



Evaluation finale de la « Promotion des pratiques familiales clés à travers des stratégies régionales de communication intégrée pour la survie, le développement, la scolarisation et la protection des enfants » dans les Régions Analanjirofo, Anosy et Atsimo Andrefana de Madagascar

Avril 2017

Evaluation finale « Promotion des pratiques familiales clés à travers des stratégies régionales de communication intégrée pour la survie, le développement, la scolarisation et la protection des enfants »

1. Calendrier de l'évaluation et la date du rapport

N°	Activités	Durée (jours)	Date début	Date fin
1	Réunion UNICEF-RADSE sur le recadrage final du rapport de démarrage	1	7/25/2016	7/25/2016
	Rédaction et soumission du draft rapport de démarrage	5	7/25/2016	7/29/2016
2	Débriefing des membres du STAFF et formation des agents de terrain	2	7/27/2016	7/28/2016
	Préparation administrative, financière et logistique			
3	Collecte des données dans les zones d'intervention : entretiens avec les parties prenantes et les bénéficiaires, observations in situ	15	7/31/2016	08/14/2016
4	Rapport de démarrage finalisé			8/16/2016
5	Saisie, traitement et analyse des données collectées			
6	Entretien auprès de l'UNICEF sur le feed-back en termes de PFE	5	08/13/2016	08/17/2016
7	Etablissement des résultats bruts	5	08/18/2016	08/23/2016
8	Mini atelier sur la Théorie de Changement et Critères de jugement, et, présentation des résultats globaux	3	08/30/2016	09/01/2016
8	Soumission du Rapport de mise en œuvre : rapport de terrain et production base de données	7	09/05/2016	09/11/2016
9	Etablissement et soumission Draft rapport principal au comité de suivi UNICEF	7	09/17/2016	09/23/2016
10	Rapport principal tenant compte du feedback de l'UNICEF	-	-	03/03/2017

2. Endroits de l'objet d'évaluation

Pays : Madagascar

Régions : Analanjirifo, Anosy et Atsimo Andrefana

3. Nom de l'organisation mise en service de l'évaluation

La mission d'évaluation a été réalisée grâce à :

- l'initiation et le financement de l'UNICEF/UNFPA Madagascar ;
- la contribution de l'UNICEF (section PSE et C4D) et le SFCG ; et,
- la mise en œuvre par le Cabinet RADSE dont les membres sont composés de :
 - Coordonnateur : Bernard Victor Randrianarisoa
 - Chef de mission : Louis Paul Randriamarolaza
 - Analyste principal : Faly Hery RASOANAIVO
 - Informaticien – Sigiste : Philbert Rabefaly
 - Consultants (tes) – Superviseurs (res) :
 - Isabelle Nirina
 - Julien Patrice Randriamboavonjy
 - Noro Lalao Raveloarisoa

Evaluation finale « Promotion des pratiques familiales clés à travers des stratégies régionales de communication intégrée pour la survie, le développement, la scolarisation et la protection des enfants »

- Chefs d'équipe :
 - Raholiniaina Heribenammina Joel Andrianasandratra
 - Maholy Harifera Raharison
 - Mamitiana Patrick Rasolofoarijaona

- Enquêteurs (res) – Evalueurs (res) :
 - Vola Lalao Albert Andriamanana
 - Harizaka Liva Andrianjafitrimo
 - Eveline Mabahosolo Zanatsoa
 - Pascal Ralaivao
 - Heriniaina Emilison Ralijaona
 - Baovola Raharison
 - Armande Zoelisoa Ramanandrisoa
 - Josia Angelina Ramanaravelolalaina
 - Andrianjaka Tiana Randrianavony
 - Jean Albert Razafimahatratra
 - Jocelyne Odette Razafindrasoa
 - Maminiaina Yolande Ravaoarimanana
 - Nirina Donna Lucas Raveloson
 - Rivo Raveloson
 - Ravaka Razanamahazo

Table des matières

SIGLES ET ACRONYMES	I
RESUME EXECUTIF	I
A- BACKGROUND DE LA MISSION	1
A.1. LE PROJET	1
A.1.1. Contexte	1
A.2. RAPPEL DES OBJECTIFS DE L'EVALUATION	3
A.3. APPROCHE METHODOLOGIQUE	5
A.3.1. Approche méthodologique	5
A.3.2. Partie qualitative	5
A.3.3. Partie quantitative	6
A.4. LIMITES DE L'EVALUATION	7
A.5. CONFORMITE A L'ETHIQUE	8
B- RESULTATS DE L'EVALUATION	9
B.1. PERTINENCE ET COHERENCE	9
B.1.1. Prise en compte des besoins des cibles	9
B.1.2. Cohérence des messages et approches aux contextes locaux	9
B.1.3. Cohérence des stratégies internes et externes	9
B.2. EFFICACITE	11
B.2.1. De la coordination	11
B.2.2. Des radios locales et des organisations communautaires	13
B.2.3. Du management du projet	20
B.3. EFFICIENCE	22
B.3.1. Analyse cout/efficacité	22
B.3.2. Affectation budgétaire et taux d'absorption financière	23
B.4. EFFETS ET VALEURS AJOUTEES	24
B.4.1. Dans le secteur éducation	24
B.4.2. Dans le secteur protection des enfants	27
B.4.3. Dans le secteur santé	29
B.4.4. Dans le secteur nutrition	33
B.4.5. Dans le secteur EAH	37
B.4.6. Des aspects transversaux	41
B.5. DURABILITE	42
C- CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS	44
C.1. CONCLUSION GENERALE ET LECONS APPRISES	44
C.1.1. Niveau stratégique	44
C.1.2. Niveau programmatique	45
C.2. RECOMMANDATIONS	45
C.2.1. Sur les aspects stratégiques, institutionnels et organisationnels	45
C.2.2. Sur l'aspect programmatique	46
C.2.3. Sur l'aspect renforcement des capacités	46
ANNEXES	48
Annexe 1 : MAP	i
Annexe 2 : Termes de Référence	ii
Annexe 3 : Liste des personnes rencontrées et des sites visités	x
Annexe 4 : Liste des documents consultés	xv
Annexe 5 : Outils d'évaluation	xvi

Evaluation finale « Promotion des pratiques familiales clés à travers des stratégies régionales de communication intégrée pour la survie, le développement, la scolarisation et la protection des enfants »

Annexe 6 : Critères de jugement	civ
Annexe 7 : Modes de calcul.....	cvi
Webiographie	cvii

Liste des cartes

Carte 1 : Zones d'évaluation des PFE	Carte 2 : PFE Région Analanjirifo.....	i
Carte 3 : PFE Région Anosy	Carte 4 : PFE Région Atsimo Andrefana.....	i

Liste des figures

Figure 1 : Taux de performance sur la formation des parties prenantes	11
Figure 2 : Formation des parties prenantes selon le sexe (%).....	11
Figure 3 : Taux de réalisation des plans de communications, réunions mensuelles et rapports d'activité de district (%).....	12
Figure 4 : Taux de réalisations de nombre de participants aux réunions des parties prenantes (%)....	13
Figure 5 : Taux de réalisations des programmes et radios partenaires (%).....	13
Figure 6 : Part des productions radiophoniques par secteur (%).....	14
Figure 7 : Taux de réalisations de formations organisées, de participation et d'augmentation de connaissance (%).....	15
Figure 8 : Taux de performance de campagne de média de masse (%).....	16
Figure 9 : Taux de répartition par secteur du feuillet « Aina an-doharano » (%)	17
Figure 10 : Activités médiatiques par type et selon les régions	23
Figure 11 : Taux de répartition de dialogue communautaire par secteur (%)	19
Figure 12 : Nombre de réalisation des activités communautaires par type et par région	20
Figure 13 : Ratio coût/efficacité de la communication médiatique selon le type	22
Figure 14 : Répartition budgétaire du projet par activités (%)	23
Figure 15 : Capacité d'absorption financière par période (%)	24
Figure 16 : Evolution d'adoption « Envoi des enfants de 6 à 11 ans à l'école primaire » 2014-2016 (%)	25
Figure 17 : Evolution de la pratique de « Envoi des enfants de 6 à 11 ans à l'école primaire » 2014-2016 (%) selon les zones	25
Figure 18 : Evolution d'adoption «Maintien des enfants de 6 à 11 ans à l'école pour finir le cycle 1» 2014-2016 (%)	26
Figure 19 : Evolution de la pratique de «Maintien des enfants de 6 à 11 ans à l'école pour finir le cycle 1» 2014-2016 (%) selon les zones	26
Figure 20 : Evolution d'adoption «Comportements non violents et protecteurs envers des enfants» 2014-2016 (%)	27
Figure 21 : Evolution de la pratique de «Comportements non violents et protecteurs envers des enfants» 2014-2016 (%) selon les zones	28
Figure 22 : Evolution d'adoption «Mariage non précoce chez les enfants de moins de 18 ans» 2014-2016 (%)	28
Figure 23 : Evolution de la pratique de «Mariage non précoce chez les enfants de moins de 18 ans» 2014-2016 (%) selon les zones.....	29
Figure 24 : Evolution d'adoption «Nombre de minimal de consultations prénatales» 2014-2016 (%)..	30
Figure 25 : Evolution de la pratique de «Nombre de minimal de consultations prénatales» 2014-2016 (%) selon les zones.....	30
Figure 26 : Evolution d'adoption «Planification familiale» 2014-2016 (%).....	31
Figure 27 : Evolution de la pratique de «Planification familiale» 2014-2016 (%) selon les zones.....	31
Figure 28 : Evolution d'adoption «Vaccination des enfants de moins de 2 ans» 2014-2016 (%)	32
Figure 29 : Evolution de la pratique de «Vaccination des enfants de moins de 2 ans» 2014-2016 (%) selon les zones.....	32
Figure 30 : Evolution d'adoption de «Vaccination des enfants de moins de 2 ans» 2014-2016 (%)	33
Figure 31 : Evolution de la pratique de «Vaccination des enfants de moins de 2 ans» 2014-2016 (%) selon les zones.....	34
Figure 32 : Evolution d'adoption de «Initiation à l'allaitement précoce et allaitement exclusif» 2014-2016 (%)	34
Figure 33 : Evolution de la pratique de «Initiation à l'allaitement précoce et allaitement exclusif» 2014-2016 (%) selon les zones.....	35

Evaluation finale « Promotion des pratiques familiales clés à travers des stratégies régionales de communication intégrée pour la survie, le développement, la scolarisation et la protection des enfants »

Figure 34 : Evolution d'adoption de «Alimentation variée, équilibrée et suffisante des enfants de 6 à 23 mois» 2014-2016 (%)	35
Figure 35 : Evolution de la pratique de «Alimentation variée, équilibrée et suffisante des enfants de 6 à 23 mois» 2014-2016 (%) selon les zones	36
Figure 36 : Evolution d'adoption de «Alimentation variée, équilibrée et suffisante des enfants de 6 à 11 ans» 2014-2016 (%)	36
Figure 37 : Evolution de la pratique de «Alimentation variée, équilibrée et suffisante des enfants de 6 à 11 ans» 2014-2016 (%) selon les zones	37
110. L'évolution de ceux qui l'adopte entièrement ou partiellement au début du projet et à la fin du projet se présente comme suit Figure 38 : Evolution d'adoption de «Eau potable ou traitement de l'eau pour la rendre plus sûre à boire» 2014-2016 (%).....	38
Figure 39 : Evolution de la pratique de «Eau potable ou traitement de l'eau pour la rendre plus sûre à boire » 2014-2016 (%) selon les zones	38
Figure 40 : Evolution d'adoption de «Lavage des mains avec du savon ou du cendre aux moments critiques » 2014-2016 (%)	39
Figure 41 : Evolution de la pratique de «Lavage des mains avec du savon ou du cendre aux moments critiques» 2014-2016 (%) selon les zones.....	39
Figure 42 : Evolution d'adoption de «Construction et utilisation de latrines à la maison » 2014-2016 (%)	40
Figure 43 : Evolution de la pratique de «Construction et utilisation de latrines à la maison » 2014-2016 (%) selon les zones	40
Figure 44 : Taux ayant entendu au moins un es produits selon les zones.....	41

Liste des tableaux

Tableau 1 : Critères et questions d'évaluation.....	3
Tableau 2 : Composition des échantillons selon le type par région et district	7
Tableau 3 : Indicateurs de résultats	iii
Tableau 4 : Coût-efficacité selon les outils de communication : taux d'atteinte comparé aux ressources injectées.....	cvi
Tableau 5 : Estimation des manques à gagner des radios privées	cvi

SIGLES ET ACRONYMES

AC	Agent Communautaire
CIPD	Conférence Internationale sur la Population et le Développement
CLIC	Comité Local Inter Communication
C4D	Communication For Development
CPD	Document de Programme Pays
EAH	Eau-Assainissement-Hygiène
EIA	Entretien Individuel Approfondi
EVF	Education à la vie familiale
GDD	Groupe de Discussion Dirige
HICDARM	Hear – Inform – Convince – Decide – Act – React – Maintain
ILT	Institutional Learning Team
MCRI	Ministère de la Communication des Relations avec les Institutions
ODD	Objectifs de Développement Durable
OMD	Objectifs du Millénaire pour le Développement
ONG	Organisation Non Gouvernementale
OSC	Organisation de la Société Civile
PFE	Pratiques Familiales Essentielles
PND	Plan National de Développement
SFCG	Search For Common Ground
SME	Santé de la Mère et de l'Enfant
STD	Service Technique Décentralisé
TOC	Théorie du Changement
UNFPA	Fonds des Nations Unies pour la Population
UNDAF	Plan Cadre des Nations Unies pour l'Assistance au Développement
UNICEF	Fonds des Nations Unies pour l'Enfance
VAD	Visite à domicile
WASH	Water, Sanitation and Hygiene
ZAM	Zones exposées seulement aux Activités Médiatiques
ZAMAC	Zones exposées aux Activités Médiatiques et aux Activités Communautaires

RESUME EXECUTIF

Contexte

Ce rapport est le résultat de l'évaluation finale du projet « **Promotion des pratiques familiales clés à travers des stratégies régionales de communication intégrée pour la survie, le développement, la scolarisation et la protection des enfants** » initié par l'UNICEF/UNFPA et mise en œuvre par le SFCG à partir du mois d'Août 2014 jusqu'à Mars 2016. Le projet entre dans le cadre de l'amélioration de la situation des enfants à Madagascar, par lequel, le Gouvernement Malagasy, avec l'appui de l'UNICEF, l'UNFPA et des organisations de la société civile a élaboré des plans de communication nationaux visant à atteindre des résultats comportementaux en faveur des Droits de l'enfant dans les secteurs de la Santé, de l'Education, de la Nutrition, de l'EAH et de la Protection de l'enfant

Objet de l'évaluation

L'évaluation finale à la fois formative et sommative du projet a pour objet (i) d'apprécier la contribution du projet dans les objectifs du programme pays de l'UNICEF /UNFPA et ainsi améliorer les composantes PFE, (ii) de comprendre les facteurs de Succès, les risques et les limites et (iii) d'appréhender les interventions médiatiques et la mobilisation communautaires menée par SFCG dans les trois zones-pilote : Analanjirifo, Anosy et Atsimo Andrefana.

Méthodologie de l'évaluation

La méthodologie suivie se base sur les critères et questions d'évaluation, conformément aux TDR. Une collaboration étroite avec le comité de suivi de l'évaluation et une consultation des parties prenantes (SFCG, UNICEF – C4D, MCRI central) dans la phase d'inception a permis de clarifier les besoins et dresser une compréhension commune de l'intervention. Durant cette évaluation, il a été proposé d'utiliser une méthode mixte combinant les forces de la méthode quantitative – permettant des extrapolations et des comparaisons statistiques– avec la capacité de la méthode qualitative à comprendre en profondeur les facteurs de succès et les limites de l'approche adoptée par le projet.

La partie quantitative concerne l'analyse de la performance du projet relative aux parents/tuteurs, cibles des activités media et mobilisation communautaire. La grille d'analyse adoptée par rapport à ce groupe de cible est l'approche HICDARM qui constitue une échelle de mesure par rapport aux changements de comportement. Pour avoir une précision acceptable des indicateurs (erreur de 5%, puissance de 80%), un échantillon de 1,025 parents/tuteurs a été nécessaire. Suivant demande du comité de suivi de l'évaluation, une stratification suivant l'intégration des canaux de communication utilisés a été adopté (ZAM – ZAMAC).

Pour le volet qualitatif, la revue documentaire et l'Entretien Individuel Approfondi (EIA) des informateurs clés ont été adoptés. Suivant un guide couvrant les thématiques à aborder spécifiques aux informateurs clés, les EIA ont servi d'analyser en profondeur les questions de pertinence, de durabilité, les facteurs de succès et d'échecs ... Six catégories d'informateurs clés ont été ciblés :

- Responsables radio
- Membres des réseaux communautaires
- Responsables SFCG au niveau central – régional – communal
- Autorités locales (CTD)
- Services décentralisés sectoriels et transversaux (secteurs cibles des PFE)
- Spécifiquement le MCRI au niveau central et régional

Limites de l'évaluation

Les limites de l'évaluation pourraient être sa portée. En effet, il est difficile de mesurer les impacts à moyen et à long terme de l'intervention sur la mission d'évaluation étant donné que celle-ci va se réaliser à quatre (04) mois après la fin de l'intervention. Par conséquent, les effets et impacts observés se limitent aux effets immédiats.

La deuxième limitation concerne l'inexistence de cas témoin pour faire une comparaison. En effet, la couverture radios partenaires est supposée être universelle, tout en sachant que leur couverture est variable et partielle. A cela s'ajoute une incomparabilité par rapport à l'étude faite par l'INSTAT qui est initialement retenu comme baseline. En effet la collecte des données de cette étude est en retard par rapport aux activités du projet, donc aucun baseline des indicateurs n'est valide. L'appréciation s'est donc basée sur les valeurs cibles d'après les documents initiales du projet

Une troisième limitation est l'analyse de l'attribution et/ou de contribution. En effet, les bénéficiaires n'arrivent pas à discerner les différents produits dont ils ont été exposés. L'approche adoptée par l'évaluation a été la spécification de certains produits par leur noms (ex : Aina Andoharano, vondron'ny mpihaino ...) dans les enquêtes. Toutefois, le biais reste possible vu qu'au niveau des zones d'interventions, des communications similaires sont également faites par d'autres intervenants.

Enfin, bien que l'équipe d'évaluateur ait suivi la structure du rapport suivant le standard de l'UNICEF, les parties prenantes ont demandé, avec accord du comité de suivi de l'évaluation, une structure légèrement différente. A cet effet, la structure du rapport ne répond pas à une aux questions d'évaluation mais suivant les critères d'évaluation ; et dans la valeur ajoutée, les analyses sont faites par secteurs et PFE.

Principaux constats et résultats

Pertinence et cohérence

Le projet concourt dans l'atteinte de l'objectif du Ministère de la Communication et des Relations avec les Institutions (MCRI) d'asseoir son rôle de leadership dans la coordination des activités de communication médiatique et communautaire à Madagascar par l'intermédiaire de la Direction des Régulations des Médias et la Direction de la Communication et de l'Animation Rurale. Au niveau de la communauté, les contraintes de la population cible, notamment en milieu rural, sont prises en compte par l'adaptation des formats des activités de communication, des horaires de diffusion des émissions médiatiques et d'animation communautaire, des aspects linguistiques (sauf pour le cas du feuilleton « Aina an-doharano » qui est en malgache officiel) et culturels locaux. Les activités radiophoniques sont favorisées par la croissance des contenus et l'harmonisation de leur programmation.

L'animation communautaire est conforme et reflète les besoins réels en termes de communication de la population sur les PFE aux droits de l'enfant. Les animateurs communautaires gagnent la légitimité sociale et connaissent le mieux les contextes locaux.

L'approche véhiculée par le projet est pertinente car elle est bien alignée (i) aux exigences de la déclaration de Paris notamment sur l'Appropriation et l'Harmonisation des interventions au niveau d'un territoire ; (ii) au principe d'Alignement au Plan National de Développement ainsi qu'aux politiques sectorielles sur les PFE ; et, (iii) à l'atteinte de l'Effet 2 de l'UNDAF 2015 – 2019 et de la stratégie 3 et 4 du CPAP de l'UNICEF, notamment par la responsabilisation de la société civile et des médias, par la coordination des interventions sectorielles et dans les activités pour de changement de comportement.

Effacité des acteurs et parties prenantes

La participation aux formations et les connaissances des participants ont été en hausse entre le pré test et le post test. Au niveau de la communauté, la majorité des professionnels des médias, des agents communautaires et des autorités locales des zones concernées ont été ciblés pour des formations en matière de communication des PFE.

Les plans de communications régionaux sont adaptés et font l'objet d'un suivi périodiques par (i) la révision selon les besoins des populations, la vision du gouvernement et des principes de communication pour le développement ; (ii) les réunions mensuelles entre les parties prenantes dans les districts ; (iii) les rapports d'activités de district soumis à la direction régionale de communication. Toutefois, les rapports de ces réunions mensuelles sont rarement partagés aux responsables des secteurs au niveau régional, aggravant la différence de niveau au niveau des secteurs ; (iv) les réunions de suivi et de planification entre les parties prenantes ; et, (v) les réunions mensuelles des Chefs de districts et les Chefs de services au niveau sectoriel, ceux qui participent aux réunions trimestrielles sont les Directeurs au niveau sectoriel, avec la présence ou non du Chef de la Région. Le partage e rapport de ces réunions fait défaut mettant en jeu le niveau de compréhension.

Durant le projet les radios locales et les organisations communautaires ont été performantes compte tenu le nombre de programmes radiophoniques sur les PFE par secteur diffusés par les médias locaux et le nombre de radios partenaires, malgré certaines contraintes dues au délestage et à l'autorisation de décrochage (nombre important des PFE limitant d'autres émissions sur d'autres thématiques). La formation des membres de réseaux communautaires (groupes théâtraux) fait état de l'augmentation des connaissances (75%) dépassant l'objectif de 60%. La campagne de média de masse a été efficace avec une performance évaluée à 70% alors que la valeur cible étant de 60%.

La performance des évènements communautaires déterminée selon le nombre de membres de la communauté participant activement aux rencontres (111%), le nombre de personnes touchées par la campagne (plus de 60 000), dépasse largement les prévisions. Quant aux rencontres communautaires, les réalisations sont aussi performantes : nombre de membres de la communauté participant activement aux rencontres (900%), nombre de rencontres communautaires par commune et région (533%) et nombre de Fokontany participant (100%). Les « groupes d'écoutes » deviennent un évènement social au niveau de la communauté et les agents communautaires, animateurs de ces évènements possèdent les connaissances de leurs domaines respectifs.

Efficiency

Les renforcements de capacités (formation et matériels) ont comblé les manques à gagner en termes de montage et production d'émission, de diffusion de sketch, de spots et de chansons, estimés à deux fois plus des dépenses engagées (305 111 703 Ariary). L'analyse coût/efficacité a permis de constater que la campagne médiatique a été la plus efficace avec un ratio faible de 46 Ariary par unité et la moins efficace est attribuée au théâtre participatif avec un ratio plus élevé estimé à 377.

La planification budgétaire du projet est d'un bon niveau ; car, la capacité de réalisation financière, la capacité d'absorption financière avoisine les 100% des budgets.

Dans le secteur Education, les effets du projet ont été sentis positivement. L' « Envoi des enfants de 6 à 11 ans à l'école primaire » a été adopté et pratiqué par 89% de la population ayant entendu parler le message et pour le « Maintien des enfants de 6 à 11 ans à l'école pour finir le cycle 1 », le taux est de 80%.

Dans le secteur Protection des enfants, les effets sont aussi positifs. Pour les « Comportements non violents et protecteurs envers les enfants », 84% des cibles qui ont entendu parler de cette pratique adoptent des actions immédiates pour la pratiquer. L'adoption a été supérieure dans les ZAMAC 94,6% contre 91,9% dans les ZAM. La tendance est la même pour le « Mariage non précoce chez les enfants de moins de 18 ans », avec un taux de 96%.

Dans le secteur Santé, les objectifs de 60% ont été dépassés. Le taux d'adoption est de 76% pour le « Nombre minimal de consultations prénatales », 79% pour la « Planification familiale » et 87% pour la « Vaccination des enfants de moins de 2 ans ».

Dans le secteur Nutrition, le projet a eu des effets dépassant les objectifs. 77% des cibles ayant entendu parler la « Nourriture appropriée pour femmes enceintes et allaitantes » ont décidé de la pratiquer, le même taux pour l' « Initiation à l'allaitement précoce et l'allaitement exclusif » et 80% pour l' « Alimentation variée, équilibrée et suffisante des enfants de 6 à 23 mois ». Seul, l'« Alimentation variée, équilibrée et suffisante » n'a pas atteint l'objectif avec un taux de 56%.

Dans le secteur EAH, les objectifs sont largement atteints. Plus de 90% des cibles ont adopté et pratiqué les PFE relatives à l'EAH : « Eau potable ou traitement de l'eau pour la rendre plus sûre à boire » (99%), « Lavage des mains avec du savon ou du cendre aux moments critiques » (99%), « Construction et utilisation de latrines à la maison » (92%).

Aspects transversaux

Au niveau global, 86,5% de la population ont entendu au moins un des produits dans les zones avec le couplage communication médiatique et la communication communautaire.

L'existence de plan média de façon consensuelle a créé un comportement pour une obligation de résultats, aussi bien pour les agents des médias, les agents communautaires que pour le personnel de secteur, au lieu de faire son travail de façon routinière.

Grâce à ce projet, les acteurs ont mis en place un nouveau mécanisme de collaboration entre les secteurs et les médias ; mécanisme qui restera fonctionnel même après la fin du projet.

Durabilité

En une année de sensibilisation, il est difficile voire impossible d'apprécier les effets d'un projet, notamment le changement de comportement pour un « maintien voire le renforcement » des effets déjà constatés.

La durabilité des activités de coordination est fonction de la capacité de leadership du Ministère en charge de la communication. Au niveau local, l'opérationnalisation du CLIC ou comité local intersectoriel de communication a facilité la collaboration entre les médias et les secteurs. Ce comité est appelé à s'auto-animer mais ne doit pas dépendre de l'existence d'un projet de financement.

Les réunions dirigées par les représentants de l'Etat (Préfet ou Chef de district) avec les Structures Techniques Déconcentrées ainsi que la réunion des Structures Locales de Concertation au niveau des Collectivités Territoriales Décentralisées (Région ou Commune) devrait constituer un espace permettant de discuter entre autre cet aspect de communication sociale.

La durabilité des activités de communication médiatiques et animations communautaires serait assurée si les animateurs communautaires ayant reçu des renforcements de capacités sur les thématiques des PFE et sur les techniques d'autoproduction et/ou d'animation ; des compétences qui devraient leur permettre de continuer leurs activités au-delà du projet, sont motivées selon la

relation **gagnant/gagnant pas forcément basée sur des aspects financiers.**

Principales conclusions

L'efficacité du projet repose sur la qualité des relations entre les secteurs, les médias et la communauté. Des mesures d'accompagnement ont été apportées pour chaque action de communication au niveau des secteurs. Les médias ont pu assurer des émissions radiophoniques en autoproduction ou pré produites sur les PFE. Outre le choix et le renforcement de capacité des animateurs communautaires, les acteurs et cible des actions de communication ont participé activement dans les débats et discussions durant toutes les activités d'animation communautaire.

L'efficacité du projet est atteinte grâce à la nouvelle méthode de communication C4D. Son mécanisme nouveau dans la relation de travail entre les différents acteurs de tous niveaux a une implication effective des responsables regroupés dans la plateforme régionale, même si informelle. Le plan média concerté qui fait l'objet d'un suivi a permis l'atteinte des objectifs du projet en tant qu'un levier pour une obligation de résultats. Les services et compétences apportés par le SFCG ont permis la mobilisation des acteurs, inexistante avant le projet, en matière de communication de manière efficace et qui mérite d'être capitalisée.

De par les constats, le projet a apporté de nouvelles visions sur les stratégies de communication. La combinaison de la communication médiatique et de l'animation communautaire a beaucoup contribué à l'efficacité du projet. Considérant les théories de changement de la C4D, le changement socio-comportemental est constaté mais il manquait les activités liées à la mobilisation sociale et au plaidoyer en faveur de l'amélioration de l'environnement cadre nécessaire au réel développement. L'appropriation des cibles aux messages véhiculés a été atteinte grâce à l'adaptation et à l'harmonisation des approches aux contextes locaux. Les outils utilisés pour la communication radiophonique et l'animation communautaire sont conformes pour toucher plus de cibles selon les centres d'intérêts respectifs. Même dans les zones ZAM, la duplication et la distribution des supports de communication utilisés, notamment le théâtre radiophonique « Aina an-doharano », ont permis de créer l'effet « tâche d'huile » aux communes/Fokontany environnants.

Principales recommandations

Sur les aspects stratégiques, institutionnels et organisationnels, l'UNICEF est suggéré de (i) maintenir l'approche intégrée adoptée dans le cadre du projet actuel par l'application des principes d'AAH ou Alignement, Appropriation et Harmonisation ; et (ii) apporter une approche intégrée axée à une vision systémique, participative et harmonisée du changement social, une des finalités des actions de C4D. La durée de mise en œuvre d'autres projets C4D devrait être plus longue pour permettre le vrai changement de comportement. Les approches et réalisations du SFCG sont utiles mais il doit assurer un transfert de compétence, soit à un Assistant Technique Régional affecté à la Direction Régionale de la Communication, soit à une ONG locale qui va collaborer directement avec ladite Direction Régionale. Il serait nécessaire d'intégrer dans le cadre de la collaboration de l'UNICEF/UNFPA avec les secteurs la mise en place et/ou l'implication active dans la plateforme régionale de Communication, un espace de concertation, d'élaboration et de suivi du plan média avec une gestion axée sur les résultats

A l'endroit des acteurs, il est à recommander à tous les acteurs, (i) pour le respect de la logistique institutionnelle, d'accepter le rôle et de renforcer les capacités de leadership du MCRI dans la coordination des activités de communication médiatique et d'animation communautaire ; (ii) la plateforme de communication devra être dynamisée sous la houlette du MCRI tenant le rôle de leadership par des organisations des rencontres périodiques ; et, (iii) un système de capitalisation et d'échange de bonnes pratiques entre les territoires et les professions sera mis en place.

Sur l'aspect programmatique, dans le cadre de la mise en œuvre e la C4D, l'UNICEF devrait (i) maintenir la stratégie d'encerclement en combinant la communication médiatique et l'animation communautaire avec une mise à l'échelle de l'expérience de ce projet dans d'autres régions, districts, communes et Fokontany ; (ii) renforcer les activités de communication dans les trois niveaux de la C4D (individuel, interpersonnel et communauté) par l'intégration des activités aux deux niveaux supra (organisationnel et politique/environnement cadre), c'est-à-dire, intégrer les aspects de la mobilisation sociale et du plaidoyer dans le projet ; et (iii) adapter et coordonner le plan média avec les autres actions en parallèle des secteurs.

A l'endroit des acteurs, il s'agit de (i) améliorer dans la mesure du possible l'accessibilité et la qualité des services de base des secteurs ; et, (ii) mettre en place un système de suivi et d'assurance qualité des activités opérationnelles, notamment le respect des contextes locaux (dialecte local, analyse des besoins, ...).

Sur l'aspect renforcement des capacités, l'UNICEF, dans la mise en œuvre de la C4D, envisagera de (i) organiser des formations en techniques de communication sociale et mobilisation communautaire aux responsables en charge de la communication des secteurs au niveau des régions et/ou des districts pour qu'ils puissent participer pleinement dans le pilotage des actions réalisées en faveur de leur secteur ; (ii) organiser périodiquement des séances de recyclage à l'évaluation de la motivation et de la performance des Agents Communautaires ; (iii) doter les agents communautaires et les stations de radio en matériels plus professionnels et plus performants que possible, pour assurer la qualité de service et leur réelle motivation.

A l'endroit des acteurs, il est recommandé d'élaboration des guides techniques « sectoriels » à l'endroit des producteurs et d'animateurs d'émission.

A- BACKGROUND DE LA MISSION

A.1. LE PROJET.

A.1.1. Contexte

L'UNICEF et l'UNFPA à Madagascar a appuyé les partenaires nationales à mener en 2013 une consultation sur les pratiques socioculturelles et des acteurs d'influence liées à la survie, au développement, à l'éducation et à la protection de l'enfant. L'étude a été menée dans trois régions : Anosy, Analanjirifo, et Atsimo-Andrefana. Les résultats de la consultation ont permis d'identifier des bonnes pratiques, attitudes et connaissances à promouvoir pour la protection des droits de l'enfant ainsi que des barrières qui freinent ces changements dans chacune de ces régions. A la base de cette étude, le Gouvernement de Madagascar s'est engagé, comme minimum, à promouvoir les pratiques spécifiques communément appelées Pratiques Familiales Essentielles (PFE)¹ :

- **PFE1** : Les ménages boivent de l'eau potable en utilisant une source sûre ou en traitant l'eau venant des sources douteuses
- **PFE2** : Les membres du ménage se lavent les mains avec du savon/cendre aux moments critiques
- **PFE3** : Les ménages construisent et utilisent des latrines à la maison
- **PFE4** : Les femmes enceintes font les 4 consultations prénatales
- **PFE5** : Les femmes enceintes et allaitantes prennent une nourriture appropriée
- **PFE6** : Les femmes utilisent des méthodes de planification familiale
- **PFE7** : Les mères des enfants et les responsables d'enfants de 0 à 23 mois emmènent leur enfants se faire vacciner selon le calendrier vaccinal
- **PFE8** : Les mères des enfants de 0 à 6 mois pratiquent l'initiation précoce à l'allaitement maternel et allaitent leurs enfants de façon exclusive
- **PFE9** : Les mères des enfants de 6 à 23 mois donnent une alimentation variée, équilibrée et suffisante à leurs enfants
- **PFE10** : Les parents et les tuteurs des enfants de 0 à 18 ans adoptent des comportements non-violents et protecteurs envers leurs enfants pour qu'ils soient préservés de la violence
- **PFE11** : Les parents et tuteurs des enfants de 6 à 11 ans envoient leurs enfants à l'école primaire
- **PFE12** : Les parents et tuteurs des enfants de 6 à 11 ans maintiennent leurs enfants à l'école pour finir le cycle primaire
- **PFE13** : Les parents et tuteurs des enfants de 6 à 11 ans donnent une alimentation variée, équilibrée et suffisante à leurs enfants
- **PFE14** : Les parents et les tuteurs des enfants de 10 à 18 ans font en sorte que leurs enfants ne soient pas mariés avant l'âge de 18 ans

Sur base des résultats et recommandations de l'étude, l'UNICEF et l'UNFPA ont établi un accord de partenariat avec l'ONG internationale Search For Common Ground (SFCG) pour améliorer la connaissance, l'attitude et les pratiques sur les 14 pratiques familiales clés parmi les parents et tuteurs des enfants dans leurs communautés dans les régions d'Anosy, Analanjirifo et Atsimo Andrefana. Pour un budget d'Ariary 1 273 196 000 i.e. 540 406 \$ (UNICEF : Ariary 970 453 363 i.e. \$ 411 907), cette intervention a été mise en œuvre d'août 2014 jusqu'à Mars 2016 dans le but d'atteindre les résultats spécifiques suivants au niveau des 3 régions d'intervention, à savoir Anosy, Atsimo Andrefana et Analanjirifo :

¹ Correspondant aux 12 Pratiques Familiales Essentielles (PFE) de l'UNICEF auxquelles s'ajoutent deux pratiques spécifiques à l'UNFPA.

- Résultat 1 : Les Directions Régionales de la Communication et les Délégués de Communication des régions cibles développent et suivent un plan de communication pour la promotion des droits de l'enfant adaptés au contexte de leur région ;
- Résultat 2 : Les radios locales et les acteurs communautaires ciblés mettent en œuvre des activités de communication pour la promotion des droits de l'enfant coordonnées, participatives et bien adaptées à leur région ;

Le projet se base sur l'approche C4D qui elle-même se base sur le modèle socio-écologique (SEM). L'hypothèse sous-jacente du modèle est que le comportement individuel et l'action collective sont façonnés par les structures sociales et l'environnement (y compris la réglementation et la politique ainsi que les environnements physiques) dans lesquels les personnes en tant qu'individus et en tant que société se trouvent régies par les normes sociales et les croyances culturelles au sein des réseaux formels et informels de relations interpersonnelles. Plus précisément, le modèle distingue cinq aspects des déterminants comportementaux: (1) les déterminants du niveau individuel, (2) les déterminants du niveau interpersonnel, y compris les réseaux sociaux, les groupes de soutien social, les normes sociales, l'influence des pairs, etc. (3) déterminants au niveau communautaire, y compris les normes communautaires, la capacité communautaire, l'intégration communautaire, etc. (4) déterminants du niveau organisationnel, y compris la capacité organisationnelle, les relations organisationnelles, les structures organisationnelles, etc. et enfin (5) les déterminants des politiques et de l'environnement, y compris les politiques et législations nationales et locales, les constructions environnementales, la sécurité publique, etc.



En appliquant le SEM, le C4D utilise une combinaison de quatre approches clés pour promouvoir les comportements et les changements sociaux. Les approches sont: 1) Behavior Change Communication (BCC); 2) Communication pour le changement social (CFSC); 3) Mobilisation sociale; Et 4) Plaidoyer. Ensemble, ces quatre domaines stratégiques visent à déplacer les attitudes autour des normes sociales aux niveaux individuel, familial, communautaire, institutionnel et sociétal afin de promouvoir les comportements culturels et les pratiques collectives compatibles avec une approche complète des droits de l'homme.

Pour l'intervention spécifiquement, une combinaison d'approches a été utilisée. En général, les activités liées à cet accord de partenariat se définissent ainsi :

- Organiser 2 sessions de formation des acteurs locaux au niveau régional et du district sur les standards et normes internationales de la communication ;
- Réviser 3 plans de communication régionaux ;

- Mettre en œuvre et suivre les 3 plans de communication régionaux ;
- Appuyer l'organisation de 3 réunions trimestrielles de suivi et de planification ;
- Produire un feuilleton radiophonique ainsi qu'une série de spots radiophoniques et des chansons délivrant des messages clés promouvant les droits de l'enfant ;
- Appuyer la production et la diffusion d'émissions radiophoniques par des radios locales dans les 3 régions ;
- Appuyer la mise en œuvre des rencontres communautaires ;
- Appuyer la mise en œuvre des événements communautaires.

A.2. RAPPEL DES OBJECTIFS DE L'ÉVALUATION

Au terme du projet en fin Mars 2016, l'UNICEF Madagascar, l'UNFPA et le SFCG souhaitent effectuer une évaluation finale à la fois formative et sommative de l'intervention. Cette évaluation permettra à l'UNICEF d'apprécier la contribution du projet dans les objectifs de son programme pays et d'améliorer les composantes PFE dudit programme en fournissant une bonne compréhension des facteurs de succès, des risques et des limites.

Conformément aux termes de référence (cf. annexe 1), l'évaluation a été organisée, après l'aval du Comité de pilotage, autour de critères de **pertinence et cohérence**, d'**efficience**, d'**efficacité**, de **durabilité** et des **aspects transversaux**. Des critères et questions d'évaluation ont été retenus. Pour une évaluation réussie, des critères de jugement selon les indicateurs sont définis (cf. en annexe 6).

Tableau 1 : Critères et questions d'évaluation

Critères	Questions et sous-questions
Pertinence, Cohérence	<p>Dans quelle mesure les approches de SFCG et plus particulièrement les activités pilotes ont été pertinentes pour atteindre les personnes clés pour les PFE ?</p> <p>Dans quelle mesure les personnes ont trouvé que les messages sur les 14 pratiques familiales initiées par SFCG sont utiles et efficaces (par âge, par sexe et par région) ?</p> <p>Dans quelle mesure l'initiative de ce projet a contribué à l'atteinte des objectifs du programme pays de l'UNICEF (CPAP) ?</p>
Efficience	<p>Le projet a-t-il bien fonctionné, les ressources ont-elles été bien mobilisées ?</p> <p>Dans quelles conditions de qualité, de coût et de délais les résultats escomptés ont-ils été obtenus ?</p>
Efficacité	<p>Quels sont les pratiques familiales qui ont été le plus adoptés par les personnes suite aux interventions de SFCG à promouvoir les pratiques familiales ? Pourquoi ?</p> <p>Dans quelle mesure les parents/tuteurs/adultes d'influence ont démontré de nouvelles connaissances sur les PFE suite à l'initiative de SFCG ?</p> <p>Dans quelle mesure le gouvernement à travers le MRCI et de ses représentations dans les régions ont la capacité de planifier, coordonner, suivre et évaluer des interventions C4D</p> <p>Dans quelle mesure les membres des réseaux communautaires démontrent leur engagement et de nouvelles capacités à promouvoir les 14 PFE ?</p> <p>Dans quelle mesure les radios locales ont pu accroître leur capacité et la qualité de leurs services</p> <p>Quels sont les facteurs interne et externe qui ont affecté le succès des activités et les résultats attendus ?</p> <p>Quels sont les effets des interventions de SFCG dans les communautés pour la promotion des pratiques familiales ?</p>

Critères	Questions et sous-questions
	Est-ce qu'il y a des résultats inattendus par le projet, positifs ou négatifs ?
Durabilité	Dans quelle mesure l'initiative PFE initié par SFCG contribue à la pérennisation de la promotion des 14 PFE, notamment en matière de renforcement d'alliance et de coopération entre les acteurs ? Dans quelle mesure l'engagement et les effets des renforcements de capacité des acteurs impliqués peuvent perdurer après le projet Dans quelles mesures les interventions similaires, notamment les interventions pilotes peuvent être financièrement soutenables
Aspects transversaux	Dans quelle mesure l'approche genre a été intégrée dans la mise en œuvre de l'intervention ?

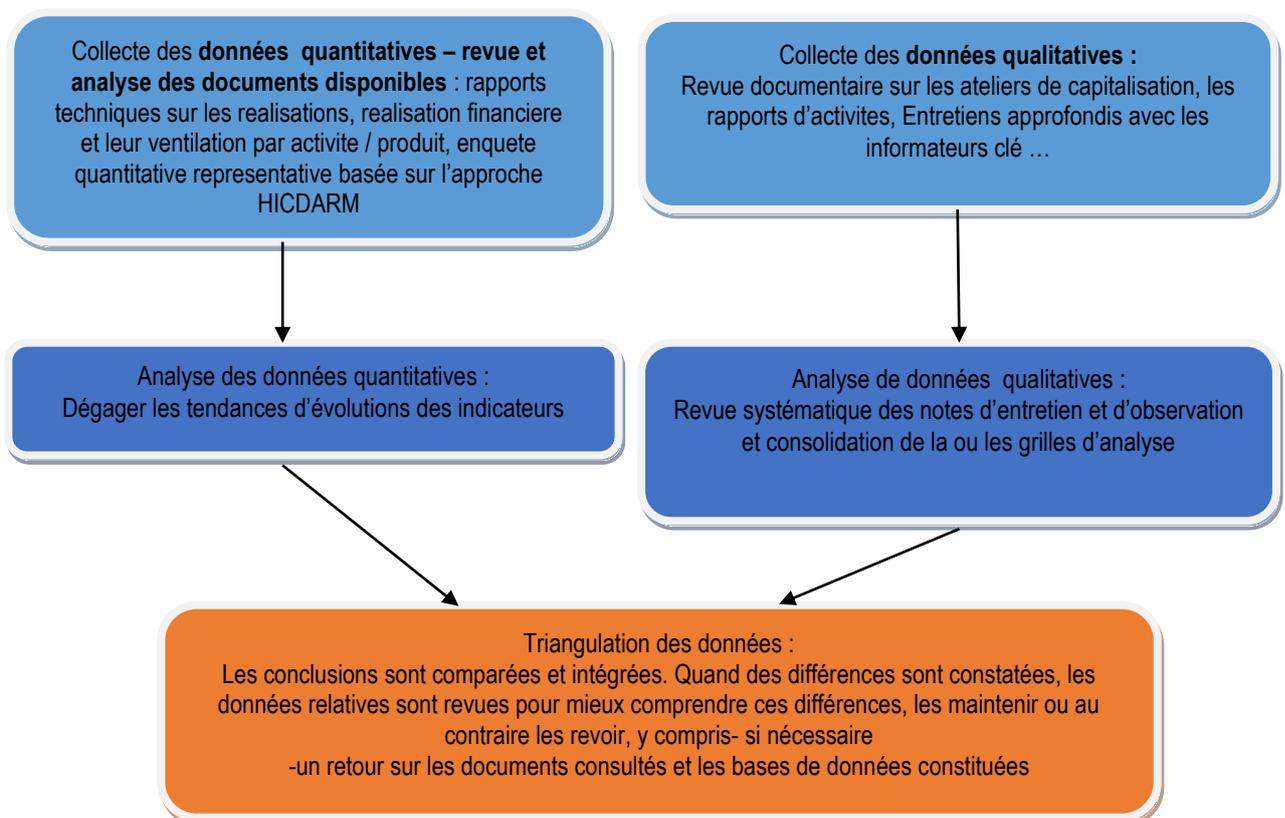
Pour SFCG particulièrement, les résultats de l'évaluation seront utilisés pour améliorer les interventions médiatiques et de mobilisation communautaire dans tous les projets mis en œuvre par SFCG à Madagascar. Par ailleurs, les résultats de cette évaluation externe serviront aussi de base d'apprentissage pour l'organisation plus large, à travers le département ILT (Institutional Learning Team) et les résultats seront partagés sur le site-web de DM&E For Peace.

A.3. APPROCHE METHODOLOGIQUE

A.3.1. Approche méthodologique

La méthodologie suivie se base sur les critères et questions d'évaluation présentés plus haut, conformément aux TDR. Une collaboration étroite avec le comité de suivi de l'évaluation et une consultation des parties prenantes (SFCG, UNICEF – C4D, MCRI central) dans la phase d'inception a permis de clarifier les besoins et dresser une compréhension commune de l'intervention.

Durant cette évaluation, il a été proposé d'utiliser une **approche mixte combinant les forces de la méthode quantitative** – permettant des extrapolations et des comparaisons statistiques– **avec la capacité de la méthode qualitative** à comprendre en profondeur les facteurs de succès et les limites de l'approche adoptée par le projet.



A.3.2. Partie qualitative

Suivant le choix adopté pour l'approche, le volet qualitatif a couvert l'ensemble des thématiques requis pour répondre aux questions et sous questions d'évaluation. La flexibilité et la profondeur des analyses faites ont servi de trianguler les informations reçues.

Deux principales méthodes ont été utilisées, la première est la revue documentaire, le projet a été assez documenté (rapport d'activité trimestriels, rapports financiers, document de projet, divers études, bases de données, rapports de supervision, rapports de formation ...).

La seconde méthode adoptée a été l'Entretien Individuel Approfondi (EIA). Suivant un guide couvrant les thématiques à aborder spécifiques aux informateurs clés, les EIA ont servi d'analyser en profondeur les questions de pertinence, de durabilité, les facteurs de succès et

d'échecs ... Six catégories d'informateurs clés ont été ciblés :

- Responsables radio
- Membres des réseaux communautaires
- Responsables SFCG au niveau central – régional – communal
- Autorités locales (CTD)
- Services décentralisés sectoriels et transversaux
- Spécifiquement le MCRI au niveau central et régional

A.3.3. Partie quantitative

La partie quantitative concerne l'analyse de la performance du projet relative aux parents/tuteurs, cibles des activités media et mobilisation communautaire. La grille d'analyse adoptée par rapport à ce groupe de cible est l'approche HICDARM qui constitue une échelle de mesure par rapport aux changements de comportement :

- Hear (entendre)
- Inform (être informé)
- Convince (être convaincu)
- Decide (avoir décidé)
- Action (agir)
- Reconfirm (reaffirmer)
- Maintain (maintenir)

Un questionnaire standardisé (voir Annexe 5) a été conçu pour mesurer ces différents niveaux de changement de comportement. Pour l'évaluation en particulier, ces données quantitatives se sont concentrées à répondre les questions d'évaluations relatives aux **critères d'efficacité et d'efficience**.

Pour avoir une précision acceptable des indicateurs (erreur de 5%, puissance de 80%), un échantillon de 1 025 parents/tuteurs a été nécessaire.

Suivant demande du comité de suivi de l'évaluation, une stratification suivant l'intégration des canaux de communication utilisés a été adoptée (ZAM – ZAMAC).

L'échantillonnage retenu a été un échantillonnage aléatoire à trois degrés :

- Tirage des communes, à probabilité inégale proportionnellement à l'effectif de la population
- Tirage des Fokontany, idem
- Et tirage des ménages dans les Fokontany à probabilité égale (tous les parents/tuteurs et ménages présents ont été enquêtés)



Tableau 2 : Composition des échantillons selon le type par région et district

REGION	DISTRICTS	Parents/tuteurs			EIA
		Total	Homme	Femme	
Analanjirofo	Fénérive Est	162	36,4%	63,6%	25
Anosy	Fort-Dauphin	90	34,4%	65,6%	14
Atsimo Andrefana	Tuléar II	81	18,5%	81,5%	8
ZAMAC		333	31,5%	68,5%	47
	Fénérive Est	43	39,5%	60,5%	4
	Soanierana Ivongo	86	46,5%	53,5%	10
	Vavatenina	84	31,0%	69,0%	13
Analanjirofo		213	28,6%	71,4%	27
	Amboasary	72	38,9%	61,1%	2
	Betroka	72	26,4%	73,6%	2
	Fort Dauphin	36	36,1%	63,9%	10
Anosy		180	33,3%	66,7%	14
	Sakaraha	240	25,4%	74,6%	6
	Tuléar I	60	35,0%	65,0%	2
Atsimo Andrefana		300	27,3%	72,7%	8
ZAM		693	32,3%	67,7%	37
TOTAL		1026	32,1%	67,9%	84

Source : Evaluation finale 2016

A.4. LIMITES DE L'EVALUATION

Les limites de l'évaluation pourraient être sa portée. En effet, il est difficile de mesurer les impacts à moyen et à long terme de l'intervention sur la mission d'évaluation étant donné que celle-ci va se réaliser à quatre (04) mois après la fin de l'intervention. Par conséquent, les effets et impacts observés se limitent aux effets immédiats.

La deuxième limitation concerne l'inexistence de cas témoin pour faire une comparaison. En effet, la couverture radios partenaires est supposée être universelle, tout en sachant que leur couverture est variable et que partielle. A cela s'ajoute une incomparabilité par rapport à l'étude faite par l'INSTAT qui est initialement retenu comme baseline. En effet la collecte des données de cette étude est en retard par rapport aux activités du projet, donc aucun baseline des indicateurs n'est valide. L'appréciation s'est donc basée sur les valeurs cibles d'après les documents initiales du projet.

Une troisième limitation est l'analyse de l'attribution et/ou de contribution. En effet, les bénéficiaires n'arrivent pas à discerner les différents produits dont ils ont été exposés. L'approche adoptée par l'évaluation a été la spécification de certains produits par leur noms (ex : Aina Andoharano, vondron'ny mpihaino ...) dans les enquêtes. Toutefois, le biais reste possible vu qu'au niveau des zones d'interventions, des communications similaires sont également fait par d'autres intervenants.

Enfin, bien que l'équipe d'évaluateur ait suivi la structure du rapport suivant le standard de l'INICEF toutefois, les parties prenantes ont demandé, avec accord du comité de suivi de l'évaluation, une structure légèrement différente. A cet effet, la structure du rapport ne répond pas une à une aux questions d'évaluation mais suivant les critères d'évaluation ; et dans la valeur ajoutée, les analyses sont faites par secteurs et PFE.

A.5. CONFORMITE A L'ETHIQUE

Selon la règle de l'art en matière d'enquête statistique (suivant la réglementation nationale : loi # 68-003 du 18/06/1968 sur les enquêtes statistiques et les décrets d'application en vigueur) qui s'appliquent à l'évaluation, la **confidentialité, les droits des sujets et les valeurs de la communauté bénéficiaire** ont été strictement respectés.

Un briefing sur les normes et standards de l'UNEG a été donné par le comité de suivi de l'évaluation. L'équipe d'évaluateur s'est conformée au **code de conduite des évaluations du Système des Nations Unies**, notamment adhère aux principes d'indépendance, d'impartialité, d'honnêteté et d'intégrité, de confidentialité et de transparence.

B- RESULTATS DE L'EVALUATION

B.1. PERTINENCE ET COHERENCE

B.1.1. Prise en compte des besoins des cibles

1. Ce projet concourt dans l'atteinte de l'objectif du Ministère de la Communication et des Relations avec les Institutions (MCRI) d'asseoir son rôle de leadership dans la coordination des activités de communication médiatique et communautaire à Madagascar par l'intermédiaire de la Direction des Régulations des Média et la Direction de la Communication et de l'Animation Rurale.
2. Pour les Services Techniques Déconcentrés des secteurs représentés, le projet contribue dans la facilitation de leur relation avec les médias et les communautés.
3. Au niveau de la communauté, l'adaptation des formats des activités de communication, des horaires de diffusion des émissions médiatiques et d'animation communautaire, des aspects linguistiques (sauf pour le cas du feuilleton « Aina an-doharano » qui est en malgache officiel) et culturels locaux, prend en compte les contraintes de la population cible, notamment en milieu rural.
4. Pour les radios privées ou publiques, au lieu des émissions distractives classiques, le projet a répondu à leur besoin d'avoir plus de contenus et de mieux harmoniser leur programmation.

B.1.2. Cohérence des messages et approches aux contextes locaux

5. Le choix des thèmes pour les rencontres communautaires est basé sur une analyse préalable du contexte local permettant de s'adapter à des réels besoins. Ainsi, des exemples locaux issus des consultations communautaires sont considérés dans le processus d'animation.
6. Le choix des canaux de communication répond aux contextes dans la mesure où, outre les rencontres communautaires, la radio est le canal qui a le plus fort taux de pénétration dans les régions d'intervention avec **47%** à Analanjirifo, **31,5%** à Atsimo Andrefana et **30%** dans la région d'Anosy².
7. Comme il a été annoncé précédemment, à part le feuilleton « Aina an-doharano » qui a été réalisée en malgache officielle, l'utilisation du dialecte local dans le processus de certaine production médiatique locale et d'animation communautaire répond aux besoins de compréhension et d'appropriation de la population cible.
8. Les animateurs communautaires, qui sont des acteurs clés dans la mise en œuvre du projet, ont la légitimité sociale et connaissent le mieux les contextes locaux.

B.1.3. Cohérence des stratégies internes et externes

9. Le projet a adopté une approche intégrée en considérant les cinq (5) secteurs dans le processus de communication médiatique et d'animation communautaire. Cette approche est pertinente dans la mesure où elle a permis :
 - une planification consensuelle des interventions au niveau d'un territoire donné répondant aux exigences de la déclaration de Paris notamment sur l'Appropriation et l'Harmonisation des interventions,
 - des interventions harmonieuses en considérant les priorités vis-à-vis des thèmes de chaque secteur répondant ainsi le principe d'Alignement au Plan National de Développement ainsi qu'aux politiques sectorielles. En effet, les PFE considérés dans ce projet sont issus des priorités de chaque secteur,
 - des activités inclusives intégrant toutes les catégories d'acteurs,

²Résultat de l'enquête quantitative

- une possibilité d'extension à d'autres thématiques (cas de l'Ebola durant la quatrième période) et d'autres acteurs (cas du Ministère en charge du Tourisme pour la PFE14).
10. La stratégie d'encerclement adoptée dans le cadre du projet, en combinant la communication médiatique qui a une couverture importante et permet une sensibilisation de masse, avec l'animation communautaire, plus personnalisée et de proximité permet d'atteindre plus de cibles et d'aller en profondeur dans la discussion. Cette approche respecte un des principes du C4D sur la combinaison de plusieurs outils, canaux et approches de communication,
 11. Le projet apporte ses contributions dans l'atteinte de l'Effet 2 de l'UNDAF 2015 – 2019³ et de la stratégie 3⁴ et 4⁵ du CPAP de l'UNICEF, notamment par la responsabilisation de la société civile et des médias, par la coordination des interventions sectorielles et dans les activités pour de changement de comportement.
 12. Le projet, malgré les actions menées au niveau central pour toucher les deux niveaux du modèle socio-écologique de la C4D, à savoir l'exosystème (Organisationnel) et la macro système (la politique et cadre environnemental), n'a pas pu démontrer le lien entre ces actions au niveau central et les actions au niveau régional et local.

CONCLUSION PARTIELLE 1 :

Le Projet a pris en compte les besoins de ces cibles, d'une part ceux de ses partenaires de mise en œuvre, notamment le MCRI dans son rôle de leadership que les secteurs en facilitant leur relation avec les média et la communauté ; et d'autre part de la communauté cible en adaptant au maximum les interventions au contexte local.

Par ailleurs, le projet s'intègre dans la mise en œuvre du Plan National de Développement et des Plans Sectoriels qui en découle, mais aussi des documents de référence du Système des Nations Unies à Madagascar (UNDAF et CPAP). Toutefois, malgré l'adoption d'un système d'encerclement, il est à souligner le non considération par le projet des deux autres niveaux de C4D, à savoir l'exo système et la macro système.

³UNDAF 2015 – 2019, Effet 2 : « Les institutions publiques, la société civile et les médias, au niveau central et décentralisé, exercent efficacement leurs rôles et sont redevables pour une gouvernance apaisée et protectrice des droits humains ».

⁴CPAP UNICEF, Stratégie 3 « coordination de la mise en œuvre de différentes interventions sectorielles dans des zones géographiques données pour maximiser les synergies programmatiques en faveur des enfants et des familles au niveau communautaire »

⁵CPAP UNICEF, Stratégie 4 « création de partenariats innovants avec la société civile et le secteur privé pour mettre en place des initiatives de changement de comportement et des projets de sensibilisation communautaire adaptés afin d'améliorer les pratiques favorables aux enfants au sein des diverses communautés ».

B.2. EFFICACITE

B.2.1. De la coordination

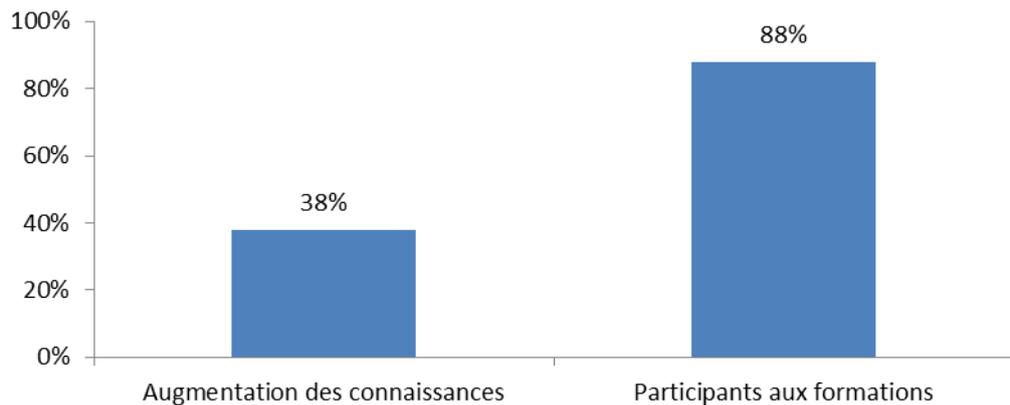
B.2.1.1. Formation des parties prenantes

13. Deux indicateurs sont concernés par cette activité

- Pourcentage de l'augmentation des connaissances de participants entre le pré-test et le posttest. Plusieurs thématiques ont été développées dans un objectif de renforcement de compétences des acteurs de développement communautaire. Entre autres, ces formations ont touchés des aspects techniques (technique de production radiophonique, technique de communication, technique de conduite des séances de dialogue communautaire, de groupe d'écoute et de rencontre communautaire, animation de théâtre participatif, ...) que des aspects sectoriels (les points essentiels sur les thématiques des PFE).
- Nombre de participants aux formations.

La performance de réalisation reste mitigée avec une bonne performance pour le deuxième indicateur (**53** participants contre 60 prévus), contrairement au premier.

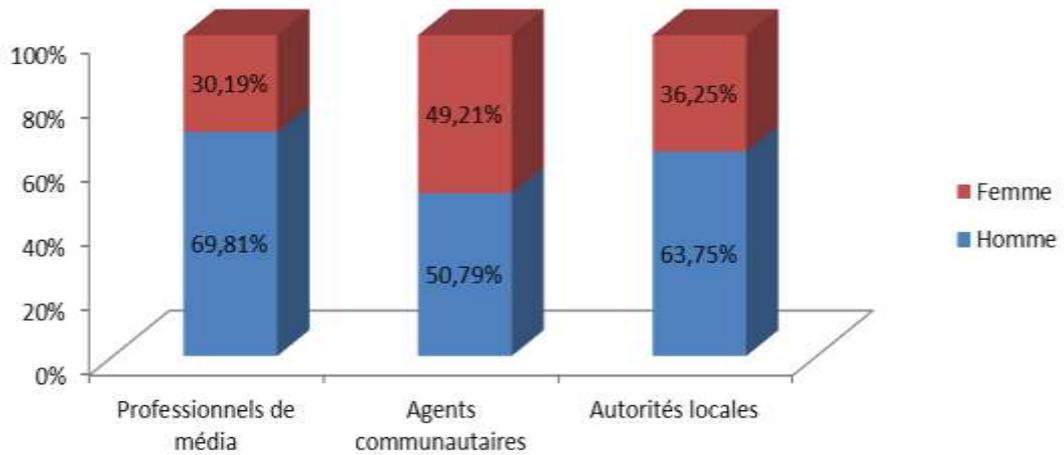
Figure 1 : Taux de performance sur la formation des parties prenantes



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

14. **Cinquante-trois (53)** professionnels des médias (Directeur et animateurs d'Antenne), **cent quatre-vingt-neuf (189)** agents communautaires et **quatre-vingt (80)** autorités locales, notamment les Responsables clés au niveau des Ministères à tous les niveaux (central, région et district), ont été formés. La répartition selon le genre montre une inégalité relative dans la mesure où pour les professionnels des médias, il y a plus d'agents masculins que féminins. Il en est de même pour le nombre d'autorités masculines que féminines.

Figure 2 : Formation des parties prenantes selon le sexe (%)



Source : Rapports d'activités SFCG et calculs de l'évaluation

15. Le choix de cibles de la formation a évolué après le constat d'une erreur de ciblage. En effet, au démarrage du projet, ce sont les directeurs de station et les délégués de la communication qui en bénéficiaient, pourtant ces derniers ne sont pas forcément de producteurs d'émission et d'animateurs d'antenne. C'est à mi-parcours qu'on a décidé d'intégrer les animateurs parmi les bénéficiaires.

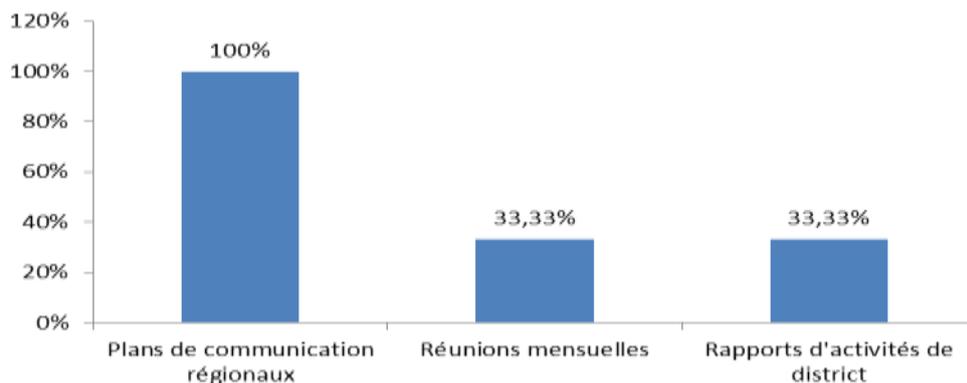
B.2.1.2. Adaptation et suivi de plans de communications régionaux

16. Trois (3) indicateurs sont touchés par cette activité :

- Nombre de plans de communication régionaux révisés selon les besoins des populations, la vision du gouvernement et des principes de communication pour le développement ;
- Nombre de réunions mensuelles entre les parties prenantes dans les districts ;
- Nombre de rapports d'activités de district soumis à la direction régionale de communication ;

Si la performance de réalisation pour le premier indicateur atteint 100% avec **trois** (3) plans de communication régionaux réalisés sur trois (3) prévus, les deux (2) autres indicateurs n'atteignent que 33% avec neuf (9) réunions mensuelles et neuf(9) rapports d'activités réalisés sur les 27 prévus.

Figure 3 : Taux de réalisation des plans de communications, réunions mensuelles et rapports d'activité de district (%)



Source : Rapports d'activités SFCG et calculs de l'évaluation

17. Si le nombre des réunions mensuelles prévu n'a pas été tenu, par contre, des réunions trimestrielles de suivi des plans de communication régionaux, ainsi que des revues trimestrielles de coordination ont été réalisées.
18. Les représentants des secteurs à ces réunions mensuelles changent souvent à tel point que le niveau de compréhension et la capacité de décision durant la réunion changent en même temps.
19. Les rapports de ces réunions mensuelles sont rarement partagés aux responsables des secteurs au niveau régional. Cette situation ne fait que renforcer la différence de niveau stipulé précédemment.

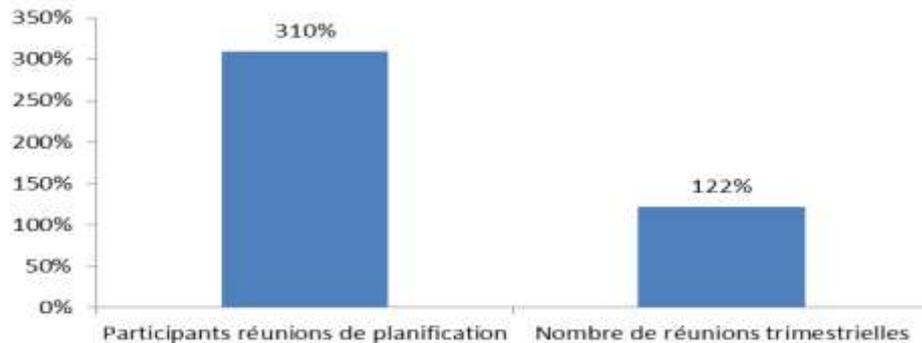
B.2.1.3. Réunions de suivi et de planification

20. Cette activité fait appel à deux indicateurs à savoir :

- Nombre de participants aux réunions de planification trimestrielle
- Nombre de réunions trimestrielles entre les parties prenantes dans les districts pilotes

Les deux indicateurs ont tous dépassé les valeurs cibles. En effet, si au démarrage, il a été prévu d'organiser 9 réunions trimestrielles, on a pu organiser **11** avec **419** participants contre 135 prévus.

Figure 4 : Taux de réalisations de nombre de participants aux réunions des parties prenantes (%)



Source : Rapports d'activités SFCG et calculs de l'évaluation

21. Si les participants à des réunions mensuelles sont souvent les Chefs de districts et les Chefs de services au niveau sectoriel, ceux qui participent aux réunions trimestrielles sont les Directeurs au niveau sectoriel, avec la présence ou non du Chef de la Région. Ainsi, faute du partage de rapport de suivi mensuel, le niveau de compréhension aussi bien des enjeux que des réalisations par les participants des réunions trimestriels est assez disparate.

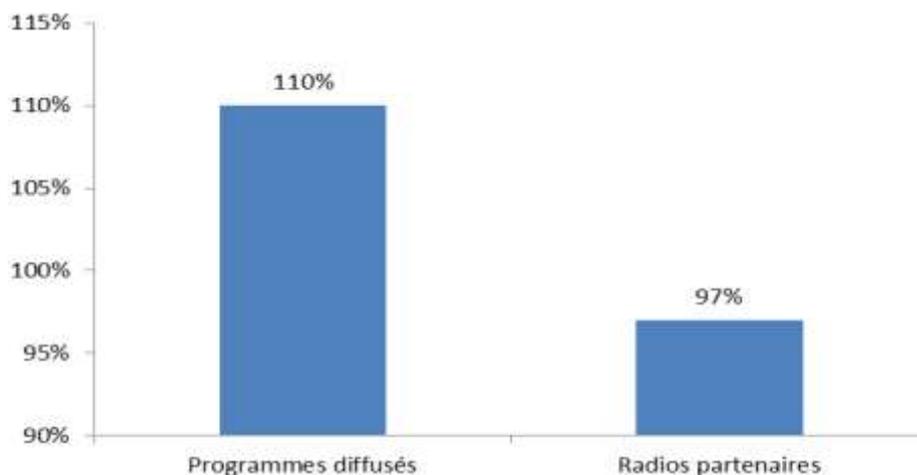
B.2.2. Des radios locales et des organisations communautaires

B.2.2.1. Production et diffusion des émissions radiophoniques locales

22. Les deux (2) indicateurs qui permettront d'évaluer l'efficacité du projet dans cette activité sont :
 - Nombre de programmes radiophoniques diffusés par les médias locaux ;
 - Nombre de radios partenaires.

Les valeurs de ces deux indicateurs montrent une réelle performance du projet à cette activité avec une réalisation de huit cent dix-neuf (**819**) programmes réalisés contre sept cent quarante-quatre (744) prévus et trente (**30**) radios partenaires contre trente et un (31) prévus.

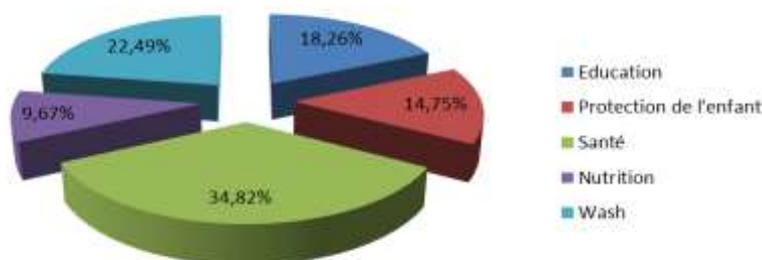
Figure 5 : Taux de réalisations des programmes et radios partenaires (%)



Source : Rapports d'activités SFCG et calcul de l'évaluation

23. La répartition par secteur de ces productions radiophoniques locales se présente comme suit :

Figure 6 : Part des productions radiophoniques par secteur (%)



Source : Rapports d'activités SFCG et calculs de l'évaluation

Ainsi, on peut constater une nette différence entre les réalisations au niveau de chaque secteur. Cette différence s'explique par

- Le nombre de PFE dans le secteur : le secteur santé à 4 PFE prédomine, suivi par le secteur EAH à 3 PFE ;
- Le dynamisme du secteur : le secteur de la santé a réalisé plusieurs productions locales durant la campagne de vaccination (PF7). C'est aussi le cas de l'éducation durant la rentrée scolaire (PF11).

24. Faute de moyens matériels notamment des matériels roulants, les radios partenaires n'ont pas la capacité de faire des émissions avec des investigations dans des communes/Fokontany assez éloignés des chefs-lieux de district. Même si systématiquement, il y avait toujours l'intervention de la population qui vit autour de la station radio (souvent dans les chefs lieu de district) dans ces productions radiophoniques, c'est toujours intéressant d'avoir les avis de la population et la réalité dans les endroits enclavés.

25. Dans les districts où il n'y a pas de représentant de secteurs cibles, les radios n'ont pas la possibilité de réaliser des émissions en direct ou des émissions qui nécessitent l'avis de techniciens (c'est le cas par exemple du secteur « eau et assainissement » et « nutrition » dans le district de Vavatenina).

26. A cause de la plage horaire réduite pour cause de délestage et d'autorisation de décrochage, le nombre de PFE (14) stipulé dans le contrat avec les radios devient trop important et qui ne

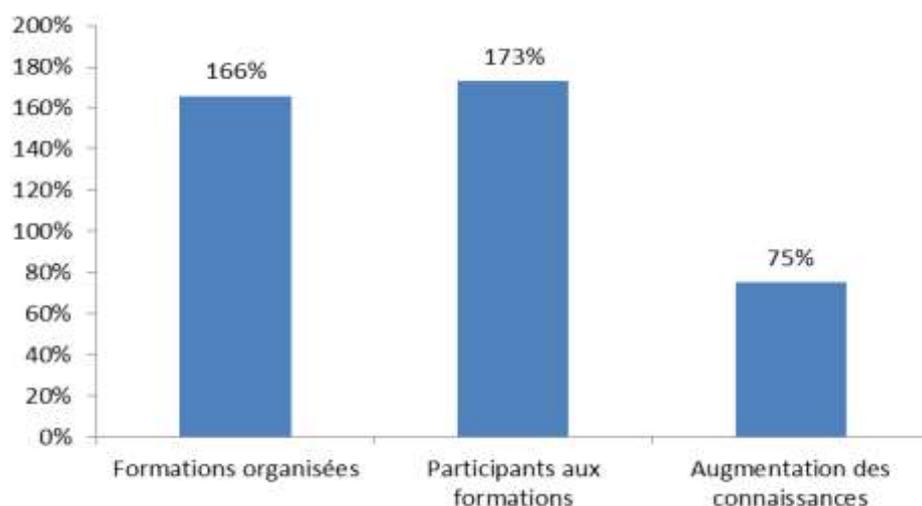
- permet plus à la radio, notamment publique, de programmer d'autres émissions sur d'autres thématiques pour respecter la plan média original décidé durant les réunions de coordination ;
27. Malgré la volonté d'une approche intégrée au niveau thématique, force est de constater qu'outre le théâtre radiophonique « Aina an-doharano », les émissions programmées sont toutes des émissions sectorielles mais non pas intégrées. En effet, les producteurs, par habitude et pour de raison de facilité, préfèrent ne traiter qu'un secteur pour une émission mais ne cherche pas les éventuels liens de cause à effet entre les différents secteurs ;
 28. L'approche pour une émission interactive, mais non pas une diffusion en « playlist », rend beaucoup intéressant les programmes autoproduits. Mais cette approche nécessite des compétences techniques assez pointues sur les thématiques traitées pour répondre à des questions « sensibles ». En effet, les animateurs d'antenne, malgré les renforcements de capacité, ne maîtrisent que les éléments de base des PF mais dès que les questions rentrent dans les détails, ils préfèrent faire appel aux interventions des techniciens de secteur. Ainsi, parfois quand les techniciens des secteurs ne sont pas disponibles, les producteurs préfèrent se tourner vers le secteur avec de techniciens disponibles ;
 29. Les émissions sont diffusées avec une programmation annoncée à l'avance. Ce « rendez-vous » permet aux auditeurs de se préparer à l'avance notamment pour une interaction.

B.2.2.2. Formation des membres de réseaux communautaires

30. Les trois indicateurs pour cette activité sont :
 - Pourcentage de l'augmentation des connaissances des participants entre le pré-test et le post-test ;
 - Nombre de participants aux formations ;
 - Nombre de formations organisées.

Les performances dans l'atteinte des valeurs cibles de ces indicateurs sont quasi-complètes avec quinze (15) formations organisées sur neuf (9) prévues, deux cent trente-quatre (234) participants contre cent trente-cinq (135) prévus, mais à une augmentation de 75% des connaissances.

Figure 7 : Taux de réalisations de formations organisées, de participation et d'augmentation de connaissance (%)



Source : Rapports d'activités SFCG et calculs de l'évaluation 2016

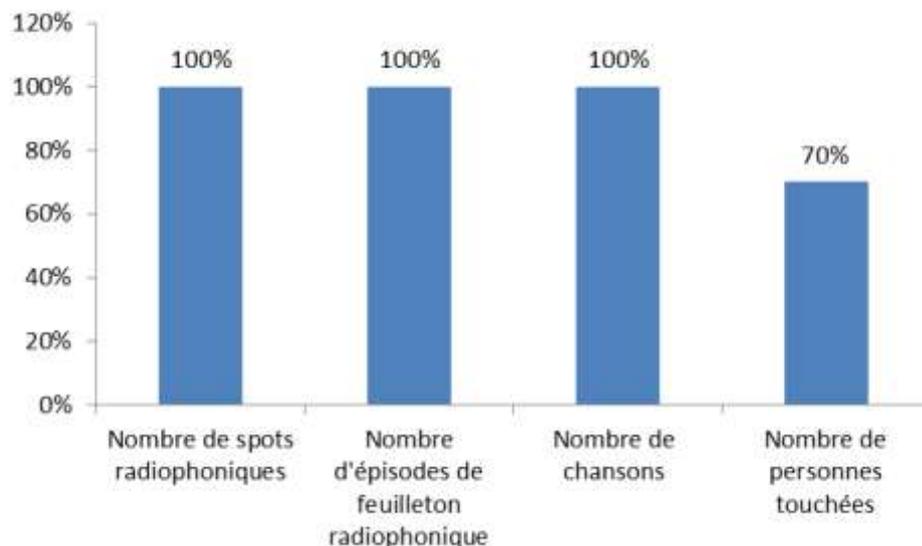
31. Des formations des membres de réseaux communautaires ont été organisées mais les plus marquantes par ces acteurs sont la formation en théâtre participatif des groupes théâtraux (concept complètement différent d'une scène de théâtre classique et plus difficile à jouer), ainsi que le recyclage des agents communautaires dans l'animation de dialogues communautaires SALT⁶ pour une harmonisation des approches.
32. Certains membres de réseaux, malgré les formations délivrées, ont eu du mal à s'améliorer car soit ils n'ont pas la fibre de la « communication sociale » (exemple : les agents issus de l'association des parents d'élèves qui ont une connaissance indéniable sur le secteur de l'éducation mais qui n'ont pas forcément une compétence pour l'animation communautaire), soit ils sont déjà « formatés » par une approche sectorielle mais non pas intégrée (exemple : les agents communautaire qui ont travaillé longtemps exclusivement dans le secteur « nutrition »). Ainsi, vu la légitimité sociale de ces acteurs communautaires, le projet gagnerait davantage à les coacher pour qu'ils puissent s'adapter à d'autres paradigmes, d'autres défis.

B.2.2.3. Campagne de média de masse

33. Quatre (4) indicateurs constituent les éléments d'évaluation de la performance du projet pour cette activité à savoir :
 - Nombre de spots radiophoniques produits délivrant des messages clés des PFE ;
 - Nombre d'épisodes d'un feuilleton radiophonique promouvant les droits de l'enfant validées et diffusées ;
 - Nombre de chansons produites délivrant les messages clés des PFE ;
 - Nombre de personnes touchées par la campagne.

L'analyse des réalisations pour atteindre les valeurs cibles de ces indicateurs montre une réelle efficacité du projet dans la mise en œuvre de cette activité avec une valeur de **100%** pour les trois premiers indicateurs avec respectivement 24/24, 40/40 et 5/5 ainsi qu'une performance de **70%** pour le dernier indicateur alors que la valeur cible étant de 60%.

Figure 8 : Taux de performance de campagne de média de masse (%)

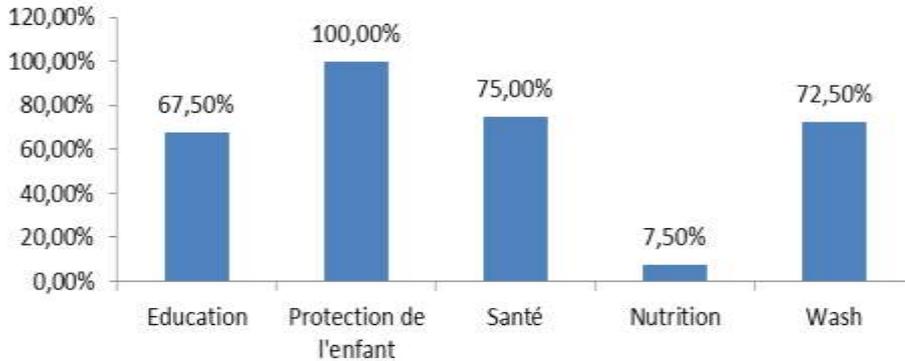


Source : Evaluation 2016

⁶ SALT : (Stimuler et Soutenir – Apprendre et s'Apprécier – Lier Ecouter (listen) – Transférer et se Transformer) est un état d'esprit, une approche, un outil dans le processus d'accompagnement et d'interaction communautaire

34. En termes de répartition par secteur pour le feuilleton radiophonique « Aina an-doharano », les résultats obtenus se présentent comme suit

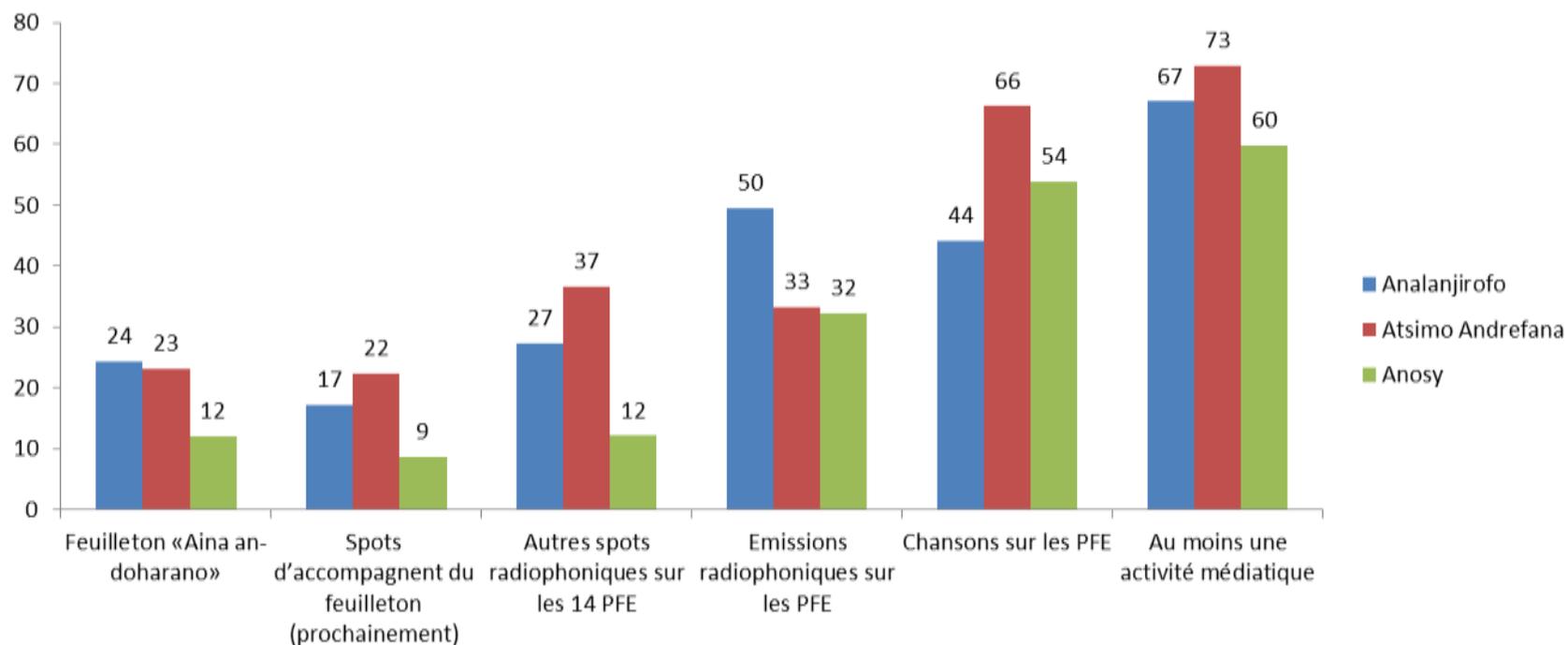
Figure 9 : Taux de répartition par secteur du feuilleton « Aina an-doharano » (%)



Source : Evaluation 2016

35. L'atteinte du dernier indicateur est nettement liée au taux de pénétration des radios. Ainsi, il est normal que le projet n'arrive pas à atteindre la totalité des personnes ciblées.
36. Pour permettre de confirmer l'efficacité de la campagne, dix (**10**) auditeurs relais par radio ont été mis en place ;
37. Même s'il n'y a pas d'analyse d'audimat des radios aussi bien au début qu'au terme du projet, les responsables de chaque radio confirment une augmentation de l'audition ;
38. La portée de la campagne médiatique dans les trois régions cibles se présente comme suit avec une prédominance des chansons (même si celles produites par SFCG sont moins diffusées par rapport à d'autres dans les mêmes thématiques) et une faible portée des spots :

Figure 10 : Activités médiatiques par type et selon les régions



Source : Evaluation 2016

B.2.2.4. Evénements et rencontres communautaires

39. Deux indicateurs concourent pour évaluer l'activité événement communautaire :
- Nombre d'événements communautaires organisés dans chaque district pilote ;
 - Nombre de personnes touchées par la campagne.

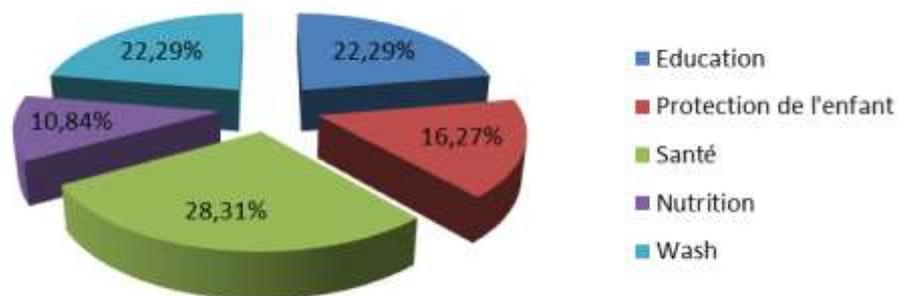
Les réalisations du projet dans cette activité dépassent les objectifs dans la mesure où le premier indicateur atteint 111% en réalisant dix (10) événements communautaires sur les neuf(9) prévus. Tandis que pour le deuxième indicateur, les personnes touchées par la campagne dépassent les soixante mille(60.000).

40. Trois indicateurs, par contre, concourent pour l'évaluation des rencontres communautaires :
- Nombre de membres de la communauté participant activement aux rencontres ;
 - Nombre de rencontres communautaires par commune et région ;
 - Nombre de Fokontany participant.

Les réalisations pour ces indicateurs⁷ dépassent largement les objectifs assignés dans la mesure où pour le premier indicateur on frôle les 900%, pour le deuxième on a atteint 533% et pour le troisième on a atteint les 100%.

41. Pour le dialogue communautaire, sa répartition par secteur se présente comme suit :

Figure 11 : Taux de répartition de dialogue communautaire par secteur (%)



Source : Rapports d'activités SFCG et calcul de l'évaluation 2016

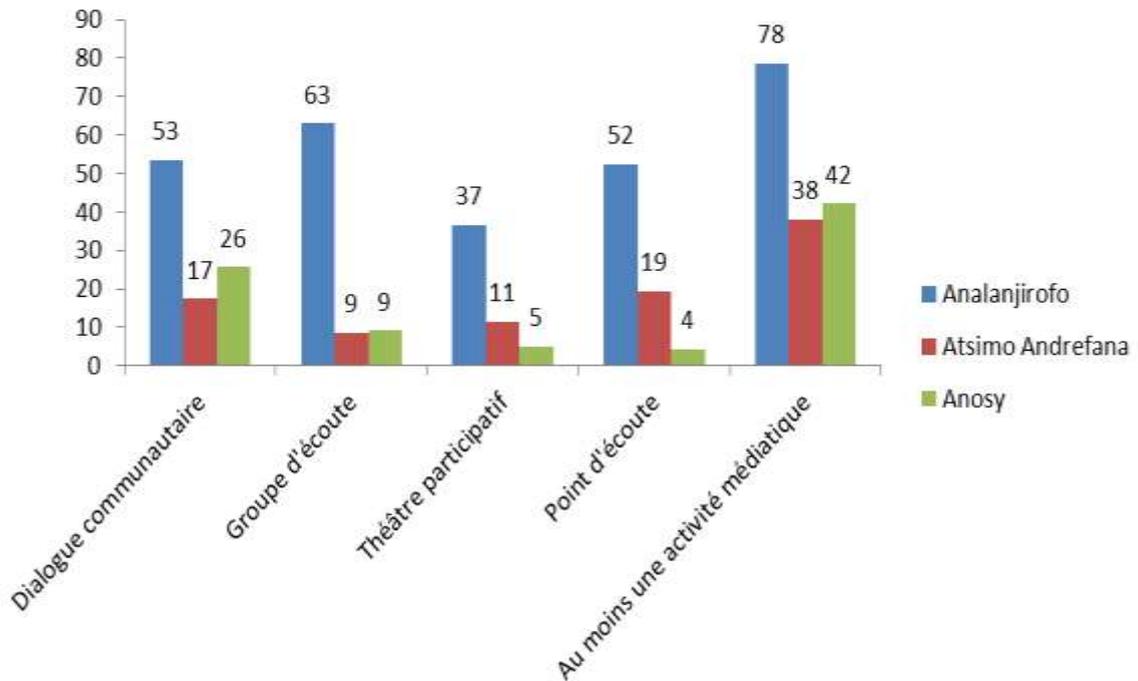
En termes de thématique « l'envoi des enfants à l'école » arrive en tête avec 28 dialogues réalisés, suivi de la thématique « utilisation de latrine » avec 25, de la vaccination des enfants avec 24 dialogues. Les deux thématiques de la nutrition restent les moins discutées au niveau de la communauté avec 4 dialogues chacune. Les raisons évoquées par les acteurs sont que la qualité nutritionnelle reste difficile à démontrer et ne constitue pas les priorités des cibles.

42. Les théâtres participatifs connaissent de vrais succès au niveau de la communauté dans la mesure où ils présentent en même temps un divertissement, une discussion et des réflexions. Pour le théâtre participatif, l'approche basée sur la provocation pour la scène 1 et adapter la deuxième scène au vu de la discussion à l'entracte renforce ce succès. C'est ainsi que les « auditeurs » de théâtre participatif est 1,5 fois plus que les « auditeurs » des autres événements communautaires.
43. Les « groupes d'écoutes » deviennent un événement social au niveau de la communauté car la mobilisation devient « naturelle et spontanée » après quelques exercices avec un rendez-vous périodique dans un lieu fixe.

⁷ Source : Rapport d'activités techniques SFCG

44. Les agents communautaires, animateurs de ces événements possèdent les connaissances de leurs domaines respectifs. Toutefois, ils rencontrent dès fois une fausse interprétation de leur motivation par les cibles pour des intérêts personnels voire des intérêts politiques.
45. Que ce soit les dialogues communautaires, le théâtre participatif, les groupes d'écoutes, tous ces événements ont créé une dynamique de discussion même après la rencontre.
46. L'analyse de la portée des activités communautaire, c'est-à-dire le pourcentage de la population cible touché, montre la différence de portée d'une région à une autre.

Figure 12 : Nombre de réalisation des activités communautaires par type et par région



Source : Rapports d'activités SFCG

47. Les autres Fokontany qui n'ont pas été touchés par le projet, en constatant le succès de ces événements communautaires, ont sollicité spontanément l'organisation d'un événement dans leur localité ; une demande que les animateurs ne pouvaient pas tous répondre favorablement.

B.2.3. Du management du projet

B.2.3.1. Système de planification et de Suivi Evaluation

48. Les réunions périodiques (mensuelles et trimestrielles) de planification et de suivi, notamment au niveau régional, sont tenues et nécessaires pour la mobilisation et le partage entre les acteurs impliqués.
49. Comme il a été annoncé précédemment, le projet a collaboré avec des auditeurs relais pour permettre de mieux suivre l'effectivité de la diffusion des programmes préalablement planifiés.
50. Faute de partage de rapport au niveau des responsables des secteurs, ces derniers ne pouvaient pas assurer en temps « réel » le suivi des activités de communication dédiées à leurs secteurs respectifs.
51. L'inexistence de mécanisme d'échange de bonnes pratiques n'a pas permis un réel partage entre les acteurs, aussi bien entre les différentes régions (outre une réunion de coordination qui n'est pas un mécanisme d'échange de bonnes pratiques en soi) que entre les animateurs communautaires de différents districts.

B.2.3.2. Système de Mise en œuvre

52. Pour la campagne médiatique

- Les activités ont été programmées de façon consensuelle dans un plan de communication qui cultive les acteurs à une « obligation de résultat »,
- Le MCRI devait jouer le leadership de cette activité. Ce leadership voulu par le Ministère n'est pas encore bien installé pour plusieurs raisons :
 - Les représentants du Ministère au niveau de certaines régions sont des Délégués alors que ses vis-à-vis dans les autres secteurs sont des Directeurs. Ainsi, pour de raison d'hierarchie, il est difficile pour le représentant du MCRI de mobiliser, de coordonner et de suivre les activités des autres secteurs ;
 - Le manque de moyens matériels. Le MCRI régional ou local n'a pas, par exemple, suffisamment de poste radio leur permettant de suivre en temps réel les émissions diffusées par les radios partenaires. Ainsi, les responsables devraient attendre les rapports des auditeurs relais avant de prendre les dispositions nécessaires quant à d'éventuel manquement) ;
 - Le statut de certains agents au niveau des districts qui sont encore des vacataires.
- Les animateurs d'antenne des radios jouent des fois le rôle de « conseiller psychologique » durant les émissions interactives sans pour autant avoir les capacités et compétences nécessaires. A titre d'illustration, durant les émissions relatives à la maltraitance des enfants, les auditeurs victimes sollicitent immédiatement des « conseils » de la part de l'animateur d'antenne ; compétence de counseling qu'ils n'ont pas forcément ;
- Faute de compétence technique, les animateurs font appel à l'expertise des responsables des secteurs. Pourtant, ils sont des fois confrontés à un problème de disponibilité de ces derniers.

53. Pour les activités d'animation communautaire

- Les agents communautaires travaillent sans forcément d'objectifs « précis » mais dans le cadre de volontariat et d'engagement. Ainsi, leurs interventions sont réalisées selon leur volonté et leur disponibilité voire selon le feeling ;
- Malgré les formations délivrées par le SFCG, les « habituels » agents communautaires travaillent avec beaucoup de « routine » et manquent souvent de capacités sur d'autres thématiques habituelles. En effet, les formations en communication sociale ne sont visibles que sur le moyen terme.

54. Les efficacités de l'animation communautaire, la disponibilité, l'accessibilité et la qualité des services de base qui accompagnent le changement de comportement des cibles constituent les facteurs clés de réussite de la campagne.

55. A part la campagne radiophonique, la complémentarité d'autres supports de communication, notamment les supports graphiques (dépliants, flyers, banderoles, ...) fournis par les secteurs, constituent aussi des facteurs clés d'efficacité.

56. Faute de leadership fort du MCRI expliqué précédemment, la mobilisation des plateformes régionales est effective mais reste jusqu'à maintenant le fruit des activités d'animation de SFCG.

CONCLUSION PARTIELLE 2

Les résultats du Projet en termes de Coordination restent mitigés avec des résultats intéressants pour l'élaboration de plan de communication et la mobilisation des parties prenantes ; et des résultats moins satisfaisants dans les activités de suivi.

Au niveau de la mise en œuvre des plans de communication, les réalisations dépassent généralement les valeurs cibles du projet aussi bien pour les activités médiatiques que pour les communications communautaires.

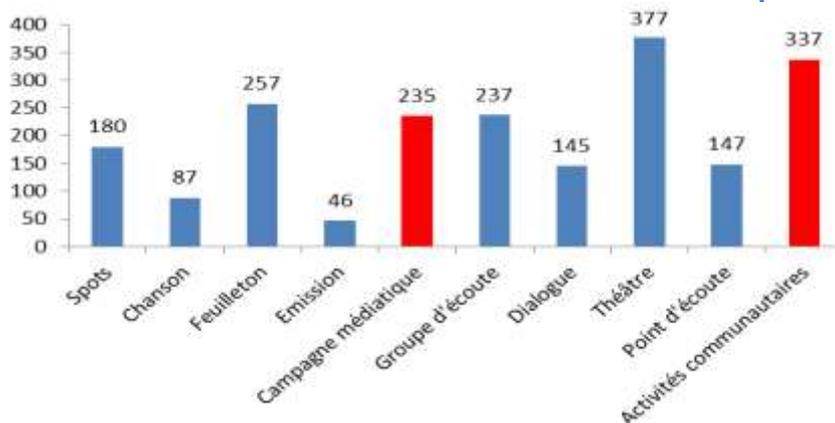
En terme sectoriel, les secteurs de la santé, EAH et l'éducation prennent le devant dans la mesure où ils sont considérés par les acteurs comme les plus « facile » à réaliser contrairement aux deux autres secteurs (nutrition et protection de l'enfant)
Enfin, dans le mécanisme de planification et de mise en œuvre, il est à noter la faible capacité du MCRI dans le leadership et la coordination des activités.

B.3. EFFICIENCE

B.3.1. Analyse cout/efficacité

57. Grâce à l'accord de partenariat entre le projet et les radios publiques ou privées, les dépenses en communication des secteurs ont été nettement réduites.
58. Les manques à gagner d'une radio privée pendant un an en termes de montage et production d'émission, de diffusion de sketch, de spots, de chansons (qui signifient **les gains des secteurs** en termes de coût de communication) sont estimés au minimum à vingt millions Ariary (20 000 000 Ar.)⁸ soit pour trente (30) radios à six cent millions Ariary (600.000.000 Ar.) soit **deux fois plus que les dépenses engagées dans la gestion** de projets qui est de trois cent cinq millions cent onze mille sept cent trois Ariary (305 111 703 Ar.). En contrepartie, elles ont gagné en contenu et en professionnalisme grâce à des renforcements de capacités (formation et matériels).
59. L'analyse coût/efficacité⁹ de chaque activité de communication médiatique et communautaire a pu montrer que la campagne médiatique a été la plus efficace, en particulier les émissions radiophoniques avec un ratio le plus faible de 46. La moins efficace a été le théâtre participatif qui a un ratio élevé de 377 (cf. en annexe 6 tableau 4).
- 60.

Figure 13 : Ratio coût/efficacité de la communication médiatique selon le type



Source : Rapports d'activités SFCG et calculs de l'évaluation 2016

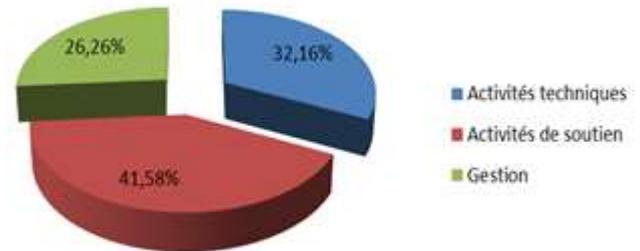
⁸ Cf mode de calcul en annexe tableau 5

⁹ Mode de calcul en annexe

B.3.2. Affectation budgétaire et taux d'absorption financière

Figure 14 : Répartition budgétaire du projet par activités (%)

60. La répartition des dépenses engagées entre les activités techniques (formation des acteurs locaux, campagne radiophonique, activités communautaires), les activités de soutien (ressources humaines des activités, matériels roulants, visibilité, système de suivi évaluation) et les frais de « gestion » (ressources humaines du siège, fournitures, consommables et véhicules, sous bureaux régionaux, matériels et mobiliers des bureaux régionaux, et enfin les frais administratifs), est la suivante.



Source : Rapports d'activités SFCG et calculs de l'évaluation 2016

- Les **dépenses de gestion** représentent plus du **quart des dépenses totales**. Un pourcentage assez important mais fortement compensé par l'apport du SFCG, d'une part, dans le partage des expériences notamment en animation communautaire, et d'autre part, dans la mobilisation des acteurs et le suivi des activités ;
- Les **activités techniques** et opérationnelles représentent un peu **moins du tiers** des dépenses totales ;
- Les **activités de soutien** représentent presque la **moitié** des dépenses dont le plus grand poste de dépense reste les ressources humaines.

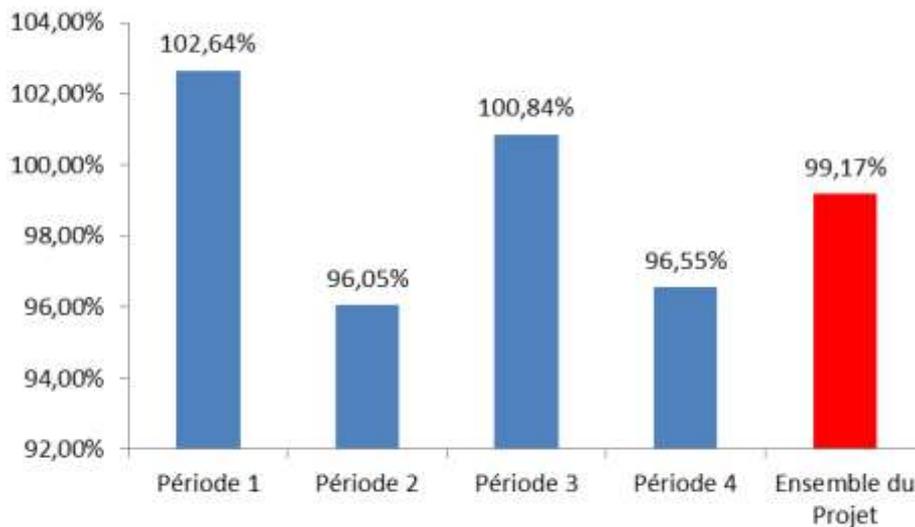
61. Si les réalisations financières ont connu une augmentation de 44,24% par rapport au budget initial, il est à noter que celles affectées aux activités techniques n'ont connu qu'une augmentation de 21,98% du budget initial.

62. Pour ces activités techniques

- Les activités médiatiques représentent 32,84% des réalisations dans cette rubrique soit 73,14% du budget initial ;
- Les activités communautaires représentent 38,04% soit 180,2% du budget initial ;
- Les formations des acteurs représentent 29,12% soit 182,35% du budget initial.

63. La capacité d'absorption financière avoisine les 100% des budgets. Ces valeurs montrent le bon niveau de planification budgétaire du projet.

Figure 15 : Capacité d'absorption financière par période (%)



Source : Rapports d'activités SFCG et calculs de l'évaluation 2016

CONCLUSION PARTIELLE 3 :

En termes d'efficience, le projet a permis aux acteurs du secteur à réaliser des activités de communication à moindre coût. En effet, les coûts de ces activités de communication sont estimés à deux fois plus que les dépenses engagées dans la gestion du projet.

Par ailleurs, les acteurs du secteur de la communication ont pu gagner en contenu et en professionnalisme grâce à des renforcements de capacité et le partage des expériences de SFCG.

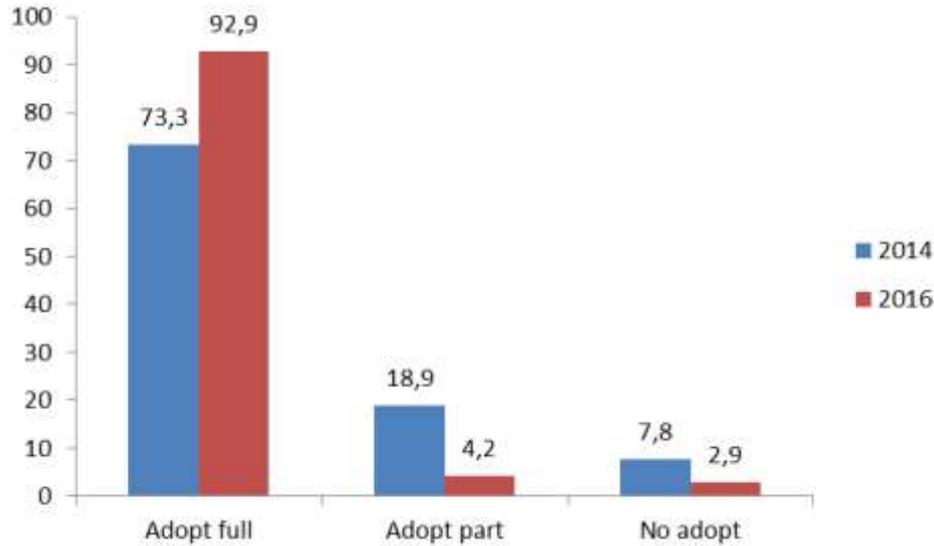
Enfin, pour la répartition budgétaire du projet, la part des activités techniques ne représente que le tiers du projet et reste inférieur à 10 point de la part affectée à la gestion du projet.

B.4. EFFETS ET VALEURS AJOUTEES

B.4.1. Dans le secteur éducation

64. Pour la PFE : « Envoi des enfants de 6 « à 11 ans à l'école primaire »
 - a. Pour les trois régions, les émissions radiophoniques produites et diffusées pour ce thème sont de cent quinze (115), tandis que les thèmes de dialogue communautaire sont de vingt-huit (28).
 - b. Grâce à ces actions de communication, le pourcentage des cibles qui ont entendu parler de cette pratique est de 38% dans les zones touchées aussi bien par les actions médiatiques que les actions communautaires contre 17% dans les zones qui ne sont touchées que par les actions médiatiques.
 - c. L'analyse HICDARM pour cette pratique met à l'évidence que 88% de la population cible qui ont entendu parler de cette pratique soit 43% de l'ensemble de la population cible, adoptent des actions immédiates pour la pratiquer.
65. L'évolution de ceux qui l'adopte entièrement ou partiellement au début du projet et à la fin du projet se présente comme suit :

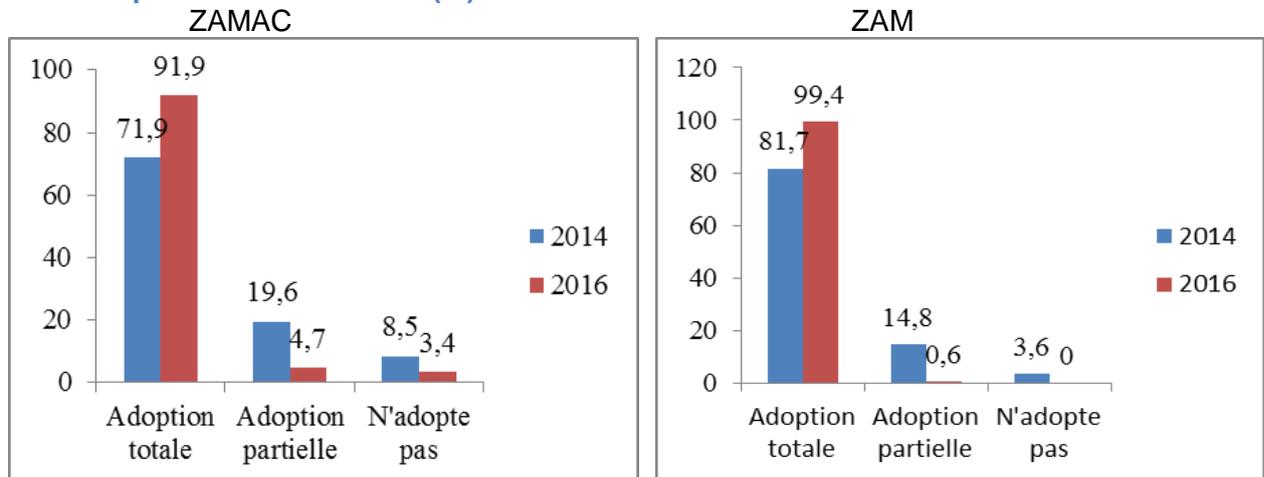
Figure 16 : Evolution d'adoption « Envoi des enfants de 6 à 11 ans à l'école primaire » 2014-2016 (%)



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

On constate donc une nette amélioration de l'adoption de cette pratique avec une augmentation de **19,6** points. L'adoption en totalité de cette pratique est plus visible avec 99,4% dans les ZAMAC contre 91,9% seulement dans les ZAM.

Figure 17 : Evolution de la pratique de « Envoi des enfants de 6 à 11 ans à l'école primaire » 2014-2016 (%) selon les zones



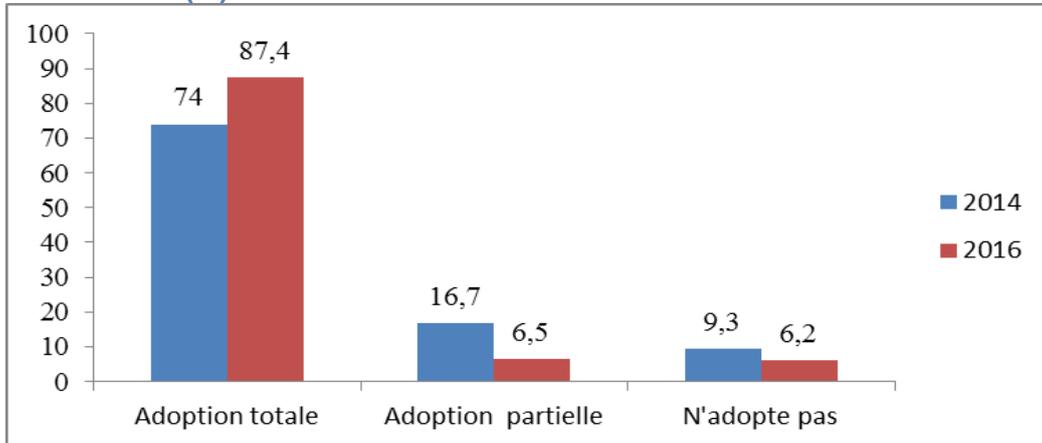
Source : Evaluation 2016 et propres calculs

66. Pour la PFE : « *Maintien des enfants de 6 à 11 ans à l'école pour finir le cycle 1* »

- Pour les trois régions, les émissions radiophoniques produites et diffusées pour ce thème sont de trente-six (**36**), tandis que les thèmes de dialogue communautaire sont de neuf (**9**).
- Grâce à ces actions de communication, le pourcentage des cibles qui ont entendu parler de cette pratique est de **28%** dans les zones touchées aussi bien par les actions médiatiques que les actions communautaires contre **8%** dans les zones qui ne sont touchées que par les actions médiatiques
- L'analyse HICDARM pour cette pratique met à l'évidence que **87%** de la population cible des ZAMAC qui **ont entendu parler de cette pratique** soit 37% de l'ensemble de la population cible (inférieur à 60%), adoptent des actions immédiates pour la pratiquer.

67. L'évolution de ceux qui l'adopte entièrement ou partiellement au début du projet et à la fin du projet se présente comme suit :

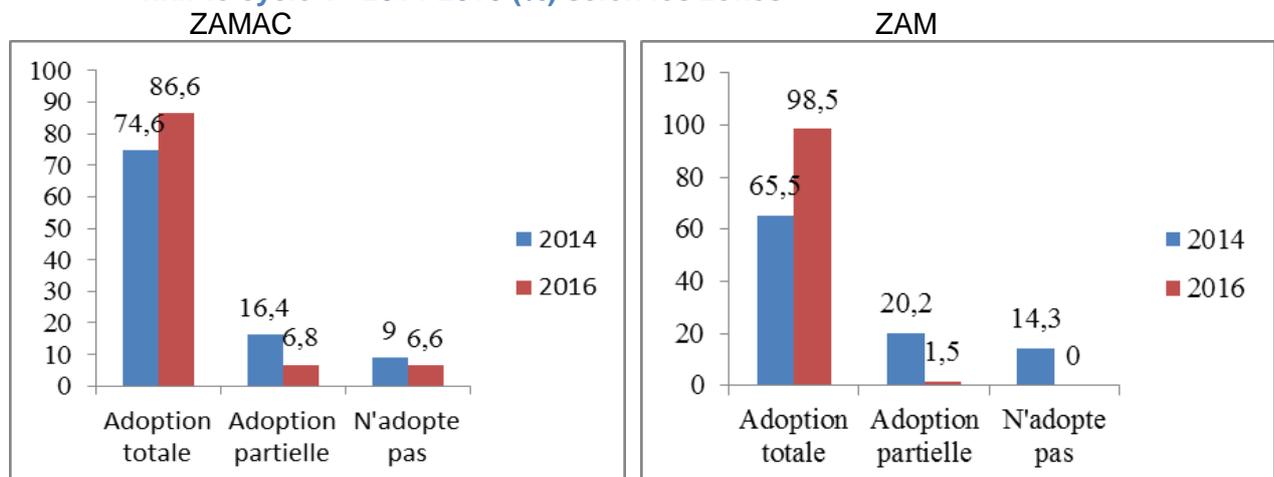
Figure 18 : Evolution d'adoption «Maintien des enfants de 6 à 11 ans à l'école pour finir le cycle 1» 2014-2016 (%)



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

On constate donc une nette amélioration de l'adoption de cette pratique avec une augmentation de **13,4** points. L'adoption en totalité de cette pratique est plus visible avec 98,5% dans les zones où on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire contre 86,6% seulement dans les zones où il n'y a que de la communication médiatique.

Figure 19 : Evolution de la pratique de «Maintien des enfants de 6 à 11 ans à l'école pour finir le cycle 1» 2014-2016 (%) selon les zones



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

68. La comparaison des deux PFE du secteur de l'éducation a pu montrer que le nombre des émissions radiophoniques produites et diffusées, ainsi que les thèmes de dialogue communautaire ont une conséquence réelle au niveau des cibles.

69. La disponibilité et l'accessibilité de l'école constituent des facteurs importants dans l'atteinte de changement de comportement. En effet,

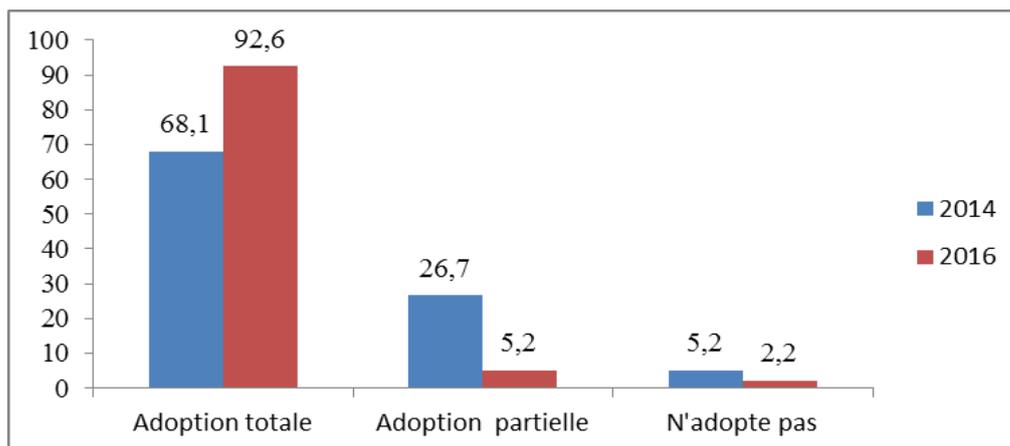
- a. L'incapacité des parents à honorer la cotisation de l'Association des Parents d'Elèves (FRAM) reste un argument souvent évoqué durant les dialogues communautaires. C'est ainsi, que dans certaines localités, il a été décidé d'adopter un paiement par tranche et en différé de ces charges.
- b. L'éloignement de l'école publique, notamment pour le dépôt et la récupération des enfants, constitue un fardeau pour les parents. Dans la mesure du possible, l'école essaie d'y remédier en regroupant la présence en classe des enfants par demi-journée.

70. Les animations médiatiques deviennent « classiques », « habituelles » et « du déjà entendues » et ne donnent pas de solutions pratiques et concrètes. Sa complémentarité avec les autres approches communautaires reste donc importante.
71. Les FRAM et la commune ont été sollicités et responsabilisés dans la désignation des animateurs communautaires. Une situation qui a amélioré les actions de communication dans la mesure où ils ont une meilleure connaissance du secteur et une légitimité sociale ;
72. La complémentarité des activités menées par le Ministère en charge de l'Education Nationale qui a une maîtrise du contexte de l'éducation et de la déperdition scolaire, et celles menées par le SFCG qui a une maîtrise de l'aspect de la mobilisation sociale et communautaire, a porté ses fruits en apportant des solutions techniques et sociales des éventuels problèmes. En effet, durant la mise en œuvre du projet, les représentants au niveau régional des deux entités se concertent toujours.

B.4.2. Dans le secteur protection des enfants

73. Pour la PFE : « *Comportements non violents et protecteurs envers des enfants* »
 - a. Pour les trois régions, les émissions radiophoniques produites et diffusées pour ce thème sont de soixante-huit (**68**), tandis que les thèmes de dialogue communautaire sont de huit (**8**).
 - b. Grâce à ces actions de communication, le pourcentage des cibles qui ont entendu parler de cette pratique est de **27%** dans les zones touchées aussi bien par les actions médiatiques que les actions communautaires contre **9%** dans les zones qui ne sont touchées que par les actions médiatiques.
 - c. L'analyse HICDARM pour cette pratique met à l'évidence que **89%** de la population cible des ZAMAC **qui ont entendu parler de cette pratique** soit 35% de l'ensemble de la population cible (inférieur à 60%), adoptent des actions immédiates pour la pratiquer.
74. L'évolution de ceux qui l'adopte entièrement ou partiellement au début du projet et à la fin du projet se présente comme suit

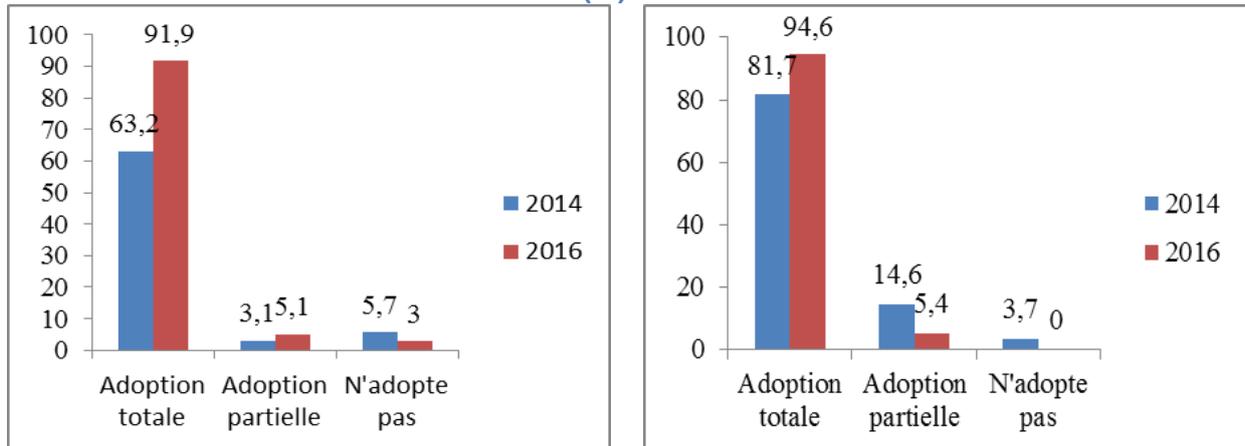
Figure 20 : Evolution d'adoption «Comportements non violents et protecteurs envers des enfants» 2014-2016 (%)



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

On constate donc une nette amélioration de l'adoption de cette pratique avec une augmentation de **24,5** points. L'adoption en totalité de cette pratique est plus visible avec 94,6% dans les zones où on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire contre 91,9% seulement dans les zones où il n'y a que de la communication médiatique.

Figure 21 : Evolution de la pratique de « Comportements non violents et protecteurs envers des enfants » 2014-2016 (%) selon les zones

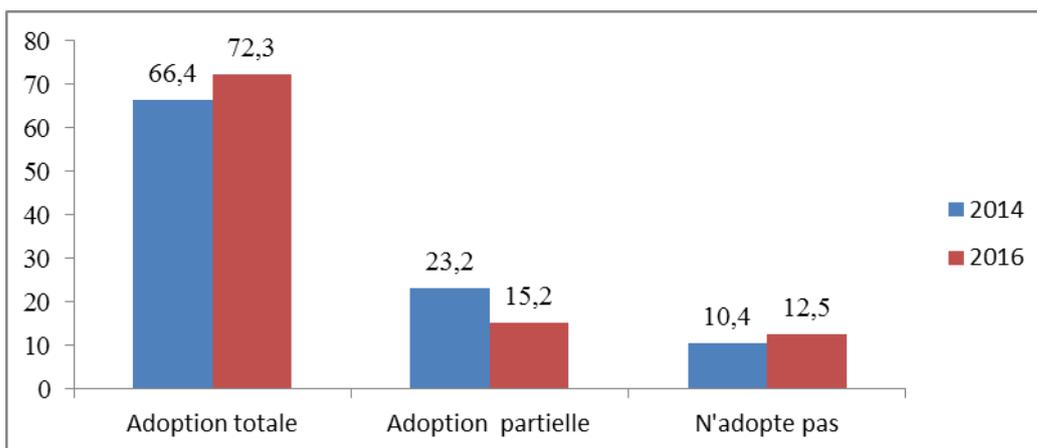


Source : Evaluation 2016 et propres calculs

75. Pour la PFE : « Mariage non précoce chez les enfants de moins de 18 ans »

- Pour les trois régions, les émissions radiophoniques produites et diffusées pour ce thème sont de cinquante-quatre (54), tandis que les thèmes de dialogue communautaire sont de dix-neuf (19).
 - Grâce à ces actions de communication, le pourcentage des cibles qui ont entendu parler de cette pratique est de 40% dans les zones touchées aussi bien par les actions médiatiques que les actions communautaires contre 13% dans les zones qui ne sont touchées que par les actions médiatiques.
 - L'analyse HICDARM pour cette pratique met à l'évidence que 93% de la population cible des ZAMAC qui ont entendu parler de cette pratique soit 48% de l'ensemble de la population cible (inférieur à 60%), adoptent des actions immédiates pour la pratiquer.
76. L'évolution de ceux qui l'adopte entièrement ou partiellement au début du projet et à la fin du projet se présente comme suit :

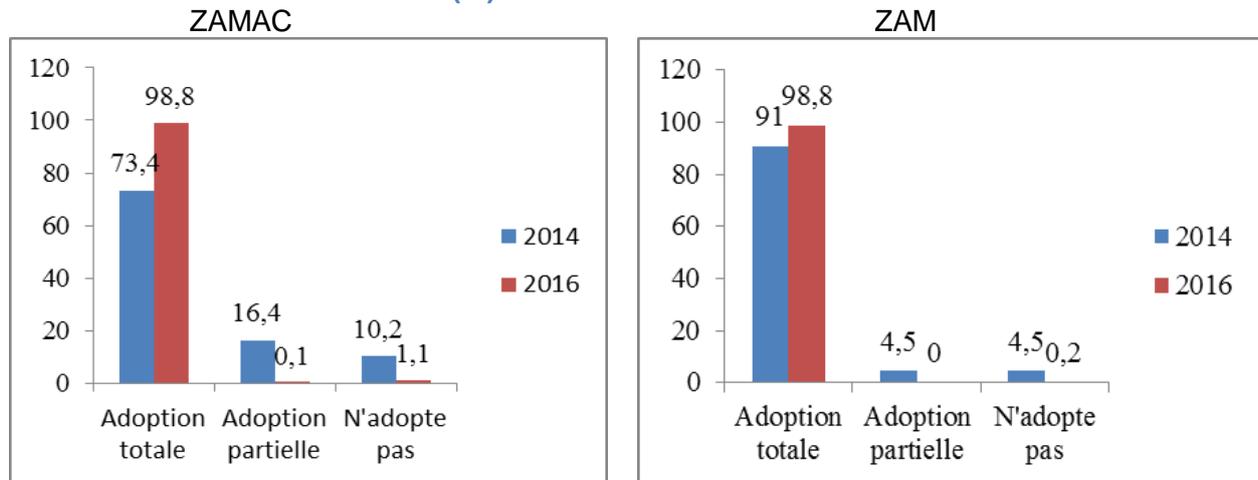
Figure 22 : Evolution d'adoption «Mariage non précoce chez les enfants de moins de 18 ans» 2014-2016 (%)



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

On constate donc une nette amélioration de l'adoption de cette pratique avec une augmentation de 22,9 points. L'adoption en totalité de cette pratique est plus visible avec 99,86% dans les zones où on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire contre 98,8% seulement dans les zones où il n'y a que de la communication médiatique.

Figure 23 : Evolution de la pratique de «Mariage non précoce chez les enfants de moins de 18 ans» 2014-2016 (%) selon les zones



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

77. Les actions des deux PFE dans ce secteur montrent que c'est l'importance des thèmes de dialogue communautaire (respectivement de 8 et 19) qui génère plus de changement au niveau des cibles contrairement à la production et diffusion d'animation médiatique (respectivement de 68 et 54).
78. Le changement de comportement pour la non-violence et protecteur envers les enfants est dû principalement par la peur d'être dénoncé dans la ligne verte « 147 » et auprès de la police des mœurs et des mineurs que par la réelle volonté de changer.
79. Il est à signaler l'existence « d'arrangement » au niveau de la société en cas de violence ou de grossesse précoce. Ce phénomène ne fait que légitimer la violence voire le mariage précoce.
80. C'est dans les localités où il y a bon nombre d'associations des jeunes (scout, association sportive, association religieuse, ...), que le dynamique local de protection et de sensibilisation est le plus constaté.
81. Malgré l'existence de réseau pour la protection contre la maltraitance des enfants dans certaines localités, leur influence est peu constatée dans le changement de comportement des cibles.
82. Pour la pratique contre le mariage précoce, malgré les actions de communication et de sensibilisation, le manque de loisir constitue un facteur déterminant dans l'atteinte des effets recherchés. Notons, le lien souvent constaté de cette pratique contre le mariage précoce avec la pratique pour le planning familial car la deuxième constitue une balise pour l'autre pour les jeunes qui entrent déjà dans des activités sexuelles.
83. Dans certaines localités, les autorités, grâce à la résolution des dialogues communautaires, ont accepté de réduire les autorisations pour l'organisation de « Jiro Mena » qui reste un phénomène favorisant la débauche sexuelle des jeunes.

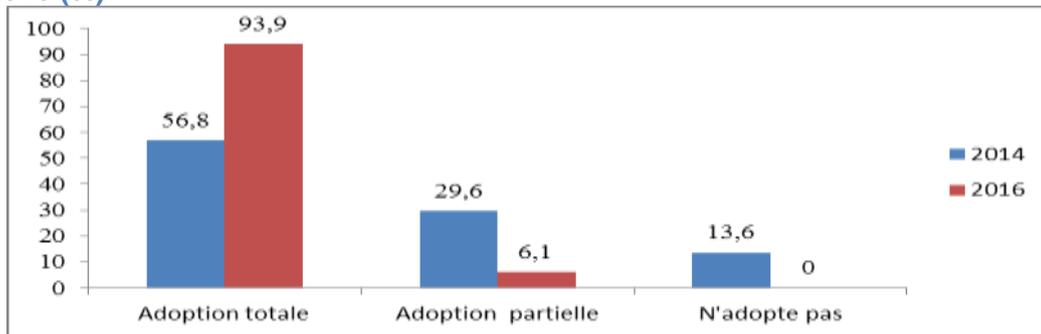
B.4.3. Dans le secteur santé

84. Pour la PFE : « Nombre de minimal de consultations prénatales »
 - a. Pour les trois régions, les émissions radiophoniques produites et diffusées pour ce thème sont de soixante-dix-neuf (79), tandis que les thèmes de dialogue communautaire sont de neuf (9).
 - b. Grâce à ces actions de communication, le pourcentage des cibles qui ont entendu parler de cette pratique est de 30% dans les zones touchées aussi bien par les actions médiatiques que les actions communautaires contre 16% dans les zones qui ne sont touchées que par les actions médiatiques.

c. L'analyse HICDARM pour cette pratique met à l'évidence que **76%** de la population cible des ZAMAC **qui ont entendu parler de cette pratique** soit 24% de l'ensemble de la population cible, adoptent des actions immédiates pour la pratiquer.

85. L'évolution de ceux qui l'adopte entièrement ou partiellement au début du projet et à la fin du projet se présente comme suit :

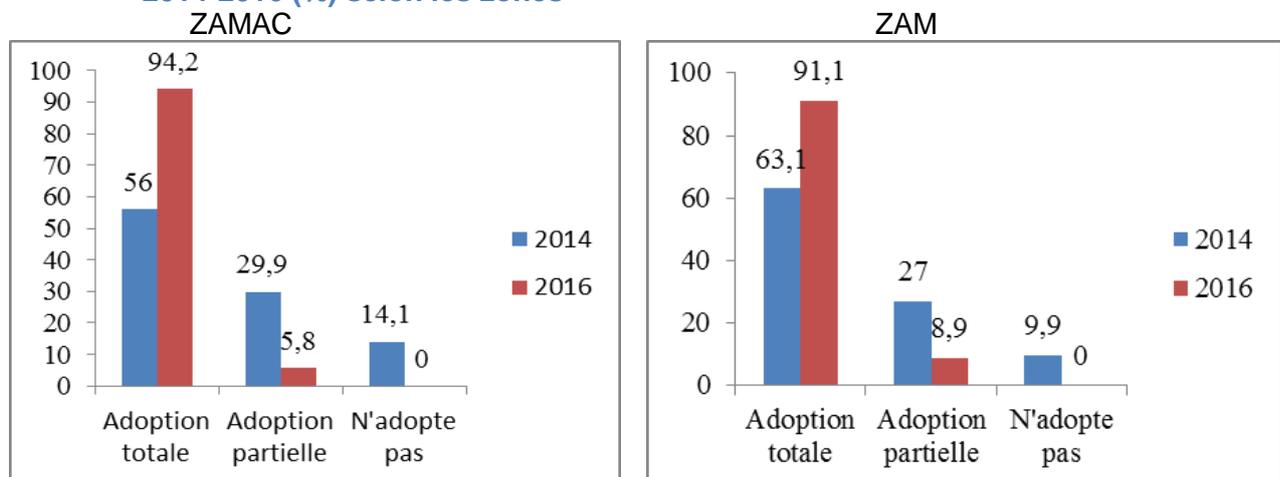
Figure 24 : Evolution d'adoption «Nombre de minimal de consultations prénatales» 2014-2016 (%)



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

On constate donc une nette amélioration de l'adoption de cette pratique avec une augmentation de **37,1** points. Contrairement aux autres PFE, l'adoption en totalité de cette pratique est moins visible avec 91,1% dans les zones où on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire contre 94,2% dans les zones où il n'y a que de la communication médiatique.

Figure 25 : Evolution de la pratique de «Nombre de minimal de consultations prénatales» 2014-2016 (%) selon les zones



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

86. Pour la PFE : « *Planification familiale* »

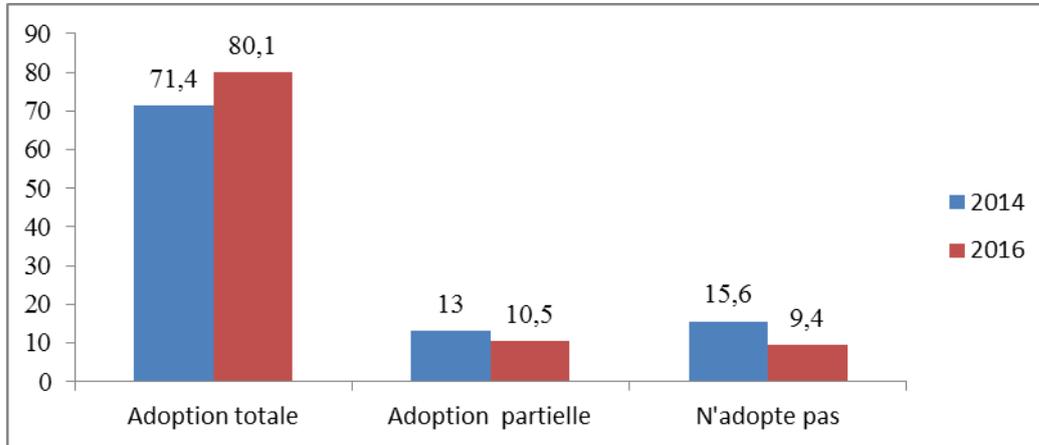
a. Pour les trois régions, les émissions radiophoniques produites et diffusées pour ce thème sont de quarante-huit (**48**), tandis que les thèmes de dialogue communautaire sont de six (**6**).

b. Grâce à ces actions de communication, le pourcentage des cibles qui ont entendu parler de cette pratique est de **37%** dans les zones touchées aussi bien par les actions médiatiques que les actions communautaires contre **23%** dans les zones qui ne sont touchées que par les actions médiatiques.

c. L'analyse HICDARM pour cette pratique met à l'évidence que **79%** de la population cible des ZAMAC **qui ont entendu parler de cette pratique** soit 48% de l'ensemble de la population cible, adoptent des actions immédiates pour la pratiquer.

87. L'évolution de ceux qui l'adopte entièrement ou partiellement au début du projet et à la fin du projet se présente comme suit :

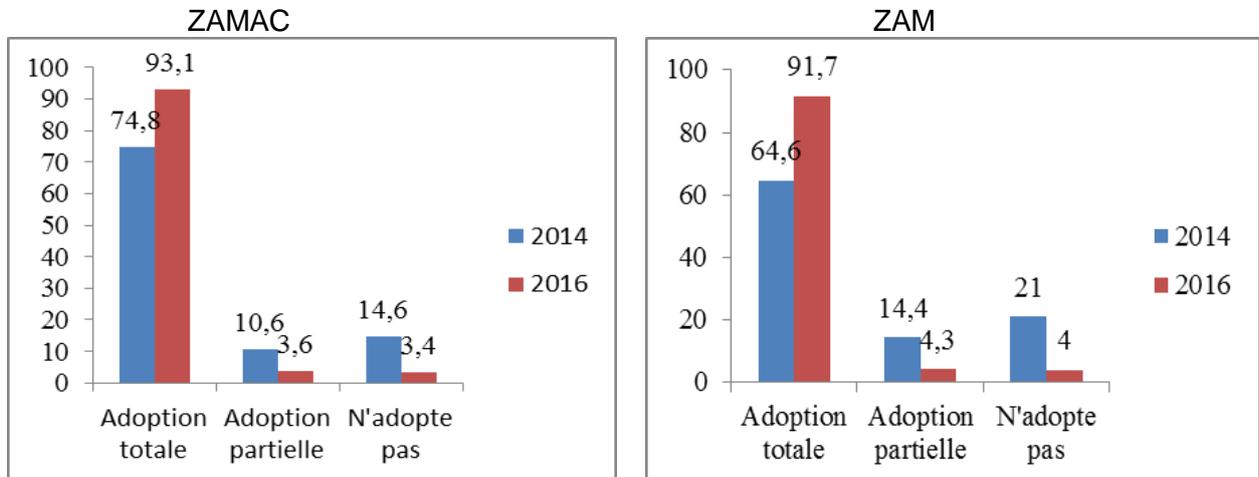
Figure 26 : Evolution d'adoption «Planification familiale» 2014-2016 (%)



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

On constate donc une nette amélioration de l'adoption de cette pratique avec une augmentation de **19,7** points. Contrairement aux autres PFE, l'adoption en totalité de cette pratique est moins visible avec 91,7% dans les zones où on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire contre 93,1% dans les zones où il n'y a que de la communication médiatique.

Figure 27 : Evolution de la pratique de «Planification familiale» 2014-2016 (%) selon les zones



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

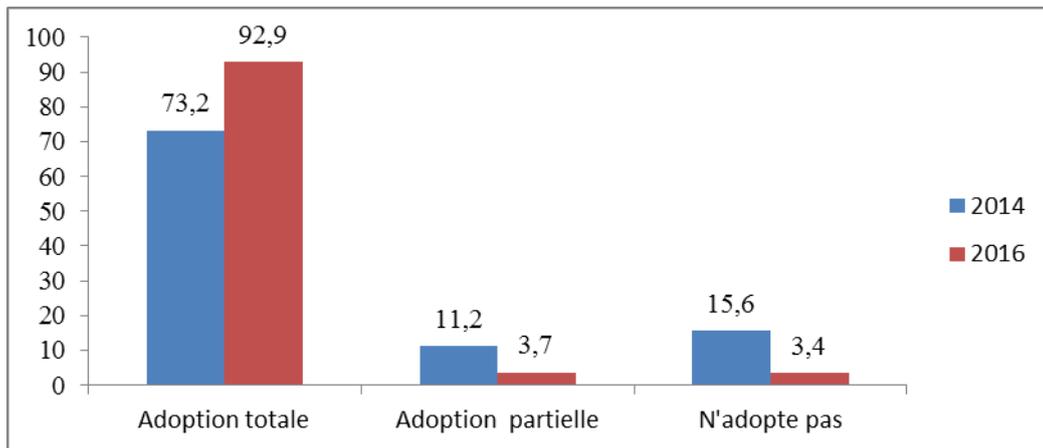
88. Pour la PFE : « Vaccination des enfants de moins de 2 ans »

- Pour les trois régions, les émissions radiophoniques produites et diffusées pour ce thème sont de cent quarante-sept (**147**), tandis que les thèmes de dialogue communautaire sont de vingt-quatre (**24**).
- Grâce à ces actions de communication, le pourcentage des cibles qui ont entendu parler de cette pratique est de **41%** dans les zones touchées aussi bien par les actions médiatiques que les actions communautaires contre **27%** dans les zones qui ne sont touchées que par les actions médiatiques.

c. L'analyse HICDARM pour cette pratique met à l'évidence que **87%** de la population cible des ZAMAC **qui ont entendu parler de cette pratique** soit 52% de l'ensemble de la population cible, adoptent des actions immédiates pour la pratiquer.

89. L'évolution de ceux qui l'adopte entièrement ou partiellement au début du projet et à la fin du projet se présente comme suit :

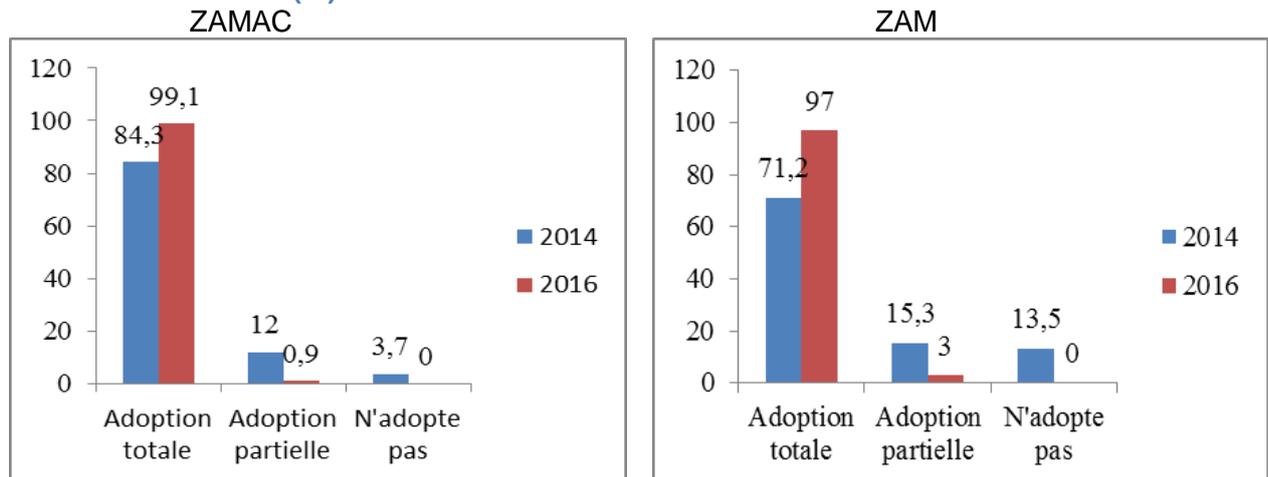
Figure 28 : Evolution d'adoption «Vaccination des enfants de moins de 2 ans» 2014-2016 (%)



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

On constate donc une nette amélioration de l'adoption de cette pratique avec une augmentation de **16,8** points. Contrairement aux autres PFE, l'adoption en totalité de cette pratique est moins visible avec 97% dans les zones où on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire contre 99,1% dans les zones où il n'y a que de la communication médiatique.

Figure 29 : Evolution de la pratique de «Vaccination des enfants de moins de 2 ans» 2014-2016 (%) selon les zones



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

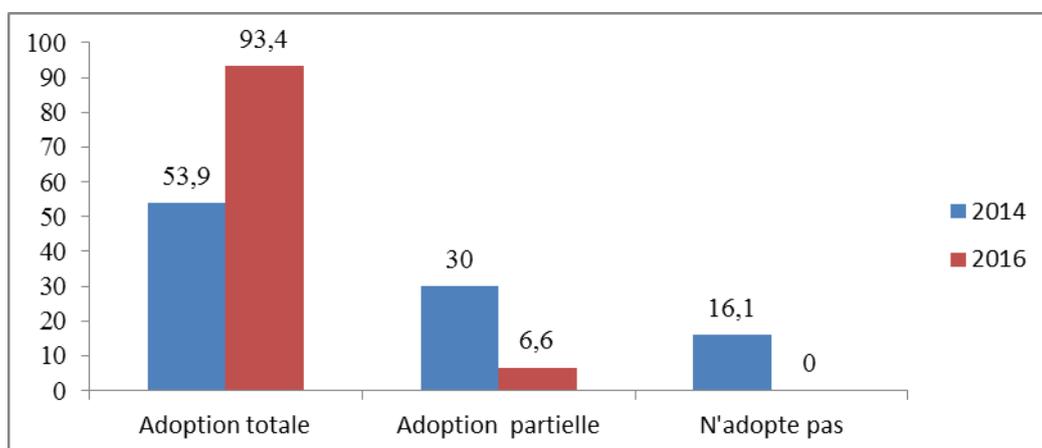
90. Pour les trois PFE, l'adoption totale des pratiques est moins visible dans les zones où on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire. Peut-on en déduire que la communication communautaire n'apporte pas tellement de valeurs ajoutées pour le secteur santé ?

91. Pour les deux premiers PFE, la prise de position pour un changement de comportement est sensiblement inférieure à celle de la troisième pratique. Cette situation est proportionnelle à l'importance des actions de communication réalisées.
92. Les actions de communication dans la pratique pour la consultation prénatale sont inférieures de 10 points par rapport à ceux dans la pratique pour la vaccination. Cette situation est surtout justifiée par l'inaccessibilité de service de santé de base, à savoir
 - a. L'éloignement des centres de santé,
 - b. L'attitude des fois « négative » du personnel de santé. Ce cas a fait déjà l'objet d'une discussion durant les réunions trimestrielles.
93. Les activités de communication très dense durant la SSME, même si celles-ci ne rentrent pas dans ce projet pour la promotion intégrée des PFE, contribuent énormément dans l'atteinte des objectifs de changement de comportement des cibles.
94. Les jeunes adoptent mieux le planning familial pour éviter surtout la grossesse précoce mais le problème rencontré c'est l'automédication via le copier-coller des pratiques de leurs amies.
95. L'existence des Animateurs Communautaires déjà rôdés dans le secteur de la santé a permis d'avoir plus d'effets dans ce secteur.

B.4.4. Dans le secteur nutrition

96. Pour la PFE : « *Nourriture appropriée pour femmes enceintes ou allaitantes* »
 - a. Pour les trois régions, les émissions radiophoniques produites et diffusées pour ce thème sont de treize(13), tandis que les thèmes de dialogue communautaire sont de dix (10).
 - b. Grâce à ces actions de communication, le pourcentage des cibles qui ont entendu parler de cette pratique est de 21% dans les zones touchées aussi bien par les actions médiatiques que les actions communautaires contre 8% dans les zones qui ne sont touchées que par les actions médiatiques.
 - c. L'analyse HICDARM pour cette pratique met à l'évidence que 56% de la population cible des ZAMAC qui ont entendu parler de cette pratique soit 19% de l'ensemble de la population cible, adoptent des actions immédiates pour la pratiquer.
97. L'évolution de ceux qui l'adopte entièrement ou partiellement au début du projet et à la fin du projet se présente comme suit :

Figure 30 : Evolution d'adoption de «Vaccination des enfants de moins de 2 ans» 2014-2016 (%)

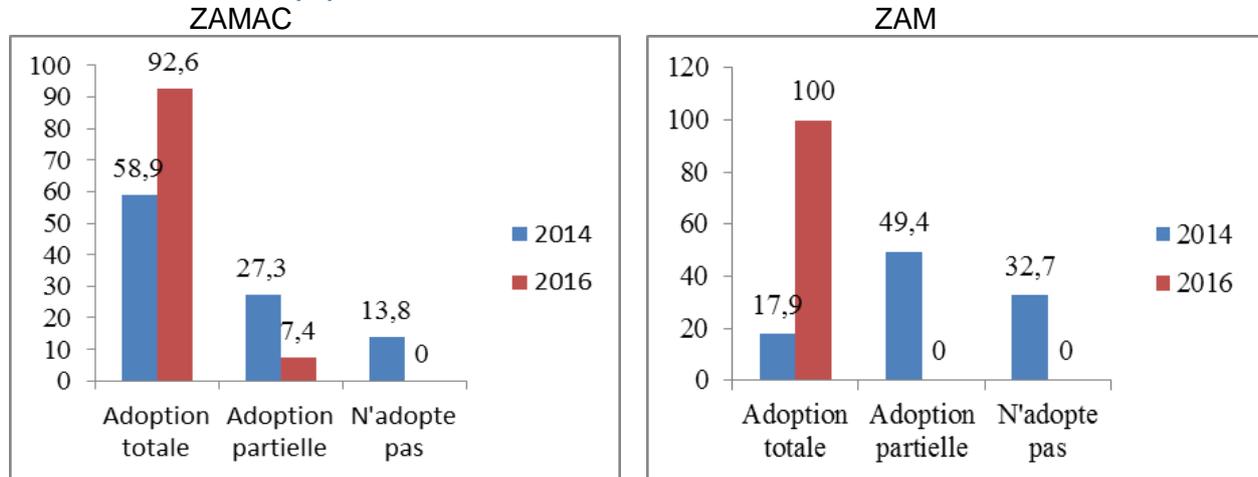


Source : Evaluation 2016 et propres calculs

On constate donc une nette amélioration de l'adoption de cette pratique avec une augmentation de

39,5 points. L'adoption en totalité de cette pratique est plus visible avec 100% dans les zones où on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire contre 92,6% seulement dans les zones où il n'y a que de la communication médiatique.

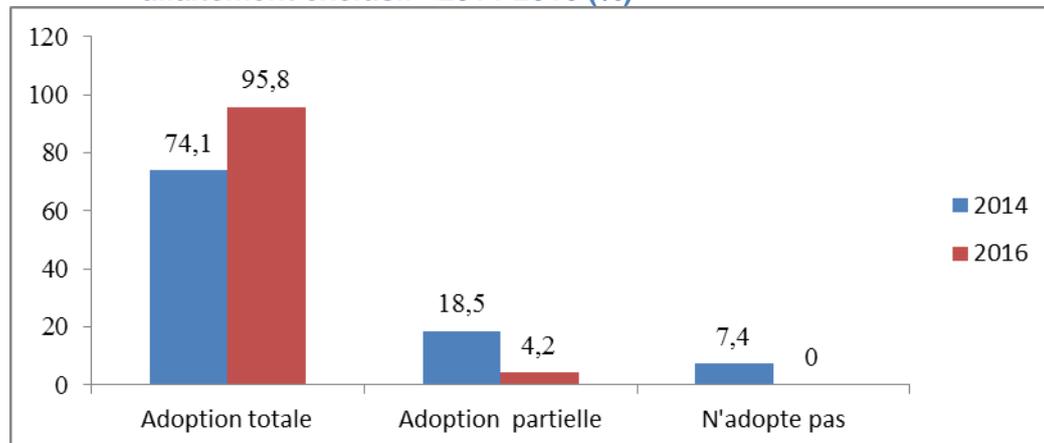
Figure 31 : Evolution de la pratique de «Vaccination des enfants de moins de 2 ans» 2014-2016 (%) selon les zones



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

98. Pour la PFE : « *Initiation à l'allaitement précoce et allaitement exclusif* »
- Pour les trois régions, les émissions radiophoniques produites et diffusées pour ce thème sont de quatorze (**14**), tandis que les thèmes de dialogue communautaire sont de huit (**8**).
 - Grâce à ces actions de communication, le pourcentage des cibles qui ont entendu parler de cette pratique est de **24%** dans les zones touchées aussi bien par les actions médiatiques que les actions communautaires contre **10%** dans les zones qui ne sont touchées que par les actions médiatiques.
 - L'analyse HICDARM pour cette pratique met à l'évidence que **40%** de la population cible des ZAMAC **qui ont entendu parler de cette pratique** soit 20% de l'ensemble de la population cible, adoptent des actions immédiates pour la pratiquer.
99. L'évolution de ceux qui l'adopte entièrement ou partiellement au début du projet et à la fin du projet se présente comme suit

Figure 32 : Evolution d'adoption de «Initiation à l'allaitement précoce et allaitement exclusif» 2014-2016 (%)

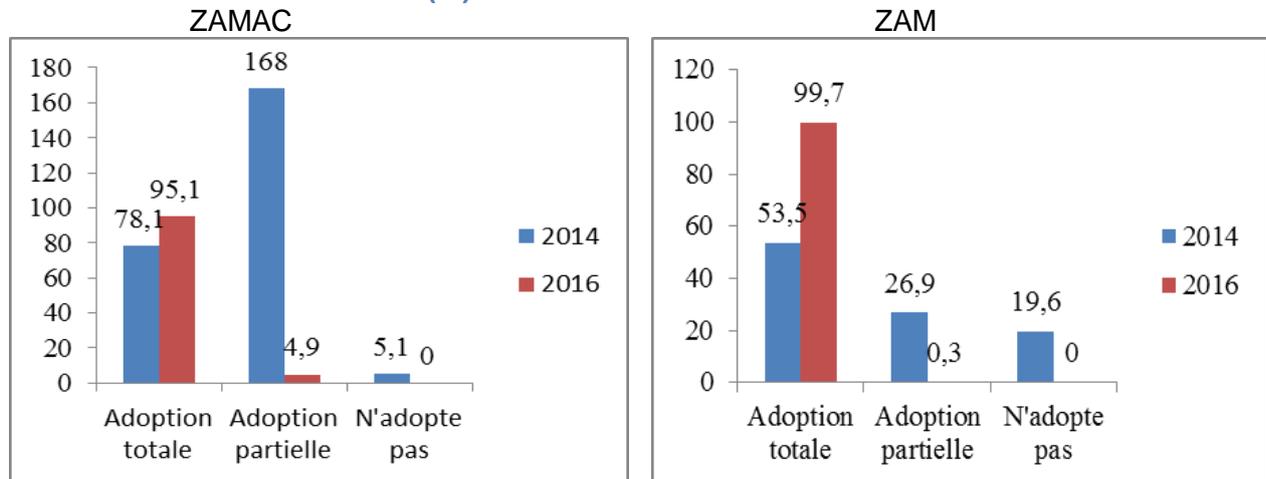


Source : Evaluation 2016 et propres calculs

On constate donc une nette amélioration de l'adoption de cette pratique avec une augmentation de **21,7** points. L'adoption en totalité de cette pratique est plus visible avec 99,7% dans les

zones où on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire contre 95,1% seulement dans les zones où il n'y a que de la communication médiatique.

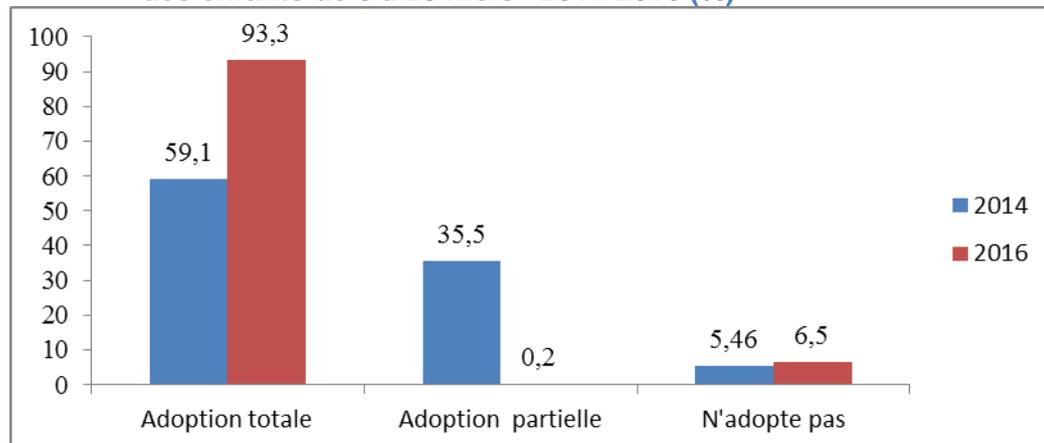
Figure 33 : Evolution de la pratique de «Initiation à l'allaitement précoce et allaitement exclusif» 2014-2016 (%) selon les zones



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

100. Pour la PFE : «Alimentation variée, équilibrée et suffisante des enfants de 6 à 23 mois»
 - a. Pour les trois régions, les émissions radiophoniques produites et diffusées pour ce thème sont de trente et un (31), tandis que les thèmes de dialogue communautaire sont de quatre (4).
 - b. Grâce à ces actions de communication, le pourcentage des cibles qui ont entendu parler de cette pratique est de 25% dans les zones touchées aussi bien par les actions médiatiques que les actions communautaires contre 5% dans les zones qui ne sont touchées que par les actions médiatiques.
 - c. L'analyse HICDARM pour cette pratique met à l'évidence que 38% de la population cible des ZAMAC qui ont entendu parler de cette pratique soit 28% e l'ensemble de la population cible, adoptent des actions immédiates pour la pratiquer.
101. L'évolution de ceux qui l'adopte entièrement ou partiellement au début du projet et à la fin du projet se présente comme suit

Figure 34 : Evolution d'adoption de «Alimentation variée, équilibrée et suffisante des enfants de 6 à 23 mois» 2014-2016 (%)

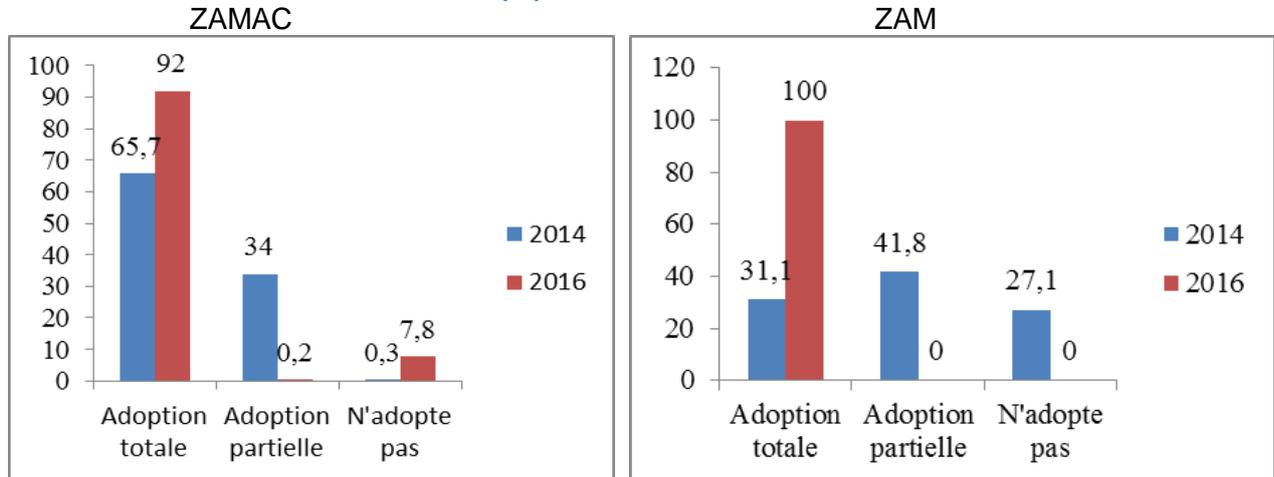


Source : Evaluation 2016 et propres calculs

On constate donc une nette amélioration de l'adoption de cette pratique avec une augmentation de 34,2 points. L'adoption en totalité de cette pratique est plus visible avec 100% dans les zones où

on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire contre 92% seulement dans les zones où il n'y a que de la communication médiatique.

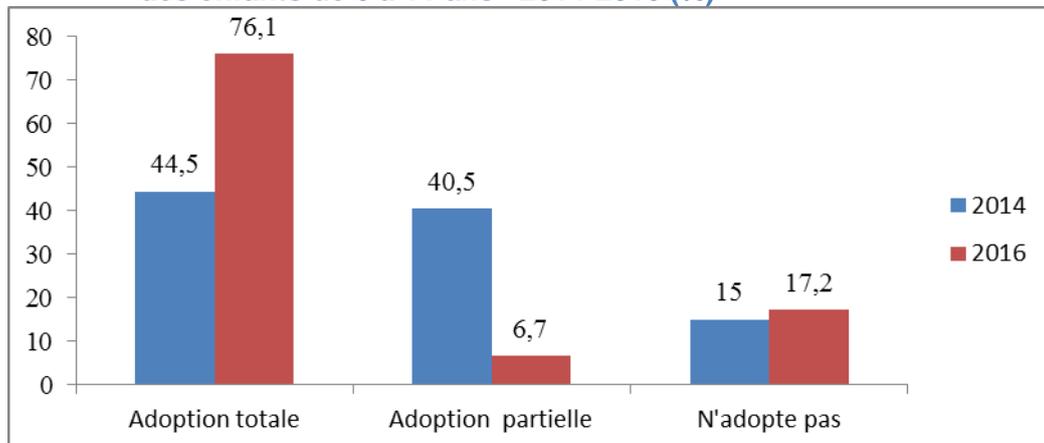
Figure 35 : Evolution de la pratique de «Alimentation variée, équilibrée et suffisante des enfants de 6 à 23 mois» 2014-2016 (%) selon les zones



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

102. Pour la PFE : « Alimentation variée, équilibrée et suffisante des enfants de 6 à 11 ans »
 - a. Pour les trois régions, les émissions radiophoniques produites et diffusées pour ce thème sont de trente-six (36), tandis que les thèmes de dialogue communautaire sont de quatre (4).
 - b. Grâce à ces actions de communication, le pourcentage des cibles qui ont entendu parler de cette pratique est de 21% dans les zones touchées aussi bien par les actions médiatiques que les actions communautaires contre 3% dans les zones qui ne sont touchées que par les actions médiatiques.
 - c. L'analyse HICDARM pour cette pratique met à l'évidence que 44% de la population cible des ZAMAC qui ont entendu parler de cette pratique soit 35% de l'ensemble de la population cible, adoptent des actions immédiates pour la pratiquer.
103. L'évolution de ceux qui l'adopte entièrement ou partiellement au début du projet et à la fin du projet se présente comme suit

Figure 36 : Evolution d'adoption de «Alimentation variée, équilibrée et suffisante des enfants de 6 à 11 ans» 2014-2016 (%)

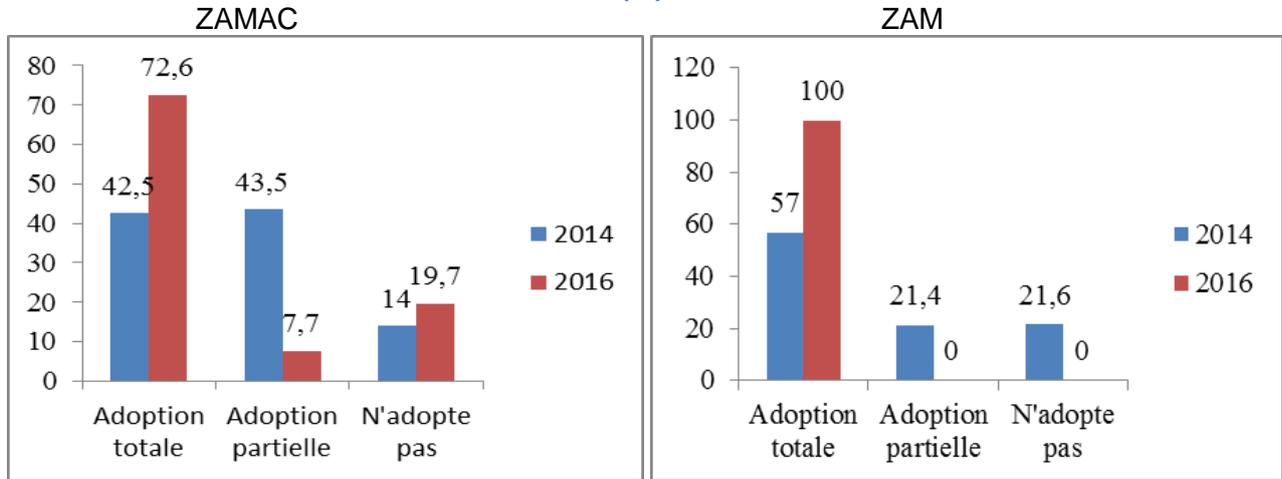


Source : Evaluation 2016 et propres calculs

On constate donc une nette amélioration de l'adoption de cette pratique avec une augmentation de 31,6 points. L'adoption en totalité de cette pratique est plus visible avec 100% dans les zones où

on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire contre 72,6% seulement dans les zones où il n'y a que de la communication médiatique.

Figure 37 : Evolution de la pratique de «Alimentation variée, équilibrée et suffisante des enfants de 6 à 11 ans» 2014-2016 (%) selon les zones



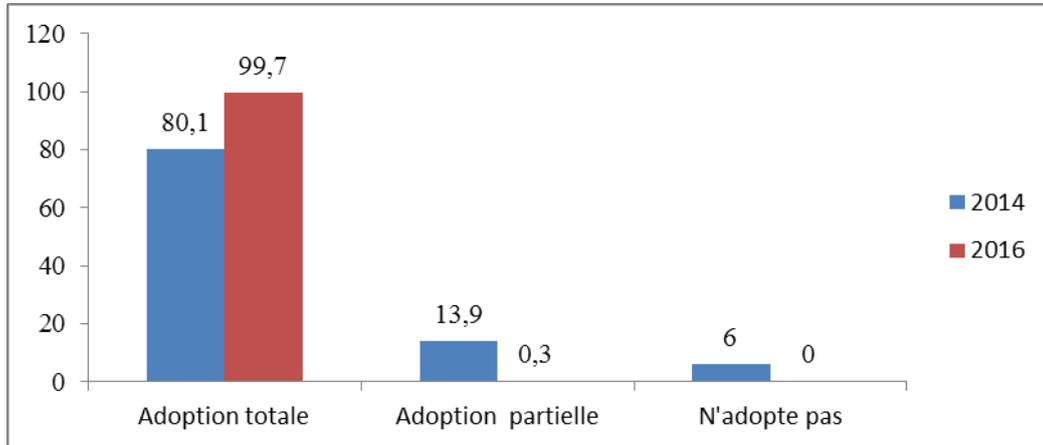
Source : Evaluation 2016 et propres calculs

104. L'analyse des 4 pratiques familiales montre que le changement de comportement est sensiblement identique et intéressant sauf pour la pratique pour une alimentation variée, équilibrée et suffisante pour les enfants de 6 à 11 ans ; et ce, malgré l'importance des activités de communication menées. Cette situation s'explique par le désintérêt des cibles pour l'alimentation des enfants pour cette tranche d'âge qui sont considérés comme ayant déjà suffisamment de « force » pour faire face à la vie.
105. La volonté de changement de comportement pour la diversité alimentaire est souvent confrontée par le blocage de :
 - a. Dépense engagée pour cette pratique. Malgré les actions de persuasion, les familles sont encore convaincues de la « cherté » de la diversité alimentaire ;
 - b. La culture alimentaire et nutritionnelle des « malgaches ». Manger à sa faim signifie seulement manger du riz et si possible de la viande ;
 - c. La méconnaissance d'autres pratiques culinaires.
106. Généralement, la population cible a pour objectif l'aspect quantitatif que l'aspect qualitatif de l'alimentation, sauf pour les enfants de bas âge.
107. L'alimentation variée et équilibrée n'est visible que sur le long terme. Une situation qui ne permet pas un changement immédiat ou sur le court terme des effets.
108. L'éloignement du centre de nutrition et la réduction des animateurs communautaires nutritionnels opérationnels ne font que renforcer le désintéressement des cibles pour cette pratique.

B.4.5. Dans le secteur EAH

109. Pour la PFE : « Eau potable ou traitement de l'eau pour la rendre plus sûre à boire »
 - a. Pour les trois régions, les émissions radiophoniques produites et diffusées pour ce thème sont de soixante et onze (71), tandis que les thèmes de dialogue communautaire sont de six (6).
 - b. Grâce à ces actions de communication, le pourcentage des cibles qui ont entendu parler de cette pratique est de 58% dans les zones touchées aussi bien par les actions médiatiques que les actions communautaires contre 49% dans les zones qui ne sont touchées que par les actions médiatiques.
 - c. L'analyse HICDARM pour cette pratique met à l'évidence que 71% de la population cible des ZAMAC qui ont entendu parler de cette pratique soit 68% de l'ensemble de la population cible, adoptent des actions immédiates pour la pratiquer.

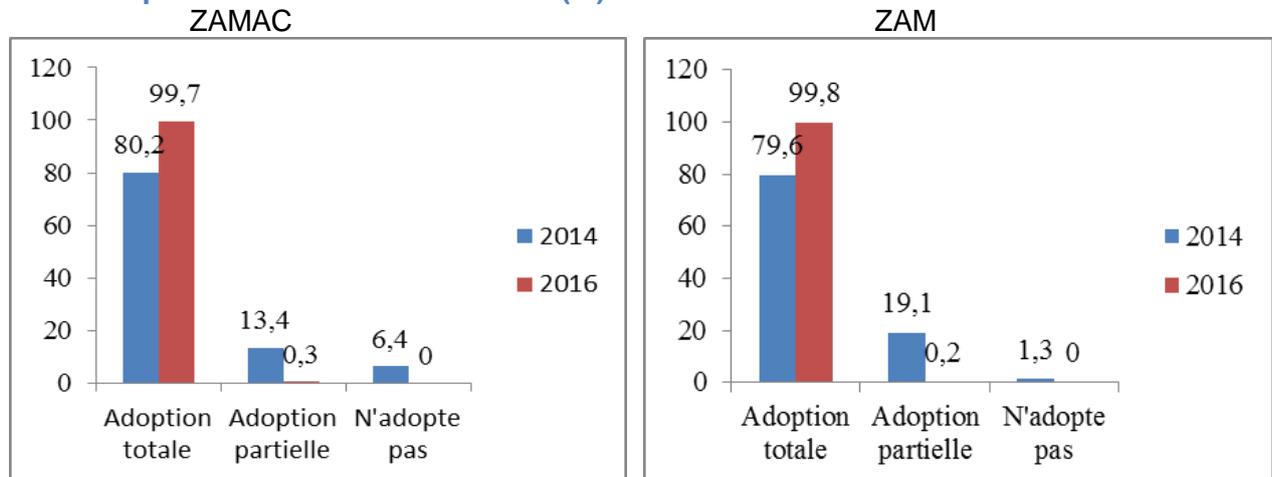
110. L'évolution de ceux qui l'adopte entièrement ou partiellement au début du projet et à la fin du projet se présente comme suit Figure 38 : Evolution d'adoption de «Eau potable ou traitement de l'eau pour la rendre plus sûre à boire» 2014-2016 (%)



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

On constate donc une nette amélioration de l'adoption de cette pratique avec une augmentation de **19,6** points. L'adoption en totalité de cette pratique est sensiblement identique dans les zones où on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire que dans les zones où il n'y a que de la communication médiatique avec respectivement 99,8% et 99,7%.

Figure 39 : Evolution de la pratique de «Eau potable ou traitement de l'eau pour la rendre plus sûre à boire » 2014-2016 (%) selon les zones

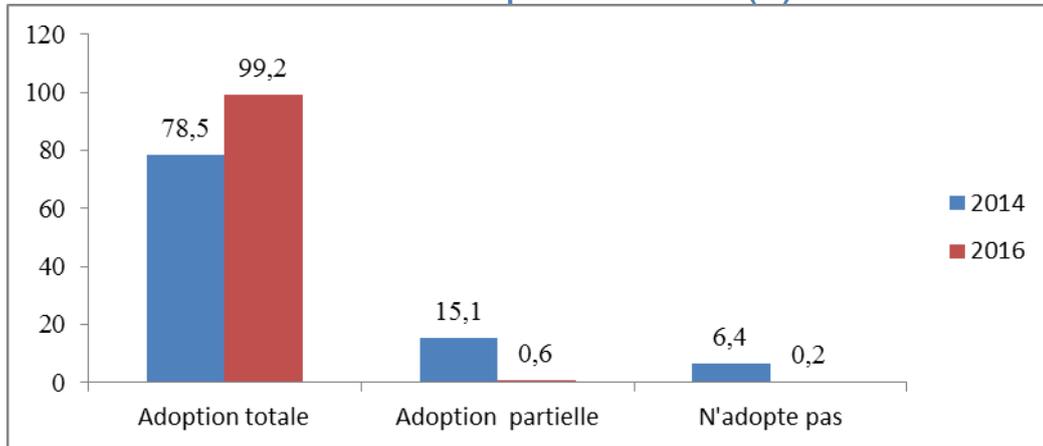


Source : Evaluation 2016 et propres calculs

111. Pour la PFE : « *Lavage des mains avec du savon ou du cendre aux moments critiques* »
- Pour les trois régions, les émissions radiophoniques produites et diffusées pour ce thème sont de trente-huit (**38**), tandis que les thèmes de dialogue communautaire sont de six (**6**).
 - Grâce à ces actions de communication, le pourcentage des cibles qui ont entendu parler de cette pratique est de **72%** dans les zones touchées aussi bien par les actions médiatiques que les actions communautaires contre **60%** dans les zones qui ne sont touchées que par les actions médiatiques.

- c. L'analyse HICDARM pour cette pratique met à l'évidence que **80%** de la population cible des ZAMAC **qui ont entendu parler de cette pratique** soit 77% de l'ensemble de la population cible, adoptent des actions immédiates pour la pratiquer.
112. L'évolution de ceux qui l'adopte entièrement ou partiellement au début du projet et à la fin du projet se présente comme suit.

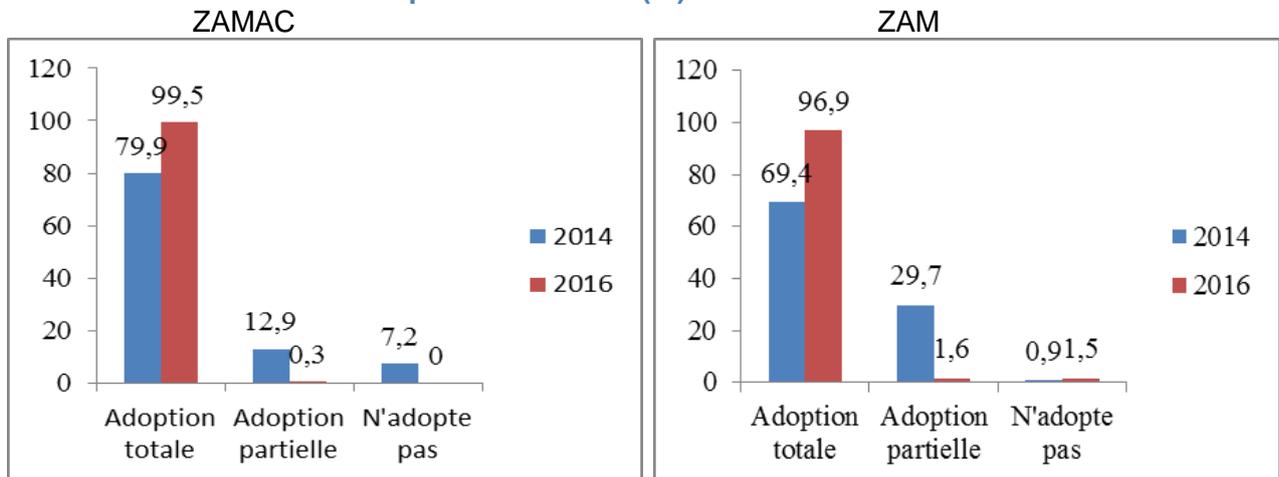
Figure 40 : Evolution d'adoption de «Lavage des mains avec du savon ou du cendre aux moments critiques » 2014-2016 (%)



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

On constate donc une nette amélioration de l'adoption de cette pratique avec une augmentation de **20,7** points. L'adoption en totalité de cette pratique est moins visible avec 96,9% dans les zones où on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire contre 99,5% dans les zones où il n'y a que de la communication médiatique.

Figure 41 : Evolution de la pratique de «Lavage des mains avec du savon ou du cendre aux moments critiques» 2014-2016 (%) selon les zones

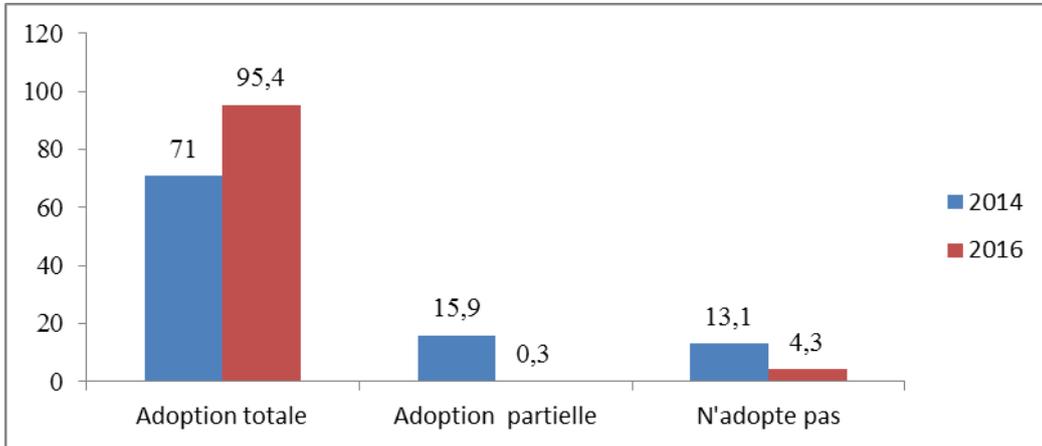


Source : Evaluation 2016 et propres calculs

113. Pour la PFE : « Construction et utilisation de latrines à la maison »
- Pour les trois régions, les émissions radiophoniques produites et diffusées pour ce thème sont de soixante-dix-sept (**77**), tandis que les thèmes de dialogue communautaire sont de vingt-cinq (**25**).
 - Grâce à ces actions de communication, le pourcentage des cibles qui ont entendu parler de cette pratique est de **77%** dans les zones touchées aussi bien par les actions médiatiques que les actions communautaires contre **59%** dans les zones qui ne sont touchées que par les actions médiatiques.

- c. L'analyse HICDARM pour cette pratique met à l'évidence que **92%** des cibles qui ont entendu parler de cette pratique adoptent des actions immédiates pour la pratiquer.
114. L'évolution de ceux qui l'adoptent entièrement ou partiellement au début du projet et à la fin du projet se présente comme suit.

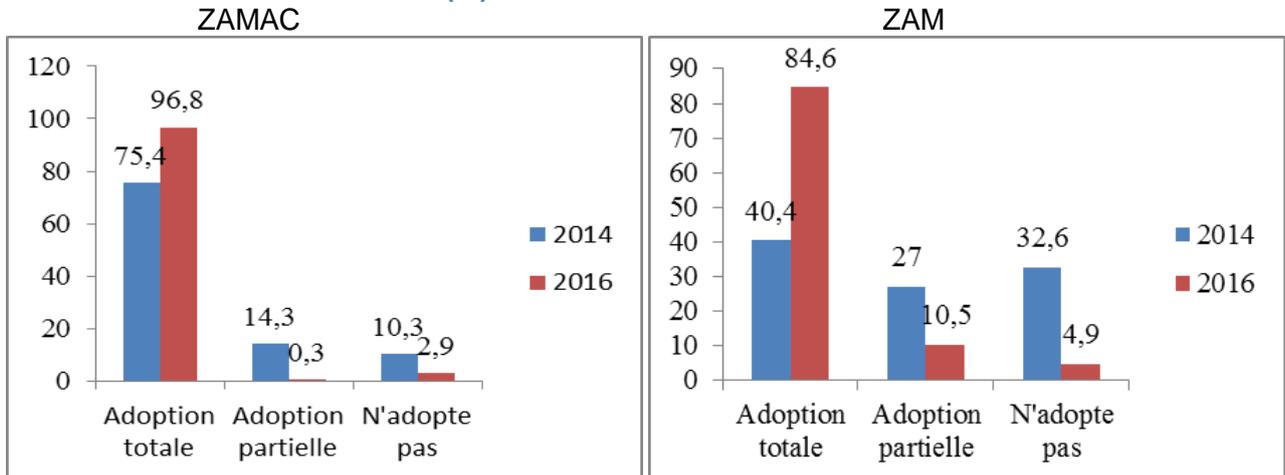
Figure 42 : Evolution d'adoption de «Construction et utilisation de latrines à la maison » 2014-2016 (%)



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

On constate donc une nette amélioration de l'adoption de cette pratique avec une augmentation de **24,4** points. L'adoption en totalité de cette pratique est moins visible avec 84,6% dans les zones où on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire contre 96,8% dans les zones où il n'y a que de la communication médiatique.

Figure 43 : Evolution de la pratique de «Construction et utilisation de latrines à la maison » 2014-2016 (%) selon les zones



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

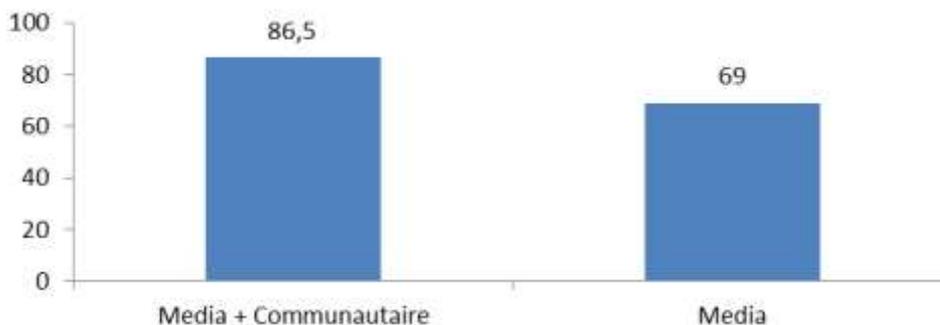
115. Comme dans le secteur de la Santé, les valeurs ajoutées de la communication communautaire sont moins visibles dans ce secteur EAH.

116. C'est le secteur qui a connu le fort taux de changement de comportement car c'est aussi le secteur qui connaît de nombreuses activités en parallèle aux activités réalisées dans le cadre de ce projet ; que ce soit des activités de sensibilisation pour un changement de comportement que des activités de mise en place d'infrastructures (adduction d'eau et/ ou de latrine publique et/ou lavoir public).
117. Pour les animateurs médiatiques ou communautaires, il est plus facile de démontrer et de faire apprécier les effets négatifs de la défécation à l'air libre ou la consommation d'eau non potable dans la vie quotidienne.
118. Spécialement pour l'utilisation de latrine, suite à la sensibilisation, on a pu constater même la construction de latrine pour 2 ou 3 familles. Car, outre la conviction personnelle, la construction de latrine devient « un phénomène de société » que sa non possession devient une « Honte » vis-à-vis de la population.
119. Au niveau régional voire communal, l'existence de plateforme Diorano EAH, qui reste dynamique, favorise l'atteinte des effets escomptés.
120. Au niveau local, l'existence du CLTS ou Community Led Total Sanitation renforce l'effet, grâce à la conscientisation et responsabilisation des citoyens de base en utilisant les mêmes messages clés.

B.4.6. Des aspects transversaux

121. Au niveau global, 86,5% de la population ont entendu au moins un des produits dans les ZAMAC. Tandis que dans les ZAM, la proportion de la population qui a attendu au moins un des produits descend à 69% soit **17,5** points de moins.

Figure 44 : Taux ayant entendu au moins un es produits selon les zones



Source : Evaluation 2016 et propres calculs

122. En moyenne, l'amélioration de l'adoption d'une PFE entre le début du projet et la fin du projet est de **24,69** points avec une valeur maximale de 82,1 points pour la PFE 5 (prise de nourriture appropriée pour les femmes enceintes et allaitantes) dans les zones où on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire ; et une valeur minimale de 12 points pour la PFE 12 (maintien des enfants de 6 à 11 ans pour finir le cycle primaire) dans les zones où on n'a réalisé que de la communication médiatique.
123. Cette augmentation est de 34,67 points pour les zones où on a couplé la communication médiatique et la communication communautaire contre 23,21 points dans les zones où on n'a réalisé que des actions médiatiques. Soit une différence de **11,46** points de valeur ajoutée apportée par la communication communautaire.

124. Faute d'un « *baseline* » ou situation de départ, il est difficile de mieux apprécier l'évolution en termes de changement de comportement. En effet, les valeurs obtenues pour la situation avant-projet restent les résultats de l'enquête rétrospective auprès du public cible ;
125. L'existence de plan média de façon consensuelle a créé un comportement pour une obligation de résultats, aussi bien pour les agents des médias, les agents communautaires que pour le personnel de secteur, au lieu de faire son travail de façon routinière.
126. Grâce à ce projet, les acteurs ont mis en place un nouveau mécanisme de collaboration entre les secteurs et les médias ; mécanisme qui restera fonctionnel même après le départ du projet.
127. Si avant, le « chacun pour soi » ou la « guerre de leadership institutionnel » était le mode de travail, grâce à ce projet, notamment les actions de mobilisation et de coordination entamées par le SFCG, il y a plus de mobilisation et de concertation des acteurs sur les activités de communication sociale.
128. D'autres nouvelles demandes « hors projet » ont été constatées, que ce soit au niveau thématique (secteur tourisme pour l'intégration du tourisme sexuel) que géographique (demande d'animation émanant des autres communes/Fokontany non touchés).
129. Malgré l'inexistence de partage des procès-verbaux, les réunions périodiques ont permis aux acteurs de s'échanger et de partager les besoins, les contraintes et les bonnes pratiques sur le plan professionnel. Elles ont aussi amélioré la relation interpersonnelle de ces acteurs même si les représentants des secteurs à ces réunions ont changé fréquemment ;
130. Faute d'une clarification des rôles de chaque acteur, le projet a été considéré par certains responsables comme un projet de SFCG. Cette mauvaise interprétation n'a pas permis à une réelle appropriation de tous les acteurs des enjeux et des objectifs du projet.
131. Les renforcements de compétence (les formations) délivrés au niveau des responsables du MCRI n'ont pas eu d'effets immédiatement ressentis dans la mise en œuvre du projet.

CONCLUSION PARTIELLE 4 :

Les effets du projet sont importants dans la mesure où, en général, plus de 90% de **ceux qui ont entendu parler** d'une PFE l'adopte entièrement. Ce taux a connu une augmentation en moyenne de 24,65 points entre le début et la fin du projet. En général, outre dans le secteur de la santé et la nutrition, le couplage entre les activités médiatiques et communautaires a impacté plus au niveau des effets. Toutefois, ceux qui ont entendu les PFE par le biais du projet sont très disparates entre les secteurs. (cf. en annexe tableau 38)

Par ailleurs, le dynamisme du secteur a contribué beaucoup dans l'atteinte des effets voulus au niveau des effets

Enfin, le mécanisme de concertation et de discussion via une plateforme régionale a permis d'harmoniser les interventions et la mobilisation des acteurs.

B.5. DURABILITE

132. En une année de sensibilisation, il est difficile voire impossible d'apprécier les effets d'un projet, notamment le changement de comportement pour un « maintien voire le renforcement » des effets déjà constatés. D'ailleurs le maintien ou renforcement de ces effets est fonction de l'environnement externe (politique, social, économique, technologique, ...) que les acteurs risquent de ne pas maîtriser.

133. La durabilité des activités de coordination est fonction de la capacité de leadership du Ministère en charge de la communication. Au niveau local, l'opérationnalisation du CLIC ou comité local intersectoriel de communication a facilité la collaboration entre les médias et les secteurs. Ce comité est appelé à s'auto-animer mais ne doit pas dépendre de l'existence d'un projet de financement.
134. La durabilité des réunions périodiques est fonction de la volonté et des besoins des acteurs pour des activités de coordination, d'échanges et de partage. Actuellement, l'existence de réunions dirigées par les représentants de l'Etat (Préfet ou Chef de district) avec les Structures Techniques Déconcentrées ainsi que la réunion des Structures Locales de Concertation au niveau des Collectivités Territoriales Décentralisées (Région ou Commune) devrait constituer un espace permettant de discuter entre autre cet aspect de communication sociale. A titre d'illustration, durant les réunions de la Structure Locale de Concertation dans la région d'Analanjirofo, les responsables des secteurs touchés par le projet, membres de la SLC, ont pu discuter, entre autre, de la capitalisation des acquis de cette expérience commune.
135. La durabilité des activités de communication médiatiques et animations communautaires est fonction de la motivation et la performance des animateurs. Actuellement, ils ont reçu des renforcements de capacités sur les thématiques des PFE et sur les techniques d'autoproduction et/ou d'animation ; des compétences qui devraient leur permettre de continuer leurs activités au-delà du projet. Par contre, sans une relation gagnant/gagnant, l'effectivité des activités au-delà du projet reste incertaine. Cette relation gagnant/gagnant n'est pas forcément basée sur des aspects financiers.
136. La durabilité de l'approche intégrée est surtout fonction de la volonté des secteurs de collaborer dans une telle approche. Jusqu'à maintenant, l'initiative de cette approche émane de l'UNICEF mais non pas d'une initiative endogène. Pourtant, les responsables des secteurs au niveau régional affirment être favorables à cette approche tout en indiquant leur dépendance aux décisions des responsables au niveau central.

CONCLUSION PARTIELLE 5 :

La durabilité des effets est fonction de plusieurs facteurs, entre autre :

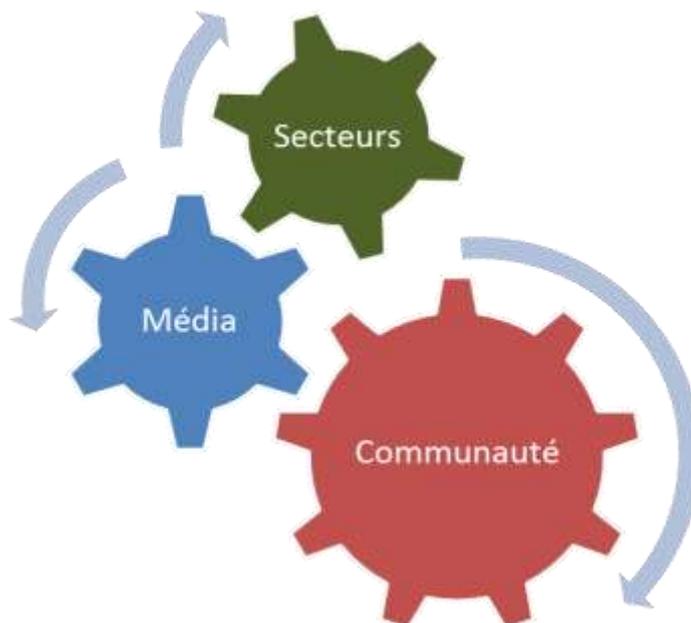
- la capacité de leadership du MCRI, l'opérationnalisation du CLIC favorise cette harmonisation,
- les activités de coordination, d'échanges et de partage entre les acteurs. L'existence de la SLC devrait apporter une valeur ajoutée à ce facteur,
- la motivation et la performance des animateurs médiatiques et communautaires. L'installation d'une relation gagnant/gagnant entre les acteurs devrait y contribuer.
- la volonté des secteurs pour une approche intégrée. Une volonté prononcée par les responsables sectoriels au niveau régional mais nécessitant la volonté de ceux au niveau central.

C- CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

C.1. CONCLUSION GENERALE ET LECONS APPRISES

C.1.1. Niveau stratégique

137. L'efficacité du projet repose sur la qualité des relations entre trois entités :



- a. Les secteurs ont apporté le contenu pour chaque action de communication. Ils ont mis en place également d'autres mesures d'accompagnement pour un réel changement de comportement des cibles, entre autre
 - i. Les autres supports de communication comme les dépliants, flyers, banderoles, ...
 - ii. Les infrastructures de service de base
 - iii. ...
 - b. Les médias ont assuré la diffusion des émissions radiophoniques en autoproduction ou pré produites. Ils ont assuré aussi, grâce à des animateurs d'antenne préalablement formés, les émissions interactives permettant aux auditeurs de participer à la discussion.
 - c. Acteur et cible des actions de communication, la communauté locale, outre le fait de choisir les animateurs communautaires, a participé activement dans les débats et discussion durant toutes les activités d'animation communautaire.
138. L'efficacité du projet est obtenue aussi grâce à un nouveau mécanisme de relation de travail entre les différents acteurs que ce soit au niveau de la région que des districts. Ce mécanisme est basé sur la mise en œuvre de la plateforme régionale, même informelle mais opérationnelle, avec une implication effective des premiers responsables.
139. L'élaboration et la mise en œuvre d'un plan média concerté et faisant l'objet d'un suivi a contribué aussi dans l'atteinte des objectifs du projet ; un plan média qui devient un levier pour une obligation de résultat.
140. L'efficacité du projet est aussi en grande partie atteint grâce au recours aux services et compétences du SFCG qui, d'une part, a pu mobiliser tous les acteurs ; mobilisation qui fait défaut avant le projet. D'autre part, le SFCG a apporté ses compétences dans le domaine de la communication sociale ; compétences et expériences qui méritent d'être capitalisées par les acteurs locaux. Toujours est-il que le transfert de compétence censé réaliser au niveau du MCRI n'a pas été réalisé de façon à avoir des changements immédiats.

C.1.2. Niveau programmatique

141. L'inexistence de « baseline » n'a pas permis de mieux apprécier les impacts réels du projet ;
142. L'adoption d'une stratégie d'encerclement en combinant la communication médiatique et l'animation communautaire constitue une des bases de l'efficacité du projet. En effet, si le premier est un média de masse à fort taux de pénétration, le deuxième reste une approche de proximité par excellence.
143. Par contre, l'analyse du modèle socio-écologique considérant les théories de changement de la C4D a montré que malgré les réalisations au niveau de la communication pour le changement social et la communication pour le changement de comportement, il manquait dans ce projet de démontrer les liens des activités liées à la mobilisation sociale et au plaidoyer menées au niveau central en faveur de l'amélioration de l'environnement cadre nécessaire au réel développement au niveau local ;
144. L'adaptation et l'harmonisation des approches aux contextes locaux en considérant le dialecte, l'analyse des problèmes et des besoins avant chaque intervention communautaire, ont permis l'appropriation des cibles aux messages véhiculés.
145. La diversification des outils utilisés que ce soit pour la communication radiophonique (émission interactive, chanson, théâtre radiophonique, spots, ...) que l'animation communautaire (groupe d'écoute, dialogue communautaire, théâtre participatif, ...) a permis de toucher plus de cible selon leurs centres d'intérêts respectifs.
146. Au-delà des zones d'intervention, la duplication et la distribution des supports de communication utilisés, notamment le théâtre radiophonique « Aina an-doharano », ont permis de créer l'effet « tâche d'huile » aux communes/Fokontany autour.

C.2. RECOMMANDATIONS

Compte tenu des résultats du projet notamment en termes d'efficacité et d'efficience, les recommandations suivantes sont proposées.

C.2.1. Sur les aspects stratégiques, institutionnels et organisationnels

A l'endroit de l'UNICEF

147. Maintenir l'approche intégrée adoptée dans le cadre du projet actuel dans la mesure, d'une part, où elle a permis à un territoire donné (ici c'est la Région) d'appliquer les principes d'AAH ou Alignement, Appropriation et Harmonisation. D'autre part, une approche intégrée apporte une vision systémique, participative et harmonisée du changement social, une des finalités des actions de C4D ;
148. Maintenant que cette phase d'expérimentation de l'approche est à termes, la durée de mise en œuvre des autres projets C4D devrait être plus importante. En effet, un changement de comportement ne pourrait pas être constaté et maintenu sur une courte durée ;
149. Dans un premier temps, continuer la collaboration avec une Organisation Internationale dans la mise en œuvre du projet tout en garantissant que ce dernier assure un transfert de compétence, soit à un Assistant Technique Régional affecté à la Direction Régionale de la Communication, soit à une ONG locale qui va collaborer directement avec ladite Direction Régionale ;
150. Intégrer dans le cadre de la collaboration de l'UNICEF/UNFPA avec les secteurs la mise en place et/ou l'implication active dans la plateforme régionale de Communication, un espace de concertation, d'élaboration et de suivi du plan média avec une gestion axée sur les résultats ;

A l'endroit des autres acteurs

151. Pour respecter la logique institutionnelle, il est à recommander à tous les acteurs d'accepter le rôle et de renforcer les capacités de leadership du MCRI dans la coordination des activités de communication médiatique et d'animation communautaire ;
152. Même sans l'existence d'un projet de promotion d'une approche intégrée, dynamiser la plateforme en organisant des rencontres périodiques sous le leadership du MCRI ;
153. Assurer la participation des acteurs de communication sociale dans la Structure Locale de Concertation des Collectivités Territoriales Décentralisées stipulée dans la loi organique n°2014/018 sur la décentralisation pour l'élaboration et la mise en œuvre des plans de développement territorial et/ou sectoriel intégrant l'aspect communication sociale ;
154. Mettre en place un système de capitalisation et d'échange de bonnes pratiques entre les territoires et les professions.

C.2.2. Sur l'aspect programmatique

A l'endroit de l'UNICEF, dans le cadre de la mise en œuvre de la C4D,

155. Débuter un projet par une étude de base (baseline) pour permettre de réaliser une évaluation d'impacts ;
156. Maintenir la stratégie d'encerclement en combinant la communication médiatique et l'animation communautaire avec une mise à l'échelle de l'expérience de ce projet dans d'autres régions, districts ; communes et Fokontany ;
157. Renforcer les activités de communication dans les trois niveaux de la C4D (individuel, interpersonnel et communauté) par l'intégration des activités aux deux niveaux supra (organisationnel et politique/environnement cadre), c'est-à-dire, intégrer les aspects de la mobilisation sociale et du plaidoyer dans le projet ;
158. Adapter et coordonner le plan média avec les autres actions en parallèle des secteurs, comme :
 - a. la production de supports graphiques ou audiovisuels ;
 - b. les autres activités de sensibilisation ;
 - c. la construction ou la réhabilitation des infrastructures de services de base.

A l'endroit des autres acteurs, notamment les secteurs

159. Améliorer dans la mesure du possible l'accessibilité et la qualité des services de base des secteurs.
160. Mettre en place un système de suivi et d'assurance qualité des activités opérationnelles, notamment le respect des contextes locaux (dialecte local, analyse des besoins, ...).

C.2.3. Sur l'aspect renforcement des capacités

A l'endroit de l'UNICEF, dans la mise en œuvre de la C4D,

161. S'assurer que le transfert de compétence entre l'Organisation internationale de mise en œuvre et le système national se fasse dans les meilleures de condition sans tomber dans la « substitution » des rôles ;
162. Délivrer des formations en techniques de communication sociale et mobilisation communautaire aux responsables en charge de la communication des secteurs au niveau des régions et/ou des districts pour qu'ils puissent participer pleinement dans le pilotage des actions réalisées en faveur de leur secteur.
163. Après une évaluation de la motivation et de la performance des Agents Communautaires, organiser périodiquement des séances de recyclage à leur endroit.

164. Pour assurer la qualité de service et leur réelle motivation, doter les agents communautaires et les stations de radio en matériels plus professionnels et plus performants que possible.

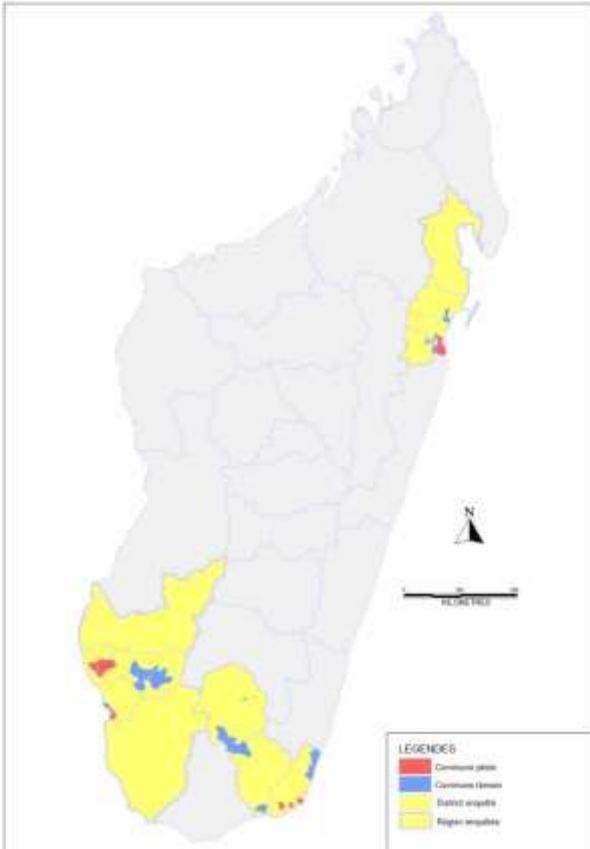
A l'endroit des autres acteurs

165. Elaboration des guides techniques « sectoriels » à l'endroit des producteurs et d'animateurs d'émission. Ce guide va permettre à ces acteurs de mieux comprendre les enjeux du secteur et d'avoir les éléments basiques de réponse durant les émissions interactives.

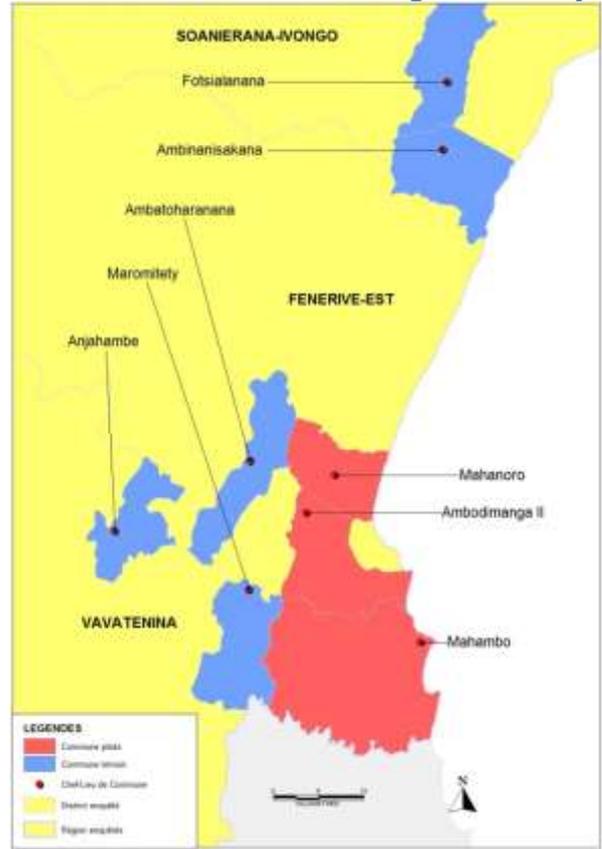
ANNEXES

Annexe 1 : MAP

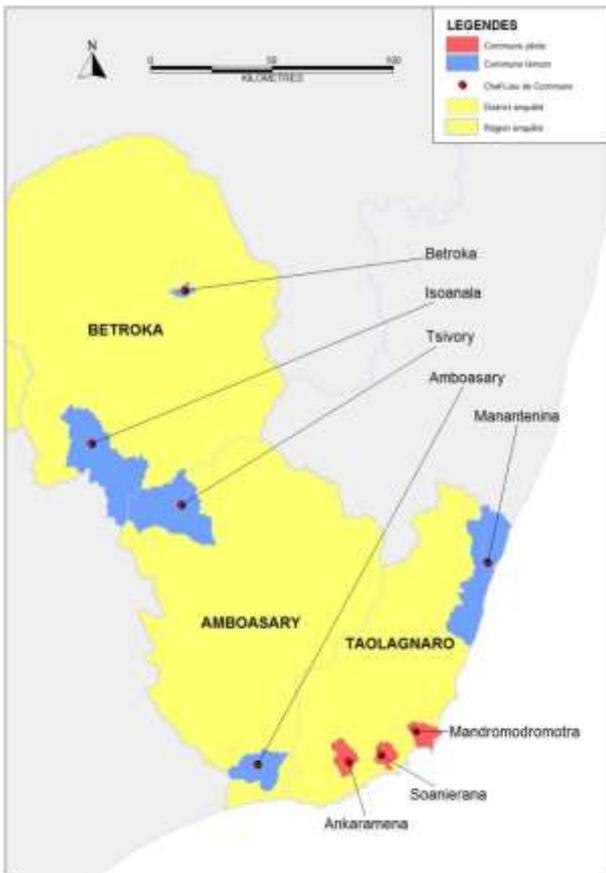
Carte 1 : Zones d'évaluation des PFE



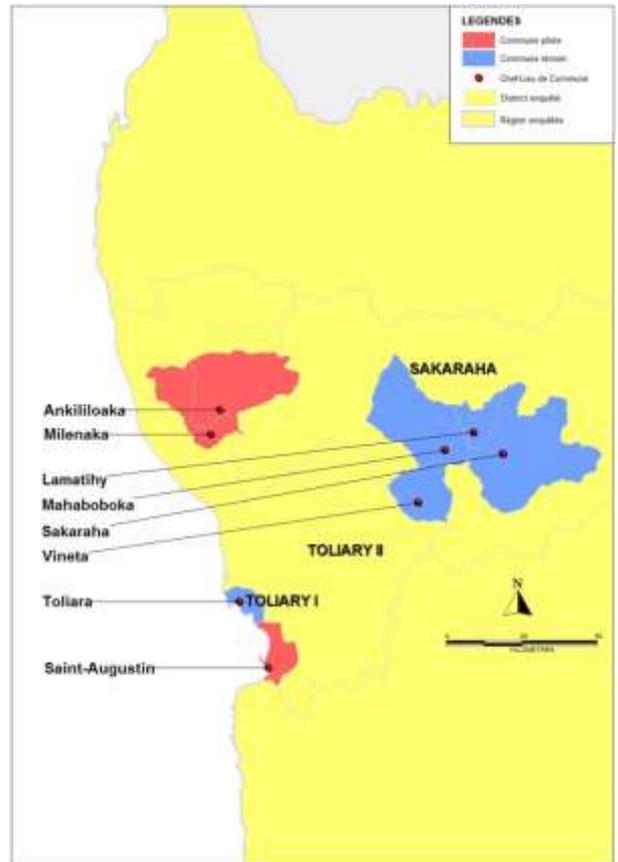
Carte 2 : PFE Région Analanjirofo



Carte 3 : PFE Région Anosy Andrefana



Carte 4 : PFE Région Atsimo



Annexe 2 : Termes de Référence

1. Contexte du projet

Dans le cadre de l'amélioration de la situation des enfants à Madagascar, le Gouvernement Malagasy, avec l'appui de l'UNICEF, d'UNFPA et des organisations de la société civile a élaboré des plans de communication nationaux visant à atteindre des résultats comportementaux en faveur des Droits de l'Enfant. Le Ministère de la Communication de l'Information et des Relations avec les Institutions (MCRI) est le chef de file transversal de la mise en œuvre des interventions de communication visant à atteindre ces objectifs comportementaux. Il travaille pour cela en étroite collaboration avec d'autres Ministères transversaux (Jeunesse et Sports, Culture) et sectoriels (Santé, Education Nationale, Eau, Population, etc.).

Dans ce cadre, l'UNICEF et l'UNFPA ont établi un accord de partenariat avec l'ONG internationale Search for Common Ground (SFCG) pour une intervention visant à augmenter d'une manière intégrée, efficace et durable la connaissance des parents, tuteurs et d'autres adultes qui portent une influence dans leurs communautés dans les régions Anosy, Atsimo Andrefana et Analanjirifo. L'intervention s'appuie sur la promotion de 14 pratiques spécifiques communément appelées Pratiques Familiales Essentielles (PFE)¹⁰ :

- a. Les femmes enceintes et allaitantes prennent une nourriture appropriée
- b. Les femmes enceintes font les 4 consultations prénatales
- c. Les mères des enfants de 0 à 6 mois sont pratiquent l'initiation précoce à l'allaitement maternel et allaitent leurs enfants de façon exclusive
- d. Les mères des enfants et les responsables d'enfants de 0 à 23 mois emmènent leur enfants se faire vacciner selon le calendrier vaccinal
- e. Les mères des enfants de 6 à 23 mois donnent une alimentation variée, équilibrée et suffisante à leurs enfants
- f. Les parents et tuteurs des enfants de 6 à 11 ans envoient leurs enfants à l'école primaire
- g. Les parents et tuteurs des enfants de 6 à 11 ans maintiennent leurs enfants à l'école pour finir le cycle primaire
- h. Les parents et les tuteurs des enfants de 0 à 18 ans adoptent des comportements non-violents et protecteurs envers leurs enfants pour qu'ils soient préservés de la violence
- i. Les parents et les tuteurs des enfants de 10 à 18 ans font en sorte que leurs enfants ne soient pas mariés avant l'âge de 18 ans
- j. Les membres du ménage se lavent les mains avec du savon/cendre aux moments critiques
- k. Les ménages construisent et utilisent des latrines à la maison
- l. Les ménages boivent de l'eau potable en utilisant une source sûre ou en traitant l'eau venant des sources douteuses
- m. Les ménages boivent de l'eau potable en utilisant une source sûre ou en traitant l'eau venant des sources douteuses
- n. Les femmes utilisent des méthodes de planification familiale

¹⁰ Correspondant aux 12 Pratiques Familiales Essentielles (PFE) de l'UNICEF auxquelles s'ajoutent deux pratiques spécifiques à l'UNFPA.

2. Objectifs

Objectif spécifique du projet :

Augmenter la connaissance, l'attitude et les pratiques sur les 14 pratiques familiales essentielles clés parmi les parents et tuteurs des enfants entre 0 et 18 et les adultes d'influence dans leurs communautés dans les zones d'interventions.

Objectifs et portée de l'évaluation

Le projet actuel se termine en fin Mars 2016 et l'UNICEF Madagascar, l'UNFPA et le SFCG souhaitent effectuer une évaluation à la fois formative et sommative du projet par un évaluateur externe. Cette évaluation permettra à l'UNICEF d'apprécier la contribution du projet dans les objectifs de son programme pays et d'améliorer les composantes PFE dudit programme en fournissant une bonne compréhension des facteurs de succès, des risques et des limites.

Pour le SFCG particulièrement, les résultats de seront utilisées pour améliorer les interventions médiatiques et de mobilisation communautaire dans tous les projets mis en œuvre par SFCG à Madagascar. Par ailleurs, les résultats de cette évaluation externe serviront aussi de base d'apprentissage pour l'organisation plus large, à travers le département ILT (Institutional Learning Team) et les résultats seront partagé sur le site-web de DM&E For Peace (<http://dmeformepeace.org/>).

Tableau 3 : Indicateurs de résultats

Objectifs généraux			
Contribuer à l'amélioration de la situation des enfants à Madagascar			
Objectifs spécifiques		Indicateurs	
	Augmenter la connaissance sur les 14 pratiques familiales clés parmi les parents et tuteurs des enfants entre 0 et 18 et les adultes d'influence dans leurs communautés dans les régions d' Anosy, Analanjirifo et Atsimo-Andrefana		Echelle HICDARM sur les changements d'attitudes % de parents ou tuteurs des enfants de 0 à 18 ans qui connaissent au moins 3 des 12 pratiques clés % d'adultes d'influence qui connaissent au moins 3 des 12 pratiques clés
Résultats attendus		Indicateurs	
1	Les Directions Régionales de la Communication et les Délégués de Communication de districts ciblés développent et suivent un plan de communication pour la promotion des droits de l'enfant adaptés au contexte de leur région	1.1	Qualité et étendue des données gérées sur les PFE
		1.2	Nombre de responsables clés au niveau des Ministères, des Directions Régionales/au niveau des Districts ayant la capacité renforcée sur les stratégies C4D pour la promotion des PFE
		1.3	# de stratégies C4D mises en œuvre
2	Les radios locaux et les acteurs communautaires ciblés mettent en œuvre des activités de communication pour la promotion des droits de l'enfant coordonnées, participatives et bien adaptées	2.1	Nombre de stations radio favorisant la participation et l'expression des enfants et des adolescents sur les PFE
		2.2	Nombre des communes qui ont menées des dialogues communautaires pour la promotion d'au moins 6 PFE dans les régions cibles
		2.3	Nombre de radios communautaires qui diffusent des émissions pour la promotion de 6 PFE au minimum

Evaluation finale « Promotion des pratiques familiales clés à travers des stratégies régionales de communication intégrée pour la survie, le développement, la scolarisation et la protection des enfants » dans les régions Analanjirifo, Anosy et Atsimo Andrefana de Madagascar

	à leur région	2. 4	% de la population des 3 régions touchées par la campagne
		2. 5	% de la population des 3 régions touchés par les événements communautaires

3. Résultats attendus :

- 1.1. Les Directions Régionales de la Communication et les Délégués de Communication de régions cibles développent et suivent un plan de communication pour la promotion des droits de l'enfant adaptés au contexte de leur région ;
- 2.1. Les radios locaux et les acteurs communautaires ciblés mettent en œuvre des activités de communication pour la promotion des pratiques familiales clés liées aux droits de l'enfant coordonnées, participatives et bien adaptées à leur région afin de toucher au moins 60% de la population des régions Anosy, Analanjirofo et Atsimo Andrefana;

4. Stratégies de mise en œuvre et principaux acteurs

Sur une période de 18 mois passée (Août 2014 à Mars 2016), SFCG a coordonné la mise en œuvre d'une campagne médiatique de masse dans les trois régions cibles visant à promouvoir les 14 pratiques familiales essentielles clefs. La campagne est mise en œuvre à trois niveaux de façon coordonnée :

- Au niveau régional : Les *Directions de Développement Régionales et Directions Régionales de la Communication* réviseront des plans de communication régionaux (un par région), avec la collaboration des *Délégués au niveau des districts*, des *services régionaux compétant* (services de santé, d'éducation, etc.), des *représentants de la société civile et des médias*. SFCG a produit un feuilleton radiophonique ainsi qu'une série de spots radiophoniques et des chansons délivrant des messages clés promouvant les droits de l'enfant.
- Au niveau des districts : Une fois les trois plans de communication conçus, ils ont été mis en œuvre par les *médias partenaires au niveau de chaque district* ayant une couverture médiatique à travers la production et la diffusion d'émissions radiophoniques portant sur les thématiques identifiées au niveau régional. Les radios également diffusé la campagne produite par SFCG. Les stations de radio partenaires ont été sélectionnées parmi les 170 radios ayant signé un Protocole d'Accord avec le Ministère de la Communication pour s'engager à promouvoir les droits de l'enfant. Les *délégués du Ministère de la Communication* au niveau des districts ont travaillé en étroite collaboration avec les radios locales pour le suivi de la mise en œuvre des plans.
- Au niveau communautaire : SFCG et ses partenaires locaux ont mené des activités communautaires dans un district par région, ce district étant choisi comme district pilote. Ces activités ont été menées en partenariat avec des *leaders locaux* permettant de renforcer la campagne médiatique et de favoriser un dialogue participatif sur les thématiques abordées au cours de la campagne. Les districts pilotes sont sélectionnés sur la base de certains critères (inclusion dans la cartographie de l'UNICEF, accessibilité, présence de station de radio avec bonne capacités de production, présence d'associations de base actives). Cette activité a été menée par des *acteurs communautaires* tels que les Agents Communautaires et/ou des *Moniteurs Consultants*.

A travers cette stratégie, le projet vise l'appropriation locale de la campagne par les institutions malgaches à travers les Directions Régionales du Ministère de la Communication et les Délégués au niveau des districts. Le projet entend **s'ancrer et s'appuyer sur ces structures administratives existantes pour le développement et la mise en œuvre des plans de communication régionaux**, et cela afin d'assurer l'appropriation et donc la pérennité du projet.

La stratégie adoptée vise également à renforcer la capacité des acteurs locaux impliqués dans la mise en œuvre des plans de communication. SFCG a facilité des formations pour ces acteurs pour renforcer leurs capacités en planification et coordination d'activités de communication et dans les principes de communication Common Ground. Ces principes visent à promouvoir un dialogue ouvert entre toutes les parties, la participation des groupes cibles à la recherche de solutions aux problèmes qu'ils rencontrent, et la promotion de modèles positifs dans la société. La formation a visé également à renforcer les savoir-faire des acteurs locaux en matière de facilitation et de gestion de groupes de discussion facilitant la participation de tous.

Enfin, à travers une stratégie intégrée, combinant une campagne médiatique de masse à différents niveaux et des activités communautaires, le projet vise à promouvoir un changement durable des perceptions et attitudes de la population dans les zones cibles. Les activités communautaires ont vocation de renforcer les messages des productions médiatiques tout en encourageant la participation des membres de la communauté. Ceux-ci sont encouragés à s'exprimer sur le contenu des productions, à partager leurs opinions sur la pertinence des thèmes abordés mais également sur les obstacles à la promotion des droits de l'enfant qu'ils considèrent comme clés et sur les solutions potentielles qu'ils préconisent.

5. Etats des connaissances sur l'intervention

L'UNICEF possède une base de données détaillée dans le cadre de l'étude sur les pratiques socioculturelles et des acteurs d'influence liées à la survie, au développement, à l'éducation et à la protection de l'enfant. Les données fournies offrent une batterie d'informations sur les caractéristiques socio-économiques et sur les attitudes et pratiques en relation avec les PFE. L'échantillon étant représentatif au niveau de chaque région d'intervention et la collecte et l'analyse des données ont été assurées par l'INSTAT.

L'ONG Search for Common Ground possède les rapports de différentes activités effectués dans le cadre de ce projet. Ces données retracent le déroulement de la mise en œuvre des activités avec les leçons apprises et les défis rencontrés. L'ONG dispose aussi des « factsheet » portant sur les résultats quantitatifs de ces interventions liés aux 5 secteurs touchés par les PFE.

Enfin, avec les parties prenantes au projet et d'une manière participative, trois Ateliers de capitalisation¹¹ ont été menés fin 2015 en vue (i) du partage et capitalisation des acquis et des bonnes pratiques issus du projet PFE avec SFCG au niveau régional, (ii) de la définition des pistes d'actions et des points à améliorer relatifs au projet et (iii) de la réflexion sur la pérennisation du projet. Les rapports de ces ateliers détaillent les réalisations du projet, les défis rencontrés dans la réalisation des activités et rendent compte des bonnes pratiques identifiées durant ces ateliers. Les recommandations identifiées lors de ces ateliers sont également disponibles dans ces rapports.

ZONE D'INTERVENTION

- zone exposée aux activités médias ;
- zones pilotes exposées à la fois aux médias et aux activités communautaires¹² ;
- zone témoin qui ne bénéficie d'aucune activité de l'initiative.

¹¹ Un Atelier de capitalisation pour chaque région d'intervention.

¹² Du fait de leur faible nombre, les trois communes doivent tous être visités

6. METHODOLOGIE

Critères et questions d'évaluation

Les critères d'évaluation sont ceux recommandés par *Les Règles d'évaluation applicables au sein du système des Nations Unies*. Le critère de l'effet sera évalué principalement de manière qualitative en prenant en compte la perception des bénéficiaires et parties prenantes. Ci-dessous quelques propositions de questions d'évaluation liées à chaque critère, classées par ordre de priorité. L'équipe d'évaluation finalisera la liste des questions et sous-questions d'évaluation (précisées et contextualisées) après la réunion de cadrage avec le comité de suivi de l'évaluation, et élaborera une base de jugement et des indicateurs pour chaque question.

Critères	Questions et sous-questions
Pertinence, Cohérence	<p>Dans quelle mesure les approches de SFCG et plus particulièrement les activités pilotes ont été pertinentes pour atteindre les personnes clés pour les PFE ?</p> <p>Dans quelle mesure les personnes ont trouvé que les messages sur les 14 pratiques familiales initiées par SFCG sont utiles et efficaces (par âge, par sexe et par région)</p> <p>Dans quelle mesure l'initiative de ce projet a contribué à l'atteinte des objectifs du programme pays de l'UNICEF (CPAP) ?</p>
Efficience	<p>Le projet a-t-il bien fonctionné, les ressources ont-elles été bien mobilisées ?</p> <p>Dans quelles conditions de qualité, de coût et de délais les résultats escomptés ont-ils été obtenus ?</p>
Efficacité	<p>Quels sont les pratiques familiales qui ont été le plus adoptés par les personnes suite aux interventions de SFCG à promouvoir les pratiques familiales ? Pourquoi ?</p> <p>Dans quelle mesure les parents/tuteurs/adultes d'influence ont démontré de nouvelles connaissances sur les PFE suite à l'initiative de SFCG ?</p> <p>Dans quelle mesure le gouvernement a travers le MRCI et de ses représentations dans les régions ont la capacité de planifier, coordonner, suivre et évaluer des interventions C4D</p> <p>Dans quelle mesure les membres des réseaux communautaires démontrent leur engagement et de nouvelles capacités à promouvoir les 14 PFE ?</p> <p>Dans quelle mesure les radios locales ont pu accroître leur capacité et la qualité de leurs services</p> <p>Quels sont les facteurs interne et externe qui ont affecté le succès des activités et les résultats attendus ?</p>
Cible	<p>Quels sont les cibles des interventions de SFCG dans les communautés pour la promotion des pratiques familiales ?</p> <p>Est-ce qu'il y a des résultats inattendus par le projet, positifs ou négatifs ?</p>
Durabilité	<p>Dans quelle mesure l'initiative PFE initié par SFCG contribue à la pérennisation de la promotion des 14 PFE, notamment en matière de renforcement d'alliance et de coopération entre les acteurs ?</p> <p>Dans quelle mesure l'engagement et les effets des renforcements de capacité des acteurs impliqués peuvent perdurer après le projet</p> <p>Dans quelles mesures les interventions similaires, notamment les interventions pilotes peuvent être financièrement soutenables</p>

Méthodologie de collecte des données

La méthodologie préconisée est mixte en combinant une approche quantitative et une approche qualitative. Par ailleurs, une exploitation optimale des données secondaires est recommandée.

Pour l'approche quantitative, un échantillon représentatif des zones d'intervention, pour les ménages et les radios, est demandé en plus de la nécessité d'avoir un plan de sondage permettant une comparaison entre :

- zone exposée aux activités médias ;
- zones pilotes exposées à la fois aux médias et aux activités communautaires¹³ ;
- zone témoin qui ne bénéficie d'aucune activité de l'initiative.

Particulièrement, la mesure de l'amélioration des CAP au niveau des parents et tuteurs des enfants entre 0 et 18 devra adopter l'échelle HICDARM sur les changements d'attitudes avec une prise en compte des aspects genre.

Pour l'approche qualitative, une combinaison entre analyse documentaire et de données secondaires, entrevue semi-structurée, Focus Groupe et observations directes... est laissée au jugement des évaluateurs. Le choix de la méthodologie de collecte devra être appuyé dans les propositions techniques en considérant les documents disponibles.

¹³ Du fait de leur faible nombre, les trois communes doivent tous être visités

DONNEES DE BASE

Caractéristiques/Informations	Analanjirifo	Anosy	Atsimo Andrefana	Total
ENS OMD 2012-2013				
Population	1,152,600	635,600	1,247,700	3,035,900
Taux de pauvreté	63.5	85.4	80.1	
Possession radio	48.9	25.6	35.4	
Etude socioculturel C4D dans les trois régions				
% Mères d'enfants de moins de 2 ans/femmes enceintes qui écoute habituellement la radio (au moins 1 fois par semaine)	65.0	25.9	19.7	33.4
% Parents/tuteurs d'enfants de 6-18 ans qui écoute habituellement la radio (au moins 1 fois par semaine)	68.6	27.2	30.8	43.5
Activite - Media de Masse				
# Station radio dans les zones	10	6	13	29
# Districts couverts par radio	6	3	7	16
# de diffusions des émissions conçues	246	63	518	827
Activites communautaires				
# Districts pilotes	Fenerive Est	Fort Dauphin	Toliary II	3
# Communes pilotes	Mahanoro Mahambo Ambodimanga II	Milenaka Ankililaoka St Augustin	Mandromondrom otra Soanierana Ankaramena	9
# Acteurs communautaires	44	68	45	157
# Dialogues communautaires	54	54	58	166
# Séances d'écoutes	1,500	146	678	2,324
# Participants aux théâtres participatifs	2,200	1,150	600	3,950

Séquençage de la prestation

Le séquençage dans le tableau ci-dessous est une proposition indicative qui peut être améliorée par le Soumissionnaire dans son offre technique. La colonne de droite indique une durée prévisionnelle pour l'activité et non une quantité d'hommes-jours.

N°	Activité	Durée
1	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Réunion de cadrage avec le comité de suivi de l'évaluation, entretiens individuels avec l'UNICEF, SFCG, et collecte des documents clefs ➤ Revue documentaire et finalisation des questions et sous-questions d'évaluation ➤ Adaptation de la méthodologie d'évaluation, du mode de collecte des données pour chaque question d'évaluation, de l'échantillonnage pour les entretiens et les visites de terrain, et développement des outils de collecte ➤ Elaboration du planning détaillé de la prestation ➤ Rédaction du rapport de démarrage 	08 jours
2	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Collecte des données dans les zones d'intervention : entretiens avec les parties prenantes et les bénéficiaires, observations terrain, ... ➤ Réunion de débriefing au niveau des régions (Compte rendu sur les points saillants) 	12 jours
3	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Traitement et analyse des données collectées, ➤ Rédaction du rapport draft ➤ Présentation du rapport draft au comité et suivi pour feedback ➤ Rédaction du rapport provisoire (intégrant le feedback du comité de suivi et une proposition de plan d'action priorisé pour l'UNICEF et les autres parties prenantes) ➤ Soumission du rapport provisoire au comité de suivi pour commentaire 	10 jours
4	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rédaction du rapport final et d'une présentation PowerPoint intégrant le feedback et le droit de réponse de l'UNICEF et de SFCG ➤ Atelier de présentation de l'évaluation 	05 jours
Durée prévisionnelle = 35 jours		

Chronogramme

La prestation d'évaluation ne doit pas excéder **45 jours calendaires**.

Le Bureau d'études proposera un chronogramme détaillé dans son offre technique, précisant la répartition de tâches entre les membres de l'équipe d'évaluation et le nombre d'hommes-jours de chacun des membres au niveau de chaque activité.

Produits à livrer

1. Rapport de démarrage¹⁴ (au plus tard 1 semaine après la fin de la réunion de cadrage)
2. Rapport de terrain et restitution faisant un compte rendu sur les points saillants des descentes (02 jours après la fin de la collecte)
3. Base de données au format SPSS ou Stata des données collectées (au plus tard 1 semaine après la fin de collecte)
4. Rapport provisoire (au plus tard 2 semaines après la fin de collecte des données)
5. Rapport final en français et restitution avec présentation PowerPoint (au plus tard 1 semaine après la version provisoire)

¹⁴ Détaillant au moins les éléments suivants : la matrice d'évaluation, les outils de collecte des données, les critères de jugement, un plan d'analyse, le plan de sondage et un calendrier détaillé de l'évaluation.

Annexe 3 : Liste des personnes rencontrées et des sites visités

MCRI : Rabenirainy, Directeur de la Communication Rurale
 SFCG : Hohenintsoa Rakotonjatovo, Coordonnateur de projet SFCG

Région Analanjirofo

Zones exposées aux activités médias et activités communautaires

N°	NOM PRENOM	FONCTION	ADRESSE CONTACT
01	Monsieur MARODADY	Directeur de Cabinet	Région Analanjirofo
02	Monsieur RANDRIANIRINA Didier	Directeur Régional de l'Eau	Direction Régionale de l'Eau
03	Madame ZAFINDRADALANA Marie Rita	Chef de Service de la Promotion des Droits et de l'Equité Sociale	Direction Régionale de la Population
04	Monsieur RAJARISON Antoine	Coordonnateur Régional SFCG	Région Analanjirofo
05	Monsieur RANDRIANANAHARY Narcisse	Directeur Radio Forum	Radio Forum Analanjirofo
06	Monsieur RANDRIANARISOA Mandry	Chargé de Programme Nutrition Communication	Office Régionale de la Nutrition Région Analanjirofo
07	Madame TSIMIHAVA Angèle	Adjoint du Chef District, Responsable Appui et Développement	District Fénérive Est
08	Madame Talata Céline	Adjoint Programmation	Circonscription Scolaire CISCO Fénérive Est
09	Docteur ZAFINDRAVAO Volamanitrarivo	Médecin Chef	CSBII Fénérive Est
10	Monsieur KAMI CHAN	Délégué de la Communication en tant que Représentant MRICI	RNM Fénérive Est
		Responsable Radio RNM	RNM Fénérive Est
11	Monsieur RAJERINIAINA Dieudonné	Conseiller Municipal	Commune Rurale Mahanoro
12	Mme Pierrette	Agent SFCG	Commune Rurale Mahanoro
13	Madame RAZANIRISOA Doxie	AC	Commune Rurale Mahanoro
14	Monsieur JEAN Paul Koto	Leader traditionnel	Commune Rurale Mahanoro
15	Monsieur ITSOSANA Clément Evariste	Chef Fokontany	Commune Rurale Mahanoro
16	Monsieur RASITEFANOELA Maneva	Maire	Commune Rurale Ambodimanga II
17	Monsieur CLEMENT Edmond	Leader traditionnel	
18	Mme ZERY Lala	Agent communautaire	Fokontany Ambodimanga II
19	Mme ATSARA Angèle	Agent communautaire	Fokontany Betampona
20	Monsieur RAKOTOJAONA Eloi	Adjoint au Maire	Commune Rurale Mahambo
21	Madame RANDRIANARISOA Lantoniaina	Sage Femmes	CSB I Anjiro

Evaluation finale « Promotion des pratiques familiales clés à travers des stratégies régionales de communication intégrée pour la survie, le développement, la scolarisation et la protection des enfants » dans les régions Analanjirifo, Anosy et Atsimo Andrefana de Madagascar

	Madame RAZAFIARIVELO Ollina		
22	Madame RAZAFIARIVELO Volatsinana	Sage-Femme	CSB II Mahambo
23	Madame TASIVELONA Hortense	AC SFCG	Commune Rurale Mahambo Fokontany Anjiro
24	Madame TARIKA Célestine	Vice-Présidente Fokontany	Commune Rurale Mahambo Fokontany Anjiro
25	Monsieur ITSOSANA Clément Evariste	Président Fokontany	Commune Rurale Mahambo Fokontany Mahambo

Zones exposées aux activités médias

N°	NOM PRENOM	FONCTION	ADRESSE CONTACT
DISTRICT FENERIVE EST			
COMMUNE RURALE AMBATOARANANA			
26	Monsieur RATOANDRO	1 ^{er} Adjoint au Maire	Commune Rurale Ambatoaranana
27	Monsieur DONY Donatien	Président Fokontany Ambodiasina	Commune Rurale Ambatoaranana
28	Madame RAZAFINDRAMARO Deline	AC	Commune Rurale Ambatoaranana
29	Monsieur KALY Sylvain	Leader traditionnel	Commune Rurale Ambatoaranana
DISTRICT VAVATENINA			
30	Monsieur Maeva Crepin	Adjoint Chargé du Développement	District de Vavatenina
31	Monsieur ROALAHY Pierre	Adjoint Programmation	CISCO District de Vavatenina
32	Docteur RAZAFINJANAHARY Rivomamy	Médecin Inspecteur	CSBII District de Vavatenina
33	RANDRIANANTENAINA René Ginaud	Délégué de la Communication en tant que Représentant MRICI	District de Vavatenina
34	Madame RAHANTAMALA	Radio ALPHA	District de Vavatenina
COMMUNE RURALE ANJAHAMBE			
35	Monsieur RASOLO Amédé	1 ^{er} Adjoint au Maire	Commune Rurale Anjahambe
36	Monsieur RANDRIANASY Edmond	AC SFCG	Commune Rurale Anjahambe Fokontany Anjahambe
37	Mme RAZAFINDRATOBY Flamene	AC SFCG	Commune Rurale Anjahambe Fokontany Fotsialanana
38	Monsieur NAJAINA Ferdinand	Leader traditionnel	Commune Rurale Anjahambe
39	Monsieur RASOLO Amede	Président Fokontany	Commune Rurale Anjahambe Fokontany Anjahambe
COMMUNE RURALE MAROMITETY			
40	Monsieur Rakotomalala Lucien	Maire	Commune Rurale Maromitety
41	Madame Françoise	Présidente Association des femmes 8 Mars	Commune Rurale maromitety
42	Madame RAVELOARINOSY Tsinjoso	Sage-femme	CSBII Commune Rurale Maromitety
43	Monsieur TOTO Alphonse	Président Fokontany	Commune Rurale Maromitety
44	Monsieur BARINJAKA Georges	Leader traditionnel	Commune Rurale Maromitety
DISTRICT SOANIERANA IVONGO			

Evaluation finale « Promotion des pratiques familiales clés à travers des stratégies régionales de communication intégrée pour la survie, le développement, la scolarisation et la protection des enfants » dans les régions Analanjirifo, Anosy et Atsimo Andrefana de Madagascar

45	Monsieur INTAINANY Delphin	Adjoint au Maire	Commune Rurale Soanierana Ivongo
46	Monsieur Jaonarivelo	Conseiller pédagogique	CISCO Soanierana Ivongo
47	Docteur KERENA	Médecin Inspecteur CHRD	CHRD Soanierana Ivongo
48	Monsieur MANARIHAVA Marie Paulin	Délégué de la Communication en tant que Représentant du MRCI	District Soanierana Ivongo
		Responsable Radio RNM	District Soanierana Ivongo

COMMUNE RURALE FOTSIALANANA			
49	Monsieur Modeste TIAZARA	1 ^{er} Adjoint au Maire	Commune Rurale Fotsialanana
50	Leader traditionnel Seth Arsène	Président Fokontany	Commune Rurale Fotsialanana
51	Madame RAZAMARO Kalomanga Colette	Secrétaire Administratif d'Arrondissement	Commune Rurale Fotsialanana
52	Madame SOAZETY	AC /ACN	Commune Rurale Fotsialanana
53	Monsieur VASA Camille	Leader traditionnel	Commune Rurale Fotsialanana
COMMUNE RURALE AMBINANISAKANA			
54	Monsieur MARO Noël	1 ^{er} Adjoint au Maire	Commune Rurale Ambinanisakana
55	Monsieur RAKOTONANDRASANA Jean Félix	Président Fokontany Ambinanisakana	Commune Rurale Ambinanisakana
56	Monsieur ROGER Noly	Leader traditionnel	Commune Rurale Ambinanisakana
57	Madame RANIVOARISOA Lilie Elisa	AC Fokontany Ambinanisakana	Commune Rurale Ambinanisakana

Région Anosy

EIA	Noms	Unité/Entité	Fonction	Contact
RADIO et MCRI	Madame Nambininjoro Taitsy	Feon'i Mandrare	Responsable RNM et DelCom Amboasary	0331874391
	Monsieur RAZAFY Fulgence	RFA Betroka	Responsable RNM et DelCom Betroka	0331332120
	Madame Vavinirina Elodiane	Radio EKAR Lafa Fort-Dauphin	Responsable	0342545718
	Monsieur Christian	Radio Josvah Fort-Dauphin	Animateur	
	Monsieur ZO Mamisoa	Radio Fanjiry	Responsable RNM et Responsable Régional MRCI	0348023757
SFCG	Madame Berthe RAHITASOA	SFCG ANOSY	Responsable des activités communautaires	0348161167

Evaluation finale « Promotion des pratiques familiales clés à travers des stratégies régionales de communication intégrée pour la survie, le développement, la scolarisation et la protection des enfants » dans les régions Analanjirifo, Anosy et Atsimo Andrefana de Madagascar

EIA	Noms	Unité/Entité	Fonction	Contact
	Monsieur Jérôme	SFCG Ankaramena	Moniteur	-
	Madame Tsimoka Arifeno	SFCG Mandromondro motra	Moniteur	0344539741 (A rappeler)
	Monsieur Tonny	SFCG Soanierana	Moniteur	(A rappeler)
DIRECTIONS REGIONALES	ABJARANASY Sabine Oliva	MINISTERE POPULATION	Responsable Relations avec les jeunes	0348941529
SERVICES DECONCENTRES	Docteur Anicet	CSB II Isoanala	Medecin	-
	ANDRIAMAMPIONO NA Armand Samuel	CSB II Ankaramena	Infirmier	-
ACTEURS COMMUNAUTAIRES	MIZASOA	Commune Ankaramena	AC Ambolifasy	-
	Association TAMI	Mandromondro motra	Partenaire SFCG	-
AUTORITES LOCALES	MARA André	Commune Ankaramena	Adjoint Chef Fokontany Ambolifasy	-

Atsimo Andrefana

N°	NOMS ET PRENOMS	FONCTIONS	ADRESSES	CONTACTS TEL
1	RASOLOMANANA Adimanana Ruben	Planificateur principal,	DREN AtsimoAndrefana	
2	MARCELLIA	RESPONSABLE	MCRI Atsimo Andrefana	
3	TOAVY JEAN AMBROISE	Secrétaire Administratif	CR Saint Augustin	
4	Perline	ACS	CR Saint Augustin	
5	TSIRAIKA Abotolo	ACS	CR ANKILILOAKA	0331911454
6	Pierre BIA	3em Adjoint au maire	CR VINETA	0332141504
7	JUSTIN	Maire	CR Miary Lamatihy	0338242202
8	RAKOTONDRAVELO Emile	Maire	CR Mahaboboboka	0330196549
9	RASOARIMALALA Andréa Philippine	Responsable Radio Ragnalahy	CR Sakaraha	0338615958
10	IZAIAVY Ifaliako	MCRI et Responsable RNM Sakaraha	CR Sakaraha	0338469049
11	AVIVOATSE Dalmahz	Chef de division de la programmation Cisco Sakaraha	CR Sakaraha	0331315328
12	RABETOANDRAINY Evariste	ACS	CR Milenaka	
13	ZAFIMANDIMBY Tsiroma Natombonanahary	2é adjoint au maire	CR Ankilioaka	
14	JEAN BORIDA	2éAdjoint au mairee	CR Milenaka	0326409760
15	RADISON GILBERT	Sefo FKT Ankiliabo	FKT Anliabo, CR Ankililoaka	0325838282
16	Père José	Responsable Radio Mazava Ankililoaka	CRAnkililoaka	0330547178

Annexe 4 : Liste des documents consultés

La bibliographie consultée comprend :

- Le document de projet
- Les rapports des trois ateliers de capitalisation
- Le rapport quantitatif INSTAT pour l'évaluation socioculturelle
- Les rapports techniques trimestriels
- Les Rapports d'activités du SFCG
- Les Factsheets et les manuels relatifs au C4D.
- Les rapports de recherches formatives

Annexe 5 : Outils d'évaluation

Questionnaire individu

Je me présente : je suis Je viens du Cabinet RADSE et nous sommes en train de mener une enquête dans votre Fokontany en ce moment. Cette enquête rentre dans le cadre de l'évaluation finale de l'intervention « Promotion des pratiques familiales clés à travers des stratégies régionales de communication intégrée pour la survie, le développement, la scolarisation et la protection des enfants ». Cette intervention a promu 14 Pratiques Familiales Essentielles auprès de la population de votre Région à travers les media et des activités communautaires.

Cette enquête se fait sur un échantillon d'individus choisis au hasard pour répondre à quelques questions relatives à l'intervention. Votre Fokontany fait partie de l'échantillon dans lequel ... individus vont être enquêtés. Vous en faites partie. Je voudrais donc vous demander votre disponibilité à participer à cette enquête qui va durer 20 à 30 minutes.

Mais avant tout, je tiens à vous signaler que toutes les informations que vous fournirez resteront strictement confidentielles et la participation à cette enquête est totalement volontaire. La base de données restera en usage interne pour l'évaluation de l'intervention et aucune information individuelle ne sera publiée. J'espère cependant que vous accepterez de participer à cette enquête car votre opinion nous est particulièrement importante.

Avez-vous des questions particulières relatives à l'exercice que l'on est en train de mener ? -> Si OUI répondez. Si NON, veuillez entamer la première section du questionnaire.

SECTION 0 : IDENTIFICATION

Prénom de l'enquêteur :	Code : _ _	Date de l'enquête : _ _ / _ _ / _ _	
Prénom du chef d'équipe :	Code : _ _	Date du contrôle : _ _ / _ _ / _ _	
REGION :	Code : _ _	DISTRICT :	Code : _ _
COMMUNE :	Code : _ _	FOKONTANY :	Code : _ _
Numéro du Ménage _ _	Taille du ménage _ _		
Nom de la personne enquêtée :	Code : _ _		

SECTION 1 : CARACTERISTIQUES DE L'ENQUETE

Q1.1	Sexe Homme Femme	_ _	Q1.2	Age	_ _
Q1.3	Etes-vous mère ou occupez-vous d'un enfant de moins de 2 ans ? Oui Non	_ _	Q1.4	Etes-vous parents ou tuteurs d'un enfant de 0 à 18 ans ? Oui Non	_ _
Q1.5	Ecoutez-vous la radio? Oui Non ALLER A SECTION 2	_ _	Q1.6	Si oui, quelle chaîne radio écoutez-vous le plus? VOIR CODE RADIO DANS LE MANUEL	_ _

SECTION 2 : APPRECIATION DES ACTIVITES DE COMMUNICATION PAR L'APPROCHE 3R

Numéro question		ACT1. Feuilleton « Aina an-doharano »	ACT2. Spots d'accompagnement du feuilleton (prochainement)	ACT3. Autres spots radiophoniques sur les 14 PFE	ACT4. Emissions radiophoniques sur les PFE	ACT5. Chansons sur les PFE	ACT6 : Dialogues Communautaires FIFIFA	ACT7 : Groupes d'écoute « Vondron'nymphaino »	ACT8 : Théâtres participatifs sur les PFE
Q2.1	Avez-vous déjà entendu/suivi le ... ou assisté au ... ? Oui Non → ALLER A SECTION 4	<input type="checkbox"/>							
Q2.2	Où l'avez-vous entendu ? A la radio à la maison A la radio ailleurs Au groupe d'écoute « vondron'ny mpihaino » Dans un point d'écoute (Sono au marché) Au Théâtre Autres	<input type="checkbox"/>							
Q2.3	Est-ce que cela vous a intéressé ? Oui, énormément Oui, un peu Non pas du tout	<input type="checkbox"/>							
Q2.4	Expliquer							
Q2.5	Combien de fois l'avez-vous suivi ou assisté?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>							
Q2.6	Est-ce que vous avez aimé ? Oui, énormément Oui, un peu Non pas du tout	<input type="checkbox"/>							

Q2.7	Qu'est-ce que vous avez aimé ou n'a pas aimé ? 1-Les personnages 3- Le rythme 5- Les animateurs 7- La qualité	2- L'histoire 4- La langue 6- L'organisation 8- Autre	<input type="checkbox"/>							
Q2.8	Quels messages avez-vous retenu ? NUMEROTER LES 3 PREMIERS PFE CITEES		<input type="checkbox"/>							
Q2.9	Est-ce que le message a été facile ou difficile à identifier? Facile Moyennement facile Difficile		<input type="checkbox"/>							
Q2.1 0	Comment vous sentez-vous par rapport aux thèmes traités? Je me sens vraiment concerné Je me sens peu concerné Je ne me sens pas du tout concerné		<input type="checkbox"/>							
Q2.1 1	Vous est-il arrivé de discuter du contenu de ces messages avec quelqu'un d'autres ? Oui Non → ALLER A SECTION 3		<input type="checkbox"/>							
Q2.1 2	Avec qui ? Mari 3- Autres membre de la famille 5- Voisins 7- Autre	2- Enfants 4- Amis 6- Collègues	<input type="checkbox"/>							
Q4.1 4	En général, comment sont leur avis? Plutôt favorable Plutôt défavorable Partagé		<input type="checkbox"/>							

SECTION 3 : APPRECIATION DES PFE SELON L'ECHELLE HICDARM

Numéro question	Pour les PFE que le répondant a entendus à la radio ou lors des activités communautaires	PFE1. Eau potable ou traitement de l'eau pour la rendre plus sure à boire	PFE2. Lavage des mains avec du savon ou du cendre aux moments critiques	PFE3. Construction et utilisation de latrines à la maison	PFE4. Nombre minimal de consultations prénatales durant la grossesse	PFE5. Nourriture appropriée pour femmes enceintes ou allaitantes	PFE6. Planification familiale	PFE7. Vaccination des enfants de moins de 2 ans	PFE8. Initiation à l'allaitement précoce et allaitement exclusif des enfants de moins de 6 mois	PFE9. Alimentation variée, équilibrée et suffisante des enfants de 6 à 23 mois	PFE10. Comportements non-violents et protecteurs envers les enfants pour qu'ils soient préservés de la violence	PFE11. Envoi des enfants de 6 à 11 ans à l'école primaire	PFE12. Maintien des enfants de 6 à 11 ans à l'école pour finir le cycle primaire	PFE13. Alimentation variée, équilibrée et suffisante des enfants de 6 à 11 ans	PFE14. Mariage précoce chez les enfants de moins de 18 ans
Q3.1	Cocher les messages que le répondant a entendus à la radio ou lors des évènements communautaires	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q3.2	Vous êtes-vous renseigné/ avez-vous été informé davantage sur le sujet (type, composition, comment faire, fréquences, avantages et inconvénients, etc.)? Oui Non → ALLER A Q3.4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q3.3	Comment/ Auprès de qui ? Citer les 3 premiers canaux les plus souvent entendus. VOIR CODE SOURCE D'INFORMATION	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Q3.4	Est-ce que le sujet vous a intéressé? Oui Non → ALLER A Q3.6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q3.5	Pourquoi pas ?													
Q3.6	Est-ce que le message/information que vous avez reçu vous a convaincu? Oui Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q3.7	Qu'est-ce qui vous a convaincu ou ne vous a pas convaincu dans les messages ?													
Q3.8	Avez-vous décidé d'adopter ce que vous avez entendu dans l'information/le message reçue? Oui Non → ALLER A Q3.14 Non applicable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q3.9	Comment la décision d'adoption a-t-elle été prise? VOIR CODE DECIDEUR	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q3.10	Avez-vous mis en pratique ce que vous avez entendu dans l'information/le message reçue? Oui, en totalité Oui, partiellement → ALLER A Q3.14 Non → ALLER A Q3.14	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q3.1 1	Qu'est-ce qui vous a empêché de mettre en pratique l'information/le message reçue ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q3.1 2	Quels effets positifs avez-vous constatés après la mise en pratique ?												
Q3.1 3	Quels effets indésirables/involontaires avez-vous constatés après la mise en pratique ?												
Q3.1 4	En 2014 ou avant, aviez-vous déjà adopté de telle pratique? Oui, en totalité Oui, partiellement Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q3.1 5	Dans le futur, comptez-vous toujours poursuivre telle pratique ? Oui Non	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Q3.1 6	Pourquoi?												
CODE SOURCE D'INFORMATION Enseignant/Ecole Agent Communautaires (Santé, Nutrition) Moniteur (consultant) Chef de la communauté/Autorités locales Leaders traditionnels Membre de la famille Radio (précisez si Feuilleton, spot, émission ou chanson) Télévision Centre de santé		CODE DECIDEUR Par moi seul(e) Par moi et mon conjoint/ma conjointe Par mon conjoint/ ma conjointe Par mes parents/tuteurs Par les femmes dans le ménage Par les hommes dans le ménage Autre (précisez)					CODE BLOCAGE Inaccessibilité du produit/des services N'a pas compris ou ne sait pas comment faire Manque de moyens financiers Maladie de la mère Maladie de l'enfant Reprise du travail Pas ou peu de lait Habitue de moi-même Habitue des autres Mari pas d'accord							

Activités communautaires (précisez si dialogues communautaires, groupes d'écoute ou théâtres participatifs) Point d'écoute (= sono au marché) Autre (précisez)		Autre membre de la famille pas d'accord Autre (précisez) Ne sait pas
--	--	--

SECTION 4 : TEST DE CONNAISSANCE RELATIVE AUX PFE

PFE1. Eau potable ou traitement de l'eau pour la rendre plus sûre à boire		PFE2. Lavage des mains avec du savon ou du cendre aux moments critiques	
Q4.1 Quelles sont les sources d'eau sûre à boire ? ENCERCLER LES REPONSES Eau du robinet Eau de Forage à pompe Eau de puits protégé Eau de puits non protégé Eau de source protégée Eau de source non protégée Eau de pluie Impluvium Camion-citerne Eau de surface (rivière, fleuve, mare) Eau en bouteille Autre (précisez) Ne sait pas	Q4.2 Que peut-on faire pour rendre potable l'eau à boire ? ENCERCLER LES REPONSES La faire bouillir Ajouter eau de javel/chlore Ajouter produit « sur eau » La filtrer à travers un linge Utiliser un filtre (sable/composite/etc.) Désinfection solaire La laisser reposer Autre (précisez) Ne sait pas	Q4.3 Quels sont les moments critiques pour se laver les mains ? ENCERCLER LES REPONSES Après la défécation Avant de manger Avant de nourrir l'enfant Avant de donner le sein Avant de préparer à manger Après avoir changé le bébé ou évacué les selles Après avoir mangé Quand elles sont visiblement sales Autre (précisez) Ne sais pas	Q4.4 Répondez par 1. Vrai ou 2. Faux Se laver les mains avec des feuilles permet de garder les mains propres __ Se laver les mains avec de l'eau et du savon permet de garder les mains propres __ Se laver les mains avec des cendres permet de garder les mains propres __
PFE3. Construction et utilisation de latrines à la maison		PFE4. Nombre minimal de consultations prénatales durant la grossesse	
Q4.5 Selon votre connaissance, avoir une latrine exclusivement pour votre ménage est ...? ENCERCLER UNE REPONSE Une nécessité Une option Inutile Autre	Q4.6 Où doit-on jeter les excréments des bébés? ENCERCLER LES REPONSES Dans la rivière Brûler Enterrer / le couvrir Latrines N'importe où Autre	Q4.7a Combien de fois une femme enceinte doit aller faire des consultations prénatales ? __	Q4.8 Qui doit-elle consulter pour les consultations prénatales ? ENCERCLER LES REPONSES Médecin Infirmière, Sage-femme- Accoucheuse traditionnelle Autre Ne sait pas
		Q4.7b A quel stade de la grossesse la première consultation prénatale doit-elle avoir lieu ? (en mois) __	

PFE5. Nourriture appropriée pour femmes enceintes ou allaitantes		PFE6. Planification familiale	
<p>Q4.9 Par rapport à ce qu'elle mange quotidiennement, Une femme enceinte doit-elle manger plus ou moins lors de la grossesse ? ENCERCLER UNE REPONSE</p> <p>Beaucoup moins Un peu moins Même chose Un peu plus Beaucoup plus Ne sait pas</p>	<p>Q4.10 Par rapport à ce qu'elle mange quotidiennement, Une femme enceinte doit-elle manger plus ou moins à l'approche de l'accouchement ? ENCERCLER UNE REPONSE</p> <p>Beaucoup moins Un peu moins Même chose Un peu plus Beaucoup plus Ne sait pas</p>	<p>Q4.11 Citez les méthodes qu'un couple peut utiliser pour retarder ou éviter une grossesse ? ENCERCLER LES REPONSES</p> <p>Stérilisation féminine Stérilisation masculine Pilule DIU Injections Implants Condom masculin Condom féminin</p>	<p>Méthode de l'allaitement maternel et de l'aménorrhée (MAMA) Abstinence périodique Retrait Pilule du lendemain Méthode des jours fixes/collier Ne sait pas</p>
PFE7. Vaccination des enfants de moins de 2 ans		PFE8. Initiation à l'allaitement précoce et allaitement exclusif des enfants de moins de 6 mois	
<p>Q4.12 Quels sont les vaccins qu'un enfant doit faire ? ENCERCLER LES REPONSES</p> <p>BCG POLIO0 POLIO1/ DTC1 POLIO2/ DTC2 POLIO3/ DTC3 Hep b1 Hep b2 Hep b3 ROUGEOLE HIB PCV Ne sait pas</p>	<p>Q4.13 A quel mois la vaccination d'un enfant doit être complète ?</p> <p> _ _ </p>	<p>Q4.14 A quel moment doit-on donner le lait maternel à un bébé qui vient de naître? ENCERCLER UNE REPONSE</p> <p>A moins d'une heure après la naissance Une heure à deux heures après Entre deux heures et 24 heures après Plus de 24 heures après Ne sait pas</p>	<p>Q4.15 Que doit-on donner à manger à un bébé de moins de 6 mois ? ENCERCLER LES REPONSES</p> <p>Du lait maternel D'autre lait D'autre liquide fluide (Eau sucrée, thé, tambavy, jus de fruit, miel ...) D'autre liquide visqueux (ranom-bary,) Des aliments solides (biscuit, riz, purée...) Autre (précisez) Ne sait pas</p>

--	--	--	--

PFE9. Alimentation variée, équilibrée et suffisante des enfants de 6 à 23 mois		PFE10. Comportements non-violents et protecteurs envers les enfants pour qu'ils soient préservés de la violence	
<p>Q4.16 Selon votre connaissance, à quel âge est-il recommandé de donner des aliments complémentaires au bébé ?</p> <p> </p>	<p>Q4.17 Qu'est-ce qu'on doit lui donner?</p> <p>ENCERCLER LES REPONSES</p> <p>Céréales, pain, riz, pâtes, manioc, etc. Haricots, de pois, de lentilles, noix Lait, fromage, yaourt Viande, poulet, poisson Œuf Légumes ou fruits à chair orange Légumes à feuilles vertes ou autres fruits Bouillie (Kobaaina etc.) Autre (précisez)..... Ne sait pas</p>	<p>Q4.18 Quelles formes de violence sur les enfants connaissez-vous?</p> <p>La violence physique La violence émotionnelle/psychologique L'abus sexuel Le travail des enfants Le mariage des enfants Les châtiments corporels Prostitution infantile Autre à préciser..... Ne sait pas</p>	

PFE11. Envoi des enfants de 6 à 11 ans à l'école primaire		PFE12. Maintien des enfants de 6 à 11 ans à l'école pour finir le cycle primaire	
Q4.19 A partir de quel âge, la scolarisation est obligatoire à Madagascar ? _ _	Q4.20 Est-ce qu'un parent a le droit de ne pas envoyer son enfant d'âge scolaire à l'école pour une raison ou une autre ? Oui Non Ne sait pas	Q4.21 Jusqu'à quelle classe est-il obligatoire pour un enfant d'aller à l'école ? _ _	Q4.22?Est-ce qu'un parent a le droit de retirer son enfant d'âge scolaire de l'école pour une raison ou une autre ? Oui Non Ne sait pas
PFE13. Alimentation variée, équilibrée et suffisante des enfants de 6 à 11 ans		PFE14. Mariage précoce chez les enfants de moins de 18 ans	
Q4.23 Combien de fois un enfant de 6 à 11 ans doit-il manger au minimum dans une journée ? _ _	Q4.24 Quelle variété d'aliments doit-il manger en une journée? Céréales, pains, pâtes, tubercules Fruits Légumes Viande, poisson, poulet Légumineuses Produits laitiers Huile Sucre	Q4.25 Quel est l'âge légal du mariage à Madagascar ? _ _	Q4.26 Selon votre connaissance, c'est quoi le mariage précoce ? Union avant 12 ans ? Union avant 15 ans ? Union avant 18 ans ? Union sans bénédiction des parents ? Autres (A préciser)?

FIN DE L'ENQUETE

GUIDE DE DISCUSSION - GDD

G1 : Femmes adultes 18 ans et plus (enceintes et allaitantes, mères d'enfants ou responsables d'enfants de moins de 2 ans, mères ou tuteurs des enfants moins de 18 ans)

G2 : Hommes adultes 18 ans et plus (pères ou tuteurs des enfants moins de 18 ans, autres)

SECTION I : EFFICACITE DE L'INTERVENTION

I.1 Activités médiatiques

I.1.1 Le feuilleton « *Aina an-doharano* »

Q1.1.1.A Avez-vous suivi ? Noter combien et qui ont suivi - Combien et qui n'ont pas suivi.

Région __ __	Numéro de l'équipe:	__ __
District __ __	Nom du Superviseur :
Code commune __ __	Numérogroupe:	__ __
Date:	__ __ / __ __ / __ __ __	Nombre de participants par tranche d'âge	

Q1.1.1.B Quel est votre avis sur le feuilleton ? Trouvez-vous que c'est intéressant ? Avez-vous aimé ? pourquoi avez-vous aimé ou n'avez-vous pas aimé ?

Q1.1.1.C Arrivez-vous à distinguer les messages véhiculés dans le feuilleton ?

Q1.1.1.D Est-ce que vous vous identifiez dans l'histoire racontée dans le feuilleton ?

(Note au modérateur : essayez de faire sortir des histoires pour chaque secteur)

Q1.1.1.E Est-ce que les messages véhiculés dans le feuilleton vous donnent-ils des informations suffisantes pour changer de pratiques ?

Q 1.1.1.F Selon vous, est-ce que le nombre/fréquences de diffusion du feuilleton a été suffisant pour apporter des changements dans votre communauté ? Quel nombre/fréquence suffirait ? Expliquer

1.1.2 Spots d'accompagnement du feuilleton (prochainement)

Q1.1.2.A Avez-vous suivi ? Noter combien et qui ont suivi - Combien et qui n'ont pas suivi.

Q1.1.2.B Quel est votre avis sur le spot d'accompagnement? Trouvez-vous que c'est intéressant ? Avez-vous aimé ? pourquoi avez-vous aimé ou n'avez-vous pas aimé ?

Q1.1.2.C Arrivez-vous à distinguer les messages véhiculés dans le spot d'accompagnement ?

Q1.1.2.D Est-ce que les messages véhiculés dans le spot d'accompagnement vous donnent-ils des informations suffisantes pour changer de pratiques ?

Q1.1.2.E Selon vous, est-ce que le nombre/fréquences de diffusion le spot d'accompagnement a été suffisant pour apporter des changements dans votre communauté ? Quel nombre/ fréquence suffirait ? Expliquer

1.1.3 Autres spots radiophoniques sur les PFE

Q11.3.A Avez-vous suivi ? Noter combien et qui ont suivi - Combien et qui n'ont pas suivi.

Q1.1.3.B Quel est votre avis sur les autres spots? Trouvez-vous que c'est intéressant ? Avez-vous aimé ? pourquoi avez-vous aimé ou n'avez-vous pas aimé ?

Q1.1.3.C Arrivez-vous à distinguer les messages véhiculés dans les autres spots ?
Q1.1.3.D Est-ce que les messages véhiculés dans les autres spots vous donnent-ils des informations suffisantes pour changer de pratiques ?
Q1.1.3.E Selon vous, est-ce que le nombre/fréquences de diffusion les autres spots a été suffisant pour apporter des changements dans votre communauté ? Quel nombre/fréquence suffirait ? Expliquer

1.1.4 Emissions radiophoniques sur les PFE

Q1.1.4.A Avez-vous suivi ? Noter combien et qui ont suivi - Combien et qui n'ont pas suivi.
Q1.1.4.B Citez les noms des émissions radiophoniques sur les PFE que vous avez suivies:
Q1.1.4.C Quel est votre avis sur ces émissions? Trouvez-vous que c'est intéressant ? Avez-vous aimé ? pourquoi avez-vous aimé ou n'avez-vous pas aimé ?
Q1.1.4.D Comment trouvez-vous la participation d'un champion du PFE dans ces émissions ?
Q1.1.4.E Arrivez-vous à distinguer les messages véhiculés dans ces émissions ?
Q1.1.4.F Est-ce que les messages véhiculés dans ces émissions vous donnent-ils des informations suffisantes pour changer de pratiques ?
Q1.1.4.G Selon vous, est-ce que le nombre/fréquences de diffusion le spot d'accompagnement a été suffisant pour apporter des changements dans votre communauté ? Quel nombre/ fréquence suffirait ? Expliquer

1.1.5 Chansons sur les PFE

Q1.1.5.A En avez-vous entendu ? Noter combien et qui ont entendu - Combien et qui n'ont pas entendu :
Q1.1.5.B Citez les titres des chansons sur les PFE que vous avez entendus:
Q1.1.5.C Quel est votre avis sur ces émissions? Trouvez-vous que c'est intéressant ? Avez-vous aimé ? pourquoi avez-vous aimé ou n'avez-vous pas aimé ?
Q1.1.5.D Arrivez-vous à distinguer les messages véhiculés dans ces chansons ?
Q1.1.5.E Est-ce que les messages véhiculés dans ces chansons vous donnent-ils des informations suffisantes pour changer de pratiques ?

1.2 Activités communautaires (dans les 9 communes seulement)

1.2.1 Dialogues Communautaires FIFIFA

Q1.2.1.A Avez-vous assisté? Noter combien et qui ont assisté - Combien et qui n'ont pas assisté :
Q1.2.1.B Quel est votre avis sur ces dialogues ? Trouvez-vous que c'est intéressant ? Avez-vous aimé ? pourquoi avez-vous aimé ou n'avez-vous pas aimé ?
Q1.2.1.C Est-ce que vous venez seul à ces rencontres ou avec d'autres membres de votre famille ? Si oui, pourquoi ? et sinon, pourquoi ?
Q1.2.1.D Arrivez-vous à distinguer les messages véhiculés dans ces dialogues ?
Q1.2.1.E Est-ce que les messages véhiculés dans ces dialogues vous donnent-ils des informations suffisantes pour changer de pratiques ?
Q1.2.1.F Avez-vous partagé les informations que vous avez eues durant ces évènements aux autres membres de votre famille, voisinage, etc. (+ explication)
Q1.2.1.G Comment appréciez-vous l'organisation de ces activités? est-ce qu'il y a des groupes exclus ? Est-ce que les gens participent activement aux discussions? Est-ce que les gens sont assidus ?
Q 1.2.1.H Aimeriez-vous que les animateurs (sexe masculin) conduisent des dialogues communautaires ou des groupes d'écoute pour les hommes et de même pour les femmes ? Pourquoi ?
Q1.2.1.I Est-ce que les thèmes traités sont-ils pertinents par rapport à votre contexte ? (explication)

Q 1.1.1.J Selon vous, est-ce que la fréquence de ces dialogues a été suffisante pour apporter des changements dans votre communauté ? Quelle fréquence suffirait ? Expliquer

Q1.1.1.K Pouvez-vous donner un exemple d'évènement qui vous a le plus marqué ? et le thème qui vous a le plus marqué aussi ? Votre vision ou perception sur un secteur précis a-t-il changé après avoir assisté à cette rencontre ?

1.2.2 Groupes d'écoute « Vondron'ny mpihaino »

Q1.2.1.A Avez-vous assisté? Noter combien et qui ont assisté - Combien et qui n'ont pas assisté :

Q1.2.1.B Quel est votre avis sur ces groupes? Trouvez-vous que c'est intéressant ? Avez-vous aimé ? pourquoi avez-vous aimé ou n'avez-vous pas aimé ?

Q1.2.1.C Est-ce que vous venez seul à ces rencontres ou avec d'autres membres de votre famille ? Si oui, pourquoi ? et sinon, pourquoi ?

Q1.2.1.D Arrivez-vous à distinguer les messages véhiculés dans ces dialogues ?

Q1.2.1.E Est-ce que les messages véhiculés dans ces dialogues vous donnent-ils des informations suffisantes pour changer de pratiques ?

Q1.2.1.F Avez-vous partagé les informations que vous avez attendues durant ces évènements aux autres membres de votre famille, voisinage, etc. (+ explication)

Q1.2.1.G Comment appréciez-vous l'organisation de ces activités? est-ce qu'il y a des groupes exclus ? Est-ce que les gens participent activement aux discussions? Est-ce que les gens sont assidus ?

Q 1.2.1.H Aimeriez-vous que les animateurs (sexe masculin) conduisent des dialogues communautaires ou des groupes d'écoute pour les hommes et de même pour les femmes ? Pourquoi ?

Q1.2.1.I Est-ce que les thèmes traités sont-ils pertinents par rapport à votre contexte ? (explication)

Q 1.1.1.J Selon vous, est-ce que la fréquence de ces discussions a été suffisante pour apporter des changements dans votre communauté ? Quelle fréquence suffirait ? Expliquer

Q1.1.1.K Pouvez-vous donner un exemple d'évènement qui vous a le plus marqué ? et le thème qui vous a le plus marqué aussi ? Votre vision ou perception sur un secteur précis a-t-il changé après avoir assisté à cette rencontre ?

1.2.3 Théâtres participatifs

Q1.2.1.A Avez-vous assisté? Noter combien et qui ont assisté - Combien et qui n'ont pas assisté :

Q1.2.1.B Quel est votre avis sur ces Théâtres ? Trouvez-vous que c'est intéressant ? Avez-vous aimé ? pourquoi avez-vous aimé ou n'avez-vous pas aimé ?

Q1.2.1.C Arrivez-vous à distinguer les messages véhiculés dans ces Théâtres ?

Q1.2.1.D Est-ce que les messages véhiculés dans ces Théâtres vous donnent-ils des informations suffisantes pour changer de pratiques ?

Q1.2.1.E Avez-vous partagé les informations que vous avez eues durant ces Théâtres aux autres membres de votre famille, voisinage, etc. (+ explication)

Q1.2.1.F Est-ce que les thèmes traités sont-ils pertinents par rapport à votre contexte ? (explication)

Q1.1.1.G Selon vous, est-ce que la fréquence de ces Théâtres a été suffisante pour apporter des changements dans votre communauté ? Quelle fréquence suffirait ? Expliquer

Q1.1.1.H Est-ce que vous vous identifiez dans l'histoire racontée dans le Théâtre ?

(Note au modérateur : essayez de faire sortir des histoires pour chaque secteur)

1.2.4 Points d'écoute

Avez-vous été exposé aux points d'écoute (sono diffusant des messages en boucle dans le marché) ? Combien ont entendu et combien n'ont pas entendu ? Combien de fois ils ont entendu ? Est-ce vous pensez que c'est efficace pour attendre beaucoup de gens ? Expliquer

SECTION II : EFFET DE L'INTERVENTION

Q2.1 Quels sont les pratiques familiales qui ont été les plus adoptées par votre communauté suite aux activités de SFCG à promouvoir les pratiques familiales ? Pourquoi ? Donner un exemple concret.
Q2.2 Suite à la mise en application des PFE, quelle leçons vous avez retirés ? avantages et inconvénients.
Q2.3 Les parents/tuteurs/adultes d'influence ont-ils acquis de nouvelles connaissances sur les PFE suite à l'initiative de SFCG ? Expliquer.
Q 2.3 Est-ce que les messages reçus vous ont incité à changer quelque chose dans vos habitudes ? Quels changements avez-vous constatés chez vous ? dans votre entourage ? dans votre communauté ? Préciser à chaque fois quelles catégories ont adopté les changements (les femmes, les hommes, les jeunes filles, les jeunes hommes, ou les enfants).
Q 2.4 Donnez des suggestions pour une plus grande participation/implication des hommes, des femmes aux différentes activités /plus grande écoute des émissions?
Q2.5 A quels obstacles pourrait-on se heurter dans l'adoption des pratiques véhiculées par ces messages : dans l'acceptation, la prise de décision et la pratique ?
Q2.6 Est-ce qu'il y a des résultats inattendus (positifs ou négatifs) suites aux émissions radiophoniques ou aux activités communautaires promu par SFCG ?

SECTION III : PERTINENCE ET PERENISATION DE L'INTERVENTION

Q3.1 Comment des programmes radios et ces activités communautaires ont reflétés les besoins de votre communauté ? ont amélioré les connaissances de la population ?
Q3.2 Comment les programmes radios et les activités communautaires ont reflétés les problématiques locales de votre communauté relatives aux droits des enfants?
Q3.3 Avez-vous trouvez que les programmes radios et les activités communautaires relatifs à ce intervention étaient différents des autres ? Qu'est-ce qui les différencient ?
Q3.4 Compte tenu de l'évolution de la situation dans votre zone, est-il pertinent de poursuivre de tel intervention ? Quelles PFE nécessitent plus de communications ?
Q3.5 Est-ce que des programmes radiophoniques suffisent pour passer ce genre de messages à la population? Pourquoi ?
Q3.6 Est-ce que d'autres activités communautaires telles que les discussions communautaires sont-ils aussi pertinents/nécessaires pour passer des messages relatifs au PFE ?
Q3.7 Quels autres moyens peuvent-être utilisés pour passer de tels messages à la population ?
Q3.8 Afin d'améliorer vos conditions de vie au sein de la famille, avez-vous d'autres besoins en thèmes ? en d'autres appuis en matière de communication ?
Q3.9 Autres remarques et recommandations

Entretien Individuel Approfondi (EIA)

Guide d'entretien avec les responsables radio

Est-ce que les personnes clés ont-elles bien été ciblées par les activités de l'intervention ?

Oui Pourquoi

Non Pourquoi

Est-ce que l'intervention répond aux besoins et aux aspirations de la population ?

Oui Pourquoi

Non Pourquoi

Que pensez-vous des feed-back des auditeurs, répondent-ils bien aux objectifs de l'intervention ?

Oui Pourquoi

Non Pourquoi

Selon eux, les messages ont-ils été bien reçus ? Oui

Non **si Non Passer à la question 5**

Les messages ont-ils été compris ?

Des femmes ? Oui Pourquoi

Non Pourquoi

Des hommes ? Oui Pourquoi

Non Pourquoi

Est-ce que les auditeurs ont trouvé que les messages sur les 14 pratiques familiales initiées par SFCG sont utiles.

Oui Citer au moins trois.....

Non Pourquoi

Quels sont les outils de communication les plus efficaces utilisés par l'intervention et appréciés ?

Emission Radio Oui Pourquoi

Feuilleton Oui Pourquoi

Spot Radio Oui Pourquoi

Chanson Oui Pourquoi

Dans quelle mesure les radios locales ont pu accroître leur capacité et la qualité de leurs services ?

Capacité technique

Moyens matériels

Moyens financiers

Personnel

Couverture

Autre

Quelle est la fréquence des émissions radiophoniques ?

Quel est le nombre d'émissions moyen diffusées sur votre radio par mois?

Selon vous, y a-t-il de changement sur le nombre de vos auditeurs ?

En progression

Stable

En régression

Avez-vous reçu une formation dans le cadre de ce intervention ? Oui si Oui, trouvez-vous utile et efficace ? Oui sinon, Pourquoi

Auriez-vous besoin de plus de formation ? Oui Dans quel domaine.....

Comment appréciez-vous l'appui de SFCG, utilité et efficacité ?

En général Oui Expliquer.....

Sinon à quel niveau

au niveau de la production des émissions Expliquer

au niveau de la diffusion Expliquer

autres Expliquer.....

Comment appréciez-vous l'audience de ces émissions ?

Femme : satisfaisant moyen pas assez

Homme : satisfaisant moyen pas assez

Jeunes filles : satisfaisant moyen pas assez

Jeunes hommes : satisfaisant moyen pas assez

Enfants : satisfaisant moyen pas assez

A ce stade de fin de l'intervention, pensez-vous avoir acquis les outils et connaissances nécessaires pour pouvoir poursuivre ces émissions ? Oui sinon Pourquoi

Comment allez-vous pérenniser vos activités ?

Comment a été votre collaboration avec les délégués ministériels ?

Satisfaisante moyen pas assez

si pas satisfaisante, pourquoi

Est-ce que les réunions mensuelles et trimestrielles ont été pertinentes ?

Utiles et efficaces Expliquer

Non utiles et non efficaces Expliquer

Allez-vous poursuivre ces échanges régulièrement avec les délégués ministériels même après l'intervention ? Oui sinon, Pourquoi

Comment trouvez-vous la collaboration avec SFCG ?

Satisfaisante moyen pas assez

Si pas satisfaisante, pourquoi

En quoi SFCG apporte une valeur ajoutée en termes de communication pour la promotion des droits de l'enfant ? Expliquez votre réponse.....

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP (Ne sait pas)

Dans quelle mesure l'initiative PFE initiée par SFCG contribue à la pérennisation de la promotion des 14 PFE, notamment en matière de renforcement d'alliance et de coopération entre les acteurs ?

Satisfaisante moyen pas assez

Si pas satisfaisante, pourquoi

Quelles ont été les leçons apprises et les recommandations pour la pérennisation de l'intervention, la mise en échelle et pour d'éventuelles interventions similaires ?

.....

Guide d'entretien avec les responsables MCRI au niveau région et district (AC)

Est-ce que les approches de SFCG et plus particulièrement les activités pilotes ont été pertinentes pour atteindre les personnes clés¹⁵ pour les PFE

Un peu moyennement beaucoup pas du tout

NSP Expliquez votre réponse.....

En quoi SFCG apporte une valeur ajoutée en termes de communication pour la promotion des

droits de l'enfant ? Expliquez votre réponse.....

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP

¹⁵ Les membres du réseau de communication

Selon eux, les messages ont-ils été bien reçus ? Oui
Non **si Non Passer à la question 4**
Les messages ont-ils été compris ?
Des femmes ? Oui Pourquoi
Non Pourquoi
Des hommes ? Oui Pourquoi
Non Pourquoi
Quelles formations avez-vous reçu de SFCG ou de ses partenaires locaux ?
.....
Comment avez-vous pu mettre en pratique ces compétences et connaissances reçues ?
.....
Avez-vous augmenté vos connaissances en standard et normes internationales de la communication ? Oui sinon, pourquoi
Pensez-vous qu'ils sont applicables dans votre contexte ? Oui sinon, pourquoi.....
.....
Est-ce que l'intervention vous a aidé à concevoir et mettre en œuvre un plan de communication pour la promotion des droits de l'enfant ? Oui sinon, pourquoi.....
Est-ce que ce plan de communication a été mis en œuvre ? Oui Depuis quand :.....
Avez-vous rencontré des difficultés lors de sa mise en œuvre ? Non , si Oui , quels ont été ces problèmes ?
A ce stade de fin de intervention, comptez-vous poursuivre la mise en œuvre de ce plan de communication ?
Non , pourquoi ;
Si Oui , comment
Avez-vous déjà organisé des réunions trimestrielles de suivi et de planification ?
Oui Combien ||
Sinon, pourquoi.....
Est-ce qu'il a été pertinent d'avoir véhiculé ces messages ?
Par radio : Oui , pourquoi
Par rencontres communautaires : Oui , pourquoi
Si Non proposer d'autres moyens plus efficace
.....
Est-ce que l'approche du genre a été intégrée dans la mise en œuvre de l'intervention ?
Participation de la femme Expliquer.....
Participation de la jeune fille Expliquer.....
Participation de l'homme Expliquer.....
Participation du jeune homme Expliquer.....
Enfant Expliquer.....
Est-ce que les Messages sur l'égalité des sexes en rapport avec les PFE ont été diffusés
Non , Pourquoi
Oui , Expliquer.....
Est-ce que l'intervention a répondu aux besoins de la population ?
Oui , Comment.....
Non , Pourquoi
Quels sont été les forces et opportunités (internes et externes) à l'intervention qui ont affecté la mise en œuvre de l'intervention ?.....
Quels ont été les faiblesses et menaces de la mise en œuvre de l'intervention ?
Technique , Expliquer.....
Financière , Expliquer
Socio-Culturelle Expliquer.....
Accessibilité géographique Expliquer
Avez- vous la capacité technique pour développer et mettre en œuvre un plan de communication pour la promotion des Droits de l'enfant adaptés à leur contexte

Planification , Expliquer

Mise en œuvre , Expliquer

Suivi/évaluation , Expliquer

Coordination , Expliquer

Questions d'évaluation par rapport aux activités du média :

Qualité des messages à travers les outils véhiculés par l'intervention (au nombre de 8) :

Bien assez bien moyennement bien pas bien NSP

Nombre d'émissions mensuel

Couverture des médias Commune Districts Région National

Nombre de journalistes d'animateurs radio formés

Avez-vous remarqué des résultats inattendus par l'intervention, positifs ou négatifs ?

Dans quelle mesure les radios locales ont pu accroître leur capacité et la qualité de leurs services ?

Capacité technique

Moyens matériels

Moyens financiers

Personnel

Couverture

Autre

Quelles ont été les leçons apprises et les recommandations pour la pérennisation de l'intervention, la mise en échelle et pour d'éventuelles interventions similaires ?

.....

Guide d'entretien avec les membres des réseaux communautaires¹⁶

Est-ce que l'intervention C4D portant sur la promotion des PFE répond aux besoins de la population ?

Oui , expliquez.....

Non , pourquoi

Que pensez-vous des feed-back des auditeurs, répondent-ils bien aux objectifs de l'intervention ?

Oui Pourquoi

Non Pourquoi

Dans quelle mesure les activités et les outils de communication utilisés par l'intervention ont été efficaces et appréciés ? (Choisissez 3 des plus intéressants et expliquez leur efficacité.)

Emission Radio

Feuilleton

Spot Radio

Chanson

Théâtre participatif

Dialogue communautaire

Groupe d'écoute

Points d'écoute

Dans quelle mesure les parents/tuteurs/adultes d'influence ont démontré de nouvelles connaissances sur les PFE suite à l'initiative de SFCG?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Avez-vous reçu des formations ?

Oui , Lesquelles

Non

Avez-vous besoin de plus de formation ?

Oui , sur quoi

¹⁶ Au niveau Commune

Non

Vous sentez-vous engagé/ d'avoir acquis les capacités nécessaires pour promouvoir les 14 PFE grâce aux activités ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Est- ce que l'approche du genre a été intégrée dans la mise en œuvre de l'intervention :

Degré de participation de la femme :

Bénéficiaire Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Animatrice communautaire Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Degré de participation de la jeune fille ?

Bénéficiaire Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Animatrice communautaire Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Degré de participation de l'homme :

Bénéficiaire Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Animateur communautaire Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Messages diffusés sur l'égalité des sexes ?

Bénéficiaire Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Animateur communautaire Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Quels sont changements de comportement suite aux interventions de SFCG dans les communautés pour la promotion des pratiques familiales ?

Sur la femme

Sur l'homme

Sur les jeunes hommes

Sur les jeunes filles

Sur les enfants

Est-ce qu'il y a des résultats inattendus par l'intervention, positifs ou négatifs ?

Positifs :

Négatifs :

En quoi SFCG apporte une valeur ajoutée en termes de communication pour la promotion des droits de l'enfant

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Est-ce que le renforcement d'alliance et de coopération entre les acteurs initié par SFCG a-t-il suffisamment contribué à la pérennisation de la promotion des 14 PFE ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Quelles ont été les leçons apprises et les recommandations pour la pérennisation de l'intervention, la mise en échelle et pour d'éventuelles interventions similaires ?

.....
.....
.....

Guide d'entretien avec les responsables du SFCG (central, régional, communale)

Dans quelle mesure les approches de SFCG et plus particulièrement les activités pilotes ont été pertinentes pour atteindre les personnes clés pour les PFE ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Quels sont les 3 outils les plus appréciés ?.....

Dans quelle mesure les auditeurs ont trouvé que les messages sur les 14 pratiques familiales initiées par SFCG sont utiles et efficaces ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

En quoi SFCG apporte une valeur ajoutée en termes de communication pour la promotion des droits de l'enfant ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Dans quelle mesure l'initiative de ce intervention a contribué à l'atteinte des objectifs du programme pays de l'UNICEF (CPAP) ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Quels sont été les forces et opportunités (internes et externes) au intervention qui ont affecté la

mise en œuvre de l'intervention ?.....

Quels ont été les faiblesses et menaces de la mise en œuvre de l'intervention ?

Technique , Expliquer.....

Financière , Expliquer

Socio-Culturelle Expliquer.....

Accessibilité géographique Expliquer

L'intervention a-t-il bien fonctionné, les ressources ont-elles été bien mobilisées ?

Oui si Non , donner les raisons

Dans quelles conditions de qualité, de coût et de délais les résultats escomptés ont-ils été obtenus ?

Lesquels des outils utilisés par SFCG a été les plus rentables ? Expliquer

Quels sont les caractéristiques des Feedbacks des rencontres communautaires ?

Quels sont les évènements communautaires réalisés ?.....

Est-ce qu'il était facile de trouver un partenaire local pour les activités communautaires prévues ? Oui si Non , donner les raisons

Est-ce que le partenaire choisi/existant avait les capacités nécessaires à la réalisation de l'intervention ? Oui si Non , donner les raisons

Est-ce que les messages diffusés par radio et par rencontres communautaires étaient pertinents et efficace ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Quelle est la fréquence des émissions radiophoniques ?

Quel est le nombre d'émissions moyen diffusées sur votre radio partenaire par mois?

Donnez une estimation du nombre d'auditeurs moyen par rapport à la population susceptible d'écouter les émissions (e.g. possédant une radio)?

Auditeurs Population possédant une radio

Pensez-vous que les effets de l'intervention sont plutôt positifs ou plutôt négatifs ? Pourquoi ?

Comment a été la participation des leaders locaux ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Avez-vous tenu compte de la dimension genre dans :

Le recrutement des animateurs communautaires Oui si Non , raison

La participation des hommes et des jeunes hommes dans les activités communautaires Oui si Non , raison

Y-a-t-il des blocages ? si Oui ,A quel niveau, expliquez

Existe-t-il un mécanisme de suivi de la réalisation des indicateurs de réalisation du plan de communication ?

Oui Non , raison

Dans quelle mesure l'engagement et les effets des renforcements de capacité technique des acteurs impliqués peuvent perdurer après l'intervention ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Dans quelles mesures les interventions similaires, notamment les interventions pilotes peuvent être financièrement soutenables ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Quelles ont été les leçons apprises et les recommandations pour la pérennisation de l'intervention, la mise en échelle et pour d'éventuelles interventions similaires ?

Guide d'entretien avec les autorités locales (régions/districts/communes/ Fokontany/ leader traditionnel)

Avez-vous participé à cette intervention ? Oui si Non , pourquoi

A quels niveaux ?

Que pensez-vous de la pertinence et de l'effet de l'intervention au niveau de votre région/commune/Fokontany respectif ?

Oui Expliquer.....

Non , pourquoi

Avez-vous reçu des formations ?

Oui , LesquellesNon

Avez-vous besoin de plus de formation ?

Oui , sur quoi

Non

Quels ont été les bénéfices que vous avez tirés de cette intervention ?

De quelle manière avez-vous pu mettre ces compétences/capacités/connaissances en pratique (donner un exemple)?

Quels ont été les bénéfices que la population a reçus de cette intervention ?.....

Quels sont changement de comportement suite aux interventions de SFCG dans les communautés pour la promotion des pratiques familiales ?

Sur la femme

Sur l'homme

Sur les jeunes hommes

Sur les jeunes filles

Sur les enfants

Si Oui , sur quelles pratiques

Dans quelle mesure les membres des réseaux communautaires démontrent leur engagement et de nouvelles capacités à promouvoir les 14 PFE ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Dans quelle mesure l'approche genre a été intégrée dans la mise en œuvre de l'intervention ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Que pensez-vous de la participation des hommes et des jeunes hommes dans les activités communautaires ?

Y-a-t-il des blocages ?

Oui , Expliquez

Non Pourquoi.....

Est-ce que l'intervention répond aux besoins de la population ?

Si oui, expliquez

Si non , expliquez

En quoi SFCG apporte une valeur ajoutée en termes de communication pour la promotion des droits de l'enfant ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez

Y-a-t-il des blocages à la mise en œuvre de l'intervention ?

Oui , à quel niveau

Non

Quelles sont vos propositions pour lever les blocages ?

Dans quelle mesure l'engagement et les effets des renforcements de capacité technique des acteurs impliqués peuvent perdurer après l'intervention ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP, Expliquez

Est-ce que les autorités locales envisagent d'intégrer la promotion des droits de l'enfant dans leur programme respectif ? Oui , pourquoi Non , raison

Quelles ont été les leçons apprises et les recommandations pour la pérennisation de l'intervention, la mise en échelle et pour d'éventuelles interventions similaires ?

Guide d'entretien à l'endroit des services décentralisés sectoriels et transversaux

Dans quelle mesure les approches de SFCG et plus particulièrement les activités pilotes ont été pertinentes pour atteindre les personnes clés pour les PFE ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez ...

En quoi SFCG apporte une valeur ajoutée en termes de communication pour la promotion des droits de l'enfant ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez ...

Est-ce que les auditeurs ont trouvé que les messages sur les 14 pratiques familiales initiées par SFCG sont utiles.

Oui Citer au moins trois.....

Non Pourquoi

Est-ce que l'intervention répond aux besoins de la population ? Oui si Non , pourquoi

Dans quelle mesure le gouvernement à travers le MCRI et de ses représentations dans les régions ont la capacité de planifier, coordonner, suivre et évaluer des interventions C4D

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez ...

Est-ce qu'il a été pertinent d'avoir véhiculé ces messages par :

Par radio : Oui , pourquoi

Par rencontres communautaires : Oui , pourquoi

Par les deux :

si Non , proposer d'autres moyens plus efficace

Dans quelle mesure les parents/tuteurs/adultes d'influence ont démontré de nouvelles connaissances sur les PFE suite à l'initiative de SFCG?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez ...

Dans quelle mesure les membres des réseaux communautaires démontrent leur engagement et de nouvelles capacités à promouvoir les 14 PFE ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP , Expliquez ...

Quels sont les outils de communication utilisés par l'intervention qui ont été efficaces et appréciés ?

Citer 3 :

Est-ce que l'approche du genre a été intégrée dans la mise en œuvre de l'intervention :

Degré de participation de la femme :

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP

Expliquez

Degré de participation de la jeune fille ?

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP ,

Expliquez

Degré de participation de l'homme :

Un peu moyennement beaucoup pas du tout NSP ,

Expliquez

Quels sont changement de comportement suite aux interventions de SFCG dans les communautés pour la promotion des pratiques familiales ?

Sur la femme

Sur l'homme

Sur les jeunes hommes

Sur les jeunes filles

Sur les enfants

Est-ce que l'intervention répond aux besoins de la population ?

Si oui|__|, expliquer

Si non|__|, expliquer

Est-ce qu'il y a des résultats inattendus par l'intervention, positifs ou négatifs ?

Quelles ont été les leçons apprises et les recommandations pour la pérennisation de l'intervention, la mise en échelle et pour d'éventuelles interventions similaires ?

.....

Guide d'entretien avec les responsables MCRI au niveau central

Est-ce que l'intervention répond aux besoins de la population ? Oui |__|, si Non |__|, pourquoi

En quoi SFCG apporte une valeur ajoutée en termes de communication pour la promotion des droits de l'enfant ?

Dans quelle mesure le gouvernement à travers le MCRI et de ses représentations dans les régions ont la capacité de planifier, coordonner, suivre et évaluer des interventions C4D ?

Dans quelles mesures les interventions similaires, notamment les interventions pilotes peuvent être financièrement soutenables ?

Quelles ont été les leçons apprises et les recommandations pour la pérennisation de l'intervention, la mise en échelle et pour d'éventuelles interventions similaires ?

.....

Guide d'entretien avec les responsables de l'UNICEF

Selon l'approche, les activités et les collaborations initiées par l'UNICEF vis-à-vis des autres partenaires en terme de PFE, certaines questions nécessiteraient d'être posées pour donner des feedback :

Dans quelle mesure l'initiative de ce intervention a contribué à l'atteinte des objectifs/priorités du programme pays de l'UNICEF (CPAP) ?

Pensez-vous que la stratégie transversale adoptée par l'intervention répond au résultat 7 du programme pays «Les droits des enfants et des femmes sont pleinement intégrés et prioritaires dans la programmation sectorielle, la réponse aux urgences et la communication externe » ?

Pensez-vous que les 7 composantes du programme sont bien intégrées dans l'intervention ?

Santé

EAH

Nutrition

Education

Protection

Politique sociale et protection sociale

Intersectorielle incluant les Médias

En cette fin d'intervention, quels sont les facteurs de succès, de risque et des limites de l'intervention que l'UNICEF a identifiée?

Quelles ont été les leçons apprises et les recommandations pour la pérennisation de

l'intervention, la mise en échelle et pour d'éventuelles interventions similaires ?

Annexe 6 : Critères de jugement

Critères de jugement
1- Pertinence et cohérence
CJ.1 Alignement des termes et objectifs de l'intervention à ceux du CPAP.
CJ.2 Alignement des termes et objectifs de l'intervention à ceux du PND.
CJ.3 Pertinence de la promotion des PFE par rapport au niveau de connaissances et d'adoption de telles pratiques dans les régions concernées avant l'intervention.
CJ.4 Existence de consultation de la population et d'approches participatives pour intégrer leur feedback tout au long de l'intervention. (dialogue communautaire)
CJ.5 Pertinence de la campagne de média de masse par rapport au taux de possession (d'écoute) des radios dans les régions d'intervention, au niveau de réceptivité des populations et choix des radios partenaires.
CJ.6 Pertinence de l'approche intégrée dans les communes pilotes incluant les activités communautaires c'est-à-dire l'organisation des dialogues communautaires, des groupes d'écoute, des points d'écoute et des théâtres participatifs.
CJ.7 Pertinence de la redynamisation des Plateformes Régionales de Communication.
CJ.8 Appréciation des messages sur les 14 PFE par les personnes cibles : formats de diffusion utilisés (feuilleton, spots et chansons), langue utilisée, clarté, facilité de compréhension, attirance, intérêt.
CJ.9 Similarité et complémentarité des activités de promotion des PFE de SFCG à ce qui existe ou ce que les autres font déjà à ce sujet.
CJ.10 Ancrage sur les structures existantes.
CJ.11 Différence d'activités que SFCG a réalisées dans le cadre de la promotion des PFE à travers les stratégies C4D par rapport à ce qui existe déjà ou ce que les autres font déjà.
2- Efficience
CJ.12 Pertinence de l'adaptation, mise en œuvre et suivi des plans régionaux de communication dans la promotion des PFE.
CJ.13 Respect du système de suivi-évaluation et de reportage.
CJ.14 Respect du calendrier de paiement.
CJ.15 Clé de répartition des budgets en action directe, fonctionnement, ressources humaines et investissements. (dotation matérielle)
CJ.16 Adéquation de la durée de l'intervention et de chacune de ses phases aux résultats escomptés.
CJ.17 Adéquation des moyens utilisés aux résultats escomptés : effectif du personnel mobilisé, durée de mobilisation des moniteurs sur le terrain, couverture des radios partenaires, fréquences des diffusions, dotations en matériels.
CJ.18 Adéquation des formations reçues et des missions assignées.
CJ.19 Rapport coût-efficacité par outil.
3- Efficacité
CJ.20 Portée de la campagne médiatique : audience, popularité, fidélité, messages retenus.
CJ.21 Réponse des personnes cibles aux messages diffusés : écoute, connaissance, conviction et attitude.
CJ.22 Intensité de discussions de groupe et de séances d'écoutes organisées et portée de messages retenus.
CJ.23 Réponse des personnes cibles aux messages diffusés : assistance, connaissance, conviction et attitude.CJ.23
CJ.24 Nombre de théâtres et points d'écoute réalisés.
CJ.25 Portée des événements communautaires: audience, participation aux théâtres, messages retenus.
CJ.26 Niveau de connaissance des personnes bénéficiaires des communications relatives aux PFE comparé aux non bénéficiaires.

Critères de jugement
CJ.27 Niveau d'adoption des PFE par les personnes bénéficiaires des communications comparé aux non bénéficiaires.
CJ.28 Degré d'adaptation et de mise en œuvre des plans de communication.
CJ.29 Régularité des rapportages de suivi des indicateurs et actions relatifs aux PFE.
CJ.30 Qualité et étendue des données gérées sur les PFE.
CJ.31 Degré d'opérationnalisation des Plateformes Régionales de Communication.
CJ.32 Effectivité de la collaboration des membres des Plateformes CLIC dans la promotion des PFE.
CJ.33 Niveau des capacités techniques et matérielles du MRCI et de ses représentations dans les Régions et Districts à mettre en œuvre les stratégies C4D.
CJ.34 Degré d'engagement des radios locales dans la promotion des PFE.
CJ.35 Niveau des capacités techniques et matérielles des radios locales à produire et diffuser des émissions radiophoniques de qualité sur la promotion des PFE.
CJ.36 Degré d'engagement des réseaux communautaires dans la promotion des PFE
CJ.37 Niveau des capacités techniques et matérielles au niveau des communautés pour promouvoir les PFE.
CJ.38 Facteurs internes positifs et négatifs.
CJ.39 Facteurs externes de succès : Approche SALT.
CJ.40 Blocages : institutionnels, techniques, financières, socio-culturelles.
CJ.41 Degré de changement de comportement individuel : action, re-confirimation et maintien des pratiques.
CJ.42 Degré de changement social.
CJ.43 Contribution à l'atteinte des objectifs de survie, développement, scolarisation et protection des enfants.
CJ.44 Existence de changements inattendus positifs liés à l'intervention.
CJ.45 Existence de changements inattendus négatifs liés à l'intervention.
4- Durabilité
CJ.46 Degré de continuité de la promotion des PFE à travers la coopération entre les acteurs
CJ.47 Degré de continuité des activités au sein du MICRI.
CJ.48 Continuité de production de nouvelles émissions relatives aux PFE par les radios locales.
CJ.49 Continuité de diffusion des émissions existantes relatives aux PFE par les radios locales.
CJ.50 Continuité des activités communautaires depuis mars 2016.
CJ.51 Viabilité financière de telles démarches.
CJ.52 Disponibilité des ressources (financières et humains) au niveau des Ministères (MRCI, Sectoriels, transversaux) pour mener de telle activités dans les autres communes des régions cibles.
CJ.53 Existence de fonds pour des projets similaires à UNICEF ou chez d'autres bailleurs.
5- Aspects transversaux
CJ.54 Respect du genre hommes-femmes en matière d'activités médiatiques et communautaires sur les PFE.
6- Visibilité
CJ.55 Degré de visibilité de l'UNICEF.
CJ.56 Degré de visibilité de SFCG.
CJ.57 Degré de visibilité des partenaires de mise en œuvre.

Annexe 7 : Modes de calcul

Tableau 4 : Coût-efficacité selon les outils de communication : taux d'atteinte comparé aux ressources injectées

Outils de communication	Cout unitaire en milliers de Ariary (1)	Taux d'écoute (2)	% de cibles qui ont retenu 3 messages ou + (3)	Indice d'efficacité = (4) = (2)*(3)	Coût-efficacité = (1)/(4)
Campagne radiophonique					
Spots	33,468	32%	58%	0,1856	180
Chansons	31,976	59%	62%	0,3658	87
Feuilleton	72,834	35%	81%	0,2835	257
Emissions	13,689	45%	66%	0,297	46
Campagne radiophonique	151,967	72%	90%	0,648	235
Activités communautaires					
Groupes d'écoute	38,801	40%	41%	0,164	237
Dialogues communautaires mensuels	18,107	39%	32%	0,1248	145
Theatres participatifs	38,801	21%	49%	0,1029	377
Evènement communautaire (point d'écoute)	25,867	36%	49%	0,1764	147
Activités communautaires	121,576	61%	59%	0,3611	337

Source : Rapport SFCG et propres calculs de l'évaluation

Tableau 5 : Estimation des manques à gagner des radios privées

DESIGNATION	DUREE			PRIX UNITAIRE	MONTANT
	Unité	Quantité par unité	Nombre total		
Emission production locale					
Montage	semaine	1	50	50 000,00	2 500 000,00
Diffusion	semaine	1	50	30 000,00	1 500 000,00
Sketch					-
Montage	unité	4	48	20 000,00	960 000,00
Diffusion	jour	2	600	10 000,00	6 000 000,00
Spot					-
Montage	unité	1	12	15 000,00	180 000,00
Diffusion	semaine	3	150	3 000,00	450 000,00
Chanson matraquage	jour	6	1800	5 000,00	9 000 000,00
TOTAL					20 590 000,00

Source : Radio FORUM de Fénérive-Est

Bibliographie

- Canevas UNICEF Standard
- Analyse de la pauvreté des enfants à Madagascar, UNICEF 2010
- Exclusion scolaire, et moyennes d'inclusion au cycle primaire à Madagascar : UNICEF, 2012.
- ODD 2015
- World Bank, "Republic of Madagascar: Primary Education in Time of Crisis," September 2013
- Plan Stratégique de l'UNFPA pour 2014-2017.pdf.
- CPAP-MG 2015-2019 UNFPA.PDF
- WHO/CDS/CPE/SMT/2002.17 "Communication for Behavioral impact to roll back malaria"
- Rapport technique d'activités SFCG promotion PFE 2ème période (janvier à mai 2015)
- Rapport d'activités SFCG promotion PFE 4ème période (octobre 2015-mars 2016)
- Rapport de l'atelier de capitalisation Région Analanjirifo-Fénérive Est du 19 et 20 novembre 2015
- Rapport de l'atelier de capitalisation Région Anosy-Fort Dauphin Est du 11 et 12 décembre 2015
- Rapport de l'atelier de capitalisation Région Atsimo Andrefana - Tuléar Est du 11 et 12 décembre 2015
- Consolidation de mapping socioculturelles lié à l'éducation dans 03 régions
- Consolidation mapping secteurs santé et EAH – 03 régions

Webiographie

- [pnd-version-finale-16-decembre 2014](#)
- OMD 2015
https://fr.wikipedia.org/wiki/Objectifs_du_mill%C3%A9naire_pour_le_d%C3%A9veloppement
- <https://www.sfcg.org/fr/a-propos-de-nous/>