+), utilisez le titre «Nouvelles NZIP+».

PHOTO

Fiche d'information 3

Qu'est-ce qu'un dépliant?

Un dépliant est un produit de documentation et de communication qui permet de présenter des informations clés au sujet d'une organisation ou d'un projet.

Un dépliant:

- Est un outil de promotion pour une ONG/OBC et ses activités en général, pour les services offerts ou les événements organisés par l'ONG/OBC ou pour promouvoir des messages spécifiques.
- Contient des informations brèves et claires donnant une vue d'ensemble plutôt que des informations détaillées.
- Peut cibler un public très important (le grand public) ou très spécifique (les bailleurs de fonds).
- Est court – normalement pas plus d'une feuille A4 recto-verso.

Questions clés ?????

Avant de développer un dépliant, on s'arrêtera aux questions suivantes:

- Le dépliant, s'adresse-t-il au grand public ou à des personnes spécifiques? Comment cela affecte-t-il le type d'informations à inclure?
- Quel style le dépliant va-t-il adopter? Quelle image de l'ONG va-t-il donner auprès de son public? Sert-t-il dans le même style que les autres outils de communication produit par l'ONG/OBC?
- Combien d'exemplaires du dépliant devrez-vous imprimer? Comment cela affectera-t-il le style choisi – par exemple, le nombre de couleurs d'impression et le type de papier?

Structure et contenu

On trouvera sur ces pages un exemple de plan pour la rédaction d'un dépliant au sujet d'une ONG/OBC engagée dans la lutte contre le SIDA. Le plan montre le contenu du produit et l'ordre dans lequel apparaîtront les informations. Les boîtes autour du plan fournissent des consignes pour rendre le dépliant aussi intéressant et efficace que possible.

	(NB : Le plan suit l'ordre dans lequel les informations seront imprimées sur les deux faces d'une feuille A4. La feuille sera alors pliée deux fois pour former le dépliant)			
<ul style="list-style-type: none"> • Comme le feuillet est destiné à être plié, veillez à la mise en page correcte du texte avant de le faire imprimer. • Veillez à inclure votre déclaration de mission et à la mettre en évidence • Evitez les fautes d'orthographe, de grammaire ou de frappe – cela fera une mauvaise impression et nuira à la teneur du dépliant • Utilisez des graphiques, cartes et tableaux simples – pour illustrer l'action de l'ONG/OBC. • Veillez à inclure des informations officielles sur votre ONG/OBC – comme la liste des membres du conseil d'administration et le numéro d'enregistrement de votre ONG/OBC 	<p>Page 1</p> <p>Bref historique de l'ONG/OBC</p> <p>Mission de l'ONG/OBC</p> <p>Buts de l'ONG/OBC</p> <p>Page 4</p> <p>3ème domaine d'intervention de l'ONG/OBC</p> <p>Exemple illustrant ce domaine</p> <p>Graphique</p>	<p>Page 2</p> <p>1^{er} domaine d'intervention de l'ONG/OBC</p> <p>Exemple illustrant ce domaine</p> <p>Photo</p> <p>Dernière page</p> <p>Liste des bailleurs de fonds</p> <p>Liste des membres du conseil d'administration</p> <p>Coordonnées</p> <p>Numéro d'enregistrement de l'ONG/OBC</p>	<p>Page 3</p> <p>2ème domaine d'intervention de l'ONG/OBC</p> <p>Exemple illustrant ce domaine</p> <p>Citation</p> <p>Page de couverture</p> <p>Logo et nom de l'ONG/OBC</p> <p>Photo de l'ONG/OBC en action.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Veillez à faire le « marketing » de votre travail – en précisant clairement ce qui est particulier à votre travail et ce que vous avez réalisé. • N'utilisez pas des informations qui risquent d'être vite dépassées – par exemple le montant des fonds collectés ou les noms des membres du personnel – ou il se pourrait que vous vous retrouviez en train de mettre à jour et de réimprimer le dépliant trop souvent. • Veillez à ce que la page de couverture exerce un impact visuel immédiat. Veillez à faire ressortir le nom de votre ONG/OBC et votre logo. • Indiquez vos coordonnées pour que les lecteurs puissent entrer en • contact avec vous pour demander de plus amples informations ou pour offrir leur soutien.

Style

Cette page fournit quelques exemples de styles possibles pour l'élaboration des dépliants – c'est à dire la mise en page. Ceci comprend des suggestions pour les rendre aussi intéressants et attrayants que possible.

Veillez à utiliser une mise en page qui attire l'attention de votre public et faites en sorte que vos dépliants ressortent et se distinguent d'autres dépliants.

Choisissez la taille de dépliant désirée – par exemple pour rentrer dans une enveloppe/un distributeur de dépliant de taille spécifique.

Veillez à ne pas choisir une mise en page qui coûte trop chère ou qui est trop technique – ceci pourrait donner une fausse impression de votre ONG/OBC.

Veillez à ce que votre texte soit simple et clair: le dépliant devrait pouvoir être lu rapidement et capté l'attention du lecteur.

Utilisez des graphiques et des diagrammes simples – pour illustrer l'action de votre ONG/OBC. Par exemple, l'Alliance contre le VIH/SIDA du Bangladesh (HASAB) a utilisé une carte dans leur dépliant pour montrer la location des projets qu'elle soutient.

PHOTO

Fiche d'information 4

Qu'est-ce qu'un rapport d'atelier?

Un rapport d'atelier est un produit de documentation et de communication qui décrit les activités clés et résultats clés d'un atelier ou d'une réunion.

Un rapport d'atelier:

- Est un outil qui vise à partager les méthodologies, les enseignements et les résultats d'un atelier ou d'une réunion
- Constitue un résumé des principaux points plutôt qu'un compte-rendu mot pour mot
- Peut-être destiné aux personnes ayant participé à l'atelier/ à la réunion et/ou à d'autres publics
- Doit être complet mais concis – d'ordinaire pas plus de 25 feuillets de format A4.

Questions clés ?????

- Le rapport est-il surtout destiné aux personnes ayant participé à l'atelier ou à d'autres personnes? Quelle différence cela fait-il concernant le contenu du rapport?
- Le rapport doit-il avoir un usage pratique – par exemple le partage des méthodologies? Ou est-il destiné à diffuser des résultats – par exemple relater les débats et leurs conclusions?
- Comment les informations destinées au rapport seront-elles recueillies pendant l'atelier? Avez-vous un plan pour répartir les tâches? Y a-t-il suffisamment de personnes pour couvrir toutes les séances?

Structure et contenu

On trouvera sur ces pages un exemple de plan pour la rédaction d'un rapport d'atelier au sujet des enseignements tirés des projets de prise en charge du VIH/SIDA au niveau communautaire. Le plan montre le contenu du produit et l'ordre dans lequel apparaîtront les informations. Les boîtes autour du plan fournissent des consignes pour rendre le rapport d'atelier aussi intéressant et efficace que possible.

Non!

Ne vous attardez pas sur les informations générales ou sur l'entrée en matière. Gardez la place pour les thèmes principaux de l'atelier.

Oui!

Veillez à mentionner les bailleurs de fonds sur la page de couverture et/ou dans l'introduction au rapport.

Oui!

- Procédez de façon systématique pour recueillir les informations pour le rapport. Par exemple :
- Demandez si le texte des exposés sera disponible avant de prendre des notes.
- Recopiez les flipcharts tant que le contexte est frais dans votre esprit.
- Dated et étiquetez les informations que vous recueillez
- Ecrivez vos notes lisiblement en manuscrit ou directement sur un ordinateur
- Profitez des pauses et des soirées pour passer en revue vos notes et demandez au cas échéant des éclaircissements.

Oui!

Vérifiez vos notes sur les conclusions clés avec les animateurs de l'atelier à la fin de chaque journée avec les facilitateurs.

Oui!

Incluez dans votre rapport des commentaires/impressions des participants sur l'atelier.

Liste des abréviations

- 1. Sommaire exécutif**
- 2. Introduction**
 - 2.1 Contexte de l'atelier
 - 2.2 Calendrier et participation
 - 2.3 Attentes, objectifs et processus
 - 2.4 Animation et méthodologie
- 3. Vue d'ensemble des activités de prise en charge**
 - 3.1 Vue d'ensemble des activités de prise en charge
- 4. Thèmes**
 - 4.1 Prise en charge/soins à domicile (méthodologies, expériences, enseignements)
 - 4.2 Réseaux de prise en charge/systèmes d'orientations (méthodologies, expériences, enseignements)
 - 4.3 Participation des personnes vivant avec le VIH/SIDA (méthodologies, expériences, enseignements)
 - 4.4 Orphelins et enfants vulnérables (méthodologies, expériences, enseignements)
- 5. Mise en pratique des enseignements**
 - 5.1 Développement des plans d'action des participants
- 6. Conclusions**
 - 6.1 Résumé des conclusions
- 7. Evaluation**
 - 7.1 Résumé de l'évaluation de l'atelier

Annexe 1: Liste des participants

Annexe 2: Programme de l'atelier

Oui!

Expliquez clairement les termes complexes. Si nécessaire, traduisez-les (à partir de ou dans la langue locale)

Oui!

Ne dépassez pas une ou deux pages pour le Sommaire exécutif et limitez-vous aux détails clés.

Oui!

Préparez une première ébauche du plan du rapport et consultez les organisateurs de l'atelier avant de commencer la rédaction du rapport.

Oui!

Suivez un plan identique pour chacun des thèmes clés – de façon à ce que le lecteur puisse s'y retrouver facilement.

Oui!

N'incluez pas tous les documents produits par tous les participants mais contentez-vous de quelques bons exemples.

Non!

Ne vous servez pas des annexes pour ajouter des informations. Insérez –y au contraire des informations essentielles au rapport.

Style

Cette page fournit quelques exemples de styles possibles pour l'élaboration des rapports d'ateliers – c'est à dire la mise en page. Ceci comprend des suggestions pour les rendre aussi intéressants et attrayants que possible.

Refléter le format de l'atelier dans le format du rapport. Par exemple, est-ce que l'atelier était formel ou informel, participatif ou basé sur des présentations?

Incluez des études de cas, des anecdotes et des dessins dans le rapport - pour animer le rapport et pour expliquer des idées complexes.

Utilisez une mise en page claire – pour faire en sorte que le rapport d'atelier soit facile à lire. Par exemple, organisez les informations en sections différentes, numérotez les pages et incluez une table des matières.

Utilisez des photos pour illustrer le thème de l'atelier, mais obtenez la permission des personnes photographiées pour assurer que leur confidentialité/anonymat est respecté.

Utilisez un format simple et solide pour la page de couverture du rapport – pour présenter les informations clés, comme le thème de l'atelier, la date, qui l'a organisé et d'où les fonds sont provenus. Par exemple, l'Alliance internationale contre le VIH/SIDA a inclut les logos de leurs organisations partenaires en haut de la page et les logos des bailleurs de fonds en bas de la page.

PHOTO

Fiche d'information 5

Qu'est-ce qu'un abstrait?

Un abstrait est un produit de documentation et de communication qui fournit un résumé écrit sur un domaine de travail spécifique – qui peut ensuite être présenté oralement lors d'une conférence.

Un abstrait:

- Fournit un résumé concis des activités clés, les résultats et enseignements d'un domaine de travail donné.
- Représente la base sur laquelle il sera décidé si le travail d'une organisation sera présenté lors d'une conférence, et si la présentation sera orale ou écrite sous forme de poster.
- Suit des indications strictes émises par les organisateurs de la conférence, y compris les titres des différentes sections, la taille des caractères et le nombre de mots.
- Doit être soumis à une date précise – normalement plusieurs mois avant la conférence.

Questions clés ?????

- Avant de développer un abstrait, on s'arrêtera aux questions suivantes:
- Est-ce que le thème de votre abstrait se réfère directement au thème de la conférence? Ou est-ce qu'il conviendrait mieux à une autre conférence ou activité de communication?
- Qu'avez-vous à dire qui soit particulièrement intéressant? Quelles sont les résultats ou enseignements/ que vous partagerez qui pourront soutenir le travail des autres?

Structure et contenu

On trouvera sur ces pages un exemple de plan pour la rédaction d'un abstrait réalisé par un programme de soutien d'une ONG/OBC engagée dans la lutte contre le VIH/SIDA. Le plan montre le contenu du produit et l'ordre dans lequel apparaîtront les informations. Les boîtes autour du plan fournissent des consignes pour rendre l'abstrait aussi intéressante et efficace que possible.

Non!

Ne passez pas outre les indications. Par exemple:

- Suivez les titres donnés
- Respectez le nombre de mots prescrit
- Faites une photocopie du formulaire vierge et assurez-vous que votre texte entre dans les espaces prévus avant d'utiliser le formulaire proprement dit.

Non!

N'exagérez pas vos résultats. Essayez:

- D'évaluer vos résultats anticipés d'ici à la date de la conférence
- D'accompagner les données dont vous n'êtes pas sûres des termes tels que «estimation», «approximatif», etc.
- D'être spécifique et d'éviter les déclarations vagues comme «nous discuterons des résultats lors de la présentation».

Non!

Ne réutilisez pas vos anciens abstraits. Ne copiez pas ceux d'autres personnes.

Oui!

Vérifiez que votre formulaire est complet avant de l'envoyer. Conservez-en une copie pour vous y référer lors de la préparation de votre exposé.

Oui!

Obtenez l'autorisation des co-auteurs ou partenaires d'un projet avant de soumettre votre abstrait.

Mobilisation communautaire/réduction des méfaits associés aux pratiques des usagers de drogue par voie intraveineuse à la frontière Bangladesh/Inde

Problème: malgré l'extrême vulnérabilité au VIH des usagers de drogue par voie intraveineuse, il n'existait aucun programme répondant à leurs besoins au Bangladesh et notamment dans la zone frontalière.

Projet: SHEASS, un groupe communautaire, a développé une nouvelle stratégie de réduction des méfaits associés aux pratiques des usagers de drogue par voie intraveineuse à Rajshahi, un centre urbain proche de la frontière. Grâce à l'appui technique et organisationnel du programme de soutien ONG/OBC de HASAB, ce groupe a transformé un centre de désintoxication traditionnel en un projet répondant aux besoins de la communauté. Celui-ci inclut: *Travail communautaire de sensibilisation des toxicomanes et de leurs familles aux questions touchant à la drogue, à la santé sexuelle et à la sexualité; *Traitements des IST et des infections par seringues; *Echange de seringues; *Distribution de préservatifs; *Formation d'éducateurs pairs; *Campagne anti-discriminatoire dans la communauté.

Résultats: Au cours de sa première année, SHEASS a subi une évolution et le centre de lutte anti-drogue est devenu un centre sanitaire apportant un soutien à plus de 100 toxicomanes et leurs familles. Entre février et novembre 1997, le nombre mensuel de séances de traitements a accru de 107 à 450 et le nombre de seringues délivrées mensuellement a accru de 7 à 225. Le nombre de préservatifs distribués a presque triplé. Les résultats qualitatifs incluent: *Une demande accrue des donneurs de sang professionnels pour changer leurs services; *Une importante participation au projet des femmes qui ont été touchés par le projet autant que les hommes; *L'amélioration de la situation psychologique des enfants de toxicomanes; *Une diminution de la stigmatisation de la part des autres membres de la communauté. Les résultats ont été suivis et documentés par HASAB – en vue de fournir la base d'un modèle de meilleures pratiques pour la réduction des risques posés aux usagers de drogues par voie intraveineuses; ce modèle sera reproduit dans d'autres régions du Bangladesh et d'autres pays d'Asie.

Enseignements: Il est essentiel: *D'articuler les réponses sur les besoins véritables des toxicomanes et de leur communauté; *De mobiliser la communauté tout entière – y compris les dirigeants locaux – et de nouer avec eux de bons rapports; *De répondre aux besoins spécifiques des épouses et des enfants; *De combiner la promotion de stratégies de mitigation avec des services pratiques (délivrance de seringues neuves par exemple).

Lieu: Bangladesh

Choix 1: Thème / catégorie C41; Choix 2: Thèmes/catégorie C20

Auteur / contact: Mahbooba Akhter Kabita, HASAB NGO/CBO Support Programme, c/o CDS 38/1 Block F Ring Road Shyamoli, Dhaka, Bangladesh. Tel: +880 2 822 Fax: +880 2 815 E-mail: cds@bdmail.net
Co-auteurs: Hossain A, Isalm A, SHEASS, Dhaka, Bangladesh

Oui!

Attirez l'attention dès le début – en donnant des résumés solides dès le titre et la première ligne.

Oui!

Mettez en valeur ce qui rend votre travail spécial – n'oubliez pas que vous entrez en concurrence avec des centaines d'autres abstraits.

Non!

Respectez la date limite de remise des abstraits – d'ordinaire quelques mois avant la conférence.

Oui!

Réfléchissez avant de décider à quel "thème" ou partie de la conférence vous destinez votre exposé. Choisissez la catégorie qui convient vraiment à votre sujet – de sorte que votre abstrait ait les meilleures chances d'être accepté.

Oui!

Réfléchissez avant de nommer l'auteur principal. Par exemple, qui pourrait présenter le travail et tirer parti de la conférence

Style

Cette page fournit quelques exemples de styles possibles pour l'élaboration d'abstrait – c'est à dire la mise en page. Ceci comprend des suggestions pour les rendre aussi intéressants et attrayants que possible.

Suivez les indications pour le style de votre abstrait. Par exemple, en ce qui concerne la taille des lettres et les espaces entre les lignes.

Utilisez un style intéressant et animé – pour capturer l'attention des organisateurs de la conférence.

Utilisez un langage simple. Evitez le jargon et les abréviations – pour que les organisateurs comprennent exactement ce que vous dites.

Combinez les informations quantitatives (c'est à dire celles qui se mesurent avec des chiffres) et qualitatives (celles qui se rapportent aux sentiments) pour rendre votre abstrait convaincant.

Utilisez le même style que pour la présentation de votre abstrait. Par exemple, l'Alliance internationale contre le VIH/SIDA a utilisé le texte de leur abstrait pour créer ce poster pour le XIIIème conférence internationale contre le SIDA à Durban en juillet 2000.

PHOTO

Fiche d'information 6

Qu'est-ce qu'un rapport annuel?

Un rapport annuel est un produit de documentation et de communication qui fournit un résumé du travail d'une organisation, ses réalisations et les enseignements au cours d'une année. Certaines organisations produisent des rapports tous les deux ans – les rapports biennaux.

Un rapport annuel:

- Fournit chaque année une vue d'ensemble des buts, des activités, des résultats des enseignements et des orientations d'une organisation
- Est un outil de relations publiques important pouvant être utilisé à tout moment de l'année pour promouvoir une organisation
- Est un document officiel et comme tel, doit probablement répondre à des prescriptions spécifiques (par ex. un résumé des finances)
- Cible surtout un public externe (les bailleurs de fonds, les membres du gouvernement et d'autres ONG/OBC) mais peut aussi servir le public interne (les membres du personnel, les bénévoles et les membres du conseil d'administration).

Questions clés ?????

- Avant de développer un rapport annuel, on s'arrêtera aux questions suivantes:
- Comment votre ONG/OBC tirera-t-elle le meilleur parti de son rapport annuel? Comment ce rapport peut-il lui servir d'outil de réflexion en vue d'améliorer son travail futur?
- Le rapport annuel doit-il satisfaire à des prescriptions officielles? Par exemple, devez-vous en soumettre un exemplaire à un département ministériel ou inclure dans les comptes une attestation des auditeurs?

Structure et contenu

On trouvera sur ces pages un exemple de plan pour la rédaction d'un rapport annuel d'une ONG/OBC engagée dans la lutte contre le VIH/SIDA. Le plan montre le contenu du produit et l'ordre dans lequel apparaîtront les informations. Les boîtes autour du plan fournissent des consignes pour rendre le rapport annuel aussi intéressant et efficace que possible.

Non!

N'essayez pas de couvrir chaque projet en détail dans l'introduction mais donnez un résumé du travail de l'organisation. Encouragez la collaboration de vos collègues, mais prenez des décisions éditoriales en fonction de l'image souhaitée pour le rapport.

Non!

Ne vous étendez pas trop sur l'introduction, mais incluez-y les informations de base (votre déclaration de mission et les résultats clés pour l'année)

Oui!

Utilisez le même format pour chaque domaine de travail, à savoir une description brève et une série d'exemples vécus.

Oui!

Incluez des informations sur les personnes appartenant à l'organisation et leurs fonctions, en particulier les principaux décideurs et les cadres supérieurs.

Non!

N'essayez pas de décrire tous vos projets. Mais clôturez sur une note positive – en montrant comment les leçons et les résultats de l'année écoulée seront mis à profit pour renforcer votre travail futur.

1. Lettre du Président du Conseil d'administration

2. Lettre du Directeur exécutif

3. Introduction

- Déclaration de mission de l'ONG/OBC
- But et table des matières du rapport annuel
- Vue d'ensemble de l'année

4. Domaine de travail 1:

- Introduction
- Résumé des activités et résultats
- Etude de cas; photos; citations

5. Domaine de travail 2:

- Introduction
- Résumé des activités et résultats
- Etude de cas; photos; citations

6. Domaine de travail 3:

- Introduction
- Résumé des activités et résultats
- Etude de cas; photos; citations

7. Ressources et soutien

- Bailleurs de fonds
- Recettes et dépenses

8. Gestion d'entreprise et personnel

- Conseil d'administration
- Personnel et bénévoles

9. Orientations pour l'avenir

10. Coordonnées

Oui!

Ayez recours à des lettres pour débiter sur une note stimulante. Veillez à ce que ces lettres:

- Donnent des messages différents
- Se complètent mutuellement
- Renforcent vos points clés
- Aient un style vivant.

Oui!

Veillez à ce que toutes vos informations soient aussi précises que possible du début à la fin. Confiez à deux personnes au moins la vérification du texte et du style.

Oui!

Remerciez ceux qui ont soutenu votre travail

Oui!

Présentez vos comptes de la façon la plus claire possible, par exemple en utilisant des supports visuels comme des tableaux et des graphiques.

Style

Cette page fournit quelques exemples de styles possibles pour l'élaboration des rapports annuels – c'est à dire la mise en page. Ceci comprend des suggestions pour les rendre aussi intéressants et attrayants que possible.

Utilisez un style simple et positif – pour rester dans les budgets et pour représenter votre organisation de façon positive.

Assurez-vous que le style du texte et les images utilisées se complètent – pour que votre rapport annuel représente une image complète de votre ONG/OBC et les différents domaines de travail.

Certaines organisations publient un rapport deux fois par année qui couvre deux ans d'activités. Notez l'utilisation de trois langues sur la couverture du rapport biennal de la Communauté internationale des femmes vivant avec le VIH/SIDA (ICW) pour souligner la dimension internationale de leur organisation. Les photos sont d'une réunion du réseau et des différentes activités entreprises dans différentes parties du monde.

Utilisez un style qui répond aux besoins de vos lecteurs. Par exemple, les bailleurs voudront voir des données financières présentées de façon claire et transparente.

Utilisez beaucoup de photos, de citations et d'anecdotes pour illustrer votre travail – mais assurez-vous que le contenu est représentatif de votre ONG/OBC et que la présentation des informations est bien équilibrée.

PHOTO

Fiche d'information 7

Qu'est-ce qu'un exposé?

Un exposé est un produit de documentation et de communication qui fournit un rapport verbal – et souvent visuel – sur une organisation et/ou un domaine de travail particulier.

Un exposé:

- Est un outil servant à partager ce qu'une ONG/OBC a réalisé, ce qu'elle a appris et ce qu'elle pense – soit en général, soit sur un sujet particulier.
- Cible un auditoire spécifique – allant d'un bailleur de fonds particulier à des centaines de personnes assistant à une conférence
- Doit convenir à l'évènement en question – par exemple, se conformer au temps alloué et avoir un rapport clair avec le thème en question.
- Doit être intéressant et captivant, fournissant des éclaircissements sur des sujets précis et susciter des questions
- Peut s'accompagner de supports visuels – comme par exemple, des flipcharts, des transparents de projection et des diapositives.

(NB: Des informations sur comment améliorer vos compétences pour les exposés se trouvent dans «le module 4.12: Délivrer des présentations efficaces.»

Questions clés ?????

Avant de développer un exposé oral, on doit s'arrêter aux questions suivantes:

- Quel est le véritable sujet de la présentation? Ce que vous voulez dire correspond-il vraiment à ce qu'on vous a demandé de faire? Possédez-vous toutes les informations nécessaires pour dire quelque chose d'utile et d'intéressant ?
- A quel public la présentation s'adresse-t-elle? Que connaît-il du sujet? Quel intérêt porte-t-il au sujet? Comment cela affecter-t-il le fond et la forme de l'exposé?
- De combien de temps disposez-vous pour la présentation? Comment l'utiliserez-vous pour mettre en valeur vos 2-3 points clés? Dans quelle mesure pourrez-vous entrer dans le détail?

Structure et contenu

On trouvera sur ces pages un exemple de plan d'une présentation au sujet d'une ONG/OBC engagée dans l'action communautaire sur le VIH/SIDA. Le plan montre le contenu du produit et l'ordre dans lequel apparaîtront les informations. Les boîtes autour du plan fournissent des consignes pour rendre la présentation aussi intéressante et efficace que possible.

Non!

N'oubliez pas de saluer et de remercier votre auditoire.

Non!

N'essayez pas de répondre dans votre introduction à toutes les questions soulevées par l'orateur précédent (si vous faites partie d'un « panel » de conférenciers). Contentez-vous de faire le lien avec son thème principal et puis tenez-vous à la présentation que vous avez préparée.

Oui!

Prévoyez exactement comment et quand utiliser vos matériaux visuels, et faites des repères dans votre texte.

Oui!

Soulignez (à l'aide d'un marqueur) certains points que vous pourriez éventuellement laisser de côté si le temps manque.

Oui!

Identifiez les deux à trois points clés que vous voulez présenter et veillez à:

- Les mettre en valeur au début et à la fin de votre présentation
- Les expliquer un par un au cours de votre présentation.
- Les appuyer à l'aide d'exemples concrets, de données et de références.

Diapo #1	Bienvenue et remerciements
Diapo #2	Introduction du conférencier, du thème principal, des points clés et de la structure de la présentation
Diapo #3	Historique de l'ONG/OBC, du projet, de la communauté et de la situation VIH/SIDA
Diapo #4	Premier point clé résumé des activités et des résultats, les enseignements et un exemple
Diapo #5	Deuxième point clé résumé des activités et des résultats, les enseignements et un exemple
Diapo #6	(*) Troisième point clé résumé des activités et des résultats, les enseignements et un exemple (*)
Diapo #7	Résumé des résultats et des enseignements
Diapo #8	Conclusions
Diapo #9	Remerciements

Non!

Ne commencez pas à rédiger votre présentation d'emblée. Établissez un plan bien structuré, avec:

- Un commencement – une introduction du thème et des points clés
- Un milieu – un développement de la majorité de vos informations
- Une fin – pour conclure en reprenant une courte synthèse de vos points clés

Oui!

Préparez un plan qui vous convient. Par exemple, certaines personnes dressent la liste des points clés à développer, tandis que d'autres préfèrent tout retranscrire intégralement.

Oui!

N'oubliez pas de lier clairement vos conclusions aux points clés et aux résultats.

Style

Cette page fournit quelques exemples de styles possibles pour l'élaboration des exposés – c'est à dire la mise en page. Ceci comprend des suggestions pour les rendre aussi intéressants et attrayants que possible.

N'oubliez pas que la syntaxe du langage parlé est différente de celle du langage écrit. Essayez d'utiliser des phrases courtes qui ont de l'effet pour mettre en valeur les points clés de votre présentation. Si possible, préparez une liste de points pour utiliser comme notes pour votre présentation plutôt que de retranscrire un long texte.

Exercez-vous à haute voix – pour que vous sachiez quel ton adopter et la durée de l'exposé.

Utilisez des supports visuels attrayants – comme par exemple des flipcharts ou des transparents de projection – pour ajouter une «dimension humaine» à votre exposé.

Appropriiez votre exposé aux connaissances et à l'intérêt de votre public.

Marquez dans vos notes les endroits où il vous faut introduire un support visuel. Par exemple, l'Alliance internationale contre le VIH/SIDA a noté le numéro et le contenu du support visuel dans une colonne et le texte de l'exposé dans une autre. Tiré de: Présentation de l'Alliance sur le projet intitulé: «Les expériences communautaires, leçons globales», 1999.

PHOTO

Fiche d'information 8

Qu'est-ce qu'un rapport stratégique?

Un rapport stratégique est un produit de documentation et de communication qui fournit un commentaire rédigé des expériences des leçons, des opinions et des recommandations sur un sujet spécifique.

Un rapport stratégique:

- Est un outil de communication de messages spécifiques et des débats sur un sujet ou un domaine de travail – partageant les réalisations et les efforts accomplis par une organisation jusqu'à présent, ainsi que des suggestions sur des actions à entreprendre par eux ou par d'autres organisations à l'avenir.
- Cible surtout un public externe (les bailleurs de fonds, les décideurs au niveau du gouvernement) mais peut aussi servir le public interne.
- Demande un style autoritaire – fournissant de bons arguments et les appuyant sur des faits concrets et des exemples.
- Peut varier en fonction de son format, mais doit être concis – généralement pas plus de 20 pages.

Questions clés ?????

Avant de développer un rapport stratégique, on doit s'arrêter aux questions suivantes:

- Est-ce que les informations sur le sujet en questions sont spéciales, importantes et convaincantes au point où elles justifient la production d'un rapport stratégique?
- Est-ce qu'il existe un public pour votre rapport stratégique? Est-ce que le public sera suffisamment intéressé à lire et à utiliser ce rapport? Est-ce que ça en vaut la peine – par rapport au temps consacré, aux ressources et à l'effort demandé.
- Qui devrait rédiger le rapport stratégique? Par exemple, un expert sur le sujet ou, un auteur expérimenté?

Structure et contenu

On trouvera sur ces pages un exemple de plan pour la rédaction d'un rapport stratégique au sujet d'une ONG/OBC impliquant des personnes vivant avec le VIH/SIDA (PVVIH) dans la prévention du VIH. Le plan montre le contenu du produit et l'ordre dans lequel apparaîtront les informations. Les boîtes autour du plan fournissent des consignes pour rendre le rapport stratégique aussi intéressant et efficace que possible.

Oui!

Incluez un sommaire exécutif mais n'introduisez pas des points qui n'apparaissent pas dans le texte. Sachez que les lecteurs de documents stratégiques ont tendance à ne lire que cette partie – donc faites en sorte qu'il fournisse un bon résumé de vos points clés.

Oui!

Liez vos leçons et conclusions aux arguments que vous avez fournis, Assurez qu'elles reflètent à la fois vos points faibles mais aussi vos points forts.

Oui!

Vérifiez le plan du contenu avec les personnes impliquées avant de commencer à rédiger le rapport. Inclure:

- Un page de couverture avec le titre
- Un sommaire exécutif
- Une introduction
- Les résultats et une discussion
- Les conclusions
- Les recommandations

Liste des abréviations

Sommaire exécutif

Introduction

- Vue d'ensemble de l'ONG/OBC et son travail
- Que signifie l'implication des PVVIH?
- Quel est l'importance d'impliquer les PVVIH?

Premier point clé

Avantages personnels de l'implication des PVVIH

- Plan des avantages principaux – descriptions et exemple
- Enseignements pertinents et conclusions

Deuxième point clé:

Avantages pour l'organisation de l'implication des PVVIH

- Plan des avantages principaux – descriptions et exemples
- Enseignements pertinents et conclusions

Troisième point clé:

Les avantages pour la communauté de l'implication des PVVIH

- Plan des avantages principaux – description et exemples
- Enseignements pertinents et conclusions

Quatrième point clé

Avantage politique de l'implication des PVVIH

- Plan des avantages principaux – description et exemples
- Enseignements pertinents et conclusions

Recommandations

- Pour les ONG/OBC, les groupes communautaires et les PVVIH
- Pour les responsables politiques et les bailleurs de fonds

Non!

Ne vous étendez pas trop sur l'introduction mais:

Expliquez le contexte

Expliquez ce que vous aller traiter et identifiez les points clés

Remerciez ceux qui ont soutenu votre travail

Oui!

Concentrez-vous sur des questions stratégiques et évitez de décrire les processus en détail et de fournir trop de détails techniques

Oui!

Soyez cohérent. Par exemple:

- Ne fournissez pas des informations qui se contredisent – à moins de l'expliquer.
- Ne remplissez pas votre rapport d'informations qui ne sont pas pertinentes uniquement pour le rendre plus long,
- N'utilisez pas de données provenant d'autres personnes sans inclure de référence
- N'utilisez pas des photos ou ne citez personne sans avoir obtenu leur accord.

Oui!

Assurez-vous que les recommandations sont:

- Focalisées sur les questions de politique
- Liées à vos conclusions
- Positives et diplomatiques
- Réalistes, clairs et concises.

Style

Cette page fournit quelques exemples de styles possibles pour l'élaboration des rapports stratégiques – c'est à dire la mise en page. Ceci comprend des suggestions pour les rendre aussi intéressants et attrayants que possible.

Equilibrer le style avec le contenu de votre rapport stratégique. Rappelez-vous qu'un rapport contenant de bonnes informations mais mal présenté sera difficile à suivre, alors qu'un rapport bien présenté mais avec un contenu mal informé ne sera pas convaincant.

Adoptez un ton affirmé et autoritaire tout en restant honnête en ce qui concerne les points faibles et les enseignements.

Clarifiez qui a produit le rapport stratégique – pour promouvoir le profil de votre ONG/OBC. Par exemple, l'Institut Panos a inclut leur nom, leur logo et leurs coordonnées sur la dernière page de leur rapport intitulé « Au-delà de nos moyens ? » 2000, accompagné d'un résumé du contenu.

Donnez de la vie à votre rapport – en incluant des études de cas, des anecdotes et des supports visuels.

Soyez confiant et autoritaire. Evitez les fautes d'orthographe et de grammaires qui pourraient distraire les lecteurs de l'importance du contenu.

PHOTO

Fiche d'information 9

Qu'est-ce qu'un livre illustré?

Un livre illustré est un produit de documentation et de communication qui fournit un rapport visuel des activités et des résultats au cours d'une période de temps.

Un livre illustré:

- Peut être produit par un individu, une communauté ou une organisation.
- Est basé sur des photos accompagnées d'un texte court qui fournit quelques explications.
- Couvre une période de temps spécifique – par exemple, un mois, un trimestre ou une année.
- Peut être mis à jour régulièrement (par exemple le même jour de chaque semaine) ou lors d'événements importants.
- Peut cibler le public interne (par exemple pour documenter les étapes clés d'un projet) ou un public externe (par exemple pour créer un rapport destiné aux bailleurs de fonds).

(NB: pour plus de soutien sur les techniques de photographie, voir les modules 4.9: «prendre de bonnes photos» et 4.10: «Faire bon usage des photos»)

Questions clés ?????

Avant de développer un livre illustré, il faut s'arrêter aux questions suivantes:

- Le livre illustré convient-il à vos besoins? Sera-t-il apprécié par votre public? Les questions de confidentialité, seront-elles trop difficiles? Le coût sera-t-il trop important?
- Qui sera responsable pour réaliser le livre illustré? Possède-t-il le temps et les compétences nécessaires? Comment répondront-ils aux autres?
- Comment reproduirez-vous le livre-illustré? Par exemple, pourriez-vous simplement le photocopier?

Structure et contenu

On trouvera sur ces pages un exemple de plan pour la réalisation d'un livre illustré sur un projet d'une année d'une ONG/OBC engagée dans la lutte contre le VIH/SIDA. Le plan montre le contenu du produit et l'ordre dans lequel apparaîtront les informations. Les boîtes autour du plan fournissent des consignes pour rendre le livre illustré aussi intéressant et efficace que possible.

Oui!

Prenez des photos de tous les événements clés qui se déroulent dans la période en question – même s'ils vous semblent normaux. N'oubliez pas de documenter les activités routinières ainsi que les nouvelles initiatives et les événements spéciaux.

Oui!

Utilisez un texte concis pour expliquer vos photos et les informations clés.

Oui!

Rédigez aussi un résumé concis – au cas où les lecteurs manquent certaines informations contenues dans les photos.

Introduction

- Introduction à l'ONG/OBC
- Introduction au projet
- Introduction au livre illustré

Activités du premier trimestre

- Photos et textes sur les activités clés, les résultats et les enseignements

Activités du deuxième trimestre

- Photos et textes sur les activités clés, les résultats et les enseignements

Activités du troisième trimestre

- Photos et textes sur les activités clés, les résultats et les enseignements

Activités du quatrième trimestre

- Photos et textes sur les activités clés, les résultats et les enseignements

Sommaire des activités, des résultats et des enseignements

Exemple du format de la première page:

Activité du premier trimestre

[Photo d'un professionnel du sexe recevant un conseil]

Quelques lignes sur les activités présentées sur la photo, les résultats et les leçons.

[Photo d'un professionnel du sexe recevant un traitement pour les MST]

Quelques lignes sur les activités présentées sur la photo, les résultats et les leçons.

[Photo d'une activité de sensibilisation dans la ville]

Quelques lignes sur les activités présentées sur la photo, les résultats et les leçons.

Oui!

Développez un plan du contenu de votre livre illustré – pour vous aider à penser au type de photos dont vous aurez besoin avant de commencer à les prendre.

Oui!

Respectez la confidentialité/l'anonymat et n'utilisez pas les photos sans avoir obtenu l'accord des individus, des communautés ou des organisations.

Oui!

Variez le type de photos que vous utiliserez, par exemple:

- Prenez un mélange de photos au format paysage (à l'horizontale) et au format portrait (à la verticale)
- Prenez des photos de personnes et de paysages différents
- Prenez un mélange de photos en gros plan et de photos éloignées.

Style

Cette page fournit quelques exemples de styles possibles pour l'élaboration des livres illustrés – c'est à dire la mise en page. Ceci comprend des suggestions pour les rendre aussi intéressants et attrayants que possible.

Utilisez un style à la fois pratique et attrayant. Vérifiez que les photos ressortiront sur des photocopies si nécessaire.

Assurez-vous que votre livre illustré respecte l'anonymat des PVVIH et les membres de groupes marginalisés.

Assurez une mise en page simple et concentrée sur les photos. Liez le texte aux supports visuels.

Sélectionnez soigneusement le type de matériaux visuels à utiliser dans votre livre illustré. Choisissez ceux qui sont positifs, orientés vers l'action et clairement liés à vos activités.

Réfléchissez au nombre d'images à utiliser dans votre livre illustré. Par exemple, l'organisation. Pinoy Plus des Philippines a inséré dans leur livre illustré plein de petites Images pour donner en «un coup d'œil» une vue d'ensemble de leur grande gamme de projets.

PHOTO

Fiche d'information 10

Qu'est-ce qu'une vidéo?

Une vidéo est un outil de documentation et de communication qui enregistre – à travers les sons et les images animées - les activités d'une organisation au cours d'une période de temps.

Une vidéo:

- Fait usage d'images animées comme outil principal de documentation qui sont accompagnées d'un commentaire qui fournit des explications.
- Peut documenter des événements (comme une réunion ou un atelier) ou encore des histoires continues (comme le développement d'un projet).
- Peut être produit par un individu, une communauté et une organisation.
- Est un outil particulièrement utile pour des personnes qui possèdent un niveau d'alphabétisation assez bas.
- Demande des ressources techniques (y compris une camera, une télévision et de l'électricité) pour s'en servir.
- Peut avoir un usage interne (par exemple, pour documenter un atelier de formation) ou externe (par exemple, pour la collecte de fonds de la part d'un bailleur de fonds).

Questions clés ?????

Avant de développer une vidéo, on s'arrêtera aux questions suivantes:

- Est-ce qu'une vidéo représente le produit idéal pour vous et pour votre organisation? Quels sont les avantages et désavantages des vidéos en comparaison avec d'autres produits – comme les rapports ou les livres illustrés?
- Quel degré de professionnalisme voulez-vous projeter? Possédez-vous suffisamment d'idées, de compétences et les ressources nécessaires pour réaliser le niveau désiré?
- Qui sera responsable du tournage? Qui fournira le matériel et l'expérience? Qui prendra des décisions éditoriales?

Structure et contenu

On trouvera sur ces pages un exemple de plan pour la réalisation d'une vidéo sur un projet communautaire de prise en charge en faveur des personnes vivant avec le VIH/SIDA. Le plan montre le contenu du produit et l'ordre dans lequel apparaîtront les informations. Les boîtes autour du plan fournissent des consignes pour rendre la vidéo aussi intéressante et efficace que possible.

Oui!

Commencez avec une séquence solide – qui montre clairement le contenu de la vidéo et le type d'informations à inclure.

Oui!

N'oubliez pas de remercier les personnes qui sont apparues dans la vidéo, qui l'ont produit et soutenue.

Oui!

Fournissez des informations sur le type de musique à jouer, les graphiques, les effets sonores et les prises de vues à utiliser.

Titre de la séquence

- Titre de la vidéo et le générique

Séquence d'ouverture

- Prise de vues de la vie de village (Narratif introduisant le thème du VIH/SIDA dans le contexte du village)

Séquence 1

- Prise de vue à longue distance de Tapira se promenant dans le village. (Narratif introduisant le premier point clé – que les personnes vivant avec le VIH/SIDA peuvent vivre de façon positive)
- Prise de vue: faire un zoom sur le visage de Tapira (Narratif introduisant Tapira, son histoire et sa séropositivité)
- Prise de vue: la tête et les épaules de Tapira (Entretien avec Tapira sur comment vivre positivement avec le VIH/SIDA)
- Prises de vues: Tapira et la vie du village (Narratif résumant le premier point clé et introduisant le deuxième point clé – que les personnes vivant avec les VIH/SIDA ont besoins de soutien pour pouvoir vivre positivement.

Séquence 2

Etc., etc.

Oui!

Maintenez une structure simple – pour que le public puisse suivre le film facilement et qu'il n'oublie pas les messages clés.

Oui!

Assurez-vous que les prises de vues et que votre audiocassette se complètent.

Oui!

Obtenez la permission des personnes qui apparaissent dans la vidéo.

Oui!

Planifiez les liens entre les différentes parties du film.

Style

Cette page fournit quelques exemples de styles possibles pour l'élaboration des vidéos – c'est à dire la mise en page. Ceci comprend des suggestions pour les rendre aussi intéressantes et attrayantes que possible.

Assurez des séquences fluides. Par exemple, évitez les « xxx » (c'est à dire, lorsque qu'une action est coupée avant d'être finie) et incluez des « xxx » (c'est à dire les prises de vues qui sont pertinentes au sujet et qui fournisse une façon de finir une scène et en commencer une autre).

Maintenez le même style pour tous les éléments de votre vidéo, y compris le tournage, la musique et le texte.

Assurez-vous que le conditionnement des vidéos et les matériaux de marketing adoptent un style qui convient. Par exemple, la diocèse catholique Ndola de Zambie a utilisé la boîte de la vidéo pour montrer qu'il s'agit d'un film sur le travail à base communautaire et que celui-ci accompagne un livret déjà rédigé sur le même thème. Tiré de: « Under the Mupundu Tree » video, Strategies for Hope, ActionAid, 1999.

Gardez une allure appropriée pour toute la vidéo. Par exemple, considérez les différents effets d'aller d'une prise de vue à une autre rapidement ou lentement.

Rendez votre vidéo intéressante en utilisant différentes prise de vue (pendant le tournage). Par exemple, réalisez des prises de vue de longueur différentes (courtes, moyennes et longues) et réalisez des points de vue différents (par exemple, d'en haut/d'en bas, de l'avant/de l'arrière, et proche/éloigné).

PHOTO

Fiche d'information 11

Qu'est-ce qu'un site Web?

Un site Web est un produit de documentation et de communication qui communique une grande gamme d'images et d'informations au sujet d'une organisation, et son travail via l'Internet.

Un site Web:

- Peut fournir l'historique ou des informations courantes sur une organisation, un projet ou une campagne.
- Fournit à la fois des données factuelles et d'autres informations – comme des photos et clips vidéos – qui illustrent le travail d'une organisation.
- Peut être utilisé pour promouvoir une organisation et attirer de nouvelles sources de soutien et de nouvelles ressources.
- Est une manière rapide et peu chère de disséminer des informations et des publications potentiellement à des milliers de personnes dans le monde entier.
- Peut faciliter une communication réciproque – en offrant la possibilité à l'utilisateur de répondre par courrier électronique.
- Requiert un matériel technique (un ordinateur, une ligne téléphonique et accès à l'Internet)

Questions clés ?????

Avant de développer un site Web, on doit s'arrêter aux questions suivantes:

- Que veut communiquer votre organisation exactement et à qui?
- Est-ce qu'un site Web représente la meilleure façon de le faire et la façon la plus simple?
- Qui sera responsable du design et quel en sera le design? Quelle image voulez-vous projeter à travers votre site Web? Par exemple, est-il plus important d'avoir un site Web impressionnant ou que les usagers puissent facilement tirer des informations du site?
- Comment maintiendrez-vous le site? Qui trouvera les informations, fera les changements nécessaires et maintiendra des informations courantes? Qui répondra aux demandes d'informations?

Structure et contenu

On trouvera sur ces pages un exemple de plan pour la réalisation d'un site Web d'une ONG/OBC engagée dans la prévention du VIH. Le plan montre le contenu du produit et l'ordre dans lequel apparaîtront les informations. Les boîtes autour du plan fournissent des consignes pour rendre le site aussi intéressant et efficace que possible.

Oui!

Utilisez des organigrammes pour planifier la structure de votre site Web sur papier avant de le créer à l'ordinateur.

Oui!

Pensez à votre site Web comme si c'était une publication avec de nombreuses pages. Par exemple, la page d'accueil serait l'équivalent de la page de couverture et la table des matières d'une publication.

Oui!

Insérez une politique d'usage de vos publications – comment elles peuvent ou ne peuvent pas être utilisées par d'autres organisations/personnes.

Oui!

Offrez aux utilisateurs, pour les publications à télécharger, un choix de Formats. Les plus courants sont des fichiers en Microsoft Word, en Rich Text Format (RTF) ou en Adobe Acrobat (PDF). Ceci facilitera l'utilisation de vos informations – indépendamment du niveau de sophistication de l'ordinateur utilisé.

1. Page d'accueil

- Titre du site Web
- Message d'accueil
- Moteur de recherche
- Liens à d'autres pages sur le site Web

2. Introduction à l'ONG/OBC

- Le nom de l'organisation et le logo
- La déclaration de mission de l'organisation
- Comment, où et avec qui l'organisation travaille
- Qui soutient l'organisation

3. Activités

- Les activités principales de l'organisation – chacune illustrée avec une étude de cas, photo/ou clip vidéo.

4. Publications et matériels

- Politique d'utilisation des publications et des matériels
- Ressources – comme les manuels de formation et les rapports d'atelier – que les usagers peuvent télécharger ou commander.

5. Liens

- Liens à d'autres sites Web

6. Coordonnées

- Nom, adresse mail
- Adresse postale, téléphone et numéro de fax.

Oui!

Pensez à inclure un moteur de recherche – qui permet aux usagers de taper quelques mots pour trouver des informations pertinentes sur votre site Web

Oui!

Obtenez la permission des organisations et des individus que vous souhaitez inclure sur votre site Web

Non!

N'offrez pas trop d'informations. Au contraire, gardez les informations concises – en écrivant le tiers de ce que vous écririez ordinairement dans une publication écrite.

Oui!

Sollicitez un retour critique au sujet de votre site Web de personnes internes et externes à votre organisation. Ceci vous aidera à porter des améliorations à l'avenir.

Oui!

Clarifiez si vous pouvez ou ne pouvez pas répondre à des demandes d'informations.

Style

Cette page fournit quelques exemples de styles possibles pour l'élaboration des sites Web – c'est à dire la mise en page. Ceci comprend des suggestions pour les rendre aussi intéressants et attrayants que possible.

Utilisez un design attrayant mais simple – pour que les usagers puissent trouver les informations désirées aussi rapidement et facilement que possible.

Assurez-vous que la navigation de votre site Web est efficace – pour que les usagers puissent facilement aller d'une page à une autre.

Développez un style pour votre site Web qui s'adaptera facilement aux différents types de public qui pourront y accéder.

Approprié votre site Web à un public possédant des niveaux d'expérience différents à l'utilisation des ordinateurs. Par exemple, mettez le bouton d'accueil sur chaque page pour que les utilisateurs puissent facilement retourner au début.

Visez à rendre votre site Web à la fois attrayant et pratique. Par exemple, la page d'accueil de SAFAIDS est formée de rubriques claires et d'une image attirante.

PHOTO

Fiche d'information 12

Qu'est-ce qu'une émission à la radio?

Une émission à la radio est un outil de documentation et de communication qui communique une variété d'informations sonores au sujet d'une organisation et son travail.

Une émission à la radio:

- Peut être utilisée pour communiquer des messages spécifiques sur un sujet de choix dans le but de faire de la publicité, de sensibiliser le public, de faire un plaidoyer et de promouvoir une organisation/ou activité.
- Est très flexible – par exemple, une émission à la radio peut être un programme unique qui dure une heure ou une série de « clips » qui durent chacun deux minutes (pendant lesquels les gens expriment brièvement leurs points de vue).
- Peut toucher un public très large et très varié, y compris les personnes vivant dans des communautés éloignées et rurales.
- Peut-être interactif, par exemple, en donnant aux écouteurs l'opportunité d'appeler ou d'envoyer des lettres ou des courriers électroniques.

Questions clés ?????

Avant de développer une émission à la radio, on s'arrêtera aux questions suivantes:

- Qui représente le public d'une émission à la radio? Est-ce que la radio représente la méthode la plus efficace pour atteindre le public avec les informations que vous voulez communiquer?
- Qui réalisera l'émission – vous ou une station de radio? Disposez-vous des compétences, des ressources et des contacts nécessaires?
- Quel type d'émission voulez-vous réaliser? S'agira-t-il de nouvelles, d'une mise en scène/histoire, ou d'un programme de magazine? Quelle en sera la durée? Quelle sera la fréquence de l'émission?

Structure et contenu

On trouvera sur ces pages un exemple de plan pour la réalisation d'une émission à la radio au sujet du VIH/SIDA. Le plan montre le contenu du produit et l'ordre dans lequel apparaîtront les informations. Les boîtes autour du plan fournissent des consignes pour rendre l'émission aussi intéressante et efficace que possible.

Non!

Ne posez pas de questions fermées pendant l'entretien (qui sollicitent des «oui» ou «non») ou de questions compliquées (qui rendront les écouteurs perplexes. Au contraire, posez des questions simples et ouvertes pour permettre aux gens d'exprimer complètement leurs opinions et leurs connaissances. (voir module 4,2: Préparer des entretiens efficaces)

Oui!

Créez des pauses à l'aide de musique et d'effets sonores. Choisissez quelque chose qui se rapporte bien au thème, aux écouteurs et au ton de votre programme.

Oui!

Suivez une séquence logique. Par exemple, pour chaque point que vous voulez faire

- Introduisez l'argument
- Souligner les faits principaux
- Soutenez les faits principaux à l'aide d'un entretien ou d'effets sonores
- Concluez l'argument
- Faites le lien avec le prochain argument

Oui!

Assurez-vous que le début et la fin de votre programme sont facilement reconnus, par exemple en utilisant le même indicatif.

Indicatif (cassette 2: 235 – 245)

Bienvenue/accueil

Introduction au thème et aux arguments principaux Introduction à l'argument A, y compris les facteurs clés Entretien pour appuyer l'Argument A (Cassette 1: 3562 – 3570)

Musique (Cassette 2: 220 – 234)

Résumé de l'argument A

Introduction à l'argument B, y compris les facteurs clés Entretien pour appuyer l'argument B (Tape 1: 3555 – 3561)

Musique (cassette 2: 220 – 234)

Résumé de l'argument B

Répéter brièvement le thème du programme

Introduire l'argument C, y compris les facteurs clés

Entretien pour appuyer l'argument C (Cassette 1:3590 – 3599)
Résumé de l'argument C et du thème

Au revoir et résumé du prochain programme

Indicatif (cassette 2:235 – 245)

Non!

Ne planifiez pas un programme qui représente une série d'opinions. Au contraire, pensez à comment réaliser une émission qui aura un véritable impact sur votre public.

Non!

Faites un peu de recherche sur votre sujet – même si vous savez déjà ce que vous voulez communiquer. Renforcez votre émission à l'aide d'informations et d'idées provenant de sources différentes, comme par exemple, les livres d'histoire, les programmes d'atelier, les journaux et les discours retranscrits.

Oui!

N'oubliez pas de mentionner le nom, le titre et l'occupation de la personne qui passe l'entretien avant et après d'émettre leur voix.

Oui!

Notez le début et la fin des entretiens et des jingles sur vos cassettes – en notant les chiffres du cadran sur l'enregistreur. Ceci aidera l'éditeur de l'émission.

Oui!

Utilisez une structure simple, basée sur un thème qui lie les différentes parties. Ceci aidera les écouteurs à suivre le programme et à comprendre les messages clés.

Style

Cette page fournit quelques exemples de styles possibles pour l'élaboration des émissions de radio – c'est à dire la mise en page. Ceci comprend des suggestions pour les rendre aussi intéressantes et attrayantes que possible.

Utilisez un style amical et autoritaire – pour que les écouteurs se sentent confortable avec le programme mais aussi le prenne au sérieux.

Développez un style qui convient à votre public de priorité. Par exemple, utilisez un langage approprié et une façon de parler avec laquelle ils pourront s'identifier.

Faites usage de styles différents pour animer les questions soulevées par votre émission à la radio. Par exemple, dans ce programme un «mini-dialogue» a été employé pour soulever la question de l'utilisation du préservatif. Tiré de:» la radio et le VIH/SIDA: Faire une différence» Adam G., and Hartfors, N., Onusida, 1999.

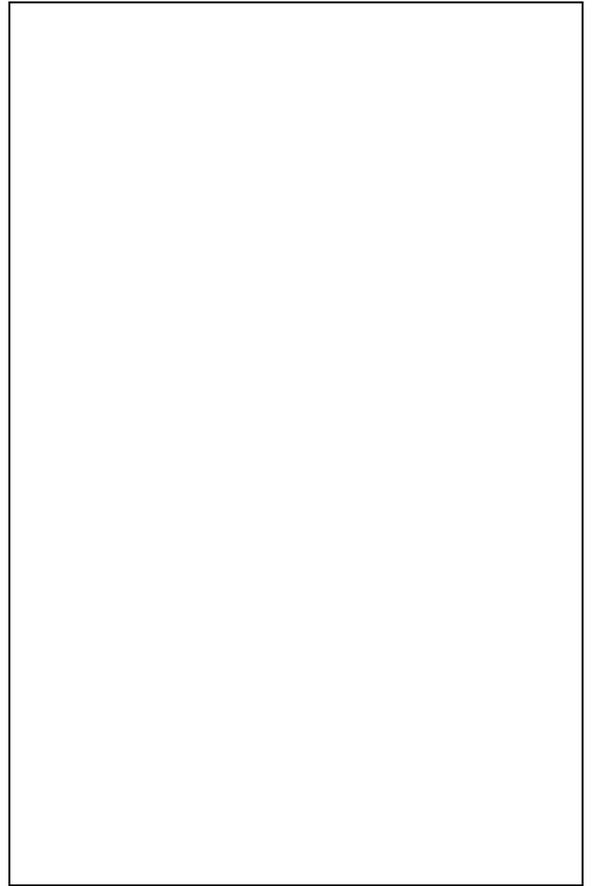
Maintenez le même style pour tous les éléments de votre émission à la radio, y compris la musique, les effets sonores et l'élocution.

Effet sonore: Résonnement des tambours lors d'une cérémonie d'initiation

Ratipana (vieil homme): Nous sommes fiers de vous, vous êtes maintenant devenus des hommes. Nous vous avons appris beaucoup de choses, et nous vous avons appris à ne pas être stupides.

Munashe (jeune homme): Eh! Voici Ratipana!

Ratipana: Si nos traditions doivent continuer à vivre, vous devez aussi continuer à vivre. Vous pouvez avoir des rapports sexuels maintenant, mais il existe beaucoup de dangers. Vous pouvez contracter le VIH en ayant des rapports sexuels et vous pouvez mourir du SIDA. Je veux que vous utilisiez ceci.



Proposition 1



Aymen Mahfoudh, Hela Bel Haj Hamouda
Zied Ben Ayed, Anis Ben Jemaa
Wissal Laajili, Souhaila Bensaïd



Le traitement antirétroviral

Les ARV
l'observance
Prévention contre le sida
La Co-infection

Proposition 2



Aymen Mahfoudh, Hela Bel Haj Hamouda
Zied Ben Ayed, Anis Ben Jemaa
Wissal Laajili, Souhaila Bensaïd

Le traitement antirétroviral
Les ARV l'observance
Prévention contre le sida **La Co-infection**





Atelier régional

Partage des résultats de la 1^{ère} phase des projets pilotes PVVIH dans le cadre du programme MENA

1-4 Juin 2013 - Beyrouth

GUIDE PRATIQUE POUR ACCOMPAGNER LA REDACTION D'UNE ETUDE DE CAS

Qu'est qu'une étude de cas ?

Une étude cas est la description d'une expérience ou une pratique qui constitue un fait positif dans les interventions visant à réduire l'impact du VIH / SIDA. Les études de cas peuvent permettre également de savoir comment la vie des gens change suite à l'appui apporté par les interventions de lutte contre le SIDA.

Une étude de cas peut donc être aussi bien la description organisée d'une intervention (programme, projet), un processus ou une stratégie de mise en œuvre des activités, qu'une étude sur un ou des individus qui ont retiré des avantages positifs de la mise en œuvre des activités.

Les études de cas sont ainsi des narratifs structurés permettant d'identifier ce qui est possible, ce que les organisations font, ce qui marche, ce que les communautés ont appris de leurs expériences et comment cela a fait la différence dans la vie d'une organisation, un individu et aussi dans la réduction de l'impact de la pandémie du VIH / SIDA.

Comment identifier un cas?

Un cas est identifié à travers le processus de suivi et évaluation des activités:

- Lors des rencontres périodiques avec les acteurs de mise en œuvre des activités et /ou les bénéficiaires des activités;
- Pendant les activités d'évaluation des processus d'intervention et / ou d'impact sur les bénéficiaires;

- Au cours des rencontres de revue et présentations des activités (rencontres bilan, ateliers de partage d'expériences, etc.)

Ceux qui identifient et rédigent les études de cas doivent avoir une bonne connaissance des expériences qui sont mises en œuvre dans leur contexte proche et élargi. Cette qualité leur permettra de s'assurer que leur cas est une bonne pratique qui renforcera les connaissances et expériences des autres acteurs. On pourra également consulter éventuellement des personnes ressources ayant une expertise dans le domaine d'intervention objet de l'étude.

Quelles sont les questions auxquelles l'étude de cas doit répondre ?

Après l'identification du cas et avant la réalisation de l'étude et sa rédaction, certaines questions énumérées ci-dessous peuvent vous servir pour vous assurer que le cas est pertinent et avantageux pour montrer les bonnes pratiques.

- Est-ce que le sujet de l'étude de cas est un assez bon exemple pour illustrer nos interventions clés ? Peut-il convaincre d'autres personnes ?
- De quoi parle l'étude de cas ? Pourquoi est-ce que c'est arrivé ?
- Où est-ce que cela s'est passé ?
- De qui viennent les idées et qui a travaillé sur leurs développements ?
- Qui a en tiré profit ? Qu'est-ce que les gens en ont tiré comme profit ?
- Avez-vous eu des exemples spécifiques de comment les individus ont tiré profit du projet, ou d'autres annotations des participants ?
- Comment est-ce que vous pouvez rassembler les retombées de l'action ?
- Y'a-t-il des leçons que vous avez apprises auxquelles d'autres personnes peuvent être intéressées?

Quelques questions-guide pour développer une étude de cas

- Qui est l'organisation, le groupe de base communautaire, ou d'appui qui élabore l'étude de cas ?
- Quelle est l'histoire du programme ou projet? (d'où vient-il, quand a-t-il démarré ? Dans de quelles circonstances ? Quelle était son objectif central ? etc.)
- Quelles ont été les activités centrales du programme / projet ? Comment ont-elles mise en œuvre le projet / programme ? Quelles étaient leurs rôles et responsabilités ? Comment ont-ils travaillé pour accomplir leurs objectifs ?
- Comment est-ce que le travail que l'organisation veut décrire a affectée ses activités et les vies des personnes impliquées dans le projet ?
- Quels problèmes / défis / obstacles ont-ils rencontré et comment les ont-ils résolus?

- Y'a-t-il eu des changements positifs dans le développement ou la vie du groupe ou des personnes impliquées dans le programme / projet ?
- Quelles sont leurs appréciations vis-à-vis des activités qu'ils ont entamées?
- Quelles sont les réactions, les opinions du public cible vis-à-vis du projet ?
- Y a-t-il quelques leçons apprises qu'on veut partager, des recommandations à faire ? Pour qui ?
- Quels sont leurs plans pour le futur ?

Comment rédiger une étude de cas ?

La rédaction des études de cas doit respecter un nombre de règles minimales quant au contenu, au style / ton et la confidentialité.

STYLE / TON

- Veillez à ce que l'étude de cas soit brève et concis tout en vous assurant qu'il y'a assez d'informations à parcourir pour le lecteur;
- Considérez que votre étude de cas sera lu par beaucoup de personnes de niveaux différents. Pour ce faire, les phrases composant le narratif doivent être simples, claires et compréhensives;
- Utilisez un langage simple, essayez d'éviter le jargon ou trop d'acronymes;
- Associez les faits aux citations et les détails qui illustrent la réalité des personnes vivant avec le VIH/SIDA ou les personnes affectées en se gardant d'être trop émotifs.

CONTENU

- Indiquez à quel point l'étude de cas illustre la situation générale et les défis auxquels les populations affectées et/ou infectées par le VIH/SIDA dans les régions et pays font face en particulier;
- Relevez les défis / problèmes vécus et mettre en relief les développements positifs, les réalisations, progrès et espoirs;
- Si nécessaire, trouvez des photos convenables pour accompagner l'étude de cas

Pour des études de cas spécifiques sur un (des) individu(s), on pourra :

- Utilisez des annotations qui décrivent la situation de chaque individu et leurs propres sentiments;
- Prenez en compte les descriptions / explications des mécanismes, des organisations, etc. qui aident ces individus.
- Pour toute photo, sollicitez le consentement des gens pour utiliser cette image non seulement pour un rapport précis, mais aussi expliquez si la photo sera utilisée dans d'autres matériaux à l'avenir.

CONFIDENTIALITÉ

- Assurez-vous toujours que les personnes avec lesquelles vous parlez comprennent comment l'information qu'elles donnent sera utilisée et sollicitez leur consentement
- Si elles sont hésitantes, à partager leurs histoires (expériences), proposez-leur de changer les détails personnels afin qu'elles puissent garder l'anonymat.

Pour rédiger une étude de cas, le plan suivant peut être utilisé

1. TITRE : Quoi ? * Pas plus de 3 lignes

- Le titre décrit l'intervention ou met l'accent sur l'étude de cas ou le sujet. Utiliser un style de gros titre pour attirer l'attention

2. CONTEXTE, BUTS / OBJECTIFS : Qui, Pourquoi, Où ?

* Environ 30 lignes (une page)

- Qui êtes-vous ? Présentez brièvement votre organisation : structure, expériences, etc.
- Quel est le problème identifié ?
- Pourquoi est-ce que l'intervention est développée ? Donner des informations sur les raisons de son existence (Problématique)
- Où est-elle localisée ? Est-elle en zone rurale ou urbaine ?
- Quel est le groupe cible du projet (les jeunes, les personnes âgées, les familles, la communauté entière etc.)

2. L'INTERVENTION : Comment, et Quand ? * Environ 50 lignes (deux pages)

- Financement : qui donne les fonds et autres ressources ?
- Bailleurs : qui conduit l'intervention, qui d'autre est impliqué et comment est-ce qu'ils contribuent ?
- Participation de la communauté : comment est-ce que vous impliquée la communauté et les bailleurs dans la mise en œuvre de l'intervention
- Mise en œuvre : quelles sont les étapes de l'exécution de l'intervention ?
- Chronogramme : quel est le chronogramme de l'intervention et les développements à court et moyen terme ?

4. RESULTATS : * Environ 30 lignes (une page)

- Comment est-ce que l'intervention a été suivi / évaluée ?
- Quels changements / profits ont connu le groupe cible grâce à l'intervention ? (sur une courte et longue période)
- Comment est-ce que l'intervention a réglé le(s) problème(s) constatés ?
- Est-ce que les objectifs ont été atteints ?

- Qu'est-ce que l'intervention a apporté de plus par rapport aux autres interventions du même type ?
- Y'a-t-il des retombées inattendues ? Lesquelles ?

5. PERENNITE : * Environ 15 lignes

- Comment est-ce que l'intervention et ses bénéfiques pourront continuer dans le futur ?
- Le cas peut-il être reconduit avec d'autres groupes et dans d'autres zones ? Quelles sont les conditions nécessaires pour cela ?

6. LEÇONS APPRISES : * Environ 30 lignes (une page)

- Qu'est-ce que vous et d'autres partenaires avez appris du cas ?
- Quels sont les défis majeurs dans la mise en œuvre de l'intervention ? Comment est-ce que vous avez fait face à ces défis ou difficultés ?
- Est-ce que des choses inattendues sont arrivées ? Comment est-ce que vous avez pu résoudre cela ?
- Ferez-vous la même chose ou différemment si vous exécutez un tel projet encore ?
- Donner quelques conseils pour d'autres acteurs qui souhaitent mettre en œuvre un cas similaire ?

7. CONTACTS / LIENS / RESSOURCES :

- Listez les contacts, liens ou ressources que vous avez trouvées particulièrement utiles dans la mise en œuvre du cas et qui peuvent aider les autres.
- Donnez le nom d'une personne ressource et les détails qui peuvent permettre de vous contacter en cas de besoin

A VOS CLAVIERS !!!

Notre premier succès collectif...

Présentation d'une expérience réussie dans
l'élaboration des matériels IEC
Tunisie

Atelier Régional de Partage
1-4 juin 2013, Beirut

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis



CONTENU

INTRODUCTION et BREF HISTORIQUE

LE PETIT PROJET...

LES DÉMARCHES

NOS AVANCES

LECONS APPRISSES

RECOMMANDATIONS

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis

INTRODUCTION

- **Première viste des partenaires. Mai 2012**
- **Atelier Régional de Partage. Sept. 2012**
- **Planification des activités. Déc. 2012**
- **Atelier de formation sur la production participative des matériels IEC. Janvier 2013**
- **Travail sur le terrain. Fév.-Mai 2013**
- **Atelier de clôture de la première phase. Mai 2013**



Partenaires

- Groupe RAHMA de Personnes Vivant avec le VIH et Groupe de Soutien ++/ATL
- L'Alliance Internationale contre le VIH/SIDA
- L'USAID

Dans le cadre du Programme MENA (sous-régional)



Objectif : Fournir du support technique et financier aux partenaires pour entamer des petits projets pilote concernant le renforcement des compétences des PVVIH dans la région pour concevoir, dessiner et développer des versions préliminaires des matériels d'information, éducation et communication (IEC) destinées spécifiquement pour les PVVIH des pays du programme MENA.



Étude de cas de la Tunisie :

- Partager le processus de formation et d'accompagnement des deux associations à partir du démarrage d'un petit projet.
- Brève description des démarches
- Partage des résultats préliminaires et des leçons apprises auprès des acteurs clé dans la réponse dans la sous-région MENA





NOS AVANCES...

Prévention contre le SIDA

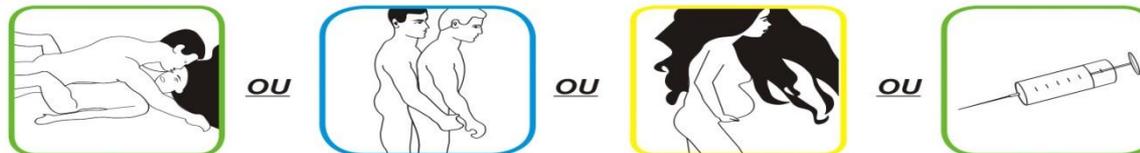
Personne n'est vaccinée contre le sida.

On ne sait actuellement pas guérir les infections liées au VIH, séropositivité ou sida. Les traitements actuels, connus sous le terme de tri-thérapies, sont contraignants et ne font que ralentir l'évolution de la maladie. Alors une seule attitude possible : tout faire pour se protéger et protéger ceux que l'on aime.



Comment ça s'attrape ?

Le virus peut pénétrer dans l'organisme à l'occasion de rapports sexuels avec pénétration, de blessures avec du matériel souillé par du sang (seringues et matériel médical), ou être transmis à un bébé en cours de grossesse si la maman est séropositive et elle n'est pas sous traitement ou la charge virale est détectable. Pour chacune de ces situations il existe des moyens de prévenir l'infection.



Prévention et risque sexuel

Tout d'abord il faut savoir qu'un grand nombre de pratiques sexuelles sont totalement dénuées de risque de transmission. Le terme de "safe-sex" désigne ces pratiques. Il s'agit des caresses (avec les mains, la langue), des massages... bref tous actes qui ne comportent pas de pénétration, et donc pas de contact entre les sécrétions sexuelles d'un partenaire et une muqueuse d'un autre partenaire.

Bénéfices du partenariat avec l'Alliance :

- Elle a permis les PVVIH d'identifier collectivement la pertinence de créer des matériels IEC impliquant de manière pleine les PVVIH
- Se rendre compte que les matériels existantes sont de très bonne qualité mais ce sont des matériels créés par des spécialistes externes, ce qui représente un obstacle pour la compréhension pleine des contenus et pour son appropriation de part des PVVIH.



**Nous avoir impliqué en
tant que PVVIH dès le
début jusqu'à la fin dans le
processus de création de
ces outils IEC**

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis

« Dans mon cas, c'est la première fois que je participe dans un processus collectif de création de matériels IEC conduit par des PVVIH dès le début jusqu'à la fin, ce qui constate que c'est à nous de définir nos besoins et agir en conséquence »

Hella, accompagnatrice socio-sanitaire

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis

***« On veut renforcer notre solidarité,
avancer vers le même but : être humain
c'est d'être positif dans sa vie entière, pas
seulement dans son corps »***

Wafâ, accompagnatrice socio-sanitaire

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis

Démarrage des activités :

- Mai 2012 visite de partenaires internationales, l'Alliance Internationale Contre le VIH/SIDA et l'USAID. Première rencontre avec des représentants des agences intéressées. Partage de leur historique, leurs besoins et leurs attentes.
- L'USAID confirme son intention d'appuyer le volet PVVIH au sein du programme MENA gérée par l'Alliance, au bénéfice de la population vivant avec le VIH dans la région.



Septembre 2012 atelier régional de consensus à Tunis pour faciliter un échange d'expériences des organisations de personnes vivant avec le VIH de la Tunisie et du Liban

Proposition de démarrer des petits projets pilote de renforcement des capacités des PVVIH en matière d'information, éducation et communication, étant donné que aucun matériel éducatif ou contenant des informations clé pour les PVVIH n'existait pas dans les deux pays.

International
HIV/AIDS
Alliance



CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis

« Pour moi, un bénéfice de ce processus a été l'amélioration des relations humaines et de travail collaboratif entre Rahma et GS++/ATL, car leur mission est veiller pour le bien-être des PVVIH... C'est le meilleur projet dans lequel j'ai participé car il garantit une vie positive et la dignité des personnes vivant avec le VIH »

Naziha, accompagnatrice socio-sanitaire

International
HIV/AIDS
Alliance



GS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis

Plan d'action conjoint pour un projet pilote de 6 mois pour renforcer les capacités des membres de GS++ et de RAHMA en matière de santé positive, dignité et prévention.

Conception d'un ensemble de matériels IEC destinées pour les PVVIH et créés par des PVVIH eux-mêmes au centre du petit projet.



Janvier 2013 : atelier de formation sur les approches et méthodologies participatives et atelier de suivi et de production des matériels IEC.

Recrutement d'un coordinateur de projet qui s'occupe du suivi pour la période de 6 mois.

Identification des vides d'information par sous-population de PVVIH choisis par les participants : les MSM, les Femmes et les UDI

Les thèmes : les informations de base sur le VIH et la prévention, les coïnfections VIH-MST et la résistance, et les ARV et l'aide à l'observance.



Le processus de création des matériels IEC ciblant les PVVIH

Formation d'un comité de 6 responsables nominés par les deux organisations.

Mise en commun sur les différents sujets dont on va travailler les outils. Chaque personne a été chargée de développer des propositions préliminaires sur les sujets choisis, prenant compte des populations auxquelles les matériels étaient destinés.

Lecture et révision du travail préparé pour la correction des différents sujets.

Dernière lecture et prise de décision sur le langage, les contenus et les formats préférés ou plus appropriés pour passer les messages de manière efficace et compréhensible au public cible.



« Comme accompagnatrice socio-sanitaire c'était un énorme valeur ajouté que les bénéficiaires ont contribué très ouvertement avec leurs opinions sur les maquettes et les informations préliminaires qu'on a partagé avec eux, en acceptant ce que j'avais à leur communiquer, mais surtout à me démontrer une énorme confiance ce qui m'indique que le moment où l'on aille les matériels finalisés je serais capable d'attirer plus rapidement leur confiance et intérêt »

Wafâ

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunls

Les maquettes...

- Le format élu par le comité a été un Jeu de Cartes pour faciliter la compréhension des informations contenues. La taille des cartes encore à définir, avec des informations rédigées en langage simple et clair, en français et en dialecte tunisien.

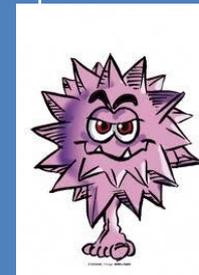




Pour maintenir l'efficacité du traitement antirétroviral et prévenir l'apparition d'effets indésirables, il est essentiel de prendre ses médicaments chaque jour, sans sauter de prise aux doses prescrites par le médecin, en respectant toujours les mêmes horaires et en suivant les consignes alimentaires.

L'observance veut dire que la personne doit suivre régulièrement ses consultations, ainsi que ses rendez-vous pour prendre son traitement de l'hôpital à temps et régulièrement.

Généralement être un bon observant signifie que la personne positive a accepté sa positivité et qu'elle aime vivre et combattre le VIH, et qu'elle est convaincue de prendre son traitement régulièrement sans l'arrêt d'aucune prise.



Proposition 1



Aymen Mahfoudh, Hela Bel Haj Hamouda
Zied Ben Ayed, Anis Ben Jemaa
Wissal Laajili, Souhaila Bensaïd



Le traitement antirétroviral
Les ARV
l'observance
Prévention contre le sida
La Co-infection

Proposition 2



Aymen Mahfoudh, Hela Bel Haj Hamouda
Zied Ben Ayed, Anis Ben Jemaa
Wissal Laajili, Souhaila Bensaïd

Le traitement antirétroviral
Les ARV l'observance
Prévention contre le sida La Co-infection



Défis / Obstacles

Réflexion conjointe pour identifier les principales défis ou obstacles rencontrés et de s'expliquer comment ils ont réussi à les surmonter.



Différents niveaux au sein du comité :
arriver à un consensus sur la mise en commun des concepts et des informations à partager dans chaque carte était un important défi dû à la différence de compréhension et du niveau de formation et de compétences entre les membres du comité

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis

La communication.

La communication négative et le manque de partage sont les deux problèmes plus fréquents identifiés. Pour gérer et prévenir des conflits, le comité a décidé de ne pas faire des confrontations, mais de clarifier par mail ou en personne les malentendus.

Le manque de moyens :

- Ressources très limitées.
- Frais de transport pris en charge par des PVVIH pour se déplacer dans les localités lointaines.
- La correction des maquettes, une source de déboursements additionnelle.
- La communication entre les membres du comité représentait un cout qu'ils ont dû assumer de leurs propres ressources.

Sécurité.

Les travaux de consultation et validation sur le terrain obligeait aux membres du comité de rester trop tard le soir ce qui leur obligeait à prendre du transport plus cher car les prix augmentent en relation aux horaires, avec le risque personnel qui impliquait d'être hors de chez soi tard le soir. La solution : prendre sur soi les frais des taxis.

Leçons apprises

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis

« L'implication enthousiaste des membres des deux groupes et leur volonté pour accomplir les tâches qui leur ont été confiées a été une démonstration du compromis acquis par ceux impliqués dans ce projet. La confiance en soi, le fait de prouver qu'on est capable de préparer et de réaliser un projet du principe à la fin par et pour les propres PVVIH nous reflète ».

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis

« Notre participation dans le projet nous a montré que le VIH n'est pas un obstacle pour atteindre nos buts ; dans ce cas, il a représenté même un avantage car il nous a fait apprendre à faire beaucoup de choses que nous n'avons pas imaginé qu'on pourrait faire ensemble ».

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis

« Nous avons découvert
que nous pouvons être
flexibles et que nous
avons une grande capacité
d'innovation ».

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis

« On doit aborder le VIH de manière optimiste. Je l'ai constaté, je suis plus forte que le virus, je l'accepte plus qu'avant et mon expérience dans ce projet m'a appris à être plus fière de moi-même à tel point que je le déclare maintenant même sur le Facebook ».

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis

Quelques commentaires des bénéficiaires

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis

« Je vous félicite, les matériels que vous allez produire nous vont aider à échapper de la dépression, ils contiennent des informations très utiles, faites par des personnes comme nous qui nous comprennent. J'ai aimé beaucoup les couleurs et les textes simples et clairs »

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis

« J'apprécie votre travail car
il donne de l'importance à
trouver des informations qui
renforcent la correcte
observance pour notre
bénéfice »

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunls

« Ce que vous nous
montrez va appeler
l'intérêt des personnes
comme moi »

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunis

« Nous envisageons que nos pairs vont s'identifier avec les contenus, de libérer leur esprit pour sortir de la peur, avoir la force de continuer à vivre et avoir la confiance en soi en prenant les informations nécessaires et justes des accompagnateurs socio-sanitaires »

Aymen, accompagnateur socio-sanitaire

International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

atQ
MST SIDA
section Tunis



International
HIV/AIDS
Alliance

RAHMA
pour les droits des PVVIH

CS#
Tunisie

at
MST SIDA
section Tunls