



# Résistance aux agents antimicrobiens Boîte à outils pour la mobilisation de la jeunesse



Organisation des Nations Unies  
pour l'alimentation  
et l'agriculture



Organisation  
mondiale de la Santé



Organisation mondiale  
de la santé animale



# Résistance aux agents antimicrobiens

## Boîte à outils pour la mobilisation de la jeunesse



Organisation des Nations Unies  
pour l'alimentation  
et l'agriculture



Organisation  
mondiale de la Santé



Organisation mondiale  
de la santé animale

## **Résistance aux agents antimicrobiens : boîte à outils pour la mobilisation de la jeunesse [Antimicrobial resistance toolkit for youth engagement]**

ISBN (OMS) 978-92-4-009959-3 (version électronique)

ISBN (OMS) 978-92-4-009960-9 (version imprimée)

ISBN (FAO) 978-92-5-139213-3

**©Organisation mondiale de la Santé, Organisation des Nations Unies pour l'alimentation, et l'agriculture, Programme des Nations Unies pour l'environnement et Organisation mondiale de la santé animale, 2024**

Certains droits réservés. La présente œuvre est disponible sous la licence Creative Commons Attribution – Pas d'utilisation commerciale – Partage dans les mêmes conditions 3.0 IGO (CC BY-NC-SA 3.0 IGO ; <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/deed.fr>).

Aux termes de cette licence, vous pouvez copier, distribuer et adapter l'œuvre à des fins non commerciales, pour autant que l'œuvre soit citée de manière appropriée, comme il est indiqué ci-dessous. Dans l'utilisation qui sera faite de l'œuvre, quelle qu'elle soit, il ne devra pas être suggéré que l'Organisation mondiale de la Santé (OMS), l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) ou l'Organisation mondiale de la santé animale (OMSA), approuvent une organisation, des produits ou des services particuliers. L'utilisation du logo de l'OMS, de la FAO, du PNUE ou de l'OMSA est interdite. Si vous adaptez cette œuvre, vous êtes tenu de diffuser toute nouvelle œuvre sous la même licence Creative Commons ou sous une licence équivalente. Si vous traduisez cette œuvre, il vous est demandé d'ajouter la clause de non-responsabilité suivante à la citation suggérée : « La présente traduction n'a pas été établie par l'Organisation mondiale de la Santé (OMS), l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) ou l'Organisation mondiale de la santé animale (OMSA). L'OMS, la FAO, le PNUE et l'OMSA ne sauraient être tenues pour responsables du contenu ou de l'exactitude de la présente traduction. L'édition originale anglaise est l'édition authentique qui fait foi ».

Toute médiation relative à un différend survenu dans le cadre de la licence sera menée conformément au Règlement de médiation de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (<https://www.wipo.int/amc/fr/mediation/rules/index.html>).

**Citation suggérée.** Résistance aux agents antimicrobiens : boîte à outils pour la mobilisation de la jeunesse [Antimicrobial resistance toolkit for youth engagement]. Genève, Organisation mondiale de la Santé, Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, Programme des Nations Unies pour l'environnement et Organisation mondiale de la santé animale, 2024. Licence : [CC BY-NC-SA 3.0 IGO](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/).

**Catalogage à la source.** Disponible à l'adresse <https://apps.who.int/iris/?locale-attribute=fr&>.

**Ventes, droits et licences.** Pour acheter les publications de l'OMS, voir <https://www.who.int/publications/book-orders>. Pour soumettre une demande en vue d'un usage commercial ou une demande concernant les droits et licences, voir <http://www.who.int/fr/copyright>.

**Matériel attribué à des tiers.** Si vous souhaitez réutiliser du matériel figurant dans la présente œuvre qui est attribué à un tiers, tel que des tableaux, figures ou images, il vous appartient de déterminer si une permission doit être obtenue pour un tel usage et d'obtenir cette permission du titulaire du droit d'auteur. L'utilisateur s'expose seul au risque de plaintes résultant d'une infraction au droit d'auteur dont est titulaire un tiers sur un élément de la présente œuvre.

**Photographies de l'OMS.** Les photographies de l'OMS sont protégées par le droit d'auteur et ne peuvent être reproduites, sur quelque support que ce soit, sans autorisation écrite préalable. Les demandes de reproduction des photographies de l'OMS doivent être adressées à : <https://www.who.int/about/policies/publishing/permissions>.

**Clause générale de non-responsabilité.** Les appellations employées dans la présente publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'OMS, de la FAO, du PNUE ou de l'OMSA aucune prise de position quant au statut juridique ou à l'état de développement des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. Les traits discontinus formés d'une succession de points sur les cartes représentent des frontières approximatives dont le tracé peut ne pas avoir fait l'objet d'un accord définitif.

La mention de firmes et de produits commerciaux ne signifie pas que ces firmes et ces produits commerciaux sont agréés ou recommandés par l'OMS, la FAO, le PNUE ou l'OMSA, de préférence à d'autres de nature analogue. Sauf erreur ou omission, une majuscule initiale indique qu'il s'agit d'un nom déposé.

L'OMS, la FAO, le PNUE et l'OMSA ont pris toutes les précautions raisonnables pour vérifier les informations contenues dans la présente publication. Toutefois, le matériel publié est diffusé sans aucune garantie, expresse ou implicite. La responsabilité de l'interprétation et de l'utilisation dudit matériel incombe au lecteur. En aucun cas, l'OMS, la FAO, le PNUE et l'OMSA ne sauraient être tenues pour responsables des préjudices subis du fait de son utilisation.

La traduction en français a été réalisée par l'OMSA.

# Table des matières

Remerciements .....	vi
Glossaire .....	vii
<b>1. Introduction</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Guide de cadrage de l'intervention</b> .....	<b>4</b>
<b>3. Planification de la campagne et mobilisation des ressources</b> .....	<b>9</b>
<b>4. Gestion de campagne</b> .....	<b>17</b>
<b>5. Messages</b> .....	<b>19</b>
5.1 Communication narrative .....	23
5.2 Médias sociaux .....	27
5.3 Atelier interactif .....	35
5.4 Mobilisation de la collectivité .....	40
5.5 Politique et plaidoyer .....	45
<b>6. Rapport d'impact</b> .....	<b>53</b>
<b>7. Dossier de ressources</b> .....	<b>57</b>
<b>8. Études de cas et bonnes pratiques</b> .....	<b>59</b>
Références bibliographiques .....	64
Annexe 1. Formulaire du guide de cadrage de la campagne .....	71
Annexe 2. Rédiger une note de synthèse .....	73
Annexe 3. Modèle de termes de référence .....	74
Annexe 4. Liste de contrôle pour un plan de levée de fonds durable .....	76
Annexe 5. Guide de gestion de campagne .....	77
Annexe 6. Minutes des réunions .....	78
Annexe 7. Exemple de plan pour l'utilisation des médias sociaux .....	79
Annexe 8. Guide des médias sociaux : modèle de calendrier de contenu .....	81
Annexe 9. Rapport d'impact : modèle de suivi et d'évaluation .....	81

# Remerciements

Ce document a été élaboré par les organisations de l'Alliance quadripartite : l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), le Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE), l'Organisation mondiale de la santé (OMS) et l'Organisation mondiale de la santé animale (OMSA), sous la coordination du secrétariat conjoint quadripartite.

Les auteurs principaux sont Nduta Kamere, Eileen Y.L. Goh, Lucy Fagan, Anita Graham, Fatumata Bah et Trevon Fletcher (réseau Santé jeunesse du Commonwealth), en collaboration avec l'équipe quadripartite restreinte, qui comprenait Fallon Bwatu Mbuyi et Yerkem Sembayeva (FAO) ; Wenjing Yan (PNUE) ; et Mimi (Meheret) Melles-Brewer, Diriba Mosissa, Philip Mathew (Département Coordination mondiale et partenariat, Division de la RAM, OMS) ; Lucía Escati (Service de la communication, OMSA). Thomas Joseph (OMS) a supervisé le travail préparatoire.

Le Secrétariat conjoint quadripartite remercie les experts externes suivants qui ont contribué à l'étude pilote, dirigée par le réseau Santé jeunesse du Commonwealth : Gauri Nimbalkar (*Association for Youth Well-Being*) ; Salman Khan (*Fédération internationale des associations d'étudiants en médecine*) ; Audrey Young (*Association internationale des étudiants en pharmacie*) ; Katja Čič (*Youth Health Organization International*) ; Rhea Rajkumar (*Association des étudiants en médecine de l'Inde*) ; Timileyin Omolayo Awolola et Israel Oni (*Pharm Radio*) ; Julian Nyamupachitu et Daniel Waruingi (*ReAct [Action on Antibiotic Resistance] Afrique*) ; Vipat Kuruchittham (Réseau universitaire « Une seule santé » d'Asie du Sud-Est) ; Gathai Mundia et Jimmy Nkaiwuateri (*Students Against Superbugs Africa*) ; Aziza Athuman, Lenius Calist, Tienyi Mnyoro Daniel, Francis Francis, Ramadhani Hamisi, Pius Isaack, Yeguza Kalembe, Mussa Kasela, Jamali Juma Kimbo, Ester Lwekiza, Jacqueline Manyara, Mohamed Ally Mzee, Nasoro Nuru, Yohana Nyanz, Benedicti Patrice, Shukuru Mathias Remegio et Steven Simoni (*University of Dodoma [UDOM] Health Club*) ; Jessica Mitchell (*Université de Leeds*) ; Feras Elias, Sara Kanaan, Ruby Haji Naif, Hamza Orfali et Rawan Ali Taher (*VoiceUp Policy Hub*) ; Caline Mattar, Pabo Estrella Porter (*Association médicale mondiale - Réseau des jeunes médecins*) ; et Augusto Baron Cruz (*Fédération mondiale des associations de santé publique jeunesse*).

L'OMS remercie pour sa contribution le groupe de travail Une seule santé du réseau Santé jeunesse du Commonwealth, formé des membres suivants : Samira Abdurashid, Tumaini John Makole, Daniel Joshua Msesa, Keziah Njoki et Gibson Phiri.

L'Alliance quadripartite remercie les experts suivants :

Personnel de l'OMS : Melanie Archer et Sarah Sheppard (Service de la communication), Breeda Hickey (Service de la surveillance, de la prévention et de la lutte), Hilaire Therese Armstrong, Ketevan Kandelaki et Sideeka Narayan (Bureau régional de l'OMS pour l'Europe) et Jiani Sun (Bureau régional de l'OMS pour le Pacifique occidental).

Personnel de l'OMSA : Javier Yugueros-Marcos

Personnel de le PNUE: Nancy Groves, Aitziber Echeverria, Elisa Vasquez et Jessica Antonisse

Personnel de la FAO : Claudia Ciarlantini et Junxia Song

Le financement de l'élaboration de la boîte à outils pour la mobilisation de la jeunesse dans la lutte contre la RAM a été gracieusement octroyé par le Fonds Fleming et le Royaume d'Arabie saoudite.

Déclarations d'intérêts : Aucun intérêt n'a été déclaré qui aurait pu empêcher les experts de participer à la préparation de la présente publication.

# Glossaire

Antibiotiques (ou antibactériens)	Médicaments qui préviennent ou traitent les infections causées par des bactéries, telles que la cellulite, les infections urinaires, la tuberculose et les maladies sexuellement transmissibles comme la gonorrhée chez les humains et la mastite, l'otite et la trachéo-bronchite canine chez les animaux (4).
Antimicrobien	Agent utilisé pour prévenir, contrôler et traiter les maladies infectieuses chez les humains, les animaux et les plantes. Il s'agit notamment d'antibiotiques, de fongicides, d'agents antiviraux et de parasitocides. Les désinfectants, les antiseptiques et d'autres produits pharmaceutiques ainsi que des produits naturels peuvent également avoir des propriétés antimicrobiennes (4).
Antifongique	Médicament destiné à prévenir ou à traiter les infections causées par des champignons, telles que le muguet, la teigne et le pied d'athlète chez les humains et l'otite, l'histoplasmosse et la coccidiomycose chez les animaux (4).
Antiparasitaire	Médicament destiné à prévenir ou à traiter les infections causées par des parasites, telles que le paludisme, le ver filiforme et les poux chez les humains, et la fièvre de la côte Est, la leishmaniose et les infestations par les tiques chez les animaux (4).
Antiviral	Médicament destiné à prévenir ou à traiter les infections causées par des virus, telles que la grippe, la varicelle, le zona et le VIH chez les humains et la péritonite infectieuse féline chez les chats (4).
Bibliothèque humaine (atelier)	Activité inspirée de l'organisation Human Library dans laquelle un groupe de personnes partagent ses expériences et ses histoires vécues avec les autres participants d'un atelier, en petits groupes et simultanément (6).
Cadre logique	Tableau énumérant les activités du programme, les résultats à court et moyen terme et l'objectif à long terme. Il illustre la logique selon laquelle les activités mèneront à des réalisations, qui à leur tour mèneront à des résultats et, en fin de compte, à l'objectif (8).
Diagramme de Gantt	Outil qui permet aux gestionnaires de projet de créer un calendrier de projet en répartissant les tâches sur une ligne de temps visuelle, qui indique l'ordre dans lequel elles seront accomplies, à quel moment, leur durée et d'autres détails, tels que leur taux de réalisation (5).

Expérience utilisateur	Documentation relative à la manière dont un utilisateur (ou un participant) interagit avec un programme, un atelier ou un produit et en fait l'expérience. Elle comprend les perceptions qu'a une personne de l'utilité, de la facilité d'utilisation et de l'efficacité de l'objet de l'expérience (12).
Indicateur clé de performance	Mesure quantifiable utilisée pour évaluer la performance globale à long terme. Par exemple, un indicateur clé de performance d'une campagne de sensibilisation pourrait être le nombre d'événements à caractère pédagogique organisés, les mesures de mobilisation sur les plateformes de médias sociaux ou la quantité de matériel didactique distribué (7).
Réalisation	Le premier niveau d'aboutissement : il s'agit des produits tangibles et intangibles qui résultent des activités du projet (10).
Résistance aux agents antimicrobiens (RAM)	Les bactéries, les virus, les champignons et les parasites ne répondent plus aux traitements antimicrobiens. En raison de cette résistance aux médicaments, les antibiotiques et autres traitements antimicrobiens deviennent inefficaces et les infections deviennent difficiles, voire impossibles à traiter, ce qui accroît le risque de propagation de maladies, le risque de maladies graves, d'invalidité et de décès (3).
Résultat	L'aboutissement à moyen terme de deuxième niveau d'un projet et les conséquences du projet ; les résultats sont généralement liés aux objectifs du projet (10).
Réussite	Définie à partir des principes ou des normes de ce qui est nécessaire pour atteindre l'objectif en termes mesurables afin de satisfaire les clients, les parties prenantes et les utilisateurs finaux. Les normes sont variables et dépendantes et déterminent la manière d'évaluer la réussite d'un projet (11).
Une seule santé	Approche intégrée et fédératrice de l'équilibre durable et de l'optimisation de la santé des personnes, des animaux et des écosystèmes. Elle reconnaît que la santé des êtres humains, des animaux domestiques et sauvages, des plantes et de l'environnement au sens large (y compris les écosystèmes) est étroitement liée et interdépendante (9).
Utilisation appropriée des antibiotiques	Le bon médicament administré à la bonne dose, pour la bonne durée, par la bonne voie d'administration, après le bon diagnostic, à la suite d'une consultation médicale. Pas d'automédication (2).
Utilisation des agents antimicrobiens	Ingestion d'agents antimicrobiens par des patients déterminés (humains ou animaux) (1).



## Section 1

# Introduction

L'objectif de cette boîte à outils pratique est de doter les réseaux dirigés par des jeunes gens et les organisations au service de la jeunesse de ressources leur permettant de mobiliser la jeunesse dans la communication, la formation et les campagnes sur la RAM à des fins de sensibilisation, de plaidoyer et de transformation des comportements.

Cette boîte à outils se compose de **11 outils, assortis d'exercices, de formulaires et de modèles**. Pour une utilisation efficace, nous encourageons les lecteurs à compléter d'abord le guide de cadrage ([section 2](#)), puis à accéder aux outils spécifiques à l'aide du guide pour parcourir ce document accessible ci-après. L'approche peut être adaptée en explorant différentes sections en fonction des structures, des ressources, des priorités et des contextes distincts de chaque organisation en termes d'implication auprès des jeunes.

Les antimicrobiens comprennent les antibiotiques, les antiviraux, les antifongiques et les antiparasitaires utilisés pour prévenir et traiter les infections chez les humains, les animaux et les plantes. L'utilisation abusive et excessive des antimicrobiens chez les humains, les animaux, les plantes et dans d'autres secteurs est le principal moteur de la résistance des agents infectieux aux médicaments. Il s'agit là d'une préoccupation pressante qui requiert l'attention du monde entier (3).

La RAM est un processus naturel qui se produit au fil du temps par le biais de changements génétiques chez les agents pathogènes. Le processus a toutefois été accéléré par le recours excessif et abusif aux antimicrobiens.

On parle de RAM lorsque les bactéries, les virus, les champignons et les parasites ne répondent plus aux médicaments antimicrobiens. En raison de la résistance aux médicaments, les antibiotiques et autres traitements antimicrobiens se révèlent inefficaces et les infections deviennent difficiles, voire impossibles à traiter, ce qui accroît le risque de propagation de maladies, le risque de maladies graves, d'invalidité et de décès (3). Les infections résistantes aux médicaments ont non seulement un impact sur la santé des animaux et des plantes, mais elles réduisent également la productivité et peuvent menacer la sécurité alimentaire (1).



Vue de profil d'un jeune garçon dans le district de Daman à Kandahar, province de Kandahar, Afghanistan, 2024 ©FAO / Hashim Azizi



## Mobiliser les jeunes sur les questions liées à la RAM

La RAM est une préoccupation pressante à l'échelle mondiale qui requiert l'attention de tous et des solutions innovantes (3). La jeune génération d'aujourd'hui sera confrontée aux conséquences de l'inaction face à la RAM ainsi qu'aux risques accrus qu'elle représente.

Pour l'Alliance quadripartite, qui se compose de l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), du Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE), de l'OMS et de l'Organisation mondiale de la santé animale (OMSA), les jeunes générations peuvent jouer un rôle important en rassemblant la société dans son ensemble et les différents groupes de parties prenantes autour des questions liées à la RAM. Les jeunes, en tant qu'acteurs du changement, peuvent effectivement sensibiliser le reste de la population sur ces questions et plaider en faveur de solutions locales et mondiales. Par exemple, le Groupe de travail quadripartite sur la mobilisation de la jeunesse en faveur de la lutte contre la RAM est une plateforme qui permet de cadrer et d'orienter systématiquement les travaux de l'Alliance quadripartite visant à sensibiliser la jeunesse et à associer cette dernière aux efforts mondiaux de lutte contre la RAM (13).

L'approche Une seule santé reconnaît que la santé des humains, des animaux domestiques et sauvages, des plantes et de l'environnement au sens large (y compris les écosystèmes) est étroitement liée et interdépendante (9). La collaboration entre les secteurs qui s'occupent de la santé humaine, animale, végétale et environnementale est donc cruciale (14). Par exemple, la plupart des antibiotiques utilisés dans l'agriculture et l'élevage sont les mêmes que ceux utilisés en santé humaine, et les germes et parasites résistants aux médicaments conçus pour les contrôler peuvent se propager rapidement dans les établissements de soins de santé, les aliments et l'environnement (sol et eau) (1). Il est possible de réduire la propagation de la RAM en agissant sur la santé dans tous ces domaines de manière multisectorielle. Le Dossier de ressources sur la RAM ([section 7](#)) fournit de plus amples informations sur la RAM et les agents antimicrobiens.



## Approche du développement

La boîte à outils est basée sur les idées recueillies lors de consultations virtuelles en face-à-face avec dix organisations dirigées par des jeunes ou au service de la jeunesse. Les consultations comprenaient des questions ouvertes sur les outils les plus efficaces pour la mobilisation des jeunes dans la formation, la communication et les campagnes sur la RAM. Les organisations se trouvent dans divers pays et ont des mandats différents, ce qui a permis de consulter un large éventail de groupes. La consultation a débouché sur 26 outils, avec quelques doublons, qui ont ensuite été classés par ordre de priorité selon des critères prédéfinis par le Groupe de travail sur la sensibilisation de l'Alliance quadripartite, composé d'experts des quatre agences : FAO, PNUE, OMS et OMSA. Onze outils ont été identifiés comme prioritaires et ont fait l'objet d'une discussion plus approfondie avec une équipe de rédaction composée de jeunes professionnels. Le contenu et l'ordre des outils présentés dans la boîte à outils ont été affinés.

Au cours de la phase pilote, 20 organisations ont été invitées à tester le projet de boîte à outils auprès de leurs groupes cibles, et chacune a sélectionné deux ou trois outils en vue d'en effectuer un examen approfondi. Les organisations ont déclaré avoir eu recours à des méthodes en ligne et hors ligne pour tester la boîte à outils et recueillir des commentaires. Les réactions aux tests ont été compilées et les suggestions ont été systématiquement traitées en vue d'un examen plus approfondi par l'Alliance quadripartite. De plus, les preuves s'accumulent quant au rôle clé que joue l'environnement dans le développement, la transmission et la propagation de la résistance aux antimicrobiens (RAM), y compris la transmission entre les humains et les animaux vers les humains (et inversement). Par conséquent, l'environnement constitue un moyen crucial par lequel la RAM est transmise et se propage à travers le continuum «Une seule santé».



## Parcourir ce document

- En savoir plus sur la RAM et sur les raisons pour lesquelles les jeunes devraient se mobiliser. Commencez par l'[Introduction](#).
- Déterminer par où commencer et définir ses objectifs. Utilisez le [Guide de cadrage de l'intervention](#).
- Pour ceux qui lancent un projet de campagne sur la RAM à l'intention des jeunes : [Planification de la campagne et mobilisation des ressources](#).
- Pour gérer efficacement votre projet RAM ou votre campagne pour les jeunes, consultez la rubrique [Gestion de la campagne](#).
- Pour diffuser des informations sur la RAM, consultez la [Communication de messages](#).
- Pour choisir une méthode d'intervention permettant de mobiliser les jeunes dans les questions liées à la RAM, consultez la [Planification de la campagne et mobilisation des ressources](#).
- Pour mesurer les succès et tirer les leçons des échecs, consultez le [rapport](#).
- Pour d'autres ressources et études de cas, consultez le [Dossier de ressources](#).



## Organiser sa réflexion

Avant de lancer un projet RAM, il est important de comprendre le contexte, les défis et les opportunités aux niveaux mondial et local. Pour ce faire, vous pouvez utiliser la liste de contrôle ci-dessous.

- Pourquoi pensez-vous que la RAM représente un problème dans votre communauté ?
- Avez-vous connaissance de campagnes actuelles ou passées liées à la RAM ?
- Si oui, qui était ou est responsable des campagnes ?
- Quels changements souhaiteriez-vous voir apporter aux mesures de prévention de la RAM ?
- Pourquoi pensez-vous pouvoir faire la différence dans la riposte à mener contre la RAM ?
- Quels sont les défis ou les obstacles que vous prévoyez pour lutter contre la RAM dans votre communauté ?



## Données actuelles

Il existe un certain nombre de ressources sur les projets et activités en cours dans le domaine de la RAM qui décrivent l'impact de la RAM, ainsi que les lacunes, les défis et les solutions efficaces y afférent. Elles présentent les initiatives existantes, les lacunes et les domaines à améliorer dans le cadre de l'effort collectif visant à lutter contre la RAM dans des secteurs démographiques cruciaux. Vous pouvez utiliser des ressources telles que :

- [Enquête tripartite d'auto-évaluation de la RAM par pays \(TrACSS\) \(15\)](#)
- [Système mondial de surveillance de la résistance et de l'usage des antimicrobiens \(GLASS\) \(16\)](#)
- [Système international de surveillance de la résistance aux antimicrobiens de la FAO \(InFARM\) \(17\)](#)
- [Outil d'évaluation de la FAO pour les laboratoires et les systèmes de surveillance de la résistance aux antimicrobiens \(FAO ATLASS\) \(18\)](#)
- [Base de données mondiale de l'OMSA sur l'utilisation des antimicrobiens chez les animaux \(ANIMUSE\) \(19\)](#)

## Section 2

# Guide de cadrage de l'intervention

Ce guide propose une méthode étape par étape pour permettre aux jeunes de rechercher et d'identifier les défis, puis de trouver des méthodes efficaces pour les relever. Consultez l'[annexe 1](#) pour les exercices.

## Étape 1. Identification des défis.

Identifiez les défis posés par la RAM dans votre communauté pour vous assurer que vos actions sont pertinentes. Pour réaliser l'exercice de l'annexe 1, commencez par dresser une liste d'au moins trois défis (20), tels que :

1. Les familles ne sont pas conscientes de l'importance d'une utilisation appropriée des antimicrobiens et des conséquences de la RAM.

2. Aucune politique n'existe pour réglementer la pollution engendrée par les sites de fabrication de produits pharmaceutiques, qui peut inclure des antimicrobiens dans les déchets environnementaux, susceptibles d'exacerber la RAM au sein de la collectivité.

3. L'usage abusif d'antimicrobiens chez les humains et dans les pratiques agricoles et d'élevage contribue à l'impact global de la RAM.

## Étape 2. Définition des objectifs.

Fixez des objectifs pour les solutions potentielles et évaluez leur degré de faisabilité pour relever le défi en question. Il est plus facile d'élaborer vos objectifs à partir des défis identifiés et des solutions possibles. (Voir [section 8](#)). Soyez sensible aux questions de genre et inclusif.

Pour chaque défi identifié, dressez la liste des solutions et des objectifs possibles. Voici un exemple pour le premier des trois défis identifiés ci-dessus.

### DÉFI

**Les familles ne sont pas conscientes de l'importance d'une utilisation appropriée des antimicrobiens et des conséquences de la RAM.**

**Énumérez trois façons d'aborder ce défi.**

- 1 Améliorer la communication aux patients par les professionnels de la santé quant au risque lié à l'utilisation inappropriée des antimicrobiens.
- 2 Améliorer la compréhension de la RAM par le public grâce à des campagnes de sensibilisation nationales.
- 3 Accroître l'information sur l'émergence de la RAM et sur son impact et ses risques potentiels.

**Dressez la liste des objectifs.**

- 1 Plaider en faveur d'un étiquetage des antibiotiques délivrés sur ordonnance comportant un avertissement sur la RAM.
- 2 Élaborer une campagne visant à encourager les professionnels de la santé à adopter de bonnes pratiques de gestion et à sensibiliser la collectivité aux questions liées à la RAM.
- 3 Concevoir du contenu à destination des médias sociaux et imprimés sur l'émergence de la RAM dans toutes les langues locales.

## Étape 3. Compréhension des intérêts des parties prenantes.

Après avoir identifié les objectifs, il convient d'analyser et de comprendre les motivations des différents groupes de parties prenantes. Cette étape est nécessaire pour définir les messages à transmettre à chaque groupe et les réponses attendues. Certaines catégories de parties prenantes sont énumérées ci-dessous.

Partie prenante	Messages	Réponse attendue
 <p><b>Jeunesse (18–25 ans)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impact de la RAM sur leur génération, leur famille et la société</li> <li>Le rôle qu'ils peuvent jouer dans la prévention de la RAM</li> <li>La RAM en tant que question d'équité et de justice qui touche les secteurs les plus vulnérables de la société</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Créer et diffuser un contenu numérique adapté aux jeunes afin de les sensibiliser aux conséquences du non-respect des prescriptions d'antimicrobiens.</li> <li>Sensibiliser aux dangers de l'utilisation d'antibiotiques sans avis médical dans le cadre de campagnes dans les médias sociaux et recruter davantage d'acteurs de ces campagnes parmi la jeunesse.</li> <li>Plaider en faveur d'une action des décideurs politiques pour améliorer la réglementation relative à la RAM en diffusant des notes d'orientation.</li> </ul>
 <p><b>Décideurs</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Expliquer les avantages de l'introduction et de l'application de réglementations fondées sur des données probantes dans le secteur des soins de santé afin de réduire les décharges et les risques de RAM et d'automédication à base d'antimicrobiens.</li> <li>La RAM est corrélée à la qualité des soins de santé et à la solidité des systèmes de santé.</li> <li>Le rôle que les décideurs politiques peuvent jouer dans la prévention et le contrôle de la pollution, ainsi que dans le recours abusif et excessif aux antimicrobiens, notamment en supprimant progressivement la vente en libre accès et la mise en place de méthodes d'élimination sécurisée.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faire respecter l'obligation légale pour les entreprises pharmaceutiques de communiquer le risque de RAM aux consommateurs, lorsque ceux-ci commandent des antimicrobiens, par exemple sur l'emballage des produits.</li> <li>Lancer une campagne de formation publique sur la RAM.</li> <li>Introduire des politiques visant à réduire le recours abusif et excessif aux antimicrobiens et à améliorer leur élimination sécurisée.</li> <li>Affecter des ressources à la prévention de la RAM dans les établissements de soins de santé, les</li> </ul>
 <p><b>Professionnels de la santé</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informers sur l'incidence plus élevée de la RAM dans les collectivités qu'ils desservent.</li> <li>Souligner l'importance de la gestion des antimicrobiens et promouvoir une prescription et une délivrance responsables des antimicrobiens.</li> <li>Expliquer l'influence de leurs conseils sur le comportement des patients.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Collaborer à l'élaboration de lignes directrices fondées sur des données probantes, sur la base de consultations avec des professionnels de la santé locaux.</li> <li>Utiliser des diagnostics pour identifier les infections et les sensibilités aux antimicrobiens chaque fois que cela est possible.</li> <li>Renforcer le niveau d'information des patients sur les risques liés à la RAM et sur l'importance de respecter les prescriptions médicales.</li> </ul>
 <p><b>Patients</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Insister sur l'importance de se conformer à la prescription médicale d'un médicament antimicrobien.</li> <li>Aborder avec les professionnels de la santé toute question relative à l'utilisation responsable des antibiotiques et autres antimicrobiens.</li> <li>Souligner l'importance de ne pas partager les antimicrobiens ou les prescriptions d'antimicrobiens avec d'autres personnes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ne prendre des antibiotiques et autres antimicrobiens que sur prescription d'un professionnel de la santé qualifié.</li> <li>Toujours suivre les conseils des professionnels de la santé lors de l'utilisation des antibiotiques.</li> <li>Éviter l'automédication.</li> <li>Ne jamais partager ou utiliser les antibiotiques excédentaires.</li> <li>Retourner les antimicrobiens non utilisés aux pharmacies ou aux établissements de santé pour une élimination sécurisée.</li> </ul>
 <p><b>Professionnels de la santé animale, éleveurs et vétérinaires</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'utilisation d'antimicrobiens dans les élevages contribue à la difficulté de traiter les infections chez les humains.</li> <li>Souligner l'importance de l'hygiène et de la biosécurité pour le bien-être des animaux et la prévention des infections.</li> <li>L'élimination inappropriée des déchets générés par l'élevage peut contribuer à la RAM.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprendre la nature des médicaments utilisés dans les élevages.</li> <li>Améliorer les mesures d'hygiène dans les élevages.</li> <li>Cesser d'utiliser des antimicrobiens pour favoriser la croissance des animaux d'élevage.</li> <li>Adopter des pratiques adaptées et réalisables au niveau local pour l'élimination des déchets générés par l'élevage.</li> </ul>



## Étape 4. Évaluation des ressources disponibles

Définissez les types de ressources nécessaires pour atteindre vos objectifs. Les ressources peuvent être liées au travail, au matériel ou aux coûts. Les ressources de travail sont des individus ou des équipements et peuvent être désignées de manière générique (par exemple, le chef de projet) ou en tant que ressource réelle (par exemple, le nom d'un individu). Les ressources

matérielles sont des articles consommables et les ressources financières sont des coûts tels que les billets d'avion et l'hébergement.

Dressez la liste des ressources nécessaires et de celles dont vous disposez actuellement. Cela démontrera l'ampleur de la campagne réalisable avec les ressources dont vous disposez. Deux exemples sont donnés ci-dessous.

Disponibilité des ressources		Sources (idées pour collecter les ressources nécessaires)	
Élément	Nécessaires	Disponibles	
Nombre de membres dans l'équipe	2	1 (moi)	Cherchez des volontaires parmi vos amis et les membres de votre famille.
Fonds nécessaires au démarrage du projet	1000 \$ US	500 \$ US	Organisez une petite collecte de fonds ou demandez une subvention.

## Étape 5. Définition du type de campagne à mener

Réfléchissez au type de campagne le plus adapté à votre plan et modifiez-le en fonction des ressources disponibles. Ci-dessous vous trouverez un exercice

type visant à montrer les différences entre trois types de campagnes. Complétez l'exercice avec vos choix de types de campagne.

	Type de campagne		
	Médias sociaux	Mobilisation de la collectivité	Politique et plaidoyer
Objectifs de l'étape 2 pouvant être réalisés	Accroître la sensibilisation aux infections, aux antibiotiques et à la RAM	1. Réduire l'automédication 2. Former des champions locaux de la RAM	1. Modifier les lois et les réglementations 2. Imposer aux entreprises pharmaceutiques l'obligation légale de réduire la RAM
Conditions d'accès à la campagne	Bon accès de la collectivité à Internet	Pour la stratégie ciblant la jeunesse : structures des collectivités fiables ou mouvements populaires	Maîtrise de la langue administrative officielle, du droit, des politiques et de la politique en général par la jeunesse
Ressources nécessaires	Gratuits, mais nécessite un accès Internet et des compétences en matière d'utilisation des médias sociaux	Matériel pédagogique, formateurs formés	Disponibilité des ressources à long terme (plusieurs années)

## Étape 6. Définition des réalisations et des audiences

Exemples de réalisations attendues d'un projet.

Réalisation	Campagne pédagogique sur la RAM dans la ville A en 2025
<b>Court terme</b> (les prochains 3 à 6 mois)	Créer et diffuser trois infographies accrocheuses sur les médias sociaux. Organiser un atelier dans une école pour former 30 jeunes formateurs et porte-parole. Augmenter de 20 % le nombre des abonnés aux médias sociaux d'ici le mois 4.
<b>Moyen terme</b> (les prochains 6 à 12 mois)	Créer et diffuser six autres contenus numériques accessibles dans une bibliothèque. Traduire au moins deux contenus dans deux autres langues nationales ou locales. Organiser cinq conférences dans des écoles locales pour toucher au moins 100 jeunes.
<b>Long terme</b> (les prochains 12 à 24 mois)	Poursuivre deux campagnes et ateliers mensuels sur les médias sociaux aux contenus diversifiés, notamment en partageant les récits de la collectivité. Travailler avec le conseil local de l'éducation pour inclure des sujets relatifs à la RAM dans les cursus de formation. Accroître le soutien des entreprises, des cliniques et des petites entreprises afin de diffuser au moins 50 nouvelles affiches par mois.
<b>Cibles : Quel est le sens du mot « réussite » pour vous ?</b>	Équipe de bénévoles actifs avec un nombre croissant de porte-parole actifs dans la collectivité ayant une bonne connaissance de la RAM (100 %). Les cliniques et les établissements de santé diffusent des affiches sur le risque de RAM (30 %). Nos recherches montrent une réduction du non-respect des prescriptions (20 %). Autorités et entreprises approchées pour collaborer (plus de deux partenariats). Des conférences organisées dans toutes les écoles secondaires (100 %).



Deux filles - élèves des cours de broderie de Zhamilya, Barskoon, Kirghizistan, 2021©FAO/Mirbek Kadraliev

## Étape 7. Élaboration de votre théorie du changement

La théorie du changement est une méthode de conception d'un plan aux répercussions à long terme, de la manière dont un projet ou une campagne d'intervention peut assurer le changement prévu par le biais d'apports, d'activités, de résultats et d'impacts, et de la place du projet dans votre stratégie à long terme. La théorie du changement est le fondement de l'élaboration d'une stratégie de suivi et d'évaluation, de méthodes de collecte de données et de supports de communication avec les parties prenantes.

Une bonne théorie du changement (21) doit :

- vous permettre de réfléchir à votre travail et à ce que vous essayez de réaliser ;
- faire le lien entre vos connaissances et les nouvelles questions à étudier ;
- montrer comment vos actions contribueront au

changement que vous souhaitez voir se réaliser ;

- vous aider à concevoir de nouveaux projets et initiatives ; et
- fournir un cadre pour le suivi, l'évaluation et l'apprentissage.

Lors de l'élaboration de votre théorie du changement, veillez à ce que chacune des étapes vienne compléter les autres et qu'elle indique les résultats à atteindre et les connaissances nécessaires pour faire avancer le projet. Pour vérifier cela, utilisez le postulat « Si.../alors... ». Par exemple, « si » un atelier sur les messages relatifs à la RAM (activités) est organisé, « alors » les jeunes auront une meilleure capacité à communiquer efficacement et à former les autres sur la RAM (réalisation). De plus, adoptez une approche inclusive en matière de genre dans les actions et le langage.

### Exercice d'équipe sur la théorie du changement

- 1 Réunissez votre équipe afin d'obtenir des points de vue multiples.
- 2 Faites un remue-ménages sur les apports, les activités, les réalisations, les résultats et les impacts.
- 3 Notez-les et organisez-les visuellement sur un support, par exemple à l'aide de post-it.
- 4 Discutez de l'enchaînement logique et déplacez les post-it jusqu'à ce que tout le monde soit d'accord sur la séquence.
- 5 Transférez les informations figurant sur les post-it dans un diagramme théorique du changement.
- 6 Demandez à une personne qui n'a pas participé à l'exercice si le diagramme lui semble logique.



Réunion inaugurale du Conseil de la jeunesse de l'OMS, 27 janvier 2023. L'OMS a accueilli la réunion inaugurale du Conseil de la jeunesse de l'OMS du 27 au 30 janvier 2023 au siège de l'OMS à Genève (Suisse). Le Conseil de la jeunesse de l'OMS est un réseau dynamique visant à amplifier les voix et les expériences des jeunes et à tirer parti de leur expertise, de leur énergie et de leurs idées pour promouvoir la santé publique. Il travaillera avec des jeunes et des organisations de jeunes du monde entier pour créer un mouvement de jeunes en faveur de la santé. Suisse, 2023 ©OMS / Christopher Black



## Section 3

# Planification de la campagne et mobilisation des ressources

Ce guide propose des étapes pour déterminer la finalité d'une campagne et pour évaluer et trouver les ressources nécessaires au lancement d'une campagne. Consultez les [annexes 2 et 3](#) pour les exercices.

## Planification d'une campagne

Après avoir procédé à l'exercice de cadrage de la [section 2](#), planifiez votre campagne de sensibilisation à la RAM. Décrivez vos idées en détail pour que les personnes et les équipes comprennent comment atteindre les objectifs de la campagne. Définir le « pourquoi », le « quoi » et le « comment » de chaque aspect du plan. Cinq étapes ont été définies (22) :

**Étape 1 :** Définir le problème et rédiger la problématique.

**Étape 2 :** Présenter la solution sous la forme d'une *note de synthèse* et définir les objectifs, les résultats attendus et les critères de réussite.

**Étape 3 :** Définir les jalons et le budget du projet.

**Étape 4 :** Mobiliser les ressources.

**Étape 5 :** Mener à bien, gérer et évaluer votre projet.

## Étape 1. Rédiger la problématique.

Vous présentez le défi à relever dans un énoncé clair et succinct, sous forme de propositions.

Tout d'abord, il convient d'examiner la situation actuelle, ce qu'elle devrait être dans l'idéal et ce qu'elle sera dans un avenir prévisible. Formulez ensuite la problématique qui englobe ces trois dimensions.

Ensuite, vérifiez si votre problématique identifie efficacement la cause fondamentale en posant la question « Pourquoi ? ». Posez la question « Pourquoi ? » autant de fois que nécessaire, jusqu'à avoir répondu à toutes les questions. L'énoncé ainsi développé devient alors la problématique finale.

### Situation idéale

La collectivité X assure une utilisation responsable et efficace des antibiotiques en permettant l'accès à ces médicaments sur ordonnance pour un traitement rapide des infections bactériennes.

### Situation réelle et actuelle

L'incompréhension du public à l'égard des antimicrobiens a accru la résistance des micro-organismes aux antimicrobiens, entraînant le phénomène de RAM et donc des infections difficiles à traiter dans la collectivité X.

### Conséquences et situation future

L'usage inapproprié d'antimicrobiens est responsable de 1,27 millions de décès par an. D'ici 2050, le nombre de décès pourrait atteindre 10 millions par an (23).

**Problème :**

Les connaissances du public sur l'utilisation des antimicrobiens dans la collectivité X sont insuffisantes, faibles et fondées sur des sources inexactes.

Pourquoi les connaissances du public sur l'utilisation des antimicrobiens dans la collectivité X sont-elles insuffisantes ? Parce que la sensibilisation et la formation à l'utilisation responsable des antimicrobiens sont limitées.

**Pourquoi ?**

Parce que les campagnes pédagogiques et les ressources sur l'utilisation des antimicrobiens ne sont pas suffisantes ou disponibles.

**Pourquoi ?**

Parce qu'aucune ressource axée sur la collectivité n'a été mise à la disposition du public.

**Résultats :****Problématique :**

La sensibilisation du public à l'utilisation des antimicrobiens dans la collectivité X est insuffisante, car aucun effort n'a été produit pour fournir des ressources axées sur la collectivité à l'usage du public.



La pollution plastique étouffe notre planète, 2022 @PNUE

## Étape 2. Rédigez votre note conceptuelle

Utilisez le modèle de l'[annexe 2](#) pour rédiger votre note conceptuelle. Des exemples et des questions directrices sont présentés ci-dessous.

Section	Orientations et questions	Exemples
<b>Résumé</b>	Le résumé doit être aussi court que possible (idéalement une demi-page ou une page). Il doit expliquer clairement l'objet et l'objectif du projet et la raison pour laquelle votre équipe est la mieux placée pour résoudre le problème.	
<b>Considérations générales</b>	Objectifs et mouvements internationaux La situation actuelle L'urgence du problème	La RAM a augmenté dans le monde entier. Selon des estimations récentes, les infections dues à la RAM ont causé 1,27 millions de décès en 2019. D'ici 2050, ce nombre pourrait atteindre 10 millions de décès par an (23). La RAM se développe au fil du temps ; elle revêt un caractère urgent et nécessite une réponse rapide.
<b>Objectifs (objectifs SMART*) (24)</b>	Quels sont vos objectifs ? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spécifique</li> <li>• Quantifiable</li> <li>• Réalisable</li> <li>• Pertinent</li> <li>• Limité dans le temps</li> </ul> Veillez à ce que vos objectifs soient réalistes.	<p>Objectif non SMART :</p> <p>Distribuer des brochures pédagogiques dans les écoles.</p> <p>Objectifs SMART :</p> <p>Accroître la sensibilisation du public à la RAM de 30 % d'ici 2025 par rapport au niveau de 2023 grâce à un engagement ciblé des collectivités et à des affichages dans le domaine public.</p>
<b>Réalisations</b>	Qu'allez-vous produire ? Est-ce spécifique et quantifiable ? Comment les activités sont-elles quantifiées et liées aux objectifs du projet ?	<p>Organiser 24 réunions de sensibilisation de la collectivité, avec 100 résidents à chaque fois.</p> <p>Atteindre un taux de participation d'au moins 1 200 personnes, dont 30 % ont moins de 29 ans.</p>
<b>Résultats</b>	Des améliorations publiques ont-elles été apportées suite aux réalisations ? Avez-vous atteint les objectifs de votre projet ?	<p>Une meilleure compréhension de l'utilisation des antimicrobiens entraîne une diminution prolongée du recours abusif et excessif aux antimicrobiens dans la collectivité.</p> <p>Les participants de moins de 29 ans sont activement mobilisés et comprennent le concept de sensibilisation aux antimicrobiens.</p> <p>Les élèves et les formateurs des écoles ciblées font preuve d'une utilisation plus responsable des antimicrobiens grâce à la distribution de brochures pédagogiques.</p>

\*SMART est une méthodologie de définition des objectifs. Il s'agit d'un acronyme anglais qui explique les caractéristiques de base des objectifs SMART. Les objectifs SMART doivent être spécifiques, mesurables, réalisables, pertinents et limités dans le temps.



Section	Orientations et questions	Exemples
<b>Public cible</b> (voir <a href="#">section 2</a> )	Identifier les principaux bénéficiaires, et leurs caractéristiques démographiques, et le bénéfice qu'ils tirent des activités.	Élèves de l'enseignement secondaire et supérieur (les dix écoles de la collectivité) Jeunes responsables des collectivités dans les sections locales des organismes nationaux Grand public (femmes, parents, responsables de collectivités)
<b>Activités</b>	Expliquez comment vous allez concrétiser vos réalisations pour atteindre les objectifs.	Ciblez les élèves des écoles primaires et secondaires (les dix écoles de la collectivité) : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Animez des ateliers interactifs sur la RAM.</li> <li>• Distribuez des brochures pédagogiques aux élèves.</li> <li>• Organisez un concours de réalisation d'affiches sur la sensibilisation à la RAM.</li> </ul> Ciblez les jeunes responsables des collectivités dans les sections locales des organismes nationaux <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisez des sessions de formation aux fonctions de direction.</li> <li>• Organisez des tables rondes sur les questions liées à la RAM.</li> <li>• Lancez des projets relatifs à la RAM au niveau de la collectivité, tels que des campagnes de sensibilisation, des ateliers et autres initiatives.</li> </ul> Ciblez les publics spécifiques (femmes, parents, responsables de la collectivité) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilisez divers canaux de communication, tels que les événements communautaires, les émissions de radio et les médias sociaux, pour diffuser des informations sur la RAM.</li> <li>• Organisez des ateliers pour former les parents sur l'utilisation correcte des antimicrobiens dans leur famille et sur le rôle des parents dans la transmission d'un comportement responsable en matière de soins de santé.</li> </ul> Voir la <a href="#">section 6</a> sur le suivi et l'évaluation des progrès.

Remarque : Si le bailleur de fonds a fourni un modèle de note de synthèse, suivez ses instructions et respectez ses directives.

## Étape 3. Durée du projet et budgétisation

Avant de rechercher des ressources, il convient d'examiner la note de synthèse afin de s'assurer qu'elle indique clairement les délais, les étapes et le budget, même s'il ne s'agit pas d'une campagne. Cela vous aidera à convaincre les bailleurs de

fonds que vous avez un plan clair et que vous êtes conscient de vos besoins, de la façon d'utiliser efficacement les ressources que vous recevrez et de ce que vous réaliserez avec ces ressources.

<p><b>Durée du projet</b></p>	<p>Spécifiez la durée du projet, avec les dates de début et de fin, et les différentes phases du projet.</p>	<p>Exemple : Il s'agit d'un projet de deux ans, de juin 2024 à juin 2026. Notre objectif est de dispenser une formation sur la RAM dans les dix écoles de la collectivité par phases trimestrielles.</p>
<p><b>Jalons (modèle)</b></p>	<p>Les jalons peuvent être des échéances, des points de contrôle ou des événements clés.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Achever le premier programme de formation scolaire pour les élèves de dernière année d'ici trois mois.</li> <li>2 Atteindre un taux d'inscription de 100 % des formateurs spécialisés dans la RAM dans toutes les écoles d'ici un an.</li> <li>3 Distribution des brochures à toutes les écoles d'ici à ____ (par exemple, le 31 mars 2025).</li> </ol>

**Modèle de budget:** Une estimation précise du budget d'un projet est essentielle pour une gestion efficace des ressources, des demandes de subventions et de la levée de fonds. Les catégories budgétaires sont les suivantes :

- le personnel et les ressources humaines nécessaires : membres de l'équipe, indemnités des bénévoles et fournisseurs ;
- les exigences en matière de communication, de marketing et de promotion : image de marque, contenu et promotion ;
- la logistique opérationnelle et les besoins en matériel : lieux de l'événement, équipement, transport ;

- l'évaluation et le suivi : rapports d'impact, outils de collecte de données et d'analyse ; et
- des plans d'urgence : une réserve de 5 à 10 % pour les dépenses imprévues ou les modifications.

Bonnes pratiques pour l'élaboration d'un budget :

- Planifier par tranches la date, le montant et les éléments essentiels pour les demandes de subvention.
- Déterminer le coût exact de chaque élément en obtenant des devis et des estimations de la part des fournisseurs.
- Utiliser des outils et des modèles de budget pour présenter et suivre le budget de manière efficace.

### Budget (modèle)

Les budgets reflètent :

- le budget total nécessaire ;
- le budget total demandé ; et
- la ventilation des coûts estimés (affectations), avec les devis.

## Étape 4. Mobilisation des ressources

Tout d'abord, dressez une liste détaillée des ressources dont vous avez besoin et, ensuite, assurez-vous d'obtenir ces ressources. Les ressources, tant monétaires que non monétaires, sont vitales pour un projet. Les ressources internes comprennent les actifs et les capacités de

l'organisation, tandis que les ressources externes sont des actifs, des services ou de l'expertise provenant de l'extérieur. La matrice ci-dessous indique les ressources à prendre en compte pour établir la correspondance entre les ressources dont vous avez besoin.

Ressources	Monétaires	Non monétaires
Internes	Budget existant Recettes générées par l'organisation Réserves financières	Personnel qualifié Propriété intellectuelle Infrastructures et équipements existants Temps et expertise des équipes internes Matériel et ressources numériques telles que les vidéos
Externes	Prêts et financement externe Aides et subventions Investissements	Partenariats et collaborations, possibilités de mise en réseau Connaissance et expertise du secteur Accès aux installations et outils externes Contributions en nature, par exemple couverture médiatique, sites d'événements Soutien des porte-parole et des bénévoles

Détaillez votre budget en flux de trésorerie mensuels ([modèle de budget avec flux de trésorerie](#))

Bonnes pratiques pour l'élaboration d'un budget détaillé :

- Évaluer chaque élément et déterminer la quantité nécessaire par réalisation et par jalon.

- Déterminer la date exacte à laquelle le paiement de chaque élément doit être effectué afin d'éviter de perturber le calendrier du projet.
- Décomposer le coût du projet en besoins mensuels.



Devant ses pairs, Lucy Manuel, vice-présidente, parle au nom de ses collègues lors d'une visite du personnel agricole du district de Mchinji à l'école Kaputu Junior Farmer Field and Life School pour les mères adolescentes et les adolescentes du village de Ngwelengwe. District de Mchinji, Malawi, 2022 ©FAO / Amos Gumulira

### Options et stratégies de levée de fonds

Définir les stratégies et les activités possibles pour atteindre les objectifs de la levée de fonds.

Établir des partenariats.

- Identifier les organisations ayant des intérêts similaires.
- Participer à des réunions au niveau de la collectivité ou en ligne pour entrer en contact avec ces organisations.
- Rejoindre des collectifs pour promouvoir le partage des ressources et des connaissances.

- Collaborer à des événements et à des projets avec des organisations ayant des intérêts similaires.

Intégrer la communication stratégique et l'image de marque dans l'établissement des partenariats afin d'améliorer la visibilité et la reconnaissance. (Voir la [section 5 Communication de messages](#) : [5.1 Communication narrative](#) et [5.2 Médias sociaux](#)).

Deux exemples sont donnés ci-dessous.

Stratégie	Activités
Demandes de subventions	Constituer une équipe chargée de mener des recherches et de demander des subventions. Dresser la liste des organisations et des entreprises concernées et s'abonner à leurs canaux de médias sociaux et à leurs bulletins d'information. Rédiger une proposition de subvention convaincante ( <a href="#">section 3</a> ). Travailler en réseau lors d'événements, de conférences et d'ateliers sur le thème de la RAM afin de débloquer d'autres possibilités de subventions. Identifier les fondations qui s'occupent de la santé, de la jeunesse et du développement de la collectivité. Rédiger et publier régulièrement des rapports financiers et d'impact.
Partenariats	Rédiger un texte d'introduction court et convaincant. Identifier, hiérarchiser et approcher les agences privées, à but non lucratif et de santé publique, les institutions internationales et les organisations d'entreprises qui partagent les mêmes priorités et les mêmes causes. Négocier des partenariats à long terme et envisager un soutien financier et non financier. Par exemple, utiliser les mécanismes de coordination par pays pour soumettre des demandes conjointement avec des partenaires locaux.
Levées de fonds	Organiser des événements tels que des marches caritatives, des camps médicaux ou des campagnes de sensibilisation, si cela est financièrement possible. Utiliser des plateformes en personne et virtuelles. Penser à la connectivité Internet et à des plateformes ergonomiques pour les événements en ligne. Inclure des éléments créatifs pour susciter la mobilisation. Identifier les plateformes de financement participatif, leur coût et leur valeur.
Générer des revenus	Trouver et envisager des modèles générateurs de revenus, tels que l'entreprise sociale. Penser à la plus-value que votre équipe pourrait offrir. Réfléchir à des activités telles que des ateliers, des programmes de formation et la vente de marchandises ou de produits qui ajoutent de la valeur et de l'impact à vos campagnes et qui génèrent également des revenus.



### Conseils pour la levée de fonds :

- Racontez les effets de la RAM. Incluez des histoires personnelles, des témoignages, des études de cas, des réussites, des données, des jalons et des résultats obtenus, tels que le groupe de travail sur les survivants de la RAM et les récits de campagnes sur la RAM (voir [section 7, Dossier de ressources](#)).
- Respectez les normes internationales en matière de gouvernance et d'information, dans la transparence et l'intégrité.
- Construisez une image et une voix authentiques grâce à une stratégie de marque cohérente.
- Organisez quelques événements et diffusez les rapports y afférent afin d'asseoir votre crédibilité avant de contacter des bailleurs de fonds potentiels.
- Adaptez les appels de fonds aux intérêts et aux valeurs des donateurs potentiels, tout en maintenant une intégrité entière.
- Expliquez comment les fonds soutiendront les initiatives en matière de RAM.
- Informez régulièrement les donateurs et les parties prenantes. Mentionnez les donateurs dans le matériel promotionnel et les mises à jour exclusives. Invitez-les à participer à des événements spéciaux, virtuellement ou en personne. Fournissez-leur des mises à jour opportunes via les bulletins d'information, les courriels et les médias sociaux.
- Rédigez des rapports d'activités de bonne qualité et rendez compte de l'utilisation des fonds dans les délais impartis.
- Soyez responsable et honorable afin de maintenir une relation durable avec les bailleurs de fonds. Ne vous engagez pas exagérément et ne produisez pas de résultats insuffisants.



Anowar pose pour un portrait avec les moules vertes collectées dans la mer à Khoruskul. Khoruskul, Bangladesh, 2022 ©FAO/GMB Akash



## Section 4

# Gestion de campagne

Après l'étape 3, au cours de laquelle des plans détaillés ont été élaborés et des ressources mobilisées pour lancer la campagne, cette dernière doit être gérée efficacement pour garantir sa réussite.

## Étape 1. Établir un calendrier pour le projet

Les calendriers de projet donnent aux chefs de projet et à l'équipe l'occasion de :

- décomposer chaque jalon du projet en phases et en tâches plus petites ;
- fixer un calendrier pour chaque tâche et relier les tâches entre elles ;
- résumer l'ensemble des tâches, des délais et des responsabilités attribuées afin d'obtenir une vue d'ensemble ; et
- gérer le temps, les délais et les retards éventuels.

Le graphique de Gantt ([annexe 5](#)) est l'outil le plus utilisé pour visualiser et suivre les échéances,

l'avancement et les livrables d'un projet pour plusieurs équipes en même temps. Il offre une vue d'ensemble à plusieurs niveaux du projet dans sa globalité et fournit des données détaillées sur les personnes qui doivent travailler sur telle ou telle tâche.

Le cadre logique ([annexe 5](#)) est l'outil couramment utilisé pour les projets de développement. Il est moins axé sur les échéances et les tâches du projet, mais donne un aperçu des indicateurs, des activités et des réalisations du projet. Un cadre logique est utilisé pour définir les indicateurs clés de performance, qui sont importants pour le suivi d'un projet.

## Étape 2. Constituer et gérer son équipe

Une gestion efficace, l'inspiration et la motivation sont essentielles pour tirer le meilleur du potentiel de votre équipe. Des conseils sur le recrutement d'une équipe adaptée pour la tâche à accomplir sont donnés ci-dessus. Pour gérer et motiver votre équipe, il convient de respecter les points suivants.

- Gestion des attentes : Fournissez des descriptions précises et claires des tâches et des attentes décrites dans les termes de référence ([annexe 3](#)). Un tableau synthétisant les rôles et les responsabilités améliorera davantage la communication et la coordination du travail. Les livrables et les attentes doivent être cohérents et ne pas changer fréquemment.
- Équilibre des motivations : Reconnaissez et soutenez la motivation intrinsèque des personnes qui ont à cœur de contribuer à réduire le besoin d'antimicrobiens et à minimiser l'émergence de la RAM, et proposez autant d'incitations que possible.
- Incitation à une communication saine : Assurez une communication directe et ouverte afin de faciliter la communication multidirectionnelle, comme les discussions de groupe plutôt qu'en silos, et la communication « ascendante », comme le retour d'information.
- Conservation des archives : Les minutes ([annexe 6](#)) établies au cours des réunions doivent consister en de brefs résumés, comportant les principaux points à retenir et les prochaines étapes.
- Utilisez des outils tels qu'un organigramme, un diagramme de Gantt ou la matrice « responsable, redevable, consulté, informé » (ou RACI, pour *responsible, accountable, consulted, informed*) pour créer des données transparentes et en temps réel sur les tâches, les responsabilités et les réalisations.

## Étape 3. Mesurer et suivre les progrès

- Instaurez une pratique de responsabilisation par le biais d'une responsabilité mutuelle, de contrôles réguliers (25) et de cadres de suivi des progrès, et responsabilisez le personnel pour qu'il respecte les délais impartis.
- Surveillez et traitez les problèmes régulièrement et rapidement, formulez des critiques constructives et reconnaitre les réalisations, quelle qu'en soit l'ampleur. Créez des espaces sûrs pour que les membres de l'équipe puissent partager leurs problèmes de manière constructive et créez des systèmes de soutien supplémentaires (voir la [section 7, Dossier de ressources](#), pour d'autres ressources).
- Surveillez vos principaux indicateurs clés de performance tout au long du projet.
- Tenez à jour une liste des tâches restantes et rappelez à chacun les petites tâches à accomplir.
- Créez et conservez des pièces justificatives multimédias. Prenez des photos, des vidéos, des captures d'écran et des enregistrements audio du plus grand nombre d'activités possible au cours du projet afin de gérer les attentes des parties prenantes et de répondre aux exigences des donateurs.
- Procédez à des évaluations régulières des performances et assurez leur suivi.

## Étape 4. Veiller à la pérennité

Faites appel aux outils et concepts suivants pour planifier et assurer la pérennité de votre équipe ou de votre organisation.

### Bilan de la campagne (voir [section 6, Rapport d'impact](#)).

- Réalisez un bilan de la campagne dès que possible.
- Identifiez les actions qui ont été bien menées, les risques qui ont été atténués et les éventuels problèmes et domaines à améliorer.
- Produisez un rapport de campagne dès que possible.
- Veillez à ce que les minutes et autres documents soient accessibles aux futures équipes et procédez à la saisie, à la gestion et au partage des données de manière rigoureuse et sécurisée afin de garantir un traitement efficace des informations sensibles.
- Veillez à ce que les tâches incomplètes et les échanges finalisés, par exemple avec les parties prenantes, soient correctement documentés et archivés pour référence ultérieure.
- Des outils tels que le diagramme de Gantt peuvent être utilisés pour suivre simultanément plusieurs campagnes et cycles de projet afin d'obtenir une vue d'ensemble.
- Constituez et entretenez des partenariats.

### Planification de la relève de l'équipe

- Identifiez les leaders potentiels et offrez-leur un mentorat.
- Identifiez les lacunes dans les compétences de l'équipe qui seront nécessaires à la continuité du projet et comblez-les.
- Offrez aux membres de l'équipe la possibilité de jouer différents rôles ou d'accomplir différentes tâches.
- Développez une structure de prise de décision qui facilite le développement, la croissance et la mobilité de l'équipe.
- Élaborez et communiquez des protocoles pour les transitions de l'équipe dirigeante.

## Section 5

# Message

Contrairement au changement climatique, qui est devenu une question et un terme familiers et compréhensibles, la RAM n'est souvent pas présente de manière tangible dans la conscience du public. Les questions liées au changement climatique attirent les jeunes ; la RAM devrait également devenir un terme largement reconnu. Cela peut se faire en rendant la notion de RAM plus accessible à tous, en fournissant des exemples réels et des applications tangibles qui trouvent un écho auprès du public.

## Étape 1. Le bon message

### Utiliser des données exactes.

Les faits et les chiffres doivent provenir de sources crédibles et fiables. Ils doivent être intégrés dans vos messages. Des données sur la RAM sont disponibles auprès de l'Alliance quadripartite, comme le programme GLASS de l'OMS (16), la base de données In FARM de la FAO (17) et la base de données ANIMUSE de l'OMSA sur la RAM dans différents pays (19) ; voir la [section 1](#) pour d'autres ressources.

Consultez les tableaux de bord interactifs sur ces sites web. Des données peuvent également être collectées auprès d'institutions universitaires, de réseaux de recherche, d'entreprises pharmaceutiques et de laboratoires privés. La RAM ne se limitant pas à la santé, il convient de prendre en considération les données provenant des secteurs de la santé animale, de l'agriculture, de la production végétale et vivrière et de l'environnement.

### Exemple de campagne de sensibilisation de la collectivité au sujet de la RAM

Une campagne de sensibilisation à la RAM est menée dans votre collectivité locale autour de l'utilisation responsable des antibiotiques dans le bétail. Évaluez les résultats avant et après la campagne. Une analyse qualitative permettra d'établir le niveau de référence servant à mesurer l'impact sur le comportement de la collectivité ainsi que la sensibilisation.

Objectif : Évaluer l'efficacité et l'impact de la campagne de sensibilisation à la RAM sur la compréhension et les attitudes de la collectivité locale à l'égard de l'utilisation responsable des antibiotiques dans le bétail.

### Des messages clairs

Définissez l'objectif de chaque message, par exemple fournir des informations, sensibiliser, changer les attitudes et les comportements, inciter

à l'action ou influencer la politique. Les objectifs définis à la [section 2](#) vous guideront dans la détermination de l'approche la plus appropriée.

Objectif	Message
Inciter à l'action	Il est possible de réduire la #RésistanceAuxAntimicrobiens chez les humains, les animaux, les plantes et dans l'environnement au sein de la [collectivité X]. Inscrivez-vous dès maintenant pour rejoindre le mouvement !
Fournir des informations et sensibiliser le public	Savez-vous que les antibiotiques ne sont pas efficaces pour traiter les infections virales chez l'être humain ou l'animal ? Avant d'utiliser un tel médicament, consultez votre vétérinaire ou votre médecin.
Changer les attitudes et les comportements	Les antibiotiques ne vous aideront PAS à vous sentir mieux lorsque vous avez des symptômes de rhume ou de grippe. Les antibiotiques combattent les bactéries, pas les virus. Au lieu de cela, hydratez-vous, reposez-vous et utilisez des médicaments antigrippaux en vente libre.
Influencer la politique et les actions de plaidoyer	Votre pays dispose-t-il d'un plan d'action national multisectoriel pour lutter contre la RAM ?

## Des informations pertinentes et actualisées

Tenez-vous au courant des informations actuelles et des percées en matière de RAM à partir de sources telles que les fiches techniques sur la RAM, les études de cas, les lignes directrices, les publications

### Simplifier le langage

Une communication efficace nécessite un langage compréhensible par tous. Reformulez les idées compliquées sur la RAM dans un langage de tous les jours afin que tout le monde puisse participer aux conversations. Évitez le jargon technique et les abréviations pour garantir la clarté et l'inclusivité, quelle que soit la formation médicale du public cible. Au lieu d'utiliser des termes techniques tels que « gestion des antimicrobiens », utilisez « utilisation appropriée des antimicrobiens ». Cela peut rendre les messages plus réalistes et plus efficaces. Il est également important d'utiliser un langage simple

dans des revues à comité de lecture et le dossier de ressources sur la RAM. Des informations précises renforcent votre crédibilité et celle de vos plateformes de communication et augmentent l'impact de votre communication.

pour faire comprendre les effets de la RAM sur les systèmes alimentaires, les moyens de subsistance et l'économie. La RAM ne provoque pas seulement un impact négatif direct sur les animaux, mais les maladies animales peuvent également affecter la production alimentaire, la sécurité alimentaire et les moyens de subsistance des éleveurs (7). Le rôle de l'environnement dans la RAM est également important à comprendre et à bien communiquer, car les interventions environnementales préventives et de gestion font partie de la solution pour lutter contre la RAM.

## Étape 2. Comprendre votre public

Les collectivités sont composées de populations diverses ayant des besoins et des préférences variés. La persona est le masque stratégique de l'identité en public, l'image publique de la personnalité, le rôle social que l'on adopte ou simplement un personnage fictif. Les personas peuvent être utilisées comme des représentations détaillées des caractéristiques de votre public cible, telles que l'âge, l'éducation, les préférences en matière de communication (par exemple, les

médias sociaux plutôt que les canaux traditionnels) et la sensibilité à l'égard de questions ou de sujets, tels que l'expérience vécue ou les traumatismes. La création de personas spécifiques vous permettra de brosser un tableau de votre collectivité de manière exhaustive, afin que les gens se sentent inclus.

Pour élaborer des personas pour les individus de votre collectivité, utilisez l'exemple suivant.

Question pour l'élaboration d'une persona	Réponse
Qui est-ce ? (Donnez un nom)	Persona X
Quel est son âge ?	18–24 ans
Quel est son niveau d'éducation ?	Étudiant universitaire
À quels équipements sociaux et sanitaires a-t-elle ou n'a-t-elle pas accès ? (électricité, eau, hôpital, pharmacie)	Elle vit dans une collectivité scolaire hors campus avec accès aux soins de santé mais n'ayant qu'un accès limité à l'eau potable
Quelles sont ses croyances ou opinions sur la RAM ?	La RAM ne peut pas être contrôlée ; elle dépend de la chance.
Comment accède-t-elle aux informations sur la santé ?	Généralement depuis un cercle social, notamment les parents et les amis, et occasionnellement par le biais de visites à l'hôpital.
Quelles plateformes de médias sociaux ou traditionnels utilise-t-elle ou préfère-t-elle ?	Elle consulte fréquemment les médias sociaux et préfère les plateformes avec du contenu vidéo
Domaines et sujets sensibles à prendre en considération	Perte d'un être cher à cause de la RAM



## Étape 3. Identifier les obstacles à la communication

Notez les détails des personas, et améliorez la clarté, l'inclusivité et la sensibilité culturelle de votre message portant sur la RAM.

Certaines activités permettent de lever les obstacles à la communication qui peuvent entraver la diffusion efficace d'un message.

Obstacle	Exemples de moyens d'atténuer les obstacles
Linguistique	<ul style="list-style-type: none"> <li>Élaborer des campagnes de communication multilingues.</li> <li>Fournir des documents et des informations sur la RAM traduits dans un langage simple et facile à comprendre.</li> <li>Envisager du matériel pour les personnes handicapées, en tenant compte de la neurodiversité.</li> </ul>
Psychologique	<ul style="list-style-type: none"> <li>Élaborer des stratégies de communication pour lutter contre les craintes, la stigmatisation et le déni de la RAM.</li> </ul>
Considérations culturelles ou religieuses	<ul style="list-style-type: none"> <li>Former les professionnels de la santé et les personnes chargées de la communication à la sensibilité culturelle.</li> <li>Concevoir des supports pédagogiques qui intègrent les sensibilités culturelles et religieuses vis-à-vis de la RAM.</li> </ul>
Surcharge d'informations	<ul style="list-style-type: none"> <li>Concevoir des sessions d'information interactives (voir <a href="#">section 5.3</a>).</li> <li>Élaborer des documents clairs et concis, dans un langage simple, avec des images.</li> </ul>
Filtrage	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encourager les gens à partager leur expérience et leurs connaissances sur la RAM.</li> <li>Collaborer avec les formateurs pour inclure la RAM dans les programmes scolaires.</li> </ul>
Connaissances multidisciplinaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>Transmettre des messages concis et simples.</li> <li>Inclure des visuels et du contenu interactif pour décrire les problèmes et proposer des actions concrètes.</li> </ul>



Pour commémorer la Journée internationale des forêts, une partie de l'équipe du PNUE a visité la forêt de Karura à Nairobi (Kenya) pour une randonnée informative autour de la forêt avec le Service forestier du Kenya, Nairobi, Kenya, 2024 @PNUE

## Étape 4. Choisir le bon mode de diffusion

Le choix de la méthode appropriée pour transmettre votre message est aussi important que le message lui-même. Pour atteindre les objectifs

identifiés à la [section 2](#) et toucher votre collectivité et vos personas, il faut choisir la bonne plateforme.

### Plateformes de mobilisation en ligne :

- Encouragez les partenaires à partager des stratégies pour surmonter les obstacles et inspirer des changements de comportement. Par exemple, les webinaires, les ateliers interactifs et les consultations en ligne ([section 5.3](#)) sont rentables et tirent parti des canaux, de la portée et des réseaux des partenaires.
- Concevez des campagnes percutantes sur des plateformes telles qu'Instagram, TikTok et Snapchat pour toucher un public plus jeune.
- Les partenariats avec des personnalités influentes ou des jeunes ambassadeurs peuvent permettre de faire passer des messages de manière concrète et authentique ([section 5.2](#)).

### Messagerie instantanée :

- Utilisez des plateformes telles que les sms, iMessage, WhatsApp et Telegram pour diffuser des mises à jour sur la RAM.

Les listes de diffusion garantissent une communication efficace, permettent d'atteindre directement un public plus large et encouragent la mobilisation en temps réel.

### Plateformes de mobilisation hors ligne :

- Participez aux activités de sensibilisation et aux réunions de la collectivité, partagez vos connaissances par le bouche-à-oreille ou par un dialogue ouvert dans les espaces de la collectivité et lors d'événements de cette dernière.
- Déployez des membres de la collectivité formés au niveau local en tant que champions de la RAM

et porte-parole afin d'éduquer les familles et les groupes informels.

- Les campagnes en face-à-face telles que les ateliers ([section 5.3](#)), les événements, les jeux et les activités communautaires alignées sur les préférences de la collectivité peuvent promouvoir une participation active.

### Plateformes de promotion hors ligne :

- Affichez votre contenu sur des plateformes et des espaces à forte visibilité, tels que les bus, les autres transports publics, les arrêts de bus et d'autres options comme l'arrière des tuk-tuks (27).
- Les médias traditionnels tels que la radio

ont une grande portée en raison de leur faible niveau technologique et de leur grande accessibilité.

Les questions suivantes vous permettront d'atteindre votre persona par les canaux les plus appropriés.

Quel est l'objectif ?	Sensibiliser à la menace réelle que représente la RAM vis-à-vis de l'efficacité des médicaments vétérinaires
Quel est le public cible ?	Petits et moyens éleveurs âgés de 18 à 30 ans
Quelle est l'urgence du message ?	Une attention et une action immédiates sont nécessaires.
Quelle sera la durée de la campagne de communication ?	6 mois
Quels sont les canaux les plus efficaces pour atteindre votre public ?	Plateformes de médias sociaux (YouTube, Instagram, TikTok)
Quel type de contenu attirera le public cible ?	Vidéos, infographies et courtes vidéos à portée pédagogique ; récits et témoignages sur la RAM dans le domaine de la santé environnementale.

## Étape 5. Essais et améliorations

Testez votre contenu et recueillez les réactions du public régulièrement pour vous assurer que le contenu est adapté au public. Impliquez votre collectivité et demandez-lui son avis sur la campagne dans le cadre d'enquêtes et de conversations, y compris un simple retour d'information sur ce qu'elle a compris. Collaborez avec tous les membres de la collectivité à l'élaboration de plans efficaces de lutte contre la RAM.

Essayez de nouvelles façons d'entrer en contact avec votre public. Par exemple, si votre approche initiale consistant à utiliser des vidéos et des infographies sur des plateformes de médias sociaux comme YouTube, Instagram et TikTok n'a pas atteint la persona X, vous pourriez passer à des histoires vécues et à des témoignages de survivants de la RAM (voir [section 5.1](#)).



Les antimicrobiens peuvent être utilisés dans les systèmes d'aquaculture ouverts et fermés, Lac Naivasha, Kenya Stephanie Foote, 2022 ©PNUE

### 5.1. Communication narrative

La communication narrative est extrêmement efficace pour captiver un public, même sur des questions complexes et peu connues comme la RAM (28). Elle le fait en humanisant les problèmes

et en créant des liens entre la question et ce qui importe à votre public (28). Voir la [section 7](#), [Dossier de ressources](#) pour des exemples de récits portant sur la RAM.

#### *Concevoir et raconter un récit de qualité*

Le tableau ci-dessous présente les caractéristiques essentielles d'un récit adapté aux campagnes de sensibilisation à la RAM. Ces caractéristiques fournissent un guide structuré pour contrôler

et encadrer la narration, en fournissant des informations sur la RAM sans perdre l'essence de votre récit. Recréez le tableau avec les informations disponibles.

Caractéristiques du récit	Description
<b>Structure</b>	<p>Chaque récit suit une séquence, de l'introduction des personnages et du cadre au développement des personnages, en passant par l'introduction des principaux problèmes, les actions des personnages et la résolution du conflit par la collaboration ou l'opposition. Les fins sont variables. Les conclusions tristes, réfléchies situent l'histoire dans un lieu familier au public et culturellement approprié. Les scénarios de la vie réelle sont réalistes et contribuent à améliorer la réceptivité du récit. Les espoirs ou pleines d'espoir sont autant d'incitations à l'action pour les lecteurs.</p>
<b>Cadre</b>	<p>Les structures de soins de santé ne sont pas les seuls cadres possibles pour parler de RAM. le cadre pourrait tout aussi bien être :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• une école ou une université,</li> <li>• une maison familiale,</li> <li>• élevages (y compris l'aquaculture),</li> <li>• champs de production agricole,</li> <li>• décharges,</li> <li>• stations d'épuration des eaux usées,</li> <li>• une collectivité rurale difficile d'accès ou</li> <li>• un camp de réfugiés.</li> </ul>
<b>Ton</b>	<p>Les voix et le choix des mots peuvent contribuer à créer l'ambiance du récit. Les tons à prendre en compte sont : curieux, plein d'espoir, paniqué ou soulagé.</p>
<b>Thématique</b>	<p>La thématique ou le message guidera l'essence du récit et aidera à relier le début, le milieu et la fin. Voici quelques exemples de thématique :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la responsabilité individuelle dans la prévention de la RAM, tant au niveau de l'individu que de la collectivité ;</li> <li>• comment la RAM affecte les personnes ;</li> <li>• une menace invisible : la RAM chez les plantes et les animaux ;</li> <li>• comment la pollution contribue au problème de la RAM ;</li> <li>• comment la RAM peut menacer les progrès réalisés en matière de santé et de droits sexuels et génésiques ;</li> <li>• le récit d'un patient qui a surmonté une infection à la RAM ; ou</li> <li>• les progrès accomplis dans le développement d'un nouvel antimicrobien : pour un meilleur avenir.</li> </ul>
<b>Personnages</b>	<p>Les personnages peuvent être fictifs ou inspirés de personnes réelles. Ces derniers sont souvent plus puissants pour une narration. Les personnages sont des métaphores vivantes enrichies par l'analogie. Ils ajoutent de la profondeur et de la vraisemblance à la narration, créant un récit mémorable, résonnant, et suscitant un lien profond avec les lecteurs. La <a href="#">vidéo de l'OMS</a> sur l'association du vaccin COVID-19 avec des pilules anti-requins en est un exemple.</p>



### Médias à vocation narrative

Chaque média offre un moyen unique d'entrer en contact avec votre public. Dans les médias interactifs tels que les jeux, le public est immergé et activement engagé dans le récit. Il existe plusieurs façons de relater un récit :

			
À l'oral	Par écrit	Sur support audio-visuel	Sur support visuel
<ul style="list-style-type: none"> <li>• paroles prononcées</li> <li>• poésie</li> <li>• sketches comiques</li> <li>• pièces de théâtre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• articles</li> <li>• livres</li> <li>• blogs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• film</li> <li>• opéra</li> <li>• chanson ou musique</li> <li>• podcast</li> <li>• film documentaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• art interprétatif</li> <li>• peinture</li> <li>• photographie</li> <li>• danse</li> <li>• sculpture</li> </ul>

### Rédiger une narration ou un récit convaincant sur la RAM

Après avoir établi les éléments essentiels d'un récit et les meilleures façons de le transmettre, suivez les étapes suivantes pour construire un narratif solide pour votre campagne de RAM.

## Étape 1. Imaginer le scénario.

Chaque récit doit avoir une intention concrète, qui doit être décidée avant le développement. Lorsque vous imaginez un récit, vous pouvez répondre aux questions suivantes.

- Quel est le récit à raconter ?
- Pourquoi voulez-vous raconter ce récit ? Qui sont les protagonistes ou les narrateurs ?
- Qui est le public principal ? (Voir [section 5. Messages](#))
- Quelles sont les informations fournies par le récit ?
- À la fin du récit, qu'est-ce que votre public aura appris ou décidé de faire ?
- Quel doit être le format du récit ?
- Existe-t-il une meilleure façon de relater le récit ?
- Le récit aura-t-il un impact ?
- Comment ce récit aborde-t-il les aspects ou les points de vue socioculturels ?

## Étape 2. Recueillir des informations.

Recueillez des informations précises et crédibles pour votre récit relatif à la RAM. Voir le [guide de la communication de messages sur la RAM](#).

## Étape 3. Affiner la trame du récit.

Si le personnage reste au cœur de votre histoire, développez une narration contextualisée. Recueillez des détails supplémentaires pour renforcer l'intrigue et brosser un tableau réaliste. Votre récit doit se terminer par une incitation à l'action ou une conclusion claire.

## Étape 4. Organiser le contenu.

Une fois votre trame élaborée, remaniez-la dans le format le plus approprié : sous forme d'article écrit, de podcast, d'histoire artistique ou de story-board numérique. Envisagez d'utiliser un story-board pour décrire les événements de votre campagne RAM en plusieurs volets, avec des visuels et de courtes

légendes. En vous concentrant sur un événement spécifique, vous pouvez raconter une histoire pertinente d'une manière unique qui peut être partagée sur les sites web, les médias sociaux et dans les publications écrites. N'oubliez pas de tester d'autres séquences et formats.

## Étape 5. Partager et mobiliser.

Réfléchissez aux meilleures plateformes pour partager votre récit avec le public cible. Les médias populaires et les plateformes possibles pour les

articles sur la RAM sont énumérés dans le dossier de ressources (voir également la [section 5.2](#)).

Média	Plateformes
Contenu écrit	Blog (Medium, WordPress), revues scientifiques, médias sociaux (LinkedIn, X [Twitter])
Contenu audiovisuel	YouTube, Vimeo, plateformes de podcast
Contenu interactif	Webinaires, cours en ligne
Contenu visuel	Infographies, Instagram, Pinterest, TikTok
Campagne sur les médias sociaux	X [Twitter], Facebook, Instagram
Mobilisation de la collectivité	Forums (forums spécialisés dans le domaine de la santé), plateformes de discussion en ligne
Médias traditionnels	Communiqués de presse, magazines sur la santé, journaux
Matériel pédagogique	Brochures, téléchargements de PDF (sur les sites web), sites web éducatifs, boîtes à outils, abécédaires

Rappelez-vous qu'un bon récit suit des principes spécifiques pour s'assurer qu'il n'est pas seulement entendu, mais qu'il résonne profondément dans les esprits. Il doit :

- être facile à comprendre, universel et accessible à tous les âges, à toutes les capacités, à tous les groupes socio-économiques et à toutes les langues ;
- inclure et promouvoir l'équité entre les genres ;
- être réaliste, assorti d'un scénario ou d'une intrigue crédible ;
- susciter une émotion, qu'elle soit positive ou négative ;
- créer un sentiment d'appartenance à l'idée centrale ;
- capter l'attention ;
- encourager la créativité et la découverte ; et
- transmettre des leçons significatives et inciter le public à agir.

### Exemple d'un récit sur la RAM

Les récits de personnes touchées par la RAM, notamment les survivants de la RAM, les soignants, les propriétaires d'animaux de compagnie et les éleveurs, sont un moyen d'atteindre un public mondial sur les médias officiels et les canaux de médias sociaux. Les survivants d'infections à la RAM et leurs soignants ont un point de vue unique sur les questions et les solutions liées à la RAM.

L'OMS a créé un groupe de travail composé de survivants de la RAM (29) afin de permettre aux personnes ayant souffert de complications liées à des infections résistantes aux médicaments de s'exprimer. La campagne « [La RAM est invisible. Pas moi.](#) » (30) a été lancée, avec des histoires vécues par les membres du groupe de travail pour rendre le récit plus humain.

#### Voici l'histoire de Tori Kinamon : « Étudiante et athlète en bonne santé, j'ai été vaincue par une simple infection. »

Tori était une étudiante universitaire et une athlète en bonne santé lorsque son ischio-jambier gauche a été infecté par un staphylocoque doré résistant à la méthicilline, qui n'avait pas été détecté au départ. L'infection a nécessité huit opérations en deux semaines et 30 jours d'hospitalisation. Après six mois de physiothérapie intensive, Tori a réappris à marcher. Son expérience l'a incitée à poursuivre une carrière dans la médecine. Elle soigne aujourd'hui des patients atteints d'infections similaires, mène des recherches sur les maladies infectieuses et milite en faveur d'une sensibilisation et d'une action accrues contre la RAM.

## 5.2. Médias sociaux

Pour faire passer des messages sur la RAM ou raconter des histoires captivantes ([section 5.1](#)), l'utilisation des médias sociaux est essentielle. Les informations suivantes vous aideront à

sélectionner et à utiliser des outils puissants sur les plateformes de médias sociaux pour une communication efficace afin de susciter des changements positifs.

### Conseils pour une campagne sur les médias sociaux efficace

- Ciblez le public sélectionné à l'aide de plateformes et d'outils de médias sociaux appropriés.
- Un fort taux de mobilisation (31) est un indicateur positif de la popularité de votre contenu, de sa pertinence et du lien qu'il entretient avec le public.
- Sélectionnez soigneusement les bons canaux. Fixez des objectifs et des indicateurs clés de performance, suivez les mesures, analysez les données et optimisez votre campagne (32).
- Le contenu doit encourager une interaction significative, afin que votre campagne soit efficace pour changer les comportements (33).
- Lutte contre la désinformation, partagez l'information et évaluez l'impact en mesurant les résultats dans le monde réel (32).
- Comprenez et utilisez les mesures de l'ampleur de la mobilisation que vous atteignez. Un suivi et une analyse fréquents des données fourniront rapidement des informations pour procéder à une éventuelle adaptation. Voir la [section 5](#), Communication de messages.



Un jeune observe l'enceinte de Michael Lokuru dans la région de Nakoringomo, Soudan du Sud, 2023 ©FAO/Eduardo Soteras

Les trois étapes d'une campagne de médias sociaux réussie sont les suivantes :

- 1** Comprendre ce que votre public recherche et ce qui l'intéresse.
- 2** Concevoir le contenu le mieux adapté à votre public et à votre plateforme.
- 3** Identifier les plateformes les plus appropriées en fonction de votre public et en déterminant si les caractéristiques de la plateforme choisie répondent à vos objectifs.

## Étape 1. Comprendre votre public

La jeunesse, par exemple, est un groupe démographique difficile, car les gens vieillissent et sortent de cette tranche chaque jour. C'est pourquoi les campagnes de médias sociaux doivent s'adapter rapidement aux changements, sur la base d'un

retour d'informations et de données. Lorsque vous concevez une campagne interactive sur les médias sociaux pour le public jeune, vous devez tenir compte de certaines caractéristiques communes à ce groupe d'âge.

- **Une durée d'attention courte** : Les plateformes de médias sociaux et la population jeune préfèrent les contenus qui nécessitent moins de temps d'interaction. Les vidéos populaires sur Instagram durent généralement moins de 30 secondes.
- **Contenu basé sur l'émotion** : Les contenus à fort effet de surprise ou qui déclenchent une réaction émotionnelle suscitent davantage de commentaires et donc de mobilisation. Il est toutefois recommandé d'utiliser des outils pour gérer, voire limiter, la mobilisation du public, par exemple en désactivant la fonction « commentaires » lorsque l'on s'attend à des spéculations sur le sujet traité.
- **Moins de jeunes utilisateurs sur les plateformes** : Globalement, les jeunes sont de plus en plus sélectifs dans leur choix de plateformes. Par exemple, dans certains pays, la « génération Z » n'a plus de compte Facebook.
- **Utilisation spécifique de chaque plateforme** : Les jeunes utilisateurs de plateformes de médias sociaux ont tendance à utiliser chaque plateforme différemment. Par exemple, la génération Z a tendance à utiliser Snapchat comme un outil de dépôt ou une bibliothèque de contenu personnel plutôt que comme une plateforme permettant d'interagir avec du nouveau contenu.
- **Besoins d'information** : Les jeunes utilisent différents canaux, amplificateurs et consomment l'information différemment (34).



Photo de groupe avec les membres du Conseil de la jeunesse et le personnel de l'OMS, dont le Dr Tedros Adhanom Ghebreyesus, directeur général de l'OMS ; le Dr Gaudenz Silberschmidt, directeur Santé et partenariats multilatéraux de l'OMS ; le Dr Catharina Boehme, chef de cabinet de l'OMS ; le Dr Bruce Aylward, conseiller principal du directeur général et sous-directeur général par intérim, Relations extérieures et gouvernance ; le Dr Anshu Banerjee, sous-directeur général par intérim, Couverture sanitaire universelle/cours de vie. Suisse 2023 ©OMS / Christopher Black



## Étape 2. Établir une carte des différences entre les plateformes de médias sociaux

Outre les différences évidentes, chaque plateforme dispose de fonctions qui optimisent des contenus différents et présente un profil d'utilisateur différent, qui peut être utilisé pour susciter de la mobilisation (35).

Type de plateforme	Plateforme	Plateforme	Utilisation pour votre campagne
Média social basé sur l'image	Instagram, Pinterest, Snapchat	Événements et infographies avec des groupes spécifiques	Excellent pour le commerce social, comme la création et la promotion de marchandises pour la levée de fonds. Distribution des informations sous une forme visuellement attrayante, telle que des infographies, des mythes et des faits. Développement de la marque visuelle
Média social sous forme de courte vidéo	Instagram (reels), TikTok, YouTube	Diffusion de brèves vidéos de 5 à 30 secondes	Les vidéos populaires durent en moyenne moins de 30 secondes. Envisagez des vidéos alternatives telles que les mèmes. Combiner les messages avec les tendances virales émergentes pour partager l'information. De brèves tactiques de communication narrative peuvent être utilisées pour susciter l'intérêt pour les publications plus conséquentes. Utilisez des outils tels que les sous-titres codés pour améliorer l'accessibilité. Veillez à ce que le contenu ne comporte pas de termes offensants pour les groupes minoritaires; utilisez toujours des clauses de non-responsabilité.
Média social textuel	Instagram, X	Présenter des réflexions et des idées aux consommateurs et les inviter à faire part de leurs réactions	Élaborer du contenu sur des questions controversées et l'utiliser pour générer des pistes pour des articles plus longs. Il s'agit d'informer les gens sur les tendances et les promotions du moment. Entamer des conversations.

Il est également utile de définir le nombre et les caractéristiques démographiques des utilisateurs des plateformes que vous envisagez d'utiliser dans le cadre de votre campagne. Cela permettra de déterminer les ressources à consacrer à chaque

plateforme et l'audience atteignable maximale. Les plateformes de messagerie instantanée sont souvent considérées comme les meilleurs moyens de diffuser des informations sur des causes sociales.

Plateforme	Données démographiques > âge : pourcentage par rapport à tous les utilisateurs	Nombre d'utilisateurs actifs	Temps moyen passé par chaque utilisateur sur la plateforme
Média de référence	18–25 ans : 60 % 25–35 ans : 35 % ≥ 35 ans : 5 %	2 millions dans le pays A, B ou C	1,5 h / jour

## Étape 3. Conception du contenu en fonction des fonctionnalités de la plateforme.

Le contenu doit être adapté au public, à la plateforme et aux objectifs de la campagne, tout en étant conforme à la marque et aux valeurs de votre

équipe ou de votre organisation (35). Envisagez les stratégies suivantes pour établir un lien efficace avec votre public.

- 1. Apportez de la valeur :** Donnez des conseils pratiques et partagez des connaissances et des opportunités qui profitent à votre public ; par exemple, des explications et des conseils pratiques en matière de santé publique.
- 2. Soyez réaliste :** Partagez des histoires vécues, présentez des champions, des défenseurs et du contenu sur les coulisses pour trouver des idées afin de résoudre des problèmes et permettre à votre public de sentir qu'il fait partie de votre campagne.
- 3. Soyez pertinent :** Utilisez un contenu, des mots, des couleurs, un langage et des images attrayants et adaptés à votre public cible, en considérant les questions de genre.
- 4. Partagez :** Fournissez des nouvelles et des informations sur des services et des opportunités peu connus.
- 5. Soyez collaboratif :** Mentionnez et remerciez vos parties prenantes et vos partenaires, et partagez votre mot dièse (hashtag). Envisagez d'utiliser des comptes d'influenceurs.
- 6. Faites participer votre public :** Créez des occasions pour votre public d'agir, de participer et de communiquer directement avec vous, en favorisant les interactions avec la collectivité et les différentes activités telles que les concours.



Portrait d'un jeune garçon dans le district de Lal Pur, Jalalabad, Afghanistan, 2022 ©FAO/Hashim Azizi

Plateforme	Présentation du contenu
<b>Facebook</b>	<p>Les publications avec une incitation à l'action : Publiez des contenus qui suscitent des commentaires et des rediffusions, par exemple des concours ou des tendances.</p> <p>Publications visuelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• des photos de haute qualité sous des angles inhabituels</li> <li>• des vidéos qui attirent l'attention dans les 15 premières secondes ; durée totale : 30 secondes</li> </ul> <p>Facebook Live: promouvoir et accroître l'accès aux événements du moment</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Histoires et reels Facebook</li> </ul> <p>Contenu généré par les utilisateurs : Défis sur les médias sociaux qui permettent aux utilisateurs de partager leur travail à l'aide de mots dièse et en étiquetant votre page.</p>
<b>Video: TikTok, Instagram, etc.</b>	<p>Mèmes viraux</p> <p>Combiner les tendances actuelles avec des interventions de personnes expliquant le phénomène de RAM, assorties de sous-titres codés.</p> <p>Inclure les tendances de type musique et danse, tout en préservant les messages.</p> <p>Utiliser des extraits sonores actuels et des mots dièse pour promouvoir et mobiliser différents groupes.</p> <p>Vidéos collaboratives</p> <p>Étudier la possibilité de collaborer avec différents créateurs sur du contenu pour manifester leur soutien, par exemple des influenceurs de différents secteurs qui parlent de la RAM.</p> <p>Inclure des défis sur les médias sociaux auxquels le public peut participer en créant son propre contenu.</p>
<b>Message : WhatsApp, Telegram, etc.</b>	<p>Vidéos courtes : Vidéos de 30 secondes expliquant ou présentant le travail effectué en matière de RAM</p> <p>Messages courts : Les messages doivent être simples afin d'éviter les chaînes de messages.</p> <p>Graphiques colorés : Utilisez des graphismes de haute qualité pour encourager le public à vous suivre pour en savoir plus ou à parler à ses pairs.</p> <p>Publications avec lien hypertexte : Incluez des vidéos ou des blogs qui expliquent une question relative à la RAM.</p>
<b>Textuel : X (Twitter), LinkedIn, etc.</b>	<p>Courtes vidéos avec des hyperliens menant vers d'autres contenus ; téléchargez des vidéos ou des blogs qui expliquent une question relative à la RAM.</p> <p>Conversations et messages clés d'autres campagnes</p> <p>Actualités</p> <p>Pour organiser de petites discussions, utilisez les Espaces X (Twitter) pour des discussions impromptues et pour présenter des porte-parole locaux.</p>

## Conseils supplémentaires pour la mobilisation dans les médias sociaux :

Domaine de mobilisation	Conseils
Outils	<p>Sélectionnez les outils les mieux adaptés à votre campagne. Ayez une bonne compréhension de votre public cible et de vos objectifs de communication. Les plateformes peuvent être utilisées pour la mobilisation, la publication, l'analyse, l'écoute sociale, le marketing d'influence, la création de contenu par intelligence artificielle, la publicité et le calendrier des publications.</p> <p>Essayez différents outils de gestion des médias sociaux pour trouver celui qui convient à votre campagne.</p> <p>Tenez compte du prix de l'outil et de votre budget. Profitez de la période d'essai maximale de chaque plateforme pour tester ses fonctions et décider laquelle correspond à votre budget.</p> <p>Vérifiez les fonctionnalités et l'expérience utilisateur de chaque outil. Un bon outil de gestion des médias sociaux doit être facile à utiliser seul ou en équipe et s'adapter à plusieurs appareils.</p>
Contenu	<p>Déterminez les tendances des médias sociaux que vos publics pourraient trouver stimulantes.</p> <p>Diversifiez le contenu pour chaque plateforme et son public cible. Évitez de publier le même contenu sur toutes les plateformes.</p> <p>Veillez à ce que votre contenu respecte l'équité, la diversité et l'inclusion. N'utilisez pas de contenu qui renforce les préjugés ou qui présente un groupe comme meilleur ou pire que les autres.</p> <p>Améliorez l'accessibilité en utilisant des outils tels que le texte alternatif et le sous-titrage.</p> <p>Maintenez un <u>calendrier des médias sociaux</u> pour programmer le contenu et planifier une stratégie de communication.</p>
Timing	<p>Tenez-vous au courant des tendances et des nouvelles pertinentes, y compris les actualités et les contenus viraux, et vérifiez que les messages à venir sont toujours pertinents et sûrs.</p> <p>Identifiez le moment clé pour chaque plateforme et chaque région à partir de données telles que le trafic vers les sites et les plateformes pour une mobilisation maximale de votre public cible.</p> <p>Soyez conscient du temps nécessaire pour atteindre votre public cible sur les différentes plateformes. Programmez le contenu en conséquence.</p> <p>Assurez la supervision et veillez à ce que le contenu publié reste pertinent, évitez les doublons et procédez à une rotation et à une réaffectation stratégiques du contenu.</p>

*Définir une stratégie en matière d'objectifs et de contenu*

Votre contenu doit comprendre diverses réalisations, telles que des blogs, des infographies, des vidéos et des récits. Planifiez votre communication de messages et la création de contenu pour une période spécifique (par exemple, la Semaine mondiale de sensibilisation à la RAM, ou WAAW en anglais).



### Collaboration

Les partenariats avec des organisations, des influenceurs et des parties prenantes permettent d'accéder à des publics plus larges, amplifiant ainsi

la portée et l'impact d'une campagne. Certaines plateformes disposent d'outils de collaboration pour la prise de décision.

### Prévoir plus de temps

Les campagnes sur les médias sociaux, comme toute campagne de marketing et de communication, nécessitent du temps pour la planification, la conception du contenu et la mobilisation et la préparation des partenaires.

Pour les campagnes bénéficiant d'un soutien indirect, telles que la promotion par un partenaire, incluez le temps nécessaire à la production d'un kit de médias sociaux pour les parties externes et pour qu'elles publient et génèrent du contenu.

Vous travaillez sur une campagne WAAW, et vous et votre équipe avez développé du contenu, y compris des publications telles que des graphiques sur la RAM et de courtes vidéos pour expliquer les dommages et l'impact de la RAM. Vous diffuserez également une conférence en direct sur YouTube.

Votre public cible est constitué de jeunes qui étudient pour devenir des professionnels de la santé (santé publique, soins infirmiers, pharmacie, médecine vétérinaire, médecine humaine). Vos plateformes actuelles sont Facebook, avec 1 000 likes, et YouTube, avec 120 abonnés. Vous avez une page X sous-utilisée, et votre contenu Instagram est republié à partir de votre page Facebook. Vous avez décidé d'utiliser Facebook et YouTube Shorts pour promouvoir la conférence. Quelle est votre stratégie ?

#### Réponses :

1. Utilisez la mobilisation et les réflexions qui correspondent à la tranche d'âge que vous ciblez dans votre région. D'autres plateformes attirent-elles davantage de personnes dans ce groupe d'âge ? X et Instagram sont plus en phase avec les jeunes publics et ont une plus grande portée.
2. L'augmentation du nombre de followers sur ces autres plateformes de médias sociaux nécessitera une stratégie de contenu qui se traduise par une mobilisation. De courtes vidéos peuvent être trouvées sur YouTube Shorts et Instagram Reels pour attirer plus de personnes sur la page et augmenter le nombre de followers. Ces mesures devraient être utilisées pour concevoir des stratégies visant à améliorer le cadre de référence.



Un enfant et sa chèvre s'embrassent amicalement au Moyen-Orient, année inconnue ©OMSA/T.Damavandi

**Planification pour les médias sociaux** (voir également l'[annexe 7](#))

Public cible	Buts et objectifs
Utilisez ces connaissances pour identifier le public auquel s'adresse votre contenu.	Définissez des objectifs SMART pour votre campagne et assurez-vous de savoir comment les mesurer. Les données ainsi produites pourront s'avérer utiles.
Analyse concurrentielle	Création de contenu
Identifier les partenaires et étudier leurs campagnes et autres ressources.	Adapter le contenu aux objectifs et au public.

**Stratégie de diffusion du contenu**

Avec un calendrier de contenu, établissez un plan de diffusion, comprenant la plateforme, un échantillon de contenu, la date de publication, les partenaires et les influenceurs à associer à la publication, les autres liens et les informations requises pour chaque publication.

Exemple :

**Événement** : Défi communautaire WAAW 2025

**Plateforme** : Instagram @ABC

**Type de contenu** : Affiche carrée, avec des détails sur le défi et des récits de participation

**Texte de la publication** : « Gagnez la visite des célébrités ABC et DEF dans votre collectivité ! Partagez une idée pour lutter contre la RAM dans votre collectivité en participant au défi communautaire 2025 de la WAAW avant le 20 décembre 2024. Lien dans la description. »

**Partenaires** : (ajouter tous les comptes à étiqueter et à mentionner)

**Date pour la publication** : 1er juin 2024, 12:00, et une histoire par semaine

**Évaluation du contenu.**

Le suivi et l'évaluation sont essentiels pour développer des campagnes et rationaliser le contenu. Effectuez un audit des plateformes sociales utilisées régulièrement afin de déterminer si vous atteignez vos objectifs (par exemple, nombre de followers, de réactions, de partages, de re-tweets).

## 5.3. Atelier interactif

### Étape 1. Rédiger une note conceptuelle

Voir la [section 3](#) sur les étapes de la rédaction d'une note conceptuelle. Ce guide décrit la planification et l'organisation d'un atelier interactif sur la RAM. La note de synthèse d'un atelier doit expliquer le projet

projet en termes pertinents pour l'atelier, tels que les participants ciblés, les objectifs d'apprentissage et la conception.

<b>Participants cibles</b>	Le groupe pour lequel l'atelier est conçu et le nombre approximatif de participants. Les élèves d'un groupe d'âge spécifique, les membres de la collectivité, les travailleurs de la santé, les travailleurs et praticiens liés à l'environnement, ou les éleveurs en sont des exemples. Pour plus d'informations sur la réalisation d'un exercice de cadrage, voir la <a href="#">section 2</a> .
<b>Objectifs de l'atelier</b>	Définissez des objectifs SMART (voir section 2) : Un atelier étant limité dans le temps, il convient d'identifier des objectifs spécifiques, par exemple une bonne hygiène des mains. Ensuite, énoncez les avantages que les participants tireront de l'atelier et comment ils les obtiendront.
<b>Indicateur de réussite</b>	Déterminez l'indicateur de réussite de l'atelier. Veillez à ce que les indicateurs répondent aux critères SMART et soient conformes aux objectifs. Par exemple, les participants auront amélioré leurs connaissances sur la prévention de la RAM et pourront partager ces informations avec leurs familles. Leur compréhension sera mesurée à l'aide d'un questionnaire avant et après l'atelier.

### Étape 2. Déterminez le format de la présentation.

En fonction de votre objectif, du lieu de résidence de vos participants et des ressources disponibles, l'atelier peut se dérouler sous différentes formes. Les ateliers virtuels, en personne, mixtes et hybrides sont définis ci-dessous.



Lorenzo Agatiello, jeune producteur du cardon bossu de Nizza Monferrato, ingrédient essentiel de l'un des symboles de la gastronomie piémontaise, la bagna cauda, une sauce bouillante à base d'ail, d'huile d'olive extra vierge et d'anchois servie avec des légumes. La culture de cette variété de cardon suit une tradition séculaire dans le territoire, semée en mai dans les sols sablonneux le long de la rivière Belbo. Nizza Monferrato (Piémont), Italie, 2021©FAO/Victor Sokolowicz

	Virtuel	En personne	Mixte	Hybride
<b>Définition</b>	Un atelier entièrement en ligne	Un atelier uniquement en personne	Un atelier dans lequel les différents stades ont des formats différents	Un atelier à la fois virtuel et en personne
<b>Mobilisation</b>	Nécessite des compétences en matière de mobilisation et de communication avec les participants.	Le format le plus simple. Une vaste palette d'outils est disponible pour les différents types d'apprenants.	Les animateurs doivent savoir quels sont les outils les mieux adaptés à chaque moment de l'atelier.	Le plus difficile. Les participants en ligne et dans la salle doivent être mobilisés en même temps.
<b>Accessibilité du contenu</b>	Peut contenir du contenu en direct et préenregistré	Tous les participants sont dans la salle en même temps	Contenu en direct et préenregistré	Contenu principalement en direct pour les personnes présentes dans la salle
<b>Coût et efficacité</b>	L'option la plus économique. S'améliore en espaçant les sessions.	Coûteux. Connaissances limitées aux ressources	Permet une certaine flexibilité grâce à l'accès au contenu à revoir.	Des expériences différentes pour les deux groupes peuvent conduire à des résultats différents.
<b>Durée de l'atelier</b>	Il peut s'agir de plusieurs sessions courtes sur une période plus longue.	Généralement plus courte en raison de contraintes de budget ou de lieu	Il pourrait s'étaler sur une plus longue période, avec des sessions virtuelles et en personne.	Court, parce qu'il est complexe de s'adresser simultanément à deux groupes
<b>Inclusion et accessibilité</b>	L'internet peut être inaccessible dans les collectivités rurales. Tenez compte des besoins particuliers, tels que la langue des signes ou l'interprétation.	Garantissez l'accès à tous les groupes. Veillez à la sécurité et à la mise en place de mécanismes de signalement en cas de violation de l'équité ou de préoccupations. (Voir le <a href="#">dossier de ressources</a> pour d'autres ressources).	Considérations distinctes pour les formats virtuels et en personne	Prise en compte simultanée des participants virtuels et des participants en personne
<b>Suivi post-atelier</b>	Possible si les données de contact ont été collectées	Occasions limitées en personne ; suivi virtuel ou numérique	Envisageable	Suivi virtuel ou numérique

### Ne laisser personne de côté et garantir l'accessibilité pour tous :

Veillez à ce que votre contenu soit accessible à tous les groupes, afin que personne ne manque l'occasion de travailler sur la RAM. Un [exemple de liste de contrôle](#) pour l'organisation d'un événement est disponible auprès d'ONU Femmes (37).

« L'expérience utilisateur » doit être prise en compte lors de la conception d'un atelier afin de comprendre les attentes de vos participants dès leur première rencontre, par exemple sur la page d'inscription.

## Étape 3. Comprendre les ressources disponibles et s'y adapter.

Avant de planifier un atelier, vous devez déterminer les ressources dont vous disposez, y compris le budget, la main-d'œuvre et le temps.

Les ressources et les contraintes éventuelles influenceront la conception de votre atelier.

Exigence	Atelier virtuel	Atelier en personne
<b>Structure</b>	Une plateforme de téléconférence avec une interface utilisateur facile à utiliser	Un lieu accessible et pouvant accueillir confortablement tous les participants
<b>Ressources humaines</b>	Formateurs et animateurs Personnel chargé d'aider les participants à résoudre les problèmes techniques  Un ratio optimal de formateurs ou d'animateurs par rapport aux participants en fonction du groupe cible et de la plateforme utilisée.	Formateurs et animateurs Personnes chargées d'aider à l'inscription et à d'autres aspects logistiques ou aux questions d'accès  Un ratio optimal de formateurs ou d'animateurs par rapport aux participants en fonction du groupe cible et des activités.
<b>Assistance technologique</b>	Assistance à la connexion Internet pour tous les participants et les formateurs	Soutien audiovisuel, tel que microphones, projecteurs et autres équipements
<b>Matériaux</b>	Dispositifs et outils de mobilisation, tels que des tableaux blancs collaboratifs et des quiz	Matériel d'écriture et autres matériels pour les activités

## Étape 4. Concevoir les activités de l'atelier.

Les activités doivent être adaptées aux objectifs de l'atelier et aux besoins du public. Incluez des activités sous diverses formes pour répondre aux styles d'apprentissage des différentes personnes, telles que des petits groupes de travail, des études de cas, des activités « énergisantes » et « brise-glace », telles qu'un quiz sur les antimicrobiens, des expériences personnelles, des débats, des simulations (ou des jeux de rôle), des démonstrations physiques, des présentations ou des sketches (en particulier pour les jeunes publics).

Les éléments suivants sont recommandés pour rendre les activités de l'atelier plus interactives.

- Utilisez des supports visuels tels que des tableaux et invitez les participants à participer à la création de présentations.
- Incluez des techniques telles que les sondages, les quiz en ligne ou les tableaux blancs collaboratifs. Des plateformes gratuites sont disponibles en ligne.
- Utilisez des vidéos animées pour expliquer le nouveau contenu.

Organisez ces activités en sessions afin d'améliorer la compréhension des participants et des formateurs. Les activités qui incitent les participants à réfléchir à des notions plus vastes doivent être utilisées en premier lieu et les contenus plus spécifiques en second lieu.



## Étape 5. Élaborer un ordre du jour.

Lors de la planification et de la conception d'un atelier, il peut être utile de structurer les sessions en modules, comme des blocs de construction. Identifier les thématiques liées aux objectifs, puis les décliner en sujets. Il est utile de comprendre le

niveau de connaissance des participants afin que l'ordre du jour puisse être conçu pour différents niveaux de connaissance. Ces données peuvent être obtenues par le biais d'enquêtes réalisées avant la tenue de l'atelier.

Thématique	Sujets possibles
<b>L'utilisation responsable des antimicrobiens dans la collectivité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'utilisation responsable des antimicrobiens</li> <li>Promouvoir des pratiques responsables en matière d'antimicrobiens dans l'alimentation et l'agriculture</li> <li>De l'importance de l'hygiène des mains</li> <li>Apprécier la valeur d'un microbiome diversifié et comprendre que seuls certains microbes provoquent des maladies</li> </ul>
<b>L'approche Une seule santé</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprendre la notion de l'approche Une seule santé et sa pertinence</li> <li>Mobiliser les collectivités par le biais de récits</li> <li>Rôles interconnectés des patients, des travailleurs de la santé et du secteur environnemental</li> <li>Collaboration pour une réponse multisectorielle à la RAM</li> <li>La mobilisation de la collectivité dans le cadre de l'approche Une seule santé</li> </ul>
<b>La RAM et moi (cours de formation générale)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Qu'est-ce que la RAM ?</li> <li>Qui est concerné par la RAM ?</li> <li>Comment puis-je aider ?</li> </ul>



Inger Andersen, directrice exécutive du PNUE, s'entretient avec une délégation de jeunes lors de la COP28 sur le climat, Dubaï, 2023  
©PNUE/Duncan Moore

Il est recommandé de limiter la durée de chaque session à 30-45 minutes, sauf pour les exercices pratiques. Voici un ordre du jour possible :

Horaire	Jour 1	Jour 2
7:00–7:30	Introduction : Un jeu de Bingo pour apprendre à connaître son équipe et ses responsabilités	Briefing de la journée et commentaires d'une organisation non gouvernementale locale
7:30–8:00	Une introduction à la RAM : Session d'un groupe d'experts	Discussion en petits groupes sur les mesures à prendre pour lutter contre la RAM
8:00	Pause	
8:30–9:00	Bibliothèque humaine : Parties prenantes en matière de RAM : Rencontre avec les soignants et les survivants	Étude de cas : Explorer les microbiomes et comprendre que seuls certains microbes provoquent des maladies
9:00–9:30	Exercice de réflexion : La mobilisation de la collectivité dans le cadre de l'approche Une seule santé	Planification de projets et présentation de solutions basées sur la collectivité (dans les équipes du projet)
9:30-10:00	Débriefing et préparation de la deuxième journée	

## Étape 6. Planification du suivi.

Planifiez les activités et la communication en amont et en aval de l'atelier afin d'améliorer les projets futurs et de vous assurer que vous avez atteint vos

objectifs. Les activités doivent être basées sur les indicateurs de réussite (étape 1) et le mode de communication préféré des participants.

	Type d'évaluation	Activité
<b>Approche quantitative</b>	Mini enquête	Formulaires pour obtenir un retour d'information sur les intervenants
	Questionnaires avant et après l'événement	Des tests courts pour évaluer les connaissances, les attitudes et les comportements avant et après les sessions
<b>Approche qualitative</b>	À l'oral	Discussions avec les participants sur les connaissances acquise
	Groupes de discussion, réflexions et entretiens	Dialogue pour connaître la perception des problèmes et savoir si l'atelier a eu un impact
	Boîte à idées	Commentaires généraux sur la structure des sessions ou de l'atelier
	Activités	Propositions, notamment pour des événements, des campagnes de sensibilisation et de médias sociaux, et mise en œuvre de ces activités.
	Formation par les pairs	Les participants forment un autre groupe de manière indépendante

## 5.4 Mobilisation de la collectivité

Ce guide propose des idées et des stratégies pratiques pour impliquer les jeunes dans la collectivité et prendre en compte leurs points de vue et leur enthousiasme pour trouver des solutions

efficaces. Il est important d'identifier les personnes influentes au sein de la collectivité et d'utiliser leurs atouts pour une mobilisation efficace, qu'elle soit virtuelle ou en personne.

### Étape 1. Qui compose votre collectivité ?

Vous devez comprendre votre collectivité et le rôle de ses différents membres. Cela facilite la compréhension des acteurs de la collectivité, de leurs intérêts et de leur soutien potentiel à votre campagne sur la RAM. Chaque partie prenante, qu'elle soit impliquée dans la formation de la collectivité, la promotion de l'utilisation responsable des médicaments ou la recherche de

solutions créatives, joue un rôle dans la lutte de votre collectivité contre la RAM. Les défis posés par la RAM peuvent être relevés collectivement en reconnaissant et en utilisant les divers points de vue et contributions de chaque groupe. Envisagez de vous positionner de manière appropriée pour répondre aux besoins et aux défis uniques de la RAM au niveau local et mondial vis-à-vis de :

- **les jeunes leaders** : vous et les organisations dirigées par des jeunes, au service des jeunes et centrées sur les jeunes ;
- **les membres de la collectivité** : les patients, les familles, les survivants, les porte-parole des patients, les propriétaires d'animaux de compagnie, les éleveurs, les travailleurs agricoles et le grand public ;
- **les professionnels de la santé** : médecins, infirmiers, vétérinaires, pharmaciens et autres professionnels de la santé en première ligne ;
- **les détenteurs de connaissances et les communicants** : chercheurs, formateurs, enseignants, journalistes et influenceurs ;
- **les décideurs politiques** : fonctionnaires des ministères, hommes politiques, parlementaires et régulateurs ;
- **les institutions locales autonomes** : municipalités, conseils municipaux, cantons, conseils de village, comtés ; et les entités de santé mondiale et de défense : la santé animale, la santé environnementale et les champions de l'action pour le climat, ainsi que les entreprises pharmaceutiques ;
- **champions multidisciplinaires de la santé mondiale et entités de soutien** : champions de la santé humaine, de la santé animale, de la santé environnementale et de l'action climatique, ainsi que les entreprises pharmaceutiques.

Dans le guide de cadrage de l'intervention ([section 2](#)), vous avez identifié les principales parties prenantes et les besoins de la collectivité.

Il s'agit maintenant d'évaluer le niveau d'intérêt et les capacités des acteurs de la collectivité.

### Étape 2. Qu'est-ce qui rend votre collectivité unique ?

Apprenez à connaître votre collectivité et ses besoins (voir [section 2](#)). Dresser le portrait de la collectivité implique une recherche et une documentation approfondies des caractéristiques de votre collectivité cible, y compris les normes

culturelles, les pratiques et les valeurs communes, qui peuvent être classées en tant qu'éléments facilitateurs ou obstacles dans votre campagne de mobilisation de la collectivité sur la RAM.

Caractéristique	Facilitateurs	Obstacles
<b>Normes socio-culturelles</b>	<p>La collectivité adopte des pratiques orientées vers la santé et accorde une grande importance à l'hygiène.</p> <p>Les pratiques de la collectivité étendent les approches orientées vers la santé aux soins des animaux, y compris l'utilisation responsable et prudente d'antimicrobiens en médecine vétérinaire.</p> <p>La valorisation de l'hygiène s'étend à la gestion responsable des déchets, à la réduction de la contamination de l'environnement et de la propagation de microbes résistants.</p>	<p>Résistance culturelle à l'adoption de nouvelles pratiques médicales</p> <p>La résistance culturelle affecte les soins vétérinaires, pouvant conduire à une utilisation excessive des antimicrobiens et à la RAM chez les animaux.</p> <p>La résistance culturelle aux pratiques de gestion des déchets respectueuses de l'environnement contribue à la pollution de l'environnement et à la propagation de la RAM.</p>
<b>Pratiques</b>	<p>Promotion de l'utilisation responsable des antimicrobiens</p> <p>Élimination en toute sécurité des déchets médicaux, vétérinaires et agricoles</p> <p>Reconnaissance du fait que le bien-être des animaux fait partie des responsabilités partagées</p>	<p>Surutilisation et mauvaise utilisation des antimicrobiens en raison d'un manque de sensibilisation ou de formation au sujet de la RAM</p> <p>Élimination inadéquate des déchets</p>
<b>Valeurs communes</b>	<p>Le bien-être de la collectivité et l'importance des soins de santé pour les êtres humains, les animaux et l'environnement</p>	<p>Sensibilisation limitée aux conséquences de la RAM sur les êtres humains, les animaux et l'environnement</p>

### Étape 3. La RAM dans votre collectivité

Dresser la liste des détails et des caractéristiques de votre collectivité permet de mettre en évidence le caractère unique de cette dernière. Recueillez et présentez vos données, en identifiant les ressources

actuelles et les défenseurs des droits humains, comme indiqué dans la [section 2](#). Reportez-vous à la [section 4](#), étape 1, pour une présentation efficace des données sur la RAM.

### Étape 4. Répondre aux besoins de votre collectivité

#### Fixer un objectif commun.

L'établissement d'un objectif commun conduit à une vision partagée et à une action concertée au sein de votre collectivité. L'objectif commun répond à la question « Pourquoi » et constitue le but collectif. Assurer une communication ouverte et une prise de décision concertée entre la collectivité et

les parties prenantes dans le cadre d'une approche consultative bilatérale. Ce n'est qu'une fois que le besoin et l'objectif commun sont clairs que l'on peut passer au « Comment », en franchissant les trois stades du cœur, de l'esprit et du geste.



Stade	Objectif
Le cœur	Toucher le cœur de la collectivité en suscitant l'intérêt et l'empathie pour la problématique de la RAM. Pour ce faire, il faut raconter des récits, communiquer efficacement à l'aide d'images et susciter intentionnellement des émotions afin de sensibiliser le public.
L'esprit	La collectivité acquiert des connaissances sur la RAM et ses origines et les diffuse.
Le geste	À ce stade critique de l'action, la collectivité est mobilisée, elle s'implique et se transforme en défenseurs, en formateurs et en participants actifs aux campagnes sur la RAM.



Soixante-dix-septième Assemblée mondiale de la santé, Genève, Suisse, 27 mai - 1er juin 2024. Table ronde stratégique « Changement climatique et santé : une vision globale pour une action commune » lors de la 77e Assemblée mondiale de la santé le 1er juin 2024 à Genève, Suisse, 2024 ©OMS / Antoine Tardy.



### Principes directeurs pour la mobilisation de votre collectivité.

Lors de la conception de votre campagne sur la RAM, laissez-vous guider par la mobilisation de la collectivité pour garantir une mise en œuvre efficace.

Principe directeur	Question
Inclusivité	Toutes les voix de la collectivité sont-elles représentées ? Avez-vous inclus les collectivités autochtones et les collectivités confrontées à des obstacles ?
Transparence	Avez-vous communiqué sur le but, les objectifs et les résultats de la mobilisation ?
Respect	Traitez-vous tous les membres de la collectivité avec dignité, en reconnaissant leurs contributions uniques et diverses ?
Partenariat et collaboration	Travaillez-vous collectivement, partagez-vous la prise de décision et construisez-vous des relations solides avec la collectivité ?
Accessibilité	Les informations sont-elles accessibles à tous, compte tenu de la langue, des capacités, des préférences et du langage, y compris les termes familiers ?
Autonomisation	Fournissez-vous les outils et les compétences nécessaires à une participation active de la collectivité, en favorisant un sentiment d'appropriation ?
Flexibilité et adaptabilité	Êtes-vous flexible et capable de vous adapter à l'évolution des besoins de la collectivité ?
Pérennité	Les retombées sont-elles durables et permettront-elles de renforcer les capacités de la collectivité ?
Communication efficace	Vos canaux de communication sont-ils facilement accessibles ? Fournissez-vous un retour d'information continu pour affiner les stratégies de mobilisation au fil du temps ?

### Travailler avec vos partenaires et identifier des champions.

Impliquez dès le départ des personnalités influentes de la collectivité, telles que des responsables. Identifiez les champions de la RAM (38) et les personnes dévouées, notamment les professionnels de la santé, les éleveurs et les responsables des collectivités, et encouragez activement une utilisation responsable et prudente des antimicrobiens. Les champions deviennent

le visage de votre campagne. Ils organisent des événements et favorisent un changement de comportement positif au sein de la collectivité. Mobilisez les prestataires de soins de santé, les organisateurs et les éducateurs locaux afin d'identifier ceux qui ont un impact durable sur la réduction de la propagation de la RAM.

## Étape 5. Identifier les meilleures méthodes de mobilisation

La mobilisation de l'ensemble de la collectivité, y compris au niveau local, est essentielle. La participation de la collectivité renforce son appropriation de votre campagne, ce qui en

multiplie l'impact. Ces méthodes peuvent être utilisées séparément ou ensemble ; par exemple, la sensibilisation et la capacité se construisent souvent de concert.

Méthode	Focus	Activités
Sensibilisation	Accroître la sensibilisation à la RAM.	Mobiliser la base pour qu'elle partage l'information par le biais d'ateliers, de campagnes et de matériel pédagogique. Cultiver la compréhension de l'utilisation responsable des antimicrobiens.
Renforcement des capacités	Former et responsabiliser les individus et les collectivités.	Former les professionnels de la santé, les formateurs et le public. Renforcer la capacité à prendre des décisions en connaissance de cause et former des membres de la collectivité en tant que formateurs.
Politique et plaidoyer	Plaider en faveur de changements politiques.	Collaborer avec les décideurs politiques, les établissements de soins de santé et les responsables des collectivités. Utiliser les données et les récits des collectivités pour faire évoluer les politiques. Intégrer la prévention de la RAM dans les politiques plus larges de la collectivité et des soins de santé.

## Étape 6. Se montrer fier : promouvoir et partager les histoires de la collectivité pour inspirer l'action collective.

Un large partage des réalisations, des défis surmontés et du travail accompli de la collectivité par le biais de récits, de témoignages et de projets permet aux membres de la collectivité de façonner

un récit collectif démontrant la résilience et l'innovation. Voir la section [5.1, Communication narrative](#).



Portrait du Dr Mayowa, médecin résident au laboratoire de microbiologie du département de microbiologie médicale et de parasitologie de l'Obafemi Awolowo University Teaching Hospitals, le 13 décembre 2021 au Nigéria, 2021©OMS/Etinosa Yvonne

## 5.5 Politique et plaidoyer

La jeunesse devrait avoir les moyens d'influencer et de contribuer à l'élaboration des politiques à tous les niveaux en appréhendant les processus d'élaboration des politiques et les différences entre

les politiques locales, régionales et mondiales. Le plaidoyer doit être adapté aux parties prenantes externes telles que les gouvernements ou les organisations.

### Étape 1. Comprendre le contexte

Les stratégies globales de politique et de plaidoyer dépendent des systèmes et des priorités politiques. Le paysage de la RAM est façonné par des facteurs tels que les priorités politiques, les ressources, la transparence et la participation démocratique. Pour mener une campagne politique et de plaidoyer

efficace, vous devez comprendre le contexte politique, social et économique local.

Pour conceptualiser votre contexte, énoncez un problème et indiquez les parties prenantes concernées, comme dans les [sections 2](#) et [3](#).

<b>Problématique</b>	Comment éviter que les déchets antimicrobiens du système de soins de santé de la collectivité X n'entrent dans des circuits non autorisés ?			
<b>Parties prenantes</b>	Gouvernement	Pharmacies	Entreprises pharmaceutiques	Patients, éleveurs, propriétaires d'animaux de compagnie, personnel soignant, utilisateurs de médicaments antimicrobiens

### Étape 2. Clarifier les objectifs politiques et de plaidoyer

Le modèle PESTLE (politique, économique, sociologique, technologique, juridique et environnemental [*Political, Economic, Sociological, Technological, Legal and Environmental*]) est l'un des nombreux outils de modélisation permettant d'évaluer les influences. Il identifie les opportunités,

les menaces et les nouveaux enjeux pour élaborer une vision cohérente de l'action de plaidoyer (39). Après une analyse PESTLE, réexaminez les objectifs que vous avez fixés aux [sections 2](#) et [3](#) et mettez-les à jour si nécessaire.

#### Création d'un modèle PESTLE.

Dressez la liste des facteurs susceptibles d'influer sur les causes ou les conséquences des défis identifiés en matière de RAM et les classer dans les catégories PESTLE correspondantes.

Déterminez leur importance ainsi que les opportunités et les menaces liées (40). Un exemple est présenté ci-dessous.

Facteur	Question pour l'analyse PESTLE	Opportunités et menaces
<b>Politique</b>	Quels sont les facteurs et les tendances en matière de législation et de réglementation, de mouvements et de groupes de pression ?	<p><i>Opportunités</i> : Initiatives, soutien réglementaire à la recherche, collaboration internationale sur la gestion des antimicrobiens.</p> <p><i>Menaces</i> : Volonté politique insuffisante, financement insuffisant de la lutte contre la RAM, élections à venir.</p>
<b>Économique</b>	Facteurs et tendances dans l'origine et la répartition des revenus des gouvernements, de la pauvreté ?	<p><i>Opportunités</i> : Investissements, incitations économiques, start-ups dans le domaine des technologies de la santé.</p> <p><i>Menaces</i> : Coûts élevés et incitations financières limitées pour le développement, impact économique du traitement des infections dues à la RAM.</p>
<b>Social</b>	Facteurs et tendances en matière de statistiques de santé, de taux d'emploi, de liberté des médias, de religion ?	<p><i>Opportunités</i> : Sensibilisation accrue du public, gestion des antimicrobiens.</p> <p><i>Menaces</i> : Mauvaise utilisation des antimicrobiens, manque de sensibilisation à la RAM, pratiques culturelles qui favorisent une utilisation inutile.</p>
<b>Technologique</b>	Facteurs et tendances en matière de connectivité, d'infrastructure, de technologies émergentes ?	<p><i>Opportunités</i> : Progrès de la technologie pour les diagnostics rapides.</p> <p><i>Menaces</i> : Propagation rapide de souches résistantes, défis liés au développement de nouveaux antimicrobiens dotés de nouveaux mécanismes d'action.</p>
<b>Juridique</b>	Facteurs et contraintes liés à la défense d'intérêts, y compris les restrictions à l'activisme et à l'expression ?	<p><i>Opportunités</i> : Cadres juridiques visant à accroître les obligations du secteur privé, réglementations visant à restreindre la vente libre de certains antibiotiques.</p> <p><i>Menaces</i> : Absence de réglementation légale pour restreindre certains antibiotiques en vente libre, difficultés à faire appliquer la réglementation, sanctions inadéquates en cas d'utilisation abusive.</p>
<b>Environnemental</b>	Tendances de la RAM liées à la production alimentaire et animale et à l'agriculture, à la pollution et aux déchets ?	<p><i>Opportunités</i> : Solutions naturelles dans l'agriculture, réglementations environnementales pour prévenir et contrôler la pollution antimicrobienne.</p> <p><i>Menaces</i> : Contamination de l'environnement par des résidus antimicrobiens, absence de réglementations environnementales strictes, changement climatique.</p>

## Étape 3. Identifier les parties prenantes.

Veillez à ce que votre public cible soit identifié et classé dans l'un des trois groupes principaux. La liste des groupes n'est pas exhaustive et vous êtes encouragés à inclure d'autres groupes pertinents.

Parties prenantes cibles	Source	Activité
Organisations dirigées par des jeunes <ul style="list-style-type: none"> <li>• Écoles</li> <li>• Universités</li> <li>• Associations et organisations d'étudiants</li> <li>• Conseils locaux et régionaux de la jeunesse</li> </ul>	Médias sociaux	Identifier les comptes des jeunes influenceurs des médias sociaux impliqués dans la défense de la santé.
	Événements liés à «Une seule santé»	Assister à des conférences ou à des ateliers où les jeunes sont mis à l'honneur.
Organisations internationales <ul style="list-style-type: none"> <li>• FAO</li> <li>• PNUE</li> <li>• OMS</li> <li>• OMSA</li> </ul>	Annuaire	Rechercher des bases de données ou des répertoires sur la santé mondiale
	Plateformes communes	Rechercher des plateformes qui encouragent l'interaction des jeunes avec les organisations internationales, des protocoles d'accord, des programmes conjoints.
	Initiatives «Une seule santé»	Rechercher des alliances ou des coentreprises avec des organisations
Agences gouvernementales <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministères de l'Éducation</li> <li>• Ministères de la Santé</li> <li>• Agences de santé publique</li> <li>• Ministères de l'Environnement</li> <li>• Ministères de l'Agriculture</li> <li>• Ministère de l'Industrie</li> <li>• Ministère des Finances</li> <li>• Services vétérinaires</li> <li>• Ministères des Industries primaires</li> </ul>	Sites web	Rechercher les annonces de projets de coentreprises, de partenariats et de nouveaux appels d'offres.
	Programmes destinés à la jeunesse	Rechercher des programmes destinés à la jeunesse dirigés ou soutenus par des agences gouvernementales.
	Forums et discussions sur une seule santé	Participer à des réunions, des forums et des consultations sur les questions de santé avec des représentants officiels, qui peuvent aborder la question de l'implication des jeunes.



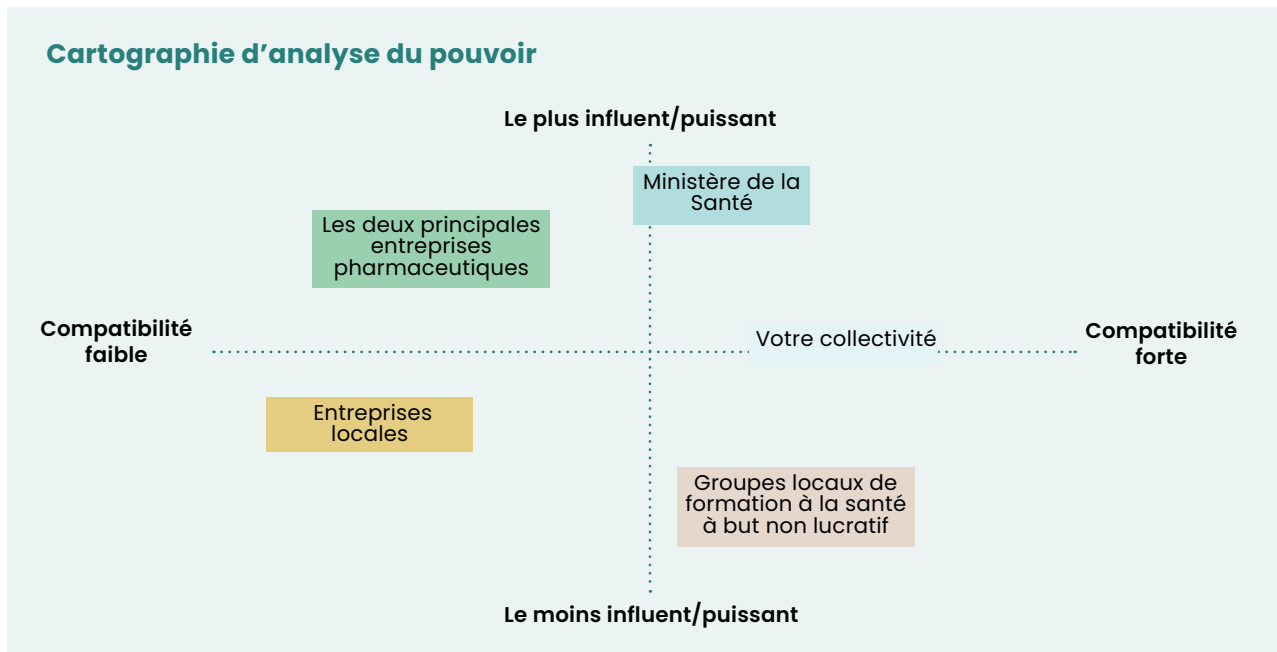
La confiance d'une productrice de lait au Mexique, 2019 ©OMSA/N.Balderrama



## Étape 4. Identifier et mobiliser les parties prenantes ciblées

En vous référant à vos objectifs politiques et de plaidoyer, dessinez une carte du pouvoir pour classer les parties prenantes en fonction de leur pouvoir et de leur compatibilité avec vos

objectifs en ce qui concerne la RAM. Cinq parties prenantes sont répertoriées ci-dessous. Donnez la priorité aux parties prenantes qui se trouvent dans le coin supérieur droit.



### Considérations clés pour la mobilisation des décideurs politiques

Avant de mobiliser les parties prenantes, procédez à une évaluation afin d'identifier les ressources, les réseaux et l'expertise disponibles et la manière dont ils peuvent être exploités ou améliorés (par exemple,

par le renforcement des capacités) pour venir en soutien de votre campagne de plaidoyer.

Dans l'optique de se préparer à une mobilisation efficace des décideurs politiques (41) :

- **Établissez un ordre de priorité pour vos questions clés** : Sélectionnez jusqu'à trois priorités principales.
- **Données** : Trouvez des éléments probants et des analyses de données rigoureuses pour soutenir vos priorités.
- **Communication narrative convaincante** : Utilisez des récits ou des anecdotes percutants pour chaque priorité. Présentez un récit qui établit un lien entre vos priorités et celles du décideur politique, et incluez-y votre demande.
- **Montrez que vous comprenez leurs priorités** : Avant de rencontrer des décideurs politiques, identifiez leurs priorités et celles de leur gouvernement. Identifiez les potentielles discussions sur les politiques et la législation relatives à la RAM.
- **Adaptez votre demande** : Elle doit être en phase avec votre cause mais guidée par les priorités du décideur politique. Veillez à ce qu'elle soit spécifique, précise et réalisable immédiatement.
- **Préparez les documents** : Rassemblez des documents à remettre aux décideurs politiques, par exemple une page d'informations sur votre organisation et son travail.
- **Proposez vos ressources** : Exprimez votre volonté de fournir des informations supplémentaires, de collaborer ou de vous concerter sur les futures politiques ou lois.

## Étape 5. Niveaux national, régional et mondial

La politique et le plaidoyer diffèrent considérablement aux niveaux national, régional et international (42). Pour accroître votre influence, décomposez vos préoccupations en plusieurs étapes

afin d'en maximiser l'impact. Envisager un plan à plusieurs niveaux, avec un travail local personnalisé, une coordination régionale et une coopération internationale pour atteindre les objectifs généraux en matière de RAM.

### Au niveau national :

Créez des solutions pour s'attaquer à la RAM qui soient pertinentes pour chaque pays, État ou comté afin de garantir une stratégie spéciale, spécifique au contexte, qui inclut les avantages et les difficultés uniques du pays et les besoins de ses résidents et de ses citoyens. Prenez connaissance des politiques et des stratégies du gouvernement et du ministère de la Santé qui sont liées à la RAM, telles qu'une stratégie sanitaire nationale.

### Au niveau régional :

Les objectifs de la collaboration multilatérale entre plusieurs pays consistent à résoudre les problèmes communs liés à la RAM en coordonnant les activités et en partageant les ressources. Les priorités régionales peuvent différer de vos objectifs nationaux. La négociation, le financement conjoint et la coordination stratégique bilatérale doivent faire partie de vos activités.

### Au niveau mondial :

L'Alliance quadripartite est un exemple de cette catégorie. Les projets internationaux sont des sources d'échange d'informations, de matériaux et de technologies. Par exemple, les organisations peuvent adhérer à la [plateforme de partenariat multipartite sur la RAM](#) (43). La FAO fait reculer l'utilisation des antimicrobiens dans les élevages pour assurer la transformation durable du système agroalimentaire (RENOFARM), en contribuant notamment à la mobilisation de la jeunesse.

Les considérations relatives à la politique et au plaidoyer en matière de RAM à tous les stades sont les suivantes :

- **recherche et compréhension** : Menez une étude approfondie pour comprendre l'état actuel de la RAM (aux niveaux national, régional et mondial) et recueillir des données sur vos priorités. Veillez à ce que vos efforts de plaidoyer soient solidement ancrés dans les faits et étayés par des éléments probants afin qu'ils soient convaincants.
- **analyse des parties prenantes** : Examinez les perspectives des parties prenantes telles que les décideurs, les fonctionnaires, les responsables politiques, les administrateurs de soins de santé, les patients, les éleveurs locaux, les vétérinaires et les dirigeants des agences nationales de réglementation sur la RAM et l'approche Une seule santé au niveau mondial. Comprendre leurs positions permet d'adapter efficacement les stratégies de plaidoyer.
- **examen du cadre juridique** : Consultez des documents tels que la constitution et la législation relative à la RAM, ou consultez des juristes pour en savoir plus sur le système politique. Cette étape permettra d'aligner les activités de plaidoyer sur le cadre juridique actuel.
- **élaboration d'une proposition de politique** : Exposez la question ou le problème, spécifiez la politique ou la législation à aborder, envisagez les compromis possibles, justifiez les décisions et présentez les amendements proposés.

## Étape 6. Rédiger une note d'orientation

(pour un exemple de [note d'orientation](#), voir [44], et pour un [guide de poche sur la RAM](#), voir [45]).

Les notes d'orientation sont essentielles pour communiquer avec les décideurs gouvernementaux et les autres personnes qui élaborent ou influencent les politiques. Parmi les autres documents avec lesquels vous pouvez vous familiariser, citons les

publications politiques et les livres blancs, les pétitions, les lettres et les manuels. La liste de contrôle ci-dessous peut vous aider à rédiger une note plus solide.

### Liste de contrôle pour la rédaction d'une note d'orientation :

- **Concision et clarté** : Votre communication sur la RAM est-elle rédigée dans un langage simple et va-t-elle droit au but ? Évitez le jargon inutile et utilisez une terminologie simple.
- **Résumé** : pour fournir une brève vue d'ensemble des idées et recommandations clés au début du document, afin de donner aux lecteurs un aperçu rapide de ce qui les attend.
- **Structure** : Suivre un ordre logique. Commencez par une introduction concise, suivie d'informations générales, d'un exposé du problème de la RAM, d'une analyse avec données à l'appui, des solutions proposées et d'un résumé des points clés.
- **Centré sur le public** : Adaptez le langage et le contenu aux besoins de votre public cible. Qui lira cette note d'orientation ?
- **Éléments probants** : Appuyez vos arguments sur des données fiables, telles que des statistiques, des résultats provenant de collectivités et des citations d'experts. Citez toutes les sources afin d'accroître la crédibilité de votre note.
- **Supports visuels** : Incluez des supports visuels tels que des tableaux et des graphiques pour faire passer un message mémorable. Des visuels bien placés permettent souvent de communiquer des messages plus efficacement que de longs extraits de texte.
- **Ton** : Maintenez un ton impartial et professionnel. Évitez le langage sentimental et présentez les faits de manière à encourager une analyse réfléchie.
- **Longueur** : La note d'orientation doit être succincte et précise, de deux à cinq pages, et tenir compte des contraintes de temps des décideurs politiques. Veillez à ce que votre note soit à la fois courte et exhaustive, et qu'elle couvre les sujets essentiels.
- **Recommandations politiques** : Formulez clairement vos recommandations politiques en ce qui concerne la RAM. Expliquez les actions proposées et pour quelles raisons elles sont efficaces.
- **Vérifier et réviser** : Avant de finaliser une note, vérifiez sa clarté, sa cohérence et son exactitude. Révissez-la si nécessaire pour obtenir un document professionnel et soigné.

Une mobilisation précoce, opportune et régulière des décideurs politiques sur la politique et le plaidoyer en matière de RAM est essentielle.

Passez régulièrement en revue votre stratégie et veillez à ce que vos instructions et votre contenu soient adaptés au public visé.

## Étape 7. Événements, dates et opportunités de premier plan.

Vérifiez que le calendrier de votre campagne et de vos événements indique quand des actions sont nécessaires, par exemple des actions de plaidoyer et de lobbying auprès de gouvernements ou d'organismes internationaux pendant les périodes de prise de décision, telles que les consultations, les délibérations, les votes et l'élaboration de législations ou de résolutions. Vos stratégies doivent inclure les

opportunités à saisir pour sensibiliser l'opinion et les moments où il faut maintenir l'élan ou faire pression pour obtenir une décision ou un vote favorable.

Les événements importants et les journées de commémoration qui devraient être inclus dans le plan de votre campagne politique et de plaidoyer sont les suivants :

- la Semaine mondiale de sensibilisation à la RAM (WAAW), du 18 au 24 novembre ;
- la Journée mondiale de la santé, le 7 avril ;
- les conférences ministérielles mondiales de haut niveau sur la RAM ;
- la réunion de haut niveau de l'Assemblée générale des Nations unies sur la RAM ;
- les réunions des chefs de gouvernement ;
- la Journée mondiale de la vie sauvage, le 3 mars ; la Journée mondiale de l'eau, le 22 mars ; la Journée internationale de la santé des végétaux, le 12 mai ; la Semaine mondiale de la vaccination, du 24 au 30 avril ; la Journée mondiale de l'hygiène des mains, le 5 mai ; la Journée mondiale de la sécurité des patients, le 17 septembre ; la Journée internationale Une seule santé, le 3 novembre ; la Journée mondiale des toilettes, le 19 novembre ; la Journée mondiale de lutte contre le sida, le 1er décembre ; et la Journée mondiale de la sécurité sanitaire des aliments, le 7 juin ; et
- les élections locales et régionales, politiques et autres.

### Pratiques et habitudes pour une campagne efficace :

Une stratégie à long terme doit être élaborée pour les campagnes politiques et de plaidoyer, car leur préparation prend généralement des mois, des années, voire des décennies (46).

Une liste de contrôle des bonnes pratiques et des habitudes à prendre pour une stratégie à long terme efficace est fournie ci-dessous.

- Planifiez à l'avance. Préparez des projets à l'avance en prévoyant suffisamment de temps pour que l'équipe puisse les finaliser.
- Identifiez les bonnes cibles et les meilleures opportunités d'atteindre les objectifs, et plaidez efficacement en leur faveur.
- Motivez-vous, restez informé et continuez à apprendre. Une campagne, c'est un marathon.
- Mobiliser les collectivités locales par le biais de divers canaux. Restez pertinent.
- Veillez à obtenir un retour d'information sur vos projets ainsi que le soutien et l'adhésion des membres et des responsables de la collectivité.
- Faites preuve d'agilité et soyez toujours prêts à envisager d'autres plans.
- Reconnaissez vos réussites.
- Privilégiez les sources de financement durables.
- Pensez à long terme : choisissez des options qui ne limiteront pas les décisions futures.

### Renforcez votre crédibilité pour devenir une voix légitime.

La démonstration constante de la transparence, de l'authenticité et de la mobilisation contribue à établir et à maintenir une voix crédible. Une mauvaise réputation nuira à votre campagne. Une intervention politique ou de plaidoyer ne doit être lancée que lorsqu'il existe un engagement fort et à long terme.

### Les jeunes en tant que leaders et en position de pouvoir :

Il est parfois plus efficace de créer de nouvelles opportunités de plaidoyer que d'attendre un changement. Les groupes de jeunes devraient être guidés dans le choix des rôles et la prise de responsabilités, y compris les postes politiques élus et nommés.



L'ambassadeur de bonne volonté du PNUE Rocky Raggae avec un groupe de jeunes à l'UNEA 5.2, Nairobi, 2022 @PNUE/ Cyril Villemain



## Section 6

# Rapport d'impact

La mesure de l'impact permet de célébrer vos réussites et de générer un mouvement plus vaste en faveur du changement. Elle favorise également une culture d'ouverture et de responsabilité. La mise en place d'un suivi, d'une évaluation et d'un système de rapport solides sur l'impact que vous créez vous permet d'apprendre, d'apporter de nouvelles améliorations et d'asseoir votre crédibilité et votre réputation.

## Étape 1. Mettre en place un cadre de suivi, d'évaluation et d'apprentissage.

- Le suivi est la collecte régulière d'informations permettant d'évaluer les progrès réalisés par rapport aux plans du projet. Il permet de documenter les résultats, les processus et les expériences de mise en œuvre et de les utiliser pour orienter l'apprentissage et la prise de décision.
- L'évaluation est l'appréciation de la performance d'un projet à partir des données mesurées à différents moments du projet (lancement, milieu ou fin) et leur comparaison avec d'autres sources d'information afin de comprendre l'impact global.
- L'apprentissage est l'application des informations acquises au cours du cycle de suivi et d'évaluation afin de garantir des progrès continus et des améliorations de la qualité et de la réussite de tout projet.

Commencez à planifier votre cadre de suivi, d'évaluation et d'apprentissage (ou cadre SEA) ([annexe 9](#)) dès le début en élargissant les informations contenues dans votre note de synthèse. Lors de la planification de votre projet, réfléchissez à ce que vous souhaitez mesurer et aux méthodes de collecte, de distribution et d'analyse des informations. Le suivi des progrès et de l'impact tout au long du projet, et pas seulement à la fin de celui-ci, vous permettra d'optimiser vos ressources et de prendre des décisions fondées sur des données probantes.

Interrogez-vous :

Pourquoi voulez-vous mesurer vos résultats ?

Cet indicateur ou cet objectif reflète-t-il l'impact de votre travail ? Dans l'affirmative, est-il

pertinent pour les parties prenantes et démontre-t-il l'importance de votre travail ?

Réfléchissez également à la manière dont vous pouvez rendre le processus aussi inclusif et automatique que possible, par exemple en impliquant diverses parties prenantes. Si possible, ayez recours aux solutions technologiques dans la co-conception de votre cadre SEA pour vous assurer que vous mesurez les choses qui comptent.

N'oubliez pas de laisser une certaine marge de manœuvre lors de la conception de votre cadre SEA afin de pouvoir adapter vos indicateurs au fur et à mesure de l'évolution du projet. Une liste de contrôle SEA ([annexe 9](#)) a été fournie pour soutenir vos plans en matière de SEA. Voir la [section 3](#) pour comprendre les différences entre les objectifs, les réalisations, les résultats et l'impact.

## Étape 2. Caractéristiques d'un bon rapport d'impact : Racontez votre récit

Un rapport d'impact doit présenter les résultats et l'importance d'un projet ou d'une initiative. Vous devez réfléchir à la manière de communiquer l'impact à une personne qui ne connaît pas votre projet. Pourquoi est-ce important, quelle

différence cela a-t-il fait, comment allez-vous maintenir l'impact dans le temps ? Pour des conseils de communication narrative, voir la [section 5.1](#).

Tout d'abord, définissez votre public et les objectifs de votre rapport. Cela vous permettra de façonner efficacement son contenu, son style et sa structure. Vous pouvez avoir plus d'un public à l'esprit, mais

réfléchissez à celui qui est le plus important et à la meilleure façon de communiquer avec lui. Les publics que vous pouvez cibler sont les suivants :

- les collectivités et le grand public, pour décrire l'impact et rendre compte de votre projet à vos partenaires et aux bénéficiaires ;
- les bailleurs de fonds et les donateurs, afin de démontrer comment vous avez utilisé leurs ressources pour créer un impact et pour mobiliser d'éventuels futurs bailleurs de fonds ; et
- les décideurs politiques, afin de communiquer les éléments de preuves et l'impact de votre travail et de tirer des conclusions pour contribuer à un changement politique plus large

Votre rapport doit être doté d'une structure claire et proposer une narration captivante, étayée par des éléments probants. Envisagez d'aborder les questions suivantes :

### **À quel problème ou à quelle question l'équipe tente-t-elle de répondre ?**

Expliquez le problème et la raison pour laquelle il est important. Utilisez des éléments probants et des récits pour expliquer le contexte, les obstacles ou les défis spécifiques et les besoins des bénéficiaires.

### **Que faites-vous pour remédier à ce problème ?**

Expliquez vos activités et ce qui a été accompli. Vous pouvez décrire une activité (par exemple, une série d'ateliers de formation sur la RAM à destination des jeunes) ou plusieurs activités et la manière dont elles se complètent mutuellement.

### **Quels sont les résultats de ces activités ?**

Décrivez l'impact qu'a eu votre travail. Un bon rapport d'impact explique le lien entre les activités entreprises et les résultats obtenus. Référez-vous aux indicateurs et collectez des données significatives.

### **Comment reconnaître les réussites ?**

Fournissez différents types d'éléments prouvant vos résultats, tels que des retours d'expérience, des résultats d'enquêtes et des statistiques quant à la mobilisation sur les médias sociaux. L'inclusion d'études de cas, d'histoires vécues ou de citations peut intéresser le lecteur et démontrer l'impact de l'action menée. Réfléchissez au niveau adéquat de données probantes pour votre projet et sélectionnez soigneusement vos sources. Le choix de quelques données ou informations pertinentes aura plus d'impact qu'un grand nombre d'éléments de preuves plus faibles ou sans rapport.

### **Apprenez-vous quelque-chose, vous améliorez-vous et allez-vous de l'avant ?**

Un bon rapport d'impact est également l'occasion de partager les principaux enseignements, les défis auxquels vous avez été confrontés et que vous avez surmontés, ce que vous envisagez de faire différemment et les prochaines étapes de votre travail. Le rapport doit montrer comment vous vous efforcez de devenir plus efficace, efficient et durable et comment les personnes qui lisent le rapport pourraient vous aider à l'avenir.

Lorsque vous concevez votre rapport d'impact, faites attention au style !



Le Défi Hackathon d'innovation pour sensibiliser à la RAM au Cambodge s'est tenu en août 2023 et était le premier dans la région du Pacifique occidental. Son objectif était de fournir à 20 étudiants universitaires les connaissances et les outils nécessaires pour développer des campagnes de communication innovantes visant à modifier les comportements. Cette nouvelle initiative a été conçue pour cultiver les champions de la RAM chez les jeunes et les jeunes adultes, qui dominent les médias sociaux et sont experts dans l'utilisation des nouvelles technologies pour faire entendre leur voix. Cambodge, 2023 ©OMS

Créez une page de couverture accrocheuse. Choisissez des polices de caractères claires et lisibles.	Une conception axée sur la compréhension. La simplicité est de mise.
Choisissez ou concevez des graphiques ou des images qui racontent une histoire.	Vérifiez qu'il n'y a pas d'erreurs grammaticales, de fautes de frappe ou d'incohérences. Relisez attentivement le rapport avant de le publier.
Renforcez l'attrait visuel en utilisant des couleurs, des polices de caractères et une mise en page différentes.	Utilisez des visuels concis, des infographies, des images et des visualisations de données pour agrémenter le texte.
Présentez les données sous forme d'infographies et de graphiques visuellement attrayants.	Les légendes des tableaux et graphiques doivent être simples et directes. Veillez à inclure toute mise en garde requise concernant les données.
Supprimez tout texte qui ne soutient pas le récit ou qui détourne l'attention de la narration.	Utilisez les « appels à contribution » à bon escient. Ils ne sont pas là uniquement pour remplir l'espace, mais doivent être utilisés intentionnellement pour mettre en évidence des informations pertinentes ou fournir un contexte supplémentaire.
Utilisez un langage simple. Pensez à l'accessibilité et aux formats alternatifs ou numériques, tels que les résumés d'une page, les vidéos et les versions faciles à lire.	Conservez une conception propre et ciblée en vous abstenant d'utiliser des polices de caractères ou des éléments distrayants. L'emphase n'est pas nécessaire si la formulation est claire.

### Étape 3. Outils de planification stratégique

Chaque outil remplit une fonction distincte en fournissant des informations sur les environnements internes et externes.

Outil	Caractéristiques
<u>Tableau de bord prospectif</u> (47)	Cet outil permet d'affecter des équipes et d'en assurer le suivi afin de déterminer si elles atteignent un objectif défini. Les résultats peuvent être saisis sur une feuille Excel®.
<u>Planification de scénarios</u> (48)	Cet outil vous permet d'explorer différents avènements possibles et la manière dont ils pourraient affecter votre projet, en tenant compte des changements potentiels dans les tendances, les événements ou les politiques.
<u>Analyse SWOT</u> (49)	Cet outil permet d'évaluer et d'analyser les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces (ou SWOT, pour <i>strengths, weaknesses, opportunities, threats</i> ). Il peut être utilisé aussi bien dans les projets que dans les organisations.
PESTLE (40)	Cet outil fournit un cadre analytique pour illustrer l'impact possible de l'environnement externe sur un projet ou une initiative. Il couvre les facteurs politiques, économiques, sociaux, technologiques, juridiques et environnementaux (ou PESTLE, pour <i>political, economic, social, technological, legal, environmental</i> ).



## Étape 4. Passer à l'échelle supérieure et rendre pérenne.

Optimisez votre rapport d'impact en vue d'une croissance soutenue et d'une influence durable. Diffusez votre rapport pour mobiliser les parties prenantes, encourager l'amélioration continue et favoriser les relations avec les bailleurs de fonds. Vous trouverez ci-dessous une liste de recommandations pour tirer le meilleur parti de votre rapport d'impact une fois celui-ci publié.

### Pensez à long terme.

Examinez votre théorie du changement (voir l'étape 7 de la [section 2](#)) et planifiez votre stratégie de croissance en tant qu'équipe ; assurez la durabilité, l'indépendance et la création de valeur.

### Mobilisez vos parties prenantes.

Partagez votre rapport d'impact avec les bailleurs de fonds actuels et potentiels. Mettez en évidence la manière dont leur soutien a contribué directement et indirectement à la portée et à l'impact de votre projet. Vous pouvez également contacter de nouveaux partenaires, collaborateurs et sponsors potentiels dont le travail correspond à vos objectifs.

### Favoriser l'amélioration continue.

Engagez-vous et travaillez sur les défis et les domaines d'amélioration de votre travail, tels qu'identifiés dans le rapport d'impact, afin de permettre à votre équipe d'innover, de s'adapter et de résoudre les problèmes qu'elle rencontre.

### Utiliser les données d'impact à des fins de plaidoyer.

Des données fiables permettent d'élaborer des stratégies efficaces, de mettre en évidence les tendances émergentes et de mesurer l'impact des campagnes. Utilisez votre rapport et les éléments probants de votre projet pour plaider en faveur d'un changement, par exemple, de politique, de responsabilité ou de système

### Responsabilité de la collectivité.

Partagez votre rapport d'impact avec les responsables de la collectivité et les collectivités auxquelles vous vous adressez. Encouragez le retour d'information et cherchez le consensus sur les prochaines étapes de votre projet. Trouvez des moyens de faire entendre davantage leur voix et leurs priorités.

### Renforcer le caractère probant de votre

Renforcez la collaboration avec les universités et les instituts de recherche locaux afin d'étoffer le corpus d'éléments probants de votre projet, notamment en comblant les lacunes constatées.



Les rivières, les lacs et les sédiments peuvent être des sources transitoires de RAM, 2022 ©PNUE/Matthew Montrone

## Section 7

# Dossier de ressources

Voir la [section 1](#) pour les termes relatifs à la RAM. Utilisez ce dossier de ressources pour obtenir des informations et réaliser des études de cas dans différents secteurs.

Sujet	Général	Santé humaine	Santé animale	Alimentation, agriculture, planète, santé environnementale
<b>Définition</b>	<p><a href="#">Définition quadripartite de la RAM</a> (3)</p> <p><a href="#">OMS. Approche Une seule santé</a> (9)</p> <p><a href="#">Groupe de travail quadripartite de la RAM sur la mobilisation des jeunes</a> (en anglais) (13)</p>	<p><a href="#">OMS. La RAM dans la santé humaine</a> (50)</p>	<p><a href="#">OMSA. La RAM dans la santé animale</a> (14)</p>	<p><a href="#">FAO. Définitions de la RAM</a> (9)</p> <p><a href="#">PNUME. La RAM et la santé environnementale</a> (51)</p> <p><a href="#">FAO. Rôle de l'environnement dans le développement et la propagation de la RAM</a> (52)</p>
<b>Données</b>	<p><a href="#">OMS. Fiches techniques sur la RAM</a> (1)</p>	<p><a href="#">Centres américains de lutte contre les maladies (US Centers for Disease Control). Estimations nationales des infections et des décès dus à la RAM</a> (53)</p>	<p><a href="#">OMSA. Infographie sur la RAM</a> (19)</p>	<p><a href="#">FAO. Fiches techniques sur la RAM</a> (54)</p>
<b>Vidéos pédagogiques</b>	<p><a href="#">FAO. Une seule santé : préserver les antimicrobiens pour la santé des personnes, des animaux et de l'environnement</a> (55)</p> <p><a href="#">(OMS) Pourquoi se préoccuper de la résistance aux antimicrobiens</a> (56)</p> <p><a href="#">(OMS) Qu'est-ce qu'un antimicrobien ?</a> (57)</p> <p><a href="#">(OMSA) Qu'est-ce que l'approche Une seule santé ? De la théorie à la pratique</a> (58)</p>	<p><a href="#">OMS. Qu'est-ce que la RAM ?</a> (59)</p> <p><a href="#">OMS. Comment prévenir la RAM</a> (60)</p> <p><a href="#">Agence de sécurité sanitaire du Royaume-Uni. Qu'est-ce que la RAM ?</a> (61)</p>	<p><a href="#">OMSA. Qu'est-ce que l'approche Une seule santé ?</a> (58)</p> <p><a href="#">OMSA. Lutte contre la résistance aux antimicrobiens : utiliser les antimicrobiens de manière responsable</a> (62)</p> <p><a href="#">OMSA. La RAM dans la santé animale</a> (63)</p> <p><a href="#">OMSA. En quoi la RAM constitue-t-elle une menace sérieuse ?</a> (64)</p> <p><a href="#">OMSA. Que pouvons-nous faire pour lutter contre la RAM ?</a> (65)</p> <p><a href="#">FAO. Une seule santé : préserver les antimicrobiens pour la santé des personnes, des animaux et de l'environnement</a> (55)</p>	<p><a href="#">FAO. Les risques liés à la RAM, y compris les facteurs de propagation de la RAM entre l'animal, l'être humain, l'alimentation et l'environnement</a> (66)</p> <p><a href="#">PNUE. La RAM, une menace critique pour la santé animale et végétale, la sécurité alimentaire et le développement économique</a> (67)</p> <p><a href="#">FAO. La RAM, une réalité bien présente: Unis pour renforcer les systèmes alimentaires et garantir les moyens de subsistance</a> (68)</p>



Sujet	Général	Santé humaine	Santé animale	Alimentation, agriculture, planète, santé environnementale
<b>Sensibilisation et communication</b>	<p><a href="#">Semaine de l'OMS consacrée à la RAM (69)</a></p> <p><a href="#">Notes d'information sur la RAM (70)</a></p> <p><a href="#">Wellcome Trust. Comment communiquer efficacement sur la RAM (71)</a></p>	<p><a href="#">Campagne « La RAM est invisible. Pas moi. » (30)</a></p> <p><a href="#">OMS. Récit d'une survivante de la RAM (72)</a></p>	<p><a href="#">OMSA. Comment parler de la RAM dans le domaine de la santé animale (73)</a></p> <p><a href="#">OMSA. Faites passer le message à l'aide de cette boîte à outils destinée aux médias sociaux (74)</a></p>	<p><a href="#">FAO. WAAW (75)</a></p>
<b>Articles et infographies</b>	<p><a href="#">Banque mondiale. Infections résistantes aux médicaments (76)</a></p> <p><a href="#">OMS. Liste des antimicrobiens d'importance critique pour la médecine humaine (77)</a></p> <p><a href="#">PNUE. Renforcer l'action à l'échelle environnementale dans le cadre de la réponse Une seule santé à la RAM (78)</a></p>	<p><a href="#">OMS Bulletin trimestriel : Division de la résistance aux antimicrobiens de l'OMS (79)</a></p> <p><a href="#">The Lancet. Impact mondial de la RAM (80)</a></p>	<p><a href="#">OMSA. Stratégie relative à la RAM et à l'utilisation prudente des antimicrobiens (81)</a></p> <p><a href="#">FAO. Publications sur la RAM (82)</a></p> <p><a href="#">FAO. Articles dans des revues scientifiques (83)</a></p>	<p><a href="#">PNUE. Résumé à l'intention des décideurs politiques - dimensions environnementales de la RAM (85)</a></p> <p><a href="#">FAO. Antimicrobiens : à utiliser avec prudence (86)</a></p>
<b>Exercices et outils</b>	<p><a href="#">OMS. Boîte à outils : exercices, outils et modèles pour soutenir votre plan d'élaboration de programmes adaptés sur la résistance aux antimicrobiens (87)</a></p> <p><a href="#">FAO. Comprendre les effets de la RAM sur l'alimentation et l'agriculture (88)</a></p> <p><a href="#">Plan International. Boîte à outils pour le plaidoyer en faveur de l'éducation internationale (89)</a></p> <p><a href="#">UNICEF. Boîte à outils pour un plaidoyer en faveur de la jeunesse (90)</a></p>			
<b>Publications axées sur la jeunesse</b>	<p><a href="#">Davies et al. Un cadre d'apprentissage portant sur la RAM pour les enfants et les jeunes (91)</a></p> <p><a href="#">ReAct. Mobilisation des enfants sur le thème de la RAM (92)</a></p> <p><a href="#">OMS. Groupe de travail sur les survivants de la RAM (30)</a></p> <p><a href="#">Fédération internationale des associations d'étudiants en médecine. Plaidoyer sur la réglementation applicable à la RAM (93)</a></p> <p><a href="#">FAO. Les associations régionales de jeunes se réunissent pour sensibiliser le public à la résistance aux antimicrobiens (94)</a></p> <p><a href="#">Développement d'un jeu de société et d'un jeu en ligne pour informer sur la RAM et la bonne gestion des antimicrobiens, assortis du retour d'expérience des utilisateurs (95)</a></p>			
<b>Surveillance de la consommation et de l'utilisation des antimicrobiens et de la gestion des antimicrobiens</b>	<p><a href="#">OMS. La bonne gestion des antimicrobiens pour lutter contre la RAM (96)</a></p> <p><a href="#">OMS. TrACSS : base de données sur la RAM (15)</a></p> <p><a href="#">FAO. RENOFARM (17)</a></p> <p><a href="#">THET partnerships. Vidéos d'explication sur la gestion des antimicrobiens - pilote (97)</a></p> <p><a href="#">OMSA. ANIMUSE (19)</a></p>			
<b>Ressources complémentaires</b>	<p><a href="#">OMSA. Quel impact le plaidoyer et la communication narrative pourraient-ils avoir sur la RAM ? (98)</a></p> <p><a href="#">OMS. Manuel de communication narrative (29)</a></p> <p><a href="#">FAO. Ressources (82)</a></p> <p><a href="#">OMSA. Ressources (74)</a></p> <p><a href="#">OMSA, OMS et PNUE. Comment prévenir la RAM (99)</a></p> <p><a href="#">Développement de vidéos explicatives sur la gestion des antimicrobiens et commentaires des utilisateurs : une approche collaborative entre le Royaume-Uni et huit pays africains (100)</a></p>			
<b>Protection</b>	<p><a href="#">Save the Children, Sauvegarde des enfants : Qu'est-ce qu'une politique de protection de l'enfance ? (101)</a></p> <p><a href="#">UNICEF. Politique relative aux comportements favorisant la protection et la sauvegarde de l'enfance (102)</a></p> <p><a href="#">UNICEF. Mobilisés et entendus : Lignes directrices sur la participation et la mobilisation civique des adolescents (103)</a></p>			

## Section 8

# Études de cas et bonnes pratiques

## e-Bug : une ressource pédagogique pour la prévention de la RAM dans le cadre de l'approche Une seule santé (104)

**Période :** 2018–2019

**Lieu :** L'agence Public Health England et ses partenaires ont organisé des ateliers dans sept régions d'Angleterre, d'Écosse et d'Irlande du Nord, dans des villes telles que Belfast, Birmingham, Glasgow et Manchester.

**Objectif :** e-Bug est une ressource pédagogique qui s'inscrit dans le cadre du plan d'action national quinquennal du Royaume-Uni sur la RAM et qui doit être utilisée par les formateurs et les autorités locales pour s'assurer que les jeunes comprennent la prévention et le contrôle des infections et la RAM. L'objectif de l'étude était d'évaluer l'efficacité et l'acceptabilité des interventions de formation des formateurs en face-à-face d'e-Bug pour les formateurs des écoles et des collectivités.

**Méthode :** L'intervention comprenait des ateliers destinés à des formateurs issus de différents milieux, notamment de l'enseignement primaire, secondaire et supérieur, du secteur des soins de santé et du travail en collectivité. Des activités interactives et des discussions ont été menées pour améliorer la compréhension et la confiance des participants dans l'enseignement de la prévention et du contrôle des infections et de la RAM. Les commentaires des formateurs ont été utilisés pour évaluer l'efficacité des ateliers et identifier les domaines à améliorer.

**Résultats :** Les évaluations ont été fournies par 262 formateurs de différentes régions et de différents horizons pédagogiques. Bien qu'ils avaient un niveau de connaissance élevé avant l'intervention, des améliorations significatives ont été observées à la suite de l'intervention. L'intervention a bénéficié en particulier aux formateurs du primaire et des collectivités, qui ont montré la plus grande confiance en eux. Les participants ont également formulé des commentaires positifs sur le contenu et la structure de l'atelier, indiquant qu'il leur avait permis d'améliorer leur capacité didactique.

**Conclusion :** L'intervention de formation des formateurs e-Bug a effectivement amélioré la confiance et la compétence des formateurs dans l'enseignement de la prévention et du contrôle des infections et de la RAM, indépendamment de leurs antécédents professionnels ou de leurs qualifications. La réussite du projet souligne l'importance de la collaboration entre les secteurs de la santé et de l'éducation dans la promotion de bonnes pratiques d'hygiène et la lutte contre la RAM.

**Impact futur :** Le contenu sera révisé pour répondre aux besoins des formateurs ayant différents niveaux d'expertise scientifique et pour encourager une mise en œuvre plus large des ateliers dans les écoles et les collectivités.

### Développement et évaluation pilote d'un programme de formation sur la prévention des infections et les antibiotiques avec des groupes de jeunes anglais et écossais, sur la base du modèle COM-B (105)

**Lieu :** Angleterre et Écosse

**Objectif :** Élaborer un programme éducatif pour les groupes de jeunes de la collectivité afin de sensibiliser les enfants à la prévention des infections et à l'utilisation des antibiotiques.

**Méthode :** Un groupe de travail composé de jeunes responsables, de formateurs et de professionnels de la santé a utilisé le modèle COM-B (Capability, Opportunity, Motivation, Behavior, soit Capacité, Opportunité, Motivation, Comportement) pour modifier les comportements. Le programme Antibiotic Guardian Youth Badge comprend trois étapes visant à améliorer la capacité, l'opportunité et la motivation des enfants à adopter un comportement adéquat en matière de prévention des infections et d'utilisation des antibiotiques.

**Résultats :** Une évaluation provisoire a montré des résultats positifs, les enfants exprimant leur intention de donner la priorité au lavage des mains, mais ont montré une compréhension variable de l'utilisation des antibiotiques. Les responsables ont fait état de difficultés dans la transmission des connaissances sur l'utilisation des antibiotiques.

**Conclusion :** L'intervention, qui était flexible et fondée sur des données probantes, a été efficace pour mobiliser les jeunes dans la formation relative à la prévention des infections et l'utilisation des antibiotiques. Le travail sera étendu à la formation en ligne et à l'évaluation de l'impact du programme.

**Impact futur :** Le programme a été étoffé avec des activités supplémentaires et une formation en ligne, ce qui garantit une plus grande accessibilité. En se concentrant sur les capacités, les opportunités et la motivation, l'objectif est d'instiller un changement de comportement durable pour améliorer l'hygiène des mains et réduire les taux d'infection.

### Super-héros contre superbactéries : mobilisation des enfants sur la résistance aux antibiotiques (92)

**Période :** 2018

**Lieu :** Inde

**Objectif :** Sensibiliser les jeunes enfants à la résistance aux antibiotiques et favoriser le dialogue et l'action au sein de la collectivité. Transmettre aux enfants les connaissances et les outils nécessaires pour devenir des « super-héros » de la lutte contre la RAM.

**Méthode :** Deux ateliers de trois jours avec des activités interactives sur les microbes, les infections, les antibiotiques et la RAM ont été organisés pour 30 enfants âgés de 13 à 14 ans dans des écoles publiques et privées d'Hyderabad. Des bandes dessinées, des affiches, des slogans, des sketches et des films d'animation ont été utilisés pour faire connaître certains aspects de la RAM. Les enfants ont été encouragés à utiliser divers médias créatifs pour initier et maintenir le dialogue.

**Résultats :** Le programme a permis de transmettre efficacement des informations sur la RAM et de lancer une discussion soutenue entre les participants, qui comprenaient également des technologues, des artistes, des parents et des enseignants. Les écoles participantes ont mis en place de bonnes pratiques d'hygiène et ont inclus des séances sur la RAM dans leurs programmes.

**Défis :** La complexité scientifique de la RAM a été expliquée au moyen de vidéos, de jeux de rôle et d'activités pratiques. Les enfants ont été sollicités par le biais de missions d'apprentissage par l'expérience et d'activités créatives afin de rendre le problème intelligible. Le développement du récit dans les bandes dessinées a été contrôlé afin de garantir l'exactitude du sujet sans compromettre son appropriation par les enfants. Un contenu et des stratégies de mobilisation culturellement adaptés ont été utilisés pour tenir compte des perceptions des différents groupes socio-économiques et culturels.

**Conclusion :** La reconnaissance et l'appropriation par la collectivité sont essentielles à la durabilité. Les stratégies de mobilisation du public doivent être basées sur le public cible.

### Explorer le potentiel des enfants à agir sur la résistance aux antimicrobiens au Népal : Des informations précieuses tirées de l'analyse secondaire de données qualitatives (106)

**Lieu :** Régions urbaines et périurbaines de la municipalité de Chandragiri et de Lockanthali, au Népal

**Objectif :** Étudier le rôle des enfants dans les comportements liés à la RAM et leur potentiel pour agir sur la RAM au Népal.

**Méthode :** [Analyse secondaire des transcriptions du projet Community Arts Against Antibiotic Resistance Across Nepal](#) (107), une vidéo participative visant à étudier les perceptions de la collectivité quant à l'implication des jeunes dans la lutte contre la RAM.

**Résultats :** Les participants adultes perçoivent les enfants comme vulnérables lorsqu'ils sont malades, ce qui les incite à suivre les conseils médicaux. Les enfants ont un comportement à la fois positif (par exemple, respect des prescriptions) et négatif (par exemple, achat de médicaments non prescrits) à l'égard de la RAM. Les participants ont conclu que la sensibilisation à la RAM dans les écoles pouvait entraîner des changements de comportement positifs chez les enfants.

**Conclusion :** Les enfants sont considérés comme ayant un comportement influent sur la RAM, agissant à la fois en tant que bénéficiaires du traitement et en tant qu'acteurs potentiels du changement. Le projet met en évidence l'interaction complexe de la vulnérabilité, de la passivité et de l'autonomie dans le rôle des enfants en matière de RAM.

### Des solutions innovantes : La jeunesse cambodgienne s'attaque à la RAM (108)

**Période :** août 2023 - novembre 2023

**Lieu :** Cambodge

**Objectif :** Sensibiliser à la problématique de la RAM et développer la lutte contre la RAM par le biais d'un « hackathon » innovant pour les étudiants universitaires, en favorisant les initiatives menées par les jeunes.

**Méthodes :** Le hackathon a mobilisé 20 étudiants universitaires pour développer des campagnes de communication innovantes sur le changement de comportement. Les équipes ont identifié des publics cibles et des problèmes, testé des solutions au moyen d'enquêtes et créé des projets gagnants, tels que « Together against AMR », qui met l'accent sur le lien entre la RAM et les générations futures.

**Résultats :** Le projet gagnant, Together against AMR (« Ensemble contre la RAM »), a sensibilisé le public à l'aide d'un slogan audacieux et a mobilisé les participants dans des discussions sur la RAM. L'initiative a reçu le soutien des juges et les idées gagnantes devaient être mises en œuvre en collaboration avec une société de médias et diffusées par le biais de divers canaux, y compris les médias sociaux.

**Défis :** L'abus et la surconsommation d'antibiotiques, l'utilisation sans ordonnance et le contrôle limité des ventes d'antibiotiques posent des problèmes majeurs. La perception initiale de la RAM comme un problème insoluble a été abordée lors du hackathon, mais des changements et des travaux sociétaux plus larges sont nécessaires pour maîtriser ce problème aux multiples facettes.

**Conclusion :** Le hackathon a donné aux jeunes participants les moyens de devenir des champions de la RAM et a favorisé un sentiment de responsabilité pour faire face à cette menace sanitaire mondiale. L'événement a jeté les bases d'initiatives futures, avec des plans pour des hackathons similaires dans toute la région du Pacifique occidental en 2024. Le projet montre l'importance des approches menées par les jeunes et des efforts collaboratifs et multisectoriels dans la lutte contre la RAM.

### Un symposium pour les jeunes stimule la créativité dans la prévention de la résistance aux antimicrobiens (109)

**Période :** 2 et 3 mars 2023

**Lieu :** Ouganda

**Objectif :** Faciliter les discussions interdisciplinaires et trouver des solutions innovantes pour prévenir la RAM par les étudiants de dix établissements d'enseignement supérieur en Ouganda, en s'alignant sur le thème de la WAAW 2022, « Prévenir la RAM ensemble ».

**Méthodes :** Les étudiants étaient issus du programme de leadership sur les questions liées à la RAM lancé par ReAct Afrique en partenariat avec l'initiative Students Against Superbugs Africa. Le programme destiné aux étudiants de l'enseignement supérieur en Afrique a fait l'objet d'un essai pilote en 2021 afin de reconnaître le rôle des jeunes dans la lutte contre la RAM. Un symposium intitulé My Turn (« À mon tour »), organisé par ReAct Afrique et Students Against Superbugs Africa, a abordé les défis qui se posent dans le cadre de la lutte contre la RAM en Ouganda, notamment un cadre réglementaire inadéquat, des rapports insuffisants sur les ventes d'antimicrobiens, une élimination inadéquate des médicaments vétérinaires et une sensibilisation limitée du public. Des solutions innovantes ont été proposées dans des catégories telles que l'innovation et la recherche, la mobilisation de la collectivité et l'art.

**Résultats :** L'université de Kabale a été déclarée grande gagnante pour son sketch illustrant les conséquences du mauvais usage des antimicrobiens et de la RAM. L'équipe gagnante recevra un soutien pour remanier son sketch et le présenter lors des prochains forums sur la RAM.

**Défis :** La résolution de problèmes tels que l'insuffisance de la déclaration et l'élimination des médicaments vétérinaires nécessite des ressources considérables. Assurer la pérennité des solutions innovantes au-delà du symposium peut constituer un défi, nécessitant du travail et de la mobilisation. Malgré les approches menées par le gouvernement et la plateforme nationale Une seule santé, il reste difficile de mettre en place une approche globale et plurisectorielle de la RAM.

**Conclusion :** Le symposium My Turn a mobilisé les étudiants de l'enseignement supérieur pour relever les défis posés par la RAM en Ouganda. Les contributions créatives ont montré l'engagement des étudiants dans la lutte contre la RAM, la nécessité d'un travail soutenu, d'une collaboration plurisectorielle et d'une sensibilisation accrue du public pour atténuer la RAM.



Un jeune homme lève la main lors d'une session de formation dispensée par des experts de la FAO Chine à l'intention des agriculteurs et des éleveurs de bétail du Cap-Vert, dans le cadre du Programme de coopération Sud-Sud (CSS) de la FAO Chine à l'appui des systèmes agroalimentaires au Cap-Vert, Cap-Vert, 2024 ©FAO / Giuseppe Carotenuto



### Une étude pilote sur l'utilisation d'un outil pédagogique dirigé par un pharmacien pour enseigner les microbes, l'utilisation des antibiotiques et la résistance aux antimicrobiens aux élèves de l'école primaire et du collège au Liban (110)

**Période :** avril 2020 - décembre 2021

**Lieu :** Écoles privées au Liban

**Objectif :** L'objectif était de former les élèves de l'école primaire et du collège au Liban sur les microbes, l'hygiène des mains et des voies respiratoires, l'utilisation des antibiotiques et la RAM à l'aide d'outils pédagogiques adaptés à l'âge, sous l'encadrement de pharmaciens.

**Méthode :** Seule une étude pilote a été réalisée en raison des limitations imposées par la pandémie de COVID-19. Des outils pédagogiques ont été développés en format PowerPoint, adaptés aux élèves du premier cycle (7-11 ans) et du second cycle (12-15 ans). Les questionnaires avant et après le test ont été administrés via Google Forms, avec l'aide des parents et des enseignants pour les juniors.

**Résultats :** L'intervention menée par des pharmaciens a permis d'améliorer les connaissances générales ( $P = 0,01$ ) et la compréhension des microbes (junior contre senior,  $P = 0,003$  contre  $P = 0,004$ ). Chez les élèves du collège, des changements significatifs ont été observés en ce qui concerne la propagation de l'infection ( $P < 0,001$ ) et la compréhension de la RAM ( $P = 0,001$ ), alors qu'aucun changement n'a été observé chez les élèves du primaire.

**Conclusion :** L'impact des outils pédagogiques administrés par les pharmaciens indique l'importance de ces professionnels en tant qu'experts en antibiotiques, qui peuvent influencer l'apprentissage précoce des antibiotiques et de la RAM au stade du collège.

### ReAct Amérique latine. Cartable pédagogique (111–113)

**Période :** 2012–2015

**Lieu :** Diverses collectivités dans le monde, y compris des essais pilotes dans quatre écoles au Kenya (111)

**Objectif :** L'objectif du projet, initialement nommé initiative « Alforja Educativa », est de favoriser l'éducation à la santé communautaire en mobilisant les enfants, les parents et les collectivités locales. Il promeut la santé et les soins, facilite l'apprentissage des sciences par l'expérience, développe la conscience écologique et entretient un lien avec la nature. L'approche « d'enfant à enfant » est utilisée pour donner aux enfants les moyens de participer à la résolution des problèmes de la collectivité.

**La méthode :** Le « [sac à dos pédagogique](#) » (112) consiste en six modules de formation mensuels comprenant des activités récréatives, théoriques et pratiques pour l'éducation formelle et informelle. Les modules facilitent la discussion, l'action et la réflexion sur des sujets liés à la santé et à l'environnement, y compris la RAM. L'initiative met l'accent sur l'intégration de la formation à la RAM à d'autres questions de santé et d'environnement afin d'améliorer la compréhension et de favoriser la mobilisation de la collectivité.

**Résultats :** La formation à la prévention de la RAM aide les enfants à comprendre l'importance de la RAM pour la santé générale, le bien-être et la durabilité de l'environnement. La mobilisation des collectivités est efficace dans les programmes de prévention et de formation à la RAM, montrant que la collaboration entre les écoles, les collectivités et les familles entraîne des changements durables.

**Conclusion :** Cette initiative montre l'efficacité de la formation de la collectivité dans la promotion de la sensibilisation à la santé et à l'écologie sur des questions telles que la RAM. En intégrant la formation à la RAM dans des préoccupations sanitaires et environnementales plus larges, l'initiative encourage la participation active des enfants, des parents et des collectivités en favorisant une approche collaborative vers des solutions durables et un changement de comportement à long terme (113).

# Références bibliographiques

1. Résistance aux antimicrobiens Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2023 (<https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/antimicrobial-resistance>).
2. Résistance aux antimicrobiens. Qu'est-ce que c'est ? Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2024 (<https://www.fao.org/antimicrobial-resistance/background/what-is-it/en/>).
3. Résistance aux antimicrobiens. Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2019 (<https://www.who.int/health-topics/antimicrobial-resistance>).
4. Termes relatifs à la résistance aux antimicrobiens. Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; non daté (<https://www.fao.org/3/cb9414en/cb9414en.pdf>).
5. Gerald J, Lechter T. Gantt charts revisited. Int J Manag Projects Business. 2012;5(4):578–94. <https://doi:10.1108/17538371211268889>.
6. Youth4Capacity #3: Human Library Workshop: Amplifying community-led climate action in driving change. New York : Convention-cadre des Nations unies sur les changements climatiques ; 2023 (<https://unfccc.int/event/youth4capacity-3-human-library-workshop-amplifying-community-led-climate-action-in-driving-change>).
7. Brenner M, Weir A, McCann M, Doyle C, Hughes M, Moen A et al. Development of the key performance indicators for digital health interventions: a scoping review. Digit Health. 2023;9:205520762311521. <https://doi:10.1177/20552076231152160>.
8. Monitoring Policy Impacts (MPI). The application of the logframe method (EASYPol Series 058). Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2005 (<https://www.fao.org/policy-support/tools-and-publications/resources-details/en/c/1208614/>).
9. Une seule santé. Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2024 (<https://www.fao.org/one-health/overview/one-health-overview/en>).
10. Monitoring the building blocks of health systems: A handbook of indicators and their measurement strategies. Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2010 (<https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/258734/9789241564052-eng.pdf>).
11. Pinilla LS, Artelt S, Burimova A, De Lacalle LNL, Toledo-Gandarias N. Project success criteria evaluation for a project-based organization and its stakeholders – A Q-methodology approach. Appl Sci. 2022;12(21):11090. <https://doi:10.3390/app122111090>.
12. Yargın GT, Hasdoğan G. User workshops: a method for eliciting user needs. In: Design & Emotion: proceedings from the 5th design and emotion international conference. Gothenburg: Chalmers University; 2006. <https://doi:10.5281/zenodo.258410>
13. Quadripartite launches the Working Group on Youth Engagement for Antimicrobial Resistance. Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2023 (<https://www.who.int/news/item/05-10-2023-quadripartite-launches-the-working-group-on-youth-engagement-for-antimicrobial-resistance>).
14. Résistance aux antimicrobiens. Paris : Organisation mondiale de la santé animale ; 2024 (<https://www.woah.org/en/what-we-do/global-initiatives/antimicrobial-resistance/>).
15. Global database for tracking antimicrobial resistance (AMR). Country self-assessment survey (TRACSS). Genève : Alliance quadripartite ; 2024 (<https://amrcountryprogress.org/#/map-view>).
16. Global Antimicrobial Resistance and Use Surveillance System (GLASS). Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2024 (<https://www.who.int/initiatives/glass>).
17. The International FAO Antimicrobial Resistance Monitoring (INFARM) system. Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2024 (<https://www.fao.org/antimicrobial-resistance/resources/database/infarm/en>).

18. FAO Assessment Tool for Laboratories and AMR Surveillance Systems (FAO-ATLASS). Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2024 (<https://www.fao.org/antimicrobial-resistance/resources/tools/fao-atlass/en/>).
19. ANIMUSE: monitoring antimicrobial use in animals. Paris : Organisation mondiale de la santé animale ; 2024 (<https://amu.woah.org/amu-system-portal/home>).
20. Othieno J, Njagi O, Azegele A. Opportunities and challenges in antimicrobial resistance behavior change communication. *Une seule santé* 2020;11:100171. <https://doi:10.1016/j.onehlt.2020.100171>.
21. Theory of change UNDAF companion guidance. New York: United Nations Sustainable Development Group; 2017 (<https://unsdg.un.org/resources/theory-change-undaf-companion-guidance>).
22. Rivera M. 7 steps to writing the perfect project proposal. *The Ascent*, 24 April 2024 (<https://www.fool.com/the-ascent/small-business/project-management/articles/project-proposal/>).
23. Antimicrobial resistance: a global threat. Nairobi: United Nations Environment Programme; 2024 (<https://www.unep.org/explore-topics/chemicals-waste/what-we-do/emerging-issues/antimicrobial-resistance-global-threat>).
24. Zwikael O, Chih YY, editors. Project benefit management: Formulation and appraisal of target benefits. Paper presented at Project Management Institute Research and Education Conference, Phoenix, AZ. Newtown Square (PA): Project Management Institute; 2014 (<https://www.pmi.org/learning/library/project-benefit-management-8957>).
25. Sucato DJ. Strategies and tools to enhance team performance. *J Pediatr Orthopedics*. 2020;40(1):S25–9. <https://doi:10.1097/bpo.0000000000001526>.
26. WHO strategic communications framework for effective communications. Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2017 (<https://www.who.int/docs/default-source/documents/communicating-for-health/communication-framework.pdf>).
27. The use of public transport in engaging community on AMR (The use of “babaji”). East Dodoma: Roll Back Antimicrobial Resistance Initiative; 2024 (<https://rbainitiative.or.tz/reading?article=projects&idntity=34>).
28. Communication for health. Story-telling handbook. Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2022 (<https://www.who.int/publications/i/item/9789290619918>).
29. Task Force of AMR Survivors. Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2023 (<https://www.who.int/groups/task-force-of-amr-survivors>).
30. Antimicrobial resistance is invisible. I am not. Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2024 (<https://www.who.int/campaigns/world-amr-awareness-week/2024/amr-is-invisible-i-am-not>).
31. Trunfio M, Rossi S. Conceptualising and measuring social media engagement: a systematic literature review. *Ital J Marketing*. 2021;2021(3):267–92. <https://doi:10.1007/s43039-021-00035-8>.
32. De Vere Hunt I, Linos E. Social media for public health: framework for social media-based public health campaigns. *J Med Internet Res*. 2022;24(12):e42179. <https://doi:10.2196/42179>.
33. Shahbaznezhad H, Dolan R, Rashidirad M. The role of social media content format and platform in users' engagement behavior. *J Interact Marketing*. 2021;53:47–65. <https://doi:10.1016/j.intmar.2020.05.001>.
34. Silver A, Behlendorf B. Understanding your audience: the influence of social media user-type on informational behaviors and hazard adjustments during Hurricane Dorian. *Meteorolog Appl*. 2023;30(5). <https://doi:10.1002/met.2148>.
35. Shawky S, Kubacki K, Dietrich T, Weaven S. Using social media to create engagement: a social marketing review. *J Soc Market*. 2019;9(2):204–24. <https://doi:10.1108/jsocm-05-2018-0046>.
36. Reimer T. Factores ambientales para maximizar el compromiso con las redes sociales: un marco integral. *J Retail Consumer Serv*. 2023;75:103458. <https://doi:10.1016/j.jretconser.2023.103458>.
37. Essential accessibility checklist for organizing event. Katmandu: UN Nepal; 2024 (<https://un.org.np/resource/essential-accessibility-checklist-organizing-event>).

38. Hochberg J, Hersh ED. Public perceptions of local influence. *Res Politics*. 2023;10(1):205316802311524. <https://doi:10.1177/20531680231152421>.
39. Walsh K, Bhagavatheswaran L, Roma E. E-learning in healthcare professional education: an analysis of political, economic, social, technological, legal and environmental (PESTLE) factors. *MedEdPublish*. 2019;8:97. <https://doi:10.15694/mep.2019.000097.1>.
40. Siddiqui AA. The use of Pestel analysis tool of quality management in the health care business and its advantages. *Am J Biomed Sci Res*. 2021;14(6). <https://doi:10.34297/AJBSR.2021.14.002046>.
41. Tricco AC, Zarin W, Rios P, Nincic V, Khan PA, Ghassemi M et al. Engaging policy-makers, health system managers, and policy analysts in the knowledge synthesis process: a scoping review. *Implement Sci*. 2018;13(1):31. <https://doi:10.1186/s13012-018-0717-x>.
42. Antimicrobial resistance advocacy toolkit. Amsterdam: Standing Committee on Public Health, International Federation of Medical Students' Associations; 2018 ([https://issuu.com/ifmsa-scoph/docs/amr\\_advocacy\\_toolkit](https://issuu.com/ifmsa-scoph/docs/amr_advocacy_toolkit)).
43. Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture, Programme des Nations unies pour l'environnement, Organisation mondiale de la santé, Organisation mondiale de la santé animale. Antimicrobial resistance multi-stakeholder partnership platform: frequently asked questions. Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2022 (<https://www.fao.org/3/cc3001en/cc3001en.pdf>).
44. Note d'orientation de l'OMS sur la COVID-19 : Instaurer la confiance grâce à la communication sur les risques et à la participation communautaire. Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2022 ([https://www.who.int/publications/i/item/WHO-2019-nCoV-Policy\\_Brief-RCCE-2022.1](https://www.who.int/publications/i/item/WHO-2019-nCoV-Policy_Brief-RCCE-2022.1)).
45. Un guide de poche à l'intention des ministres de tous les secteurs : Comment lutter contre la résistance aux antimicrobiens. Genève : Groupe de direction mondial sur la résistance aux antimicrobiens ; 2022 (<https://www.amrleaders.org/resources/m/item/pocket-guide>).
46. Building an effective nonpartisan electoral strategy. Washington DC: National Association for the Education of Young Children; 2014 ([https://www.naeyc.org/sites/default/files/globally-shared/downloads/PDFs/our-work/public-policy-advocacy/ACS\\_Nonpartisan\\_Electoral\\_Strategy%20color%20Sept%2030%202014.pdf](https://www.naeyc.org/sites/default/files/globally-shared/downloads/PDFs/our-work/public-policy-advocacy/ACS_Nonpartisan_Electoral_Strategy%20color%20Sept%2030%202014.pdf)).
47. Pierce EM. A balanced scorecard for maximizing data performance. *Front Big Data*. 2022;5:821103. <https://doi:10.3389/fdata.2022.821103>.
48. Cordova-Pozo K, Rouwette EAJA. Types of scenario planning and their effectiveness: A review of reviews. *Futures*. 2023;149:103153. <https://doi:10.1016/j.futures.2023.103153>
49. Teoli D, Sanvictores T, An J. SWOT analysis. Treasure Island (FL): StatPearls Publishing; 2023 (<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK537302/>).
50. Résistance aux antimicrobiens Copenhague : Bureau régional de l'OMS pour l'Europe ; 2022 (<https://www.who.int/europe/health-topics/antimicrobial-resistance>).
51. Qu'est-ce que la résistance aux antimicrobiens et pourquoi constitue-t-elle une menace croissante ? Nairobi : Programme des Nations unies pour l'environnement ; 2023 (<https://www.unep.org/news-and-stories/story/what-antimicrobial-resistance-and-why-it-growing-threat>).
52. Résistance aux antimicrobiens. Environnement. Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2024 (<https://www.fao.org/antimicrobial-resistance/key-sectors/environment/en/>).
53. Résistance aux antimicrobiens. National infection and death estimates. Atlanta (GA): Centers for Disease Control and Prevention; 2022 (<https://www.cdc.gov/drugresistance/national-estimates.html>).
54. Résistance aux antimicrobiens. Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2024 (<https://www.fao.org/antimicrobial-resistance/en/>). 21. Theory of change UNDAF companion guidance. New York: United Nations Sustainable Development Group; 2017 (<https://unsdg.un.org/resources/theory-change-undaf-companion-guidance>).

55. Une seule santé : preserving antimicrobials for the health of people, animals and the environment. Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2022 (<https://www.youtube.com/watch?v=MZQ4MOOkQxQ>).
56. Why should you care about antimicrobial resistance (AMR)? Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2021 ([https://www.youtube.com/watch?v=Kq\\_OygMEboM](https://www.youtube.com/watch?v=Kq_OygMEboM)).
57. What are antimicrobials? Manille : Bureau régional de l'OMS pour le Pacifique occidental ; 2020 (<https://www.youtube.com/watch?v=9QK6rZZf8V8>).
58. What is One Health? From concept to action. Paris : Organisation mondiale de la santé animale ; 2021 (<https://www.youtube.com/watch?v=Ndfi9QbdXVY>).
59. OMS : What is antimicrobial resistance (AMR)? Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2016 ([https://www.youtube.com/watch?v=LHOIPmSJn\\_8](https://www.youtube.com/watch?v=LHOIPmSJn_8)).
60. How can YOU prevent antimicrobial resistance? Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2021 (<https://www.youtube.com/watch?v=KHPOj974qBs>).
61. What is antimicrobial resistance (AMR)? Londres : Agence de sécurité sanitaire du Royaume-Uni ; 2022 (<https://www.facebook.com/watch/?v=494690399389340>).
62. Fight antimicrobial resistance: use antimicrobials responsibly. Paris : Organisation mondiale de la santé animale ; 2022 (<https://www.youtube.com/watch?v=iBHhGOGVUM8>).
63. What is antimicrobial resistance (AMR)? Paris : Organisation mondiale de la santé animale ; 2023 (<https://www.youtube.com/watch?v=NSUPXKH0XIs>).
64. Why is antimicrobial resistance (AMR) a serious threat? Paris : Organisation mondiale de la santé animale ; 2023 (<https://www.youtube.com/watch?v=fQk3Fp8SI-Y>).
65. What can we do to fight antimicrobial resistance (AMR)? Paris : Organisation mondiale de la santé animale ; 2023 (<https://www.youtube.com/watch?v=QZzwSu1aQf0>).
66. Antimicrobial resistance video – Asia and the Pacific Region (FAO, OIE, WHO, UNEP). Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2019 (<https://www.youtube.com/watch?v=2Dz92bEcWho>).
67. AMR: An urgent threat to life as we know it. Nairobi : Programme des Nations unies pour l'environnement ; 2023 (<https://www.youtube.com/watch?v=4srU4183p6Y>).
68. Antimicrobial resistance is here and now: United to strengthen food systems and secure livelihoods. Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2020 (<https://www.youtube.com/watch?v=GziXxiGjJgI>).
69. Semaine mondiale de sensibilisation à la RAM. Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2024 (<https://www.who.int/campaigns/world-antimicrobial-awareness-week>).
70. Series of AMR advocacy briefs. Copenhague : Bureau régional de l'OMS pour l'Europe ; 2024 (<https://www.who.int/europe/teams/control-of-antimicrobial-resistance/amr-advocacy-briefs>).
71. Reframing resistance. Londres : Wellcome Trust ; 2019 (<https://wellcome.org/reports/reframing-antimicrobial-resistance-antibiotic-resistance>).
72. WAAW 2019 feature stories. Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2019 (<https://www.who.int/campaigns/world-antimicrobial-awareness-week/2019/feature-stories>).
73. Comment parler de la résistance aux antimicrobiens. Paris : Organisation mondiale de la santé animale ; 2023 (<https://www.woah.org/en/document/how-to-talk-about-antimicrobial-resistance/>).
74. Concerned about antimicrobial resistance? Spread the word using this social media toolkit. Paris : Organisation mondiale de la santé animale ; 2023 (<https://www.woah.org/en/document/concerned-about-antimicrobial-resistance-spread-the-word-using-this-social-media-toolkit/>).



75. Get involved 2023. Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2023 (<https://www.fao.org/antimicrobial-resistance/world-antimicrobial-awareness-week/en/>).
76. Drug-resistant infections: a threat to our economic future. Washington DC: World Bank Group; 2017 (<https://www.worldbank.org/en/topic/health/publication/drug-resistant-infections-a-threat-to-our-economic-future>).
77. WHO list of critically important antimicrobials for human medicine (WHO CIA List). Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2019 (<https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/325036/WHO-NMH-FOS-FZD-19.1-eng.pdf?ua=1>).
78. Bracing for Superbugs: strengthening environmental action in the One Health response to antimicrobial resistance. Nairobi : Programme des Nations unies pour l'environnement ; 2023 (<https://www.unep.org/resources/superbugs/environmental-action>).
79. Quarterly newsletter: WHO Antimicrobial Resistance Division. Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2021 (<https://www.who.int/news-room/events/detail/2021/01/30/default-calendar/quarterly-newsletter-who-antimicrobial-resistance-division>).
80. Antimicrobial Resistance Collaborators. Global burden of bacterial antimicrobial resistance in 2019: a systematic analysis. Lancet. 2022;399(10325):629–55. [https://doi:10.1016/s0140-6736\(21\)02724-0](https://doi:10.1016/s0140-6736(21)02724-0).
81. Strategy on antimicrobial resistance and the prudent use of antimicrobials. Paris : Organisation mondiale de la santé animale ; 2022 (<https://www.woah.org/app/uploads/2021/03/en-amr-strategy-2022-final-single-pages.pdf>).
82. Résistance aux antimicrobiens. Publications archive. Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2024 (<https://www.fao.org/antimicrobial-resistance/resources/publications-archive/en/>).
83. Résistance aux antimicrobiens. Papers in scientific journals. Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2024 (<https://www.fao.org/antimicrobial-resistance/resources/papers-in-scientific-journals/en/>).
84. Ressources. Résistance aux antimicrobiens Nairobi : Programme des Nations unies pour l'environnement ; 2024 ([https://www.unep.org/resources/filter/keywords=antimicrobial%20resistance/sort\\_by=publication\\_date/sort\\_order=desc/page=0](https://www.unep.org/resources/filter/keywords=antimicrobial%20resistance/sort_by=publication_date/sort_order=desc/page=0)).
85. Summary for policymakers – Environmental dimensions of antimicrobial resistance. Nairobi: United Nations Environment Programme; 2022 (<https://www.unep.org/resources/report/summary-policymakers-environmental-dimensions-antimicrobial-resistance>).
86. Antimicrobiens : à utiliser avec prudence. Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2023 (<https://www.fao.org/publications/home/news-archive/detail/antimicrobials-handle-with-care/en>).
87. The TAP toolbox: exercises, tools and templates to support your tailoring antimicrobial resistance programmes plan. Copenhague : Bureau régional de l'OMS pour l'Europe ; 2021 (<https://iris.who.int/handle/10665/341632>).
88. Résistance aux antimicrobiens. E-learning. Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2024 (<https://www.fao.org/antimicrobial-resistance/resources/e-learning/en/>).
89. Advocacy toolkit: The education we want. Working: Plan International; 2024 (<https://plan-international.org/publications/advocacy-toolkit/>).
90. Youth advocacy toolkit. Start your own campaign. Londres : UNICEF UK ; 2022 (<https://www.unicef.org.uk/working-with-young-people/youth-advocacy-toolkit/>).
91. Davies AC, Cheah PY, Karkey A, Kinyanjui S, Vu Duy T, Asarath S et al. An antimicrobial resistance learning framework for children and young people. Meyrin: Zenodo; 2021. <https://doi:10.5281/zenodo.5704104>.

92. Superheroes against Superbugs – Inspirational examples – ReAct. ReAct; 2020 (<https://www.reactgroup.org/toolbox/raise-awareness/examples-from-the-field/superheroes-against-superbugs/>).
93. Toolkit on advocacy for AMR regulations. Amsterdam: International Federation of Medical Students Associations; 2016 ([https://ifmsa.org/wp-content/uploads/2017/09/3.-201611\\_Advocacy-Toolkit-on-AMR.pdf](https://ifmsa.org/wp-content/uploads/2017/09/3.-201611_Advocacy-Toolkit-on-AMR.pdf)).
94. Résistance aux antimicrobiens. Regional youth associations meet to raise awareness of antimicrobial resistance. Rome : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture ; 2024 (<https://www.fao.org/antimicrobial-resistance/news-and-events/news/news-details/en/c/1675579/>).
95. Ashiru-Oredope D, Nabiryo M, Yeoman A, Bell M, Cavanagh S, D'Arcy N et al. Development of and user feedback on a board and online game to educate on antimicrobial resistance and stewardship. *Antibiotics* (Basel). 2022;11(5):611. <https://doi:10.3390/antibiotics11050611>.
96. Promoting antimicrobial stewardship to tackle antimicrobial resistance. Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2024 (<https://www.who.int/europe/activities/promoting-antimicrobial-stewardship-to-tackle-antimicrobial-resistance>).
97. AMS explainer animation videos – pilot. Londres: THEtPartnerships; 2023 (<https://www.youtube.com/playlist?list=PL9qDtywmdsRBhwyc0XFUz5204Z1vQCrWd>).
98. What impact could advocacy and storytelling have on AMR? Londres: The AMR Narrative; 2023 (<https://amrnarrative.org/2022/06/27/advocacy-and-amr/>).
99. Stop the spread of antimicrobial resistance (AMR)! Paris : Organisation mondiale de la santé animale ; 2023 (<https://www.youtube.com/watch?v=jJxqct8kPZw>).
100. Fraser J, Garraghan F, Ashiru-Oredope D. Development and user feedback on antimicrobial stewardship explainer videos: a collaborative approach between the UK and eight African countries. *Med Sci Forum*. 2023;15(1). <https://doi:10.3390/msf2022015015>.
101. Safeguarding children: What is a child safeguarding policy? Fairfield (CT): Save the Children; 2024 (<https://www.savethechildren.org/us/what-we-do/safeguarding-children>).
102. Policy on conduct promoting the protection and safeguarding of children (CF/EXD/2016-006). New York: United Nations Children's Fund; 2016 (<https://www.unicef.org/supply/media/886/file/Policy%20on%20Conduct%20Promoting%20the%20Protection%20and%20Safeguarding%20of%20Children.pdf>).
103. ENGAGED AND HEARD! Guidelines on adolescent participation and civic engagement. New York: United Nations Children's Fund; 2020 (<https://www.unicef.org/documents/engaged-and-heard-guidelines-adolescent-participation-and-civic-engagement>).
104. Hayes C, Eley C, Brown C, Syeda R, Verlander NQ, Hann M et al. Improving educator's knowledge and confidence to teach infection prevention and antimicrobial resistance. *Health Educ J*. 2020;80(2):131–44. <https://doi:10.1177/0017896920949597>.
105. Hayes C, Eley CV, Ashiru-Oredope D, Hann M, McNulty C. Development and pilot evaluation of an educational programme on infection prevention and antibiotics with English and Scottish youth groups, informed by COM-B. *J Infect Prev*. 2021;22(5):212–9. <https://doi:10.1177/17571774211012463>.
106. Mitchell J, Cooke P, Arjyal A, Baral S, Jones N, Garbovan L et al. Exploring the potential for children to act on antimicrobial resistance in Nepal: valuable insights from secondary analysis of qualitative data. *PLoS One*. 2023;18(6):e0285882. <https://doi:10.1371/journal.pone.0285882>.
107. Cooke P. Community arts against antibiotic resistance in Nepal (CARAN). Leeds: University of Leeds; 2019 (<https://ahc.leeds.ac.uk/languages/dir-record/research-projects/730/community-arts-against-antibiotic-resistance-in-nepal-caran>).

108. Cambodia harnesses youth innovation to combat antimicrobial resistance. Genève : Organisation mondiale de la santé ; 2023 (<https://www.who.int/westernpacific/news-room/feature-stories/item/cambodia-harnesses-youth-innovation-to-combat-antimicrobial-resistance>).
109. Wairagala P, Njenga GL. Youth symposium ignites creativity in preventing antimicrobial resistance. Nairobi: International Livestock Research Institute; 2023 (<https://www.ilri.org/news/youth-symposium-ignites-creativity-preventing-antimicrobial-resistance>).
110. Iskandar K, Makhoul E, Haddad C, Hammoudi D, Khatib SEL, Jomha IA et al. Using a pharmacist-led educational tool to teach elementary and middle-school students in Lebanon about microbes, antibiotic use and antimicrobial resistance: a pilot study. *Pharm Educ.* 2023;23(1):47–60. <https://doi:10.46542/pe.2023.231.4760>.
111. Alforja-Kenya, Youth engagement. ReAct Africa; 2022 (<https://www.reactgroup.org/africa/youth-engagement/alforja-kenya/>).
112. Educational knapsack. Student health and the microbial world. ReAct Latin America; 2015 (<https://www.reactgroup.org/wp-content/uploads/2021/05/Alforja-Educational-Knapsack-ReAct-Latin-America-webbl.pdf>).
113. La Alforja educativa: salud escolar y mundo microbiano? [The educational knapsack: school health and the microbial world?]. In: Minga por la Alforja Educativa – Herramientas para la promoción de salud [Minga for the educational alforja. Tools for health promotion]. Cuenca: Alforja Educativa; s.d. (<https://alforjaeducativa.reactlat.org/>).

# Annexe 1. Formulaire du guide de cadrage de la campagne

Citez trois défis que vous souhaiteriez relever. Répétez cet exercice pour autant de défis que nécessaire.

Défis :

1 :

2 :

3 :

Énumérez jusqu'à trois solutions pour chacun des défis qui peuvent être relevés :

1 :

2 :

3 :

Précisez les objectifs à atteindre pour chaque défi et présentez les solutions correspondantes que vous avez identifiées. Si vous n'avez pas encore choisi votre défi principal, répétez le processus pour les autres défis envisagés.

1 :

2 :

3 :

Comprendre les parties prenantes.

Parties prenantes identifiées	Messages	Action attendue
	1:	1:
	2:	2:
	1:	1:
	2:	2:
	1:	1:
	2:	2:
	1:	1:
	2:	2:

Évaluation des ressources disponibles.

Disponibilité des ressources			Sources
Élément	Ce dont j'ai besoin	Ce que j'ai	Comment puis-je combler le déficit de ressources ?

**Formulaire du guide de cadrage de la campagne (page 2)****Définir les interventions.**

	Campagne 1	Campagne 2	Campagne 3
Objectifs			
Conditions pour rendre la campagne accessible			
Ressources nécessaires			

**Structurer vos réalisations**

Note : Rappelez-vous que certains champs peuvent être extraits des étapes précédentes de ce formulaire. Identifiez les colonnes du tableau de disponibilité des ressources qui correspondent à votre tableau de réalisations.

Nom du projet Vous pourrez compléter ce champ plus tard, lorsque vos réalisations seront plus claires.	
Défi	
Objectifs : Précisez vos objectifs	
Activités à mener pour atteindre les objectifs	
Parties prenantes	
Principaux partenaires potentiels :	
Ressources nécessaires Détails des ressources nécessaires pour chaque objectif (par exemple, budget, personnel, outils) à extraire du tableau de disponibilité des ressources.	
Ressources disponibles Indiquez l'état actuel de la disponibilité des ressources. Vous pouvez extraire cette information du tableau de disponibilité des ressources ou renvoyer à celui-ci.	
Réalisations à court terme (prochains 3 à 6 mois)	
Réalisations à moyen terme (prochains 6 à 12 mois)	
Réalisations à long terme (prochains 12 à 24 mois)	
Accomplissements : Que signifie pour vous la réussite ? Où en êtes-vous actuellement ? Mettez cette colonne à jour régulièrement pour suivre et documenter les accomplissements en cours pour chaque objectif.	



## Annexe 2. Rédiger une note de synthèse

### **Titre du projet :**

### **Nom de l'organisation :**

### **Résumé (une page maximum) :**

Présentez un aperçu concis du projet, y compris un résumé du problème, de la solution proposée, des objectifs clés et des résultats escomptés.

### **Problématique :**

Formulez clairement la question ou le défi à relever. Incluez des données et des statistiques pertinentes pour montrer qu'il est urgent d'agir contre la RAM.

### **Contexte :**

Présentez le contexte et les informations générales, en expliquant pourquoi la RAM constitue une préoccupation majeure. Décrivez la crédibilité et la valeur de votre organisation dans la lutte contre la RAM. Mettez en évidence les questions, les défis ou les opportunités auxquels il convient de répondre.

### **Objectifs :**

Indiquez clairement les objectifs principaux et spécifiques et la finalité du projet.

### **Résultats attendus :**

Dressez la liste des résultats et des changements attendus. Veillez à ce que les résultats soient en adéquation avec les objectifs du projet.

### **Parties prenantes cibles :**

Identifiez les principaux bénéficiaires du projet. Incluez des informations démographiques et expliquez comment les bénéficiaires profiteront des activités proposées.

### **Activités et méthodes :**

Détaillez les activités à entreprendre pour atteindre les objectifs. Expliquez la méthode proposée étape par étape.

### **Durée du projet :**

Précisez le calendrier, avec les dates de début et de fin des différentes phases, le cas échéant.

### **Étape 3 : Définir les jalons et le budget**

#### **Jalons (courtes et longues échéances et points de contrôle).**

Dressez la liste des tâches et des réalisations que vous comptez accomplir à la fin de chaque mois.

Dressez la liste des réalisations importantes et de leurs échéances, et veillez à ce qu'elles concordent entre elles.

Vérifiez si vous disposez des ressources nécessaires pour franchir toutes les jalons identifiés. Si ce n'est pas le cas, modifiez vos dates et vos échéances.

#### **Budget prévisionnel et répartition : voir annexe 4. Exemple de budget**

Présentez un budget prévisionnel, comprenant les principales catégories de dépenses, afin d'obtenir une vue d'ensemble des besoins financiers.

### **Annexe contenant des éléments probants et des échantillons :**

Incluez tout travail similaire ou connexe que vous avez effectué, en particulier les projets sur les questions de santé publique, la promotion de l'utilisation responsable des antibiotiques ou la contribution à la compréhension et à l'atténuation de la RAM.

## Annexe 3. Modèle de termes de référence

<Logo de l'organisation>

<Date>

**Termes de référence. Nom du projet:** par exemple, **Campagne 2024 de mobilisation des jeunes pour lutter contre la RAM**

**Groupe de travail** Une seule santé de l'<Organisation>

**Nom de la personne :**

**Titre du poste :** Responsable du contenu numérique

**Durée :** 5 mois

**Lieu du projet :** Éloigné, connexion accessible

**Période :** 28 août 2024 – 31 janvier 2025

**Rémunération :** Honoraires, 100 dollars US par mois, en fonction des livrables produits

### Considérations générales

#### À propos de l'organisation et du projet

Le réseau Santé des jeunes du Commonwealth cherche à faire entendre la voix des jeunes de tout le Commonwealth, y compris ceux des petits États insulaires et des collectivités autochtones, sur les questions qui touchent à leur santé et à leur bien-être. Les membres du réseau Santé des jeunes du Commonwealth sont des étudiants, des chercheurs, des professionnels de la santé, des journalistes, des agents de développement et d'autres personnes, tous passionnés par la réalisation de la santé pour tous.

Médias sociaux : Facebook, X (Twitter), Instagram

Page web : <https://www.yourcommonwealth.org/cyhn>

#### Objectifs de l'organisation ou du projet

Les objectifs du réseau sont les suivants :

- représenter, faire connaître et amplifier la voix des jeunes dans le domaine de la santé mondiale au sein du Commonwealth ;
- promouvoir une plus grande reconnaissance du rôle de la participation des jeunes dans la santé et le développement social ;
- promouvoir, développer et faciliter les échanges au sein du Commonwealth, les partenariats solides et la défense des intérêts au niveau mondial afin de promouvoir des soins de santé et des réponses de haute qualité dans l'ensemble du Commonwealth ;
- renforcer le rôle des organisations dirigées par des jeunes dans la promotion de la participation des jeunes aux activités de plaidoyer et d'action dans le domaine de la santé ; et
- participer à l'élaboration et à l'examen des politiques de santé dans les pays du Commonwealth et formuler de précieuses recommandations.

## Modèle de termes de référence (page 2)

### Champ d'application et principales responsabilités

1. Concevoir la stratégie relative au contenu numérique de la campagne pour 2024.
2. Concevoir un nouveau contenu numérique tous les cinq mois.
3. Superviser la traduction et maintenir la qualité de tous les contenus numériques produits.
4. Veiller à ce que le contenu numérique soit utilisé avec précision par l'équipe marketing.
5. Veiller à l'accessibilité de l'ensemble du contenu.
6. Veiller à l'utilisation créative du contenu numérique pour attirer le public.

### Livrables et échéances

Le mandat sera d'une durée initiale de cinq mois, avec la possibilité d'être renouvelé une fois. Le présent contrat peut être résilié avec un préavis d'au moins un mois. L'engagement est d'environ six heures par semaine, avec une capacité supplémentaire requise à certains moments.

### Liste des principaux résultats attendus de la part du responsable du contenu numérique

Livrable	Date d'échéance
Signature des termes de référence	22 octobre
La participation régulière aux réunions hebdomadaires est obligatoire. Si vous ne pouvez pas être présent, veuillez contacter le chef de projet à l'avance.	
Effectuer les tâches hebdomadaires assignées dans les délais impartis.	
Répondre activement à tous les messages WhatsApp dans les 24 heures.	
Mise en œuvre de la stratégie relative au contenu numérique	29 octobre
Mise en œuvre du calendrier de la stratégie	
Livraison de la première version du contenu numérique pour approbation	

Responsable hiérarchique : Chef du groupe de projet, ABC DFC abcdef@gmail.com

## Annexe 4. Liste de contrôle pour un plan de levée de fonds durable

Une stratégie de levée de fonds n'est durable que si elle s'applique aux besoins à long terme du projet et de l'organisation, car l'objectif de réduction de la RAM à l'échelle mondiale nécessitera des changements de comportement qui mettent longtemps à se manifester. Pour assurer un approvisionnement plus sûr des ressources nécessaires à un projet à long terme, suivez la liste de contrôle ci-dessous.

Question	Oui/Non	Action requise
• Avez-vous rédigé des notes de synthèse, identifié des ressources et élaboré des stratégies ?		
• Vos objectifs annuels de levée de fonds sont-ils SMART et avez-vous identifié les principales opportunités ?		
• Les synergies sont-elles mentionnées dans les propositions et les ressources actuelles permettent-elles d'obtenir les résultats escomptés ?		
• Quelle est la date limite de soumission ?		
• L'équipe est-elle mobilisée, ses membres ont-ils des points de vue différents et les responsabilités sont-elles bien réparties ?		
• Le matériel est-il mis à jour et les messages sont-ils cohérents et de qualité ?		
• Avez-vous réalisé et publié des rapports de manière proactive ?		
• Connaissez-vous les donateurs, parlez-vous leur langue et travaillez-vous efficacement en réseau ?		
• Avez-vous revu et amélioré vos campagnes et vous êtes-vous abstenu de tout engagement excessif ?		
• Les rôles sont-ils attribués, les objectifs font-ils l'objet de discussions et les points forts sont-ils mis en adéquation avec le travail ?		
• Communiquez-vous régulièrement, partagez-vous des documents pertinents et faites-vous preuve de responsabilité ?		
• Avez-vous programmé des activités dans des délais raisonnables ?		
• Recueillez-vous des commentaires et comment intégrez-vous les leçons apprises dans un souci d'amélioration continue ?		
• Les leçons tirées des campagnes précédentes sont-elles prises en compte dans la stratégie actuelle ?		

## Annexe 5. Guide de gestion de campagne

Modèle de diagramme de Gantt sur Excel : [lien vers le modèle de diagramme de Gantt](#)

Modèle de cadre logique :

	<b>Résumé du projet</b> par exemple, réduire de 10 % le nombre de décès dus à une infection à XXX [lieu] en l'espace d'un an.	<b>Indicateurs</b> Mesure de la contribution du projet aux objectifs locaux, régionaux ou nationaux	<b>Moyens de vérification</b> Sources des données, méthodes de collecte de données	<b>Risques, hypothèses</b> Les parties prenantes externes peuvent influer sur l'objectif (par exemple, les décès dus à l'infection peuvent être quantifiés)
<b>Objectifs</b>	1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.
<b>Résultats</b>	1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.
<b>Réalisations</b>	1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.
<b>Activités</b> (tâches à effectuer pour concrétiser la réalisation)	1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.



## Annexe 6. Minutes des réunions

Logo

Titre :

---

Date et heure

---

Objet de la réunion

---

Participants

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Absents  
excusés

- 1.
- 2.
- 3.

Ordre du jour

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Principaux  
points de  
discussion

1. [Sujet]  
Notes
2. [Sujet]  
Notes

Prochaines étapes :

Action

Attribuée à  
(organisation et/ou  
personne)

Date limite

## Annexe 7. Exemple de plan pour l'utilisation des médias sociaux

Public cible	Buts et objectifs
<b>Jeunes (18-25 ans), travailleurs de la santé et étudiants</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sensibiliser les personnes âgées de 18 à 25 ans et les professionnels de la santé à la Semaine mondiale de sensibilisation à la RAM</li> <li>2. Augmenter de 25 % le nombre de followers sur les pages Instagram et X et de 30 % le nombre d'abonnés sur YouTube</li> <li>3. Produire au moins cinq courtes vidéos et cinq infographies sur l'importance de la RAM dans la vie quotidienne</li> </ol>
<b>Analyse concurrentielle</b>	Création de contenu
<p><b>Campagne : La #RAM et vous</b></p> <p>XXX mène une campagne sur l'implication des individus dans la lutte contre la RAM, avec une incitation à l'action pour que les personnes agissent différemment.</p> <p>Il est fait appel à des influenceurs pour communiquer sur les conséquences de la RAM et l'on vous demande de faire partie du mouvement.</p>	<p><b>Graphique :</b> Le contenu sera monochrome et comportera des éléments tels que des médicaments et des piluliers.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parlons un peu de la RAM             <ul style="list-style-type: none"> <li>Des graphiques pour expliquer la RAM dans un langage commun, avec :                 <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition</li> <li>- Causes</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Pourquoi parler de la RAM ?             <ul style="list-style-type: none"> <li>Graphiques sur l'impact de la RAM dans différents secteurs                 <ul style="list-style-type: none"> <li>- Santé humaine et médecine</li> <li>- Maladies</li> <li>- Agriculture</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• #RésistanceAuxAntimicrobiens et #WAAW             <ul style="list-style-type: none"> <li>Graphiques montrant le travail des groupes de jeunes concernant la RAM et incitation à l'action par la jeunesse</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Courtes vidéos :</b></p> <p><b>#RésistanceAuxAntimicrobiens et #WAAW</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De courtes vidéos mettent en lumière le travail des jeunes concernant la RAM et se terminent par une incitation à l'action : « La RAM et moi, ça donne ça ; et la RAM et vous, ça donne quoi ? »</li> </ul> <p><b>La RAM en 90 secondes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Des personnes expliquant les principes fondamentaux de la RAM dans un langage compréhensible.</li> </ul> <p><b>Contenu textuel et retour d'information :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Graphiques invitant des personnes à partager leurs travaux ou leurs connaissances dans le domaine de la RAM             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Campagnes « Ceci ou cela » offrant au public la possibilité de choisir des options</li> <li>- Contenu sous forme de questions-réponses avec des réponses d'experts</li> </ul> </li> <li>• Texte invitant les utilisateurs à donner leur avis sur les aspects de la RAM qui requièrent davantage d'attention</li> </ul>

## Exemple de plan pour l'utilisation des médias sociaux (page 2)

### Plan de création de contenu

---

#### Instagram

- Parlons un peu de la RAM : Graphiques inclus dans un message quotidien pendant trois jours
- Pourquoi parler de la RAM ? : Graphiques inclus dans un message quotidien pendant deux jours
- La RAM et moi : Graphiques inclus dans une publication et récits partagés pendant deux jours
- La RAM et moi : Courtes vidéos partagées une fois par jour pendant cinq jours
- Ceci ou cela : Graphiques assortis de récits invitant d'autres personnes à partager leur histoire pendant une journée
- La RAM en 90 secondes : De courtes vidéos partagées une fois par jour pendant les deux premiers jours

#### X

- Comment parler de la RAM : Un défi demandant aux gens de présenter le rôle qu'ils jouent dans la lutte contre la RAM pendant une journée
- La RAM en dix tweets : Une publication expliquant la RAM et ses conséquences en une journée
- Promotion pour Instagram Reels : Re-publication de La RAM en 90 secondes

#### Facebook

- Parlons un peu de la RAM : Graphiques inclus dans un message quotidien pendant trois jours
- Pourquoi parler de la RAM ? : Graphiques inclus dans un message quotidien pendant deux jours
- La RAM et moi : Graphiques inclus dans une publication et récits partagés pendant deux jours

#### YouTube Shorts

- La RAM et moi : Courtes vidéos partagées une fois par jour pendant cinq jours
- La RAM en 90 secondes : Courtes vidéos partagées une fois par jour pendant les deux premiers jours
- Retransmission en direct de la conférence

---

### Évaluation du contenu

---

#### Évaluez :

- Les impressions et les réflexions sur Facebook et Instagram
- Les re-tweets et les citations de tweets sur X
- Les followers sur Instagram et X
- Les abonnés sur YouTube

## Annexe 8. Guide des médias sociaux : modèle de calendrier de contenu

[Lien Excel vers le modèle de calendrier de contenu](#)

## Annexe 9. Rapport d'impact : modèle de suivi et d'évaluation

### Mettre en place un cadre de suivi, d'évaluation et d'apprentissage

#### Étape 1 : Liste de contrôle pour le suivi, l'évaluation et l'apprentissage

- Créez et revoyez la théorie du changement de votre projet avec votre équipe. Veillez à vérifier les hypothèses formulées.
- Créez vos indicateurs et définissez des sources de données fiables pour vérifier si les indicateurs sont respectés.
- Définissez votre valeur de référence et convenez de la fréquence à laquelle les indicateurs seront mesurés.
- Incluez la collecte de données, le suivi et l'évaluation dans le plan et le calendrier de votre projet, en veillant à ce que chacun sache qui est responsable de quelles activités, quelles sont les informations à obtenir et comment elles seront stockées.
- Mettez en œuvre votre projet, y compris toutes les activités de suivi et d'évaluation.
- Intégrez les résultats du suivi et de l'évaluation dans un rapport d'impact puis distribuez-le aux parties prenantes concernées.

#### Étape 2 : Cadre de suivi, d'évaluation et d'apprentissage

N'oubliez pas que tous les objectifs doivent être SMART : spécifiques, quantifiables, réalisables, pertinents et limités dans le temps.

	Description	Indicateurs	Objectifs	Source des données
<b>Contributions</b>				
<b>Activités</b>				
<b>Réalisations</b>				
<b>Résultats</b>				
<b>Impact</b>				
1:				
2:				
3:				



Pour plus d'informations, visitez nos sites internet :

FAO : [www.fao.org](http://www.fao.org)

PNUE : [www.unep.org](http://www.unep.org)

OMS : [www.who.int](http://www.who.int)

OMSA : [www.woah.org](http://www.woah.org)

