



**Organisation  
mondiale de la Santé**

**Acceptation et demande des v**  
31 janvier 2021

*Ce modèle de plan de communication est conçu pour donner aux pays une idée générale complétée, avec un plan de communication narratif fournissant des orientations et com fonction du contexte national.*

Catégorie d'activité	Activités (exemples)
<p><b>1. Collecte et exploitation des données :</b> Il faudra aussi prévoir l'examen des données sociales existantes, qui pourraient être des études et enquêtes de Communication du risque et engagement communautaire (CREC) ou des recherches formatives à mener pour cerner la perception du risque de la communauté concernant les vaccins contre la COVID-19, l'acceptation du vaccin, les influenceurs, etc.</p>	<p>1.1 Procédez à une évaluation documentaire des études et enquêtes disponibles (à partir du CREC COVID-19, d'enquêtes portant spécifiquement sur les vaccinations, de recherches formatives, etc.)</p> <p>1.2 Écoute sociale (analyse des perceptions des réseaux sociaux, données provenant des services d'assistance, retours des communautés, etc.)</p> <p>1.3 Élaborez des termes de référence pour charger une agence de recherche des études et enquêtes ; passez un contrat avec l'agence de recherche</p> <p>1.4 Enquêtes : enquêtes quantitatives spécifiques aux vaccins contre la COVID-19</p> <p>1.5 Recherche formative pour collecter des données qualitatives</p>
<p><b>2. Coordination et planification :</b> Les activités de coordination comprennent notamment la réactivation du mécanisme de coordination en place au niveau national et infranational, des activités régulières de plaidoyer, des réunions de communication et de mobilisation sociale (ACSM) sous l'égide du gouvernement pour se pencher sur la stratégie et les plans de communication, les activités, leur ordre de priorité, le suivi des activités et le reporting.</p> <p>Les activités de planification</p>	<p>2.1 Établissez/réactivez le comité chargé du plaidoyer, de la communication et de la mobilisation sociale (ACSM) au niveau national/infranational/du district</p> <p>2.2 Aidez le gouvernement à organiser des réunions régulières de coordination</p> <p>2.3 Renforcez les capacités des membres du comité ACSM pour qu'ils comprennent mieux les aspects clés du vaccin contre la COVID-19</p> <p>2.4 Soutenez l'introduction du vaccin et assurez le suivi des progrès par rapport à la mise en œuvre des plans de communication</p> <p>2.5 Élaborez un plan de communication ou de communication pour le développement</p>

<p>comprennent des recherches visant à aider l'élaboration de la stratégie et du plan global de communication, notamment des objectifs spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporairement définis (SMART), des activités, messages clé et matériels.</p>	2.6 Élaborez un plan de communication de crise
	2.7 Élaborez des messages clés pour des catégories spécifiques de participants
	2.8 Élaborez le matériel de communication correspondant : dépliants, posters, prospectus, brochures
	2.9 Élaborez des FAQ, des messages clés de communication de crise pour les porte-parole
	2.10 Effectuez des tests préliminaires du matériel de communication et finalisez-le
	2.11 Élaborez une stratégie pour les réseaux sociaux
<p><b>3. Mise en œuvre du plan pour les médias :</b> Cela comprendra l'impression et la dissémination des matériels d'information, éducation et communication (IEC), et la dissémination des messages par des campagnes sur les médias et réseaux sociaux. Le budget doit prévoir l'impression du matériel d'IEC, les frais de distribution, les frais de production des messages publics, les frais de diffusion et de stimulation des réseaux sociaux.</p>	3.1 Imprimez et diffusez le matériel d'IEC
	3.2 Élaborez un plan pour les médias, fondé sur des recherches et l'analyse des différents canaux
	3.3 Employez une agence pour élaborer un message public à diffuser à la radio et à la télévision
	3.4 Dissémination des messages par les médias
	3.5 Dissémination des messages par les réseaux sociaux
	3.6 Élaboration de versions préliminaires des communiqués de presse
<p><b>4. Suivi des réseaux sociaux et gestion des informations erronées :</b> Il s'agit ici du suivi régulier, dès le départ, des informations dans les médias et sur les réseaux sociaux, et des réponses rapides pour dissiper les rumeurs ; pour que le public garde confiance dans les vaccins contre la COVID-19, il est essentiel de disséminer des informations correctes.</p>	4.1 Surveillez activement les médias et les réseaux sociaux pour identifier les sentiments anti-vaccins, les fausses informations et les rumeurs erronées
	4.2 Répondez aux rumeurs et <i>fake news</i> en temps réel en envoyant des messages corrects, en demandant à des porte-parole de s'adresser aux médias, etc.
	4.3 Créez des alliances avec le réseau des médias pour répondre rapidement aux sentiments anti-vaccins, aux <i>fake news</i> , etc.
<p><b>5. Communication de crise :</b> Il faudra élaborer des procédures opératoires standardisées (SOP) et des protocoles</p>	5.1 Identifiez des personnes qui pourraient jouer un rôle clé dans l'équipe de communication de base pour les MAPI

<p>pour répondre à toute manifestation postvaccinale indésirable (MAPI), le cas échéant. Il faudra créer une équipe de communication de base pour les MAPI, dont les membres pourraient provenir du comité ACSM ; des SOP doivent être établis pour les procédures d'évaluation des situations et de détermination des mesures requises, les efforts subséquents de suivi de la situation et les communications ultérieures à finaliser</p>	<p>5.2 Élaborez des SOP sur les préparatifs requis avant, pendant et après une crise ; préparez des versions préliminaires de communiqués de presse</p>
<p><b>6. Plaidoyer et engagement des parties prenantes :</b> Cette section peut comprendre des activités, événements et matériels de plaidoyer destinés à renforcer l'adhésion des partenaires et parties prenantes du pays à l'introduction des vaccins contre la COVID-19. Le budget consacré aux événements doit inclure tous les frais correspondant aux orientations destinées aux principales parties prenantes, à l'impression des kits de plaidoyer, au coût des locaux, etc.</p>	<p>5.3 Identifiez et formez des porte-parole au niveau national et infranational</p> <p>5.4 Fournissez aux médias des orientations sur le reporting responsable</p> <p>5.5 Mettez un œuvre un plan de communication de crise en fonction de la situation (qui doit correspondre aux directives de sécurité vaccinale de l'OMS)</p> <p>6.1 Élaborez des kits de plaidoyer avec des imprimés (notamment FAQ, messages clés)</p> <p>6.2 Élaborez un kit spécifique à l'intention des médias</p> <p>6.3 Organisez des réunions de plaidoyer avec des députés</p> <p>6.4 Organisez une introduction au vaccin contre la COVID-19 pour stimuler l'engagement des médias</p> <p>6.5 Plaidoyer auprès des donateurs pour la mobilisation de ressources</p> <p>6.6 Orientations destinées aux associations religieuses</p> <p>6.7 Orientations destinées aux associations de médecins, d'infirmiers et de santé publique et aux établissements de soins à long terme</p>
<p><b>7. Engagement communautaire et mobilisation sociale :</b> Doit comprendre toutes les activités et efforts de mobilisation sociale ciblant les leaders communautaires et groupes de parties prenantes qui transmettront des messages de communication interpersonnelle, distribueront du matériel imprimé et dialogueront avec les communautés de l'introduction des vaccins contre la COVID-19.</p>	<p>7.1 Effectuez un recensement des ONG et organisations à base communautaire opérant dans des communautés mal desservies, y compris celles qui travaillent avec des populations prioritaires, afin d'obtenir une bonne mobilisation sociale</p> <p>7.2 Prévoyez des activités d'engagement communautaire dans les microplans</p> <p>7.3 Organisez des interactions communautaires dans les régions mal desservies, en ciblant particulièrement les populations marginalisées</p> <p>7.4 Orientations à l'intention des leaders communautaires et religieux</p> <p>7.5 Disséminez des posters, dépliants, FAQ</p> <p>7.6 Organisez ou optimisez les manifestations publiques (compétitions sportives, carnivals, musique, séances de cinéma) afin de susciter l'engagement des communautés</p>

<b>8. Renforcement des capacités de communication</b> : Évaluation des besoins en renforcement des capacités et formation correspondante à l'intention du personnel de fourniture de services, du personnel gouvernemental, des institutions et des agents de mobilisation communautaire. Comme il s'agit de l'introduction du vaccin contre la COVID-19, il faut songer à saisir les opportunités de renforcer les capacités dans tous les domaines correspondants de la mise en œuvre de la vaccination de routine	8.1 Formation du personnel gouvernemental et des partenaires concernés à l'introduction des vaccins contre la COVID-19, sécurité vaccinale, communication de crise et planification de la communication pour le développement
	8.2 Formation du personnel de santé en communication interpersonnelle
	8.3 Formation des agents de mobilisation communautaire en engagement communautaire et mobilisation sociale
	8.4 Formation à la communication de crise à l'intention d'une équipe désignée à cet effet au niveau national/provincial/du district
<b>9. Suivi, supervision et évaluation</b> : On prévoira notamment des plans et activités de suivi-évaluation des activités de communication, ainsi que l'élaboration de listes de contrôle de suivi et des sondages rapides pour évaluer l'efficacité des activités de communication, et leur analyse.	9.1 Élaborez des liste de contrôle pour le suivi et la surveillance
	9.2 Prévoyez des questions de suivi dans les outils de suivi du programme global (échantillonnage rapide de convenance, check-list de suivi, évaluation après l'introduction, etc.)
	9.3 Créez un mécanisme de retours de la communauté et servez-vous de ces retours pour améliorer le programme.
	9.4 Engagez une agence pour effectuer un sondage qui mesurera les progrès à l'aide d'indicateurs

© Organisation mondiale de la Santé et le Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF), 2021.

Traduction par Green Ink Publishing Services Ltd. L'OMS et l'UNICEF ne sauraient être tenues pour anglaise et la version française, la version anglaise est considérée comme la version authentique fai

WHO reference number: [WHO/2019-nCoV/vaccination/demand\\_planning/template/2021.1](https://www.who.int/publications/i/item/WHO-2019-nCoV-vaccination-demand_planning-template/2021.1)

## Vaccins contre la COVID-19 : Modèle de plan de communication

de des activités de communication à considérer lorsqu'ils préparent l'introduction des vaccins contre la COVID-19, en tenant compte des objectifs stratégiques, les publics cibles, etc. Les pays peuvent adapter ce modèle au contexte local.

Public cible	Budget ventilé		Budget total (total des contributions)	Calendrier
	Ressources gouvernementales	Contribution des partenaires		
Responsables de programmes				
Fournisseurs de soins, grand public				
Responsables de programmes				
Fournisseurs de soins, leaders communautaires et religieux, influenceurs, personnel de santé				
Personnel de santé, fournisseurs de soins				
Ministère de la santé et partenaires				
Ministère de la santé et partenaires				
Membres d'ACSM				
Personnel de santé, responsables de programmes				
Responsables de projets, partenaires, au niveau national et infranational				

Personnel de santé, membres du comité ACSM				
Personnel de santé en première ligne, population âgée, personnes présentant des comorbidités				
Leaders communautaires et religieux d'une communauté mal desservie				
Décideurs politiques, médias				
Personnel de santé, fournisseurs de soins				
Personnes ayant accès aux réseaux sociaux				
Grand public, mais peut cibler le personnel de santé				
Responsables de programmes				
Grand public, mais peut cibler les fournisseurs de soins, les personnes âgées, le personnel de santé				
Grand public, mais peut cibler les fournisseurs de soins, les personnes âgées, le personnel de santé				
Jeunes, personnel de santé				
Spécialistes				
Partenariats avec le gouvernement				
Ministère de la santé et partenaires				
Ministère de la santé et partenaires				
Responsable du PEV avec comité ACSM				

Comité ACSM				
Spécialistes				
Reporters clés et rédacteurs en chef				
Comité ACSM				
Parties prenantes gouvernementales				
Personnel des médias				
Membre des comités parlementaires de santé				
Médias nationaux et infranationaux				
Donateurs				
Leaders religieux				
Médecins, infirmiers				
Membres d'ACSM				
Établissement de santé responsable, cadres				
Fournisseurs de soins, jeunes des catégories marginalisées				
Leaders communautaires et religieux				
Fournisseurs de soins, jeunes				
Fournisseurs de soins, jeunes				

Équipe de base d'ACSM/communication pour le développement au niveau national et provincial				
Personnel de santé				
Agents de mobilisation communautaire, organisations de la société civile au niveau communautaire				
Membres de l'équipe PEV-ACSM				
Comité ACSM				
Comité ACSM				
Responsables de projet et partenaires				

Certains droits réservés. La présente publication est disponible sous la licence [CC BY-NC-SA 3.0 IGO](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/).

responsable du contenu ou de l'exactitude de la présente traduction. En cas d'incohérence entre la version  
sant foi.









