



Dr Catherine Bertrand-Ferrandis & Valérie Vouligny

Chef de l'unité de communication OIE & Directrice Conseil Agence Life

Elaboration d'un plan de communication dans la lutte contre la rage

Tunis

26 septembre 2017

Chapitre 1

Problème et RGUC de la communication

LE PROBLÈME

Augmenter le nombre de chiens vaccinés à **70%** dans les zones à risque.

Qui est impliqué? .

Chiens de propriétaires .

Chiens errants .

Chiens communautaires .

Autres? .

LE BUT

Si communiquer était aisé, chacun serait en mesure de le faire de façon appropriée

Nous ne disons pas toujours clairement

POURQUOI nous parlons, écrivons
ou faisons une présentation

LE RGUC

- Le résultat ou le changement que vous souhaitez voir advenir par votre démarche de communication
- Le RGUC n'est pas votre message.

Sujet	La résistance antimicrobienne (RAM) s'accroît
Nouvelle information	Le manque d'actions coordonnées et globales pour lutter contre les RAM a empiré la situation.
Changement souhaité	Une action coordonnée, globale qui réduit la RAM dans les 5 prochaines années

Ceci n'est PAS un RGUC : La résistance aux antimicrobiens des microbes affectant les humains s'accroît rapidement.

EXERCICE

- Maintenant que vous avez établi le problème principal dans la lutte contre la rage dans votre pays, établissez votre RGUC.
- Quel changement voulez-vous voir advenir?

RGUC

Propositions

1. Les propriétaires (urbains et ruraux) font vacciner leur chien une fois par année.
2. Les municipalités améliorent la gestion des chiens errants pour diminuer leur nombre et les vacciner contre la rage.
3. Les vétérinaires des services vétérinaires prennent en charge la vaccination des chiens difficiles.
4. Les décideurs investissent les ressources nécessaires à la mise des action de la bonne gestion de la rage en Tunisie.

Chapitre 2

Identification de votre cible

Identification de votre cible

- **Un message qui s'adresse à tout le monde ne s'adresse à personne.**
- **L'élément fondamental de toute communication :** qu'il s'agisse de comportements à modifier, du développement de secteurs d'activité, de zones géographiques, d'âges, de ressources, ou de susciter un engouement : nous devons **définir l'auditoire.**

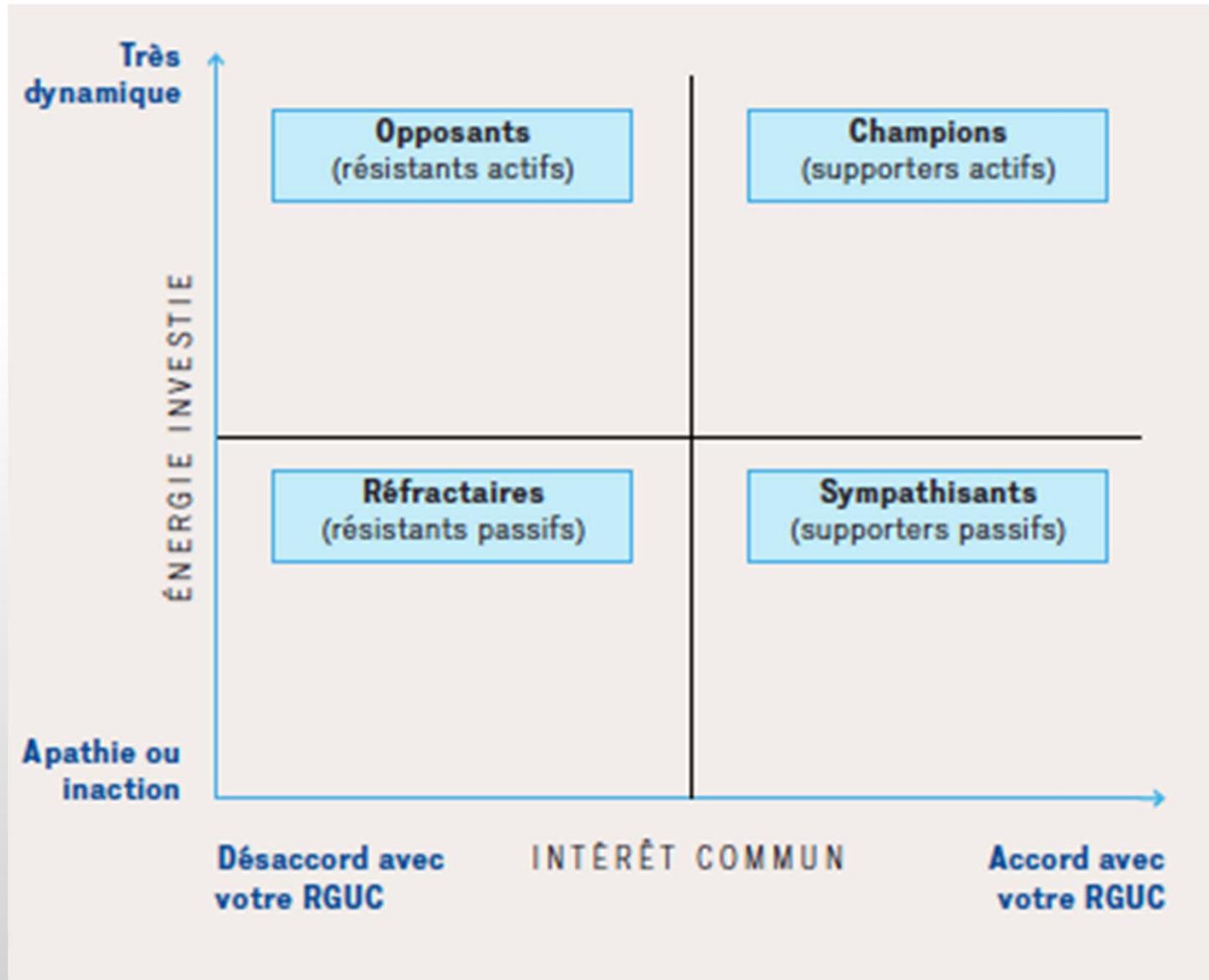


Connaissez votre auditoire,
Comprenez votre cible



**Afin de formuler un message qui aura
le maximum d'impact**

Analyse de l'auditoire



Article

"Mais les chiens ne transmettent pas plus la rage à l'homme que n'importe quel animal à sang chaud comme la chèvre, le chat ou le mouton", nuance Kaouther Ben Jannet. "Il faudrait essayer de trouver une vraie solution pour toutes ces espèces au lieu de tuer des chiens", poursuit cette activiste de la cause animalière qui échange beaucoup avec les autorités sur cette question. »

http://www.huffpostmaghreb.com/2017/09/25/la-tunisie-na-enregistre-_n_18099800.html?ncid=fbklnkfrhpmg00000006

EXERCICE

- Parlez-nous de votre cible
- Age, activités, lieu de résidence, CSP, habitude de vie, secteur d'activité, taille, etc.
- Est-elle connectée ou non?
- Etc...

Chapitre 3

Définissez vos messages

Rappelez-vous, nous communiquons vers des personnes

Que ce soit en face à face ou en communication de masse, gardez toujours en tête les 7C de la communication

1. Capter l'attention
2. Clarifier le message
3. Communiquer les bénéfices
4. Compter sur la cohérence
5. Considérer le cœur et l'esprit
6. Créer la confiance
7. Canaliser vers l'action

Définissez vos messages

- Allez à l'essentiel
- Suscitez la curiosité
- Utilisez des faits et des images provoquant l'émotion



YOU CAN TELL HIM ANYTHING...

... EXCEPT GOODBYE



Being a dog owner requires care and attention throughout its whole life.

It's your responsibility to:

- never abandon your dog,
- identify your dog,
- vaccinate your dog,
- not let your dog roam in the streets,
- not let your dog reproduce freely.

If you encounter difficulties, don't give up!
We can help you find the solution to remain its best friend,
Call XXX XX XXX or connect to www.staytrue.com

 World Organisation for Animal Health - OIE
#staytrue



Définissez vos messages

- Soyez explicites au sujet des bénéfices
- Présentez des arguments cohérents

Ne laissez pas la rage tuer cette image

JOURNÉE MONDIALE CONTRE LA RAGE
28 SEPTEMBRE

Vaccinez les chiens maintenant !

La rage tue près de **60 000 personnes par an**.
En majorité des enfants infectés par une morsure de chien.
En vaccinant les chiens, vous pouvez protéger votre famille et votre communauté.

#Rabies #ZeroBy30

Portail de l'OIE sur la rage : www.oie.int/rage

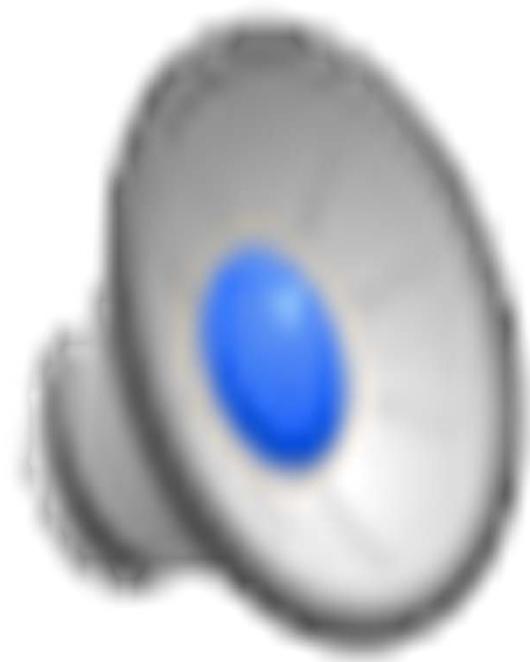


ORGANISATION MONDIALE DE LA SANTÉ ANIMALE

Protéger les animaux. Préserver notre avenir

Définissez vos messages

- Considérer le cœur et la tête
- Créer la confiance
- Faites appel à l'empathie des gens et à la confiance
- Vous aurez de grandes chances d'être entendus, compris et de susciter l'action



Définissez vos messages

- Exprimer clairement les actions à accomplir
- Consultez, faites vacciner votre chien.



EXERCICE

- Définissez vos messages
- Que voulez-vous dire et quelles preuves peuvent appuyer votre discours?

Chapitre 4

Les outils et actions

Actions et outils

Une campagne réussie c'est :

- Le bon message
- Adressé aux bonnes personnes
- Au bon endroit
- Au bon moment

Actions et outils

Maintenant que nous connaissons

- Notre but (le changement souhaité)
- Notre cible (qui ils sont)
- Nos messages clés

Nous pouvons définir comment nous allons transmettre ces messages à notre cible pour les faire changer.



ORGANISATION MONDIALE DE LA SANTÉ ANIMALE
Protéger les animaux, préserver notre avenir

Merci pour votre attention

12, rue de Prony, 75017 Paris, France
www.oie.int
media@oie.int - oie@oie.int

